

**MEMBANGUN NARASI POSITIF TENTANG
KESEHATAN MENTAL DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Analisis Konten Edukatif Kutub.co)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

RIZKA AULIA RAMADHANI

NIM : 21030801211010

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN
ISLAM FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM
NUSANTARA BANDUNG
2025**

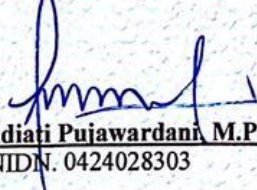
LEMBAR PERSETUJUAN

**MEMBANGUN NARASI POSITIF TENTANG KESEHATAN MENTAL DI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Analisis Konten Edukatif Kutub.co)**

Oleh:
RIZKA AULIA RAMADHANI
NIM : 21030801211010

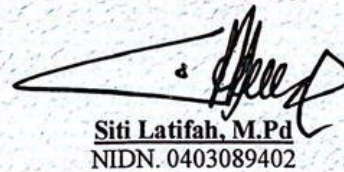
Menyetujui :

Pembimbing I



Hani Hadiati Pujawardani, M.Pd
NIDN. 0424028303

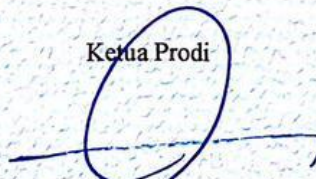
Pembimbing II



Siti Latifah, M.Pd
NIDN. 0403089402


Mengetahui :

Ketua Prodi



Dr. Iyad Suryadi, M.M
NIDN. 0013075507

Dekan



Dr. H. Hoerul Umam, M.M., M.Si.
NIDN. 0402048601

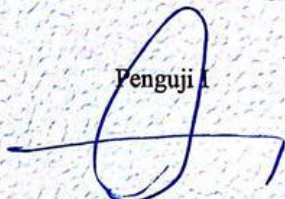
LEMBAR PENGESAHAN

Penelitian berjudul “Membangun Narasi Positif Tentang Kesehatan Mental di Media Sosial Instagram (Analisis Konten Edukatif Kutub.co)” telah dipertanggungjawabkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Nusantara, hari Kamis tanggal 19 Juni 2025 Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.

Bandung, 26 Juni 2025

Sidang Munaqasyah :

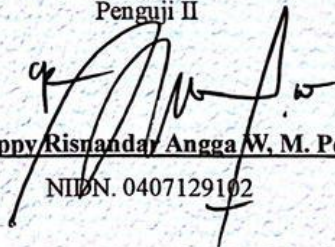
Penguji I



Dr. H. Ivad Suryadi, M.M

NIDN. 0013075507

Penguji II



Cheppy Risnanday Angga W, M. Pd

NIDN. 0407129102

Anggota:

Ketua Prodi



Dr. Ivad Suryadi, M.M

NIDN. 0013075507

Dekan



Dr. H. Hoerul Umam, M.M., M.Si

NIDN. 0402048601

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS

Berkaitan dengan skripsi saya yang berjudul: Membangun Narasi Positif Tentang Kesehatan Mental Di Media Sosial Instagram (Analisis Konten Edukatif Kutub.co) dengan ini saya menyatakan bahwa:

- a. Skripsi ini adalah asli, dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Islam Nusantara ataupun di perguruan tinggi lain.
- b. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing.
- c. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sumbernya dengan jelas dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, atau ada klaim dari pihak lain tentang keabsahan skripsi ini, maka hal itu sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya, dan oleh karenanya saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku dan etika keilmuan pada umumnya.

Bandung, 05 Juni 2025

Yang membuat Pernyataan



(Rizka Aulia Ramadhani)

NIM. 21030801211010

MOTTO

“Hatiku tenang mengetahui apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khattab)

“Tugas kita bukanlah untuk berhasil, tugas kita adalah untuk mencoba. Karena dalam mencoba itulah kita menemukan kesempatan untuk berhasil”

(Buya Hamka)

PERSEMBAHAN

Sebagai bentuk rasa syukur atas terselesaikannya tugas akhir ini, karya ini saya persembahkan kepada:

1. Mama dan Bapak, orang tua terkasih. Doa yang tak pernah terputus dalam segala keadaan, terima kasih telah meridhoi langkah anakmu. Aku bersaksi atas jerih payahmu, Pak. Aku berharap Mama dan Bapak bersedia menunggu sedikit lagi, hingga tiba waktunya kalian melihat aku tumbuh seperti yang selama ini kalian doakan dan harapkan.
2. Untuk kakak kandung saya, Suciani Qolbiyah dan adik kandung saya Muhammad Alby Syakir Ramadhan, terima kasih telah memberikan pelukan hangat di setiap waktu. Kalian adalah salah satu alasan aku bertahan sampai titik ini.
3. Dan terakhir untuk pemilik NIM 21030801222001, terima kasih karena selalu mengusahakan. Setelah ini, kita berjalan masing-masing, semoga Allah mempertemukan kita di kesempatan terbaik menurut-Nya.

ABSTRAK

Rizka Aulia Ramadhani, 21030801211010, Membangun Narasi Positif Tentang Kesehatan Mental di Media Sosial Instagram (Analisis Konten Edukatif Kutub.co)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya fenomena *self-diagnose* dan derasnya arus informasi yang tidak terverifikasi di media sosial, yang turut memperkeruh pemahaman masyarakat mengenai isu kesehatan mental. Di era digital, kesehatan mental menjadi isu yang semakin relevan, terutama di kalangan generasi muda. Narasi positif memainkan peran penting sebagai alat pemulihan makna, penumbuh empati, serta upaya untuk memperbaiki stigma negatif yang melekat pada gangguan mental. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media Kutub.co membangun narasi positif tentang kesehatan mental melalui konten edukatif di media sosial, menganalisis respons audiens terhadap konten tersebut, serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam proses pembentukan narasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman, yang mencakup tahap reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kutub.co membangun narasi positif melalui konten edukatif berbasis visual dan narasi yang komunikatif, yang mengangkat isu-isu psikologis secara ringan namun informatif. Respon audiens terhadap konten Kutub.co cenderung positif, ditunjukkan dengan interaksi yang aktif dan dukungan terhadap pesan yang disampaikan. Tantangan utama yang dihadapi Kutub.co antara lain adalah keterbatasan sumber daya manusia dan potensi salah tafsir dari audiens terhadap konten edukatif yang dibagikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dapat berperan sebagai ruang yang konstruktif dalam membangun kesadaran dan pemahaman publik mengenai kesehatan mental.

Kata kunci: kesehatan mental, narasi positif, instagram

ABSTRACT

Rizka Aulia Ramadhani, 21030801211010, *Building Positive Narratives About Mental Health on Instagram Social Media (Content Analysis of Kutub.co Educational Posts)*

This research is motivated by the increasing phenomenon of self-diagnosis and the overflow of unverified information on social media, which has worsened public understanding of psychological issues. In the digital era, mental health has become an increasingly relevant issue, especially among younger generations. Positive narratives play a vital role in restoring meaning, fostering empathy, and addressing the negative stigma associated with mental disorders. This study aims to examine how Kutub.co builds positive narratives about mental health through educational content on social media, analyze audience responses, and identify the challenges faced in the narrative-building process. This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data collection techniques include observation, in-depth interviews, and document study. The data were analyzed using the interactive model of Miles and Huberman, consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing. Data validity was tested through source and method triangulation. The results show that Kutub.co builds positive narratives through visually engaging and communicative content that addresses psychological issues in an accessible and informative manner. Audience responses were generally positive, as reflected in active interactions and support for the messages conveyed. The main challenges faced by Kutub.co include limited human resources and the risk of misinterpretation by the audience. This study indicates that social media can serve as a constructive space to raise public awareness and understanding of mental health issues.

Keywords: mental health, positive narrative, instagram

الملخص

رِزْقَةُ أَوْلِيَا رَمَضَانِي، ٢١٠٣٠٨٠١٢١١٠١٠، بِنَاءُ السَّرْدِ الْوَجَائِي حَوْلَ الصَّحَّةِ النَّفْسِيَّةِ فِي وَسَائِلِ التَّوَاصُلِ
الْحَرَمِيَّةِ "إِسْتِغْرَام" (تَحْلِيلُ الْمَحْتَوَى التَّثْقِيفِيِّ لِكِتَابِكُمْ)

هذه الدراسة من تأليف نبي طاهرة الشخص النافذة في مجالها، مما يسهل في تشخيص فاعل المختار مع إلقاء ضياء الـ صحّة النفسيّة في العصر الرقمي، أصبحت الـ صحّة النفسيّة قضية أكتسبها أهمية، ليس فقط لدى الفئات الشابة، بل لدى السرايين الـ جيلية دوراً هاماً. كأداة لتفعيل الـ معنى، وتعزيز العاطفة، والتأصيل للـ مضمون من السلبية المترتبة طبعاً بالـ ارتباط النفسيّة

تهدف هذه الدراسة إلى فهم كيف تبنى كُتّابُ سردا إي جلياً مع قول الـ صحّة النفسيّة من خلال المختار في وسائل التواصل الاجتماعي، مما يسهل في تشخيص فاعل المختار مع إلقاء ضياء الـ صحّة النفسيّة في العصر الرقمي، أصبحت الـ صحّة النفسيّة قضية أكتسبها أهمية، ليس فقط لدى الفئات الشابة، بل لدى السرايين الـ جيلية دوراً هاماً. كأداة لتفعيل الـ معنى، وتعزيز العاطفة، والتأصيل للـ مضمون من السلبية المترتبة طبعاً بالـ ارتباط النفسيّة

وتبين أن نتائج كُتّابِ سردا إي جلياً من خلال المختار في وسائل التواصل الاجتماعي، فإن الفاعل النفسي بـ شكل بسيط ولكن معطوياً. كما أن ردود أفعال الجمهور كانت إيجابية، وتتمثل في التفاعل النشط ودعم الـ رسالة المقدم. ومن أهم النقاط التي تلاحظها كُتّابُ هـ هي قلة الـ موارد البصرية، واختار مالم تتوفر لهم المختار في وسائل التواصل الاجتماعي. وتفيد الدراسة بأن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أداة فعالة في نشر الوعي وفهم الـ صحّة النفسيّة

الكلمات المفتاحية: الـ صحّة النفسيّة، السرد الـ جلي، إستراتيجية

PEDOMAN TRANSLITERASI

Terdapat beberapa versi pada dasarnya mempunyai pola yang cukup banyak, berikut ini disajikan pola transliterasi Arab-Latin berdasarkan keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. No. 158 Tahun 1987 dan No. 0543b/U/1987.

Konsonan

Huruf	Nama	Penelitian
ا	Alif	‘
ب	Ba	b
ت	Ta	t
ث	Tsa	š
ج	Jim	j
ح	Ha	ḥ
خ	Kha	kh
د	Dal	d
ذ	Zal	z
ر	Ra	r
ز	Zai	z
س	Sin	s
ش	Syin	sy
ص	Shad	š
ض	Dlod	ḍ
ط	Tho	ṭ
ظ	Zho	ẓ
ع	‘Ain	‘
غ	Gain	gh
ف	Fa	f
ق	Qaf	q
ك	Kaf	k
ل	Lam	l
م	Mim	m
ن	Nun	n
و	Waw	w
هـ	Ha	h
ء	Hamzah	’
ي	Ya	y
ة	Ta Marbutah	t (atau š bila pada nama)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya. Semoga keberkahan dan ridha-Nya senantiasa mengiringi setiap langkah kita sebagai khalifah di muka bumi hingga akhir hayat. Dengan izin dan pertolongan-Nya pula, peneliti dapat menyelesaikan tahap awal penelitian tugas akhir berupa proposal penelitian yang berjudul “**Membangun Narasi Positif Tentang Kesehatan Mental Di Media Sosial Instagram (Analisis Konten Edukatif Kutub.co)**”.

Peneliti menyadari bahwa dalam setiap proses penyusunan skripsi penelitian ini terdapat banyak pelajaran, tantangan dan uluran tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh hormat dan rasa terima kasih, peneliti menyampaikan apresiasi kepada:

1. Dr. H. Hoerul Umam, S.Pd.I., selaku Dekan Fakultas agama Islam Universitas Islam Nusanta
2. Dr. H. Iyad Suryadi, M.M., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Islam Nusantara
3. Hani Hadiati Pujawardani, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing I skripsi atas dedikasi dan pendampingan yang luar biasa selama proses penelitian ini.
4. Siti Latifah, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II sekaligus dosen favorit saya, yang senantiasa selalu menginspirasi dalam setiap langkahnya.
5. Untuk seluruh dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam yang senantiasa

selalu membimbing dan memberi arahan dari semester pertama.

Semoga segala kebaikan dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang berlipat. Aamiin. Akhir kata, peneliti mempersembahkan karya ilmiah ini sebagai bagian dari proses akademik untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Besar harapan atas semua yang ditulis nanti dapat menambah referensi ilmu pengetahuan kepada setiap orang yang membutuhkan.

Bandung, 05 Juni 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN INTEGRITAS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Kerangka Berpikir.....	14
F. Asumsi Penelitian.....	17
BAB II.....	19
KAJIAN PUSTAKA.....	19
A. Kajian Teori	19
B. Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan	41
BAB III.....	50
PROSEDUR PENELITIAN	50
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	50
B. Tempat dan Waktu Penelitian	51
C. Populasi dan Sampel Penelitian	52
D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	54
E. Validitas dan Reliabilitas Data	57

F. Teknik Analisis Data	60
BAB IV	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Biografi Lengkap Lembaga.....	63
B. Hasil Penelitian.....	70
C. Pembahasan.....	101
BAB V.....	109
KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
A. Kesimpulan.....	109
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka berpikir	16
Gambar 2. Triangulasi metode	58
Gambar 3. Triangulasi data	59
Gambar 4. Model analisis data Miles and Huberman	63
Gambar 5. Peletakkan link pada bio Instagram.....	71
Gambar 6. Penggunaan fitur <i>highlight</i>	72
Gambar 7. Unggahan <i>feed</i> pada profil Instagram @kutub.co	73
Gambar 8. Unggahan <i>reels</i> pada profil Instagram @kutub.co	74
Gambar 9. Penandaan pada akun Instagram @kutub.co	75
Gambar 10. Fitur <i>live streaming</i> @kutub.co	76
Gambar 11. Unggahan <i>kutub talk</i>	77
Gambar 12. Visual konten Kutub.co	80
Gambar 13. Format konten <i>feed</i> Instagram @kutub.co.....	82
Gambar 14. Format konten <i>reels</i> Instagram @kutub.co	83
Gambar 15. Interaksi <i>audiens</i> di kolom komentar	87
Gambar 16. Bukti survei google form.....	132
Gambar 17. Bukti file rekaman wawancara	132
Gambar 18. Dokumentasi wawancara <i>content writer</i> Kutub.co.....	132
Gambar 19. Dokumentasi wawancara <i>community manager</i> dan <i>video editor</i>	132
Gambar 20. Dokumentasi wawancara <i>followers</i> Kutub.co	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Engagement</i> pada unggahan <i>feed</i> Instagram @kutub.co.....	89
Tabel 2. <i>Engagement</i> pada unggahan <i>reels</i> Instagram @kutub.co.....	90
Tabel 3. Pedoman Observasi	118
Tabel 4. Pedoman wawancara tim kreatif Kutub.co.....	119
Tabel 5. Pedoman wawancara <i>followers</i> kutub.co	120

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK bimbingan	116
Lampiran 2. Surat izin penelitian	117
Lampiran 3. Pedoman observasi	118
Lampiran 4. Pedoman wawancara.....	119
Lampiran 6. Kartu bimbingan skripsi.....	121
Lampiran 7. Kartu hafalan	122
Lampiran 8. Bukti dan dokumentasi observasi	123

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesehatan mental merupakan fenomena sosial yang cukup memiliki perhatian khusus di beberapa kalangan khususnya masyarakat yang sudah sadar akan keamanan dan kesehatan mental. Ada beberapa hal yang menjadi faktor terjadinya gangguan kesehatan mental yang bahkan pelakunya bisa dari orang terdekat. Kejadian yang membuat korban merasa terancam akan keamanannya biasanya ditimbulkan karena korban mengalami kekerasan fisik atau psikis yang dirasakan secara berkelanjutan atau membawa trauma sejak dini. Bisa jadi, kesehatan mental juga dampak dari pola parenting orang tua yang terlalu keras dan perbuatan yang mengarah pada ancaman kesehatan mental anak. Menurut *World Health Organization* (2022), kesehatan mental merupakan keadaan sejahtera yang memungkinkan individu mampu mengelola tekanan hidup, mengenali potensi dirinya, bekerja secara produktif, serta memberikan kontribusi kepada lingkungan sosialnya. Fakta penting yang diungkapkan WHO juga mengatakan bahwa perlunya tindakan terhadap kesehatan mental tidak dapat disangkal dan bersifat mendasar.

Langgengnya budaya *desensitisasi* atau minimnya pemahaman norma sosial seringkali menjadi pemicu maraknya isu kesehatan mental karena selalu dianggap berlebihan dalam menanggapi sesuatu, sehingga angka kesenjangan sosial kesehatan mental semakin meningkat. Tak bisa disangkal bahwa di era

sekarang, isu kesehatan mental masih menjadi sesuatu yang menimbulkan kekhawatiran bagi sebagian individu, karena semakin banyak hal yang dapat membuatnya terdistraksi terhadap beban kehidupan dan dampak kesehatan mental lainnya. Namun, yang terjadi di lapangan biasanya korban kasus kesehatan mental atau orang terindikasi mengalami gangguan kesehatan mental tidak diberi keleluasaan ruang untuk mencurahkan keresahannya. Banyak penelitian mengatakan bahwa korban kesehatan mental cenderung akan menyembunyikannya dan berusaha menutupi dibanding membicarakan atau berkonsultasi kepada ahlinya. Namun demikian, hal ini tidak menutup kenyataan bahwa masih terdapat individu-individu yang memiliki kepedulian dan kesadaran tinggi terhadap pentingnya penanganan masalah kesehatan mental. Kondisi mental yang sehat juga menjadi aspek krusial dalam mendukung produktivitas serta menjaga kesehatan fisik dalam keseharian. Biasanya gangguan kesehatan mental ini merupakan salah satu ciri dari negara berkembang, karena kurangnya kualitas SDM dan banyaknya diskriminasi terhadap orang yang mengeluhkan kesehatan mental serta masih minimnya pengetahuan terhadap perbedaan antara orang dalam gangguan jiwa dengan orang yang bermasalah dengan kesehatan mentalnya.

Berdasarkan laporan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2018 yang dilansir melalui situs resmi Kementerian Kesehatan RI sehatnegeriku.kemkes.go.id, tercatat bahwa lebih dari 19 juta penduduk Indonesia berusia di atas 15 tahun mengalami gangguan mental emosional. Selain itu, lebih dari 12 juta di antaranya mengalami depresi, dengan jumlah

kasus depresi mencapai 9.162.886 jiwa, atau sekitar 3,7% dari populasi dalam kelompok usia tersebut. Sementara itu, pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia yang meningkat sekitar 3 juta jiwa setiap tahunnya, hingga mencapai lebih dari 278 juta jiwa, turut memengaruhi potensi kenaikan kasus gangguan mental, termasuk depresi. Berdasarkan laporan Kementerian Kesehatan tahun 2013 yang dikutip oleh *Our Better World*, diperkirakan terdapat sekitar 9 juta individu yang mengalami depresi. Kondisi ini berkontribusi terhadap tingginya angka bunuh diri, yakni sekitar 3,4 kasus per 100.000 penduduk. Selain itu, terdapat sekitar 400.000 orang yang mengalami gangguan mental berat seperti psikosis, serta lebih dari 57.000 orang yang mengalami tindakan pemasungan oleh keluarga atau lingkungannya akibat gangguan kejiwaan tersebut.

Kementerian Kesehatan (Kemenkes) bekerja sama dengan University of Queensland di Australia serta Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health di Amerika Serikat melakukan penelitian yang dinamakan Indonesia-National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS). Hasil penelitian ini dijadwalkan untuk diterbitkan pada 20 Oktober mendatang, dengan tujuan untuk mengisi kekurangan data mengenai kesehatan mental remaja di Indonesia.

Menurut hasil survei, sekitar 5,5% remaja di Indonesia atau satu dari dua puluh anak berusia 10-17 tahun, terdiagnosis mengalami gangguan mental berdasarkan kriteria Manual Diagnostik dan Statistik Gangguan Mental (DSM-V) dari American Psychological Association (APA). Ini berarti terdapat sekitar 2,45 juta remaja yang masuk dalam kategori Orang dengan Gangguan Jiwa (ODGJ).

Gangguan kecemasan menjadi jenis gangguan mental yang paling banyak ditemukan pada remaja di rentang usia tersebut, dengan prevalensi sebesar 3,7%. Diikuti oleh gangguan depresi mayor sebesar 1%, gangguan perilaku 0,9%, serta gangguan stres pascatrauma (PTSD) dan gangguan pemusatan perhatian dan hiperaktivitas (ADHD), yang masing-masing dialami oleh sekitar 0,5% remaja.

Kemenkes menyatakan keprihatinan atas data kesehatan mental ini dan mengajak pemerintah untuk lebih serius dalam meningkatkan sistem kesehatan mental. Salah satu fokus utama adalah menangani stigma dan diskriminasi yang masih melekat pada penderita gangguan mental. Pemerintah juga telah menyiapkan tenaga ahli psikologi dan layanan medis lainnya untuk memberikan penanganan yang meliputi konseling, pengobatan, serta pemanfaatan media sebagai alat edukasi dan dukungan bagi penderita gangguan mental.

Berdasarkan data yang diperoleh, ditemukan bahwa terdapat empat faktor utama yang berperan dan terkait dengan kondisi kesehatan mental di Indonesia, yaitu faktor biologis, psikologis, lingkungan, dan sosial-budaya (Latipun dan Notosoedirjo, 2014). Veit dan Ware (1983) mengemukakan bahwa indikator untuk mengukur kesehatan mental seseorang dapat dilihat dari beberapa hal berikut:

1. Adanya perasaan cemas yang berlebihan
2. Mengalami depresi
3. Kesulitan dalam mengendalikan perilaku dan emosi
4. Keberadaan perasaan positif secara umum (*general positive affect*)
5. Terjalin hubungan emosional

6. Cepat merasa puas dengan kehidupan yang dijalani

Adapun ciri-ciri gejala kesehatan mental yang terganggu, bisa dideskripsikan sebagai berikut:

1. Banyak konflik batin, biasanya orang yang terindikasi terganggu kesehatan mentalnya akan merasa payah dalam pikiran dan emosi. Hilangnya harga diri dan kepercayaan terhadap diri sendiri juga bisa menjadi penyebab, serta selalku merasa tidak aman dan cemas berlebihan.
2. Komunikasi sosial terputus dan adanya disoriental sosial. Biasanya hal ini terjadi pada orang yang merasa heroik atau dirinya paling super (*delusion of grander*). Selalu merasa iri hati terhadap apapun yang dilihat dari orang lain, menjadi sangat agresif, bahkan bisa melakukan apapun untuk mendapatkan keinginannya.
3. Terjadinya gangguan pada fungsi intelektual serta gangguan emosional yang cukup parah. Penderita sering kali mengalami ilusi dan halusinasi yang intens, sehingga reaksi yang ditunjukkan cenderung berlebihan (*overacting*)

Indikator kesehatan mental yang baik dapat dipahami melalui prinsip-prinsip yang telah dikemukakan oleh para ahli. Menurut Schneiders (1964), kesehatan mental memiliki tiga prinsip utama yang perlu diperhatikan, berikut penjelasannya:

1. **Prinsip pertama**, berkaitan dengan 11 aspek yang berakar pada sifat dasar manusia. Kesehatan mental dan kemampuan individu untuk beradaptasi sangat dipengaruhi oleh kondisi fisik. Oleh karena itu, seseorang perlu memiliki mental yang sehat dengan aspek sebagai berikut:

- 1) Memiliki kepribadian yang kuat dan religius
- 2) Mengembangkan keterampilan sosial yang baik
- 3) Menjaga integritas serta dapat mengendalikan diri
- 4) Meningkatkan kecerdasan intelektual
- 5) Mengembangkan potensi diri dan rasa percaya diri yang sehat
- 6) Menjaga stabilitas emosi dan mental
- 7) Berpegang teguh pada nilai-nilai kebaikan
- 8) Mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan
- 9) Terampil dalam menghadapi konflik psikologis
- 10) Serta memiliki kedewasaan dalam berpikir dan bersikap secara emosional

2. **Prinsip kedua**, menyoroti hubungan manusia dengan lingkungan yang terdiri dari tiga aspek utama:

- 1) Kesehatan mental seseorang dipengaruhi oleh interaksi sosial dengan orang lain.
- 2) Kemampuan untuk beradaptasi dan berpikir dengan tenang berkaitan erat dengan kepuasa dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, baik dalam belajar maupun peran sosial lainnya.
- 3) Karakter yang sehat harus dibangun berdasarkan realitas, di mana seorang mampu menerima keadaan sebagaimana tanpa *distorsi*, tetapi tetap mampu berpikir objektif dalam menilai situasi.

