

PENGARUH KONTEN MEDIA KESEHATAN MENTAL TERHADAP KECENDERUNGAN PERILAKU KESEHATAN (STUDI KUANTITATIF PADA AKUN INSTAGRAM @JIEMIARDIAN)

Nala Ramaniya¹, Dr. Mohamad Syahriar Sugandi SE., M.I.Kom¹

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia,
nalaramaniya@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia,
syahriar@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The high rate of mental health disorders in Indonesia has not been matched by adequate literacy. I-NAMHS data (2022) shows that 1 in 5 people experience mental health problems, yet most do not seek professional help due to negative stigma. On the other hand, social media presents an opportunity for mental health education to be more open and accessible. One account that shares content about mental health is @jiemiardian on Instagram. This study aims to determine the extent to which exposure to mental health content on the account affects health behavior trends based on the Health Belief Model (HBM) theory. The approach used is quantitative with a survey method of 400 followers of the @jiemiardian account. The results of multiple linear regression analysis show that content exposure has a significant influence on all components of the HBM, indicated by a significance value < 0.005 and $t\text{-count} > t\text{-table}$. The cues to action sub variable has the highest influence with an R^2 of 28.4%, while perceived benefits show the lowest influence with an R^2 of 4.25%. These findings suggest that social media exposure to mental health content can influence perceptions and encourage individuals to take positive health actions. Therefore, Instagram has the potential to be an effective medium in shaping better health behaviors.

Keywords: Media Exposure, Mental Health, Health Behavior, Health Belief Model, Instagram

Abstrak

Tingginya angka gangguan kesehatan mental di Indonesia belum diimbangi dengan literasi yang memadai. Data I-NAMHS (2022) menunjukkan bahwa 1 dari 5 penduduk mengalami masalah kesehatan mental, namun sebagian besar tidak mencari bantuan profesional karena adanya stigma negatif. Di sisi lain, media sosial menghadirkan peluang sebagai sarana edukasi kesehatan mental secara lebih terbuka dan mudah diakses. Salah satu akun yang membagikan konten mengenai kesehatan mental adalah @jiemiardian di Instagram. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana paparan konten kesehatan mental di akun tersebut memengaruhi kecenderungan perilaku kesehatan berdasarkan teori Health Belief Model (HBM). Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei terhadap 400 pengikut akun @jiemiardian. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa paparan konten memiliki pengaruh yang signifikan terhadap seluruh komponen HBM, ditunjukkan dengan nilai signifikansi $< 0,005$ dan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$. Sub variabel *cues to action* memiliki pengaruh tertinggi dengan R^2 sebesar 28,4%, sedangkan *perceived benefits* menunjukkan pengaruh terendah dengan R^2 sebesar 4,25%. Temuan ini menunjukkan bahwa paparan media sosial terhadap konten kesehatan mental dapat mempengaruhi persepsi dan mendorong individu untuk mengambil tindakan kesehatan yang positif. Oleh karena itu, Instagram memiliki potensi menjadi media efektif dalam membentuk perilaku kesehatan yang lebih baik.

Kata kunci : Paparan Media, Kesehatan Mental, Perilaku Kesehatan, Health Belief Model, Instagram

I. PENDAHULUAN

Kesehatan mental merupakan aspek penting dalam kesejahteraan individu, namun sering kali terabaikan didalam masyarakat, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO, 2022) menyatakan bahwa satu dari delapan orang di dunia mengalami gangguan mental. Berdasarkan data yang disajikan oleh I-NHMS (2022) terdapat 20% masyarakat Indonesia yang mengalami gangguan mental atau 1 dari 5 masyarakat mengalami

gangguan mental. Kondisi ini juga diperparah dengan rendahnya tingkat kesadaran masyarakat mengenai pentingnya kesehatan mental. Dari banyaknya masyarakat yang mengalami gangguan mental, hanya sebagian kecil yang mengakses layanan kesehatan yang profesional. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan literasi dalam kesehatan mental (Setyawati, 2021).

