

**INTERAKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @RILIV SEBAGAI MEDIA  
INFORMASI DAN EDUKASI KESEHATAN MENTAL DI INDONESIA**

**SKRIPSI**

Di ajukan kepada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Jurusan Dakwah dan Komunikasi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh :

**DEVLHAOIQULHIDAYAT**

**NIM. 18. 12. 11. 152**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM JURUSAN  
DAKWAH DAN KOMUNIKASI FAKULTAS USHULUDDINDAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2023**

**MEI CANDRA MAHARDIKA, S.Sos., S.E.I., M.A.**

**DOSEN PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Hal : Skripsi Sdri Devi Haqiqi Hidayat

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan  
seperlunya terhadap skripsi saudara:

Nama : Devi Haqiqi Hidayat

NIM : 18. 12. 11. 152

Judul : INTERAKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @RILIV SEBAGAI  
MEDIA INFORMASI DAN EDUKASI KESEHATAN MENTAL  
DI INDONESIA.

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui, untuk diajukan pada  
sidang Munaqosah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas  
Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

*Wssalamu'alaikum Wr. Wb*

Surakarta, 9 November 2023

Pembimbing



**Mei Candra Mahardika, S. Sos., S.E.I., M.A.**

**NIP. 198905152019031013**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Devi Haqiqi Hidayat

NIM : 181211152

Tempat, Tanggal Lahir : Wonogiri, 29 Agustus 2000

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Jurusan : Dakwah dan Komunikasi

Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Alamat : Dunglepu RT/RW 002/004, Giritontro, Wonogiri

Judul Skripsi : Interaktivitas Akun Instagram @riliv Sebagai Media

Informasi dan Edukasi Kesehatan Mental Di Indonesia.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi-ini benar adalah hasil karya sendiri, jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Demikian pernyataan ini saya buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 8 November 2023

Yang Menyatakan



**Devi Haqiqi Hidayat**

**NIM. 18.12.11.152**

## HALAMAN PENGESAHAN

### INTERAKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @RILIV SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN EDUKASI KESEHATAN MENTAL DI INDONESIA

Disusun Oleh:

**Devi Haqiqi Hidayat**

**NIM. 18.12.11.152**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Surakarta

Pada hari Kamis, 07 Desember 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar

Sarjana Sosial (S.Sos)

Surakarta, 22 Desember 2023

Penguji Utama,



**Eny Susilowati, S.Sos., M.Si**

**NIP. 197204282000032002**

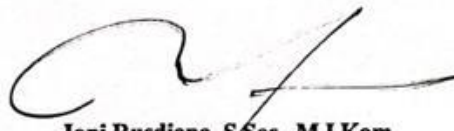
Penguji II/Ketua Sidang



**Mei Candra Mahardika, S.Sos., S.E.I., M.A.**

**NIP. 198905152019031013**

Penguji I/Sekretaris Sidang



**Joni Rusdiana, S.Sos., M.I.Kom**

**NIP. 198306022018011002**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah



**Dr. H. Kholidurrohman, M.Si**

**NIP. 197412252005011005**

...

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Almamater saya Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
2. Untuk Bapak dan Ibu saya, Bapak Nuryanto dan Ibu Wiwin yang senantiasa memenuhi segala kebutuhan saya dan memberikan dukungan serta tak henti-hentinya doa untuk saya hingga detik ini.
3. Kepada Kakak Nenawiyah dan Adik Ikhwan terimakasih atas motivasi, doajuga dukungan yang diberikan selama ini.

## **MOTTO**

"Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang kufur"

(Q.S Yusuf:87)

“Succes is the sum of small efforts, repeated day-in and day-out”

(Robert Collier)

“It doesn't matter how slow you go so long as you don't stop”

(Confucius)

## ABSTRAK

**DEVI HAQIQI HIDAYAT, NIM 18.121.1.152. Interaktivitas Akun Instagram @riliv sebagai media informasi dan edukasi kesehatan mental di Indonesia. Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Jurusan Dakwah dan Komunikasi. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. 2023.**

Instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakan sebagian media untuk menyebarkan informasi. Riliv salah satu yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk menyebarkan informasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai kesehatan mental di Indonesia. Melalui Instagram tersebut @riliv cukup mendapatkan interaksi yang begitu banyak, baik dari segi pengikut, penyuka hingga komentar dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram. Beragam komentar didapatkan oleh @riliv melalui unggahannya. Tujuan dalam penelitian ini yaitu mendeskripsikan interaktivitas akun media sosial Instagram @riliv sebagai media informasi dan edukasi kesehatan mental di Indonesia..

Skripsi ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif, metode analisis isi untuk mendeskripsikan interaktivitas pada Instagram @riliv. Teknik pengumpulan data dengan observasi virtual (mengamati) interaktivitas yang terjadi serta pengumpulan dokumentasi unggahan akun Instagram @riliv pada bulan Oktober 2021. Teknik pengabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi data dengan membandingkan menggunakan teori yang digunakan, hingga kemudian diolah menjadi deskriptif. Teknik analisis data melalui reduksi data dari unggahan bulan Oktober 2021, penyajian data dalam bentuk teks naratif dan sajian dokumentasi, terakhir penarikan kesimpulan dari sajian data yang telah dipaparkan dan dianalisis yang kemudian dijabarkan melalui deskripsi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @riliv memiliki unggahan yang bersifat informatif, edukatif, solutif, dan terkini terkait kesehatan mental. Interaksi yang terjadi menunjukkan *user to user* menjadi interaksi yang paling utama dalam akun Instagram @riliv karena tanggapan dari para khalayak lebih banyak, dibandingkan dengan jumlah unggahan keseluruhan. Interaksi *user to system* @riliv menunjukkan bahwa konten @riliv cukup menggunakan fitur yang disediakan Instagram, kemudian konten dari @riliv dan penandaan yang ada pada Instagramnya menunjukkan bahwa interaksi *user to document* menunjukkan sikap yang aktif dan pasif namun tinggi dalam kontrol dari penerimanya

**Kata Kunci:** Interaktivitas, Instagram, Riliv

## ABSTRACT

**DEVI HAQIQI HIDAYAT, NIM 18.121.1.152. Interactivity of the @riliv Instagram account as a medium for mental health information and education in Indonesia. Thesis, Islamic Communication and Broadcasting Study Program. Da'wah Department and Communication. Faculty of Ushuluddin and Da'wah. Raden Mas Said State Islamic University, Surakarta. 2023.**

*Instagram is one of the social media used by some media to disseminate information. Riliv is one of those who uses Instagram as a medium to disseminate information and education to the public regarding mental health in Indonesia. Through Instagram, @riliv gets quite a lot of interaction, both in terms of followers, likes and comments by utilizing the features on Instagram. @riliv received various comments through his uploads. The aim of this research is to describe the interactivity of the Instagram social media account @riliv as a medium for mental health information and education in Indonesia.*

*This thesis uses a descriptive qualitative approach, content analysis method to describe the interaction on Instagram @riliv. Data collection techniques using virtual observation (observing) the interactivity that occurs as well as collecting documentation uploaded to the @riliv Instagram account in October 2021. Data validation techniques using data triangulation techniques by comparing using the theory used, until then processed into descriptive data. The data analysis technique involves data reduction from uploads in October 2021, presenting the data in the form of narrative text and documentation presentation, finally drawing conclusions from the data presentation that has been presented and analyzed which is then explained through descriptions.*

*The results of this research show that the Instagram account @riliv has posts that are informative, educational, solution-based and up-to-date regarding mental health. The interactions that occur show that user to user is the most important interaction on the @riliv Instagram account because the responses from the audience are greater, compared to the total number of uploads. User to system interaction @riliv shows that @riliv content simply uses the features provided by Instagram, then content from @riliv and the tags on Instagram show that User to document interaction shows an active and passive attitude but is high in control from the recipient*

**Keywords:** *Interactivity, Instagram, Riliv*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘alamin puji syukur peneliti haturkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan nikmat sehat, kelancaran dan kemudahan yangterlah diberikan-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “Interaktivitas Akun Instagram @riliv Sebagai Media Informasi dan Edukasi Kesehatan Mental di Indonesia” dengan segala kekurangan yang ada pada penulis.

Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Studi Sarjana 1 (S1), dan untuk mendapatkan gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Peneliti memahami dan menyadari betul bahwa skripsi ini selesai tidak terlepas dari do’a, dukungan, saran dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis menyampaikan dengan segala kerendahan hati banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Toto Suharto, S.Ag., M.Ag selaku Rektor UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. H. Kholilurrohman, M.Si selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta.
3. Joni Rusdiana, S.Sos., M.I.Kom selaku selaku penguji I dan Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Mei Candra Mahardika, S.Sos., S.E.I., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar, banyak meluangkan waktu dan pikiran, untuk membimbing dan memotivasipenyusunan skripsi ini dari awal hingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Eny Susilowati, S.Sos., M.Si selaku Penguji Utama yang telah bersedia untuk meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan mengoreksi

kekurangan dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak/Ibu Dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah banyak memberikan ilmu, wawasan dan pengetahuan kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
7. Keluarga penulis, Bapak (Nuryanto), Ibu (Wiwin), Kakak (Nenawiyen) dan Adik (Ikhwan) yang tidak henti-hentinya mendoakan, menyemangati, membantu, dan memenuhi segala aspek yang dibutuhkan selama ini terutama saat menempuh jenjang perkuliahan hingga tahap penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman KPI Angkatan 2018 (KPI D Dan PR C) UIN Raden Mas Said Surakarta yang selalu memberikan semangat, motivasi dan membantu dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman saya Titis, Uzik, Arelta, Irnawati, Fitri Wisneti, Oktastika, Laily, Cece, Putri, dan kawan tadika yang hampir setiap hari bersama saat pemberkasan maupun perkuliahan dan memberikan inspirasi, pertemanan *positive* dan pengalaman yang luar biasa dalam kehidupan penulis selama menempuh pendidikan di UIN Raden Mas Said Surakarta.
10. Setiap orang yang pernah penulis temui dan banyak memberikan pelajaran, pengalaman hidup dan inspirasi.

Terimakasih penulis ucapkan, atas segala bantuan, saran, bimbingan, do'a, dan nasihat dari seluruh pihak semoga menjadi ilmu yang bermanfaat dan amal baik. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan.

Surakarta, 8 November 2023

**Devi Haqiqi Hidayat**

## DAFTAR ISI

<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>NIP. 198905152019031013 .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	16
C. Batasan Masalah .....	16
D. Rumusan Masalah.....	16
E. Tujuan Penelitian .....	17
F. Manfaat Penelitian .....	17
1. Manfaat Akademik .....	17
2. Manfaat Praktis .....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>18</b>
A. Landasan Teori .....	18
1. Komunikasi.....	18
2. Media Baru.....	23
3. Interaktivitas .....	26
4. Instagram .....	31
5. Kesehatan Mental.....	34

B. Kajian Pustaka .....	39
C. Kerangka Berpikir.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
A. Jenis Penelitian .....	46
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	46
1. Subjek Penelitian.....	46
2. Objek Penelitian .....	47
C. Waktu dan Tempat Penelitian.....	47
D. Sumber Data .....	48
1. Data Primer .....	48
2. Data Sekunder .....	48
E. Teknik Pengumpulan Data .....	49
1. Observasi dan pengamatan .....	49
2. Dokumentasi .....	49
F. Teknik Keabsahan Data .....	50
G. Teknik Analisis Data.....	51
1. Reduksi Data .....	51
2. Penyajian Data .....	52
3. Penarikan Kesimpulan .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>53</b>
A. Gambaran Umum.....	53
1. Profil Akun Instagram @riliv.....	53
2. Visi dan Misi.....	54
3. Metode Pendekatan yang Digunakan .....	55
B. Sajian Data.....	55
C. Analisis dan Pembahasan .....	66
1. Analisis Instagram @riliv .....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan.....	76
B. Keterbatasan Penelitian .....	77
C. Saran.....	78

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Presentasi hasil survei PDSKJI .....	3
Gambar 2 Jumlah followers akun @temanbincang.id .....	9
Gambar 3 Jumlah followers akun @pijarpsikologi .....	9
Gambar 4 Jumlah followers akun @dearmentalhealth .....	10
Gambar 5 Jumlah followers akun @psycircle.....	10
Gambar 6 Jumlah followers akun @get.kalm .....	10
Gambar 7 Profil instagram @riliv .....	11
Gambar 8 Like dan Komentar pada akun @riliv.....	12
Gambar 9 Like dan Komentar pada akun @riliv.....	13
Gambar 10 Like dan Komentar pada akun @riliv.....	14
Gambar 11 Like dan Komentar pada akun @riliv.....	15
Gambar 12 Kerangka Berpikir .....	43
Gambar 13 Komponen analisis Data .....	51
Gambar 14 Tampilan Laman Instagram Akun @riliv .....	54
Gambar 15 peletakan link pada bio instagram @riliv .....	56
Gambar 16 penggunaan fitur highlight .....	57
Gambar 17 pengunggahan feed pada profil Instagram @riliv .....	58
Gambar 18 Postingan Reels .....	59
Gambar 19 Tag kepada akun @riliv .....	60
Gambar 20 Contoh penggunaan komunikasi dua arah .....	61
Gambar 21 Contoh komentar yang menandai akun lainnya .....	62
Gambar 22 Contoh komentar yang menandakan sependapat dengan isi konten...	62

Gambar 23 Logo @riliv .....	82
Gambar 24 Profile Instagram @riliv.....	82
Gambar 25 Beragam Unggahan @riliv.....	83

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 data pertimbangan memilih layanan kesehatan mental online.....	5
Tabel 2 Waktu Peneliiian .....	47
Tabel 3 Unggahan Instagram @riliv bulan Oktober 2021 .....	63



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

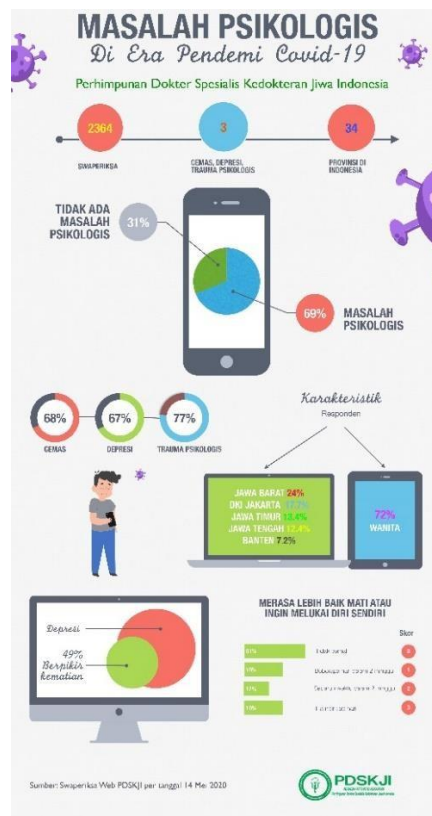
#### **A. Latar Belakang**

Di awal tahun 2020, seluruh dunia dikagetkan dengan munculnya wabah virus baru yang berasal dari daerah kota Wuhan, Provinsi Hubei, Cina. Wabah virus ini diberi nama Coronavirus Disease 2019 (COVID- 19). Virus Covid-19 tersebut menyebar dengan pesat lewat perantara manusia ke manusia. Kemunculan Covid-19 telah menarik perhatian global, dan pada tanggal 30 Januari WHO mengumumkan bahwa virus Covid-19 sebagai darurat kesehatan masyarakat yang telah menjadi perhatian internasional. (Dong et al., 2020).

Pandemi Covid-19 tidak hanya berimplikasi kepada kesehatan fisik, akan tetapi juga berpengaruh kepada kesehatan mental seseorang. Berbagai macam permasalahan yang terjadi akibat COVID-19 ini dinilai menjadi sumber stress baru bagi masyarakat (Fiorillo & Gorwood, 2020). Dimulai dari sebuah aturan-aturan baru yang mewajibkan masyarakat melakukan aktifitas, semua kegiatan dari rumah atau disebut PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang mulai dilangsungkan pada bulan April 2020, kemudian juga peraturan baru yang disebut PPKM atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat darurat Jawa - Bali yang dilangsungkan pada bulan Juli 2021, adapula aturan untuk karantina, isolasi mandiri, dan menjaga jarak yang memiliki dampak terhadap kesehatan psikologis seseorang serta memunculkan reaksi berbeda seseorang terhadap pandemi itu sendiri.

Munculnya rasa kesepian dan juga kurangnya interaksi sosial dapat menjadi pemicu risiko seseorang terkena gangguan mental seperti skizofrenia dan depresi major. Hadirnya kecemasan mengenai kesehatan orang terdekat dan terdapatnya keraguan terhadap sesuatu yang akan terjadi suatu saat nanti kedepannya maka hal tersebut dapat memicu terjadinya rasa takut, cemas dan depresi. Andai kata rasa cemas terjadi secara menerus itu dapat membuat kondisi mental semakin buruk dan dapat mengakibatkan gangguan yang lebih parah lagi seperti gangguan kecemasan, gangguan obsesif-kompulsif, stress dan gangguan lain terikat trauma. (Ridlo, 2020).

