

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Landasan teori digunakan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap permasalahan dalam penelitian ini. Teori-teori yang digunakan pada penelitian ini dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut,

2.1.1 Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi merupakan kegiatan dalam menyebarkan sebuah pesan yang berisi mengenai fakta sehingga menciptakan penjelasan yang benar dan jelas serta menimbulkan pengertian yang sama terhadap pesan yang disampaikan (Sastropetro, 1987). Konsep penyebaran informasi yaitu pesan yang disampaikan harus memicu suatu minat, perhatian, dan keinginan masyarakat untuk melakukan tindakan. Penyebaran informasi juga berkaitan dengan kegiatan komunikasi menggunakan unsur 5W+1H. Apabila suatu sumber informasi berhasil dalam membuat seorang penerima informasi tersebut percaya dan melakukan tindakan yang sesuai dengan informasi yang diperolehnya, maka proses penyebaran informasi dan komunikasi tersebut dapat dikatakan produktif.

Littlejohn dan Foss (2011) menyatakan bahwa proses perubahan sosial meliputi penemuan, penyebaran (atau komunikasi), serta akibat memiliki hubungan dengan kegiatan penyebaran informasi. Perubahan sosial dapat terjadi baik secara

internal yang berasal dari dalam sebuah kelompok atau secara eksternal dengan adanya kontak bersama agen perubahan dari luar. Nasrullah (2017) menyatakan bahwa penyebaran informasi terbagi menjadi dua jenis, yaitu penyebaran informasi yang dilakukan melalui konten dan melalui perangkat. Penyebaran informasi melalui konten dapat dilihat dari bagaimana komunikasi menggunakan kontennya secara manual lalu, konten yang telah diunggah akan tersebar ke akun-akun lain yang mengikuti akun tersebut. Sementara itu, penyebaran informasi melalui perangkat dapat dilihat ketika teknologi memiliki fasilitas yang mampu memperluas jangkauan penyebarannya, salah satunya melalui tombol *share*.

Ordonez dan Serrat (2017) menyatakan bahwa penyebaran informasi merupakan proses dari kegiatan komunikasi yang meliputi lima unsur sebagai berikut,

1. *Communicator* (komunikator)

Pada saat melakukan penyebaran informasi, komunikator harus memiliki penguasaan terhadap informasi yang disampaikan. Informasi tersebut harus memiliki rujukan dengan keakuratan dan kredibilitas yang jelas, sehingga informasi yang disampaikan dapat dipercayai oleh penerima. Unsur yang harus diperhatikan oleh komunikator dalam mencari sumber referensi mengenai informasi yang akan disebarkan antara lain, memperhatikan kredibilitas dari sumber informasi, bersifat objektif dan berdasarkan fakta, cara penyajian, kedekatan dengan penerima informasi, motivasi, dan gaya bahasa mudah dipahami oleh penerima informasi

2. *Content* (pesan)

Pesan merupakan segala sesuatu yang berbentuk simbol, disampaikan oleh seseorang serta di dalamnya mengandung sebuah persepsi yang diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Pesan atau informasi yang hendak disampaikan haruslah sesuai dengan tujuan dari penyampaian pesan agar isi pesan atau informasi tersebut dapat tersampaikan dengan baik kepada penerima pesan;

3. *Context* (konteks)

Konteks merupakan topik dari suatu informasi yang ingin disampaikan oleh penyebar informasi sehingga ketika seorang penerima informasi membuka informasi tersebut maka, mereka akan langsung mengetahui apa yang dipaparkan di dalamnya;

4. *Medium* (media)

Media merupakan sarana yang digunakan dalam menyalurkan berbagai informasi atau pesan, menumbuhkan perasaan, pikiran, dan perhatian khalayak. Pemilihan media untuk penyebaran informasi terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan seperti karakteristik isi informasi, tujuan informasi yang ingin disampaikan serta kemampuan media dalam menjangkau khalayak;

5. *Receiver* (penerima)

Pada proses penyebaran informasi, seorang komunikator harus memahami terlebih dahulu mengenai siapa yang akan menjadi komunikan atau khalayak sasaran. Hal tersebut dikarenakan untuk menyampaikan sebuah informasi harus memiliki hubungan antara sumber informasi dan penerima informasi serta

untuk mengetahui model tindakan yang akan dilakukan untuk menumbuhkan kesadaran dan pemahaman bagi penerima informasi.