Dalam konteks ini, media sosial memiliki peran yang penting sebagai saluran penyebaran informasi mengenai kesehatan. Dengan menggunakan komunikasi kesehatan, dimana menurut (Sari et al., 2020) komunikasi ini menekankan pada penyampaian informasi yang jelas, tepat, dan relevan akan isu-isu kesehatan serta faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman masyarakat akan isu tersebut. Platform seperti Instagram digunakan oleh tenaga profesional untuk menyampaikan edukasi kesehatan mental secara massif agar mudah diakses. Salah satu figure yang aktif dalam hal ini adalah dr. Jiemi Ardian melalui akun instagramnya @jiemiardian, yang menyajikan konten edukatif berbasis pengetahuan medis. Paparan konten semacam ini memiliki potensi yang dapat mempengaruhi sikap, persepsi, dan perilaku kesehatan seorang individu.

Berdasarkan urgensi literasi kesehatan mental serta potensi yang dimiliki media sosial sebagai saluran informasi, penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh paparan konten edukatif kesehatan mental melalui akun Instagram @jiemiardian terhadap kecenderungan perilaku kesehatan berdasarkan dimensi dari *health belief model*. HBM digunakan karena merupakan model yang relevan untuk memahami perubahan tersebut, dimana dimensi ini mencakup enam dimensi didalamnya diantaranya adalah : *perceived susceptibility*, *perceived severity*, *perceived benefits*, *perceived barriers*, *cues to action* dan *self-efficacy*. Model ini digunakan untuk mengukur respons individu terhadap informasi kesehatan termasuk tindakan kesehatan yang preventif.

II. TINJAUAN LITERATUR

a. Teori Terpaan Media

Teori terpaan media (*media exposure theory*) menjelaskan bahwa frekuensi, durasi, dan perhatian individu terhadap media memiliki implikasi langsung terhadap pembentukan persepsi dan perilaku (Arifin, 2023). Dalam konteks media sosial, pengguna tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga melakukan interaksi aktif terhadap konten yang dikonsumsi. Media sosial seperti Instagram memungkinkan penyebaran informasi kesehatan mental secara cepat dan luas, dengan format visual yang menarik dan mudah diterima oleh audiens. Menurut Kietzmann et al. (2011), karakteristik partisipatif dan interaktif media sosial menjadikan platform ini sangat potensial untuk mempengaruhi sikap dan perilaku kesehatan.

Terpaan media (*media exposure*) tidak hanya terkait dengan lamanya penggunaan atau konsumsi media, namun juga mencakup konten atau isi dari media yang dikonsumsi, yang berarti bahwa paparan media adalah seberapa lama dan seberapa intens seseorang menggunakan media (den Hamer et al., 2017). Salah satu aspek penting dari terpaan media adalah bagaimana media membentuk persepsi individu. Menurut Kevin & Sari (2019) paparan media memiliki tiga dimensi diantaranya adalah :

1. Frekuensi, seberapa kerap orang mengakses media dalam periode tertentu
2. Durasi, berapa lama media dipakai saat diakses.
3. Atensi, seberapa tinggi fokus individu terhadap konten media.

b. *Health Belief Model* (HBM)

Health Belief Model merupakan kerangka teori yang banyak digunakan dalam studi perilaku kesehatan. Model ini pertama kali dikembangkan oleh Rosenstock dan dikembangkan lebih lanjut oleh Becker dan kawan-kawan. HBM menyatakan bahwa individu akan terlibat dalam perilaku kesehatan ketika mereka meyakini bahwa: (1) mereka rentan terhadap masalah kesehatan (*perceived susceptibility*), (2) masalah tersebut serius (*perceived severity*), (3) tindakan pencegahan memberikan manfaat (*perceived benefits*), (4) hambatan dapat diatasi (*perceived barriers*), (5) ada pemicu tindakan (*cues to action*), dan (6) mereka memiliki kemampuan untuk bertindak (*self-efficacy*) (Alyafei & Carr, 2023)