Selain itu tingkat terdampak infeksi dan tingkat angka meninggal di Indonesia sangat naik, juga keterbatasannya akses dan persoalan sosial yang dirasakan oleh masyarakat. Berita-berita yang menyebar luas secara terus menerus di media sosial dengan teori-teori konspirasi yang membuat beban pikiran masyarakat yang mempengaruhi kesehatan mental mereka. Perhimpunan Dokter Spesialis Kesehatan Jiwa Indonesia atau PDSKJI, mencatat bahwa semasa pandemi Covid-19 khalayak yang mengalami penderitaan, gangguan kesehatan mental naik sampai 57,6% dari jumlah sebelumnya yaitu 11,6%.



Gambar 1 Presentasi hasil survei PDSKJI  
Sumber: website pdskji.org

Hal ini dapat terjadi, karena telah banyak sekali masyarakat yang kehilangan kesempatan, kesenangannya semasa pandemi. Dari hasil peninjauan yang dilakukan terkait kesehatan mental yang diakibatkan covid- 19, (PDSKJI) atau Perhimpunan Dokter Spresialis Kesehatan Mental, menyatakan bahwa mereka menemukan sebanyak 68% responden yang merasa cemas, dengan gejala mengalami kekhawatiran yang berlebihan terhadap sesuatu, mereka sulit merasa rileks dan sangat mudah tersulut atau terpancing emosi.

Kemudian 67% mereka mengalami depresi dengan gejala gangguan tidur, kehilangan minat untuk melakukan sesuatu, kurangnya tenaga dan kurangnya kepercayaan diri. Lalu 77% responden lainnya mengalami gejala trauma psikologi

berkaitan dengan masyarakat dengan pengalaman buruk dengan merasakan atau melihat peristiwa yang tidak menyenangkan dimasa Covid-19 (Mutia, 2021).

Masyarakat yang menderita kecemasan, depresi dan trauma psikologi sangat banyak dialami oleh mereka yang berusia muda yaitu 30 tahun kebawah tahun dengan tingkat presentase 67,4%. Hal itu disebabkan dan dipengaruhi oleh penggunaan sosial media yang mudah diakses. Adanya *seksisme*, *rasisme*, *cyberbullying* dan *body shaming* di media sosial adalah sebuah hal yang memunculkan gangguan kesehatan mental seperti depresi dan kecemasan pada masyarakat yang berusia muda. Dapat disimpulkan dari hal tersebut dimana menunjukkan jika penderita gangguan kesehatan mental sangat butuh penanganan yang tepat dari ahli profesional maupun *support*, dukungan dari orang sekitar dalam menyampaikan sebuah edukasi terkait kesehatan mental.

Minimnya akses layanan kesehatan mental di Indonesia membuat khalayak merasa kesulitan untuk memperoleh perawatan, terutama di masa pandemi Covid-19 yang dimana pelayanan kesehatan mental sangat penting untuk diberikan kepada masyarakat. Di dalam *survey* yang di adakan oleh Into *The Light* bersama *Change.Org* tahun 2021 mereka mencatat bahwa hanya 27% orang Indonesia yang sudah pernah melakukan akses layanan kesehatan mental dengan berbagai macam pertimbangan. Kemudian tercatat bahwa 86% biaya merupakan pertimbangan utama mereka saat memilih layanan kesehatan mental. Dan yang terakhir 85% masyarakat lebih memutuskan untuk mengikuti layanan kesehatan mental secara digital atau *online* yang menyajikan informasi secara daring (Databoks.katadata.co.id, 2021)

Tabel 1 data pertimbangan memilih layanan kesehatan mental online

NO	NAMA	NILAI / PERSEN
1	Biaya Terjangkau	86
2	Tersedia Informasi Online	85
3	Kemampuan Komunikasi Baik	73
4	Lokasi Terjangkau	67
5	Reputasi Pelayanan Baik	65

Dan sesuai dari data diatas yang mendukung bahwa dimasa pandemi masyarakat lebih condong memilih layanan kesehatan mental *online* dengan penyebaran edukasi dan informasi secara daring, membuat banyak orang yang terpicu untuk memanfaatkan perkembangan teknologi dan komunikasi digital dalam memberikan akses layanan kesehatan mental melalui berbagai media baru dengan beragam perkembangan sosial media saat ini yang kemudian tersedia konsultasi *online* seperti :

1. Himpunan Psikologi Indonesia atau HIMPSI
2. Ikatan Psikolog Klinis (IPK).
3. Idunda.id
4. riliv
5. \_berbagicerita

Pembaharuan teknologi yang begitu pesat telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, salah satunya yaitu terhadap layanan bimbingan dan konseling yang saat ini bisa di akses mudah secara *online*. Sejalan dengan perkembangan zaman, konseling saat ini tidak lagi hanya bisa dilakukan secara *face to face*, namun saat ini dapat juga dilakukan jarak jauh dengan memanfaatkan jaringan internet yang disebut *e-counseling* atau *cyber counseling*.

Seperti yang dikatakan oleh McQuail (2000) yaitu dengan banyaknya media baru tersebut telah memicu terjadinya komunikasi dua arah yang sifatnya interaktif, yang mungkin dapat membuat penggunanya berperan dobel atau ganda yaitu sebagai seorang penerima dan juga pengirim informasi. Yang terjadi penerapannya dapat beragam. Media sosial adalah new media yang dapat dimanfaatkan oleh para profesional (psikolog/psikiater) untuk menyebarkan edukasi dan informasi kesehatan mental.

Tujuan dari hal tersebut yaitu dapat meningkatkan jangkauan sebuah informasi untuk seluruh masyarakat terkait kesehatan mental, untuk mengurangi angka *self diagnose* pada diri sendiri sendiri serta melihat jumlah gangguan kesehatan mental pada masa pandemi Covid-19. Alternatif efektif dan efisien yang dipakai sebagai platform layanan kesehatan mental untuk menyebar luaskan informasi, edukasi kesehatan mental yaitu melalui media sosial seperti Tiktok, Youtube, Instagram,, Facebook dan Twitter.

Media sosial merupakan sebuah media yang dinilai dapat berperan dalam mengajak pengguna untuk ikut berpartisipasi dengan memberikan kontribusi serta respon atau umpan balik secara terbuka, berbagi pendapat dan memberi informasi di waktu tidak terbatas untuk memperluas interaksi sosial masyarakat.

Namun tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial memiliki kelebihan dari media massa yang lain, yaitu karena media sosial memiliki arus komunikasi *Two Way Communication* dan *Multi Way Communication* yaitu artinya dengan memanfaatkan media sosial seorang komunikator dapat berinteraksi secara langsung bersama komunikannya. Apalagi antara komunikator bisa saling melakukan interaksi langsung walaupun kadang-kadang arus baliknya tertunda. Dilihat dari keunggulan yang dimiliki oleh media sosial, Platform Layanan kesehatan mental memaksimalkan media sosial sebagai media komunikasi kesehatan mental alat untuk mengirimkan informasi secara luas.

Penyebaran informasi dalam memanfaatkan media sosial tersebut juga didukung dengan terus naiknya jumlah penggunaan media sosial pada masa pandemi Covid-19. Di rata-rata masyarakat Indonesia telah menghabiskan 8 jam 52 menit setiap hari untuk mengakses media sosial seperti yang sudah di catat pada laporan perusahaan media asal Inggris *We Are Social*.

Selaras dengan data *We Are Social* tersebut dapat dinyatakan bahwa di tahun 2021 jumlah pengguna media sosial telah menyentuh angka 73,7%, sehingga meningkat sekitar 6,3% dari data yang lalu. Terdapat 6 aplikasi media sosial yang populer dan sering dipakai oleh masyarakat yaitu Instagram, Tiktok, Youtube, Whatsapp, Facebook, serta Twitter. Yang dapat mencakup khalayak

luas. Lewat media sosial yang lebih efektif dan efisien merupakan tujuan layanan kesehatan mental untuk menyebarkan edukasi dan informasi pada khalayak. Salah satu layanan kesehatan mental yang memanfaatkan media sosial sebagai media informasi dan edukasi kesehatan mental adalah Riliv.

Riliv adalah sebuah perusahaan *startup* yang merupakan pembuat platform layanan kesehatan mental *online* di Indonesia yang berbasis pembaruan dengan teknologi. Tak hanya memanfaatkan media konvensional semacam internet website, namun Riliv tersebut juga memanfaatkan media sosial untuk meluaskan jangkauan informasi kepada masyarakat. Riliv adalah layanan kesehatan yang mempunyai banyak ahli psikolog profesional berasal segala bidang. Bertujuan untuk menaikkan tingkat kesadaran kesehatan mental dan mensejahterakan masyarakat Indonesia lewat inovasi psikologi dan teknologi merupakan tujuan platform layanan kesehatan mental riliv.

Media sosial yang dipakai sebagai tempat pelayanan kesehatan mental riliv dalam menyebarkan informasi dan edukasi tentang kesehatan mental yaitu Instagram, Tiktok, Twitter, Youtube dan Facebook. Dari kelima media sosial yang dipakai oleh riliv tersebut memiliki ciri dan karakternya sendiri-sendiri. Media sosial layanan kesehatan mental riliv dengan nama akun yang sama semua @riliv di seluruh *platform* media sosialnya dan memiliki jumlah *followers* yang berbeda-beda.

Pada akun Instagram memiliki 371 ribu pengikut, Twitter sebanyak 89.959 pengikut, Tiktok sebanyak 354 ribu pengikut, di Youtube sebanyak 8 ribu pengikut dan Facebook 4,7 ribu pengikut. Dari ke lima platform media sosial



tersebut menunjukkan bahwa media ter populer dan memiliki banyak pengikut dalam media Instagram.

Alasan penulis memilih akun @riliv dalam penelitian ini adalah jika dibandingkan dengan akun Instagram sejenis yang sama-sama mengangkat tema kesehatan mental di Indonesia, akun @riliv memiliki beberapa keunggulan yaitu konsistensinya dalam memberikan informasi dan edukasi terkait kesehatan mental. Berdasarkan website resminya, Riliv menyatakan bahwa ia merupakan aplikasi kesehatan mental no.1 di Indonesia. Selain itu, penulis juga melihat bahwa akun Instagram @riliv memiliki jumlah pengikut lebih banyak. Berikut data pengikut dari akun yang sejenis dengan @riliv:



Gambar 2 Jumlah followers akun @temanbincang.id  
Sumber instagram @tamanbincang.id



Gambar 3 Jumlah followers akun @pijarpsikologi  
Sumber instagram @pijarpsikologi



*Gambar 4 Jumlah followers akun @dearmentalhealth*

*Sumber instagram @dearmentalhelth*



*Gambar 5 Jumlah followers akun @psycircle*

*Sumber instagram @psycrcle.id*



*Gambar 6 Jumlah followers akun @get.kalm*

*Sumber instagram @get.kalm*



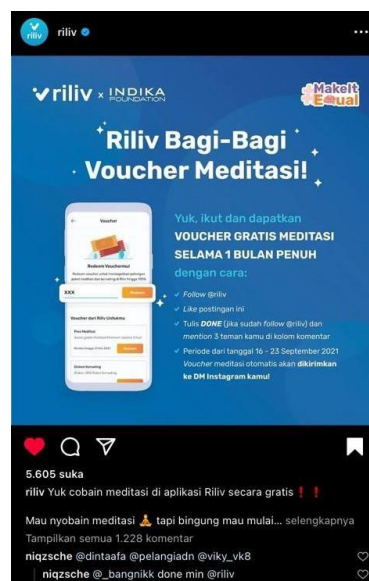
*Gambar 7 Profil instagram @riliv  
Sumber: instagram @riliv*

Media sosial Instagram adalah sebuah media yang terpendang sangat interaktif apalagi digunakan sebagai platform untuk layanan kesehatan mental. Dilihat dari interaktivitasnya aplikasi Instagram memiliki kemampuan untuk mempengaruhi masyarakat agar dapat ikut aktif dalam berinteraksi dalam mencari informasi atau menunjukkan rasa keingintahuan yang lebih besar kepada masyarakat terhadap sebuah informasi seperti postingan gambar, video atau reels . Akun media sosial Instagram @riliv juga menjadi media yang telah mendapat akuan keaslian dengan telah mendapatkan verifikasi resmi dari Instagram atau biasa disebut centang biru pada November 2019.

Kelebihan diatas dapat memudahkan semua orang untuk menemukan akun @riliv di platform media sosial seperti Instagram. Instagram @riliv juga adalah media sosial yang secara langsung dikelola oleh psikolog profesional. Instagram layanan kesehatan mental @riliv mengajak masyarakat untuk melakukan interaksi dengan mengirimkan sebuah konten informasi dan edukasi terkait

kesehatan mental. Konten interaksi yang dikirimkan lewat unggahannya dalam bentuk video foto, dan *reels* dapat langsung dianggapi oleh khalayak melalui fitur-fitur yang di ada di Instagram seperti *comment*, *like*, *direct message*, *mention*, bahkan *hashtag* dan lain-lain

Pada unggahan di Instagram @riliv memiliki berbagai unggahan yang beragam tentang kesehatan mental yang menimbulkan berbagai interaksi yang terjadi melalui fitur like, komentar, *tags* dan *highlight* yang digunakan untuk menyimpan unggahan melalui story Instagram pengelola akun itu sendiri. Dalam unggahan di akun @riliv rentang bulan Agustus-September 2021 dapat dilihat unggahan gambar riliv bagi-bagi voucher meditasi dengan jumlah penyuka 5.605 dan jumlah komentar 1.228 yang berisi antusiasme mereka dalam keinginan mendapatkan voucher meditasi tersebut, selain itu unggahan video tentang *Broken home* dari cuplikan video Youtube denny sumargo dan rachel venny dengan jumlah like 10.243 dan komentar 128.

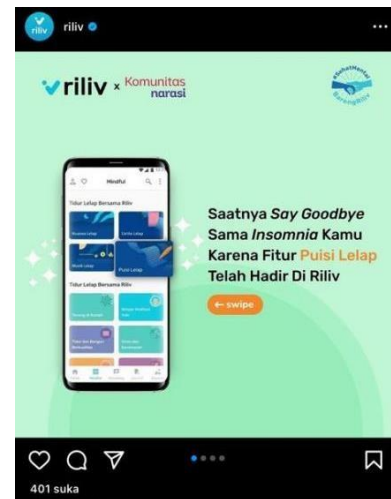


Gambar 8 Like dan Komentar pada akun @riliv  
Sumber: instagram @riliv



Gambar 9 Like dan Komentar pada akun @riliv  
Sumber: instagram @riliv

Adanya jumlah penyuka dan kometar postingan @riliv yang banyak, walaupun secara *follower* banyak tentu ada pula jumlah penyuka dan komentar yang sedikit. Pada bulan Agustus dapat dilihat unggahan yang mendapatkan jumlah penyuka sebanyak 402 dimana jumlah tersebut lebih sedikit dari jumlah penyuka pada unggahan lain, tidak sebanding dengan jumlah *followers* Instagram mereka yang banyak. Kemudian untuk unggahan yang mendapatkan jumlah komentar sedikit yaitu gambar tentang *Love Bombing* dengan jumlah komentar 10.



Gambar 10 Like dan Komentar pada akun @riliv  
Sumber: instagram @riliv

Hal lain yang dapat dilihat dari segi interaksinya yakni terdapat beberapa unggahan games yang mendapatkan banyak interaksi dimana para pengguna lain menjawab pertanyaan kuis yang diadakan oleh @riliv namun setelah adanya jawaban dari *audience* tidak terdapat interaksi ataupun pemberian jawaban dari pihak @riliv, jika dilihat dari interaktivitas yang terjadi kuis ini mendapat jumlah penyuka sebanyak 1,321 dan 97 komentar yang memberikan jawaban terhadap kuis yang diberikan oleh @riliv. Dari data tersebut dapat disimpulkan juga bahwa jenis postingan mempengaruhi jumlah interaksi pada akun @riliv.



Gambar 11 Like dan Komentar pada akun @riliv  
Sumber: instagram @riliv

Instagram dapat mempengaruhi pengguna lain untuk bisa lebih interaktif dalam mencari sebuah informasi atau untuk sekedar mencari tahu dari informasi yang berupa gambar ataupun video yang menarik yang diunggah oleh audiens lain dalam media (Fajri, 2017). Sepanjang pandemi Covid-19 media sosial telah dimanfaatkan untuk meningkatkan kesehatan mental bagi penderita gangguan kesehatan mental seperti dengan mencari support dari orang-orang yang sama-sama menghadapi masalah dengan mereka. Selain itu mereka juga mengoptimalkan layanan dukungan konsultasi *online* untuk mendengarkan keluhan masyarakat tentang kesehatan mental yang mereka rasakan. Sehingga sebagai platform layanan kesehatan mental, media sosial Instagram @riliv diharapkan lebih cepat dan tanggap dengan memberikan unggahan yang *ter-up to date* kepada *audience*.

