

BAB II

GEN Z, *ONLINE HEALTH INFORMATION*, DAN KONTEN KESEHATAN MENTAL DI TIKTOK

Pada bagian ini memberikan sedikit banyak gambaran mengenai siapa itu Gen Z dan hal yang berkaitan dengan Informasi kesehatan yang dapat kita temui di media sosial. Dalam hal ini, TikTok memberikan ruang untuk masyarakat dalam mencari informasi kesehatan, khususnya kesehatan mental.

2.1. Siapa itu Generasi Z

Generasi Z atau yang biasa disapa dengan sebutan Gen Z adalah mereka yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 (A'yun, 2025). Dari definisi tersebut dapat diketahui pada saat ini, tahun 2026, Gen Z berumur 29 tahun yang paling tua dan umur 14 tahun untuk yang paling muda. Ada beberapa hal yang menarik untuk dibahas ketika berbicara mengenai Gen Z. Gen Z dapat dikatakan sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang bersama teknologi. Katz berpendapat bahwa Gen Z adalah generasi pertama yang tidak mengenal dunia tanpa internet. Lebih lanjut Katz juga menyoroti bagaimana Gen Z yang dapat belajar tentang *people and cultures* di usia muda—dengan adanya fasilitas internet—menjadikan Gen Z mengembangkan sikap apresiasi terhadap keanekaragaman dan pentingnya menemukan identitas diri unik mereka (Witte, 2022).

Dengan berkembangnya dunia digital, Gen Z menjadikan sosial media tidak hanya sebagai media hiburan tetapi juga media informasi, salah satunya informasi kesehatan. Banyak dari Gen Z memanfaatkan sosial media untuk mencari informasi

kesehatan mengenai berbagai gejala-gejala, metode penyembuhan, kondisi kesehatan mental dan lain sebagainya. Mereka lebih mendahulukan sosial media seperti TikTok, Youtube, dan Instagram daripada konsultasi tatap muka secara langsung. Studi yang dilakukan oleh CharityRx menemukan bahwa 33% dari Gen Z yang disurvei menggunakan TikTok sebagai medical advice mereka dan sekitar 73% menggunakan Google sebagai opsi health advice mereka (CharityRx News, 2022). Kondisi itu berbeda dengan Gen X dan millennial yang cenderung lebih mengutamakan dokter untuk medical advice.

Pengaruh dari influencer dan kondisi yang mana masyarakat sekarang menginginkan jawaban dan solusi instan menjadikan media sosial sebagai lahan subur untuk mencari informasi karena menyediakan konten yang serba cepat dan instan.

2.2. *Online Health Information*

Online Health Information atau dalam bahasa indonesia adalah informasi kesehatan daring merujuk pada segala bentuk dan model informasi digital yang berkaitan dengan kesehatan. Informasi dapat tersedia dan dapat diakses melalui platform online/digital, termasuk situs web, media sosial, aplikasi, forum daring dan platform berbagi video. Perkembangan era digital telah menjadikan internet sebagai tumpuan yang signifikan dalam penyebaran informasi, khususnya informasi kesehatan ke seluruh belahan dunia.

Pencarian informasi kesehatan secara daring oleh Jia, Pang dan Liu didefinisikan sebagai perilaku aktif seseorang dalam memanfaatkan internet untuk menemukan informasi mengenai kondisi kesehatan, gejala penyakit, pilihan

pengobatan, maupun gaya hidup sehat (Jia dkk., 2021). Perilaku tersebut semakin berkembang searah dengan perkembangan digital dan meningkatnya aksesibilitas internet, serta tumbuh suburnya ekosistem konten digital yang menawarkan informasi kesehatan dalam berbagai format.

Plackett dalam risetnya yang diterbitkan dalam *Journal of Medical Internet Research* menyebutkan bahwa pada tahun 2022, sekitar 4,59 miliar orang di seluruh penjuru dunia menggunakan setidaknya satu platform sosial media sosial (Plackett dkk., 2023). Angka tersebut memberikan gambaran betapa masifnya potensi jangkauan informasi kesehatan yang disebarluaskan melalui jejak digital, termasuk konten kesehatan mental.