Pada saat melakukan penyebaran informasi, seorang komunikator harus memperhatikan dan mencermati prinsip-prinsip dalam pengelolaan serta desain mengenai unsur-unsur komunikasi. Hal tersebut bertujuan agar pesan atau informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan meningkatkan efektivitas dalam menyampaikan informasi kepada audiens. Sastropetro (1987) menyatakan beberapa syarat dalam melakukan penyebaran informasi yaitu:

1. Pesan harus tersusun dengan jelas, mantap, dan singkat.

Dalam penyebaran informasi, pesan harus tersusun dengan jelas, mantap, dan singkat agar mudah dipahami oleh penerima pesan. Pesan yang disampaikan harus berasal dari sumber yang jelas dan terpercaya untuk meningkatkan kredibilitas serta memastikan bahwa informasi tersebut akurat dan dapat diandalkan. Hal tersebut penting untuk meminimalisir kesalahpahaman dan memastikan bahwa inti dari pesan tersebut dapat tersampaikan dengan baik dikarenakan setiap individu memiliki daya tangkap yang berbeda-beda. Sementara itu, pesan disusun secara mantap mencerminkan bahwa pengirim pesan yakin dengan apa yang mereka sampaikan, sehingga memungkinkan untuk memperoleh kepercayaan dari penerima pesan. Ketepatan dan kesingkatan dalam penyampaian pesan menjadi fokus pada inti dari apa yang ingin disampaikan, sehingga tidak ada ruang untuk informasi yang tidak relevan atau tidak diperlukan;

2. Lambang yang digunakan harus mudah dipahami dan dimengerti

Lambang yang digunakan dalam penyebaran informasi merupakan elemen penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami secara efektif oleh penerima pesan. Lambang-lambang tersebut dapat berupa penggunaan bahasa yang melibatkan kata-kata atau frasa yang universal, sehingga pesan dapat diserap dengan mudah tanpa memberikan rasa kebingungan bagi penerima pesan. Selain itu, desain visual yang mencakup ikon, simbol, warna, dan bentuk dapat memperkuat pesan yang disampaikan serta menarik perhatian bagi penerima pesan. Penggunaan ikon dan simbol dapat membantu dalam memberikan gambaran yang cepat dan mudah dipahami tentang konsep atau ide yang kompleks. Lalu, warna memiliki kekuatan untuk memengaruhi emosi dan penekanan. Sementara itu, bentuk dapat membantu dalam menyampaikan struktur dan hierarki informasi;

3. Pesan yang disampaikan harus mampu mengundang minat

Pesan yang disampaikan secara tepat dapat menimbulkan minat yang kuat dan mendorong penerima pesan untuk melakukan suatu tindakan. Ketika sebuah pesan dirancang dengan memperhatikan kebutuhan, keinginan, dan karakteristik penerima pesan, hal ini dapat memicu minat mereka dan mendorong keterlibatan secara lebih aktif. Dengan menyajikan informasi yang relevan dengan apa yang dicari atau diinginkan oleh penerima pesan, maka pesan tersebut menjadi lebih menarik bagi mereka. Hal tersebut memungkinkan bagi penerima pesan dapat terhubung secara personal, sehingga cenderung lebih

memotivasinya untuk merespon pesan tersebut dengan melakukan tindakan yang diinginkan;

4. Pesan yang disampaikan harus mampu menimbulkan rasa keingintahuan

Pesan yang disampaikan harus memiliki kemampuan untuk menimbulkan rasa keingintahuan dari penerima pesan untuk memecahkan suatu permasalahan. Dengan memberikan pemahaman yang mendalam, maka pesan yang disampaikan dapat merangsang keingintahuan penerima pesan untuk mengeksplorasi lebih lanjut dan mencari solusi yang tepat. Selain itu, pesan yang disampaikan dengan menyediakan dukungan dan solusi praktis, dapat memberikan panduan yang berguna bagi penerima pesan untuk menghadapi dan mengatasi permasalahan yang dihadapi;