Penyebaran informasi melalui media sosial Instagram @riliv sebagai layanan kesehatan mental yang memposting secara sering dan sesuai dengan konten yang sudah ditentukan, cepat dalam memberikan tanggap dalam merespon partisipasi

masyarakat di akun Instagram @riliv akan menjalin hubungan yang lebih erat dan mendapat kepercayaan tersendiri dari publik. Berdasarkan dari berbagai hal yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti dan melihat lebih dalam tentang “Interaktivitas akun media sosial Instagram @riliv sebagai media informasi dan edukasi kesehatan mental di Indonesia”

### **B. Identifikasi Masalah**

Sesuai dengan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, masalah yang diidentifikasi sebagai berikut:

1. Meningkatnya kasus kesehatan mental dimasa pandemi
2. Interaksi yang terjadi antara akun @riliv dengan *audience* yang tidak konsisten, jumlah komentar *audience* tidak sesuai dengan jumlah pengikut Instagram yang banyak.
3. Jenis postingan @riliv menentukan jumlah Interaksi
4. Riliv sebagai media konsultasi online no 1 di indonesia dan konsisten dalam unggahannya dibanding akun sejenis yang lain.

### **C. Batasan Masalah**

Pembatasan masalah penelitian perlu diberikan agar fokus terhadap pembahasan penelitian, maka dari itu penelitian ini akan berfokus pada interaktivitas @riliv selama memperingati bulan kesehatan mental.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan apa yang telah penulis uraikan sebelumnya, maka dalam penelitian kali ini rumusan masalahnya ialah

“Bagaimana Interaktivitas akun media sosial Instagram @riliv



sebagai media informasi dan edukasi kesehatan mental selama bulan kesehatan mental?”.

#### **E. Tujuan Penelitian**

Seperti pada rumusan masalah yang dipaparkan dalam penjelasan diatas, pada dasarnya memiliki tujuan penelitian yang ingin dicapai. Maka tujuan dalam penelitian ini yaitu: “Mendeskripsikan interaktivitas akun media sosial Instagram @riliv sebagai media informasi dan edukasi kesehatan mental di Indonesia”.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan membawa manfaat dari tujuan yang telah dikemukakan di atas, sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan kajian ilmu pengetahuan mengenai teori interaktivitas, khususnya pada mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi peneliti selanjutnya dan diharapkan dapat menjadikan bahan bacaan ataupun materi kepada para pembaca.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. Komunikasi

Komunikasi ialah satu dari beberapa kegiatan yang sangat penting bagi manusia dalam kehidupannya. Menurut bahasa, kata “komunikasi” asalnya dari bahasa Inggris “*communication*” memiliki kata dari bahasa latin “*communicare*” Weekly, (1967). Kata “*communicare*” mempunyai 3 makna yaitu “*to make common*” atau membuat sesuatu menjadi umum, “*cum + munus*” artinya saling memberi sesuatu sebagai hadiah, dan “*cum + munire*” berarti membangun pertahanan bersama.

Sementara itu, menurut istilah, ada ratusan penjabaran yang terlihat dan tidak terlihat dalam penggambaran pengertian komunikasi. Dari ratusan pengertian itu, terdapat beberapa arti menurut para pakar, seperti menurut Wilbur Shcram mengatakan bahwa komunikasi ialah pembentukan kesamaan arti antara 2 pihak yang sedang berkomunikasi. Dalam komunikasi bukan hanya saling tukar pandangan, tetapi juga memiliki cakupan yang lebih besar. Maksudnya, sebuah proses menyampaikan pesan dari seseorang ataupun badan yang berupaya mengubah pandangan atau tindakan kepada penerima informasi.

Selain itu, Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) mengatakan bahwa komunikasi ialah sebuah proses antara 2 orang maupun lebih untuk membuat perilaku tukar pendapat satu sama lain,

yang pada akhirnya juga tiba dalam definisi yang lebih dalam.

Menurut Shannon dan Weaver (1949) komunikasi merupakan wujud ikatan manusia yang saling memiliki pengaruh antara satu dengan yang lainnya, baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Tidak hanya terbatas dalam wujud komunikasi memakai bahasa verbal, tetapi juga dalam aspek mimik muka, lukisan, seni dan teknologi (Cangara, 2016).

Tipe-tipe komunikasi antara lain :

1. Komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*).

Komunikasi kepada diri sendiri ialah proses komunikasi yang berlangsung secara individu atau juga bisa dikatakan proses komunikasi bersama diri sendiri. Berlangsungnya proses komunikasi tersebut disebabkan terdapatnya individu yang memberikan makna kepada suatu objek yang dilihatnya atau dibesit dalam pikiran. Objek dalam hal ini terdapat dalam wujud benda, peristiwa alam, pengalaman, kebenaran yang memiliki makna terhadap manusia, yang ada di luar ataupun dalam diri individu tersebut.

2. Komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*).

Maksudnya komunikasi antar pribadi adalah proses komunikasi yang terjadi kepada 2 individu ataupun lebih yang dilakukan secara tatap muka, hal ini sama dengan pendapat R. Wayne Pace (1979) yang menyatakan bahwa "*interpersonal communication is communication involving two or more people in a face to face*

*setting*”. Berdasarkan sifatnya, komunikasi antar pribadi terdiri dari 2 macam, yaitu Komunikasi Diadik (*dyadic communication*) dan *komunikasi kelompok kecil (small group communication)*. Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang terjadi antara 2 individu melalui tatap muka secara langsung, komunikasi ini bisa dilaksanakan dalam 3 wujud, yaitu dialog, percakapan, dan wawancara. Sementara itu, komunikasi kelompok kecil ialah proses komunikasi yang terjadi antara 3 individu ataupun lebih melalui tatap muka secara langsung, di dalamnya para anggota saling interaksi satu sama lain.

3. Komunikasi publik (*public communication*). Komunikasi ini biasa dikatakan juga sebagai komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking*, dan komunikasi khalayak (*audience communication*). Dari berbagai sebutan tersebut, komunikasi publik ialah suatu proses berkomunikasi yang dilakukan secara tatap muka dengan menyampaikan pesan dari pembicara kepada pendengar yang lebih besar cakupannya.
4. Komunikasi Massa (*Mass Communication*). Komunikasi Massa bisa diartikan sebagai proses komunikasi yang terjadi dari sumber lembaga atau badan yang menyampaikan pesan kepada pendengar. Komunikasi ini biasa terjadi melalui alat-alat seperti radio, tv, koran, dan sebagainya.

Sangat pentingnya komunikasi dalam kehidupan yang membuat Harold D. Lasswell menemukan fungsi-fungsi komunikasi sebagai berikut:

1. Manusia bisa mengendalikan lingkungan yang ditempatinya.
2. Menyesuaikan diri dengan lingkungannya yang ditempati.
3. Membuat perubahan yang berbentuk warisan sosial kepada penerus di lingkungannya.

Komunikasi bisa diamati melalui berbagai dimensi, yaitu :

1. Komunikasi Sebagai Proses. Apabila komunikasi dikatakan sebagai proses, artinya ialah suatu aktivitas yang terjadi secara berubah-ubah. Sesuatu dikatakan proses jika memiliki aspek-aspek seperti gerak aktif, tidak tetap dan dinamis. Menurut Berlo (1960) dalam tulisannya yang berjudul *The Process of Communication*. Melalui konteks komunikasi antar pribadi, proses memperlihatkan terdapat aktivitas pemberian pesan dari individu terhadap orang lain. Selain itu, dilihat dari komunikasi massa, proses dilakukan dari penyatuan, pengolahan dan pendistribusian berita dari penerbit atau suatu lembaga TV kepada orang banyak.
2. Komunikasi Sebagai Simbolik. Sebagian besar atau bahkan hampir keseluruhan pernyataan manusia baik untuk diri sendiri atau untuk orang lain ditunjukkan melalui bentuk symbol. Korelasi antara pihak-pihak yang berpartisipasi dalam komunikasi ditentukan dari simbol atau lambang yang dipakai dalam komunikasi tersebut. Lambang bisa di lihatkan melalui wujud lisan ataupun tulisan (verbal) melalui isyarat khusus (nonverbal). Lambang

membawa pernyataan dan diartikan oleh penerima, karenanya mengartikan melalui symbol dalam sebuah komunikasi bukan hal yang mudah, tetapi merupakan masalah yang cukup besar.

3. Komunikasi Sebagai Sistem. Sistem selalu diartikan sebagai suatu kegiatan yang komponennya mendukung untuk saling interaksi satu sama lain dalam menciptakan luaran (Semprivo, 1982). Ataupun bisa dikatakan dengan sekumpulan unsur yang saling memerlukan satu sama lainnya. Komunikasi membutuhkan sifat yang teratur, yaitu mencakup keseluruhan, saling memerlukan, urut, mengendalikan diri, adil, dinamis, adaptif, dan mempunyai tujuan. Mencakup keseluruhan dikatakan bahwa seluruh unsur yang mengatur sistem itu ialah satu kesatuan yang integratif yang tidak dapat dipisah satu sama lain. Oleh sebab itu, dalam prosesnya seluruh unsur saling interaksi. Dari aspek bentuk sistem terdiri dari 2 jenis, yaitu sistem terbuka (*open system*) dan sistem tertutup (*closed system*). Sistem terbuka ialah sistem yang prosesnya terbuka dari pengaruh lingkungan yang terdapat di dekatnya. Sementara itu, sistem tertutup ialah sistem yang prosesnya dari pengaruh lingkungan di dekatnya.

4. Komunikasi Sebagai Aksi. Komunikasi dikatakan selalu melalui aksi, baik dari ucapan, tulisan, ataupun melalui isyarat. Sesuatu tanpa gerakan atau diam juga termasuk ke dalam suatu aksi. Oleh sebab itu, aksi ialah suatu perilaku yang dilaksanakan oleh individu, dimana ketika individu melakukan hubungan dengan individu lain itu termasuk dalam interaksi. Apabila perilaku aksi bersifat *linear* dilaksanakan oleh individu sebagai komunikasi, maka perilaku itu yang berinteraksi menuntut terjadinya timbal balik antara pihak

yang berpartisipasi dalam komunikasi. Dalam hal ini, komunikasi terdapat dalam kedudukan yang sama dan bisa saling memberi pengaruh satu sama lain.

5. Komunikasi Sebagai Aktivitas Sosial. Manusia selalu berupaya untuk memiliki hubungan interaksi dengan manusia lainnya. Usaha ini dilaksanakan untuk mengubah keasingan yang terjadi dan memiliki kemauan untuk mengetahui yang terjadi dalam luar diri (*communicationis human*). Interaksi antar manusia, dilaksanakan dengan tujuan terpenuhinya kebutuhan hidup, kepentingan pengutaraan diri untuk mengkomunikasikan persoalan-persolan sosial, politik, seni budaya, dan teknologi. Semua bisa dipenuhi dengan adanya komunikasi.

6. Komunikasi Sebagai Multidimensional. Berdasarkan multidimensional, komunikasi dibagi menjadi 2 tingkat, yaitu dimensi isi (*content dimension*) dan dimensi hubungan (*relationship dimension*). Dalam komunikasi antarindividu kedua dimensi ini selalu berpengaruh atau tidak dapat dipisahkan. Dimensi isi memperlihatkan pada kata, bahasa, dan informasi yang dibawa oleh pesan, sedangkan dimensi hubungan memperlihatkan komunikator bisa melakukan interaksi dengan lainnya.

## **2. Media Baru**

Berkembangnya teknologi komunikasi sekarang ini sangat pesat, dan perkembangan teknologi komunikasi digital menjadi penyebab munculnya sebuah media baru. Sejak tahun 1980-an, kemajuan gagasan

media baru telah membawa perubahan signifikan terhadap hipotesis media.

Media baru ialah sarana yang lebih interaktif dan menghasilkan pengetahuan baru mengenai komunikasi personal. Sarana baru bisa menghasilkan komunikasi dua arah dan demokratisasi, dari pada melalui sarana lawas yang hanya memungkinkan komunikasi satu arah. Ishwara, (2011) menyatakan bahwa internet ialah sarana baru yang mempunyai kelebihan dibandingkan media tradisional dalam hal kecepatan dan kemudahan penyebaran informasi dan berita. Sebagian besar teknologi yang disebut media baru adalah digital, dan menurut Feldman, (1997) media baru memiliki sifat mudah digunakan, jaringan, kuat, kompresibel, dan adil. Contohnya termasuk Internet, situs web, komputer multimedia, dan DVD.

Teori media baru Pierre Lévy menegaskan bahwa media baru ialah ilmu untuk menjelaskan perkembangan media. Dalam bukunya *Cyberculture*, Pierre Levy menyajikan teori media baru yang memandang *World Wide Web* sebagai ruang informasi yang terbuka, mudah beradaptasi, dan berubah-ubah yang memungkinkan manusia memperoleh wawasan baru dan berpartisipasi dalam dunia birokrasi berbasis komunitas yang lebih interaktif. Internet dan sarana baru lainnya menawarkan tempat pertemuan virtual yang berpotensi memperluas dunia sosial, menghasilkan pengetahuan baru, dan memfasilitasi berbagi wawasan. Meskipun media baru memberikan bentuk interaksi yang



memungkinkan kita untuk kembali ke hubungan pribadi dengan cara yang tidak mungkin dilaksanakan dengan sarana sebelumnya, namun tetap tidak sama dengan interaksi tatap muka.

Media baru menimbulkan interaksi dengan simulasi komputer dan individu lebih banyak berinteraksi dengan perantara komputer. Menurut (Mondry, 2008), “media baru” mengacu pada media yang memanfaatkan internet, berani berteknologi maju, mudah beradaptasi, interaktif, dan *online* yang dapat dioperasikan secara pribadi maupun publik. Serupa dengan pernyataan di atas, McQuail, (2011) merinci sifat-sifat media baru, termasuk saling akses dan interaktivitas kelompok sasaran individu sebagai penerima dan pengirim informasi. Sarana baru ialah campuran dari radio, film, televisi dan sarana lama lainnya.

Selain teknologi dan media baru yang menyampaikan simbol, media baru juga mencakup bentuk hubungan sosial yang dimungkinkan oleh teknologi baru. Menurut Hastjarjo, (2012), media baru merupakan perpaduan dari tiga C teknologi informasi dan komputasi, jaringan komunikasi, media digital dan konten informasi. Informasi yang ditransmisikan dalam bentuk konten digital melalui jaringan komunikasi disediakan oleh teknologi yang dimiliki oleh media baru. Evolusi teknologi komunikasi baru menunjukkan bahwa hubungan antara masyarakat dan teknologi setidaknya memiliki hubungan dua arah atau lebih. Individu dan kelompok sama-sama telah banyak memanfaatkan munculnya media baru untuk memfasilitasi proses komunikasi.

Dalam Rosana (2010), McQuail (2004) menguraikan beberapa karakteristik kunci yang menjadi pembeda sarana baru dari saranalama, adalah sebagai berikut :

a. Interaktivitas

Tingkat inisiatif dan respons pengguna media terhadap konten yang dihasilkan oleh pengirim pesan atau sumber.

b. *Social Presence (sociability)*

Pengguna yang berpengalaman dapat mengatur kendali pribadi dengan orang lain menggunakan media.

c. *Autonomy*

Pengguna merasa mereka memiliki kendali atas konten dan pemakaiannya, dan tidak bergantung pada sumbernya.

d. *Playfulness*

Kegembiraan Ditambah untuk hiburan dan kegembiraan.

e. *Privacy*

Privasi sehubungan dengan pemakaian sarana tertentu atau konten khusus.

f. *Personalization*

Setiap individu itu unik, dan setiap orang bisa memilih konten yang mereka butuhkan dan gunakan.

### 3. Interaktivitas

Dalam kamus bahasa Indonesia, kata “interaksi”, berarti berbuat, menghubungkan, mempengaruhi, dan saling aktif merupakan akar kata

dari interaktif. Interaksi merupakan pengertian sempit saling mempengaruhi (*mutual influence*), dan komunikasi adalah sebuah interaksi, sedangkan komunikasi interaktif ialah proses menyampaikan pesan, informasi dari pemberi kepada penerima disertai dengan respon ataupun jawaban komunikasi berupa timbal balik, baik secara langsung maupun melalui sarana. Umpan balik adalah tanggapan pada pesan yang diberikan komunikator ataupun sebaliknya. Umpan balik atau respon terhadap pesan merupakan elemen penting dari model komunikasi interaktif (Turner, 2008).