3. **Prinsip ketiga**, menekankan hubungan individu dengan Tuhan, yang meliputi dua aspek penting sebagai berikut:

- 1) Stabilitas mental memerlukan kesadaran akan keberadaan Tuhan sebagai tempat bergantung dalam hidup.
- 2) Kesehatan mental dan ketenangan batin dapat terwujud melalui hubungan spiritual yang istiqamah antara manusia dan Tuhan.

Berdasarkan data mengenai kesehatan mental yang ditemukan, diketahui bahwa ada salah satu media yang memiliki fokus dan bergerak pada isu kesehatan mental yaitu Media Kutub.co. Kutub.co merupakan media yang bergerak pada bidang isu-isu keresahan Gen Z, salah satunya isu keperempuanan dan kesehatan mental. Salah satu tugas dari pada Media Kutub.co ialah membuat narasi positif pada produk media seperti artikel, postingan instagram, dan beberapa konten media di platform lainnya, untuk kemudian mengubah stigma konsumen media sosial terhadap isu-isu yang beredar, salah satunya isu kesehatan mental. Beberapa kali juga Media Kutub.co membuat acara yang berkolaborasi dengan media lain untuk membahas isu yang sama. Dalam bidang penanganan kasus kesehatan mental, Media Kutub.co tentunya belum memenuhi standar sesuai dengan profesi bidang kesehatan atau psikis. Namun, sering kali Media Kutub.co juga menerima keluhan yang kemudian mengatasinya hanya sampai pada tahap konsultasi atau metode komunikasi terapeutik. Karena Kutub.co adalah sebuah media, jadi memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mengedukasi dan memberikan informasi seputar kesehatan mental.

Media sosial terdiri dari tiga komponen utama, yakni infrastruktur, informasi, serta perangkat yang digunakan untuk menghasilkan dan

menyebarkan konten media. Konten tersebut bisa berupa pesan pribadi, berita, gagasan, maupun produk budaya yang berbentuk digital. Konten ini diproduksi dan dikonsumsi oleh individu, organisasi, dan industri (P.N. Howard dan M.R. Parks, 2012). Di era digital sekarang, hampir semua kalangan telah memiliki gadget dan menggunakan media sosial sebagai konsumen. Namun, media sosial juga kerap menyoroti isu tertentu yang kemudian mempengaruhi cara masyarakat menilai dan membentuk stigma, sesuai dengan teori priming. Teori ini menjelaskan bahwa media sosial memfokuskan perhatian pada isu-isu tertentu dan mengabaikan yang lain, sehingga mengubah standar evaluasi yang digunakan masyarakat dalam memahami realitas sosial (Severin, 2005: 271).

Berdasarkan data dari RRI.co.id mengenai statistik penggunaan media sosial di Indonesia tahun 2024, jumlah pengguna internet mencapai 191 juta orang atau 73,7% dari total populasi, dengan 167 juta di antaranya merupakan pengguna aktif (64,3%). Penetrasi internet di Indonesia mencapai 93,4% dari total populasi, yaitu sekitar 242 juta pengguna. Dari angka tersebut, pengguna media sosial terbagi ke dalam platform seperti YouTube dengan 139 juta pengguna (53,8%), Instagram 122 juta (47,3%), Facebook 118 juta (45,9%), WhatsApp 116 juta (45,2%), dan TikTok 89 juta (34,7%). Dari sisi demografis, pengguna media sosial didominasi oleh kelompok usia 18-34 tahun (54,1%), dengan proporsi perempuan sebesar 51,3% dan laki-laki 48,7%. Rata-rata, masyarakat Indonesia menghabiskan waktu sekitar 3 jam 14 menit per hari untuk mengakses media sosial, dengan 81% pengguna mengaksesnya setiap hari. Aktivitas yang paling sering dilakukan meliputi berbagi foto atau video (81%),

berkomunikasi (79%), mengakses berita atau informasi (73%), hiburan (68%), dan berbelanja online (61%).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dengan judul “Interaktivitas Akun Instagram @Riliv Sebagai Media Informasi dan Edukasi Kesehatan Mental di Indonesia” pada skripsi yang dibuat oleh Devi Haqiqi Hidayat dari UIN Raden Mas Said Surakarta pada tahun 2020. Penelitian ini menggunakan teori tiga dimensi interaktivitas dari McMillan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil yang diperoleh mengungkapkan bahwa konten yang diunggah oleh akun @riliv memiliki karakter informatif, edukatif, solutif, serta selalu *up-to-date* mengenai topik kesehatan mental. Bentuk interaksi yang paling dominan adalah *user-to-user*, di mana respons dari *audiens* terhadap konten jauh lebih banyak dibandingkan jumlah postingan itu sendiri. Selain itu, akun @riliv juga memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti komentar, like, pesan langsung (*direct message*), dan *tag* untuk meningkatkan partisipasi *audiens*. Perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada fokusnya; penelitian ini menitikberatkan pada efektivitas konten media Kutub.co dalam mengangkat isu kesehatan mental, sedangkan penelitian terdahulu lebih menyoroti interaktivitas pada platform Instagram @Riliv.

Selanjutnya, hasil penelitian terdahulu yang berjudul “Muatan Edukasi Kesehatan Mental di Media Sosial (Analisis Isi Kualitatif pada Akun Instagram @iBunda.id)” pada skripsi yang dibuat oleh Ayu Andira Sihombing dari Fakultas Ilmu Sosial Universitas Muhamadiyah Pro.Dr.Hamka Jakarta pada tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi muatan edukasi

kesehatan mental yang disampaikan melalui akun Instagram @iBunda.id, mengingat masih adanya stigma yang kuat di masyarakat Indonesia mengenai kesehatan mental. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis isi, penelitian ini berfokus pada bagaimana akun tersebut memberikan informasi tentang kesehatan mental yang dikemas secara menarik, ringan, dan mudah dipahami. Konten pada akun @iBunda.id mencakup berbagai topik seperti jenis-jenis gangguan psikologis, bahaya self-diagnose, dan cara mengatasi burnout. Selain itu, akun ini juga menggunakan fitur interaktif seperti kuis di Instagram Stories untuk meningkatkan keterlibatan *audiens*.

Penelitian terdahulu selanjutnya yang dipilih berjudul “Analisis Isi Konten Kesehatan Mental Pada Akun TikTok @heyteess” pada jurnal yang dibuat oleh Desya Safitri, Nasichah, dan Zahra Salsablillah dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2023. Jurnal ini membahas analisis isi konten kesehatan mental pada akun TikTok @hey.tessss, yang berfokus pada edukasi terkait *inner child*, motivasi hidup, dan permasalahan keluarga. Metode yang digunakan adalah analisis isi deskriptif kualitatif. Penelitian ini didasarkan pada konsep kesehatan mental menurut beberapa teori, termasuk pandangan Carl Gustav Jung tentang *inner child*, yang menggambarkan pengalaman masa kecil yang memengaruhi kepribadian dewasa. Hasilnya menunjukkan bahwa konten pada akun tersebut mampu memberikan edukasi kesehatan mental secara menarik, khususnya remaja. Akun ini juga dianggap berhasil meningkatkan kesadaran dan mendukung pengembangan kesehatan mental melalui penyebaran informasi yang relevan.

Secara keseluruhan, ketiga penelitian terdahulu ini mengungkapkan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kesehatan mental, dengan platform seperti Instagram dan platform lainnya sering digunakan untuk kampanye edukasi dan dukungan sosial. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa interaksi online dalam bentuk diskusi terbuka tentang isu kesehatan mental dapat mengurangi stigma dan memperkuat jaringan dukungan bagi individu yang mengalami masalah kesehatan mental. Dari hasil penelitian tersebut, bisa menjadi gambaran dan cerminan untuk peneliti melanjutkan penelitian dengan seksama serta akan banyak berinteraksi online, yang belum banyak dieksplorasi dalam studi sebelumnya.

Media sosial juga sangat besar kemungkinannya untuk memberikan dampak negatif terhadap penggunanya. Salah satunya ialah *self diagnose* atau diagnosa yang dilakukan sendiri tanpa adanya pengakuan dari ahlinya. Sehingga fenomena ini menjadi pemicu pengguna media sosial terutama remaja untuk mudah mempercayai bahwa dirinya mengidap penyakit mental atau bahkan karena terlalu banyaknya intensitas konsumsi media sosial hingga berdampak buruk pada proses pembentukan pola pikir dan pembentukan diri. Hingga pada akhirnya, Kutub.co menjadi media yang menyadari fenomena ini dan memanfaatkan media juga menjadi salah satu alat atau obat untuk menyeimbangkan residu dan virus jahat dari media sosial, melalui konten edukatif seperti produk media artikel, konten *reels* Instagram dan beberapa konten di platform lainnya. Meninjau adanya permasalahan tersebut, peneliti akhirnya tertarik untuk mengetahui dan mengkaji mengenai narasi positif yang

dapat dibangun melalui konten edukasi, dengan judul: “Membangun Narasi Positif Tentang Kesehatan Mental di Media Sosial (Analisis Konten Edukatif Kutub.co)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana membangun narasi positif tentang kesehatan mental di media sosial Instagram melalui konten edukatif Kutub.co?
2. Bagaimana respon pengguna media sosial khususnya *followers* Kutub.co tentang konten edukatif Kutub.co di media sosial Instagram?
3. Apa tantangan Kutub.co dalam membangun narasi positif melalui konten edukatif di media sosial Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana Kutub.co membangun narasi positif tentang kesehatan mental di media sosial Instagram pada konten edukatif Kutub.co
2. Untuk mengetahui respon pengguna media sosial Instagram khususnya *followers* Kutub.co mengenai konten edukatif Kutub.co di media sosial
3. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi Kutub.co dalam membangun narasi positif pada konten edukatif di media sosial Instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan serta menambah khazanah keilmuan, khususnya dalam bidang media dan Komunikasi Penyiaran Islam. Temuan penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi penting dalam penerapan narasi positif di media terkait isu kesehatan mental. Adanya penelitian ini juga memberikan gambaran tentang pentingnya memanfaatkan media sosial menjadi hal yang berdampak positif pada pengguna media.

2. Manfaat Praktis

a. Chief Media Kutub.co

Temuan dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi media Kutub.co dalam mengoptimalkan cara membangun narasi positif mengenai isu kesehatan mental dan menentukan strategi yang efektif melalui konten media sosial, mengingat peningkatan isu kesehatan mental yang salah satunya dipengaruhi oleh tingginya intensitas penggunaan media sosial. Mengingat isu kesehatan mental meningkat yang salah satu pengaruhnya dari intensitas konsumsi media sosial secara berlebihan.

b. Tim Kreatif Media Kutub.co

Penelitian ini juga dapat menjadi bahan kajian untuk memperkaya khazanah keilmuan terkait isu kesehatan mental, terutama dalam hal penggunaan konten edukatif yang mampu menarik perhatian dan

mempengaruhi pengguna media sosial. Selanjutnya bisa menjadi bahan evaluasi untuk bisa lebih meningkatkan optimisme dan kreativitas dalam pembuatan konten.

c. Mahasiswa KPI

Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi sumber pengetahuan bagi mahasiswa KPI dalam memahami metode pembuatan konten atau produk media sosial yang memberikan dampak positif, sehingga mereka dapat mengembangkan kreativitas dalam pembuatan karya media sosial.

d. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini pun dapat dijadikan acuan oleh para peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji narasi positif pada media sosial dan pengaruhnya terhadap kesehatan mental. Peneliti selanjutnya dapat mempelajari metode-metode lainnya yang bisa menjadi bahan penunjang dalam kreativitas media sosial.

E. Kerangka Berpikir

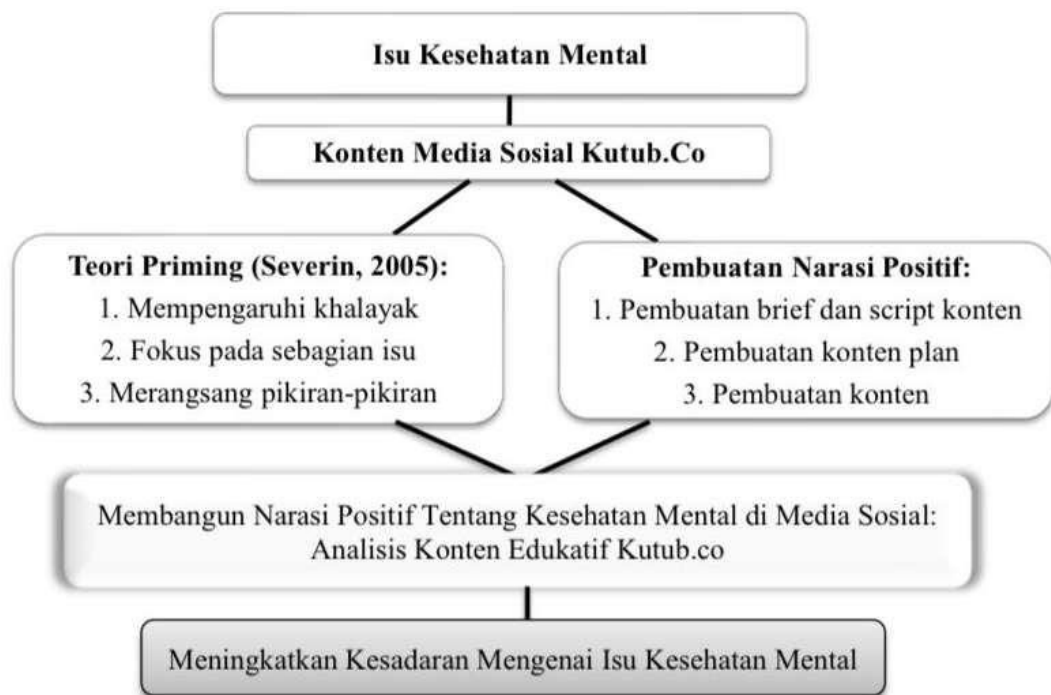
Data dan informasi pertama yaitu kasus kesehatan mental di Indonesia yang semakin meningkat serta keluhan yang kerap *dishare* pada sosial media dan fenomena *self diagnose* akibat ketidak cermatan pengguna sosial media terhadap penyaringan konten dan batasan waktu dalam mengonsumsi media sosial. Maraknya kasus kesehatan mental cukup memprihatinkan terutama pada kalangan remaja. Kemenkes selalu mendapat data yang bertambah setiap tahunnya. Sering terjadi laporan percobaan bunuh diri hingga tindak bunuh diri itu tersebut. Dewasa ini cukup membuat takut yang berlebihan akan berkeluh

kesah, media sebagai cctv kehidupan juga seringkali menjadi dua mata pisau yang bisa membantu penonton untuk menghakimi dengan berbagai stigma dan diskriminasi. Walaupun begitu masih ada media yang mampu menampung keluh kesah pada isu-isu kekerasan terutama isu kesehatan mental.

Media sosial berperan sebagai salah satu wadah utama dalam membentuk opini publik. Melalui pesan-pesan yang disebarkan, media sosial memiliki potensi untuk mengubah kepribadian individu. Media sosial ibarat kapsul yang masuk ke dalam diri penggunanya, kemudian informasi tersebut menyebar dan diproses oleh masyarakat luas. Di era digital ini, media sosial memainkan peran kunci dalam menyediakan platform yang lebih terbuka dan dinamis untuk mengekspresikan pandangan (Couldry&Hepp, 2017). Priming merupakan suatu mekanisme di mana media sosial menonjolkan sebagian isu tertentu, sehingga mengubah cara pandang atau standar penilaian masyarakat dalam memahami realitas sosial yang mereka hadapi (Severin, 2005: 271). Teori ini juga mengemukakan bahwa media berperan dalam membentuk pola pikir yang berkaitan dengan konten yang disajikan oleh media tersebut.

Berdasarkan beberapa fenomena yang ditemukan dan dikuatkan oleh karakteristik media sosial yang diungkapkan oleh para ahli, tentunya media sosial menjadi alat yang kuat untuk mempengaruhi publik yang bisa dilakukan persekian menit melalui unggahan yang dilihat dan dibaca. Rasa optimisme media Kutub.co untuk bisa menjadi wadah dan sarana edukasi terhadap isu kesehatan mental melalui media sudah cukup dianggap optimal serta bisa dipertanggungjawabkan keberhasilannya. Jika memang media sosial bisa

menghancurkan berarti bisa juga membangun, jika media sosial bisa menyiksa berarti bisa juga mengobati. Artinya, langkah tersebut menjadi penanggulangan sederhana namun bisa berdampak terhadap pematahan stigma yang tidak benar tentang kesehatan mental atau bahkan bisa membangun stigma positif seputar menjaga *mental wellness*. Dengan begitu, melalui analisis terhadap pembangunan narasi positif terhadap isu kesehatan mental melalui konten media dengan studi kasus Kutub.co, diharapkan dapat ditemukan pola-pola yang efektif dalam membangun pemahaman, kesadaran, dan partisipasi masyarakat dalam upaya menciptakan kesejahteraan mental seluruh masyarakat Indonesia yang menjadi pelaku konsumen media sosial.



Gambar 1. Kerangka berpikir

F. Asumsi Penelitian

Asumsi adalah anggapan dasar atau keyakinan yang dianggap benar, asumsi juga bisa menjadi fondasi atau landasan berpikir yang membantu penelitian berjalan dengan baik. Pada penelitian ini, peneliti merumuskan asumsi bahwa; Pertama, media sosial dapat menjadi alat untuk membangun narasi positif tentang kesehatan mental. Alasannya karena media sosial memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini publik secara luas dalam rentang waktu yang cukup singkat. Jika menggunakan narasi yang dirancang secara positif dan edukatif, seperti yang dilakukan Kutub.co dapat memberikan dampak signifikan dalam mengurangi stigma terhadap isu kesehatan mental. Kedua, peneliti berasumsi bahwa konten edukatif yang menarik dan relevan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kesehatan mental. Karena desain konten dengan visual yang menarik, bahasan yang mudah dipahami, dan informasi berbasis fakta akan lebih efektif dalam mempengaruhi khalayak. Ketiga, menurut peneliti respon positif dari pengguna media sosial juga menjadi indikasi keberhasilan dalam membangun narasi positif. Seperti tingkat keterlibatan komentar, *like* dan berbagi konten mencerminkan sejauh mana *audiens* memahami dan mendukung pesan yang disampaikan serta relevan dengan kebutuhan *audiens*. Keempat, melalui konten edukatif yang dibangun dengan narasi positif bisa mengurangi permasalahan dan dampak dari keresahan-keresahan *audiens* mengenai fenomena *self diagnose*, sehingga bisa membantu dan berkontribusi secara akademis dan praktis dalam meminimalisir angka

kenaikan kasus kesehatan mental. Kelima, peneliti berasumsi bahwa melalui *grand theory* yang peneliti ambil sangat relevan karena dapat menonjolkan isu kesehatan mental secara konsisten dan menggunakan elemen visual serta narasi yang berfokus pada pesan positif, sehingga *audiens* dapat dirangsang untuk berpikir lebih mendalam dan mengubah cara pandangnya terhadap isu tersebut.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Kesehatan Mental

a. Pengertian dan Teori

Kesehatan mental merupakan isu yang cukup besar sehingga menarik untuk dibahas dan diteliti. Namun sayangnya tidak banyak orang bisa mengerti dan faham tentang isu tersebut, sebagiannya malah hampir tidak memiliki empati terhadap kesehatan mental. Kesehatan mental merupakan ornamen penting yang harus dijaga oleh masing-masing individu, karena di dalamnya mengandung unsur keterkaitan antar saraf dan bagian penting dalam tubuh, sehingga kesehatan mental sangat berpengaruh terhadap kesehatan fisik. Banyak ilmunan-ilmuan yang mengatakan bahwa penurunan kondisi atau daya tahan tubuh disebabkan oleh kesehatan mental. Kasus kesehatan mental khususnya di Indonesia juga memiliki perhatian khusus dari kemenkes RI beserta para relawan kesehatan mental lainnya. Melonjaknya kasus kesehatan mental menjadi pecutan dan peringatan atas kualitas edukasi, tontonan, dan beberapa faktor lainnya tentang kesehatan mental.

Kesehatan mental adalah keadaan di mana seseorang merasakan kesejahteraan yang tercermin dalam kemampuannya mengenali potensi diri, menghadapi tekanan hidup sehari-hari dengan baik, bekerja secara

efektif dan produktif. *World Health Organization* (WHO, 2022) mendefinisikan kesehatan mental sebagai keadaan sejahtera yang memungkinkan individu mampu menghadapi tekanan hidup, mengenali potensi dirinya, bekerja dengan efektif, serta berkontribusi secara positif dalam masyarakat. Kondisi mental yang sehat ditandai dengan keseimbangan yang harmonis antara aspek emosional, psikologis, dan sosial.

b. Indikator Mental yang Sehat

Indikator kesehatan mental yang baik dapat dipahami melalui prinsip-prinsip yang telah dikemukakan oleh para ahli. Menurut Schneiders (1964), kesehatan mental memiliki tiga prinsip utama yang perlu diperhatikan, berikut penjelasannya:

- 1) Prinsip pertama, berkaitan dengan 10 aspek yang berakar pada sifat dasar manusia. Kesehatan mental dan kemampuan individu untuk beradaptasi sangat dipengaruhi oleh kondisi fisik. Oleh karena itu, seseorang perlu memiliki mental yang sehat dengan aspek sebagai berikut:
 - a) Memiliki kepribadian yang kuat dan religius
 - b) Mengembangkan keterampilan sosial yang baik
 - c) Menjaga integritas serta dapat mengendalikan diri
 - d) Meningkatkan kecerdasan intelektual
 - e) Mengembangkan potensi diri dan rasa percaya diri yang sehat
 - f) Menjaga stabilitas emosi dan mental

- g) Berpegang teguh pada nilai-nilai kebaikan
 - h) Mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan
 - i) Terampil dalam menghadapi konflik psikologis
 - j) Serta memiliki kedewasaan dalam berpikir dan bersikap secara emosional
- 2) Prinsip kedua, menyoroti hubungan manusia dengan lingkungan yang terdiri dari tiga aspek utama:
- a) Kesehatan mental seseorang dipengaruhi oleh interaksi sosial dengan orang lain
 - b) Kemampuan untuk beradaptasi dan berpikir dengan tenang berkaitan erat dengan kepuasan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, baik dalam belajar maupun peran sosial lainnya.
 - c) Karakter yang sehat harus dibangun berdasarkan realitas, di mana seorang mampu menerima keadaan sebagaimana tanpa distorsi, tetapi tetap mampu berpikir objektif dalam menilai situasi.
- 3) Prinsip ketiga, menekankan hubungan individu dengan Tuhan, yang meliputi dua aspek penting sebagai berikut:
- a) Stabilitas mental memerlukan kesadaran akan keberadaan Tuhan sebagai tempat bergantung dalam hidup.
 - b) Kesehatan mental dan ketenangan batin dapat terwujud melalui hubungan spiritual yang istiqamah antara manusia dan Tuhan.

c. Indikator Mental yang Terganggu

Data menunjukkan bahwa tingginya kasus gangguan kesehatan

mental di Indonesia dipengaruhi oleh empat aspek utama, yakni aspek biologis, psikologis, lingkungan, serta sosial-budaya (Latipun & Notosoedirjo, 2014). Sementara itu, menurut Veit dan Ware (1983), terdapat alat yang digunakan untuk mengukur indikator kesehatan mental pada individu, apabila:

- 1) Mengalami kecemasan yang berlebihan
- 2) Mengalami depresi
- 3) Kehilangan kontrol dalam berperilaku dan emosi
- 4) Adanya general positive affect
- 5) Memiliki ikatan secara emosional
- 6) Cepat merasa puas terhadap hidup

Adapun ciri-ciri gejala kesehatan mental yang terganggu, bisa dideskripsikan sebagai berikut:

- 1) Banyak konflik batin, biasanya orang yang terindikasi terganggu kesehatan mentalnya akan merasa payah dalam pikiran dan emosi. Hilangnya harga diri dan kepercayaan terhadap diri sendiri juga bisa menjadi penyebab, serta selalu merasa tidak aman dan cemas berlebihan.
- 2) Komunikasi sosial terputus dan adanya *disoriental* sosial. Biasanya hal ini terjadi pada orang yang merasa heroik atau dirinya paling super (*delusion of grander*). Selalu merasa iri hati terhadap apapun yang dilihat dari orang lain, menjadi sangat agresif, bahkan bisa melakukan apapun untuk mendapatkan keinginannya.