5. Pesan harus menimbulkan stimulasi dan rangsangan

Dalam penyebaran informasi, pesan harus dirancang untuk menginspirasi atau merangsang emosi, pikiran, dan tindakan bagi penerima pesan agar diterima secara positif. Penggunaan kata-kata yang membangkitkan semangat, gambaran visual yang kuat, atau narasi yang menginspirasi dapat memberikan dorongan tambahan bagi penerima pesan untuk merespon dengan antusiasme dan dukungan. Pesan yang dirancang dengan memperhitungkan aspek emosional dan motivasional dapat lebih efektif dalam mencapai tujuan penyebaran informasi.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa penyebaran informasi berkaitan erat dengan aktivitas komunikasi antara dua pihak yaitu, penyedia informasi (komunikator) dan penerima informasi (komunikan) yang bertujuan

untuk mencapai suatu kepentingan bersama dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

2.1.2 Penyebaran Informasi Kesehatan Mental di Dunia Virtual

Penyebaran informasi yang semakin maju dan berkembang sejalan dengan hadirnya teknologi komunikasi dan informasi yang berimplikasi pada berbagai aspek dalam kehidupan salah satunya yaitu aspek kesehatan mental. Penyebaran informasi kesehatan merupakan suatu bentuk penyampaian pesan kesehatan sebagai upaya dalam mendorong masyarakat untuk berperilaku hidup sehat seperti yang diharapkan (Candrasari & Kurniasari, 2021). Salah satu aspek penting yang dapat mempercepat keberhasilan dalam mencapai tujuan pembangunan kesehatan adalah dengan melakukan penyebaran informasi kesehatan (Laksono & Wulandari, 2011). Hal tersebut mencakup kegiatan preventif dalam kesehatan, dimana seorang individu yang memiliki pengetahuan lanjutan terhadap kesehatan cenderung memiliki kemampuan untuk mencari, mengakses, serta memanfaatkan informasi kesehatan dengan tepat untuk membimbing perilaku kesehatan kepada masyarakat (Erwina, 2019). Penyebaran informasi kesehatan mental dilakukan sebagai upaya untuk memengaruhi khalayak secara luas dalam meningkatkan pemahaman tentang kesehatan mental.

Berbagai variasi informasi kesehatan mental dapat digunakan untuk mencapai penyebaran informasi tentang kesehatan mental. Pertama, variasi informasi kesehatan mental yang dibalut narasi dengan *sharing* cerita pengalaman hidup dari berbagai narasumber (Maharani, 2023). Mendengarkan atau membaca

sharing cerita pengalaman tersebut, maka audiens akan merasa lebih terhubung dan memahami bahwa mereka tidak sendiri dalam berjuang. Kedua, variasi informasi kesehatan mental yang dibalut dengan pesan dukungan, cerita inspiratif, dan pemahaman tentang perjuangan dengan masalah kesehatan mental (Puspitasari, 2023). Variasi informasi tersebut dapat memberikan dukungan emosional, memotivasi individu untuk tetap kuat dan optimis, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya merawat kesehatan mental. Ketiga, variasi informasi kesehatan mental yang dibalut dengan fakta dan tips dalam mengatasi gangguan kesehatan mental dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman audiens tentang gangguan kesehatan mental yang meliputi pengetahuan gejala, penyebab, dan metode konseling yang tepat (Febrianti, 2020). Keempat, variasi informasi kesehatan mental yang dibalut dengan motivasi hidup (Safitri, 2023). Variasi informasi tersebut bertujuan untuk mendorong individu dalam mencapai kesejahteraan mental dan kebahagiaannya.

Keberhasilan dari penyebaran informasi tersebut dipengaruhi oleh media yang digunakan sebagai salurannya, baik yang bersifat langsung maupun yang termediasi dengan teknologi (Rumata, 2017). Penyebaran informasi kesehatan mental dapat dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media, seperti media virtual. Pemanfaatan dunia virtual sebagai media dalam penyebaran informasi dapat memberikan peluang terhadap peningkatan akses kepada masyarakat terkait dengan informasi kesehatan dan pengalaman positifnya (Bacigalupe, 2011). Pemanfaatan dunia virtual dapat memberikan dan menghasilkan peningkatan wawasan masyarakat terhadap pencegahan penyakit, pemanfaatan akses kesehatan, perilaku

patuh terhadap pengobatan dan partisipasi dalam menentukan keputusan mengenai kesehatannya (Ortega & Navas, 2017).