Komunikasi media massa dalam bentuk komunikasi interaktif mempunyai 2 arah informasi dan segmentasi publik bersifat tinggi. Dalam kajian komunikasi media baru, salah satu konsepnya adalah interaktivitas, interaktivitas bisa dikenal sebagai komponen dalam dunia cyber. Menurut McMillan, (2000), interaktivitas dapat diringkas sebagai "sesuatu yang berinteraksi melalui komunikasi tatap muka dan komunikasi yang dimediasi sistem komputer (*computer mediated communication*)."

Interaktivitas dikenal sebagai keahlian seseorang untuk melakukan interaksi secara langsung melalui komputer dan berefek pada setiap pesan. Interaktivitas ialah suatu proses komunikasi antar individu yang memiliki kemampuan untuk mengendalikan peran dan saling tukar peran selama berdialog. Interaktivitas adalah kapasitas untuk berpartisipasi aktif atau mengarahkan pesan media sebagai lawan dari menerimanya secara pasif. Hal ini menunjukkan bahwa ada aktivitas,

kontrol, dan partisipasi dalam interaktivitas (Klein, 2009).

Menurut Harper A. Roehm, (1999), tingkat keistimewaan suatu media, bukan dengan menghadirkan interaksi, tetapi juga sejauh manusia memiliki janji interaksi dengan orang banyak, menentukan tingkat interaktivitas media tersebut. Dari sudut pandang fungsional, tingkat interaktivitas didefinisikan sebagai kapasitas sistem untuk berkomunikasi dengan pengguna atau bertukar informasi antar *user to system*. Ada cukup bukti interaktivitas fitur dalam sistem. Makin tambah komponen yang ada didalamnya, makin besar pula interaktivitas tersebut (Sundar, SS, Kalyanaraman, S., & Brown, 2003).

Model Interaktivitas CMC, yang dibuat oleh Mahmoud, A. E., Auter, (2009), merupakan model komunikasi *online*, memiliki empat komponen penting: (1) pengguna (*user*) berperan untuk mengirim dan menerima, pengguna dapat berperan sebagai komunikator dan komunikan. (2) media (*medium*) adalah sarana yang memfasilitasi proses komunikasi dan interaksi antar pengguna. (3) Pesan, yaitu informasi mengenai makna pesan yang diberikan komunikator kepada komunikan melalui sarana yang digunakan. (4) Pengaturan komunikasi yang disesuaikan dengan preferensi peserta, termasuk lingkungan dan waktu komunikasi, dengan meninjau bahwa komunikasi *online* bersifat nyata. Lievrouw & Livingstone (2006), McMillan (2006) membagi interaktivitas ke dalam tiga dimensi berikut:

a. *User-to-user*

*User to user interactivity* memiliki ciri komunikasi “*send and respond*” yang berupa pesan singkat, moderator *chat*, dan forum diskusi antara pengguna dan *host* (pengelola situs).

b. *User to system*

Interaktivitas Pengguna ke Sistem mengacu pada tindakan seperti men-*download*, menghubungkan ke fitur jaringan tertentu, dan memencet tautan. Disebut komunikasi satu arah karena pengguna saling interaksi dengan fitur situs web. Contoh: berkomentar, menonton video (pemirsa) , memberi suka.

c. *User to Document*

Interaksi semacam ini berlangsung pada struktur yang dipecah menjadi pesan situs web. McMillan mengklaim bahwa interaksi ini melibatkan "pembuatan ulang" konten, yang mengacu pada cara host mempublikasikan atau memaparkan informasi yang dapat mengubah pesan dari situs web (Lievrouw & Livingstone, 2006). *User* mempunyai kesempatan untuk mengubah pesan sesuai dengan keinginan *user*. Contoh: pengguna meng-*upload* dokumen dari @riliv atau *admin* mengupload dokumen dari media lain. Pertukaran informasi dan transmisi pesan antar partisipan merupakan suatu interaktivitas. Refaeli, (1998), mengungkapkan bahwa ada tiga level interaktivitas, masing-masing berfokus pada hubungan antar pesannya, yaitu:

a) Komunikasi satu arah (*non-interactive communication*) ialah

proses komunikasi yang tidak membawa pesan yang berkorelasi atau tidak memiliki hubungan dengan pesan yang diberikan oleh pemberi pesan. Oleh sebab itu, pesan itu disebut pesan satu arah (*linear*).

- b) Reaktif (*quasi-interactive communication*) ialah interaksi yang berlangsung saat individu memberi pesan kepada individu lain dan individu lain tersebut membalas pesannya 1 kali.
- c) *full-interactive communication*, juga dikenal sebagai komunikasi interaktif penuh, adalah metode komunikasi di mana menuntut kedua belah pihak saling menanggapi pesan untuk menjaga proses komunikasi interaktif yang berlanjut ada koneksi antara satu pesan dengan pesan lainnya. Tukar pesan itu bisa menciptakan interaksi sebab komunikasi 2 arah menanggung aksi atau reaksi. Tanpa konektivitas, hubungan akan menjadi sirkular (Littlejohn, 2009).

Komunikator dan komunikan yang saling terkait terlibat dalam interaksi aktif yang dikenal sebagai komunikasi interaktif. Interaktivitas dalam komunikasi diciptakan oleh pertukaran informasi yang konstan antara komunikator dan komunikan. Dalam alur komunikasinya, komunikasi interaktif menggunakan media atau saluran untuk menyampaikan pesan. media sosial merupakan sarana baru yang dapat mendorong komunikasi yang lebih berjalan. Media sosial memfasilitasi pertukaran informasi dalam komunikasi interaktif dengan berfungsi sebagai tempat komunikasi informasi antara komunikator dan penerima.

#### 4. Instagram

Instagram merupakan sarana layanan untuk saling menyebarkan foto dan video yang memiliki kemungkinan user untuk membagikannya di platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan lainnya. Pengguna *Apple* dapat menggunakan aplikasi ini sejak debutnya pada 6 Oktober 2010 di *Apple Store*. Perusahaan Burbn Inc adalah *start-up* teknologi yang hanya berfokus pada aplikasi untuk ponsel. Terbukti Instagram telah mencapai 1 juta pengguna di akhir Desember 2010, lima juta pada Juni 2011, dan 150 juta foto pada Agustus 2011. Kesepakatan Facebook untuk mengambil alih Instagram dengan harga tunai dan saham hampir \$1 miliar diumumkan pada 9 April 2012. Sampai dengan tahun 2022 akan banyak perkembangan seperti logo dan fitur dimana akan ada beberapa bagian untuk membuat foto atau video yang diunggah lebih informatif:

a) *Caption*

Deskripsi yang disertakan dalam foto atau video yang diunggah meningkatkan karakter atau informasi yang ingin di sampaikan kepada pengikut tentang foto atau video tersebut.

b) Tagar Label (*Hashtag*)

Kata yang dimulai dengan simbol hash (#) dikenal sebagai tagar. Dengan label tertentu, pengguna Instagram dapat menemukan foto dengan cepat.

c) Lokasi

Dengan bantuan fitur lokasi pada Instagram, pengguna dapat

memberi tahu pengguna lain di mana foto mereka diambil, sehingga memudahkan pemirsa untuk melihat di mana tempat setiap konten yang sedang dilihat. Dwi Atmoko, (2012), menjelaskan bahwa meskipun Instagram disebut sebagai aplikasi untuk berbagi foto, Instagram tapi juga merupakan jejaring sosial karena dapat dipakai untuk melakukan interaksi dengan orang lain. Kita dapat terlibat dalam beberapa aktivitas di Instagram, antara lain:

a) *Follow*

Fitur ikuti digunakan untuk mengikuti atau berteman dengan *user* lain yang menurut kita menarik. Dengan mengikuti satu sama lain, pengguna akan mengetahui tentang informasi yang mereka bagikan satu sama lain.

b) *Like*

Pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dengan menyukai gambar atau video yang diunggah saat mereka melihatnya di *timeline*. Dapat dilakukan dengan dua kali ketuk pada mengunggah konten yang Anda sukai atau mengeklik tombol "*love*" yang terletak di bawah komentar pada keterangan. Selain *like* pada postingan pengguna Instagram juga bisa menyukai komentar-komentar yang ada di postingan tersebut dengan cara mengetuk tanda *like* di samping komentar.

c) *Komentar*

Fitur komentar merupakan bagian dari interaksi seperti



halnya fitur *like*, namun lebih hidup dan personal. Pengguna dapat mengungkapkan pikiran, pertanyaan, pendapat, pujian, saran, atau kritik mereka dalam kata-kata melalui komentar.

*d) Mention*

Fitur ini bisa digunakan untuk memanggil *user* lain, dapat diterapkan di bagian keterangan atau komentar. Dengan menyebut pengguna lain dengan mengetik "@" di kolom komentar konten yang diunggah, user dapat dengan mudah melakukan interaksi satu sama lain.

*e) Direct message (pesan langsung)*

Dengan fitur ini, kita dapat mengirim pesan, foto, video, dan lokasi ke satu orang atau grup kecil, memungkinkan interaksi yang lebih personal. Fitur yang membedakan Instagram dari platform media sosial lainnya adalah:

*a. Filter*

Elemen ekstra untuk mengedit foto dan video. Saat mengunggah foto atau video ke *feed Instagram* dan *Instagram Stories*, pengguna dapat memilih dari berbagai filter untuk menjadikan unggahan lebih menarik.

*b. Instagram story*

Elemen yang memungkinkan pengguna untuk membagikan moment sebagai foto atau video dan teks selama 24 jam yang kemudian akan menghilang, namun dapat dilihat kembali dalam riwayatnya, terdapat fitur arsip atau fitur sorotan di profil pengguna. Sebuah cerita

dapat dibagikan oleh pengguna dengan semua pengikutnya atau hanya sekelompok teman dekat tertentu atau close friend.

c. Siaran Langsung (*Live*)

Fitur yang satu ini adalah siaran langsung atau waktu yang nyata yang bisa dipakai sebagai promosi atau menginformasikan kepada *followers* tentang apa yang anda lakukan saat itu. Juga memungkinkan pengguna berinteraksi dengan menanggapi dan mengajukan pertanyaan kepada pengikut mereka serta melakukan siaran langsung bersama mereka.

d. Instagram TV

IGTV adalah salah satu fitur yang memungkinkan pengguna berbagi videolebih lama berdurasi hingga 60 menit. Berbeda dengan video di feed Instagram yang hanya bisa meng-*upload* video dengan waktu satu menit saja.

## 5. Kesehatan Mental

*Mental Health* ialah terbentuknya kesesuaian yang sungguh-sungguh antara fungsi jiwa dan terbentuknya adaptasi antara manusia dengan diri sendiri dan lingkungan. Kesehatan mental bertujuan untuk membentuk individu yang memiliki adab, bisa menghadapi apapun termasuk rintangan di hidupnya agar berjalan secara normal. Maka dari itu, penulis akan menjelaskan mengenai kesehatan mental dan bagian-bagiannya. Kesehatan mental ialah keadaan emosi dan psikologis yang baik, hal ini membuat seseorang bisa menggunakan keahlian kognisi

dan emosi dapat berfungsi dengan baik dalam lingkungannya, dan memenuhi kebutuhan hidup (Fatimah, 2019).

Keadaan jiwa setiap orang selalu berbeda-beda. Hal tersebut membuat topik kesehatan mental memiliki sifat darurat untuk diteliti dan dibicarakan sebab berkorelasi dengan potensi seseorang itu sendiri, keluarga dan lingkungan, serta lembaga-lembaga yang ada. Kesehatan mental diharapkan bisa utuh untuk pengoptimalan diri dari pihak yang memiliki kepentingan untuk menjalankan peran di kehidupannya.

Terdapat beberapa definisi mengenai kesehatan mental dan terdapat 3 ciri-ciri khusus jiwa yang sehat dan baik, yaitu sebagai berikut :

- a) Individu melaksanakan adaptasi dengan lingkungannya atau melaksanakan upaya untuk menguasai dan mengendalikan lingkungan sehingga aktif menerima kondisi sosial yang ada.
- b) Individu memperlihatkan kepribadian yang utuh, mempertahankan integrasi kepribadian yang konstan didapatkan dari efek pengaturan yang tidak pasif.

Individu memandang dunia dengan dirinya dengan benar, merdeka untuk kebutuhan pribadi. Sementara itu, Federasi Kesehatan Mental Dunia (*World Federation for Mental Health*) menjelaskan bahwa kesehatan mental ialah (1) Kesehatan mental sebagai keadaan yang dimungkinkan ada perubahan yang baik secara fisik, intelektual, dan emosi yang sesuai dengan keadaan individu lain. (2) Suatu lingkungan

masyarakat yang baik ialah masyarakat yang mengizinkan perubahan ini ke anggota masyarakat selain saat yang sama menanggung dirinya berubah lebih baik dan menghargai masyarakat yang lainnya (Madani, 2013).

Dalam konteks Federasi Kesehatan Mental Dunia diketahui secara jelas bahwa kesehatan mental bukan hanya dalam perspektif individu, tetapi juga untuk mendapat dukungan dari masyarakat untuk perkembangan secara optimal. Kesehatan jiwa pentingnya seperti kesehatan fisik, satu sama lain memiliki keterikatan, apabila fisik terdapat gangguan, maka kemungkinan jiwa atau psikis orang itu juga ikut terganggu. Sehat dan tidak sehat adalah keadaan bipsikososial yang bersatu di kehidupan manusia. Badan Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan bahwa kesehatan mental ialah keahlian dalam menyesuaikan diri seseorang dengan diri sendiri dan dengan lingkungan sekitarnya sehingga bisa merasa gembira, bahagia, tenang, bertindak dengan normal, serta bisa menghadapi dan menerima beberapa masalah hidup. Ada 2 hal yang bisa memiliki pengaruh kesehatan jiwa yaitu faktor dari dalam dan faktor dari luar.

Faktor dari dalam (*internal*) terdiri dari kepribadian, keadaan raga, perkembangan dan kematangan, keadaan jiwa, perbedaan ragam, cara menghadapi masalah kehidupan, tujuan hidup, dan keseimbangan untuk berpikir. Sementara itu, faktor dari luar (*eksternal*) terdiri dari keadaan sosial, ekonomi, politik, budaya, dll. Akan tetapi, yang paling mendominasi ialah faktor dari dalam, seperti yang dipaparkan bahwa ketenangan hidup, ketenangan mental, kebahagiaan batin tidak bergantung dengan faktor luar seperti keadaan sosial, ekonomi, politik,

budaya, dll. Namun, bergantung dengan metode dan sikap menghadapi hal tersebut.

Menurut Undang-undang No 3 Tahun 1966 yang dimaksud dengan "Kesehatan Jiwa" adalah kondisi mental yang sehat sesuai ilmu kedokteran sebagai komponen kesehatan yaitu, "Kesehatan Jiwa adalah suatu kondisi yang memungkinkan perkembangan fisik, intelektual dan emosional yang optimal dari seseorang dan perkembangan itu berjalan selaras dengan keadaan orang lain".

Arti kesehatan mental memiliki sifat-sifat yang serasi dan mmpedulikan semua aspek kehidupan manusia dan hubungan dengan orang lain. Maka dari itu, kesimpulannya kesehatan mental ialah salah satu integral dari kesehatan dan keadaan yang dimungkinkan berpengaruh dengan perkembangan fisik, jiwa, dan soisal seseorang yang maksimal dan sesuai dengan perkembangan individu lain. Individu yang kesehatan jiwanya atau mentalnya memiliki karakteristik antara lain :

1. Merasakan senang dalam dirinya serta
  - a) Dapat menghadapi keadaan.
  - b) Dapat mengendalikan rasa kecewa.
  - c) Puas dengan hidupnya.
  - d) Memiliki martabat yang wajar.
  - e) Mengatakan diri sendiri secara nyata, tidak dilebih-lebihkan dan tidak dikurang-kurangkan.
2. Merasakan nyaman memiliki hubungan dengan individu lain serta

Dapat menyayangi orang lain.

- a) Memiliki keterikatan pribadi yang statis.
  - b) Mampu menghormati pendapat individu lain yang beda.
  - c) Merasa menjadi bagaian dari suatu lingkungan.
  - d) Tidak melukai orang lain dan tidak pasrah jika ada yang melukai dirinya.
3. Dapat memenuhi ketentuan hidup serta
- a) Memutuskan tujuan hidup yang nyata.
  - b) Dapat memutuskan sesuatu.
  - c) Dapat menerima pertanggungjawaban.
  - d) Dapat mengonsep masa depan.
  - e) Mampu menerima pendapat dan hal baru.

Terganggunya kesehatan jiwa ialah keadaan seseorang yang mempunyai indikasi gangguan mental. Ada beberapa hal yang menjadi sebab adanya gangguan jiwa pada seseorang, gangguan jiwa ini terbagi menjadi 3 macam sebab yaitu, faktor Somatogenic, Psikogenik, dan Sosiogenik.