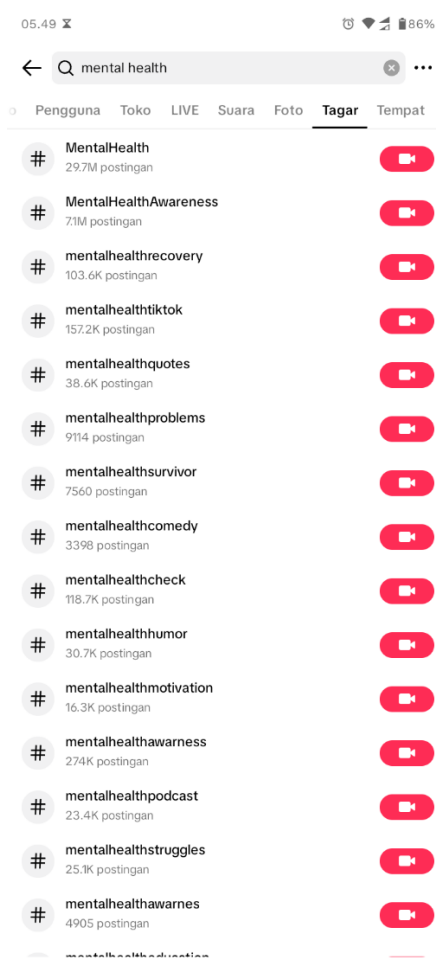
Dalam praktiknya Online Health Information (OHI) memberikan manfaat yang signifikan bagi individu masyarakat. Dari sisi individu, akses terhadap OHI dapat meningkatkan pengetahuan mengenai kondisi kesehatan, mendorong partisipasi aktif dalam pengambilan keputusan medis, serta memfasilitasi komunikasi yang lebih efektif antara pasien dan tenaga kesehatan (Li dkk., 2025).

Namun, di sisi lain OHI juga membawa sejumlah resiko yang tidak boleh doabaikan. Penyebaran misinformasi dan disinformasi kesehatan menjadi resiko yang harus selalu diwaspadai. Penyebaran tersebut dapat menimbulkan berbagai masalah, salah satunya alah menyesatkan pengguna dalam membuat keputusan kesehatan yang penting. Paparan konten dengan kualitas rendah di media sosial berpotensi mendorong perilaku *self-diagnose* yang tidak akurat dan melahirkan penanganan yang tidak tepat (Ulvi dkk., 2022).

2.3. Konten Kesehatan Mental di TikTok

TikTok telah menjadi salah satu platform digital yang paling berpengaruh dalam penyebaran informasi kesehatan, khususnya kesehatan mental dikalangan Generasi Z. Format video pendek yang memungkinkan penyampaian informasi kesehatan mental secara ringkas, visual, dan mudah dikonsumsi menjadi daya tarik tersendiri bagi penggunanya.

Gambar 2.1 Pencarian Tagar Mental Health

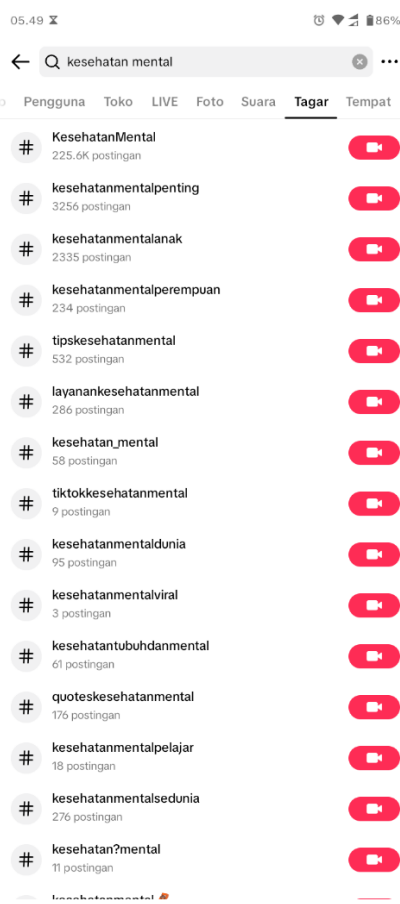


(TikTok)

Sampai penelitian ini ditulis, terdapat lebih dari 25 tagar untuk mental health dan lebih dari 10 tagar untuk kesehatan mental. Berbagai macam model konten yang berkenaan kesehatan mental dapat ditemukan di TikTok. Terdapat beragam

sub-tagar turunan dengan jumlah postingan yang bervariasi, mulai dari #MentalHealthAwareness (7,1 juta), #mentalhealthtiktok (157,2 ribu), hingga niche seperti #mentalhealthcomedy dan #mentalhealthsurvivor — ini menunjukkan bahwa ekosistem konten kesehatan mental di TikTok sangat luas dan terfragmentasi dalam berbagai sub-topik.

