
PENGARUH DAYA TARIK DAN KUALITAS INFORMASI BERBASIS NARASI TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN KESEHATAN MENTAL

Vina Aulia Maharani¹, Dr. Yanuar Luqman, S.Sos., M.M², Djoko Setyabudi, S.Sos., M.M³

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Email: vinaauliamaharani@students.undip.ac.id

Abstrak — Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masalah minimnya pengetahuan masyarakat mengenai kesehatan mental yang mana berdasarkan riset dari Universitas Gajah Mada pada Oktober 2022 menyatakan bahwa hanya 4,3% penduduk Indonesia yang menyadari tentang gangguan mental, sedangkan sisanya tidak mengetahui sama sekali. Hal tersebut tidak sejalan dengan tujuan salah satu Channel Youtube “Menjadi Manusia” yang mana ingin menyebarkan informasi tentang arti penting kesehatan mental. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh daya tarik dan kualitas informasi berbasis narasi pada konten Channel Youtube “Menjadi Manusia” pada segmen “Saat Pertama Kali Pergi ke Psikolog” terhadap tingkat pengetahuan kesehatan mental. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode eksplanatori dan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan secara khusus menggunakan metode *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan karakteristik laki-laki atau perempuan, Usia 16-24 tahun, pengguna aktif sosial media terutama Youtube, serta pernah menonton konten Youtube “Menjadi Manusia” segmen “Cerita Mereka Episode : Saat Pertama Kali ke Psikolog” setidaknya sekali. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik informasi secara parsial berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan. Sedangkan kualitas informasi berbasis narasi tidak berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan. Sementara itu, daya tarik dan kualitas informasi berbasis narasi secara simultan berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan yang mana sejalan dengan teori dependensi mengenai efek komunikasi massa. Dengan demikian, untuk meningkatkan daya tarik informasi perlu mengembangkan ide baru dalam menyampaikan informasi melalui konten. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menggaet narasumber ahli untuk meyakinkan audiens tentang topik yang dibahas, serta dengan melalui mini web series untuk lebih menarik perhatian audiens tentang informasi yang disampaikan kepada target audiens.

Kata Kunci : daya tarik informasi, kualitas informasi berbasis narasi, Youtube “Menjadi Manusia”

This research is motivated by the problem of the lack of public knowledge about mental health which based on research from Gajah Mada University in October 2022 stated that only 4.3% of Indonesians are aware of mental disorders, while the rest do not know at all. This is not in line with the goal of one of the Youtube Channels "Being Human" which wants to spread information about the importance of mental health. The purpose of this study was to determine the effect of the attractiveness and quality of narrative-based information on the content of the "Being Human" Youtube Channel in the "When You First Go to a Psychologist" segment on the level of mental health knowledge. This research is a quantitative study using explanatory methods and non-probability sampling techniques specifically using accidental sampling methods. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents with male or female characteristics, Age 16-24 years, active users of social media, especially Youtube, and having watched Youtube content "Becoming Human" segment "Their Stories Episode: The First Time to a Psychologist at least once. The results of this study indicate that the attractiveness of information partially affects the level of knowledge. Meanwhile, the quality of narrative-based information has no effect on the level of knowledge. Meanwhile, the attractiveness and quality of narrative-based information simultaneously affect the level of knowledge which is in line with the dependency theory regarding the effects of mass communication. Thus, to increase the attractiveness of information, it is necessary to develop new ideas in conveying information through content. This can be done by attracting expert sources to convince the audience about the topics discussed, as well as through mini web series to attract the attention of the audience more about the information conveyed to the target audience.