Faktor Somatogenic yang meliputi neroanatomy, nerofisiologi, nerokimia, tingkat kematangan dan perkembangan organik, dan faktor-faktor pre dan perinatal. Faktor psikogenik terdiri dari hubungan ibu dan anak yang abnormal seperti hilangnya rasa kepercayaan, peran seorang ayah, persaingan saudara kandung, intelegensi, hubungan di keluarga, profesi dan masyarakat, timbul sara kecemasan karena kehilangan, stress, perasaan malu, pola penyesuaian diri dan pembelaan untuk reaksi dalam bahaya dan tingkat

perubahan emosional.

Faktor Sosiogenik di dalamnya ada kesetimbangan keluarga, pola asuh anak, keluarga dengan tingkat emosional yang tinggi maupun rendah, tingkat pendapatan, tempat tinggal, persoalan golongan minoritas, sarana kesehatan, edukasi, sejahtera atau tidak, pengaruh religi, dan suatu nilai yang dijadikan pegangan.

Semua faktor itu dikenal bahwa sebab gangguan jiwa bukan hanya dikarenakan satu faktor, sebab sifat seseorang yang utuh dimana diri seseorang ialah sebuah kesatuan, maka dari itu bisa dimungkinkan bahwa sebab gangguan jiwa adalah campuran dari 3 macam dengan 1 macam sebab utamanya.

## **B. Kajian Pustaka**

Pertama, Skripsi yang berjudul Interaktivitas Netizen Via Instagram Mengenai Parenting Islami dalam Akun @arkhairan, yang ditulis oleh Indriana Rara Subadra (Subadra, 2016), Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Interaktivitas *User to System*, *user to document* yang meliputi aktivitas-aktivis, reaktivitis (respons netizen) dalam konten akun @arkhairan tersebut, dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan hasil penelitian yang menemukan adanya interaktivitas @arkhairan yaitu *user to system* terdapat *link* pada bio yang dapat diakses oleh pengguna lain, *user to user* memperlihatkan interaksi pada kolom komentar dan *user to document* yaitu terdapat *user* lainnya yang merepost konten @arkhairan. Selain itu tanggapan baik dan buruk pada kolom komentar juga dikemukakan dengan

presentase 2-3. respon buruk. Persamaan studi ini dengan studi terdahulu yaitu sama-sama memakai teori Interaktivitas untuk mendiskripsikan dan menganalisa media sosial yang digunakan oleh suatu lembaga atau perusahaan. Perbedaan penelitaian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu subjek penelitian yaitu menggunakan akun Instagram @riliv.

Kedua, Pemanfaat Media Sosial Instagram Akun @riliv Sebagai Sarana Informasi Kesehatan Mental Bagi Followersnya. yang ditulis oleh Lorensia Karolin, Program Studi Ilmu Komunikasi (Jurnalistik), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional Jakarta. Studi ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana Pemanfaatan Instagram menjadi Sarana Informasi Kesehatan Mental oleh akun @riliv dan bagaimana manfaatnya untuk para pengikutnya. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori *New Media*. Penelitian ini menggunakan metode Penelitian Kualitatif yang bersifat Deskriptif. Penelitian ini akan memperlihatkan bagaimana cara akun @riliv memanfaatkan Instagram sebagai sarana membagikan informasi seputar Kesehatan Mental dan bagaimana manfaatnya bagi para pengikutnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa akun @riliv memanfaatkan dengan baik fitur-fitur yang ada pada Instagram seperti *Feeds, Instagram Stories, Comment, Like, Reels, Polling, dan Direct Message* sehingga mampu menyampaikan informasi Kesehatan Mental kepada *followers* dari akun @riliv. Persamaan penelitian yakni sama-sama meneliti Instagram @riliv, perbedaan penelitaian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu subjek penelitian yaitu interaktivitas akun instagram dengan pemanfaatan.

Ketiga, Jurnal yang berjudul Interaktivitas Website di Biro Humas dan



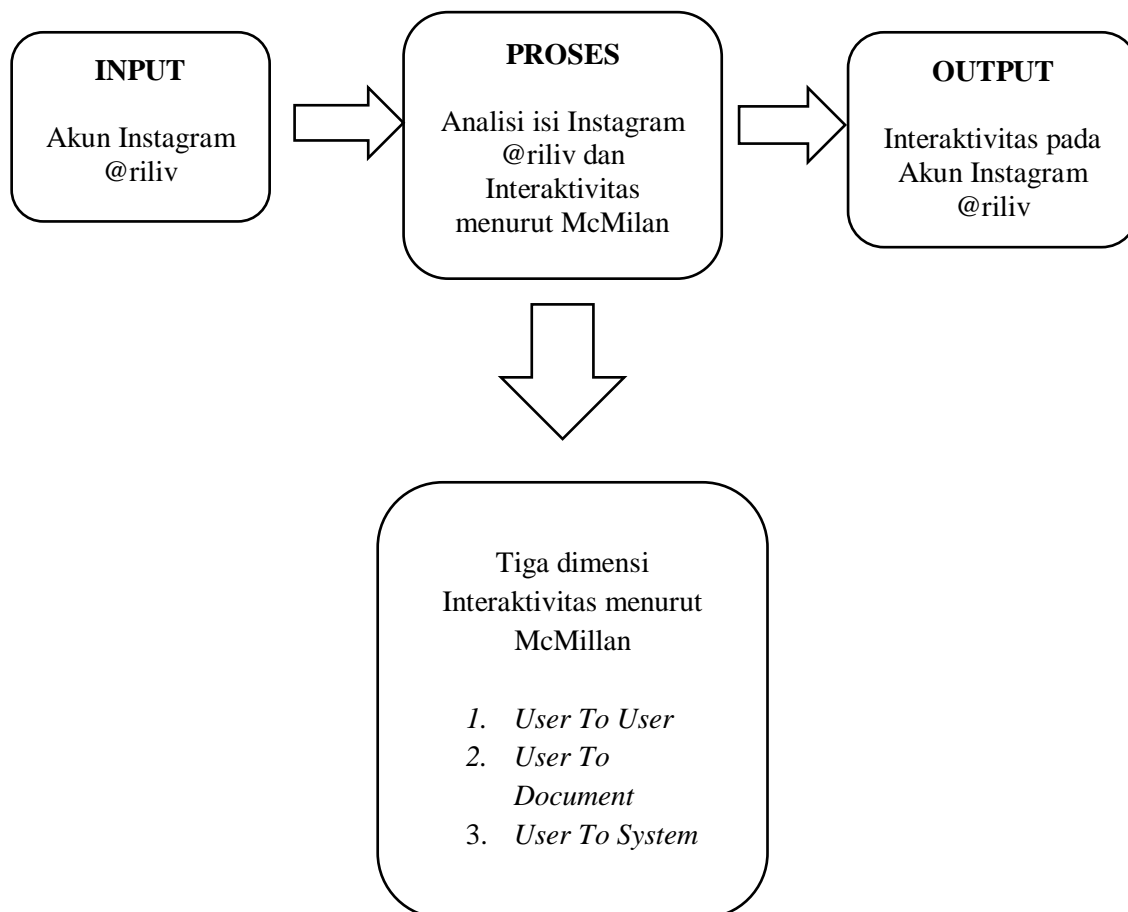
Protokol Pemerintahan Provinsi Kepulauan Bangka yang ditulis oleh Peni Oktariana & Nathalia Perdhani Soemantri (Oktariana & Soemantri, 2016), menggunakan teori Dholakia dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Hasil studi ini memperlihatkan bahwa *public relations* di biro humas dan protokol telah mulai melaksanakan integrasi dengan web. Hal itu ditandai adanya staf yang bisa menjawab pertanyaan orang banyak, data diperbarui setiap hari, dan telah menambah komponen seperti video yang diharapkan bisa membuat pengunjung dapat kembali lagi. Akan tetapi, studi ini menemukan bahwa di website biro humas dan protokol pemerintah tersebut hanya terdapat satu unsur dari enam unsur penting yang terdapat pada website yaitu *user control* dan dari satu komponen yang ada hanya fitur waktu saja. Fitur bebas dalam memilih bahasa, bebas memilih jenis teks, dan mesin pencari yang juga terdapat dalam komponen *user control* belum ada pada website tersebut. Hal tersebut memperlihatkan bahwa belum ada interaksi di web Biro Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Perbedaan penelitian yakni pada media interaksi yang diteliti, namun sama-sama meneliti objek berupa interaktivitas.

Keempat, Pengaruh Konseling Online Self-Help Melalui Penggunaan Aplikasi Riliv Terhadap Kesejahteraan Psikologis Pada Mahasiswa yang ditulis oleh Winatan Priseratanti, Program Studi Bimbingan dan Konseling, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung. Studi ini memiliki tujuan sebagai penganalisis pengaruh konseling *online self-help* lewat aplikasi Riliv terhadap kesejahteraan psikologis pada mahasiswa. Metode penelitian yang dipakai adalah kuantitatif. Populasi penelitian ialah mahasiswa Universitas Lampung yang

melaksanakan konseling *online self-help* melalui penggunaan Aplikasi Riliv. Sampel penelitian ini ialah mahasiswa yang memakai Aplikasi Riliv berjumlah 25 orang. Keunggulan dari aktivitas *self-help* secara *online* ialah anonimitas, keanekaragaman, otonomi, altruisme, pertukaran informasi, keuntungan biaya, universalitas, keuntungan psikologis dan aksesibilitas, sedangkan kelemahan pada kegiatan *online self-help* adalah ketakutan identitas, kurangnya kontak impersonal, dan kendala teknis.

Kelima, Pengaruh Media Sosial Literasi Kesehatan Mental “Riliv” Terhadap Self-Diagnosis Mahasiswa FIP UPI oleh Assyifa Nur Pratama, Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia. Pada penelitian ini dilatarbelakangi oleh penggunaan media sosial sudah menjadi sebuah kebutuhan dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi dalam berbagai aktivitas sehari-hari, salah satunya kebutuhan informasi mengenai kesehatan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial literasi kesehatan mental Riliv terhadap *self-diagnosis* pada mahasiswa FIP UPI, dan untuk mengetahui tanggapan mahasiswa FIP UPI terhadap akun media sosial Riliv sebagai akun media literasi kesehatan mental. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif. Pada hasil penelitian ini diharapkan dapat mahasiswa dan pustakawan mampu mengelola informasi dengan sebijak mungkin. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada metode penelitian yang menggunakan penelitian kuantitatif.

### C. Kerangka Berpikir



Gambar 12 Kerangka Berpikir  
Sumber: teori McMillan 2006

Hipotesis dasar pada studi ini adalah penulis merumuskan adanya interaktivitas yang berlangsung di akun sosial media Instagram @riliv sebagai sarana informasi dan pendidikan untuk kesehatan jiwa di Indonesia. Untuk menghasilkan suatu interaktivitas harus terdapat alur komunikasi dengan unsur penting dalam CMC *Interactivity model*, (Mahmoud dan Auter, 2009). @riliv sebagai *user* (pengirim platform layanan kesehatan mental *online* @riliv).

Atas dasar pola interaktivitas menurut McMillan (2006) *User to user: user* dengan *admin* @riliv *user* dengan *user* lain interaksi berlangsung di kolom

komentar *user to system*: *User* dengan fitur dalam sistem akun Instagram @riliv Interaksi dengan menyukai postingan, berkomentar, melihat, *hyperlink*. *User to document*: Pengguna *admin (host)* dengan dokumen. Menghasilkan ulang dengan mengubah pesan selaras dengan kebutuhan dalam penggunaannya. Uraian gambaran interaksi dalam akun media sosial Instagram @riliv untuk sarana informasi dan pendidikan kesehatan jiwa. Adanya interaksi pesan, menghasilkan informasi yang berhubungan dengan informasi dan wawasan kesehatan jiwa sebagai pesan yang lalu diteruskan kepada khalayak umum sebagai *user*.

Pada proses menyampaikan informasi itu tentu akan menimbulkan interaksi di media sosial dimana penerima pesan akan merespon dari informasi itu yang bisa membutuhkan tanggapan balik atau tidak, dan juga sebaliknya. Namun, penyebaran selaras dengan lingkungan dan waktu sesuai dengan kemauan *user*. Interaksi yang ada di Instagram @riliv dimungkinkan terdapat 3 dimensi interaksi menurut McMillan (2006) yakni: *user to user*, *user to system*, serta *user to document*.

Interaktivitas *User to user*, komunikasi antar pengguna atau pengguna dengan *admin* (pengelola situs) dalam kolom komentar yang dimungkinkan adanya *interaksi reaktif*, *non-interaktif* dan *full interaktif*. *User to system*, interaktivitas yang artinya interaksi *user* dengan sistem akun Instagram contohnya menyukai dan berkomentar, *views* serta klik *link* hyperlink ke fitur tertentu. *User to document* merupakan wujud interaksi yang berlangsung dalam konstruksi bisa terbagi dalam pesan *website*, contohnya seperti bagaimana pengguna atau *admin* @riliv berinteraksi memakai sebuah dokumen dengan cara meng-*upload* atau *share* kiriman yang sudah *di-upload* oleh akun Instagram lain. sehingga dengan begitu

dapat dilihat uraian, gambaran interaktivitas yang dilaksanakan pada akun media sosial Instagram @riliv menjadi akun media informasi dan edukasi kesehatan jiwa di Indonesia.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis isi. Menurut Moleong, (2005), pendekatan deskriptif kualitatif merupakan sebuah pendekatan penelitian dimana data yang terkumpul berupa kata-kata atau gambar bukan sebuah angka.

Sedangkan analisis isi adalah teknik penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menarik kesimpulan secara sistematis dan objektif dari media Instagram yang dapat memposting tulisan dengan gambar yang memungkinkan digunakan @riliv sebagai alat interaktif.

Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk memastikan bahwa pengumpulan data adalah faktual, dan akurat. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana interaktivitas akun Instagram @riliv sebagai media informasi dan edukasi kesehatan mental di Indonesia. Dengan begitu, penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu analisis isi.

#### **B. Subjek dan Objek Penelitian**

Adapun subjek dan objek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini yaitu:

##### **1. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan tempat variabel melekat. Subjek penelitian adalah tempat pengumpulan data variabel penelitian diperoleh (Suharsimi, 2010).

Subjek dari penelitian ini yaitu akun Instagram riliv @riliv.

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah masalah yang diteliti. Menurut Sugiyono, (2015) objek penelitian adalah suatu atribut dari seseorang, kegiatan dengan variasi tertentu yang peneliti terapkan dalam penelitiannya untuk menarik suatu kesimpulan. Objek penelitian ini adalah interaktivitas yang terjadi dalam akun Instagram @riliv dengan *follower* di Instagram.

## C. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian akan dilakukan pada akun Instagram @riliv, untuk waktu penelitian akan dilakukan pada bulan Agustus 2023, sampai semua data yang dibutuhkan terpenuhi.

Tabel 2 Waktu Peneliiian

No	Jenis Kegiatan	Juni 2023				Juli 2023				Agustus 2023				September 2023				Desember 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal																				
3	Observasi dan Pengumpulan Data																				
4	Penyusunan Laporan																				

5	Ujian  Munaqosah																									
---	------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

#### D. Sumber Data

Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan sebuah informasi mengenai data, berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu primer dan sekunder.

##### 1. Data Primer

Menurut Sugiyono, (2016) Data primer adalah sumber data yang menyediakan data secara langsung kepada pengumpul data. Data yang dikumpulkan peneliti yaitu observasi dilihat langsung sumber penelitian yaitu observasi langsung dari akun Instagram riliv, data primer penelitian ini berupa data seperti tulisan atau kata disertai gambar yang diunggah dalam postingan Instagram dan video akun Instagram @riliv.

##### 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2018) data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung menyediakan data kepada pengumpulan data. Misalnya, lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah dokumentasi.



## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini, meliputi :

### **1. Observasi dan pengamatan**

Yaitu suatu teknik atau metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi mengacu pada kegiatan mencatat dengan cermat fenomena yang terjadi, mempertimbangkan hubungan antar aspek fenomena yang muncul dan mempertimbangkan hubungan antar aspek fenomena tersebut. Observasi memberikan informasi untuk mendapatkan wawasan tentang suatu masalah atau sebagai alat untuk memverifikasi atau membuktikan informasi atau data yang diperoleh (Syaodih, 2013). Peneliti dalam hal ini menggunakan teknik observasi secara langsung, dalam artian bahwa peneliti melakukan pengamatan secara langsung dan analisis terhadap Interaktivitas akun Instagram @riliv sebagai media informasi dan edukasi kesehatan mental di Indonesia.

### **2. Dokumentasi**

Menurut Sugiyono, (2018) dokumentasi adalah metode untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk laporan dan informasi pendukung penelitian seperti buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar. Dokumentasi melengkapi penggunaan metode observasi dan jika didukung oleh foto, buku, dokumen dan teks, menjadikan metode

observasi dapat dipercaya atau mempunyai kredibilitas.