Welda et al., (2021) dalam penelitiannya menyebutkan, karakteristik jenis-jenis *cyberspace* (dunia virtual) yang digunakan dalam penyebaran informasi antara lain,

1. Youtube. Media tersebut memiliki kekuatan dalam memengaruhi seorang individu dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kesehatan.
2. Facebook. Media tersebut memberikan cara langsung dan *privacy* dalam penyebaran informasi. Selain itu, facebook mampu menghasilkan hubungan yang positif dan timbal balik kepada sesama pencari informasi.
3. Twitter. Media tersebut memiliki jangkauan yang sangat tinggi pada kalangan generasi muda. Pengguna twitter memiliki keaktifan yang lebih dominan daripada media sosial lainnya dalam mengirim ulang pesan atau informasi dan menerima informasi.
4. Blog. Web tersebut dapat diakses oleh seluruh kalangan yang melakukan penelusuran berdasarkan keperluan dan kebutuhan serta tujuan dari para blogger.
5. Instagram. Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi kesehatan kepada masyarakat terbukti efektif, tepat, serta dengan biaya yang murah.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa penyebaran informasi kesehatan mental di dunia virtual merupakan suatu upaya dalam menyampaikan atau menyebarkan pesan kesehatan mental, sehingga masyarakat dapat

menerima dan mengakses pesan atau informasi tersebut dengan lebih mudah serta mampu memengaruhi perilaku kesehatan mental mereka ke arah yang lebih positif.

2.2 Penelitian Sejenis Sebelumnya

Penelitian sejenis sebelumnya merupakan penelitian yang sudah pernah dilaksanakan dan dikaji oleh peneliti sebelumnya. Pembuatan sub bab ini, bertujuan sebagai bahan pertimbangan, acuan, dan referensi. Selain itu, penelitian sejenis sebelumnya juga bermanfaat untuk mengidentifikasi *gap* atau celah keterbaruan penelitian ini dengan penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya. Berikut ini merupakan penelitian sejenis sebelumnya terkait topik penelitian mengenai pemanfaatan media sosial dan penyebaran informasi.

Penelitian sejenis yang pertama adalah penelitian yang berjudul “*Effectiveness of Web-Based Social Sensing in Health Information Dissemination - A review*”, ditulis oleh Sharma Pallavi dan Kaur Deep Pankaj yang diterbitkan di Science Direct pada tahun (2017). Penelitian tersebut membahas mengenai efektivitas dari penggunaan media sosial dalam melakukan penyebaran informasi kesehatan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi literatur. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sharma Pallavi dan Kaur Deep Pankaj (2017) menunjukkan bahwa media sosial menjadi perangkat komunikator yang kuat dalam melakukan promosi kesehatan. Media sosial menjadi *platform* yang memberikan berbagai peluang untuk menyesuaikan pesan dan melibatkan publik dalam percakapan tentang perlindungan kesehatan. Selain itu, strategi media sosial sebagai media penyebaran informasi memiliki dampak optimis pada jangkauan

pesan kesehatan kepada masyarakat serta meningkatkan pengetahuan, tanggap publik, dan perubahan publik secara efisien.

Penelitian yang dilakukan Sharma Pallavi dan Kaur Deep Pankaj (2017) mempunyai kesamaan dengan penelitian ini yaitu meneliti tentang media sosial sebagai media dalam melakukan penyebaran informasi kesehatan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Sharma Pallavi dan Kaur Deep Pankaj (2017) adalah penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan hanya berfokus pada *platform* media sosial Instagram serta informasi yang disebarakan adalah informasi tentang kesehatan mental. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Sharma Pallavi dan Kaur Deep Pankaj (2017) menggunakan metode studi literatur dan lebih mengkaji tentang media sosial sebagai media dalam penyebaran informasi kesehatan secara lebih luas.