- 3) Terdapat kondisi gangguan intelektual dan emosional yang tergolong berat, di mana penderitanya kerap mengalami ilusi serta halusinasi intens, yang dapat memicu respons atau perilaku yang berlebihan.

d. Cara Memperbaiki Mental yang Terganggu

Ramayulis (2002) menyatakan bahwa saat seseorang berada dalam kondisi terpuruk dan merasa tak berdaya, mereka cenderung kehilangan arah dan menjadi pasrah terhadap keadaan. Dalam kondisi tersebut, nilai-nilai keagamaan memiliki peran penting dalam membangkitkan kembali semangat hidup serta membantu individu menemukan tujuan dan arti hidup. Ada tiga bentuk aktivitas utama yang dapat menjadi jalan bagi seseorang dalam mencari makna kehidupannya, yaitu:

- 1) Menanamkan keyakinan dan penghayatan terhadap nilai-nilai esensial seperti kebenaran, keindahan, moralitas, serta keimanan.
- 2) Mampu bersikap bijak dan tepat dalam merespons situasi sulit atau penderitaan yang tidak bisa dielakkan.
- 3) Mengambil sikap yang tepat dalam menghadapi keadaan sulit atau penderitaan yang tidak dapat dihindari.

Al-Kindi (dalam el-Quussy, 1996) juga menyampaikan bahwa upaya pencegahan terhadap gangguan mental atau psikologis seharusnya dilakukan dengan cara yang serupa seperti menangani pencegahan penyakit fisik.. Upaya perbaikan dan penyembuhan kondisi kejiwaan dapat dilakukan melalui beberapa langkah berikut:

- 1) Menunjukkan ketekunan yang lebih besar dalam memperbaiki diri

dibandingkan kesabaran dalam mengobati penyakit fisik.

- 2) Membiasakan diri untuk berperilaku baik, bahkan dalam hal-hal yang tampak sederhana.
- 3) Mendisiplinkan diri agar tetap konsisten dalam menerapkan kebiasaan baik pada situasi yang lebih menantang, lalu meningkatkannya secara bertahap. Setelah kebiasaan tersebut tertanam, langkah selanjutnya adalah membiasakan diri untuk menghadapi tantangan yang lebih besar, sebagaimana seseorang terbiasa menangani hal-hal kecil.

Namun, jika dilihat dari kacamata keagamaan dalam Al-Qur'an terdapat penjelasan mengenai penyembuhan gangguan kejiwaan. Salah satu ayat yang membahas aspek penyembuhan tersebut terdapat dalam Surah Al-Isra' ayat 82:

وَنَزَّلْنَا مِنَ الْقُرْآنِ مَا هُوَ شِفَاءٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ وَاللَّيْسُ بِشِفَاءٍ لِّلْكَافِرِينَ ۗ وَمَا يَرْجِي الَّذِينَ كَفَرُوا لَئِن آتَاهُم مِّنْ فَضْلِنَا إِذْ كَانُوا كَافِرِينَ ۗ

Artinya:

“Dan Kami turunkan dari Al-Qur'an sesuatu yang menjadi penawar (obat) dan rahmat bagi orang-orang yang beriman, tetapi bagi orang-orang yang zalim (Al-Qur'an itu) hanya akan menambah kerugian.” (QS. Al-Isra': 82).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa Al-Qur'an memiliki fungsi sebagai media penyembuhan, tidak hanya bagi jasmani tetapi juga rohani. Selain menumbuhkan ketenangan jiwa, kandungan ayat-ayatnya memberikan arahan dalam menghadapi berbagai persoalan kehidupan, yang pada akhirnya dapat mendukung pemulihan kondisi mental dan peningkatan kualitas spiritual seseorang.

2. Narasi Positif

a. Pengertian dan Teori

Narasi positif adalah cara penyampaian informasi yang menekankan aspek-aspek optimis, solutif, dan membangun. Narasi positif juga dapat menarik perhatian, meningkatkan interaksi, dan membangun keterlibatan *audiens*. Narasi positif ini cenderung dibangun melalui emotional intellegen dan kemahiran dalam menyampaikan informasi. Sehingga dapat diterima dan dicerna secara baik oleh viewers. Khususnya dalam konteks kesehatan mental, narasi positif bertujuan untuk:

- 1) Mengurangi stigma negatif terhadap penderita gangguan kesehatan mental.
- 2) Memberikan edukasi dan pemahaman yang lebih baik mengenai kesehatan mental.
- 3) Meningkatkan kesadaran dan dukungan sosial bagi individu yang membutuhkan.

Narasi positif dapat disampaikan melalui berbagai bentuk media, termasuk artikel, infografis, video dan interaksi dalam komentar atau diskusi daring. Narasi positif dimaksudkan untuk membangkitkan perhatian publik serta mendorong terciptanya interaksi yang bersifat konstruktif, sejalan dengan teori konstruksi sosial. Teori ini, yang dikembangkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann pada tahun 1966, menjelaskan bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses interaksi manusia dengan lingkungan sosialnya.

Teori ini menyatakan bahwa konstruksi realitas sosial terbentuk melalui proses interaksi antarindividu yang melibatkan penggunaan bahasa dan komunikasi sebagai alat utama dalam membangun makna bersama. Apa yang dianggap sebagai “normal” dalam suatu masyarakat bergantung pada bagaimana suatu isu dikonstruksi melalui media dan interaksi sosial. Dalam konteks ini, narasi positif yang dibangun oleh Kutub.co bertujuan untuk merekonstruksi pemahaman masyarakat tentang kesehatan mental, dari yang sebelumnya dianggap tabu atau sekadar “lebay” menjadi isu yang sah untuk diperhatikan dan diperjuangkan. Penerapan Teori Konstruksi Sosial dalam Kutub.co dapat dijabarkan dalam poin di bawah ini:

- 1) Menciptakan ruang diskusi: dengan menghadirkan konten edukatif yang berbasis fakta, Kutub.co menyediakan ruang bagi *audiens* untuk membicarakan kesehatan mental tanpa takut akan stigma.
- 2) Mengubah stigma lama: Kutub.co berkontribusi dalam mengubah cara pandang masyarakat yang sebelumnya menganggap kesehatan mental sebagai hal yang sepele menjadi sesuatu yang penting dan perlu diperhatikan.
- 3) Menanamkan nilai-nilai baru: melalui kampanye edukatif, Kutub.co membangun realitas sosial baru di mana kesehatan mental dianggap sebagai bagian dari kesejahteraan hidup secara keseluruhan.

b. Ciri-Ciri Narasi Positif

Narasi positif memiliki beberapa karakteristik utama. Pertama,

narasi ini bersifat informatif dan objektif, yang berarti menyajikan informasi yang faktual tanpa adanya bias atau opini yang berlebihan. Kedua, menyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan jelas, agar pembaca dapat menangkap makna cerita tanpa mengalami kebingungan atau kesulitan dalam memahaminya. Selain itu, tujuan utama dari narasi positif adalah memberikan pengetahuan kepada pembaca, baik dalam bentuk wawasan baru, inspirasi, maupun solusi terhadap suatu permasalahan. Oleh karena itu, penyusunan narasi ini dilakukan secara kronologis, dengan urutan kejadian yang runtut agar mudah diikuti. Narasi positif juga memiliki alur cerita yang jelas, yang mencakup pengenalan, konflik, hingga penyelesaian yang membangun perspektif optimis bagi pembaca. Terakhir, penyampaian narasi positif menggunakan gaya bertutur atau naratif, yakni dengan menguraikan peristiwa secara rinci agar lebih menarik serta mudah dipahami oleh audiens. Pendekatan ini membuat narasi tidak sekadar menyampaikan kisah, melainkan juga mampu memberikan pengaruh positif yang mendorong pembentukan pola pikir yang lebih konstruktif.

c. Dampak Narasi Positif

Narasi yang bersifat positif berkontribusi besar dalam memengaruhi cara berpikir, respons emosional, dan tindakan baik individu maupun kelompok sosial. Dengan menyajikan cerita yang inspiratif, optimis, dan membangun, narasi ini dapat memberikan berbagai manfaat yang berkontribusi pada kesejahteraan mental, sosial, dan emosional seseorang.

Di berbagai bidang kehidupan seperti pendidikan, komunikasi, serta kesehatan mental, narasi positif terbukti membawa pengaruh yang membangun dan memberikan kontribusi terhadap perubahan yang lebih baik. Berikut adalah beberapa dampak utama dari narasi positif:

1) Meningkatkan kesejahteraan mental

Narasi positif dapat memberikan efek menenangkan dan meningkatkan kesejahteraan mental. Dengan membaca atau mendengar cerita yang penuh harapan dan optimisme, seseorang dapat merasa lebih bahagia, percaya diri, serta mengurangi stres dan kecemasan.

2) Mendorong pola pikir optimis

Dengan menampilkan solusi dan sudut pandang yang membangun, narasi positif membantu individu untuk mengembangkan pola pikir yang lebih optimis. Hal ini membuat seseorang lebih mudah menghadapi tantangan dan melihat peluang dalam setiap kesulitan.

3) Menginspirasi dan memotivasi

Narasi yang mengandung pesan-pesan positif sering kali mampu menginspirasi orang lain untuk bertindak lebih baik. Baik dalam dunia pendidikan, bisnis, maupun kehidupan sosial, cerita yang membangun dapat memotivasi seseorang untuk mencapai tujuannya dan berkontribusi secara positif dalam masyarakat.

4) Mengurangi stigma dan meningkatkan empati

Dalam isu-isu sensitif seperti kesehatan mental, disabilitas, atau keberagaman, narasi positif dapat membantu mengurangi stigma

negatif yang berkembang di masyarakat. Dengan menyajikan kisah-kisah yang menggugah empati, orang menjadi lebih memahami dan menerima perbedaan dengan cara yang lebih baik.

5) Memperkuat hubungan sosial

Narasi positif dapat menciptakan hubungan sosial yang lebih harmonis. Ketika seseorang terbiasa menerima dan menyebarkan cerita yang baik, mereka biasanya menciptakan interaksi yang lebih ramah dan saling mendukung dalam aktivitas sehari-hari.

6) Mempengaruhi perubahan sosial yang lebih baik

Secara lebih luas, narasi positif dapat menjadi alat untuk menggerakkan transformasi sosial ke arah yang lebih konstruktif. Kampanye yang berisi pesan-pesan inspiratif tentang kebersamaan, kebaikan, dan toleransi dapat membentuk pola pikir masyarakat dan menciptakan lingkungan yang lebih sehat secara emosional dan sosial.

d. Cara Membangun Narasi Positif

Cara membangun narasi positif melibatkan pemilihan kata yang mencerminkan nilai-nilai kebersamaan, kesantunan, dan inklusivitas. Selain itu, narasi ini juga diarahkan untuk menumbuhkan semangat kolaborasi dan menyuguhkan solusi atas persoalan atau isu yang diangkat, alih-alih memperbesar konflik atau kesenjangan perspektif.

Dalam konteks media digital, hubungan antara content creator dan *audiens* dapat diperkuat melalui narasi yang positif dan komunikatif. Pendekatan linguistik menjadi dasar penting dalam menciptakan narasi

yang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun ikatan emosional dan kepercayaan. Terdapat tiga prinsip utama yang dapat dijadikan kerangka dalam membentuk narasi tersebut:

1) Penggunaan bahasa yang inklusif dan empatik

Strategi kesantunan dalam komunikasi digital juga penting, misalnya dengan menyampaikan kritik secara halus atau menyemangati *audiens* melalui afirmasi positif.

2) Bahasa yang mendorong kolaborasi dan interaksi

Secara linguistik, kolaborasi dapat dibangun melalui penggunaan kalimat yang bersifat terbuka dan mengundang partisipasi. Pola komunikasi seperti ini menciptakan kesan bahwa hubungan bukan bersifat satu arah, melainkan dialogis dan partisipatif.

3) Orientasi solusi dalam narasi digital

Narasi yang dibangun di media digital idealnya berorientasi pada solusi dan semangat positif. Dalam hal ini, pendekatan linguistik pragmatik digunakan untuk menyampaikan pesan yang membangun harapan, bukan memperkeruh situasi.

3. Media Sosial

a. Pengertian dan Teori

Media sosial merupakan sarana digital yang memfasilitasi penyebaran informasi secara luas dan instan oleh individu maupun kelompok. Berdasarkan pendapat Howard dan Parks (2012), media sosial memiliki tiga elemen utama: infrastruktur teknologi, konten digital yang

dibuat pengguna, serta hubungan interaktif antar pengguna atau lembaga.

Teknologi berbasis web yang diusung media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang bersifat interaktif. Platform yang saat ini banyak digunakan mencakup WhatsApp, Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, TikTok, dan blog. Dalam ranah edukasi kesehatan mental, media sosial memiliki potensi sebagai sarana penyebaran informasi, dukungan emosional, dan peningkatan kesadaran masyarakat, sebagai berikut:

- 1) Sarana penyebaran informasi yang cepat dan luas
- 2) Wadah interaksi antara penyedia informasi dan pengguna
- 3) Platform yang dapat mengubah stigma masyarakat terhadap kesehatan mental

Teori yang relevan dalam kajian ini adalah teori priming (Severin, 2005), yang menyatakan bahwa media sosial dapat mempengaruhi persepsi khalayak dengan menonjolkan isu tertentu. Dengan demikian, konten edukatif yang dikemas dengan baik berpotensi membentuk opini publik yang lebih positif terhadap kesehatan mental.

b. Macam-Macam Media Sosial

Saat ini, perkembangan teknologi media sosial telah melahirkan berbagai bentuk platform digital yang digunakan untuk berbagi informasi, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan pengguna lain. Beberapa contoh media sosial yang populer meliputi majalah digital, forum diskusi di internet, weblog, blog sosial, wiki, serta berbagai bentuk jejaring sosial.

Setiap jenis media sosial memiliki karakteristik dan keunggulan tersendiri, mulai dari blogging, berbagi foto dan video, video blogging, wall-posting, berbagi musik, chatting, hingga teknologi komunikasi suara berbasis internet seperti VoIP (Voice over IP). Berdasarkan fungsi dan kegunaannya, media sosial dapat dikategorikan sebagai berikut:

- 1) Konten kolaboratif adalah platform yang memungkinkan pengguna berkontribusi dalam pembuatan dan penyuntingan informasi secara kolektif, contohnya Wikipedia.
- 2) Blog dan microblog adalah situs yang menyediakan ruang bagi pengguna untuk berbagi tulisan atau informasi dalam bentuk singkat, seperti Twitter.
- 3) Situs jejaring sosial adalah media yang dirancang untuk menghubungkan individu dan komunitas dalam suatu jaringan sosial digital, misalnya Facebook.
- 4) Konten video adalah platform yang fokus pada distribusi dan konsumsi konten berbasis video, seperti YouTube.
- 5) Game dunia maya adalah permainan berbasis internet yang memungkinkan pemain berinteraksi dalam dunia virtual, misalnya *World of Warcraft*.
- 6) Dunia sosial virtual adalah platform yang menyediakan lingkungan digital interaktif di mana pengguna dapat membuat avatar dan menjelajahi dunia virtual, contohnya *Second Life*.

c. Dampak Positif dan Negatif Media Sosial

Media sosial memberikan banyak manfaat dalam kehidupan masyarakat modern. Salah satu dampak positifnya adalah kemudahan dalam berkomunikasi, di mana individu dapat terhubung dengan siapa saja tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Selain itu, media sosial memperluas jaringan sosial dan mempercepat penyebaran informasi, memungkinkan pengguna untuk memperoleh berita dan pengetahuan dengan lebih cepat dan efisien. Keberadaan platform ini juga memberikan ruang bagi individu untuk mengekspresikan diri, berbagi ide, serta mendukung kreativitas dalam berbagai bidang, seperti seni, bisnis, dan pendidikan. Dari segi ekonomi, media sosial membuka peluang usaha dan pemasaran digital yang lebih luas, sehingga membantu banyak orang dalam mengembangkan bisnis mereka dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan metode pemasaran konvensional.

Meskipun memiliki banyak manfaat, media sosial juga membawa dampak negatif yang tidak bisa diabaikan. Salah satu dampak yang paling nyata adalah berkurangnya interaksi tatap muka, karena banyak orang lebih memilih berkomunikasi secara daring daripada bertemu langsung. Hal ini dapat menyebabkan penurunan kualitas hubungan sosial dan melemahkan keterampilan komunikasi interpersonal. Selain itu, ketergantungan terhadap media sosial dapat memicu kecanduan internet, di mana seseorang menghabiskan waktu berjam-jam tanpa kontrol yang baik. Risiko lain yang muncul adalah masalah privasi, sebab data pribadi

yang dibagikan melalui media sosial berisiko dimanfaatkan secara tidak etis oleh oknum tertentu. Selain itu, media sosial juga berpotensi memicu ketegangan atau konflik di tengah masyarakat, terutama ketika opini yang beredar tidak terkontrol dan memicu perdebatan yang berujung pada perpecahan. Selain itu, lingkungan digital yang tidak selalu positif membuat penggunanya rentan terhadap pengaruh buruk, baik dalam bentuk berita palsu, ujaran kebencian, maupun tekanan sosial yang dapat memengaruhi kesehatan mental.

d. Manfaat Media Sosial

Menurut *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* yang dikutip dalam buku seri Literasi Digital dari Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, media sosial menawarkan berbagai keuntungan dan fungsi penting bagi penggunanya.:

- 1) Media sosial berfungsi sebagai platform komunikasi digital yang memungkinkan penggunanya berinteraksi kapan saja, dengan siapa saja, dan dari lokasi manapun.
- 2) Media sosial juga berperan sebagai sumber belajar dan pengembangan diri dengan menyediakan berbagai informasi yang melimpah.
- 3) Selain itu, media sosial menyediakan hiburan melalui berbagai konten lucu yang tersebar di berbagai platform.
- 4) Media sosial membuka peluang kerja baru, seperti profesi *content creator* dan *content writer*, yang berkembang seiring dengan kemajuan

teknologi ini.

- 5) Media sosial juga menjadi alat pemasaran yang efektif karena jangkauannya yang luas, dimanfaatkan oleh individu, organisasi, dan perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa mereka.

4. Instagram

a. Pengertian Instagram

Instagram adalah aplikasi media sosial yang fokus pada berbagi konten visual seperti foto dan video. Istilah “Instagram” berasal dari penggabungan kata “*instant*” dan “*telegram*”, yang menunjukkan fungsi utama platform ini sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan *real-time*. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk menangkap momen, mengeditnya melalui berbagai filter visual, lalu membagikannya ke publik atau jaringan pribadi secara *real-time*. Berbeda dari media sosial lainnya, Instagram menonjolkan kekuatan visual sebagai medium utama komunikasi. Fitur-fitur seperti *feed*, *story*, dan *reels* tidak hanya memberikan ruang ekspresi, tetapi juga mendorong kreativitas dalam menyampaikan pesan.

Atmoko (2012:10) menyatakan bahwa Instagram adalah salah satu platform media sosial digital yang dibuat khusus untuk digunakan pada perangkat mobile. Meskipun secara umum memiliki fungsi yang serupa dengan platform seperti Twitter, fokus utama Instagram terletak pada aktivitas visual, yakni pengambilan serta distribusi gambar dan video. Selain sebagai sarana komunikasi, Instagram juga menjadi medium

ekspresi diri dan kreativitas. Hal ini dimungkinkan oleh berbagai fitur pengeditan yang tersedia dalam aplikasi, sehingga pengguna dapat menghasilkan konten visual yang lebih estetik, menarik, dan memiliki daya tarik artistik yang tinggi.

Oleh karena itu, Instagram menjadi salah satu media digital yang banyak digunakan dalam berbagai kampanye sosial dan edukasi karena kemampuannya menjangkau *audiens* secara luas dengan cara yang menarik dan instan.

b. Karakteristik Instagram Sebagai Media Sosial Visual

Instagram adalah platform media sosial yang fokus pada penyampaian pesan melalui konten visual. Berbeda dengan media sosial berbasis teks seperti Twitter, Instagram lebih mengutamakan penyampaian pesan melalui gambar, video pendek, dan elemen visual lainnya. Menurut Handayani dan Nenden (2020), kekuatan Instagram terletak pada kemampuannya menyampaikan pesan secara cepat dan emosional melalui citra visual, yang mampu menarik perhatian *audiens* dalam waktu singkat.

Ciri khas Instagram antara lain adalah tampilan linimasa yang berbasis gambar, fitur filter yang memungkinkan pengguna mengedit foto secara estetik, serta format interaktif seperti story, reels, dan live. Hal ini mendukung pola konsumsi informasi yang lebih visual, ringkas, dan mudah diakses, sejalan dengan gaya komunikasi generasi digital saat ini (Nasrullah, 2015).

Selain itu, Instagram memungkinkan pembentukan identitas digital melalui estetika visual yang dipilih pengguna, baik individu maupun institusi. Visual yang konsisten dan menarik dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan, termasuk dalam kampanye edukasi sosial seperti isu kesehatan mental. Karakteristik tersebut meliputi:

1) Fokus pada konten visual

Instagram mengutamakan gambar dan video sebagai bentuk utama komunikasi, sehingga pesan lebih cepat menarik perhatian *audiens*.

2) Estetika dan visual *storytelling*

Pengguna dapat menyampaikan cerita, ide, dan emosi melalui visual yang artistik dan menarik, seringkali tanpa perlu narasi panjang.

3) Interaktivitas tinggi melalui fitur visual

Fitur seperti *story*, *reels*, *live*, dan filter memungkinkan interaksi yang cepat, ringan, dan responsif.

4) Konsistensi tampilan (visual *branding*)

Banyak akun, termasuk akun kampanye sosial, menggunakan gaya visual tertentu untuk membangun identitas digital dan memperkuat pesan.

5) Distribusi cepat dan algoritma berbasis *engagement* visual

Instagram menampilkan konten berdasarkan interaksi (*like*, *comment*, *save*, *share*), yang membuat konten visual yang menarik bisa tersebar luas dengan cepat.

c. **Fitur-Fitur Instagram yang Relevan Untuk Edukasi dan Kampanye Sosial**

Dalam konteks kampanye sosial dan penyebaran pesan edukatif, Instagram menyediakan berbagai fitur yang mendukung proses komunikasi visual yang efektif dan menjangkau *audiens* luas. Fitur-fitur tersebut tidak sekadar memfasilitasi penyebaran informasi, tetapi juga meningkatkan interaksi, mengedukasi kesadaran, serta memperkuat daya tarik pesan melalui penggunaan visual yang memikat.

Berikut adalah fitur-fitur Instagram yang paling relevan digunakan dalam kegiatan edukasi dan kampanye sosial:

1) *Feed* (postingan utama)

Feed merupakan fitur utama tempat pengguna membagikan konten permanen berupa foto, video, atau carousel. Dalam kampanye sosial, *feed* digunakan untuk menyampaikan pesan inti, infografik edukatif, atau dokumentasi kegiatan sosial. Konten di *feed* bisa dirancang secara estetik dan terstruktur, membentuk identitas visual kampanye.

2) Instagram *stories*

Stories adalah konten singkat yang bertahan selama 24 jam. Fitur ini ideal untuk berbagi informasi cepat, kuis interaktif, *polling*, dan update harian kampanye. *Stories* mendorong interaksi *real-time* dan memunculkan rasa kedekatan dengan *audiens*.

3) *Reels*

Reels memungkinkan pembuatan video singkat berdurasi maksimal

90 detik. Fitur ini sangat efektif untuk menyampaikan edukasi dengan gaya kreatif, seperti video tips, tutorial, atau pesan sosial yang dikemas dengan *storytelling* singkat.

4) *Caption* dan *hashtag*

Meskipun bersifat teks, *caption* berperan penting dalam memperjelas isi visual dan memperkuat narasi. *Hashtag* digunakan untuk memperluas jangkauan, mengelompokkan isu, dan memudahkan *audiens* menemukan topik terkait.

5) *Live* Instagram

Fitur siaran langsung ini memungkinkan interaksi dua arah secara real-time. Digunakan untuk diskusi langsung, Q&A, atau webinar singkat seputar tema sosial atau edukatif.

6) *Share* dan *Save*

Kedua fitur ini memungkinkan *audiens* menyimpan konten untuk referensi atau membagikannya ke pengguna lain melalui DM atau *story*. Konten edukatif yang informatif biasanya memiliki angka “simpan” tinggi sebagai indikator kebermanfaatan.

7) *Highlight*

Highlight menyimpan *stories* pilihan di bagian profil secara permanen. Ini berguna untuk mengarsipkan edukasi penting, dokumentasi acara, atau tema-tema tertentu yang ingin disorot secara jangka panjang.

d. Instagram Sebagai Media Edukasi Kesehatan Mental

Instagram kini menjadi salah satu platform media sosial paling populer yang tidak hanya digunakan untuk berbagi foto dan video, tetapi juga berperan sebagai media edukasi yang efektif, terutama di bidang kesehatan mental. Kelebihan Instagram adalah kemampuannya menyajikan konten visual yang menarik serta interaktif, sehingga mampu menjangkau audiens yang luas dengan beragam latar belakang demografis dan lokasi geografis.