#### **F. Teknik Keabsahan Data**

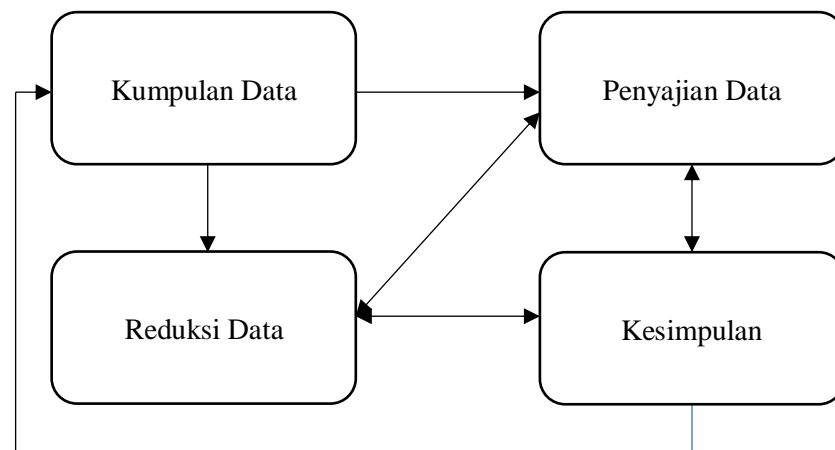
Teknik keabsahan data ini digunakan untuk menguji kebenaran ataupun ketetapan dari data yang telah diteliti dengan apa yang dilihat melalui observasi. Penelitian validalitas data ini diukur dengan menggunakan teknik triangulasi. Pemeriksaan keabsahan data melalui metode teknik triangulasi bertujuan untuk cek dan membandingkan data dengan memanfaatkan data yang lain.

Data lain yang dapat digunakan dalam jurnal Hadi, (2016), perbandingan ini dilakukan dengan membandingkan data dari sumber yang berbeda untuk mengetahui validitas dari kedua data yang dibandingkan. Contoh dari penggunaan keabsahan ini misalnya perbandingan antara data hasil observasi dengan data yang dimiliki oleh studi pustaka yang telah ada. Sehingga, teknik ini dilakukan sebagai pendukung dari bukti data atau dokumen yang telah ditemukan.

Penggunaan triangulasi data pada penelitian ini akan dilakukan dengan mengamati unggahan yang ada pada Instagram @riliv bulan Oktober 2021. Dari hasil pengamatan ini kemudian di cek atau dibandingkan dengan teori yang telah digunakan kemudian diwujudkan dalam bentuk deskripsi. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan hal pokok yang ada dalam penelitian ini.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan saat pengumpulan data berlangsung sampai setelah pengumpulan data selesai pada periode tertentu. Analisis data ini akan berlangsung secara terus menerus hingga data yang diperoleh tuntas dalam analisisnya. Sugiyono, (2015), dalam analisis data ini ada 3 (tiga) komponen analisis yakni



Gambar 13 Komponen analisis Data

### 1. Reduksi Data

Data yang telah didapatkan berjumlah banyak sekali, sehingga kegunaan analisis data melalui reduksi data ini yakni untuk dirangkum agar lebih rinci dan fokus mendapatkan data pokok yang selanjutnya akan digunakan. Hal ini dilakukan agar peneliti mendapatkan gambaran yang jelas dalam pengumpulan data untuk kemudian melanjutkan pengumpulan data lainnya. Seperti yang ada pada gambar dimana langkah dari adanya kumpulan data untuk direduksi (Sugiyono, 2015)

## **2. Penyajian Data**

Langkah selanjutnya dari kumpulan data direduksi yakni data disajikan melalui uraian singkat, bagan ataupun lainnya. Namun, menurut Miles Huberman, penyajian data kualitatif lebih sering disajikan dalam bentuk teks naratif atau disarankan juga menggunakan grafik, matrik, chart atau jejaring kerja untuk mengetahui apakah peneliti sudah memahami apa yang disajikannya (Sugiyono, 2015).

## **3. Penarikan Kesimpulan**

Langkah terakhir yang dilakukan dalam analisis data yakni penarikan kesimpulan awal yang masih bersifat sementara dan dapat berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung tiap pengumpulan data selanjutnya, namun kesimpulan akan dinilai kredibel apabila peneliti mengemukakan kesimpulan di awal disertai bukti-bukti valid dan peneliti konsisten dalam pengumpulan data saat kembali ke lapangan (Sugiyono, 2015).

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum

##### 1. Profil Akun Instagram @riliv

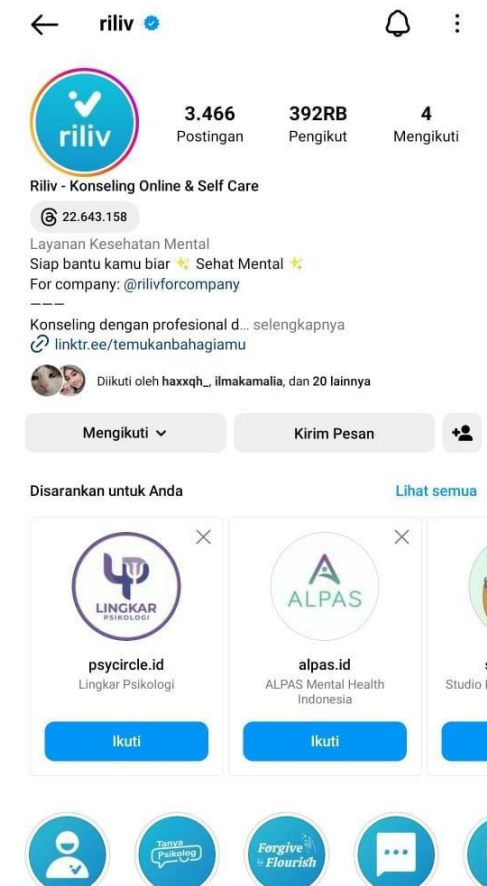
Pada mulanya, riliv merupakan layanan kesehatan mental berbasis *technology* yang sangat mendukung *self-help*. Riliv menggunakan metode meditasi dan konseling, yang dilakukan secara *online* dengan psikolog profesional dengan visi '*to create peace of mind and smile all over the world*'.

Riliv lahir setelah adanya observasi di lingkungan sekitar terkait banyaknya orang yang membagikan masalahnya di media sosial, alih-alih mendapatkan dukungan justru mereka mendapatkan cacian dari orang-orang yang memberi tanggapan di sosial media mereka. Selain itu, menurut WHO, di dunia ini setiap 4 detik terdapat satu orang meninggal dunia dikarenakan bunuh diri akibat depresi.

Pelaku dari observasi tersebut ialah Audrey Maximillian Herli dan Audy Christoper Herli, yang merupakan pendiri Riliv pada tahun 2015. Hingga kemudian riliv menggunakan media sosial terutama Instagram sebagai media informasi dan edukasi untuk kesehatan mental di Indonesia. Akun Instagram @riliv mulai dibuat pada bulan Juni 2015 dan terverifikasi pada November 2019.

Hingga saat ini, akun Instagram @riliv memiliki ciri khas *tone* warna dalam logo nya yaitu identik dengan biru putih. Juga terdapat lambang huruf

‘V’ diikuti dengan tulisan riliv I bawahnya. Akun Instagram @riliv memiliki jumlah *followers* sebanyak 392.000 akun dengan 3.466 postingan yang berisikan edukasi terkait kesehatan mental.



Gambar 14 Tampilan Laman Instagram Akun @riliv

Sumber: instagram @riliv

## 2. Visi dan Misi

Visi:

Mewujudkan ketenangan pikiran dan menorehkan senyuman pada semua orang.

Misi:

Menyediakan layanan dan edukasi kesehatan mental dengan cara yang efektif, efisien, dapat diakses kapan saja dan dimana saja.

### **3. Metode Pendekatan yang Digunakan**

- a) *Meditation* atau meditasi untuk meningkatkan perasaan positif
- b) *Exercise*: Olahraga rutin untuk menurunkan stress
- c) *Resting*: Membentuk pola istirahat yang teratur dan berkualitas.
- d) *Reading*: Sehat mental dengan segala input yang baik
- e) *Counseling*: Diskusi dengan psikolog terpercaya riliv.

## **B. Sajian Data**

### **1. Fitur-fitur yang Digunakan Akun Instagram @riliv**

Jika dilihat dari laman Instagram @riliv, akun edukasi untuk kesehatan mental ini menggunakan beberapa fitur dalam media sosial Instagram seperti:

- a. Peletakan *link* pada bio Instagram

Peletakan *link* pada bio Instagram bertujuan mengarahkan *followers* untuk juga mengunjungi *web* induk dari riliv, guna melakukan konseling secara *online*.

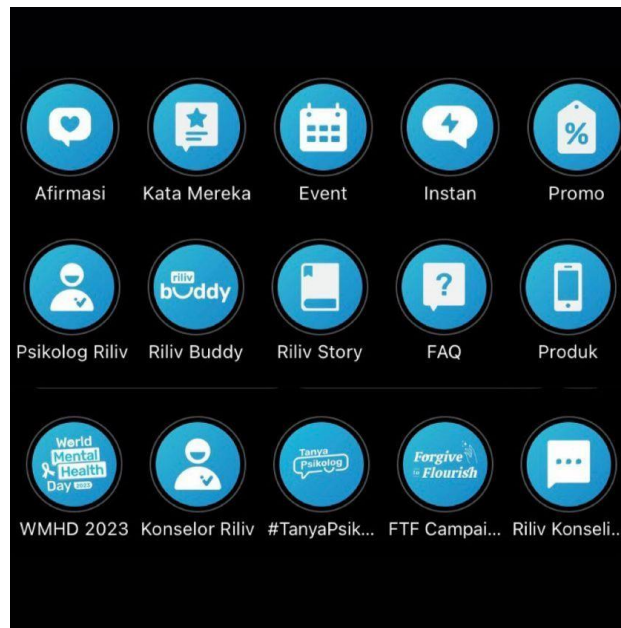


Gambar 15 peletakan link pada bio instagram @riliv  
 Sumber: instagram @riliv

#### b. Story highlight

Akun Instagram @riliv menggunakan fitur ini guna menyimpan stories atau cerita pada highlight agar tidak hilang dalam waktu 24 jam, dan akan tetap bisa dilihat oleh pengikut Instagram lainnya. Biasanya *story highlight* digunakan untuk menyimpan data terkait konseling dan psikolog dari riliv sendiri, *event*, promo, dan produk-produk Riliv sendiri, dan hal menarik lainnya.

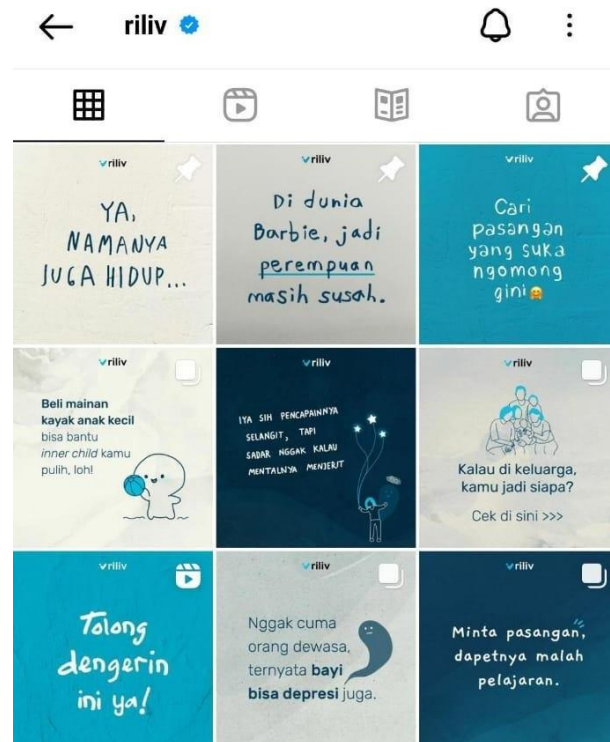




Gambar 16 penggunaan fitur highlight  
Sumber: instagram @riliv

### c. Feed

*feed* atau *post* yang mencakup pada gambar dan tulisan. Instagram merupakan sarana untuk membagikan foto, gambar, maupun video pada pengikut akun. Karena letak fitur *feed* yang berada langsung pada laman profil, maka *feed* akan bisa langsung dilihat oleh *followers* baru maupun lama. Disinilah wadah bagi akun @riliv untuk membagikan edukasi terkait kesehatan mental, yang dapat dilihat oleh semua *followers* baru maupun lama, dan siapapun yang mengunjungi akun @riliv.



Gambar 17 pengunggahan feed pada profil Instagram @riliv  
 Sumber: instagram @riliv

#### d. Reels

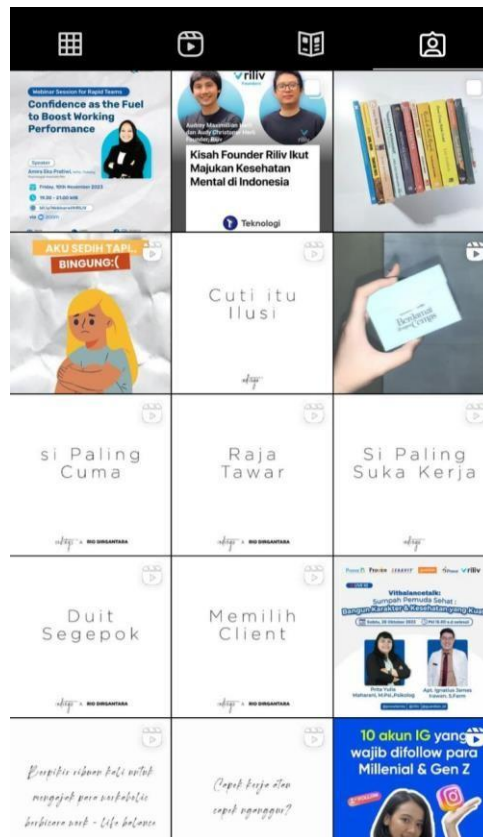
Penggunaan fitur *reels* pada Instagram, yang menjadi sasaran utama ialah untuk membagikan video, baik kepada *followers* maupun yang bukan *followers* akun @riliv. *Reels* sendiri merupakan fitur baru dalam Instagram, yang dapat menjangkau banyak akun-akun lainnya, tergantung pada seberapa menarik konten yang dibuat.



Gambar 18 Postingan Reels  
Sumber: instagram @riliv

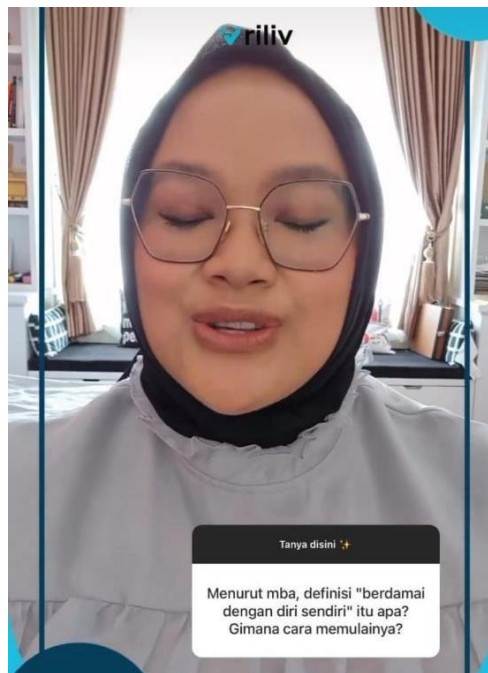
#### e. Tag

*Tag* atau penandaan merupakan fitur dimana akun-akun lain dapat menandai akun @riliv dalam unggahannya. Sehingga orang lain yang melihat unggahan tersebut dapat mengetahui, bahwa aktivitas yang dilakukan bersama riliv. Biasanya *tag* dari *followers* @riliv, menandai pada suatu *event*, kegiatan konseling, maupun pada unggahan edukasi kesehatan mental lainnya.



Gambar 19 Tag kepada akun @riliv  
Sumber: instagram @riliv

Dalam setiap unggahan *story* nya, akun Instagram @riliv juga sering menggunakan jenis komunikasi dua arah, dengan menggunakan fitur yang membuat *follower*- nya dapat memberikan pendapat maupun jawaban dari *viewers story* tersebut



*Gambar 20 Contoh penggunaan komunikasi dua arah  
Sumber: instagram @riliv*

f. Suka dan Komentar

Fitur suka digunakan oleh pengguna untuk menyukai unggahan yang telah dikirim oleh pemilik akun. Sedangkan fitur komentar digunakan untuk memberikan pendapat kepada pengguna lainnya ataupun saling berbalas pendapat. Pada komentar dengan pelanggan, RILIV melakukan dengan tidak insentif karena hanya beberapa komentar saja yang mereka balas.