Keywords: attractiveness of information, quality of narrative-based information, Youtube “Menjadi Manusia”

I. PENDAHULUAN

Komunikasi massa merupakan hal terpenting dalam suatu proses untuk menyebarkan suatu informasi yang penting kepada masyarakat. Komunikasi massa sendiri adalah komunikasi yang dilakukan sebuah lembaga dengan tujuan tertentu salah satunya menyebarkan informasi yang

dilakukan secara terus-menerus. Dengan demikian, komunikasi dapat memberikan dampak kepada masyarakat salah satunya yaitu wawasan, karena adanya proses untuk memahami informasi yang tepat dan kritis. Media Komunikasi massa mengalami berbagai revolusi dari masa ke masa. Sejak awal 1990 an dihadirkan media massa berupa

televisi dan radio, kemudian muncul internet yang menjadi pusat peralihan digital dalam jaringan komunikasi. Selanjutnya adanya pertumbuhan dari komunikasi massa (*mass communication*) menjadi komunikasi diri massa (*mass self-communication*) yang menciptakan bentuk komunikasi yang berasal dari kecerdikan dari para pengguna untuk membangun sendiri bentuk komunikasi baru, salah satunya yaitu Youtube dikenal dengan situs web berbagi video yang mana berbagai kalangan pengguna dari individu, organisasi, perusahaan, maupun pemerintah dapat mengunggah kontennya sebagai bentuk media komunikasi. Youtube sendiri muncul pada tahun 2005 oleh Jawed Karim, Steven Chen, dan Chad Hurley. Youtube menjadi sarana yang berpotensi tinggi untuk menyebarkan informasi salah satunya masalah kesehatan. Berdasarkan penelitian yang berjudul “*Association Between Health Information–Seeking Behavior on YouTube and Physical Activity Among U. S. Adults: Results From Health Information Trends Survey 2020*” oleh Juhan Lee dan rekan-rekannya juga mengungkapkan hasil bahwa sebanyak 40,8% orang lebih memilih menggunakan Youtube sebagai sumber informasi terkait tentang kesehatan dan sisanya 39,2% lebih memilih rekomendasi dari WHO (Lee, 2020). Youtube merupakan salah satu media sosial yang menawarkan berbagai fitur menarik yang dapat dinikmati para penggunanya, seperti live streaming, konten video visual yang digarap dengan menarik, media pembelajaran, dan sebagainya. Setiap channel Youtube selalu menawarkan konten-konten dengan ciri khas mereka yang dapat menarik para audiensnya. Konten-konten dalam Youtube juga menghasilkan sebanyak miliaran penayangan setiap harinya, dimana terdapat 1 miliar jam konten ditonton setiap harinya (www.youtube.com). Lebih spesifik, berdasarkan data pencarian dalam situs trend.google.co.id, dimana memberikan informasi seputar banyaknya kata kunci yang dicari dalam mesin pencari google, dapat ditemukan bahwa pada Oktober 2022 dalam kategori penelusuran Youtube kata kunci mental health merupakan salah satu kata

kunci yang banyak dicari yaitu menghasilkan sebanyak 87%. Di era digital sekarang dengan tingkat teknologi yang semakin canggih dan menarik dengan berbagai desainnya, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya yang mana Youtube menjadi salah satu media komunikasi yang berpotensi tinggi dalam menyebarkan informasi salah satunya tentang kesehatan mental. Dengan demikian, terdapat juga berbagai influencer juga turut mengkomunikasikan arti penting kesehatan mental kepada masyarakat melalui media sosial Youtube. Salah satunya yaitu channel Youtube “Menjadi Manusia”. Konten-konten dalam channel Youtube tersebut sebagian besar membahas tentang kesehatan mental yang mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai persoalan tersebut dengan dikemas secara menarik dan unik. Channel tersebut memiliki 890 ribu subscriber dimana sebagian besar kontennya memuat tentang kisah orang-orang yang mengalami kesulitan dalam menjalani hidup atau mengalami depresi. Channel yang didirikan oleh Rhaka Ghanisatria bersama dengan dua temannya yaitu Adam Alfares Abednego dan Levina Purnamadewi pada 2018 ini, ditujukan untuk orang-orang yang ingin mendengar cerita tentang permasalahan kehidupan yang dialami oleh berbagai narasumber, orang-orang yang merasa sendirian, dan mengalami kesulitan dalam menjalani hidup, juga sebagai wadah bagi orang yang mengalami masalah kehidupan untuk berbagi cerita tentang bagaimana mereka mampu mengatasi permasalahan kehidupan yang dialaminya. Keberadaan akun ini bertujuan agar masyarakat dapat memetik pelajaran dari pengalaman narasumber, memberi inspirasi, motivasi, dan solusi bagi orang-orang yang mengalami permasalahan kehidupan, serta sebagai media informasi tentang arti penting kesehatan mental (Saputra & Cholifah, 2022).