Gambar 2.2 Pencarian Tagar Kesehatan Mental

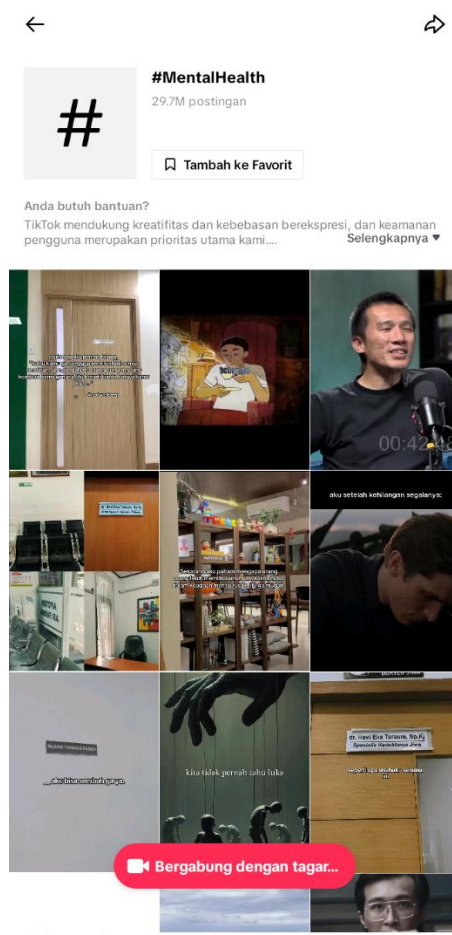


(TikTok)

Tagar #KesehatanMental dalam bahasa Indonesia memiliki 225,6 ribu postingan, menunjukkan bahwa konten kesehatan mental berbahasa Indonesia sudah cukup signifikan meskipun masih jauh lebih kecil dibanding konten berbahasa Inggris. Terdapat sub-tagar spesifik seperti #kesehatanmental anak,

#kesehatanmentalperempuan, dan #tipskesehatanmental — ini mengindikasikan segmentasi audiens yang makin berkembang.

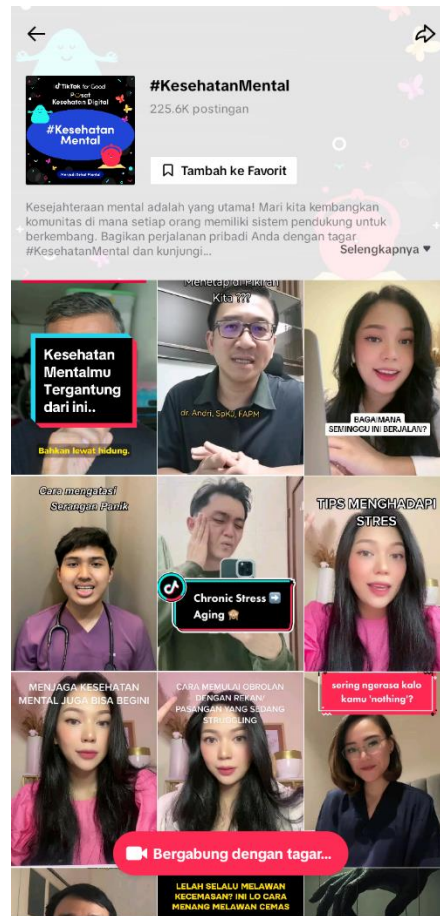
Gambar 2.3 Halaman Tagar #MentalHealth



(TikTok)

Tagar #MentalHealth memiliki 29,7 juta postingan di TikTok, menunjukkan betapa masifnya volume konten kesehatan mental yang beredar di platform ini dalam skala global. TikTok sendiri menyediakan fitur "Anda butuh bantuan?" di halaman tagar ini, yang mengindikasikan bahwa platform menyadari sensitivitas topik kesehatan mental dan berupaya memberikan perlindungan kepada penggunanya. Konten yang muncul sangat beragam: ada yang dibuat oleh psikolog profesional, konten animasi, hingga konten berbasis pengalaman pribadi.

Gambar 2.4 Halaman Tagar #KesehatanMental



(TikTok)

Tampak ada program resmi "TikTok for Good: Pusat Kesehatan Digital" yang menjadi pengelola tagar ini, menandakan keterlibatan platform secara institusional dalam pengelolaan konten kesehatan mental. Kreator konten yang ikut andil dalam bagian penyebaran informasi juga sangat beragam: ada dokter spesialis jiwa (dr. Andri, SpKJ, FAPM), Farhan Firmansyah (tenaga kesehatan berbaju scrub), hingga kreator perempuan lulusan magister psikologi ini secara visual mempertegas heterogenitas sumber OHI.