Dalam hal edukasi kesehatan mental, Instagram menyediakan beragam fitur yang membantu penyajian informasi secara inovatif dan interaktif. Dengan menggunakan gambar, video singkat, infografis, serta stories, pesan-pesan edukatif dapat disampaikan dengan cara yang lebih sederhana dan menarik perhatian *audiens* tanpa membuat mereka bosan. Visualisasi informasi ini sangat penting untuk menarik perhatian pengguna dan membantu mereka mengingat pesan yang disampaikan.

Selain aspek visual, Instagram juga memfasilitasi interaksi aktif antara penyedia konten dan *audiens* melalui fitur komentar, polling, kuis, dan *direct message*. Interaksi tersebut tidak hanya meningkatkan partisipasi pengguna, tetapi juga membangun ruang komunikasi yang memungkinkan orang saling bertukar pengalaman dan memperoleh dukungan secara emosional. Proses ini dapat membantu mengurangi stigma negatif seputar kesehatan mental dengan membangun empati dan kesadaran yang lebih luas.

Instagram juga memiliki kekuatan dalam membentuk komunitas digital yang solid, dimana pengguna dapat merasa diterima dan terhubung dengan orang lain yang memiliki pengalaman serupa. Komunitas semacam ini memberikan dukungan sosial yang krusial bagi individu yang menghadapi masalah kesehatan mental, sekaligus menjadi media edukasi informal yang efektif, dengan segala fitur dan keunggulan tersebut, Instagram memiliki potensi besar sebagai platform edukasi kesehatan mental yang modern dan inklusif. Media sosial ini dapat menjadi jembatan antara pengetahuan ilmiah dan masyarakat luas, mempermudah akses informasi, serta menginspirasi perubahan positif dalam pemahaman dan penerimaan isu kesehatan mental di masyarakat.

B. Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Muatan Edukasi Kesehatan Mental di Media Sosial (Analisis Isi Kualitatif pada Akun Instagram @iBunda.id)

Studi yang dilakukan oleh Ayu Andira Sihombing dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta pada tahun 2021 ini bertujuan untuk mengkaji cara akun Instagram @iBunda.id dalam memberikan edukasi kepada publik tentang kesehatan mental. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, serta analisis isi kualitatif untuk mengeksplorasi makna dari konten unggahan Instagram yang berfokus pada edukasi kesehatan mental. Penyusunan kajian teoritis penelitian ini menggunakan Teori Isi Media, yang menjelaskan bagaimana media mempengaruhi *audiensnya* melalui penyajian

informasi. Selain itu, penelitian ini mengadopsi paradigma konstruktivisme yang menyoroti peran interaksi antara peneliti dan partisipan dalam membangun kembali pemahaman mengenai realitas sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram @iBunda.id menjadi sarana edukasi kesehatan mental yang efektif, terutama dalam menyampaikan informasi terkait gangguan psikologis dan cara mengatasinya. Dalam akunnya, berbagai tema diangkat, termasuk risiko dari *melakukan self-diagnose*, tanda-tanda gangguan *disosiatif*, kelelahan parental, ketakutan terhadap cinta (*philophobia*), ketakutan akan dilupakan (*athazagoraphobia*), ketakutan terhadap rasa sakit (*agliophobia*), gangguan makan, gangguan mania, serta karakteristik orang yang selalu berusaha menyenangkan orang lain (*people pleaser*). Penyajian informasi dalam akun ini dilakukan secara menarik dengan penggunaan gambar, teks, dan video pendek yang komunikatif serta mudah dipahami. Studi ini memberikan sumbangan ilmiah dengan memperkaya sumber referensi mengenai fungsi media sosial dalam penyuluhan kesehatan mental. Secara metodologis, penelitian ini memperkaya kajian analisis isi kualitatif dalam ranah media sosial, sedangkan secara sosial penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya kesehatan mental.

Namun, penelitian ini memiliki batasan, yaitu hanya menitikberatkan pada satu akun Instagram saja, @iBunda.id, tanpa membandingkannya dengan akun lain yang memiliki tujuan serupa. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan Teori Isi Media, sehingga analisisnya dapat diperluas dengan

pendekatan teori komunikasi lainnya. Secara keseluruhan, studi ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya Instagram, mampu berperan sebagai sarana edukasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kesehatan mental, mengurangi stigma negatif, serta memberikan pemahaman mengenai berbagai gangguan psikologis dan cara penanganannya.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang sedang disusun adalah pada penelitian Ayu Andira Sihombing yang lebih menitikberatkan pada analisis isi kualitatif dari konten edukasi kesehatan mental di akun Instagram @iBunda.id. Fokusnya lebih pada pemaknaan pesan dan materi edukasi yang disampaikan untuk memperkuat pemahaman masyarakat mengenai pentingnya kesehatan mental. Sementara itu, penelitian ini tidak hanya membahas isi edukasi, tetapi juga mengkaji bagaimana narasi positif dibangun melalui teori priming dan bagaimana narasi tersebut dapat membentuk persepsi *audiens* terhadap isu kesehatan mental. Dengan demikian, *novelty* dari penelitian ini terletak pada pendekatannya yang lebih kompleks, yakni tidak hanya menganalisis isi, tetapi juga mengkaji konstruksi narasi dan efek kognitif yang dihasilkan dalam *audiens*.

2. Interaktivitas Akun Instagram @Riliv Sebagai Media Informasi dan Edukasi Kesehatan Mental di Indonesia

Penelitian ini dilakukan oleh Devi Haqiqi Hidayat dari Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2023. Tujuan

penelitian ini adalah untuk menggambarkan tingkat interaktivitas akun Instagram @Riliv dalam menyebarkan informasi serta edukasi seputar kesehatan mental kepada masyarakat Indonesia. Media sosial, terutama Instagram, telah berperan sebagai sarana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi mengenai kesehatan mental, khususnya selama masa pandemi COVID-19. Akun @Riliv menjadi salah satu platform yang aktif membagikan konten yang bersifat edukatif, informatif, dan solutif terkait kesehatan mental, dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti *feed*, *stories*, *reels*, komentar, dan *direct message*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis isi untuk menelaah interaktivitas pada akun Instagram @Riliv. Data dikumpulkan melalui observasi secara daring, dokumentasi konten yang diunggah, serta triangulasi data. Adapun penelitian ini menganalisis unggahan @Riliv selama bulan Oktober 2021 untuk memahami bagaimana *audiens* berinteraksi dengan konten yang disajikan. Penelitian ini menggunakan Teori Interaktivitas untuk memahami bagaimana pengguna Instagram berinteraksi dengan akun @Riliv. Teori ini membagi interaktivitas menjadi tiga dimensi utama: *User-to-User Interaction*, *User-to-System Interaction*, dan *User-to-Document Interaction*. Temuan dalam penelitian menunjukkan bahwa interaksi *User-to-User* menjadi yang paling dominan, di mana banyak pengikut akun @Riliv yang memberikan tanggapan melalui komentar, *like*, dan *mention*. Sementara itu, interaksi *User-to-System* terlihat dari pemanfaatan fitur Instagram seperti polling, *story highlight*, dan *direct*

message. *User-to-Document Interaction* juga muncul dalam bentuk penyebaran konten melalui repost dan tag.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun @Riliv berhasil menjadi sumber informasi dan edukasi kesehatan mental dengan tingkat interaksi yang cukup tinggi. Namun, terdapat beberapa kelemahan, seperti kurangnya respons aktif dari akun @Riliv terhadap komentar pengguna, serta variasi jumlah interaksi yang bergantung pada jenis unggahan yang diposting. Beberapa unggahan yang bersifat kuis atau berbentuk pertanyaan cenderung mendapatkan lebih banyak interaksi dibandingkan unggahan yang hanya bersifat informatif. Dari segi kontribusi, penelitian ini memiliki beberapa manfaat. Secara akademis, penelitian ini memberikan referensi bagi kajian interaktivitas dalam media sosial serta menjadi tambahan dalam studi komunikasi digital. Secara praktis, penelitian ini memberikan wawasan kepada pengelola media sosial, khususnya akun edukasi kesehatan mental, untuk lebih memahami strategi meningkatkan keterlibatan *audiens*.

Walaupun penelitian ini memiliki batasan, seperti fokus hanya pada satu akun dalam rentang waktu tertentu, hasil yang diperoleh tetap relevan dalam menunjukkan bagaimana media sosial, terutama Instagram, dapat menjadi alat edukasi kesehatan mental yang efektif. Studi ini menegaskan bahwa interaksi yang terjadi dalam akun media sosial sangat dipengaruhi oleh jenis konten yang disajikan serta respons dari pengelola akun terhadap *audiensnya*.

Sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang

sedang dirancang terletak pada fokus Devi Haqiqi Hidayat yang meneliti interaksi di akun Instagram @Riliv sebagai sarana penyebaran informasi dan edukasi tentang kesehatan mental. Fokus utama peneliti adalah pada aspek interaktivitas digital, seperti *like*, komentar, serta penggunaan fitur-fitur Instagram dalam membangun hubungan dua arah dengan *audiens*. Berbeda dengan penelitian ini yang lebih menyoroti bagaimana narasi positif tentang kesehatan mental dibentuk secara strategis dan bagaimana efek narasi tersebut terhadap pembentukan pola pikir *audiens*. *Novelty* dari penelitian ini terletak pada penggabungan analisis narasi dan teori priming dalam melihat konstruksi realitas sosial seputar kesehatan mental, yang belum dikaji secara mendalam dalam penelitian Devi.

3. Analisis Isi Konten Kesehatan Mental pada Akun TikTok @hey.tesss

Penelitian yang dilakukan oleh Desya Safitri, Nasichah, dan Zahra Salsabilah berasal dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dan diterbitkan dalam jurnal *Nathiqiyah: Jurnal Psikologi Islam*, Volume 6, Nomor 2, pada tahun 2023. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi. Data yang dianalisis adalah unggahan konten TikTok akun @hey.tessss dari tanggal 1 hingga 23 November 2023, dengan total 45 konten. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi kategori isi pesan kesehatan mental yang disampaikan dalam unggahan tersebut. Peneliti menggunakan beberapa teori utama, di antaranya Teori *Inner Child* dari Carl Gustav Jung, yang menjelaskan bahwa pengalaman masa kecil dapat membentuk kepribadian seseorang hingga

dewasa, baik dalam aspek positif maupun negatif. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan Teori Motivasi menurut Indri Dayana (2018), diartikan sebagai kekuatan psikologis yang menggerakkan individu untuk melakukan tindakan demi memenuhi kebutuhan serta mencapai tujuan hidupnya. Teori *Family Issues* dari Arie Rihardini Sundari (2013) turut digunakan dalam penelitian ini untuk memahami dampak hilangnya peran orang tua terhadap perkembangan psikologis anak.

Berdasarkan hasil penelitian, akun TikTok @hey.tessss menyajikan edukasi kesehatan mental yang dikategorikan ke dalam tiga tema utama, yaitu inner child, family issues, dan motivasi hidup. Konten yang membahas inner child banyak mendapat perhatian, terutama karena banyak individu mengalami dampak dari pengalaman masa kecil yang belum terselesaikan. Akun ini memberikan pemahaman dan solusi mengenai inner child yang terluka, seperti melalui menulis, membuka diri, dan terapi *Ho'oponopono*.

Selain itu, akun ini juga menyoroti permasalahan *family issues*, khususnya terkait *fatherless*, yaitu kondisi di mana seorang ayah hanya berperan dalam aspek biologis tetapi tidak hadir secara emosional dalam kehidupan anaknya. Hilangnya peran ayah dapat berpengaruh terhadap harga diri, kontrol emosi, dan kesejahteraan psikologis anak, sehingga akun ini berusaha memberikan wawasan dan dukungan kepada pengikutnya yang mengalami kondisi serupa.

Dari hasil analisis, penelitian ini menyimpulkan bahwa akun TikTok @hey.tessss menjadi salah satu platform yang efektif dalam menyebarkan edukasi kesehatan mental. Melalui video pendek yang menarik dan relatable,

akun ini berhasil menyentuh hati *audiens* serta memberikan dorongan bagi mereka untuk memperbaiki diri. Keberhasilan akun ini dalam menyampaikan pesan edukatif juga didukung oleh penggunaan bahasa yang sederhana, visual yang menarik, dan pendekatan yang dekat dengan kehidupan sehari-hari pengikutnya.

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi kajian psikologi digital, khususnya dalam memahami peran media sosial sebagai alat edukasi kesehatan mental. Meski begitu, penelitian ini juga mempunyai beberapa batasan, salah satunya adalah hanya menganalisis satu akun TikTok dalam periode waktu tertentu. Karena itu, disarankan bagi penelitian berikutnya untuk dapat membandingkan akun serupa dan menganalisis dampaknya terhadap *audiens* dalam jangka panjang.

Adapun perbedaannya dengan penelitian yang dilakukan ialah penelitian Desya Safitri dan rekan-rekannya mengkaji konten edukasi kesehatan mental yang dipublikasikan melalui akun TikTok @hey.tessss, dengan fokus pada klasifikasi tema konten seperti permasalahan *inner child*, *family issues*, dan motivasi hidup. Penelitian tersebut lebih mengutamakan kategorisasi isi pesan tanpa mendalami bagaimana narasi tersebut membentuk persepsi publik. Sedangkan dalam penelitian ini, analisis tidak berhenti pada kategorisasi konten, melainkan lebih lanjut mengkaji bagaimana narasi dibentuk secara strategis dan apa dampaknya terhadap *audiens*, menggunakan kerangka teori priming. Maka dari itu, novelty penelitian ini adalah pendekatan yang memiliki integratif tinggi dalam menganalisis pembentukan

narasi positif di media sosial beserta pengaruhnya terhadap persepsi masyarakat mengenai kesehatan mental.

Berdasarkan temuan dari penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kesehatan mental. Konten yang informatif dan menarik mampu membantu mengurangi stigma negatif serta meningkatkan dukungan sosial bagi individu yang mengalami gangguan kesehatan mental. Penelitian ini akan melanjutkan dan memperluas kajian yang telah dilakukan sebelumnya dengan meneliti bagaimana Kutub.co membangun narasi positif mengenai kesehatan mental dan bagaimana respon pengguna terhadap konten yang disajikan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam memperluas pemahaman mengenai bagaimana media sosial berperan dalam membentuk persepsi yang positif terhadap isu kesehatan mental.

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk mengkaji dan mengamati objek penelitian secara mendalam. Sebagaimana dikemukakan oleh Lexy J. Moleong (2005:6), metode kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek secara holistik, dengan menelusuri perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan mereka. Proses ini dilakukan secara menyeluruh dan kontekstual melalui pendekatan yang bersifat alami. Melalui pendekatan ini maka peneliti mendapatkan penjelasan dan pemaparan terkait hasil-hasil data yang diperoleh ketika peneliti melakukan penelitian di lapangan mengenai bagaimana pembuatan narasi positif pada konten media sosial untuk memulihkan isu kesehatan mental melalui Media Kutub.co. Maka dari itu, peneliti menetapkan langkah-langkah terkait dengan metode penelitian yang digunakan yaitu :

- a. Tahap pra lapangan, Tahapan ini mencakup berbagai persiapan sebelum melakukan penelitian di lapangan. Langkah-langkah yang dilakukan antara lain merancang proposal penelitian, menentukan lokasi studi, mengurus perizinan yang dibutuhkan, melakukan observasi awal serta penilaian terhadap kondisi lokasi, menyiapkan perlengkapan pendukung penelitian, dan memastikan kesiapan peneliti dalam menjaga etika penelitian selama proses berlangsung.

- b. Tahapan pekerjaan lapangan, Mengacu pada pendapat Suryana (2007), tahapan ini dilakukan dengan cara memahami secara mendalam kondisi lokasi penelitian serta berpartisipasi langsung dalam proses pengumpulan data di lapangan. Dalam tahap ini, peneliti terlibat aktif dalam menggali informasi secara langsung dari sumber data untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap objek yang diteliti.
- c. Tahapan pengolahan data, dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan utama, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Menurut Miles dan Huberman (2012) dalam Octaviani dan Sutriani (2019), proses analisis data kualitatif bersifat interaktif dan berlangsung secara terus-menerus pada setiap tahapan penelitian. Aktivitas ini dilakukan hingga data yang diperoleh mencapai titik kejenuhan, yaitu ketika informasi yang terkumpul sudah tidak lagi memberikan temuan baru.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan secara langsung melalui platform media sosial Kutub.co, yang secara khusus menyajikan konten edukatif mengenai isu-isu kesehatan mental. Adapun lokasi penelitian mencakup aktivitas digital yang berlangsung di akun Instagram Kutub.co, termasuk unggahan (*post*), cerita (*stories*), komentar, dan interaksi lain yang relevan dengan tema kesehatan mental. Lokasi penelitian mencakup:

- Kantor Kutub.co sebagai lokasi utama untuk wawancara dengan tim

kreatif, editor, dan chief media.

- Platform Media Sosial seperti Instagram.

Tempat ini dipilih karena Kutub.co merupakan media yang secara aktif menyebarkan narasi positif tentang kesehatan mental dan relevan dengan tujuan penelitian.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama 2 bulan, mulai dari April 2025 hingga Mei 2025, dengan pembagian tahapan sebagai berikut:

- Minggu pertama bulan April 2025: Tahap persiapan, pengumpulan literatur, dan perizinan penelitian.
- Minggu ke 2 dan 3 bulan April 2025: Observasi dan pengumpulan data dari platform media sosial Kutub.co.
- Minggu ke 1 dan 2 bulan Mei 2025: Wawancara dengan informan, analisis data awal.
- Minggu ke 3 dan 4 bulan Mei 2025: Analisis data akhir dan penyusunan laporan penelitian.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengguna media sosial yang mengakses serta berinteraksi dengan konten edukatif yang disajikan oleh akun Kutub.Co, khususnya melalui platform Instagram sebagai media utama penyebaran konten. Selain itu, populasi juga mencakup tim internal Kutub.co, seperti chief media, editor, dan tim kreatif.

2. Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling sebagai metode pengambilan sampel. Menurut Sugiyono (2013:218), purposive sampling merupakan teknik pemilihan sampel sumber data yang dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik *purposive sampling* digunakan dengan memilih sejumlah subjek berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap relevan dan memiliki keterkaitan dengan sifat-sifat dari populasi yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti menetapkan kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

- Pengguna media sosial yang aktif: Individu yang menjadi pengikut (*followers*) akun Instagram Kutub.co dan secara aktif berinteraksi dengan konten yang dipublikasikan, seperti memberikan tanda suka (*like*), mengomentari unggahan, maupun membagikan konten kepada pengguna lain.
- Tim Kutub.co: Ibu Siti Fatonah sebagai *content writer*, Fadil M Sidik sebagai editor dan Agung sebagai *community manager*,

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 8 orang, dengan rincian sebagai berikut:

- *Followers* aktif Kutub.co atau Kutubers sebanyak 5 orang secara konsisten berinteraksi dengan konten edukatif.
- Tim internal Kutub.co sebanyak 3 orang, terdiri dari editor, dan tim kreatif yang terlibat dalam produksi konten.

Jumlah ini dipilih untuk memastikan keberagaman prespektif dari informan dan mencakupi kebutuhan data yang relevan hingga mencapai kejenuhan informasi.

D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam proses pengumpulan data agar kegiatan penelitian berjalan secara sistematis dan terarah. Dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri berperan sebagai instrumen kunci (key instrument). Hal ini sejalan dengan pendapat Nasution (1996:55) yang menyatakan bahwa manusia sebagai instrumen utama dalam penelitian kualitatif dipandang lebih serasi, karena hanya manusialah yang mampu memahami konteks sosial, menangkap makna, serta menafsirkan interaksi yang kompleks di lapangan.

Sebagai instrumen utama, peneliti terlibat secara langsung dalam proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data, serta berinteraksi dengan objek penelitian untuk memahami fenomena secara mendalam. Selain itu, terdapat instrumen pendukung lainnya yang digunakan untuk menunjang proses pengumpulan data. Instrumen tersebut meliputi pedoman wawancara yang disusun untuk mengarahkan proses penggalian informasi dari narasumber, alat tulis untuk mencatat hasil observasi atau wawancara, handphone dan kamera untuk merekam data visual atau audio, serta perangkat digital lainnya yang relevan dengan kebutuhan dokumentasi dan pengarsipan.

Dalam penelitian ini, narasumber yang diwawancarai mencakup (Agung Gumelar) sebagai *community manager* Siti Fatonah selaku *content writer*, Fadil M. Sidik sebagai editor konten, serta beberapa *followers* akun Instagram Kutub.co yang aktif berinteraksi dengan konten edukatif kesehatan mental. Semuanya dipilih

sebagai bagian dari instrumen sumber data karena dianggap memiliki pengalaman, pengetahuan, dan keterlibatan langsung dengan proses produksi serta penerimaan pesan di platform media sosial tersebut.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Menurut Guba dan Lincoln (1981), observasi merupakan suatu kegiatan pengumpulan data yang dilakukan melalui penggunaan pancaindra, seperti penglihatan, pendengaran, maupun penciuman, untuk memperoleh informasi yang relevan dalam menjawab permasalahan penelitian. Observasi dilakukan secara langsung terhadap aktivitas dan interaksi pengguna media sosial dalam merespons konten edukatif yang dipublikasikan oleh akun *Kutub.co*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik utama untuk mengumpulkan data, yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Ketiga teknik ini dipilih untuk memperoleh data yang menyeluruh dan mendalam terkait peran media sosial, khususnya akun *Kutub.co*, dalam membangun narasi positif mengenai kesehatan mental. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara kepada sejumlah informan yang telah dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Wawancara ini bersifat mendalam dan bertujuan untuk menggali lebih jauh pandangan, pengalaman, serta pemahaman para informan terhadap konten yang mereka konsumsi. Seperti yang diungkapkan oleh Susan Stainback (1988), wawancara memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang lebih kaya tentang bagaimana individu memaknai situasi dan fenomena tertentu yang tidak dapat diungkap hanya melalui observasi.

Untuk melengkapi kedua teknik tersebut, peneliti juga menggunakan studi dokumentasi sebagai sumber data sekunder. Dokumentasi yang dianalisis meliputi unggahan konten visual, caption, komentar dari pengguna, serta berbagai bentuk interaksi lainnya yang tersedia di akun Instagram Kutub.co. Dengan memadukan ketiga teknik ini, peneliti berharap dapat memperoleh data yang utuh dan akurat untuk menjawab fokus dan tujuan penelitian. Berikut penjelasannya:

- Observasi, Pengertian observasi menurut Suharsimi adalah pengamatan langsung terhadap suatu objek di lingkungan yang masih dalam proses atau dalam penelitian dengan menggunakan panca indera. Tindakan mengamati dilakukan dengan sengaja dengan memperhatikan kaidah-kaidah pengamatan yang berlaku (Suharsimi Arikunto). Dengan menggunakan pengumpulan data observasi, maka instrumen pendukung yang dibutuhkan adalah pedoman observasi (*guide observasi*).
- Wawancara, teknik wawancara digunakan untuk menggali lebih dalam pengalaman dan perspektif para informan yang aktif berinteraksi dengan konten Kutub.co. Seperti yang dijelaskan oleh Bungi (2013:133), wawancara adalah proses memperoleh keterangan melalui tanya jawab secara langsung antara peneliti dan informan. Untuk menjaga fokus wawancara dan memperoleh data yang lebih akurat, peneliti menggunakan pedoman wawancara sebagai panduan dalam proses penggalian informasi, sehingga mampu memahami konteks sosial dan motivasi di balik keterlibatan para pengguna dengan konten yang dimaksud.

- Studi Dokumen, dimanfaatkan sebagai teknik pelengkap untuk memperoleh data sekunder dari berbagai dokumen tertulis atau digital yang relevan. Menurut Sugiyono (2018:476), dokumentasi adalah cara untuk memperoleh informasi dari berbagai sumber seperti buku, arsip, gambar, maupun dokumen digital lainnya. Dalam konteks ini, peneliti mengkaji berbagai unggahan visual, *caption*, komentar, dan elemen interaktif lainnya di akun Instagram Kutub.co, baik yang bersifat resmi maupun tidak resmi, sebagai bagian dari analisis isi.

