

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	V
ABSTRAK	VII
<i>ABSTRACT</i>	VIII
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
1.2 TUJUAN PENELITIAN	8
1.3 MANFAAT PENELITIAN	8
1.3.1 <i>Aspek Teoritis</i>	8
1.3.2 <i>Aspek Praktis</i>	9
1.4 WAKTU DAN LOKASI PENELITIAN	9
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 TINJAUAN PUSTAKA PENELITIAN	10
2.1.1 <i>Teori Penerimaan Aktif</i>	10
2.1.2 <i>@Ibunda.id</i>	13
2.1.3 <i>Macam-Macam Media Sosial</i>	13
2.1.4 <i>Media Instagram</i>	14
2.1.5 <i>Kesehatan Mental (Mental Health)</i>	16
2.1 PERBANDINGAN PENELITIAN TERDAHULU	17
2.1.1 <i>Jurnal Internasional Terdahulu</i>	18
2.1.2 <i>Jurnal Nasional Terdahulu</i>	23
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN	29
BAB III	30

METODE PENELITIAN	30
3.1 METODE PENELITIAN	30
3.2 SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN	31
3.2.1 <i>Subjek Penelitian</i>	31
3.2.2 <i>Objek Penelitian</i>	33
3.2.3 <i>Unit Analisis</i>	33
3.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	34
3.3.1 <i>Data Primer</i>	34
3.3.2 <i>Data Sekunder</i>	35
3.4 METODE ANALISIS DATA	35
3.5 TEKNIK KEABSAHAN DATA.....	37
BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 HASIL PENELITIAN	38
4.1.1 <i>Konsumsi Pesan @ibunda.id</i>	38
4.1.2 <i>Pemahaman Konten Mengenai Kesehatan Mental</i>	46
4.1.2.1 <i>Respon Terhadap Konten</i>	47
4.1.2.2 <i>Pengaruh Konten Terhadap Kehidupan Pengikut</i>	48
4.1.3 <i>Postingan yang Langsung Mempengaruhi dan Mendapat Persetujuan</i> ... 49	
4.1.3.1 <i>Memahami dan Menerima Pesan Kesehatan Mental</i>	49
4.1.3.2 <i>Persetujuan dan Kepercayaan Terhadap Prinsip dan Perspektif</i>	50
4.1.3.3 <i>Keterlibatan Aktif dalam Menyerap dan Mengamalkan Informasi</i> ...	51
4.1.4 <i>Konten yang Membuat Anda Bernegosiasi</i>	52
4.1.4.1 <i>Kurang Setuju dengan Konten dari @ibunda.id</i>	53
4.1.4.2 <i>Aktivitas Mencari Informasi Tambahan</i>	53
4.1.5 <i>Konten yang Tidak Mempengaruhi Anda</i>	54
4.1.5.1 <i>Ketidaksetujuan dengan Pesan dari @ibunda.id</i>	55
4.1.5.2 <i>Menentang atau Menolak Makna Konten</i>	56
4.1.6 <i>Efek Kesehatan Mental dari Postingan @ibunda.id</i>	56
4.1.6.1 <i>Pengaruh Paparan Berulang Terhadap Pandangan Jangka Panjang</i> ..	57
4.1.6.2 <i>Harapan Terhadap Topik Khusus atau Jenis Konten Kesehatan Mental</i>	
.....	58

4.1.6.3 Dampak Jangka Panjang Terhadap Stigma Kesehatan Mental di Masyarakat	59
4.1.7 Pengaruh Akun @ibunda.id terhadap Pandangan dan Sikap tentang Kesehatan Mental.....	60
4.2 PEMBAHASAN.....	63
4.2.1 Follower @ibunda.id Memaknai Konten Secara Aktif.....	63
4.2.2 Tipe Khalayak Pesan yang Diminati oleh Preferensi.....	64
4.2.2.1 Tipe Khalayak Posisi Preferred reading.....	65
4.2.2.2 Tipe Khalayak Posisi Negotiated reading.....	67
4.2.2.3 Tipe Khalayak Posisi Oppositional reading.....	68
BAB V.....	71
KESIMPULAN.....	71
5.1 KESIMPULAN.....	71
5.2 SARAN.....	73
5.2.1 Akademis	73
5.2.2 Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	79