Penelitian sejenis yang kedua adalah penelitian yang berjudul “*Effect of Health Information Dissemination on User Follows and Likes During Covid-19 Outbreak in China: Data and Content Analysis*”, ditulis oleh Rongyang Ma, Zhaohua Deng, dan Manli Wuz yang diterbitkan di International Journal of Environmental Research and Public Health pada tahun (2020). Penelitian yang dilakukan oleh Rongyang Ma, Zhaohua Deng, dan Manli Wuz (2020) membahas mengenai karakteristik penyebaran informasi kesehatan yang mampu memengaruhi perilaku informasi pengguna di *platform* media sosial Wechat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rongyang Ma, Zhaohua Deng, dan Manli Wuz (2020) menunjukkan

bahwa karakteristik kuantitas dan kandungan konten dalam penyebaran informasi kesehatan memiliki kontribusi terhadap perilaku pengguna informasi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Rongyang Ma, Zhaohua Deng, dan Manli Wuz (2020) adalah membahas mengenai penggunaan media sosial sebagai media penyebaran informasi tentang kesehatan yang mampu memengaruhi khalayak. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Rongyang Ma, Zhaohua Deng, dan Manli Wuz (2020) yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan dan *locus* yang diteliti. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan berfokus pada pemanfaatan media sosial Instagram oleh suatu komunitas dalam penyebaran informasi untuk memengaruhi perilaku pengguna. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Rongyang Ma, Zhaohua Deng, dan Manli Wuz (2020) menggunakan metode penelitian kuantitatif dan mengkaji pemanfaatan media sosial Wechat dalam penyebaran informasi untuk memengaruhi perilaku pengguna..

Penelitian sejenis yang ketiga adalah penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Podcast dan Instagram oleh Komunitas Literatif sebagai Media Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan”, ditulis oleh Diah Melati Adzani dan Jumino yang diterbitkan di *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi* pada tahun (2020). Penelitian tersebut membahas mengenai pemanfaatan Podcast dan Instagram sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Diah Melati Adzani dan Jumino (2020) menunjukkan bahwa Komunitas Literatif berperan sebagai komunikator dalam menyebarkan informasi

bidang perpustakaan dengan melakukan penetapan sasaran, penyusunan pesan, dan pemilihan media. Dalam menyebarkan informasi, komunitas tersebut lebih cenderung menggunakan Instagram sebagai *platform* utama untuk menyebarkan informasi dikarenakan informasi yang berbentuk grafis lebih mudah diterima dan dipahami oleh sasaran. Adapun efek yang ditimbulkan penerima informasi dari kegiatan penyebaran informasi yang dilakukan oleh Komunitas Literatif yaitu penambahan pengetahuan mengenai bidang perpustakaan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Diah Melati Adzani dan Jumino (2020) terletak pada topik penelitian yang membahas mengenai pemanfaatan akun Instagram sebagai media penyebaran informasi. Selain itu, terdapat persamaan pada metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Namun, yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Diah Melati Adzani dan Jumino (2020) yaitu terletak pada *locus* dan objek penelitian. Penelitian ini mengkaji pada akun Instagram Komunitas Sadari Sekarang yang berfokus pada penyebaran informasi seputar kesehatan mental, sementara penelitian yang dilakukan oleh Diah Melati Adzani dan Jumino (2020) mengkaji akun Instagram Komunitas Literatif yang berfokus pada penyebaran informasi seputar bidang perpustakaan.

Penelitian sejenis yang keempat adalah penelitian yang berjudul “Perspektif Pengguna Pada Penyebaran Informasi Kesehatan Mental Melalui Akun Instagram @Ibunda.id”, ditulis oleh Azzahra dan Rusmana yang diterbitkan di *Journal of Library and Information Science* pada tahun (2023). Penelitian tersebut membahas mengenai pandangan dari sisi pengguna terhadap penyebaran informasi mengenai