Beberapa kampanye oleh berbagai pemangku kepentingan serta para influencer dalam media sosial yang mencoba untuk mengkomunikasikan arti penting kesehatan mental dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai kesehatan mental. Akan tetapi, realitanya berdasarkan

riset yang dilakukan oleh Universitas Gajah mada (UGM) pada Oktober 2022 menyatakan bahwa walaupun isu tentang kesehatan mental tersebut populer saat ini, namun hanya 4,3% penduduk yang menyadari bahwa ia mengalami gangguan mental, sedangkan sisanya terabaikan atau tidak mengetahui informasi mengenai gejala dan penanganan kesehatan mental tersebut, padahal hampir 20% penduduk di Indonesia yaitu penduduk di usia remaja, sehingga dapat dikatakan bahwa informasi mengenai kesehatan mental masih minim (Dzulfikar, 2022). Dengan demikian, penelitian ini, penting dilakukan untuk mengetahui apakah konten-konten channel Youtube “Menjadi Manusia” mampu menjadi platform yang bermanfaat untuk mengkomunikasikan pengetahuan mengenai kesehatan mental dengan berfokus pada daya tarik dan kualitas informasi dalam konten tersebut untuk dapat mendorong pengetahuan masyarakat mengenai kesehatan mental.

Dengan demikian dari penjelasan di atas, peneliti ingin mengajukan topik penelitian kuantitatif tentang “Pengaruh Daya Tarik dan Kualitas Pesan Informasi Berbasis Narasi terhadap Tingkat Pengetahuan Kesehatan Mental”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah konten-konten dalam channel Youtube “Menjadi Manusia” tersebut mampu berpengaruh terhadap pengetahuan mengenai kesehatan mental dengan mengukur beberapa variabel seperti daya tarik informasi dan kualitas pesan informasi berbasis narasi yang disampaikan dalam channel Youtube “Menjadi Manusia”.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif eksplanatori yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara daya tarik konten (X1) dan kualitas pesan informasi berbasis narasi (X2) channel Youtube “Menjadi Manusia” terhadap tingkat pengetahuan mengenai kesehatan mental (Y).

2.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : laki-laki/perempuan, usia 16-24 tahun, pengguna aktif media sosial

Youtube, dan pernah menonton konten Youtube “Menjadi Manusia” setidaknya sekali.

2.2. Metode Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear ganda untuk mengetahui pengaruh daya tarik konten (X1) serta kualitas pesan informasi berbasis narasi (X2) terhadap tingkat pengetahuan (Y) yang mana dari ketiga variabel tersebut menghasilkan skala data ordinal.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti mendapatkan temuan penelitian sebagai berikut.

3.1. Pengaruh Daya Tarik Informasi terhadap Tingkat Pengetahuan

Dari beberapa pengujian data yang telah dilakukan dengan metode analisis regresi linear berganda di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Hipotesis 1 (H1) dapat diterima. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil olah data yang mana pada variabel Daya Tarik Informasi (X1) yang mana menghasilkan nilai sig. sebesar $0.00 < 0.05$, artinya bahwa variabel Daya Tarik Informasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Pengetahuan Kesehatan Mental (Y).