Gambar 21 Contoh komentar yang menandai akun lainnya  
Sumber: komentar instagram @riliv



Gambar 22 Contoh komentar yang menandakan sependapat dengan isi konten  
Sumber: komentar instagram @riliv

## 2. Jenis Unggahan pada Bulan Kesehatan Mental

Tabel 3 Unggahan Instagram @riliv bulan Oktober 2021

No.	Tanggal Unggahan	Jenis Unggahan	Jumlah Like	Jumlah Komentar
1.	1 Oktober 2021	Mengenal arti <i>mental health</i>	1.330	3
2.	1 Oktober 2021	Mengenal bermacam-macam emosi	2.214	54
3.	2 Oktober 2021	Pesan untuk anak pertama	8.080	139
4.	2 Oktober 2021	<i>Control Freak</i>	1.915	24
5.	3 Oktober 2021	<i>Healthy and toxic fan</i>	1.595	12
6.	3 Oktober 2021	Berdamai dengan rasa duka dan kehilangan	3.814	40
7.	4 Oktober 2021	Penanganan untuk teman yang depresi	2.484	24
8.	4 Oktober 2021	Rasa tidak nyaman saat memikirkan pekerjaan	1.184	6
9.	5 Oktober 2021	Durasi konseling	1.756	6
10.	5 Oktober 2021	<i>Emotional Numbness</i>	3.068	25
11.	6 Oktober 2021	<i>The power of mindset</i>	3.247	14
12.	6 Oktober 2021	Depresi	6.232	50
13.	7 Oktober 2021	Kesenderian vs kesepeian	4.966	17
14.	7 Oktober 2021	Masalahmu dijadikan adu nasib oleh orang lain	2.293	12
15.	8 Oktober 2021	Pentingnya menjaga kesehatan mental	1.622	3
16.	8 Oktober 2021	Cara menjadi pendengar yang baik	3.605	15

17.	9 Oktober 2021	<i>Self-sabotage</i>	13.981	140
18.	9 Oktober 2021	Menangis baik bagi kesehatan	5.759	51
19.	10 Oktober 2021	<i>Cyberbullying</i>	1.320	96
20.	10 Oktober 2021	<i>Poster World mental health day</i>	12.629	85
21.	11 Oktober 2021	<i>Avoidant personality disorder</i>	5.853	56
22.	11 Oktober 2021	<i>Mentally and physically abused</i>	3.832	33
23.	12 Oktober 2021	Cara agar perjalanan menjadi menyenangkan	695	0
24.	13 Oktober 2021	<i>Self-disclosure</i>	2.532	10
25.	14 Oktober 2021	<i>Subway meditation</i>	667	1
26.	14 Oktober 2021	Mengatasi kesepian dan rasa ingin mengakhiri hidup	3.416	47
27.	15 Oktober 2021	Poster seminar kesehatan mental	445	0
28.	16 Oktober 2021	Saat merasa demotivasi	5.078	40
29.	16 Oktober 2021	Nostalgia	1.036	8
30.	17 Oktober 2021	Perasaan kesepian	5.658	58
31.	17 Oktober 2021	Hal-hal yang dapat mempengaruhi mood	2.494	12
32.	18 Oktober 2021	Merubah goals untuk kesehatan mental	4.004	19
33.	19 Oktober 2021	<i>Whatsapp anxiety</i>	3.154	48
34.	19 Oktober 2021	Anak tunggal	3.315	86
35.	20 Oktober 2021	<i>Mental illness</i>	4.396	25
36.	21 Oktober 2021	Hati-hati dalam berkata	6.086	66



37.	21 Oktober 2021	Poster kesehatan mental	964	12
38.	22 Oktober 2021	<i>Sexual harassment</i>	790	2
39.	22 Oktober 2021	<i>Catcalling</i>	4.009	33
40.	23 Oktober 2021	Saat kamu merasa gagal	1.764	10
41.	23 Oktober 2021	<i>Childhood</i> trauma	8.718	77
42.	24 Oktober 2021	Cara menghadapi orang tua over <i>Protective</i>	2.615	39
43.	24 Oktober 2021	<i>Self love</i>	2.849	23
44.	25 Oktober 2021	<i>Scrolling</i> sosmed untuk menghilangkan rasa Bosan	1.541	13
45.	25 Oktober 2021	Tanda kamu mengalami bullying atau pelecehan	2.564	37
46.	26 Oktober 2021	Menangkal depresi dengan resiliensi	1.617	5
47.	27 Oktober 2021	Pola asuh orang tua yang merusak anak	6.083	44
48.	27 Oktober 2021	<i>Intrusive thoughts</i>	3.792	41
49.	28 Oktober 2021	<i>Overthinking</i>	1.111	1
50.	28 Oktober 2021	<i>Self rewards and impulsive buying</i>	2.134	18
51.	29 Oktober 2021	Selalu merasa salah	1.091	4
52.	29 Oktober 2021	<i>Middle child syndrome</i>	3.624	60
53.	30 Oktober 2021	Gejala <i>saviour complex</i>	3.018	31
54.	30 Oktober 2021	Saat tidur tidak berkualitas	2.341	11
55.	31 Oktober 2021	Saat kenyataan tidak sesuai ekspektasi	2.554	17

56.	31 Oktober 2021	Aku ingin oran tuaku bilang ini	5.434	59
-----	-----------------	------------------------------------	-------	----

Jika dilihat dari data di atas, maka diketahui postingan pada akun Instagram @riliv pada bulan kesehatan mental (Oktober 2021) berjumlah 56 postingan *feed*, dengan pembahasan yang beragam seputar edukasi kesehatan mental.

### C. Analisis dan Pembahasan

#### 1. Analisis Instagram @riliv

Dalam pembuatan konten, Instagram @riliv sendiri banyak mengunggah edukasi-edukasi, terkait dengan kesehatan mental yang disesuaikan dengan apa yang saat ini sedang banyak diperbincangkan. Jika dilihat dari segi tampilan, Instagram @riliv memiliki *tone* warna yang menjadi ciri khas seperti warna putih, biru dan abu. Biasanya, pada setiap *feed* menggunakan satu warna *background* yang berbeda dari *feed* sebelumnya, sehingga warna yang terlihat pada halaman profil Instagram @riliv terkesan tidak membosankan dan monoton.

Pada halaman depan *slide* konten, biasanya akun Instagram @riliv menggunakan ilustrasi gambar disertai dengan bahasa judul yang ringkas. Dari judul tersebut yang nantinya akan dijelaskan pada slide selanjutnya. Selanjutnya, dalam sehari, pengunggahan *feed* baru dilakukan sebanyak 2-4 kali. Baik *feed* berupa

gambar/tulisan, maupun video *reels*. Dalam setiap *feed*, akan ada beberapa *followers* yang ikut berkomentar, jenis komentar yang diberikan pun beragam, mulai dari membagikan kisah pribadi atau curhat yang sesuai dengan konten yang diunggah, menandai akun lainnya, atau sekedar emotikon tanda menyetujui.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dalam kolom komentar pada unggahan konten Instagram @riliv dibulan Oktober 2021. Terlihat adanya interaksi *user to user* yang terjadi baik interaksi pengguna dengan *admin* @riliv atau interaksi antar *user* (pengguna lain). Namun peneliti juga menemukan bahwa dalam setiap unggahan @riliv di kolom komentar dari publik yang tidak mendapatkan respon *feedback* dari pengguna lain atau *admin* @riliv. Terdapat beberapa respon tanpa balas diantaranya respon publik yang hanya berupa emoji, respon berupa kesepakatan terhadap konten yang diunggah dan respon berupa *mention*.

Namun yang perlu diperhatikan adalah ada beberapa komentar berupa keluhan atau banyak pertanyaan mengenai bagaimana mendapatkan layanan kesehatan mental yang tidak mendapatkan respon apapun dari @riliv padahal respon tersebut merupakan salah satu informasi yang dibutuhkan publik. Meskipun tidak diberikan balasan oleh @riliv melalui kolom komentar, namun @riliv memberikan jawaban atas keluhan dan pertanyaan tersebut melalui unggahan Instagram *story* berupa foto atau video yang komunikatif

mengenai layanan kesehatan mental dengan diberikan tautan *link* didalamnya. Sehingga Instagram @riliv lebih efektif dan mudah untuk memberikan interaksi kepada pengguna untuk mendapatkan informasi lebih mendetail.

Ditemukan juga bahwa *Interaksi user to user* pada unggahan akun Instagram @riliv kebanyakan yang menanggapi adalah perempuan, dan tidak sedikit dari mereka yang ikut berinteraksi dengan cara menceritakan pengalaman mereka yang serupa.

Berdasarkan pada penelitian peneliti menemukan hal menarik bahwa dalam setiap konten yang diunggah Instagram @riliv selalu memberi kesempatan dan mengajak para pengguna untuk melepaskan emosi atau keluh kesah yang tersimpan didalam batin dengan berbagi cerita melalui kolom komentar. Meskipun keluhan tersebut banyak dikatakan sebagai respon tanpa balas, namun itu termasuk dalam bentuk interaktivitas yang diciptakan oleh @riliv dengan menyediakan tempat kolom komentar guna memberi kesempatan untuk para pengguna berinteraksi dengan fitur *comment* dan melepaskan emosi atau keluh kesah untuk memberikan rasa lega dan manfaat dari konten tersebut.

Respon pengguna dalam akun Instagram @riliv yang mencerminkan interaktivitas dipengaruhi oleh adanya konten unggahan pesan-pesan yang disampaikan sehingga menciptakan aksi reaksi dari pengguna dengan saling memberi respon melalui

fitur-fitur yang ada pada akun Instagram @riliv seperti pemberian *like* pada konten yang disukai, meninggalkan komentar dengan mengklik fitur *comment* untuk memberikan reaksi tanggapan dan ketertarikan melihat video dengan fitur *views* bahkan pengguna dapat bebas berinteraksi dengan tautan *link* yang diberikan @riliv pada halaman profil dan alternatif melalui *instagram story* agar mempermudah pengguna untuk mengakses tautan *link* dengan foto atau video yang komunikatif. Fitur-fitur yang dimiliki akun Instagram @riliv mampu memberikan interaksi antar penggunanya.

User to user memiliki 4 model yaitu *feedback*, *mutual discours*, *monologue*, *responsive dialogue*. Unggahan akun Instagram @riliv pada tanggal 27 Oktober 2021 ini mendapatkan *feedback* dari para pengikutnya dengan 6.081 suka dan 46 komentar. Pada unggahan ini jika dianalisis menggunakan *mutual discourse*, maka komentar yang mendapat umpan balik dari akun lainnya berjumlah 3 komentar dan lagi-lagi perempuan mendominasi dalam interaksi unggahan ini. Untuk analisis pada model *monologue*, akun Instagram @riliv belum pernah tidak mendapatkan respon dari konten yang diunggah. Sedangkan untuk *responsive dialogue*, akun Instagram @riliv ini memberikan umpanbalik pada komentar *followers* nya sebanyak 2 kali dengan memberi solusi atas pertanyaan yang diajukan di kolom komentar. Tidak hanya itu, *admin* akun @riliv juga menyemangati dari permasalahan yang

ceritakan, sehingga itu dapat menjadi salah satu motivasi dan edukasi untuk mendukung kesehatan mental bagi *followers* yang berinteraksi tersebut.

Pengguna dibebaskan untuk berinteraksi dengan sistem sesuai dengan keinginan pengguna dan pesan seperti pemberian motivasi, informasi layanan kesehatan mental, edukasi pengetahuan kesehatan mental dan tips menjaga kesehatan mental cenderung banyak menciptakan interaktivitas. Terlebih lagi unggahan konten dengan tema yang menceritakan pengalaman kesehatan mental seseorang serta isu-isu yang sering terjadi di masyarakat. Dengan demikian temuan yang dihasilkan oleh peneliti sesuai dengan teori interaktivitas *user to system* yang menjelaskan tentang interaktivitas yang diciptakan dengan teknologi web, seperti mengunduh, menautkan *link* ke fitur jaringan tertentu.

Ditemukan juga bahwa penyantunan *link* pada bio riliv terdapat pada motif ekonomi dimana para *follower* yang melakukan klik pada *link* tersebut akan menuju pada salah satunya layanan konseling *online* yang berbayar dimana jika dilanjutkan akan menuju website riliv.co.

Berdasarkan analisis *user to system* terdapat 4 model yaitu *human based interaction*, yaitu dimana interaksi terjadi ketika pengguna lebih aktif dalam menggunakan fitur yang tersedia dalam rangka untuk pengolahan data. Dalam akun Instagram @riliv,

interaksi dari *human based interaction* terjadi pada saat *admin @riliv* mengunggah berbagai konten edukasi yang dijadikan sebagai bahan informasi untuk khalayak di media sosial. Selain itu, fitur *repost* dan *tag* (penandaan) juga masuk dalam interaksi model *human based interaction* ini. Ditemukan pada akun *@riliv* *repost*, *tag* terjadi sangat banyak, yang menjadikan hal ini terjadi lebih kepada kontrol manusia yang tampak dan menghasilkan informasi-informasi berupa unggahan yang ada di akun Instagram *@riliv*.

Pada interaksi *model flow*, terjadi pada saat pengguna, baik dari *admin @riliv*, maupun pengguna lainnya menggunakan fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram. Proses pengunggahan konten edukasi, interaksi yang terjadi dalam kolom komentar, *like*, adalah contoh interaksi *flow* atau interaksi yang mengalir. Jika dilihat dari *center of control*, maka interaksi ini lebih cenderung dikontrol oleh manusia dan bersifat transparan karena hampir semua pemilik akun yang melihat konten tersebut, dapat melihat interaksi yang terjadi di dalamnya. Berdasarkan data perolehan jumlah pengguna yang memberikan *like* pada setiap unggahan Instagram *@riliv* di bulan Oktober 2021, menunjukkan bahwa interaksi *user to system* dengan meng-klik fitur "*like*" sering terjadi. Secara keseluruhan dalam setiap konten yang unggahan akun Instagram *@riliv* berhasil mendapatkan 1000 – 12.000 *like*. Dari banyaknya unggahan *@riliv* pada bulan Oktober 2021, hanya terdapat beberapa unggahan yang

mendapatkan jumlah *like* sedikit. Sehingga dalam perhitungan rata-rata *like* yang didapatkan pada setiap unggahan Instagram @riliv mendapatkan jumlah sebanyak 3.000 *like* per harinya. Dengan demikian diketahui bahwa kebanyakan pengguna lain tidak hanya sekedar memantau dan melihat informasi yang diberikan @riliv melalui media sosial Instagram tetapi juga mengekspresikan ketertarikan dan kesukaan terhadap setiap unggahan konten tersebut dengan meng-klik fitur "*like*".

*Computer Based Interaction* adalah model interaksi dimana kontrol berasal dari komputer, dan akan tampak pada saat digunakan oleh pengguna @riliv menggunakan fitur yang telah disediakan oleh Instagram sendiri. Hal ini tampak pada saat terjadi perubahan pada *highlight story*, penambahan *link* pada biodata akun Instagram @riliv. Maka para pengikut akun Instagram @riliv tidak akan memberikan interaksi kepada *admin* berupa komentar, suka, atau yang lainnya. Sehingga interaksi ini terjadi pada manusia dengan komputer, dan bukan manusia pada manusia.

*Adaptive Interaction* merupakan model interaksi dimana komputer menyesuaikan keterampilan manusia nya. Dalam hal ini, interaksi terjadi ketika pengguna fitur *instastory* yang digunakan untuk mengunggah konten edukasi dengan durasi yang singkat, namun di dalamnya terdapat fitur-fitur lain yang disediakan. Dalam hal ini, akun @riliv menggunakannya untuk mengunggah kembali



dari penandaan yang pernah dilakukan oleh pengikut akun @riliv, terkait keikutsertaan *event*, konseling, *quotes*, atau yang lainnya

Melihat dari data perolehan interaksi *user to document* @riliv, peneliti menemukan fakta bahwa interaksi *user to document* dalam akun Instagram @riliv jarang terjadi. Apalagi apabila dibandingkan dengan dua kategori interaksi yang lainnya. Dalam interaksi *user to document* ini, *user* berperan sebagai kreator yang aktif dalam memodifikasi atau mengganti pesan yang menjadi isi dari dokumen tersebut.

*User* selalu memodifikasi pesan atau menambahkan beberapa kalimat sebagai pengantar sebelum memposting ulang kembali. Seperti pendapat McMillan, (2002) yang menjelaskan bahwa dalam interaktivitas *user to document*, penerima pesan dapat memodifikasi konten atau isi sebuah pesan dan disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

Dokumen konten yang di posting oleh *user* baik pengguna lain atau *admin* @riliv dalam kategori ini merupakan konten berhubungan dengan kesehatan mental yang sering terjadi dan dikeluhkan oleh masyarakat, Unggahan konten atau dokumen media lain yang diposting oleh akun @riliv bersumber dari Youtube. Dokumen Youtube tersebut diubah terlebih dahulu menjadi sebuah cuplikan dokumen berdurasi satu menit saja. Peneliti mendapati temuan bahwa pesan-pesan dalam bentuk

interaksi *user @riliv to document* akun/media lain ini mendapatkan banyak like dan komentar dari pengguna lain. Namun beberapa pesan yang diposting oleh user akun media lain to document @riliv hanya mendapatkan respon dalam bentuk like dan jarang dikomentari oleh pengguna lain. Jarang sekali pengguna lain meninggalkan komentar pada pesan yang diposting dalam interaksi *user to document* ini.