kesehatan mental yang dilakukan oleh akun Instagram @ibunda.id. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan melakukan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Azzahra dan Rusmana (2023) menunjukkan bahwa kegiatan penyebaran informasi yang dilakukan oleh akun Instagram @ibunda.id terbukti mampu memenuhi kebutuhan informasi kesehatan mental bagi para pengikutnya. Selain itu, Instagram juga dinilai efektif dan tepat sebagai media dalam penyebaran informasi yang *modern* dalam melakukan edukasi kepada masyarakat karena media tersebut mudah di akses oleh siapa saja yang memiliki akses internet.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Azzahra dan Rusmana (2023) terletak pada metode penelitian yang digunakan dan topik penelitian yang membahas mengenai penyebaran informasi kesehatan mental yang dilakukan oleh suatu komunitas virtual pada media sosial Instagram. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Azzahra dan Rusmana (2023) adalah pada penelitian ini lebih fokus kepada pemanfaatan media sosial Instagram oleh suatu komunitas dalam melakukan penyebaran informasi mengenai kesehatan mental. Sementara itu, penelitian yang dilakukan Azzahra dan Rusmana (2023) lebih menitikberatkan kepada pandangan pengguna terhadap penyebaran informasi mengenai kesehatan mental yang dilakukan oleh komunitas @ibunda.id di media sosial Instagram.

Penelitian sejenis yang kelima adalah penelitian yang berjudul “Penggunaan Media Sosial ‘Menjadi Manusia’ dalam Menyebarkan Informasi Kesehatan Mental”, ditulis oleh oleh Azizah Paramayu, Agus Rusmana, dan Nuning Kurniasih

yang diterbitkan di Jurnal Ilmiah Multidisplin pada tahun (2023). Penelitian tersebut membahas mengenai penggunaan *platform* media sosial yang dilakukan oleh Menjadi Manusia dalam menyebarkan informasi tentang kesehatan mental. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengikut dari keempat *platform* yang dikelola oleh Menjadi Manusia, yaitu Instagram, YouTube, TikTok, dan Twitter merupakan orang-orang yang tertarik untuk mencari informasi mengenai kesehatan mental dan juga peduli dengan kesehatan mental dirinya sendiri maupun orang disekitarnya. Selain itu, dari keempat *platform* media sosial tersebut dapat dilihat bahwa penyebaran informasi mengenai kesehatan mental yang dilakukan oleh Menjadi Manusia paling efektif melalui Instagram.

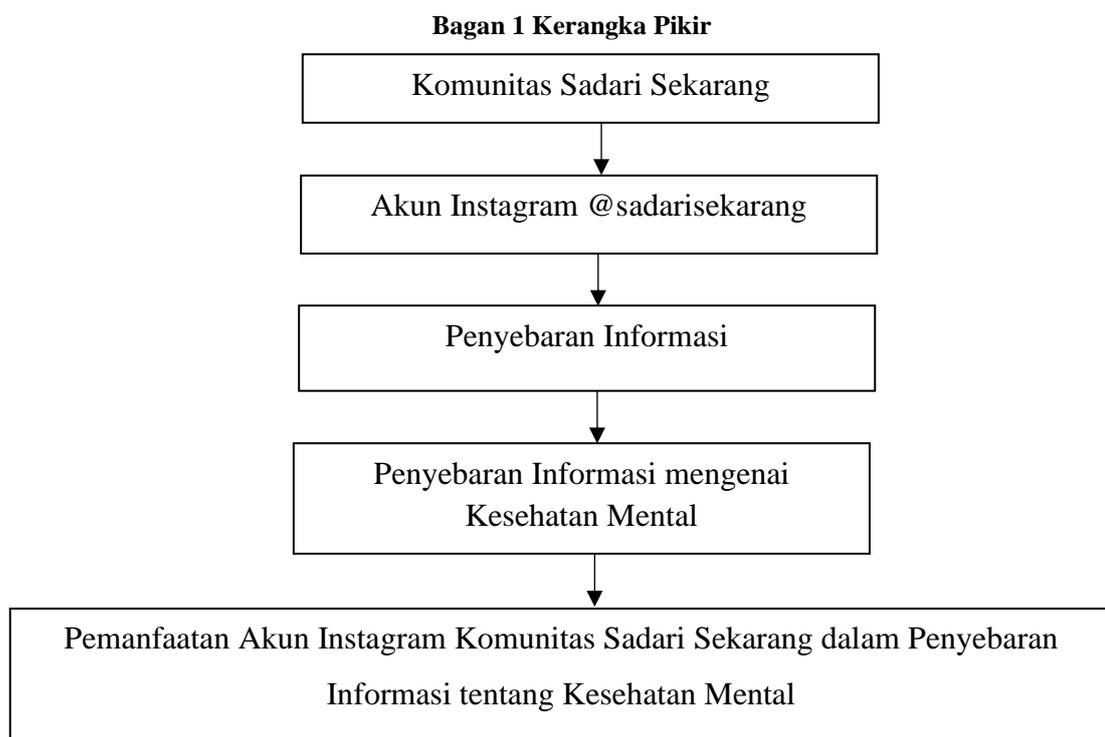
Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah Paramayu, Agus Rusmana, dan Nuning Kurniasih (2023), yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan dan meneliti tentang pemanfaatan media sosial oleh suatu komunitas dalam penyebaran informasi mengenai kesehatan mental. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Azizah Paramayu, Agus Rusmana, dan Nuning Kurniasih (2023) adalah pada penelitian ini lebih berfokus kepada pemanfaatan media sosial Instagram oleh suatu komunitas dalam melakukan penyebaran informasi mengenai kesehatan mental. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Azizah Paramayu, Agus Rusmana, dan Nuning Kurniasih (2023) lebih berfokus kepada perbandingan keterlibatan interaksi pengguna pada media sosial Instagram, YouTube, TikTok, dan Twitter terhadap penyebaran informasi yang dilakukan oleh Menjadi Manusia.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa perkembangan terhadap penelitian mengenai penyebaran informasi cukup banyak dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Sharma Pallavi dan Kaur Deep Pankaj (2017) membahas mengenai efektivitas media sosial sebagai media dalam melakukan penyebaran informasi kesehatan. Selanjutnya, pada penelitian yang dilakukan oleh Rongyang Ma, Zhaohua Deng, dan Manli Wuz (2020) membahas mengenai karakteristik penyebaran informasi kesehatan yang dapat memengaruhi perilaku informasi pengguna pada media sosial WeChat. Sementara itu, penelitian dari Azzahra dan Rusmana (2023) mengkaji tentang pandangan dari sisi pengguna terhadap penyebaran informasi mengenai kesehatan mental yang dilakukan oleh akun Instagram @ibunda.id.