Dalam *Activation Theory of Information Exsposure* yang mana menganalisis tentang bagaimana proses penyampaian informasi mampu mempengaruhi tingkat pengetahuan audiens tentang suatu fenomena tertentu. Teori yang dikembangkan oleh Lewis Donohew, Phillip Palmgreen, dan J. Duncan menjelaskan tentang bagaimana suatu rangsangan informasi salah satunya daya tarik kognitif dalam sebuah informasi mampu mendorong perhatian audiens terhadap informasi tersebut, untuk mencapai tujuan sosial yaitu menjadikan masyarakat yang lebih kompeten (Littlejohn & Karen, 2009:12). Indikator daya tarik informasi sendiri yaitu 1) keringkasan informasi, 2) keakuratan informasi, 3) relevansi informasi dengan kebutuhan audiens, yang mana dari ketiga indikator tersebut menghasilkan kategori

“tinggi” berdasarkan tanggapan dari para responden. Dengan demikian, berdasarkan teori tersebut dapat menjelaskan bagaimana Channel Youtube “Menjadi Manusia” dalam kontennya berusaha untuk menyebarkan informasi mengenai kesehatan mental, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan audiens mengenai arti penting kesehatan mental itu sendiri sama seperti tujuan awal terbentuknya channel Youtube tersebut. Konten-konten yang dipublikasikan dikemas dengan cara sharing cerita pengalaman dari berbagai narasumber untuk dapat mendorong perhatian audiens terhadap konten tersebut dikarenakan adanya daya tarik informasi yang disampaikan. Seperti yang telah dibuktikan melalui penelitian di atas bahwa salah satu variabel yaitu daya tarik informasi berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan, sehingga semakin tinggi daya tarik informasi, maka semakin tinggi pula tingkat pengetahuan audiens.

3.2. Pengaruh Kualitas Informasi berbasis Narasi terhadap Tingkat Pengetahuan Kesehatan Mental

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda mengungkapkan bahwa kualitas informasi berbasis narasi terhadap tingkat pengetahuan menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.893 (> 0.05) yang mana dapat diartikan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara variabel tersebut. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa hipotesis 2 (H2) ditolak dan dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara kualitas informasi terhadap tingkat pengetahuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya kesesuaian hasil penelitian dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Transportation Theory*. Teori tersebut menjelaskan tentang bagaimana kualitas pesan informasi berbasis narasi mampu mempengaruhi efek terhadap audiensnya yang mana berfokus pada proses penyampaian informasi dalam komunikasi yang disusun dalam sebuah cerita atau narasi yang mana dapat mendorong audiens untuk terhanyut

(mengalami transportasi) ketika mengkonsumsi informasi tersebut, sehingga mampu mendorong keyakinan yang relevan dengan cerita yang disampaikan (Green et al,2004). Namun hal tersebut tidak terbukti dalam penelitian ini.

3.3. Pengaruh Daya Tarik dan Kualitas Informasi Berbasis Narasi terhadap Tingkat Pengetahuan Kesehatan Mental

Dari beberapa pengujian data yang telah dilakukan dengan metode analisis regresi linear berganda di atas, dapat dinyatakan bahwa Hipotesis 3 (H3) dapat diterima. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil olah data pada tabel 4.3 yang mana menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.00 (< 0.05). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Daya Tarik Informasi (X1), dan Kualitas Informasi Berbasis Narasi (X2) secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat Pengetahuan (Y). Sementara itu, bagaimana variabel Daya Tarik (X1) dan Kualitas Informasi Berbasis Narasi (X2) mempengaruhi variabel Tingkat pengetahuan menghasilkan presentasi sebesar 26,5% artinya masih ada variabel lain diluar penelitian ini yang mampu mempengaruhi tingkat pengetahuan.

Dalam Teori Dependensi Mengenai Efek Komunikasi Massa Teori yang dikembangkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin L. DeFleur tersebut yang mana berfokus pada pendekatan dalam suatu struktur sosial yang mana media massa dianggap sebagai sumber informasi, sehingga mampu mendorong proses pemeliharaan, perubahan, serta konflik dalam tatanan masyarakat dalam suatu persoalan tertentu. Lebih spesifik, teori ini menjelaskan tentang bagaimana suatu sistem media yang dilihat dari kualitas, kuantitas, reabilitas, otoritas, daya tarik, serta sentralitas fungsi informasi yang disampaikan melalui media akan mendorong efek tertentu salah satunya yaitu efek kognitif yang mana berhubungan dengan pengetahuan audiens (Rohim, 2009:182). Dengan demikian, atas pernyataan tersebut terbukti bahwa salah dua dari sistem media yaitu kualitas dan daya tarik dalam fungsi informasi yang disampaikan dalam media dapat mendorong efek kognitif terhadap audiens.