Model ini sangat relevan digunakan untuk menganalisis bagaimana konten media kesehatan mental dapat membentuk persepsi risiko dan motivasi seseorang dalam melakukan tindakan preventif. Dalam konteks penelitian

ini, HBM menjadi kerangka untuk memahami pengaruh paparan konten akun @jiemiardian terhadap kecenderungan perilaku kesehatan audiensnya.

c. Kesehatan Mental

Kesehatan mental mencakup kondisi psikologis, emosional, dan sosial yang memengaruhi cara individu berpikir, merasa, dan berperilaku. WHO (2022) mendefinisikan kesehatan mental sebagai kondisi kesejahteraan di mana individu menyadari potensinya, mampu mengatasi tekanan hidup, bekerja secara produktif, dan berkontribusi pada komunitasnya. Di Indonesia, literasi mengenai kesehatan mental masih rendah dan kerap disertai dengan stigma negatif, yang menghambat individu untuk mencari pertolongan profesional (Setyawati, 2021). Penyebaran informasi yang akurat dan kredibel melalui media sosial dapat menjadi strategi efektif dalam mengurangi stigma dan meningkatkan kesadaran masyarakat.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survey untuk pengumpulan data. Responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 400 responden yang merupakan pengikut dari akun Instagram @jiemiardian. Survei dibagikan kepada para responden yang merupakan para pengikut Instagram @jiemiardian dalam bentuk google form. Instrumen penelitian merupakan kuesioner dengan skala likert. Variabel X dalam penelitian ini adalah paparan konten media kesehatan mental sementara variabel Y dalam penelitian ini adalah kecenderungan perilaku kesehatan berdasarkan HBM. Dalam penelitian ini terdapat 20 butir pernyataan dengan jumlah 8 butir pernyataan untuk variabel X dan 12 butir pernyataan pada variabel Y.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini peneliti menjelaskan pengaruh konten media kesehatan mental terhadap kecenderungan perilaku kesehatan berdasarkan *health belief model*.

A. Analisis Deskriptif Paparan Konten Media

Pada variabel ini, terdapat tiga sub variabel diantaranya adalah frekuensi, durasi, dan konten. Berikut merupakan hasil analisis deskriptif pada paparan konten media.

Tabel 1 Analisi Deskriptif Variabel X

No	Sub-Variabel	Jumlah Skor Total	Persentase	Kategori
1	Frekuensi	3284	82,1%	Baik
2	Durasi	3356	83,9%	Baik
3	Konten	6939	86,7%	Sangat Baik
Jumlah Skor Total			13579	
Jumlah Skor Ideal			16000	
Persentase			84,9%	

Sumber : Olahan Peneliti (2025)

Hasil analisis deskriptif pada variabel X atau paparan konten media kesehatan variabel X dapat dikategorikan sebagai sangat baik. Sehingga, paparan konten media kesehatan memiliki pengaruh yang sangat baik pada kecenderungan perilaku kesehatan. mental didapati hasil skor total sebesar 13.579 dari jumlah skor ideal sebesar 16.000, dengan presentase sebesar 84,9%. Dari seluruh hasil analisis, di dapatkan bahwa sub-variabel konten memiliki nilai persentase terbesar yaitu, 86,7% dengan kategori sangat baik. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa, sub-variabel konten yang terdiri dari dua butir pernyataan memiliki pengaruh yang sangat baik terhadap kecenderungan perilaku kesehatan. Temuan ini menunjukkan apabila responden secara umum cukup sering terpapar dan memberikan respon

yang positif terhadap konten kesehatan mental. Berikut, paparan ini akan dijelaskan lebih lanjut yang dibagi kedalam tiga sub-variabel yaitu, frekuensi, durasi, dan konten.

B. Analisis Deskriptif Kecenderungan Perilaku Kesehatan

Variabel Y yang merupakan kecenderungan perilaku kesehatan berdasarkan *Health Belief Model* memiliki enam sub-variabel, diantaranya adalah *Perceived Susceptibility*, *Perceived Severity*, *Perceived Benefit*, *Perceived Barriers*, *Cues to Action*, dan *Self-Efficacy*. Berikut adalah hasil analisis deskriptif frekuensi.