Dalam penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya, belum ditemukan penelitian yang secara spesifik membahas tentang pemanfaatan akun Instagram oleh suatu komunitas dalam melakukan penyebaran informasi tentang kesehatan mental. Kajian mengenai pemanfaatan akun Instagram komunitas virtual dalam penyebaran informasi tentang kesehatan mental perlu dilakukan guna menjadi perantara dalam menjembatani informasi kesehatan mental serta memberikan edukasi dan pengetahuan mengenai kesehatan mental kepada masyarakat. Hal inilah yang menjadi potensi keterbaruan dari hasil penelitian ini, yang tidak hanya menekankan pada penyebaran informasi, melainkan lebih menyoroti penyebaran informasi tentang kesehatan mental yang dilakukan oleh suatu komunitas melalui media sosial Instagram.

2.3 Kerangka Pikir

Penelitian ini mengkaji tentang pemanfaatan akun Instagram Komunitas Sadari Sekarang dalam penyebaran informasi tentang kesehatan mental dengan kerangka pikir sebagai berikut:



Berdasarkan kerangka pikir yang telah disusun pada bagan 1, dapat diketahui bahwa Komunitas Sadari Sekarang merupakan komunitas virtual pada media sosial Instagram @sadarisekarang yang aktif dalam melakukan kegiatan penyebaran informasi. Informasi yang disebarkan adalah informasi yang berfokus membahas tentang kesehatan mental. Adapun penyebaran informasi pada penelitian ini menggunakan teori Sastropetro (1987) yang meliputi pesan yang disusun secara jelas, mantap, dan singkat. Lalu, lambang yang digunakan dalam penyebaran

informasi mudah dipahami dan dimengerti oleh penerima informasi. Kemudian, pesan yang disampaikan mampu mengundang minat, rasa keingintahuan dari penerima pesan untuk memecahkan suatu permasalahan serta menimbulkan stimulasi dan rangsangan agar dapat diterima secara positif. Sehingga, *output* pada penelitian ini dapat menghasilkan gambaran pemanfaatan akun Instagram Komunitas Sadari Sekarang dalam Penyebaran Informasi tentang Kesehatan Mental.