Peneliti mendapati temuan bahwa pesan-pesan dalam bentuk interaksi *user @riliv to document* akun/media lain ini mendapatkan banyak like dan komentar dari pengguna lain. Namun beberapa pesan yang diposting oleh *user* akun media lain to document @riliv hanya mendapatkan respon dalam bentuk *like* dan jarang dikomentari oleh pengguna lain. Jarang sekali pengguna lain meninggalkan komentar pada pesan yang diposting dalam interaksi *user to document* ini. Respon yang diberikan pengguna sangatlah jarang dalam bentuk komentar dan hanya dalam bentuk *like*.

Hal tersebut membuktikan bahwa akun @riliv mampu menciptakan interaktivitas dengan membuat pengguna lain tertarik untuk memberi komentar dan *like* pada dokumen yang diunggah. Konten dengan pengetahuan edukasi pemahaman mengenai kesehatan mental membuat pengguna lain merasa mendapat manfaat dari unggahan @riliv tersebut. Reaksi yang diberikan pengunjung tersebut cukup mengidentifikasi adanya kontrol

pengunjung sebagai pengguna terhadap pesan-pesan yang mereka dapatkan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari beberapa data dan analisis di atas ialah akun Instagram @riliv memiliki unggahan yang bersifat edukatif, solutif, dan terkini. Terlebih pada unggahan-unggahan pada bulan Oktober 2021 silam, dimana kebutuhan akan edukasi terkait kesehatan mental yang sangat dibutuhkan, karena pengaruh dari pandemi covid-19. Tidak semua *feedback* berupa komentar mendapat respon dari *admin* akun Instagram @riliv, dan jika dibandingkan antara jumlah penyuka (*like*) dan komentar, maka jumlah penyuka jauh lebih banyak dibandingkan komentar yang ada pada setiap unggahannya. Sehingga dapat dikatakan tidak seimbang antara penyuka dan pemberi komentar.

Jika dilihat dari *gender*, dapat ditarik kesimpulan bahwa paling banyak followers yang ikut berinteraksi dalam akun Instagram @riliv adalah perempuan. Sehingga memungkinkan bahwa *presentase followers* dari masyarakat, yang banyak terganggu oleh kesehatan mental adalah perempuan dibandingkan laki-laki.

*User to user* menjadi interaksi yang paling utama dalam akun Instagram @riliv. Hal ini karena tanggapan dari para khalayak lebih banyak, dibandingkan dengan jumlah unggahan keseluruhan. *Feedback* yang didapatkan biasanya didapatkan dari komentar. Selama ini, akun Instagram @riliv belum pernah mendapati komunikasi satu arah, karena selama mengunggah konten akun Instagram @riliv selalu mendapatkan *feedback* dari para khalayak atau

penerima.

Interaksi *user to system* merupakan interaksi yang dilakukan antara akun @riliv dengan fitur-fitur yang disediakan pada sosial media Instagram. Selama berselancar di sosial media Instagram, akun @riliv cukup aktif dalam menggunakan fitur-fitur Instagram seperti *instastory*, *highlight*, pencantuman *link* pada bio. Penyantuman *link* pada bio riliv terdapat pada motif ekonomi dimana para *follower* yang melakukan klik pada *link* tersebut akan menuju pada salah satunya layanan konseling *online* yang berbayar Sehingga jika dilihat dari *user to system control*, pengguna antar muka, maupun antara manusia dengan komputer lebih bersifat transparan, sehingga penggunaan juga sesuai dengan porsi kebutuhan.

Interaksi *user to document* yang dilakukan akun Instagram @riliv cukup tinggi, hal ini terjadi karena pembuatan konten dengan metode penandaan, yang menjadikan pengirim kembali ditandai dari akun @riliv pada saat unggahan tersebut ditanggapi dan di repost oleh *admin* @riliv. Pengunggahan ulang atau repost yang dilakukan oleh akun Instagram @riliv dengan tetap menandai pengirim dan sedikit mengganti caption yang ada, interaksi *user @riliv to document* akun atau media lain ini mendapatkan banyak *like* dan komentar dari pengguna lain. Namun beberapa pesan yang diposting oleh *user* akun media lain to document @riliv hanya mendapatkan respon dalam bentuk *like* dan jarang dikomentari oleh pengguna lain.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif, yang

mengamati berbagai interaktivitas yang terjadi pada akun Instagram @riliv. Namun penulis menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Adanya keterbatasan terkait tidak maksimalnya data yang didapatkan, karena data hanya didapatkan dari pengamatan yang dilakukan melalui unggahan Instagram saja.
2. Keterbatasan dalam melakukan observasi pada penelitian ini.

Dikarenakan adanya beberapa keterbatasan tersebut, peneliti berharap pada penelitian-penelitian selanjutnya akan ada pengembangan-pengembangan yang membuat riset ini semakin akurat, dan lebih bervariasi lagi.

### **C. Saran**

Dalam era perkembangan sistem teknologi dan komunikasi ini, peneliti menyarankan semua pengguna media untuk membuat konten yang dapat mengedukasi masyarakat, membuka pola pikir masyarakat untuk lebih luas lagi dalam menghadapi perkembangan zaman. Terutama konten-konten yang berkenaan dengan kesehatan mental khalayak. Adanya konten-konten tersebut berharap adanya afirmasi positif yang terus tumbuh di tengah masyarakat.

Untuk penelitian lainya yang nantinya akan mengangkat tema tentang interaktivitas, penulis menyarankan agar penggalan data dapat dilakukan lebih lengkap dan akurat dari pada penelitian ini. Juga menggunakan metode yang bisa mendapatkan hasil wawancara langsung pada objek, data yang valid dan terstruktur, untuk menghasilkan analisis yang terpercaya. Juga menggunakan lebih banyak referensi teori lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Databoks.katadata.co.id. (2021). Biaya Jadi Pertimbangan Utama Masyarakat Pilih Layanan Kesehatan Mental / *Databoks*.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/14/biaya-jadi-pertimbangan-utama-masyarakat-pilih-layanan-kesehatan-mental>
- Dong, Y., Dong, Y., Mo, X., Hu, Y., Qi, X., Jiang, F., Jiang, Z., Jiang, Z., Tong, S., Tong, S., & Tong, S. (2020). Epidemiology of COVID-19 among children in China. *Pediatrics*, *145*(6). <https://doi.org/10.1542/peds.2020-0702>
- Dwi Atmoko, B. (2012). *Instagram handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta : Mediakita,.
- Fajri, J. (2017). Dimensi Interaktivitas Media Sosial Instagram Instamarinda Guna Memperkenalkan Daerah Pariwisata di Kota Samarinda. *EJournal Lmu Komunikasi*, *5*(3), 87–101.
- Fiorillo, A., & Gorwood, P. (2020). *The consequences of the COVID-19 pandemic on mental health and implications for clinical practice*. *European Psychiatry*, *63*(1). <https://doi.org/10.1192/j.eurpsy.2020.35>
- Hadi, S. (2016). pemeriksaan keabsahan data penelitian kualitatif pada Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, *22* (1), 74–79. <http://journal.um.ac.id/index.php/jip/article/download/8721/4194>
- Harper A. Roehm, C. P. H. (1999). *Memahami Interaktivitas Periklanan Cyberspace* (1st ed.). Pers Psikologi.
- Hastjarjo, T. D. (2012). Mengintegrasikan Psikologi: Peluang Atau Mimpi? *Buletin Psikologi*, *16*(1), 1–22.
- Klein, B. (2009). *Contrasting interactivity: BBC Radio message boards and listener participation*. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*. Intelek. <https://doi.org/https://doi.org/10.1386/rajo.7.1.11/1>
- Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (2006). *Introduction to the updated student edition*. *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*, 1–14. <https://doi.org/10.4135/9781446211304>
- Littlejohn, S. W. & K. A. F. (2009). *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Littlejohn, S. W. & K. A. F. (2014). *Teori komunikasi = theories of Human communication* (Ninth edit). Jakarta: Salemba Humanika, 2014.

- Lorensia, K. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @riliv sebagai Sarana Informasi Kesehatan Mental Bagi nya. 33(1), 1–12.
- Mahmoud, A. E., Auter, P. J. (2009). *The Interactive Nature of Computer-Mediated Communication. American Communication Journal Vol. 11, No. 4, Winter 2009.*
- McMillan, E. J. D. and S. J. (2000). *Defining Interactivity: A Qualitative Identification of Key Dimensions. September.*  
<https://doi.org/10.1177/14614440022225751>
- McMillan, S. J. (2002). *Exploring models of interactivity from multiple research traditions: Users, documents, and systems. Handbook of new media, 2, 163-182.itle.*
- McQuail, Denis. (2000). *Some reflections on the western bias of media theory. Asian Journal of Communication, 10(2), 1–13.*<https://doi.org/10.1080/01292980009364781>
- McQuail, Dennis. (2011). Teori Komunikasi Massa. Jakarta : Salemba Humanika.
- Moleong, L. (2005). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). Teori dan praktik Jurnalistik. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mutia, A. (2021). Survei: 68% Orang Depresi Akibat Covid-19. Databoks2. survei: 68%25 Orang Depresi Akibat Covid-19 (katadata.co.id)
- Nana Syaodih, S. (2013). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Oktariana, P., & Soemantri, N. P. (2016). INTERAKTIVITAS WEBSITE DI BIRO HUMAS DAN PROTOKOL PEMERINTAH PROVINSI KEPULAUAN BANGKA BELITUNG.
- Pace, R. W., Peterson, B. D., & Burnett, M. (n.d.). . *Techniques for effective communication. (No Title). 1979.*
- Ridlo, I. A. (2020). Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental Pandemi COVID-19 dan Tantangan Kebijakan Kesehatan Mental di Indonesia. Departemen Administrasi Dan Kebijakan Kesehatan, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga, 155–164.<https://doi.org/10.20473/jpkm.v5i12020.155-164>



- Rogers, Everett M., D. L. K. (1981). *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*.
- Rosana, A. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam IndustriMedia di Indonesia. *Gema Eksos*, Vol. 5(No. 2), 145.  
<https://www.neliti.com/id/publications/218225/kemajuan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dalam-industri-media-di-indonesia>
- Subadra, I. R. (2016). Interaktivitas Netizen Via Instagram Mengenai Parenting Islami Dalam Akun @Arkhairan. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 153.  
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/34088>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, 22–29.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung : Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.
- Sundar, SS, Kalyanaraman, S., & Brown, J. (2003). *Explicating Web Site Interactivity: Impression Formation Effects in Political Campaign Sites*. *Communication Research*, 30(1), 30–59.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0093650202239025>
- Weekley, E. (1967). *An etymological dictionary of modern English (Vol. 1)*. New York: Dover Publications. 1.
- West, Richard, Turner, L. H. (2008). Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Buku 1. Salemba Humanika , 2008.
- Wintan, P. (2022). pengaruh konseling *online* self-help melalui penggunaan Aplikasi Riliv terhadap kesejahteraan psikologis pada mahasiswa. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Zulkarnain, Z. (2019). Kesehatan Mental dan Kebahagiaan. Mawa’Izh: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan, 10(1), 18–38.  
<https://doi.org/10.32923/maw.v10i1.715>

## LAMPIRAN

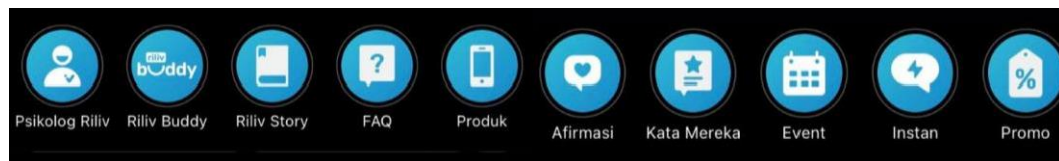
### Lampiran 1



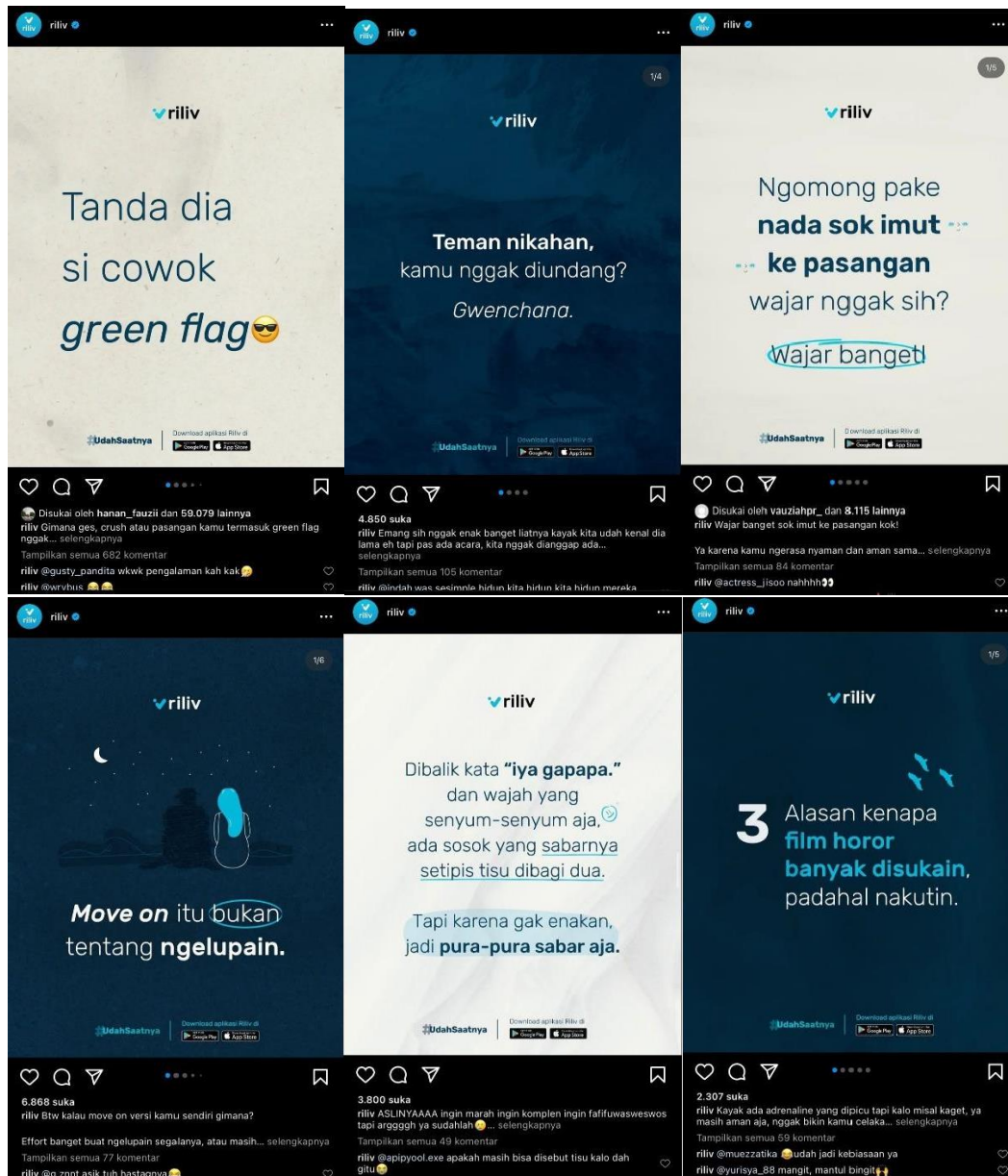
Gambar 23 Logo @riliv



Gambar 24 Profile Instagram @riliv



Gambar 24 Fitur Highlight @riliv



Gambar 25 Beragam Unggahan @riliv

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS**

Nama : Devi Haqiqi Hidayat  
Tempat, Tanggal Lahir : Wonogiri, 29 Agustus 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Dungklepu Wetan, Rt 002 Rw 004, Giritontro, Wonogiri  
Status : Mahasiswa  
Kewarganegaraan : Indonesia  
E-mail : Devihaqiqih@gmail.com  
No Hp : 085974746374  
Riwayat Pendidikan  
2007-2012 : Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Dungklepu  
2012-2015 : SMP Muhammadiyah BK Giriwoyo  
2015-2018 : Madrasah Aliyah Negeri Wonogiri  
2018-2023 : UIN Raden Mas Said Surakarta