Tabel 2 Analisis Deskriptif Kecenderungan Perilaku Kesehatan

No	Sub-Variabel	Jumlah Skor Total	Persentase	Kategori
1	<i>Perceived Susceptibility</i>	3227	80.6%	Baik
2	<i>Perceived Severity</i>	3565	89.1%	Sangat Baik
3	<i>Perceived Benefit</i>	3506	87.6%	Sangat Baik
4	<i>Perceived Barriers</i>	3378	84.4%	Sangat Baik
5	<i>Cues to Action</i>	3421	85.5%	Sangat Baik
6	<i>Self-Efficacy</i>	3460	86.5%	Sangat Baik
Jumlah Skor Total			20557	
Jumlah Skor Ideal			24000	
Persentase			85.6%	

Sumber : Olahan Peneliti (2025)

Dari hasil analisis pada kecenderungan perilaku kesehatan berdasarkan HBM, dapat dilihat bahwa sub-variabel dengan persentase terbesar ialah *Perceived Severity*, dengan jumlah pernyataan sebanyak dua butir dengan kategori sangat baik. Dapat dikatakan bahwa kepercayaan akan keseriusan sebuah penyakit, yang dalam konteks penelitian ini adalah gangguan kesehatan mental dipengaruhi oleh paparan konten media kesehatan mental. Hal tersebut menunjukkan bahwa, secara umum responden memiliki kecenderungan perilaku kesehatan yang positif setelah terpapar konten kesehatan mental Instagram @jiemiardian.

C. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Berikut merupakan hasil uji regresi linear berganda yang dilakukan pada hasil penelitian dengan menguji X terhadap tiap sub variabel dalam variabel Y.

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

No	Variabel	Hasil Regresi
1	X -> Y1	$Y1 = 1,974 + 0,179 X$
2	X -> Y2	$Y2 = 7,156 + 0,052 X$
3	X -> Y3	$Y3 = 7,077 + 0,050 X$
4	X -> Y4	$Y4 = 2,651 + 0,171 X$

5	X -> Y5	$Y5 = 3,119 + 0,160 X$
6	X -> Y6	$Y6 = 4,407 + 0,125 X$

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji regresi diatas, dimana dilakukan pengujian X -> Y1, X-> Y2, dan seterusnya, didapatkan hasil seperti di tabel. Paparan konten media memiliki hubungan yang positif dengan sub variabel *perceived susceptibility* (Y1), hal ini dapat dibuktikan dari persamaan $Y1 = 1,974 + 0,179X$. Artinya setiap kenaikan paparan konten memiliki korelasi dengan peningkatan sebesar 0,179 pada *perceived susceptibility*. Begitu pula dengan paparan konten media kesehatan mental dengan *perceived severity* (Y2) dengan persamaan $Y2 = 7,156 + 0,052X$, Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi individu akan keparahan suatu permasalahan kesehatan tidak semata-mata dipengaruhi oleh paparan konten media, namun juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang lebih dominan. Selanjutnya, paparan konten media juga berkorelasi positif dengan *perceived benefits* (Y3), dengan persamaan $Y3 = 7,077 + 0,050X$.

Berbeda dengan beberapa sub variabel sebelumnya, analisis regresi pada *perceived barriers* (Y4) menunjukkan pengaruh yang lebih signifikan, dengan persamaan $Y3 = 7,077 + 0,50X$. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi individu akan hambatan terkait dengan tindakan kesehatan memiliki hubungan yang positif dengan paparan konten media. Lebih lanjut, paparan konten media kesehatan mental (X) juga memiliki hubungan yang positif dan paling kuat dengan *cues to action* (Y5), yang direpresentasikan dengan persamaan regresi $Y5 = 3,119 + 0,160Y$, Terakhir, analisis regresi menunjukkan paparan konten media kesehatan mental (X) memiliki hubungan positif dengan *self-efficacy* (Y6), dengan persamaan $Y6 = 4,407 + 0,125X$.