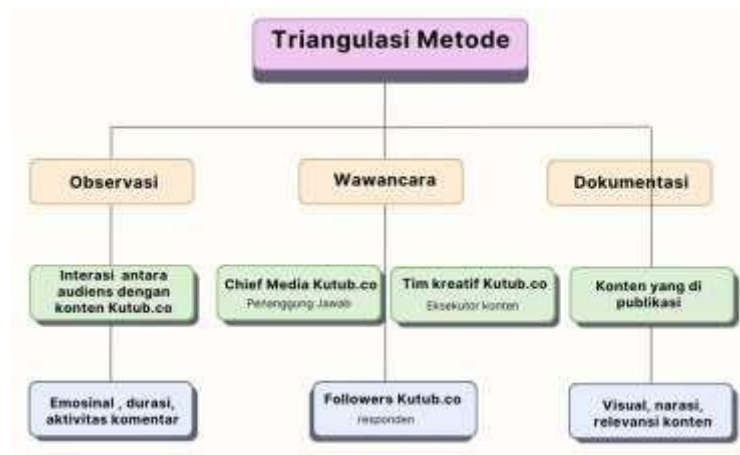
E. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi data dan triangulasi metode sebagai bentuk uji validitas instrumen penelitian. Triangulasi digunakan untuk memastikan keakuratan dan konsistensi data yang diperoleh dari berbagai sumber dan dengan berbagai cara. Menurut Norman K. Denzin yang dikutip oleh Mudjia Rahardjo (2012), triangulasi adalah gabungan atau kombinasi dari berbagai metode yang digunakan untuk mengkaji satu fenomena yang saling berkaitan dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Sebagai upaya untuk memperoleh data yang valid dan dapat dipercaya, peneliti menerapkan dua teknik triangulasi sebagai berikut:

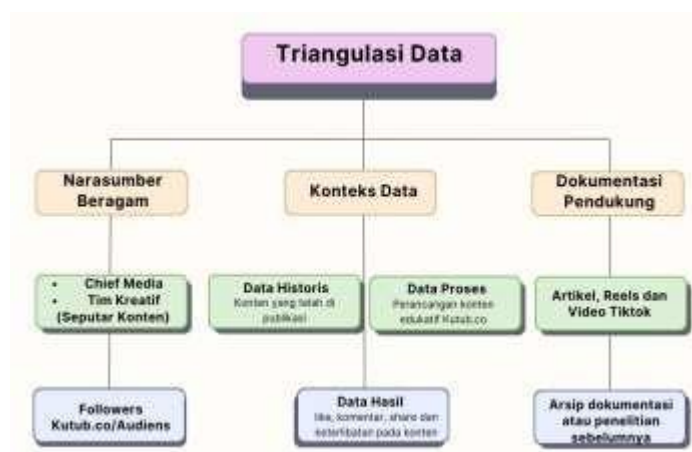
- a. Triangulasi metode, dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang berbeda, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan menggabungkan berbagai metode, peneliti dapat melihat

keutuhan fenomena dari berbagai sisi dan meminimalisir bias yang mungkin muncul apabila hanya menggunakan satu teknik pengumpulan data., maka triangulasi metode yang digunakan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi pada gambar sebagai berikut:



Gambar 2. Triangulasi metode

- b. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan dan mengkroscek data yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari narasumber utama (*seperti content writer* dan editor Kutub.co), maupun dari *followers* akun yang menjadi bagian dari objek penelitian. Selain itu, data dari observasi, wawancara, dan studi dokumentasi juga dibandingkan untuk memastikan konsistensi informasi yang ditemukan.



Gambar 3. Triangulasi data

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, poin reliabilitas instrumen dapat difokuskan pada konsistensi data yang diperoleh dari berbagai metode pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil untuk memastikan reliabilitas:

a. Menggunakan triangulasi data

Membandingkan informasi yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumen tertulis untuk mengonfirmasi konsistensi temuan.

b. Standarisasi instrumen penelitian

Memastikan pedoman observasi dan wawancara memiliki indikator dan pertanyaan yang sama untuk setiap responden atau objek yang diamati. Pedoman observasi memiliki tabel aspek, indikator, dan bahan observasi yang terstruktur. Pedoman wawancara juga mencantumkan indikator spesifik dan pertanyaan yang relevan untuk setiap aspek yang diteliti.

c. Konsistensi pelaksanaan

Melakukan wawancara dan observasi pada waktu dan kondisi yang serupa untuk meminimalkan bias. Rekam wawancara dengan alat yang sama dan dokumentasikan hasilnya secara sistematis.

d. Uji coba instrumen

Melakukan uji coba (*pilot test*) instrumen sebelum penelitian utama untuk memastikan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan secara konsisten di berbagai konteks.

e. Pencatatan data yang sistematis

Menggunakan perangkat yang sama, seperti kamera dan perekam suara, untuk dokumentasi agar hasilnya konsisten. Selanjutnya menyimpan data dalam format yang seragam (misalnya, file audio wawancara dalam format MP3).

F. Teknik Analisis Data

analisis data merupakan tahapan penting yang tidak hanya berfungsi sebagai proses teknis, tetapi juga sebagai proses reflektif untuk memahami makna yang terkandung dalam data yang diperoleh dari lapangan. Noeng Muhadjir (1998:104) mengemukakan bahwa analisis data adalah upaya untuk mencari dan menata secara sistematis hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi guna meningkatkan pemahaman peneliti terhadap kasus atau fenomena yang sedang dikaji. Proses ini tidak berhenti pada penyusunan data semata, tetapi dilanjutkan dengan penafsiran mendalam untuk menggali makna dari informasi yang telah dihimpun, sampai akhirnya peneliti dapat memahami dengan utuh konteks sosial yang terjadi di lapangan.

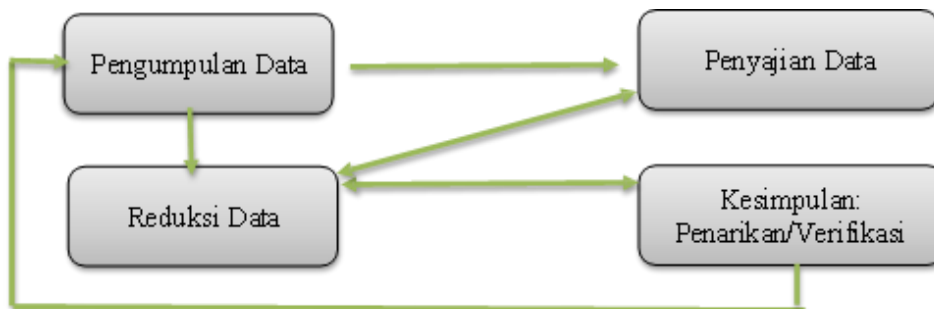
Dalam konteks penelitian ini, analisis data dilakukan sejak awal pengumpulan data dan terus berlangsung secara berkelanjutan hingga diperoleh data yang bersifat jenuh. Peneliti tidak hanya mengumpulkan informasi, tetapi juga secara aktif mengidentifikasi pola, hubungan, dan makna yang tersembunyi di balik data tersebut. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga interpretatif memberikan pemahaman yang lebih luas dan mendalam terhadap objek penelitian.

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses sistematis untuk menata dan menafsirkan data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi agar temuan penelitian dapat dipahami dengan lebih mendalam. Peneliti menggunakan model Miles dan Huberman (1992) yang terdiri dari tiga tahap utama yang berlangsung bersamaan, yaitu reduksi data untuk menyaring informasi penting, penyajian data guna memvisualisasikan temuan secara jelas, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi untuk memastikan keakuratan dan relevansi hasil analisis dalam menjawab masalah penelitian, berikut penjelasannya:

1. Reduksi data adalah proses penyaringan dan penyederhanaan data mentah yang diperoleh dari lapangan agar hanya data yang relevan dan penting yang digunakan untuk analisis lebih lanjut. Menurut Sugiyono (2015), langkah ini membantu memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti dalam mengelola data serta memandu arah penelitian agar tujuan dapat tercapai. Data kualitatif dari wawancara dan observasi diurutkan dan diklasifikasikan sesuai kebutuhan, misalnya berdasarkan kategori informan atau lokasi, sehingga memudahkan proses analisis dan pengambilan kesimpulan.
2. Penyajian data adalah tahap setelah reduksi data di mana informasi yang telah disederhanakan disusun dan diorganisasi secara sistematis untuk memudahkan pemahaman dan analisis. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2016:341), penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat berbentuk uraian naratif, tabel, bagan, *flowchart*, atau hubungan antar

kategori. Dengan penyajian data yang baik, pola dan keterkaitan antar informasi menjadi jelas sehingga memudahkan peneliti dalam memahami fenomena yang diteliti serta merencanakan langkah penelitian selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut.

3. Penarikan simpulan merupakan tahap akhir dalam proses analisis data di mana peneliti mulai memahami dan menginterpretasikan pola-pola, hubungan sebab-akibat, serta makna dari data yang telah dikumpulkan. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2016:337), analisis data kualitatif berlangsung secara interaktif dan berkelanjutan selama pengumpulan data hingga data mencapai kejenuhan. Proses ini mencakup tiga aktivitas utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan atau verifikasi, yang saling terkait untuk menghasilkan temuan penelitian yang valid dan mendalam.



Gambar 4. Model analisis data Miles dan Huberman

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Lengkap Lembaga

Kutub.co adalah platform media revolusioner yang didedikasikan untuk memberdayakan perempuan dan mempromosikan keberagaman. Media yang terbentuk pada tanggal 14 April 2021 dengan *tagline* mandiri dan berdaya, kami berkomitmen untuk menyediakan ruang tempat berbagai suara didengarkan, cerita dirayakan, dan sudut pandang dihormati. Platform ini berfungsi sebagai katalisator perubahan, mengadvokasi kesetaraan gender dan merangkul kekayaan keberagaman manusia. Sejak awal, Kutub memang berfokus pada isu keperempuanan, terutama dalam upaya memberdayakan perempuan yang memiliki ketertarikan pada aktivitas menulis atau *journaling* di media sosial. Dalam perkembangannya, fokus tidak lagi hanya tertuju pada penguatan sumber daya manusianya, tetapi juga mulai diarahkan pada pengembangan konten. Karena mayoritas anggotanya berasal dari kalangan remaja, perhatian pun bergeser pada isu-isu yang relevan dengan kehidupan remaja. Salah satu isu yang saat itu dianggap paling dekat dan penting untuk diangkat adalah kesehatan mental. Berdasarkan pertimbangan tersebut, tema kesehatan mental pun dipilih sebagai fokus utama dalam penyusunan konten.

1. Program Kutub.co

Media Kutub.co memiliki program lembaga yang berfokus pada isu keperempuanan, berikut 14 program besar yang dirancang oleh media

Kutub.co:

- a. Liputan Kesehatan Mental berupa artikel yang dipublikasi di Website resmi Kutub.co dengan jenis konten liputan reguler.
- b. Liputan Tentang Perempuan berupa artikel yang dipublikasi di Website resmi Kutub.co dengan jenis konten liputan khusus.
- c. Literasi Perempuan berupa artikel yang dipublikasi di Website resmi Kutub.co dengan jenis konten liputan khusus.
- d. Kekerasan Seksual Digital berupa artikel yang dipublikasi di Website resmi Kutub.co dengan jenis konten liputan reguler.
- e. Manajemen Karir Perempuan berupa artikel yang dipublikasi di Website resmi Kutub.co dengan jenis konten liputan reguler.
- f. Meningkatkan Literasi Kesehatan Mental dan Reproduksi berupa audio visual yang dipublikasi di Platform Tiktok resmi Kutub.co dengan jenis konten video edukasi.
- g. Mengurangi Stigma Terhadap Isu Kesehatan berupa gambar visual yang dipublikasi di Platform Instagram resmi Kutub.co dengan jenis konten carousel.
- h. Menyediakan Konten Empatik berupa gambar visual atau audio visual yang dipublikasi di Platform Instagram resmi Kutub.co dengan jenis konten Kutub Talks.
- i. Mengedukasi dengan Interaktif berupa gambar visual atau audio visual yang dipublikasi di Platform Instagram resmi Kutub.co dengan jenis video edukasi.

- j. Meningkatkan Kesadaran Isu Kesehatan Mental berupa gambar visual atau audio visual yang dipublikasi di Platform Tiktok resmi Kutub.co dengan jenis konten Human Story.
- k. Membantu Kutubers Mencapai Potensi Diri berupa audio visual yang dipublikasi di Platform Instagram resmi Kutub.co dengan jenis konten video edukasi.
- l. Meningkatkan Kesadaran Manajemen Waktu dan Keseimbangan berupa audio visual yang dipublikasi di Platform Tiktok resmi Kutub.co dengan jenis konten tips.
- m. Meningkatkan Perempuan Tentang KBGO berupa audio visual yang dipublikasi di Platform Tiktok resmi Kutub.co dengan jenis konten tips.
- n. Memotivasi *Audiens* untuk Praktik Self Care Secara Rutin berupa audio visual yang dipublikasi di Platform Instagram resmi Kutub.co dengan jenis konten video edukasi.

2. Visi dan Misi Lembaga

Adapun visi dan misi Kutub.co ialah menjadi platform media terdepan yang memberdayakan perempuan, mempromosikan keberagaman, dan menginspirasi perubahan positif melalui perspektif inklusif dan suara perempuan, terutama dari kalangan pesantren, untuk membangun masyarakat yang lebih adil, setara, dan berdaya. Berikut penjelasannya:

- a. Memberdayakan perempuan yaitu menyediakan ruang bagi perempuan, terutama dari kalangan pesantren, untuk berbicara, menulis, dan berbagi

pengalaman, serta memberikan platform yang mendukung kesetaraan gender dalam dunia jurnalisme.

- b. Mempromosikan keberagaman yaitu menciptakan ruang yang merayakan keberagaman dalam setiap bentuknya, baik itu gender, etnis, agama, maupun latar belakang sosial, untuk membangun pemahaman yang lebih baik antar komunitas.
- c. Advokasi kesetaraan gender yaitu menjadi penggerak utama dalam advokasi kesetaraan gender, dengan mengedukasi dan menginspirasi *audiens* melalui konten yang berbasis pada nilai-nilai kesetaraan dan keadilan.
- d. Mengangkat isu kesehatan mental yaitu memberikan ruang dan perhatian pada isu kesehatan mental, khususnya di kalangan perempuan dan remaja pesantren, sebagai upaya menciptakan lingkungan yang lebih suportif, sadar diri, dan peduli terhadap kesejahteraan emosional serta psikologis.
- e. Mendukung kemandirian yaitu memberikan informasi yang memberdayakan perempuan agar dapat mandiri, baik dalam konteks pribadi, sosial, maupun profesional, melalui pemahaman yang lebih dalam tentang isu-isu penting yang mempengaruhi kehidupan mereka.
- f. Mendorong dialog dan refleksi yaitu menjadi jembatan untuk diskusi yang konstruktif, terbuka, dan menghargai berbagai pandangan serta pengalaman, guna menciptakan pemahaman yang lebih mendalam dan solusi yang inovatif terhadap masalah yang ada.

3. Struktur Organisasi Tim Kutub.co

Struktur organisasi lembaga Kutub.co memiliki susunan yang sederhana namun fungsional, mencerminkan semangat kolaboratif dan fleksibilitas kerja yang menjadi ciri khas media ini. Kutub.co tidak hanya mengandalkan peran formal dalam membagi tugas, tetapi juga menerapkan pola kerja dinamis di mana setiap anggota tim dapat berkontribusi lintas peran sesuai kebutuhan dan kapasitasnya. Struktur ini disusun untuk menunjang kelancaran produksi konten, pengelolaan komunitas pembaca, serta pengembangan media digital yang selaras dengan nilai-nilai literasi, keberagaman, dan keislaman progresif yang diusung Kutub.co. Adapun susunan struktur organisasi dan uraian tugas masing-masing anggota tim adalah sebagai berikut:

1) Siti Latifah – *Editor in Chief*

Mengarahkan visi redaksional, memimpin rapat redaksi, dan memastikan setiap konten yang dipublikasikan mencerminkan nilai dan identitas Kutub.co.

2) Diyanah – *Managing Editor*

Mengatur alur kerja tim redaksi dan editorial, serta sering juga turut mengedit naskah atau membantu penelitian konten saat dibutuhkan.

3) (Agung Gumelar) – *Community Manager*

Mengelola interaksi dengan komunitas pembaca, mengatur program engagement, dan sesekali terlibat dalam produksi konten kampanye sosial.

4) Nenden MS – *Social Media Manager*

Bertanggung jawab atas penjadwalan dan strategi media sosial. Dalam praktiknya, Nenden juga kerap menyusun caption, mendesain visual sederhana, atau memberi masukan isi konten.

5) Desta Destari – *Editor*

Mengedit naskah, memeriksa gaya bahasa dan logika tulisan. Ketika situasi menuntut, Desta juga mengambil peran sebagai peneliti konten naratif atau reporter.

6) Hasemi Fauziah – *Reporter*

Meliput berita lapangan, mewawancarai narasumber, dan menulis laporan. Ia juga terkadang membantu proses editing atau riset tambahan untuk konten lain.

7) Siti Fatonah – *Content Writer*

Menulis artikel opini, esai, dan narasi kreatif. Saat terjadi kekosongan tugas atau tenggat mepet, Fatonah juga pernah mengambil peran sebagai editor ringan atau kurator konten.

8) Abdul Manap – *Graphic Designer*

Mendesain materi visual untuk media sosial dan artikel. Dalam beberapa proyek kolaboratif, Addul juga ikut dalam proses kreatif ide konten.

9) Sacha Dubois – *Graphic Designer*

Berfokus pada ilustrasi dan desain kampanye tematik. Ia juga berkoordinasi erat dengan social media manager untuk memastikan visual relevan dan kontekstual.

10) Novianti – *Web Developer*

Mengelola website, memperbaiki bug, dan mengembangkan fitur baru.

Novianti juga sesekali memberi insight pada tampilan visual dan user experience halaman.

11) Padil M Sidik – *Video Editor*

Mengedit video dan memproduksi konten visual audio. Dalam beberapa kesempatan, Padil juga mengambil gambar atau menyusun skrip video pendek.

Tim Kutub.co dikenal dengan budaya kerja yang *fleksibel* dan saling melengkapi. Banyak anggota tim yang tidak terpaku hanya pada satu peran. Ketika terjadi *urgensi*, kekosongan sumber daya, atau tenggat mendesak, setiap anggota bersedia untuk saling mengisi dan membantu tugas satu sama lain. Peran ganda atau kerja lintas divisi bukan hanya wujud dari efisiensi, tetapi juga bentuk komitmen terhadap visi bersama.

Gaya kerja seperti ini menumbuhkan semangat kolektif, memperkuat empati antar tim, serta mendorong tiap individu untuk berkembang melampaui batas peran formalnya. Di balik struktur yang tampak terorganisasi, terdapat kultur kerja gotong royong dan *adaptif*, yang menjadi kekuatan utama Kutub.co dalam menghadapi tantangan produksi dan distribusi konten di era digital.

B. Hasil Penelitian

Observasi dilakukan secara tidak langsung melalui pemantauan aktivitas akun Instagram @kutub.co pada bulan tanggal 1-4 bulan Mei 2025. Tujuan dari

observasi ini adalah untuk melihat secara langsung bagaimana konten edukatif disajikan dan sejauh mana narasi positif tentang kesehatan mental dibangun secara visual dan komunikatif. Hasil observasi menunjukkan bahwa:

1. Konten edukatif didominasi oleh topik kesehatan mental, seperti self-diagnose, burnout, dan inner child, yang ditampilkan secara rutin dalam bentuk feed, reels, dan kutub talk.
2. Visual konten menggunakan warna-warna pastel, ilustrasi lembut, dan layout yang ramah, yang memperkuat kesan positif dan tidak menakutkan.
3. Gaya bahasa yang digunakan dalam caption cenderung afirmatif dan inklusif, contohnya “Berproses itu nggak apa-apa, kamu nggak sendirian.”
4. Terdapat ajakan untuk berdialog dan berbagi pengalaman di setiap unggahan, seperti “ceritain di kolom komentar ya.” Ini menunjukkan pendekatan partisipatif yang memperkuat hubungan emosional.
5. Frekuensi unggahan cukup konsisten, antara 3-5 kali per minggu, dan mencakup berbagai format: feed, reels, highlight, dan live.

Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa konten yang ditampilkan secara konsisten mengangkat isu-isu kesehatan mental yang relevan dengan kehidupan remaja. Narasi yang digunakan bersifat afirmatif, empatik, dan komunikatif, serta disampaikan melalui visual yang menenangkan dan gaya bahasa yang inklusif. Kutub.co juga tampak aktif membangun ruang partisipatif dengan mengajak audiens berdialog atau berbagi cerita melalui berbagai fitur Instagram.

Temuan dalam observasi ini selaras dengan hasil wawancara yang dilakukan

peneliti bersama tim kreatif Kutub.co, di mana narasi positif yang dibangun melalui konten-konten edukatif memang menjadi bagian dari strategi komunikasi yang dirancang secara sadar dan konsisten. Dengan kata lain, apa yang diamati secara visual pada media sosial @kutub.co turut memperkuat pernyataan narasumber mengenai upaya membentuk ruang yang aman dan suportif dalam isu kesehatan mental.

1. Fitur-Fitur yang Digunakan pada Akun Instagram Kutub.co

Jika dilihat dari laman Instagram @kutub.co, akun edukatif Kutub.co yang memfokuskan kontennya pada kesehatan mental menggunakan beberapa fitur unggulan dari media sosial Instagram, antara lain:

a. Peletakan *link* pada bio Instagram

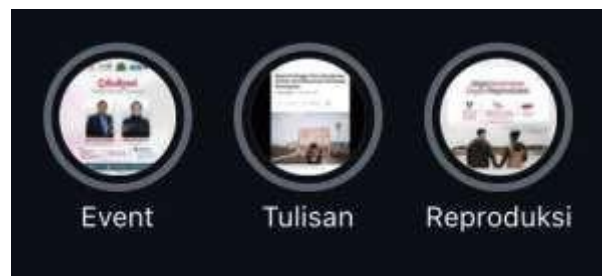
Peletakan *link* pada bio Instagram @kutub.co bertujuan untuk mengarahkan *followers* atau kutubers untuk mengakses informasi dan tulisan yang diunggah pada laman web resmi Kutub.co, yang di dalamnya memuat beberapa edukasi tentang kesehatan mental secara lebih spesifik. Hal ini juga dapat memudahkan *followers* untuk dapat menerima dan mendapatkan edukasi dengan mudah dan lebih jelas.



Gambar 5. Peletakan link pada bio Instagram Kutub.co
Sumber: Instagram @kutub.co

b. *Story highlight*

Akun Instagram Kutub.co dengan username @kutub.co memanfaatkan fitur *Highlight Stories* untuk menyimpan cerita atau stories penting secara permanen. Fitur ini memungkinkan konten yang biasanya hanya bertahan 24 jam tetap tersedia dan dapat diakses kapan saja oleh para followers maupun pengunjung akun, sehingga informasi edukatif mengenai kesehatan mental tetap tersimpan dan mudah ditemukan.



Gambar 6. Penggunaan fitur highlight
Sumber: Instagram @kutub.co

c. *Feeds*

Feeds Instagram merupakan tempat untuk membagikan berbagai jenis konten, seperti gambar, tulisan, maupun video kepada para pengikut akun. Karena posisinya langsung tampil di laman profil, unggahan di feed akan mudah dilihat oleh *followers*, baik yang baru maupun yang sudah lama mengikuti. Bagi akun @kutub.co, *feeds* menjadi media penting untuk menyampaikan edukasi seputar kesehatan mental. Konten-

konten tersebut dapat diakses oleh semua pengikut, serta siapa pun yang mengunjungi profil @kutub.co, sehingga menjadi sarana efektif untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan mental.



Gambar 7. Unggahan feed pada profil Instagram Kutub.co
Sumber: Instagram @kutub.co

d. *Reels*

Reels adalah fitur video pendek di Instagram yang dirancang untuk menjangkau *audiens* lebih luas, termasuk pengguna yang belum mengikuti akun tertentu. Berbeda dari *feed* yang cenderung dilihat oleh *followers* saja, *reels* dapat muncul di halaman eksplor, sehingga memiliki potensi lebih besar dalam menarik perhatian publik. Bagi akun @kutub.co, penggunaan *reels* menjadi strategi penting untuk menyebarkan konten edukatif seputar kesehatan mental. Melalui penyajian visual yang kreatif dan mudah dipahami, *reels* memungkinkan

pesan yang disampaikan menjangkau lebih banyak orang, memperluas dampak sosial, serta menarik minat pengguna baru untuk mengenal dan mengikuti akun @kutub.co.



Gambar 8. Unggahan reels pada profil Instagram Kutub.co
Sumber: Instagram @kutub.co

e. *Tag* atau penandaan

Fitur *tag* memungkinkan pengguna untuk menandai akun lain dalam unggahan mereka, termasuk akun @kutub.co. Saat sebuah akun menandai @kutub.co, para pengikut mereka pun bisa mengetahui keterlibatan atau kolaborasi yang terjadi dalam unggahan tersebut.

Bagi @kutub.co, penandaan ini sering muncul dari *followers* atau pengguna lain yang pernah terlibat dalam aktivitas bersama, baik dalam bentuk acara, sesi diskusi, kolaborasi konten, maupun momen inspiratif lainnya. Tak selalu tentang kesehatan mental, *tag* juga bisa muncul dari

unggahan yang berkaitan dengan literasi, kreativitas, atau nilai-nilai positif yang selaras dengan semangat yang dibawa oleh @kutub.co. *Tag* menjadi cara organik untuk membangun koneksi dan memperluas eksposur akun kepada *audiens* yang lebih luas, sekaligus menunjukkan kedekatan antara @kutub.co dan komunitas di sekitar.



Gambar 9. *Tag* kepada akun Instagram @kutub.co
Sumber: Instagram @kutub.co

f. *Live* atau siaran langsung

Fitur *Live* memungkinkan akun @kutub.co untuk berinteraksi langsung dengan *followers* melalui video siaran *real-time*. Lewat siaran ini, @kutub.co bisa membahas berbagai topik, mulai dari edukasi, literasi, hingga pengembangan diri, dengan cara yang lebih santai dan personal.

Siaran langsung juga mendorong keterlibatan *audiens*, karena

mereka bisa berkomentar atau bertanya secara langsung. Setelah selesai, *live* bisa disimpan agar tetap bisa diakses oleh *followers* yang tidak sempat menonton secara langsung. Fitur ini menjadi salah satu cara efektif untuk membangun kedekatan dengan komunitas @kutub.co.



Gambar 10. Fitur *live streaming* Kutub
Sumber: Instagram @kutub.co

g. Kutub *talk*

Kutub *talk* merupakan salah satu program rutin dari @kutub.co yang dikemas dalam format *podcast* atau bincang santai bersama narasumber yang kompeten di bidangnya. Program ini hadir sebagai ruang diskusi terbuka yang membahas berbagai topik inspiratif, mulai dari kesehatan mental, literasi, sosial, hingga isu-isu yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Video lengkap dari Kutub *talk* biasanya diunggah di kanal YouTube

resmi Kutub.co, agar bisa diakses dengan lebih leluasa. Sementara itu, cuplikan atau *highlight* dari obrolan tersebut kerap dibagikan dalam bentuk *reels* di Instagram sebagai *teaser* atau bentuk promosi, agar menjangkau lebih banyak *audiens* dan menarik minat mereka untuk menonton versi penuhnya.



Gambar 11. Unggahan kutub talk
Sumber: Instagram @kutub.co

2. Cara Kutub.co Membangun Narasi Positif Melalui Konten Edukatif di Instagram

Cara yang dilakukan Kutub.co dalam membangun narasi positif melalui kontennya memerlukan pertimbangan yang luas dan alur yang sistematis. Mulai dari pemilihan ide, tema, hingga esksekusi konten yang dilakukan secara sungguh-sungguh oleh beberapa tim Kutub.co diantaranya melibatkan *content writer*, *ghrapic designer*, *video editor* dan *social media officer*. Adapun tahapannya melalui beberapa langkah sebagai berikut:

a. Pembuatan *content plan*

Tim Kutub.co menyusun rencana konten secara berkala dengan mempertimbangkan momentum, isu aktual, dan nilai-nilai yang ingin disampaikan. *Content plan* ini memuat jadwal unggahan, format konten, serta target *audiens*, sehingga narasi yang dibangun tetap relevan, konsisten, dan sesuai tujuan. Proses ini juga melibatkan riset tren media sosial untuk menentukan gaya penyajian yang menarik, dengan perencanaan yang matang, tim dapat menjaga kesinambungan pesan positif dalam setiap unggahan.

Community manager Kutub.co menjelaskan alur kerja tim mereka dalam proses produksi konten edukasi kesehatan mental sebagai berikut:

Pertama, Ini kan kerja tim, jadi ini ada bagiannya. Ada yang bagian membuat konten plan dan brief konten. Dia itu tugasnya cari mentahan buat kontennya, preset segala macam tentang kesehatan mental. Nah yang kedua itu ada tim desain dan tim video editor. Jadi jika brief kontennya video, ya dikasih ke video editor. Tapi kalau bentuknya carousel atau grafis, berarti ke tim desain. Nah tahapan terakhir itu ketika brief sudah berbentuk visual, nanti disalurkan ke social media officer atau admin yang tugasnya memposting ke social media. Sekaligus divisi ini yang bertanggungjawab memantau perkembangan di media sosial tentang respon *followers* bagaimana. (Agung Gumelar)

b. Menentukan tema

Pemilihan tema di Kutub.co dilakukan secara selektif dan terencana. Setiap bulan, tim telah menyusun brief tema harian sebagai panduan dalam pembuatan konten. Meski mengikuti perkembangan tren, tidak semua tren diangkat; hanya tren yang relevan dan bisa dimodifikasi

sesuai dengan karakter Kutub.co yang dipilih untuk dikembangkan menjadi konten. Hal ini diperkuat oleh pernyataan video editor Kutub.co sebagai berikut:

Biasanya kalo bahas kesehatan mental itu pembahasannya spesifik dan nggak setiap hari temanya itu. Kami memang update terhadap tren tapi tidak semua tren kami ikuti, kami juga pilih-pilih tren yang paling relate sama *followers* dan bisa dimodifikasi ke Kutub.co. Tapi untuk hari-harinya pasti sudah ada brief temanya yang sudah dibuat per bulan. (Fadhil M Sidik)

c. Gaya bahasa

Gaya bahasa yang digunakan oleh Kutub.co disesuaikan dengan karakter dan preferensi *audiens* utamanya, yaitu remaja. Oleh karena itu, tim kreatif memilih gaya bahasa yang ringan, santai, dan tidak terlalu intelektual agar pesan yang disampaikan tetap terasa membumi dan mudah dicerna. Selain tetap menjaga muatan positif dan membangun, bahasa yang digunakan juga dirancang agar terdengar kekinian dan relevan dengan keseharian *audiens*.

Dalam wawancara, tim Kutub.co menyampaikan bahwa penggunaan gaya bahasa ini bertujuan untuk membangun kedekatan dan rasa “relate” dengan *audiens*, sehingga konten yang diunggah tidak hanya informatif, tetapi juga terasa akrab dan menarik untuk diikuti. Sebagaimana diungkapkan oleh *community manager* Kutub.co berikut:

Gaya bahasa yang dipakai balik lagi ke *audiens*, karena *audiens* nya remaja jadi bahasa yang digunakan selain membangun dan positif pasti pilih bahasa yang ringan, santai, ga terlalu intelek dan lebih kekinian. Ya intinya bagaimana supaya bahasa kita relate dan mudah diterima sama *audiens*. (Agung Gumelar)

d. Visual konten

Visual konten di Kutub.co dirancang dengan pendekatan yang ramah dan menarik bagi kalangan remaja. Salah satu contohnya tampak pada unggahan dengan tema “Selalu *Overwhelmed*”, di mana digunakan tone warna pastel (seperti *pink* lembut) yang memberi kesan tenang dan nyaman.

Ilustrasi yang digunakan pun bergaya kartun sederhana dengan ekspresi emosional yang mudah dikenali, mencerminkan situasi yang *relatable* bagi *audiens* muda. Elemen-elemen visual seperti tumpukan dokumen, laptop, dan kopi ikut memperkuat konteks narasi, menggambarkan tekanan aktivitas yang sering dialami generasi muda.

Desain visual ini tidak hanya mempercantik tampilan, tetapi juga berfungsi sebagai penguat pesan naratif, sehingga konten lebih mudah dipahami dan mampu menarik perhatian saat bersaing di linimasa media sosial. Berikut contoh visualnya:



Gambar 12. Visual konten Kutub.co
 Sumber: Instagram @kutub.co

e. Format penyajian

Kutub.co secara umum menggunakan dua format utama dalam menyajikan kontennya, yaitu *feed* dan *video reels*. *Feed* biasanya berupa desain grafis yang memuat pesan-pesan singkat namun kuat secara visual, sementara *reels* digunakan untuk menyampaikan pesan yang membutuhkan penjelasan lebih hidup dan ekspresif.

Pemilihan format dilakukan secara kontekstual, jika pesan dirasa cukup disampaikan lewat gambar dan teks singkat, maka desain *feed* dipilih. Namun, jika topik perlu disampaikan dengan narasi lebih mendalam atau visual dinamis, tim akan membuatnya dalam format *video reels*. Fleksibilitas ini membuat Kutub.co mampu menyampaikan narasi positif dengan cara yang lebih relevan, *engaging*, dan mudah diterima oleh *audiens* muda. Berdasarkan penuturan *community manager*, dijelaskan bahwa:

Format konten untuk kesehatan mental, sebetulnya kita nggak ada format khusus. Tapi semua format konten kita gunakan tergantung konteks. Kalo konteksnya enak disampaikan melalui video, ya kita buat dalam bentuk video, kalo cukup dengan desain ya desain (Agung Gumelar)

Untuk memperkuat analisis terhadap strategi visual dan format konten yang digunakan oleh Kutub.co, peneliti menyisipkan dua contoh konten yang diambil langsung dari akun Instagram resmi mereka, yaitu

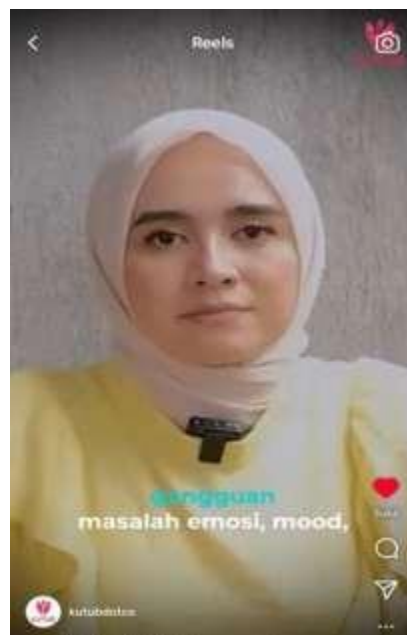
@kutubdotco. Dua konten yang dipilih merupakan unggahan pada fitur feed, yang keseluruhannya menggunakan pendekatan desain grafis yang khas. Sementara satu konten lainnya merupakan format video reels, yang ditampilkan untuk mengamati dinamika pesan dalam bentuk visual bergerak.

Konten feed ditampilkan secara khusus untuk menunjukkan bagaimana Kutub.co membungkus narasi positif tentang kesehatan mental dalam bentuk visual yang ringkas namun tetap komunikatif. Melalui penggunaan ilustrasi yang sederhana namun ekspresif, perpaduan tone warna yang lembut dan menenangkan, serta pilihan kata yang ringan dan *relatable*. Feed menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan singkat yang mampu dipahami hanya dalam sekali lihat, sejalan dengan karakteristik media sosial yang menuntut konsumsi informasi secara cepat, visual, dan emosional.



Gambar 13. Format konten feed Kutub.co
Sumber: Instagram @kutub.co

Sementara itu, konten *reels* dipilih untuk menggambarkan pendekatan naratif yang lebih ekspresif dan mendalam. Reels memungkinkan penyampaian pesan dengan dukungan suara, gerak, ekspresi, dan alur visual yang lebih dinamis, sehingga cocok untuk topik yang membutuhkan penekanan emosional atau *storytelling* yang kuat. Dengan menampilkan kedua format ini, peneliti ingin menunjukkan bahwa Kutub.co tidak hanya konsisten dalam membangun narasi positif, tetapi juga fleksibel dalam menyesuaikan format konten dengan kebutuhan pesan dan karakter *audiensnya*.



Gambar 14. Format konten reels Kutub.co
Sumber: Instagram @kutub.co

f. Call to action dan hashtag

Dalam menyampaikan pesan positif seputar kesehatan mental,

Kutub.co menyelipkan unsur *call to action* (CTA) yang bersifat ringan namun efektif. CTA yang digunakan tidak bersifat kaku atau instruktif, melainkan dikemas secara santai dan dekat dengan keseharian *audiens*. Misalnya, dalam salah satu unggahan, Kutub.co menulis:

“Share ke temanmu yang lagi lelah, biar mereka tahu mereka nggak sendiri.”

Dan di konten lain berbunyi:

“Tag temen kamu yang suka begitu!”

Kedua CTA ini mengajak *audiens* untuk berinteraksi, menyebarkan pesan kepada teman, sekaligus membangun rasa empati dan kedekatan sosial di antara pengikutnya. Gaya bahasa yang digunakan juga tetap konsisten dengan karakter Kutub.co: ringan, akrab, dan ramah Gen Z.

Sementara itu, penggunaan *hashtag* seperti *#overwhelmed*, *#mentalhealthawareness*, *#genzcare*, *#moodswings*, dan *#kutubdotco* berfungsi untuk memperluas jangkauan konten dan memperkuat posisi Kutub.co dalam percakapan digital seputar kesehatan mental. *Hashtag* tersebut bersifat tematik dan komunitatif, tidak hanya mendeskripsikan isi konten, tetapi juga menghubungkan akun dengan komunitas yang relevan secara digital.

Penggunaan CTA dan *hashtag* seperti ini memperlihatkan bahwa strategi komunikasi Kutub.co tidak hanya berhenti pada penyampaian pesan, tetapi juga mendorong partisipasi *audiens* dan membangun keterlibatan yang lebih luas di ranah media sosial. Gambar berikut

menunjukkan bagaimana Kutub.co menerapkan format CTA dan *hashtag* yang sesuai dengan karakter *audiensnya*:



Gambar 15. Penggunaan CTA dan Hashtag Kutub.co
Sumber: Instagram @kutub.co

g. Interaksi *audiens*

Tingkat interaksi *audiens* terhadap konten Kutub.co masih tergolong terbatas, terutama dalam bentuk komentar. Namun demikian, konten video, terutama yang membahas topik kesehatan mental menunjukkan performa yang cenderung lebih tinggi dalam hal *engagement*, terutama dari aspek jumlah penayangan dan penyebaran ulang (*share*). Hal ini menunjukkan bahwa video menjadi format yang lebih diminati oleh *audiens* Kutub.co dibandingkan dengan konten berbasis teks atau gambar statis.

Sejalan dengan pengamatan tim kreatif Kutub.co, terdapat kecenderungan bahwa *audiens* saat ini lebih nyaman mengonsumsi informasi melalui format video karena sifatnya yang lebih praktis dan cepat dicerna. Meskipun jumlah komentar belum signifikan, sebagian *audiens* menunjukkan kedekatan emosional dengan konten melalui respons singkat seperti “*relate*” atau “iya bener”, yang mencerminkan

bahwa pesan yang disampaikan berhasil menyentuh pengalaman pribadi mereka.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun interaksi eksplisit belum dominan, konten Kutub.co tetap memiliki daya jangkau dan resonansi emosional yang kuat. Ke depan, potensi untuk meningkatkan keterlibatan *audiens* bisa diarahkan melalui eksplorasi format video yang lebih interaktif serta memperkuat elemen *storytelling* yang memancing respons. *Content writer* Kutub.co juga menjelaskan hal ini dengan menyatakan bahwa:

Untuk engagement memang belum terlalu banyak, tapi kalo untuk konten-konten video itu selalu gampang naik dan banyak peminatnya. Mungkin karena sekarang itu orang-orang lebih senengnya liat video dari pada liat posting an atau baca. Tapi kalo posting an terus dibacain lebih enak kayanya, nanti mungkin dicoba. (Siti Fathonah)

Nah komen itu tidak terlalu banyak, paling di konten kesehatan mental yang videonya itu lumayan banyak share saja, paling simplenya ngebales “relate, iya bener” gitu sih. (Siti Fathonah)

Hal ini dibuktikan dengan salah satu unggahan konten media Kutub.co berupa reels dengan engagement 1,8 juta views dan 63 komentar:



Gambar 15. Interaksi *audiens* di komentar
 Sumber: Instagram @kutub.co

3. Contoh Unggahan Konten Edukatif Tentang Kesehatan Mental di Instagram Kutub.co

Untuk mengidentifikasi sejauh mana efektivitas narasi positif yang dibangun Kutub.co melalui konten edukatif, dilakukan analisis terhadap total 778 unggahan yang dipublikasikan akun Instagram @kutub.co. Dari keseluruhan jumlah tersebut, ditemukan sekitar 132 unggahan yang secara spesifik mengangkat tema kesehatan mental, yang terdiri dari 69 unggahan dalam format *feed* dan 63 unggahan dalam format *reels*.

Dari kumpulan tersebut, dipilih sejumlah unggahan yang menunjukkan angka keterlibatan *audiens* (*engagement*) tertinggi, baik dari segi jumlah *likes*, komentar, *share*, maupun jumlah tayangan (*views*) khusus untuk format *reels*. Pemilihan ini dilakukan sebagai representasi dari konten-

konten yang paling efektif menjangkau dan memengaruhi *audiens*, serta menjadi cerminan bagaimana narasi positif mengenai kesehatan mental dikemas dan diterima oleh publik.

Adapun unggahan yang dipilih merupakan konten edukatif yang relevan dengan isu-isu keseharian seperti *burnout*, *toxic friendship*, *self-blaming*, hingga strategi mengelola emosi. Dalam konten berbentuk *feed*, tingkat interaksi terpantau relatif stabil namun cenderung rendah, umumnya berada di kisaran belasan hingga puluhan *likes* dan komentar yang sangat minim. Sementara itu, pada format *reels* ditemukan lonjakan signifikan dalam keterlibatan *audiens*, dengan jumlah *views* mencapai puluhan hingga ratusan ribu, bahkan terdapat satu konten yang berhasil meraih hingga 3,4 juta *views*, 82 ribu *likes*, serta lebih dari 20 ribu kali dibagikan.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun jumlah pengikut akun Kutub.co secara umum masih terbatas, namun format *reels* memiliki jangkauan yang jauh lebih luas karena sifatnya yang bisa muncul di linimasa eksplorasi pengguna Instagram secara acak. Fenomena ini menjadi catatan penting bahwa pemilihan format dan gaya penyampaian konten sangat berpengaruh terhadap potensi distribusi pesan-pesan positif yang ingin dibangun media ini.

Secara umum, konten-konten yang memperoleh *engagement* tinggi cenderung memiliki ciri khas visual yang menarik, pemilihan diksi yang *relatable*, serta topik yang bersinggungan langsung dengan pengalaman emosional sehari-hari remaja dan anak muda yang memang menjadi segmen

audiens utama Kutub.co. Dengan demikian, analisis ini menegaskan bahwa kekuatan konten edukatif di media sosial tidak hanya bergantung pada substansi pesan, tetapi juga pada kreativitas dalam pengemasan serta kecermatan membaca kebutuhan psikososial *audiens*.

Selengkapnya, berikut adalah tabel yang memuat contoh unggahan edukatif bertema kesehatan mental dengan *engagement* tertinggi yang dipublikasikan Kutub.co:

Tabel 1. Engagement pada unggahan feed Instagram Kutub.co

No	Judul Unggahan	Jumlah Like	Jumlah Komentar	Jumlah Share	Jenis Unggahan
1	Jangan pusing memikirkan hal-hal di luar kendali kita	20	2		Feed
2	<i>Child grooming</i>	339	4	1	Feed
3	Kenali <i>toxic friendship</i> dalam pertemanan	22		2	Feed
4	Mengapa aku mengalami <i>burnout</i>	20	1		Feed
5	<i>Understanding self blaming</i>	24		1	Feed
6	Tips menjaga kesehatan mental	19		3	Feed
7	Cara sederhana mengapresiasi diri	23	3	2	Feed

8	Tanda-tanda depresi yang mungkin tidak kamu sadari	22	5	1	Feed
9	<i>Self love</i> dari drama <i>daily dose of sunshine</i>	24		2	Feed
10	3 Tips sederhana menjaga kesehatan mental di tempat kerja biar tetap produktif	27		3	Feed
11	Mengenal penyakit kesehatan mental	30		6	Feed

Tabel 2. Engagement pada unggahan reels Instagram Kutub.co

No	Judul Unggahan	Jumlah Like	Jumlah Komentar	Jumlah Share	Jumlah Views	Jenis Unggahan
1	Ibu harus tenang	10,1 rb	63	92	1,8 jt	Reels
2	Cerita membuat perempuan tenang	82,4 rb	718	20.2 rb	3,4 jt	Reels
3	Strategi kesehatan mental dalam menghadapi intoleransi	115	8		1.851	Reels
4	<i>Self improvement</i>	70		12	2.066	Reels

5	Gak salah kalo kita ngerasa capek	80		20	2.211	Reels
6	Quotes <i>mental health</i>	50		15	3.137	Reels
7	Nikmati proses hidupmu	860	1	124	24,1 rb	Reels
8	Kamu harus tetap <i>stay positif</i>	153	1	7	10,4 rb	Reels
9	Cerita aja kalo kamu sudah ngerasa berat	2.189	5	7	121 rb	Reels
10	Cara mengelola emosi sebagai orangtua	1.272	1	12	121 rb	Reels
11	Capek tapi aku bingung	3.300	7	31	112 rb	Reels

4. Respon *Followers* Terhadap Konten Edukatif Tentang Kesehatan Mental di Instagram Kutub.co

a. Pendapat *followers* terhadap konten edukatif Kutub.co

Sebagai salah satu media digital yang aktif mengangkat isu kesehatan mental, Kutub.co secara konsisten menghadirkan konten-konten edukatif yang bertujuan membangun kesadaran publik. Untuk

melihat sejauh mana dampak dari konten tersebut di mata *audiens*, peneliti melakukan wawancara kepada beberapa *followers* yang telah mengikuti dan mengamati unggahan-unggahan bertema kesehatan mental dari akun Kutub.co. Dari hasil wawancara dengan 5 *followers*, mayoritas responden menyampaikan bahwa konten-konten tersebut dinilai positif, relevan dengan kondisi sehari-hari, serta memiliki nilai edukatif yang tinggi.

Salah satu tanggapan yang cukup lengkap dan reflektif menggambarkan persepsi *followers* terhadap konten kesehatan mental dari Kutub.co disampaikan dengan uraian berikut:

Konten edukatif kesehatan mental dari Kutub.co menurut saya sangat bermanfaat bagi masyarakat dalam memahami dan mengelola kesehatan mentalnya. Dari apa yang saya lihat, kontennya itu membantu banget meningkatkan kesadaran akan pentingnya kesehatan mental. Stigma-stigma yang biasanya nempel juga jadi makin berkurang. Informasi yang disampaikan juga bisa dibilang akurat, karena dilihat dari siapa yang ngomong biasanya pembicara yang memang berpengalaman dan kompeten, jadi *audiens* pun lebih percaya. Saya juga merasa konten ini mudah banget diakses, apalagi buat orang-orang yang tinggal di tempat yang mungkin jauh dari layanan kesehatan mental. Selain itu, dari konten-konten itu ada juga dukungan emosional yang bikin orang ngerasa nggak sendirian. Bahkan buat keluarga atau teman-teman mereka yang ngalamin masalah mental pun jadi lebih paham dan bisa ngasih support. Saya sendiri jadi merasa, informasi yang disampaikan bikin saya lebih ngerti memang caranya mencegah dan mengelola kondisi mental secara lebih baik. (Puput Agisni Salimah)

Sementara itu, *followers* lainnya menyoroti pentingnya konten kesehatan mental karena dinilai mampu membangun kesadaran diri,

berikut menurut informan:

Menurut saya kontennya bagus dan relate banget sama kehidupan sekarang. Soalnya kesehatan mental itu penting, dan orang-orang jadi lebih sadar karena konten kayak gitu. (Citra)

Pemaparan tersebut menunjukkan bahwa konten edukatif dari Kutub.co tidak hanya dianggap informatif, tetapi juga memiliki daya pengaruh yang nyata terhadap kesadaran dan pemahaman *audiens* mengenai pentingnya kesehatan mental. Kepercayaan terhadap kredibilitas narasumber, kemudahan akses, serta empati yang terbangun dari isi konten menjadi poin penting yang diapresiasi oleh para *followers*. Temuan ini menegaskan bahwa strategi narasi yang dibangun Kutub.co telah memberikan dampak positif meskipun masih terdapat ruang untuk meningkatkan interaksi yang lebih luas dan mendalam dari *audiens*.

b. Efektivitas penyampaian isi konten

Efektivitas sebuah konten edukatif sangat bergantung pada cara pesan disampaikan dan sejauh mana *audiens* dapat memahaminya secara utuh. Dalam konteks Kutub.co, efektivitas penyampaian konten tampaknya cukup berhasil menjangkau pemahaman *audiens*, terutama karena pendekatan bahasa yang digunakan cenderung ringan dan kontekstual. Hal ini selaras dengan karakteristik media sosial yang menuntut komunikasi cepat, jelas, dan *relatable* dengan kehidupan sehari-hari.