D. Uji F

Uji F pada penelitian ini dilakukan untuk menilai dampak dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Pada penelitian ini, digunakan uji statistik anova yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 27. Ketentuan dalam melakukan uji F ialah sebagai berikut :

- Apabila nilai signifikansi $F < 0,005$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Apabila nilai signifikansi $F > 0,005$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya semua variabel independent tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4 Nilai Signifikansi F

No	Variabel	Nilai Signifikansi F
1	X -> Y1	< 0,001
2	X -> Y2	< 0,001
3	X -> Y3	< 0,001
4	X -> Y4	< 0,001
5	X -> Y5	< 0,001

6	X -> Y6	< 0,001
---	---------	---------

Sumber : Olahan Peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

E. Uji T

Uji T dalam penelitian ini dipergunakan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji T pada penelitian ini dilakukan untuk mengukur variabel yang terdiri dari variabel X (konten media kesehatan mental) dan Y (perilaku kesehatan berdasarkan *health belief model*). Uji ini berguna untuk membuktikan valid atau tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen dengan signifikansi sebesar 5%. Kriteria dalam pengambilan keputusan uji T dalam sebuah penelitian ialah sebagai berikut :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen.

Tabel 5 Nilai T Hitung dan T Tabel

No	Variabel	T Hitung	>/<	T Tabel
1	X -> Y1	8,483	>	1,966
2	X -> Y2	4,408	>	1,966
3	X -> Y3	4,116	>	1,966
4	X -> Y4	11,141	>	1,966
5	X -> Y5	12,558	>	1,966
6	X -> Y6	9,829	>	1,966

Sumber : Olahan Peneliti (2025)

Apabila dilihat dari tabel diatas, dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Maka, paparan konten media kesehatan mental memiliki pengaruh terhadap kecenderungan perilaku kesehatan individu berdasarkan *health belief model*.

F. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini merupakan sebuah instrumen untuk menilai seberapa baik model menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 6 Nilai R^2

No	Variabel	R^2
1	X -> Y1	15,3%
2	X -> Y2	4,7%
3	X -> Y3	4,2%
4	X -> Y4	23,8%

5	X -> Y5	28,4%
6	X -> Y6	19,5%

Sumber : Olahan Peneliti (2025)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai R^2 pada setiap variabel penelitian. Pengaruh paparan konten media terhadap *cues to action* atau isyarat untuk bertindak memiliki nilai R^2 paling besar. Dapat dikatakan bahwa, paparan konten media memiliki pengaruh yang besar terhadap isyarat untuk bertindak pada individu dalam mengambil tindakan kesehatan yang positif. Variabel lain memiliki angka yang kecil, dimana perubahan tidak hanya dipengaruhi oleh paparan konten media, namun juga faktor lain diluar penelitian.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa paparan konten media kesehatan mental di Instagram, khususnya akun @jiemiardian, memiliki efek signifikan terhadap kecenderungan perilaku kesehatan individu berdasarkan model HBM. Hasilnya menunjukkan bahwa konten edukatif yang disampaikan secara konsisten dan kredibel mampu meningkatkan kesadaran risiko, persepsi manfaat, pengurangan hambatan, memicu tindakan, dan meningkatkan keyakinan diri dalam menjaga kesehatan mental.

REFERENSI

Mental Disorders. (2022). WHO.Int. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-disorders>

Alyafei, A., & Carr, E. (2024). *The Health Belief Model of Behavior Change*.
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK606120/>

Hamer, A. . den, Konijin, E. A., Plaisier, X. S., Keijer, M. G., Krabbendam, & Bushman, B. J. (2017). *The Content-based Media Exposure Scale (C-ME): Development and Validation, Computers in Human Behavior*. 72, 549.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.050>.

Kevin, D., & Sari, W. P. (2019). Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule. *Prologia*, 2(2), 219. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3590>

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>

Sari, D. P., et al. (2020). *Komunikasi Kesehatan dalam Media Sosial*. Jakarta: Prenadamedia.