Sebelumnya, pihak tim Kutub.co juga menyampaikan bahwa gaya bahasa yang mereka pilih dalam menyampaikan pesan adalah bahasa

yang ringan, santai, dan cenderung mengikuti tren kekinian di media sosial. Penggunaan bahasa gaul atau bahasa sehari-hari ini dinilai lebih mudah diterima oleh kalangan remaja sebagai *audiens* utama, karena terasa lebih dekat dan tidak mengintimidasi, khususnya saat membahas topik sensitif seperti kesehatan mental. Pendekatan ini secara strategis dirancang agar konten tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menjangkau emosi dan pengalaman keseharian *audiens*.

Berikut adalah tanggapan dari dua orang *followers* terkait seberapa efektif konten Kutub.co dalam menyampaikan pesan tentang kesehatan mental:

Iya, menurut saya konten dari Kutub.co mudah dipahami karena bahasanya ringan dan nggak terlalu rumit. Penjelasannya juga pakai contoh yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, jadi saya lebih gampang ngerti. Kontennya juga membantu saya untuk lebih paham tentang kondisi mental, kayak stres, overthinking, atau burnout. Jadi saya ngerasa lebih ngerti cara ngadepin perasaan sendiri, dan bisa lebih peduli juga sama kondisi mental orang lain. Sekaligus jadi nambah insight buat aku pribadi, karena kalo sengaja baca buku itu kadang suka agak males beda sama kaya scroll media sosial. (Citra)

Ya. Konten Kutub.co sangat mudah dipahami, konten-kontennya menarik, topik yang dibicarakan sangat relevan dan pembahasan dalam konten sangat dalam. Sehingga saya sedikit-sedikit memahami pentingnya kesehatan mental. (Rima)

Bahkan ada yang mengatakan bahwa pesan yang disampaikan Kutu.co melalui konten edukatifnya dinilai efektif karena kontennya yang memilih tema isu kekinian atau *up to date*, berikut tuturnya:

“Ya, kontennya juga mengangkat isu isu ke kinian” (Efih Ulfa)

Dari dua tanggapan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemilihan gaya bahasa yang digunakan oleh Kutub.co cukup efektif dalam menjembatani *audiens* dengan isu-isu psikologis yang kompleks. Bahasa yang familiar, dipadu dengan narasi yang relevan dan berbasis pengalaman sehari-hari, menjadikan konten lebih inklusif dan mendorong pemahaman yang lebih luas di kalangan masyarakat, khususnya anak muda. Sementara tanggapan dari 2 followers lainnya juga mengatakan bahwa mereka sama sekali tidak merasa kesulitan dalam memahami pesan yang disampaikan Kutub.co melalui kontennya, dengan tanggapan “iya”, “mudah dipahami”.

c. Dampak konten

Setelah memahami efektivitas penyampaian isi konten Kutub.co, penting untuk meninjau lebih lanjut mengenai dampak yang ditimbulkan dari konsumsi konten tersebut terhadap *audiens*. Dampak ini tidak hanya mencakup aspek kognitif berupa peningkatan pemahaman, tetapi juga menyentuh ranah afektif dan perilaku, seperti perubahan sikap terhadap isu kesehatan mental, peningkatan empati, maupun dorongan untuk mengambil langkah preventif dalam menjaga kondisi psikologis pribadi.

Dalam wawancara dengan beberapa *followers*, terlihat bahwa kehadiran konten-konten edukatif dari Kutub.co tidak hanya menambah wawasan, tetapi juga memberikan pengaruh nyata terhadap pola pikir dan

sikap *audiens* terhadap isu kesehatan mental. Konten tersebut mampu membangun kedekatan emosional, menumbuhkan rasa peduli terhadap diri sendiri dan orang lain, serta memicu refleksi atas kondisi psikologis pribadi.

Salah seorang informan mengungkapkan:

Setelah nonton konten Kutub.co, saya jadi lebih *aware* sama kesehatan mental saya sendiri. Saya mulai ngerti kapan saya butuh istirahat, kapan saya butuh cerita ke orang, atau sekadar mengenali perasaan sendiri. Jadi sekarang saya nggak langsung panik kalau lagi ngerasa *overwhelmed*, karena jadi memang cara nenangin diri. (Citra)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan mampu mengubah persepsi individu dalam memandang kesehatan mental, dari yang sebelumnya mungkin dianggap tabu atau tidak penting, menjadi sesuatu yang layak diperhatikan secara aktif.

Dampak lainnya adalah tumbuhnya empati dan kepedulian sosial. Konten yang menyajikan sudut pandang personal atau pengalaman emosional tertentu dianggap mampu menstimulasi pemahaman yang lebih dalam terhadap kondisi orang lain, terutama mereka yang mengalami gangguan psikologis.

Saya jadi lebih ngerti bahwa nggak semua orang kelihatan kuat itu beneran baik-baik memang. Kadang ada orang yang terlihat ceria tapi ternyata dia lagi *struggle*. Jadi konten kayak memang ngajarin saya untuk lebih peka sama orang sekitar. (Citra)

Tentu saja ada perbedaan dalam pandangan saya terhadap kesehatan mental, awal nya saya tidak memperdulikan tentang kesehatan mental tapi semenjak mengikuti konten kutub. Co saya peduli terhadap kesehatan mental. Bahwa penting nya kesehatan

mental dalam kehidupan sehari-hari. (Asparul Hadi)

Berdasarkan tanggapan-tanggapan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dampak konten Kutub.co cukup signifikan dalam menanamkan kesadaran psikologis dan membentuk sikap yang lebih suportif dalam lingkungan sosial. Melalui pendekatan naratif dan bahasa yang *accessible*, Kutub.co berhasil membangun ruang edukasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif bagi *audiensnya*.

d. Interaksi konten

Interaksi *audiens* terhadap konten edukatif menjadi salah satu indikator penting dalam menilai sejauh mana sebuah media mampu membangun hubungan yang aktif dengan pengikutnya. Interaksi tidak selalu berarti komentar atau membagikan ulang, namun juga mencakup bentuk-bentuk partisipasi pasif seperti memberikan tanda suka (*like*) atau hanya menonton secara penuh. Dalam konteks media sosial, perilaku *audiens* sangat beragam, tergantung pada preferensi individu serta kecenderungan berinteraksi secara publik.

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa meskipun banyak *audiens* merasakan manfaat dari konten yang disajikan Kutub.co, tidak semuanya aktif memberikan respons dalam bentuk komentar atau membagikan ulang. Sebagian besar *audiens* memilih untuk mengonsumsi konten secara diam-diam atau dalam istilah lain disebut sebagai silent engagement. Salah satu informan menuturkan:

Saya cukup sering berinteraksi sama konten Kutub.co, walaupun

nggak selalu keliatan. Saya jarang komen karena memang bukan tipe yang suka komentar, tapi saya sering *like* dan *share* ke teman-teman karena kontennya relate banget sama apa yang saya rasain. (Citra)

Walaupun begitu, jawaban yang didapat juga cukup menarik dan beragam, ada yang mengatakan “tidak terlalu sering”, ada juga yang mengatakan “hanya sebatas lewat beranda”, dan ada juga yang mengatakan bahwa ia setiap hari mengunjungi Instagram Kutub.co untuk melihat *update* konten yang dibuat.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tidak muncul dalam bentuk interaksi publik yang terukur, keterhubungan emosional terhadap konten tetap kuat. Artinya, konten memiliki daya sentuh yang relevan dan berarti, meskipun tidak selalu menghasilkan aktivitas digital yang tinggi. Di sisi lain, beberapa *audiens* lain mengaku jarang terlibat aktif. Misalnya menyampaikan secara singkat bahwa ia “tidak terlalu sering” berinteraksi, sementara informan lainnya mengatakan bahwa ia biasanya hanya melihat konten Kutub.co ketika muncul di beranda.

Fenomena ini juga dapat dipahami melalui konteks algoritma media sosial dan perilaku digital masyarakat, di mana scrolling menjadi aktivitas dominan, sementara interaksi aktif dilakukan lebih selektif. Apalagi dalam isu-isu seperti kesehatan mental, tidak semua orang merasa nyaman untuk mengungkapkan opini secara terbuka di ruang publik digital.

Dengan demikian, meskipun secara kuantiti interaksi yang tampak

masih tergolong rendah, bukan berarti konten Kutub.co tidak berdampak. Tingginya angka penayangan dalam format video dan respons positif yang bersifat personal menunjukkan adanya keterlibatan emosional *audiens* yang bermakna, meskipun tidak selalu terukur secara eksplisit melalui *like*, komentar, atau *share*.

Menariknya, sebagian *audiens* juga memberikan saran konstruktif untuk pengembangan konten ke depan. Beberapa di antaranya menyebut pentingnya variasi format penyampaian, peningkatan kualitas visual, serta lebih sering mengangkat topik-topik yang sedang hangat di kalangan anak muda. Saran-saran ini menunjukkan bahwa *audiens* tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi memiliki ketertarikan untuk melihat Kutub.co berkembang dan menjadi media yang lebih relevan serta berdampak luas. Oleh karena itu, mendengar dan menindaklanjuti masukan dari pengikut dapat menjadi langkah strategis dalam meningkatkan kualitas interaksi dan memperluas jangkauan pesan-pesan edukatif yang disampaikan.

5. Tantangan dalam Membangun Narasi Positif Tentang Kesehatan Mental di Instagram Kutub.co

Upaya dalam membangun narasi positif tentang kesehatan mental melalui platform media sosial seperti Instagram, Kutub.co dihadapkan pada sejumlah tantangan yang bersifat teknis maupun non-teknis. Tantangan ini tidak hanya menyangkut keterbatasan sumber daya manusia, tetapi juga berkaitan erat dengan dinamika kerja tim dan kapasitas keilmuan dalam

memahami isu-isu psikologis secara mendalam.

Secara teknis, tantangan utama yang dihadapi tim Kutub.co terletak pada aspek koordinasi dan konsistensi dalam produksi serta distribusi konten. Sebagaimana disampaikan oleh salah satu informan dari tim internal, proses perencanaan konten tidak selalu berjalan sesuai jadwal karena kesibukan individu yang mengakibatkan beberapa rencana unggahan tertunda. Ketika sistem kerja tim tidak terdistribusi secara fokus, pengelolaan editorial pun menjadi tidak optimal. Dalam konteks ini, konsistensi waktu unggah yang idealnya penting dalam mempertahankan algoritma dan keterlibatan *audiens* menjadi salah satu aspek yang rentan terganggu.

Community manager Kutub.co menyampaikan bahwa:

Tantangan dalam pembuatan konten dalam segi teknis sih di bidang komunikasi, kadang dari tim nya yang masih sibuk masing-masing sehingga ada plan-plan yang nggak jalan atau yang harusnya diposting hari ini jadi malah besoknya. (Agung Gumelar)

Selanjutnya dari sisi non-teknis, tantangan lebih kompleks muncul pada aspek substansi dan pendekatan narasi. Kutub.co, yang pada dasarnya digawangi oleh tim dengan latar belakang non-psikologi, menghadapi kendala dalam menentukan tema, sudut pandang, dan bahasa yang tepat untuk mengkomunikasikan isu kesehatan mental kepada publik. Minimnya anggota tim yang memiliki kompetensi spesifik di bidang kesehatan mental menyebabkan adanya keraguan dalam menyampaikan informasi yang sensitif, serta kesulitan dalam menavigasi batas antara edukasi dan

simplifikasi berlebihan. Hal ini memperlihatkan perlunya kolaborasi lintas disiplin agar kualitas narasi yang dibangun tidak hanya *relatable* tetapi juga akurat secara ilmiah. Berikut menurut *community manager*:

Kalo non teknisnya karena sebetulnya dari basic keilmuan kita itu ga ada yang pure bener-bener psikolog. Jadi kadang kita itu bingung buat nentuin tema, bahasa yang tepat buat bahas kesehatan mental, kayak apalagi ya yang kita bahas begitu, kita kekurangan SDM yang relevan pada bidang tersebut (Agung Gumelar)

Selain itu, struktur kerja tim yang multitugas juga menjadi tantangan tersendiri. Dalam praktiknya, satu orang sering kali harus mengemban beberapa tanggung jawab sekaligus, mulai dari perencanaan, produksi, hingga evaluasi konten. Pola kerja semacam ini membuat fokus kerja menjadi terbagi, sehingga potensi pengembangan konten secara strategis pun menjadi kurang maksimal. Meskipun tim secara berkala melakukan evaluasi berdasarkan performa konten, misalnya dengan melihat *engagement rate*, namun keterbatasan sumber daya tetap menjadi penghambat dalam optimalisasi konten yang berkelanjutan. Tim *content writer* Kutub.co juga sempat mengeluhkan tantangannya:

“Tantangannya yang aku rasain di SDM nya, karena satu orang itu nggak megang satu tugas jadi mungkin kurang bisa fokus”
(Siti Fathonah)

Secara keseluruhan, tantangan-tantangan tersebut menandakan bahwa membangun narasi positif tentang kesehatan mental tidak hanya memerlukan

keaktivitas dalam menyusun pesan, tetapi juga kesiapan struktural dan keilmuan yang memadai. Dalam konteks ini, Kutub.co perlu memikirkan upaya strategis jangka panjang, seperti perekrutan SDM yang lebih relevan, kolaborasi dengan pihak profesional, hingga penyusunan pedoman editorial yang adaptif terhadap perkembangan isu dan karakteristik *audiens* media sosial.

C. Pembahasan

1. Cara Membangun Narasi Positif dalam Konten Edukatif Kutub.co

Kutub.co sebagai media digital yang menyorot isu keresahan generasi muda, khususnya terkait kesehatan mental, memiliki strategi komunikasi yang terstruktur dalam menyampaikan narasi positif. Strategi ini tampak jelas melalui konten edukatif yang dipublikasikan di platform media sosialnya, terutama Instagram. Narasi positif yang dibangun oleh Kutub.co tidak sekadar bersifat informatif, tetapi juga bersifat solutif, empatik, dan membangun. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan naratif yang digunakan Kutub.co telah mempertimbangkan aspek afeksi dan kognisi *audiensnya*.

Melalui proses kreatifnya, Kutub.co menerapkan beberapa tahapan seperti pembuatan brief konten, penyusunan konten plan, hingga eksekusi desain visual dan caption naratif. Penekanan dalam pemilihan kata-kata yang humanis, penggunaan visual yang lembut dan komunikatif, serta topik yang berkaitan langsung dengan pengalaman emosional *audiens*, menjadi ciri utama dari narasi positif yang dibangun. Konten yang diangkat mencakup

isu-isu seperti *self-love*, *burnout*, *self-awareness*, kecemasan, dan pemulihan dari trauma. Semua itu disampaikan dengan pendekatan bahasa yang ringan namun penuh empati.

Jika dikaitkan dengan teori priming (Severin, 2005), strategi Kutub.co memperlihatkan bagaimana media dapat mengarahkan perhatian khalayak pada isu tertentu, dalam hal ini kesehatan mental, sehingga memengaruhi standar evaluasi mereka terhadap realitas sosial. Dengan menonjolkan pesan positif seputar kesadaran diri, pentingnya dukungan sosial, dan kesehatan mental, Kutub.co secara tidak langsung membentuk cara pandang *audiens* bahwa isu ini adalah hal penting yang layak diperjuangkan. Konten yang ditampilkan secara konsisten dalam tema-tema tersebut membuat *audiens* membangun asosiasi mental baru: bahwa kesehatan mental bukanlah hal tabu, melainkan sesuatu yang perlu dijaga dan dibicarakan secara terbuka.

Selain itu, strategi narasi positif yang diterapkan Kutub.co juga bersinggungan erat dengan konsep teori konstruksi sosial. Melalui interaksi antara pembuat konten dan *audiens*, serta penyajian isu kesehatan mental secara berulang dalam format yang inklusif, Kutub.co membentuk realitas baru di benak *audiens*, yakni bahwa membicarakan kesehatan mental adalah wajar, sehat, dan dibutuhkan. Proses konstruksi ini terlihat dalam pemilihan bahasa narasi yang tidak menghakimi, menormalisasi emosi manusiawi, dan mendorong *audiens* untuk lebih mengenal dirinya sendiri.

Dengan demikian, strategi Kutub.co dalam membangun narasi positif

tidak hanya terletak pada aspek teknis pembuatan kontennya, tetapi juga pada kepiawaian mereka dalam menanamkan nilai-nilai positif yang berdampak pada cara berpikir khalayaknya. Strategi ini membuktikan bahwa media sosial tidak hanya menjadi tempat berbagi, tetapi juga bisa menjadi ruang aman untuk membangun optimisme dan kesadaran kolektif terhadap isu kesehatan mental.

2. Respon *Followers* dan *Audiens* Terhadap Konten Kutub.co

Respons *audiens* terhadap konten Kutub.co menunjukkan transformasi psikologis dan pergeseran norma interaksi yang dapat dibagi menjadi tiga aspek utama: persepsi baru mengenai kesehatan mental, pola keterlibatan emosional, dan konstruksi sosial kolektif.

a. Persepsi baru mengenai kesehatan mental

Sebelum terpapar konten Kutub.co, banyak *audiens* mengaku menempatkan kesehatan mental di posisi sekunder, bahkan menganggapnya tabu untuk dibicarakan. Setelah konsisten melihat materi yang menekankan *self-awareness*, *self-compassion*, dan teknik sederhana mengelola stres, *audiens* melaporkan perubahan cara pandang: isu yang sebelumnya terasa berat dan terisolasi kini dianggap sebagai bagian wajar dari keseharian yang perlu diberi ruang refleksi. Proses ini menandai keberhasilan Kutub.co dalam memecah stigma, karena *audiens* mulai secara aktif “mengatur ulang” kerangka mentalnya—dari menghindar menjadi mencari dan membuka dialog.

b. Pola keterlibatan emosional

Meskipun jumlah komentar publik relatif terbatas, kedalaman dialog mencerminkan keterlibatan emosional yang tinggi. *Audiens* kerap “menyimpan” ulang konten untuk dibaca kembali pada saat mereka merasa cemas, menandakan bahwa pesan-pesan tersebut berfungsi sebagai alat bantu emosional jangka panjang. Bentuk *engagement* ini lebih bersifat reflektif daripada sekadar “like” instan, sehingga menunjukkan bahwa konten Kutub.co bukan hanya informasi melainkan pemicu (*trigger*) untuk tindakan *self-care*.

c. Konstruksi sosial kolektif

Dalam kerangka teori konstruksi sosial, respons ini menjadi bukti bahwa narasi positif Kutub.co membentuk realitas baru dalam komunitas digital: ruang aman untuk membahas kesehatan mental. Interaksi berulang baik publik maupun privat membantu menggali makna bersama, menegosiasikan ulang norma tentang apa yang pantas dibagikan, dan memperluas batasan penerimaan sosial terhadap *diskursus* kesehatan mental. Melalui proses ini, *audiens* tidak hanya menjadi penerima pasif, tetapi juga produsen makna, yang meneruskan dan memperkaya narasi positif melalui cerita pribadi, pertanyaan, dan dukungan satu sama lain.

d. Implikasi dan perubahan pola pikir

Walau respons *audiens* sangat positif, perlu dicermati bahwa keterlibatan emosional juga berpotensi menciptakan *echo chamber*: hanya mereka yang sudah terbuka terhadap isu mental yang ikut

berpartisipasi, sedangkan kelompok yang masih memendam stigma mungkin tidak terjangkau. Selain itu, pola *engagement* yang lebih privat mengindikasikan bahwa diskusi publik masih terbatas mungkin karena *digital fatigue* atau rasa tidak nyaman mengungkapkan kerentanan di ruang terbuka. Ini menjadi tantangan bagi Kutub.co untuk terus mengeksplorasi format atau platform baru yang bisa menembus batasan tersebut, sekaligus menjaga agar narasi positif tetap inklusif dan menjangkau *audiens* yang lebih luas.

3. Tantangan yang Dihadapi Kutub.co dalam Membangun Narasi Positif Tentang Kesehatan Mental di Instagram

Upaya dalam realitas operasional sehari-hari, tantangan terbesar yang dihadapi Kutub.co berakar pada dinamika internal tim dan kompleksitas topik kesehatan mental. Meski *content plan* telah disusun dengan cermat setiap bulan, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa anggota tim seringkali harus menyeimbangkan pembuatan konten dengan tugas-tugas lain di luar lini editorial. Akibatnya, beberapa unggahan mendadak tertunda atau harus dipangkas durasinya sehingga narasi yang semula terencana dengan matang kehilangan kontinuitasnya. Gangguan ritme publikasi seperti ini tidak hanya menimbulkan kekosongan bagi *audiens* yang menantikan materi baru, tetapi juga mengurangi efektivitas kinerja dari tim Kutub.co itu sendiri.

Pada salah satu kacamata analitis lain mengungkapkan bahwa sudut pandang keilmuan menimbulkan dilema tersendiri. Tim Kutub.co, yang

sebagian besar berlatar belakang komunikasi dan desain, sering bergumul dengan pilihan bahasa dan tingkat kedalaman materi. Mereka berupaya menyajikan konten yang mudah dicerna, menghindari istilah-istilah psikologis yang berat namun tanpa melunturkan akurasi ilmiahnya. Keraguan ini kadang memaksa revisi berkali-kali: apakah istilah “manajemen stres” perlu disederhanakan menjadi “cara tenangin diri”? Atau, apakah ilustrasi visual cukup menggambarkan nuansa emosional topik seperti *burnout* tanpa menimbulkan kesan mengecilkan pengalaman serius *audiens*? Usaha menjaga keseimbangan antara kemudahan akses dan kredibilitas inilah yang menjadikan proses produksi narasi Kutub.co lebih memakan waktu dan berpotensi menunda publikasi. Terlebih tantangan mendasar muncul dari keterbatasan latar belakang keilmuan tim yang secara keseluruhan berasal dari bidang komunikasi dan desain, bukan psikologi. Tanpa kehadiran SDM dengan kompetensi psikologis atau keilmuan kesehatan mental, tim sering kali berhadapan dengan keraguan dalam merumuskan materi yang sekaligus akurat dan sensitif.

Lebih jauh lagi, pola kerja multiperan (*multitasking*) cukup menjadi tekanan apabila ada salah satu divisi yang tidak bisa ikut kontribusi dalam pembuatan narasi positif dan konten. Di Kutub.co, seorang peneliti konten tidak hanya merancang naskah, tetapi juga terkadang ikut mengedit video pendek, mendesain grafik, bahkan menganalisis performa unggahan menggunakan alat statistik sederhana. Beban ini memecah fokus dan mengurangi ruang bagi tim untuk melakukan eksperimen format seperti

menguji durasi IG Live tematik atau mengembangkan seri konten bersambung padahal inovasi tersebut sebenarnya krusial untuk menjaga minat *audiens* dan memperdalam dampak edukatif.

Keseluruhan tantangan ini menunjukkan bahwa konsistensi, kedalaman keilmuan, dan kapasitas inovasi adalah tiga pilar yang perlu diperkuat bagi Kutub.co. Memperkuat fondasi tim melalui perekrutan spesialis atau menjalin kemitraan dengan lembaga psikologi bukan sekadar opsi, melainkan kebutuhan mendesak agar Kutub.co mampu menjaga kredibilitas sekaligus kontinuitas narasi, sehingga efek priming dan konstruksi sosial yang diupayakan benar-benar terwujud dalam jangka panjang.

Melihat keseluruhan proses, dapat ditarik refleksi bahwa narasi positif yang dibangun Kutub.co terbukti efektif sebagai strategi edukatif. Dari sisi produksi, rangkaian konten yang dirancang dengan *brief* terstruktur, bahasa empatik, serta visual yang memudahkan pemahaman berhasil menciptakan priming *audiens* semakin terbiasa memosisikan kesehatan mental sebagai isu penting yang layak dibahas dan dikelola setiap hari. Respons *audiens* yang menunjukkan peningkatan kesadaran, keterlibatan reflektif dalam dialog personal, hingga inisiasi berbagi konten ke lingkungan dekat menegaskan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai ruang edukasi yang sehat secara sosial, bukan sekadar hiburan atau komunikasi ringan.

Selanjutnya, proses interaksi antara Kutub.co dan *followers* merefleksikan mekanisme konstruksi sosial: melalui dialog berulang di kolom komentar

maupun percakapan privat, makna baru tentang kesehatan mental direkonstruksi dalam wacana publik digital. *Audiens* tidak lagi menjadi penerima pasif, melainkan turut memproduksi narasi membagikan pengalaman pribadi, menegaskan dukungan, dan memformulasikan kembali norma kesadaran mental dalam konteks komunitas mereka. Ini menunjukkan bagaimana platform dapat menjadi agen perubahan budaya, di mana stigma lama perlahan tergerus oleh narasi kolektif yang lebih inklusif.

Akhirnya, sintesis dari tiga aspek strategi konten, respons *audiens*, dan tantangan internal menggarisbawahi kebutuhan memperkuat fondasi keilmuan dan struktur tim. Tanpa pakar psikologi, kedalaman narasi rentan tergerus oleh kekhawatiran validitas, sedangkan beban *multitasking* dapat menghambat inovasi format. Dengan berpegangan pada teori priming dan konstruksi sosial, Kutub.co dianjurkan untuk meneruskan kolaborasi lintas disiplin dan memperluas format edukatif seperti sesi diskusi tematik atau fitur polling, ask question dan fitur lainnya yang belum pernah dipakai dalam Instagram, agar *kontinuitas* priming dan proses konstruksi sosial semakin kokoh, sehingga peran media sosial sebagai alat edukasi kesehatan mental dapat terwujud secara berkelanjutan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini disusun berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah di analisis. Adapun hasil penelitian yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Kutub.co dalam Membangun Narasi Positif tentang Kesehatan Mental di Media Sosial Instagram

Berdasarkan hasil analisis, Kutub.co secara konsisten membangun narasi positif melalui konten edukatif di Instagram dengan mengedepankan elemen visual yang menarik, bahasa yang sederhana namun reflektif, serta pesan yang sarat dengan empati dan validasi emosi. Strategi ini relevan dengan konsep teori priming, di mana media memiliki kemampuan untuk membentuk standar penilaian publik terhadap suatu isu melalui penonjolan aspek-aspek tertentu. Kutub.co secara tidak langsung mengarahkan khalayak untuk menilai isu kesehatan mental bukan sebagai kelemahan, tetapi sebagai bagian integral dari kesejahteraan manusia. Narasi ini juga menjadi bentuk konstruksi sosial yang mampu menggeser persepsi kolektif menuju pemahaman yang lebih humanis dan solutif.

2. Respons Audiens terhadap Konten Edukatif Kutub.co di Media Sosial

Temuan penelitian menunjukkan bahwa respons audiens terhadap konten edukatif Kutub.co bersifat positif dan reseptif. Meskipun interaksi

dalam bentuk komentar tidak dominan, terdapat keterlibatan afektif melalui fitur simpan, bagikan, serta penggunaan ekspresi singkat yang menggambarkan empati dan keterhubungan personal (misalnya: “relate”, “iya banget”). Hal ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan telah berhasil menciptakan resonansi emosional dengan audiens. Dalam kerangka teori priming, respons ini mengindikasikan bahwa audiens telah “terbantu” dalam membentuk bingkai kognitif yang baru terhadap isu kesehatan mental, yakni sebagai sesuatu yang wajar untuk dibicarakan, dipahami, dan diterima secara terbuka.

3. Tantangan dalam Membangun Narasi Positif oleh Kutub.co di Media Sosial

Dalam proses membangun narasi positif, Kutub.co menghadapi tantangan struktural dan konten. Tantangan struktural mencakup keterbatasan personel dan peran ganda tim kreatif, yang berdampak pada kesinambungan produksi konten. Di sisi lain, tantangan konten muncul dari absennya kolaborasi langsung dengan tenaga profesional di bidang kesehatan mental, sehingga narasi yang dibangun berisiko tidak sepenuhnya valid secara keilmuan. Dalam konteks teori priming, tantangan ini menjadi krusial karena konten yang tidak didukung dengan basis ilmiah yang kuat dapat berpotensi menimbulkan efek kognitif yang keliru, walaupun dikemas secara positif. Oleh karena itu, penting bagi Kutub.co untuk mengelola narasi dengan memperhatikan akurasi isi agar pengaruh media tetap membawa dampak yang konstruktif dan tidak bias.

B. Saran

Sebagai tindak lanjut dari temuan dalam penelitian ini, berikut saran yang ditujukan kepada pihak-pihak yang relevan guna mendukung optimalisasi penyampaian narasi positif di media sosial.

1. Chief Media Kutub.co

Disarankan agar Chief Media Kutub.co menginisiasi kolaborasi strategis dengan psikolog, psikiater, atau lembaga profesional di bidang kesehatan mental guna memperkuat validitas dan kredibilitas konten edukatif yang dipublikasikan. Kemitraan ini tidak hanya akan meningkatkan kepercayaan *audiens*, tetapi juga menjadi langkah preventif terhadap potensi misinformasi terkait isu kesehatan mental yang sensitif. Selain itu, perlu dikembangkan *roadmap* konten jangka panjang yang adaptif terhadap dinamika psikososial audiens digital, terutama generasi Z sebagai segmen utama.

2. Tim Kreatif Media Kutub.co

Disarankan agar tim kreatif memperkaya format penyampaian konten dengan memanfaatkan fitur-fitur interaktif seperti Instagram *Live*, polling, carousel interaktif, dan kuis edukatif. Hal ini bertujuan untuk mendorong *engagement* dua arah serta meningkatkan literasi mental health secara partisipatif. Di samping itu, penting dilakukan evaluasi internal untuk membagi tugas secara lebih proporsional agar potensi burnout dalam tim dapat diminimalisir, dan ruang kreativitas tetap terjaga secara berkelanjutan.

3. Mahasiswa Program Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam merancang konten dakwah digital yang relevan dengan isu-isu sosial kontemporer. Mahasiswa KPI didorong untuk mengambil peran aktif dalam kampanye media yang mendorong kesehatan mental berbasis nilai-nilai Islam rahmatan lil ‘alamin. Integrasi antara kreativitas media, literasi digital, dan pesan-pesan dakwah yang inklusif dapat menjadi solusi strategis dalam membentuk opini publik yang sehat secara spiritual dan psikologis.

4. Peneliti Selanjutnya

Peneliti di masa mendatang diharapkan dapat memperluas cakupan kajian dengan membandingkan strategi naratif dari beberapa platform media serupa, serta memperdalam analisis dengan pendekatan kuantitatif atau mixed methods guna mengukur dampak narasi secara statistik terhadap perubahan persepsi audiens. Kajian lintas disiplin antara ilmu komunikasi, psikologi, dan studi Islam juga perlu dipertimbangkan agar pengaruh narasi terhadap pembentukan konstruksi sosial dapat dipahami secara holistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfein, F. N. (2024, July). Analisis Isi Konten Video Edukasi Tentang Mental Health Pada Akun Tiktok@ Alodokter. Id. In *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi (SENAKOM)* (Vol. 1, No. 1).
- Asyhar, S. R., & Astuti, S. W. (2024). Analisis Motif Pengguna Instagram Dalam Mengikuti Akun@ Menjadimanusia. Id. *Journal of Communication, Business and Social Science (JCOBS)*, 2(1), 23-28.
- Bikriyah, N. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Peserta Didik di SMPN 166 Jakarta (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Dewi, L. C., Novianti, W., Widjanarko, W., & Noegroho, A. (2023). Fenomena Katarsis Mengenai Kesehatan Mental pada Media Sosial Tiktok (Studi Kasus pada Akun Tiktok@ Userpenmat0y). *Syntax Idea*, 5(11), 2225-2240.
- Ekowati, S. (2023). Pengaruh Terpaan Konten Youtube 1% Indonesian Life School Terhadap Pengetahuan Kesehatan Mental. *Ikon—Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 28(1), 60-66.
- Febrianti, M., & Huda, A. M. (2020). Pesan Kesehatan Mntal Pada Akun Instagram (Analisis Isi Akun@ riliv). *The Commercium*, III, 1, 1-5.
- Hendra, H., Zailani, M. H. Z., Asharudin, E. N., Ibrahim, N. H., Hafizam, E. N. F. N., Jamri, M. H., & Mustofa, M. U. (2024). Pengaruh Media Sosial Tiktok Dalam Isu Kesehatan Mental Di Malaysia. *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, 8(2), 185-197.
- Hidayat, D. H., & Mahardika, M. C. (2024). Interaktivitas Akun Instagram@ Riliv Sebagai Media Informasi Dan Edukasi Kesehatan Mental Di Indonesia (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Iryadi, A., Adriani, C. A., Pertiwi, N. S. Q., Rahmawati, R., & Dewi, Z. (2024). Pengaruh media sosial terhadap kesehatan mental remaja. *Eksekusi: Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi Negara*, 2(1), 71-78.
- Jayanti, H. D. (2022, December). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Kesehatan Mental Pada Remaja. In *Prosiding Seminar Nasional Kesehatan Masyarakat 2023* (Vol. 3, No. 1, pp. 91-102).
- Kessler, R. C., Aguilar-Gaxiola, S., Alonso, J., Chatterji, S., Lee, S., Ormel, J., ... & Wang, P. S. (2009). The global burden of mental disorders: an update from the WHO World Mental Health (WMH) surveys. *Epidemiology and psychiatric sciences*, 18(1), 23-33.

- Masriyudin, M., Fauzi, A., & Atiyah, A. (2024, August). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Generasi Z. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Non Formal* (Vol. 2, No. 1).
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: *Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Nisa, P. K., Zakaria, Z., & Istiqomah, A. N. (2024). Strategi Komunikasi Dakwah Ustazah Oki Setiana Dewi di Media Sosial dalam Membangun Keterhubungan dengan Audiens melalui YouTube. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*, 28(2), 132-151.
- Patricia, A. C., Januarti, E., Syarifah, R. S., Adiana, S., Susanti, R. I., Yaqin, M. R. N., & Wulansari, P. C. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental. *Jurnal Citra Pendidikan*, 4(1), 1495-1503.
- Purnomo, A., & Ahmad Muhibbin, M. (2018). *Pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pariwisata di kabupaten karanganyar (studi analisis deskriptif kualitatif pada akun instagram@ explorekabkaranganyar)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Rahmadhani, P., Widya, D., & Setiawati, M. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Moral Remaja Kelas X IPS SMAN 1 X Koto Singkarak. *JUPEIS: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(3), 224-229.
- Rakhman, Z. A., Florina, I. D., & Edy, S. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mendorong Diskusi Terbuka Tentang Kesehatan Mental. *Publicomm*, 1(1), 34-40.
- Rijali, A. (2018). Analisis data kualitatif. Alhadharah: *Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Rosmalina, A., & Khaerunnisa, T. (2021). Penggunaan Media Sosial dalam Kesehatan Mental Remaja. *Prophetic: Professional, Empathy, Islamic Counseling Journal*, 4(1), 49-58
- Salsabila, Z. (2023). Kesehatan Mental Analisis Isi Konten Kesehatan Mental Pada Akun tiktok@ hey. *Tessss. Nathiqiyyah*, 6(2), 40-49.
- Safitri, D., & Salsabilah, Z. Analisis Isi Konten Kesehatan Mental Pada Akun TikTok@ hey. *Tessss*.
- Saputra, F. H. (2022). Pengaruh Narasi dalam Konten Vlog Channel Youtube “Menjadi Manusia” Terhadap Sikap dalam Menjaga Kesehatan Mental. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 19(1), 11-22.
- Satwika, P. D. (2024, July). Peran Tiktok@ yovania_aj dalam Mengubah Pandangan Isu Kesehatan Mental Prasara Dyah Satwika. In *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi (SENAKOM)* (Vol. 1, No. 1).

- Sihombing, A.A. (2021). Muatan Edukasi Kesehatan Mental di Media Sosial (Analisis Isi Kualitatif pada Akun Instagram @ibunda.id). Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
- Siswanto, M. L., Jaja, J., Kurnia, M. D., & Hasanudin, C. (2022). Dampak Media Sosial terhadap Pemikiran Seorang Anak Usia Dini. *Jubah Raja: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajaran*, 1(2), 82-88.
- Tahani, D. H., & Sevilla, V. (2024). Pengaruh Pemanfaatan Akun Instagram@ menjadimanusia. Id Terhadap Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(2).
- Taufik, C. M., & Suryana, N. (2022). Media, kebenaran, dan post-truth.
- Tresia, T., Yanto, Y., & Risdiyanto, B. (2024). Analisis Konten Edukasi Kesehatan Mental Di Instagram (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Instagram@ Studiodjiwa). *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 3(3), 217-222.
- Tulandi, E. V., Rifai, M., & Lubis, F. O. (2021). Strategi komunikasi akun instagram ubahstigma dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kesehatan mental. *Petik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2), 136-143.
- Thursina, F. (2023). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Siswa Pada Salah Satu SMAN di Kota Bandung. *Jurnal Psikologi Dan Konseling West Science*, 1(1), 19-30.
- Wijaya, R., Ramdan, A. R., Asariningrum, D., Syantifa, R. A. I., & Sarathan, I. (2024). Fenomena Self Diagnose terhadap Konten Kesehatan Mental di Media Sosial Tiktok: Analisis Wacana Multimodal terhadap Asumsi Masyarakat di Kolom Komentar. *JSSH (Jurnal Sains Sosial dan Humaniora)*, 8(2), 125-134.

RIWAYAT HIDUP



Rizka Aulia Ramadhani lahir di Bandung pada tanggal 22 November 2002. Ia mengawali pendidikan formal di MI Tembong Sari, kemudian melanjutkan ke SMP Darul Falah, dan menuntaskan pendidikan menengah atas di MA Al-Mukhtariyah Mande. Ia melanjutkan studi sarjana di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Nusantara Bandung. Sejak remaja, Rizka dikenal sebagai pribadi yang ramah, komunikatif, dan memiliki kepedulian sosial yang tinggi. Kecintaannya pada dunia komunikasi tumbuh seiring dengan keaktifannya di berbagai kegiatan sekolah dan masyarakat. Ia memiliki keinginan kuat untuk menjadi seorang penyiar, dan terus mengasah kemampuannya dalam berbicara di depan publik maupun di balik layar. Selain pandai berkomunikasi, Rizka juga mencintai dunia tulis-menulis, khususnya dalam merangkai kata melalui puisi. Baginya, menulis adalah cara untuk menyuarakan rasa, membingkai makna, dan berbagi pesan kepada dunia. Perpaduan antara kepekaan sosial, kemampuan berbicara, dan jiwa sastra menjadikan Rizka sebagai pribadi yang tak hanya peka terhadap sekitar, tetapi juga mampu menyampaikannya dengan cara yang menyentuh.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Bimbingan



UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM
 Jl. Sekeloa Utara No. 510, Bandung 40286, Telp./ Faks : +6221 7509656
<http://Et.uninus.ac.id> / [Email: fa@uninus.ac.id](mailto:fa@uninus.ac.id)

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA

Nomor: 342/C.5/FAI-UIN/II/2025
Tentang:
PENGANGKATAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN JUDUL SKRIPSI

Bismillahir Rahmaanir Rahim
 Dekan Fakultas Agama Islam UNINUS, setelah:

MEMPERHATIKAN	: a. Surat saudara : Rizka Aulia Ramadhani b. Hasil Seminar Proposal Skripsi : saudara pada tanggal 16 Januari 2025
MENDBANG	: a. Bahwa penulisan skripsi merupakan tugas akademik, dengan bobot 6 SKS, yang harus ditempuh mahasiswa dalam menyelesaikan program pendidikan strata 1 (S1) di Fakultas Agama Islam UNINUS; b. Bahwa mahasiswa tersebut telah memenuhi persyaratan akademik dan berhak melaksanakan bimbingan skripsi; c. Bahwa untuk pelaksanaan tugas tersebut diperlukan adanya Dosen Pembimbing dan perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan.
MENGINGAT	: 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional; 2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi; 3. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen; 4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan, sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 2015 tentang perubahan kedua atas Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan; 5. Peraturan Ketua Pengurus Yayasan Uninus Nomor 545/YPUNB/XII/2020 tentang Statuta Universitas Islam Nusantara (Uninus) Bandung. 6. Surat Keputusan Ketua Pengurus Yayasan Pembina Nomor 032/S.KEP/YPUNB/II/2021 tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Jabatan pada Fakultas Agama Islam Universitas Islam Nusantara.
MEMUTUSKAN	: 1. Mengesahkan judul skripsi saudara: Nama : Rizka Aulia Ramadhani NIM : 21030801211010 Profil : Komunikasi dan Penyiaran Islam Judul Skripsi : Membangun Narasi Positif Tentang Kesehatan Mental di Media Sosial (Analisis Konten Edukatif Kutub.Co)
MENETAPKAN	: Pertama : Mengangkat pembimbing skripsi: 1. Hani Hadiati Pujawardani, M.Pd Pembimbing I 2. Siti Latifah, M.Pd Pembimbing II
Kedua	: Pembimbing skripsi berkewajiban melaksanakan tugas bimbingan sesuai dengan ketentuan dan pedoman yang telah ditetapkan.
Ketiga	: Pembimbing skripsi berhak mendapat honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Agama Islam UNINUS.
Keempat	: Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan lulusnya mahasiswa tersebut dalam Ujian/Sidang Munaqosyah Program Strata 1 (S1) Fakultas Agama Islam UNINUS.
Kelima	: Catatan : Surat Keputusan ini akan diperbaiki sebagaimana mestinya, apabila ternyata dikemudian hari terdapat kekeliruan.

DITETAPKAN DI BANDUNG
 PADA TANGGAL 14 Februari 2025



FAI UNINUS
 Fakultas Agama Islam Universitas Islam Nusantara
 NIDN. 0402048601

Tersurat : 1. Yth. Rektor UNINUS;
 2. Yth. Wakil Rektor I UNINUS;
 3. Yth. Dosen Pembimbing;
 4. Arsip.

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jl. Soekarno Hatta No. 530, Bandung 40286, Telp./ Faks. +6222 7509656
<http://fai.uninus.ac.id>, E-mail: fai@uninus.ac.id

Nomor : 598/C.5/KPI/FAI-UIIN/IV/2025
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Mengadakan Penelitian

Kepada Yth.
Pimpinan Kutub.co
Di
Tempat

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, dengan ini kami hadapkan mahasiswa:

Nama : Rizka Aulia Ramadhani
Tempat Tgl. Lahir : Bandung, 20 November 2002
Nomor Pokok : 21030801211010
Semester : VIII
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam S1

Yang bersangkutan pada tahun akademik 2024-2025 adalah mahasiswa Fakultas Agama Islam UNINUS dan bermaksud mengadakan penelitian tugas akhir, dengan judul :

***"Membangun Narasi Positif Tentang Kesehatan Mental di Media Sosial
(Analisis Konten Edukatif Kutub.co)"***

Sehubungan dengan itu, kami sangat mengharapkan bantuan Bapak/Ibu sehingga data-data yang dibutuhkan dapat terkumpul.

Demikian permohonan ini kami sampaikan. Atas perhatian dan bantuannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Bandung, 30 April 2025
Wakil Dekan I,
Bidang Akademik & Kemahasiswaan


Muhsin, S.Pd.I., M.Si
NIDN. 0005027704

Tembusan :
1. Yth. Rektor UNINUS
2. Arsip

Lampiran 3. Pedoman Observasi

PEDOMAN OBSERVASI

Membangun Narasi Positif tentang Kesehatan Mental di Media Sosial (Analisis Konten Edukatif Kutub.co)

Tabel 3. Pedoman Observasi

Aspek yang Diamati	Indikator Observasi	Fokus Observasi
Tema Konten	Apakah konten fokus pada isu kesehatan mental? (sebutkan contoh)	Amati tema konten yang berkaitan dengan edukasi kesehatan mental di <i>feed/posting</i>
Gaya Bahasa	Apakah menggunakan bahasa positif, membangun, non-stigmatis?	Catat contoh kalimat yang membangun narasi positif
Visual Konten	Apakah desain visual mendukung pesan positif?	Amati tone warna, ilustrasi, elemen visual sehingga menarik perhatian <i>audiens</i>
Format Penyajian	Video, <i>carousel</i> , <i>reels</i> , <i>quotes</i> ?	Jenis format apa yang paling banyak digunakan untuk menyampaikan narasi positif?
Call to Action	Apakah ada ajakan untuk berpikir positif, konsultasi, atau berbagi?	Catat jenis CTA (<i>call to action</i>) yang digunakan untuk memberi ruang diskusi kepada <i>audiens</i>
Interaksi Audiens	Jumlah likes, komentar, <i>share</i> pada konten bertema kesehatan mental	Amati <i>engagement</i> atau respon positif sebagai tanda penerimaan <i>audiens</i>

Lampiran 4. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Membangun Narasi Positif tentang Kesehatan Mental di Media Sosial (Analisis Konten Edukatif Kutub.co)

Tabel 4. Pedoman wawancara tim kreatif Kutub.co

No	Aspek	Indikator	Pertanyaan Wawancara
1	Strategi Membangun Narasi Positif	Adanya perencanaan konten edukatif kesehatan mental	Bagaimana proses kreatif dalam membangun narasi positif tentang kesehatan mental di Kutub.co?
2	Pemilihan Tema Konten	Tema-tema relevan dengan isu kesehatan mental	Bagaimana proses pemilihan tema konten edukatif tentang kesehatan mental di Kutub.co?
3	Gaya Penyampaian Pesan	Penggunaan bahasa yang positif dan tidak stigmatis	Bagaimana Kutub.co menentukan gaya bahasa atau visual dalam penyampaian konten kesehatan mental?
4	Tantangan dalam Pembuatan Konten	Kendala teknis atau non-teknis dalam membangun narasi	Apa saja tantangan yang dihadapi Kutub.co dalam membangun narasi positif tentang kesehatan mental?
5	Evaluasi dan Perbaikan Narasi	Penggunaan feedback audiens untuk pengembangan	Bagaimana Kutub.co mengevaluasi efektivitas konten yang telah dipublikasikan?

Tabel 5. Pedoman wawancara *followers* Kutub.co

No	Aspek	Indikator	Pertanyaan Wawancara
1	Persepsi terhadap Konten	Pemahaman terhadap isi konten edukatif	Bagaimana pendapat Anda tentang konten edukatif kesehatan mental dari Kutub.co?
2	Efektivitas Penyampaian	Kemudahan memahami pesan kesehatan mental	Apakah Anda merasa konten Kutub.co mudah dipahami dan membantu memahami kesehatan mental?
3	Dampak Konten	Perubahan pola pikir atau perilaku setelah mengikuti konten	Apakah setelah mengikuti konten Kutub.co Anda merasa ada perubahan pandangan tentang kesehatan mental?
4	Interaksi dengan Konten	Frekuensi berinteraksi dengan konten (like, share, comment)	Seberapa sering Anda berinteraksi dengan konten edukatif dari Kutub.co?
5	Saran untuk Pengembangan	Masukan untuk meningkatkan kualitas konten	Apa saran Anda agar konten edukatif Kutub.co lebih efektif dalam membangun narasi positif?

Lampiran 6. Kartu Bimbingan Skripsi / Tugas Akhir




FAKULTAS AGAMA ISLAM
PRODI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA
 Jl. Soekarno Hatta No. 530 Bandung Kode Pos. 40286

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nama : RIZKA Aulia Ramadhani Pembimbing I : Hani Hadeati Pujawardani, M.pd
 NIM : 2103080121010 Pembimbing II : Siti Latifah, M.pd.
 Judul TUGAS AKHIR :
 MEMBANGUN NARASI POSITIF TENTANG KESEHATAN
 MENTAL DI MEDIA SOSIAL
 (Analisis Konten Edukatif Kutub.co)


Pertemuan	Hari/ Tanggal	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	
			Pembimbing I	Pembimbing II
1.	19/02 2025	Outline Bab I)		
2	19/04 2025	Edit penulisan		
3	16/04 2025	Outline Bab II)		
4	29/04 2025	-Edit penulisan - Acc penelitian		
5.	30/04 2025	- Edit penulisan - Acc penelitian		
6.	19.05. 2025 Senin	- Edit penulisan - Acc bab IV - lanjut Bab II.		
7.	21.05 2025 Rabu	- Edit penulisan - lanjut bab V.		
8	05.6 2025 Kamis	Acc Sedang		

Lampiran 7. Kartu Hafalan



FORMULIR HAFALAN
PRODI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA
 Jl. Soekarno Hatta No. 530 Bandung Kode Pos. 40286


NAMA : Rizka Aulia Ramadhani
NIM : 21030801211010

No	Tanggal Hafalan	Hafalan Ke-	Materi Hafalan	Keterangan		Paraf Dosen Wali
				Belum Lancar	Lancar	
1	7/06/2025	Kesatu	Do'a Qunut		✓	
2	7/06/2025	Kesatu	Bacaan Sholat Jenazah		✓	
3		Kedua	Do'a Qunut			
4		Kedua	Bacaan Sholat Jenazah			
5		Ketiga	Do'a Qunut			
6		Ketiga	Bacaan Sholat Jenazah			

Telah menyelesaikan semua hafalan Do'a Qunut dan Bacaan Sholat Jenazah pada setoran hafalan ke, 1..... tanggal, 07 Juni 2025..... 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Dr. H. Iyad Suryadi, M.M
 NIDN. 0405026506

Dosen Pembimbing Akademik



Sib Latipah, M.Pd
 NIDN.

CS Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 8. Bukti dan Dokumentasi Observasi



Gambar 16. Bukti survei google form



Gambar 17. Bukti file rekaman wawancara



Gambar 18. Dokumentasi wawancara dengan Tim *Content Writer* Kutub.co



Gambar 19. Dokumentasi wawancara bersama *Video Editor* dan *Community Manager* Kutub.co



Gambar 20. Dokumentasi wawancara bersama *followers* Kutub.co