IV. KESIMPULAN REFERENSI

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh antara daya tarik informasi terhadap tingkat pengetahuan mengenai kesehatan mental. Hal ini juga sejalan dengan *Activation Theory of Information Exsposure*. Adanya daya tarik kognitif informasi yang disampaikan dalam Channel Youtube “Menjadi Manusia” pada segmen “Saat Pertama Kali Ke Psikolog” mampu mendorong perhatian audiens mengenai informasi yang disampaikan, sehingga mampu mencapai tujuan sosial yaitu meningkatkan intelektualitas masyarakat mengenai persoalan yang disampaikan tersebut.
2. Tidak terdapat pengaruh antara kualitas informasi berbasis narasi terhadap tingkat pengetahuan mengenai kesehatan mental. Hal tersebut tidak sejalan dengan *transportation theory* karena tidak semua media mampu menyampaikan informasi secara efektif untuk meningkatkan pengetahuan yang mana terdapat ketidaksesuain audiens dalam menangkap informasi yang disampaikan.
3. Terdapat pengaruh antara daya tarik dan kualitas

informasi berbasis narasi terhadap tingkat pengetahuan mengenai kesehatan mental. Hal tersebut sejalan dengan teori dependensi mengenai efek komunikasi massa. Adanya sistem media dalam bentuk daya tarik dan kualitas informasi yang disampaikan dalam konten Channel Youtube “Menjadi Manusia” mampu memberikan efek salah satunya efek kognitif pada audiens setelah menonton konten tersebut.

- A. Singhal, M. C. (2003). *Entertainment-Education and Social Change: History, Research, and Practice*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Antar, V. (2004). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto E., Komala L., Karlinah S. (2014). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Belch, G. B. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspectives, Sixth Edition*. New York: McGraw-Hill.

-
- Castells, Manuel. (2009). *Communication Power*. New York: Oxford University.
- Littlejohn, S. W. (2017). *Theories of Human Communication Eleventh Edition*. Long Grove, Illinois: Waveland Press, Inc.
- Krisyantoro, R. (2016). *Teknis Praktis Riset Komunikasi Sixth Edition*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lynn H. Turner, W. R. (2018). *Introducing Communication Theory, Analysis and Application (Sixth Edition)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Rohim, S. (2009). *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2015). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach 5th Edition*. New York: John Wiley
- Shelly Rodgers & Esther Thorson. (2012). *Digital Advertising: Theory And Reserch Third Edition*. Routledge
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Jurnal :**
- Alexander, E. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial Instagram terhadap Brand Image*. Tangerang: UMN
- Camilleri, Mark Anthony & Kozak, Metin, (2022). [Interactive Engagement Through Travel and Tourism Social Media Groups: A Social Facilitation Theory Perspective](#). Malta: University of Malta.
- Dillard, K. B. (2016). *Meta-analytic Evidence for The Persuasive Effect of Narative on Beliefs, Attitudes, Intentions, and Behaviors*. USA: The Pennsylvania State University.
- F. H. Saputra and C. Cholifah. *Pengaruh Narasi Dalam Konten Vlog Channel Youtube 'Menjadi Manusia' Terhadap Sikap Dalam Menjaga Kesehatan Mental*. Jakarta: IISIP Ilmu Sos. dan Ilmu Politik, Doi: 10.36451/J.ISIP.V19I1.163.
- Green, M.C. (2004). *Understanding Media Enjoyment: The Role of Transportation into Narrative Worlss*. Communication Theory.
-

-
- Lee, Juhan, et all. (2020). *Association Between Health Information–Seeking*. Florida: University of Florida.
- Kutcher, S., Wei, Y., & Coniglio, C. (2016). Mental health literacy: Past, present, and future. *The Canadian Journal of Psychiatry / La Revue canadienne de psychiatrie*, 61(3), 154–158.
- Smita C. Banerjee & Kathryn Greene (2012) *Role of Transportation in the Persuasion Process: Cognitive and Affective Responses to Antidrug Narratives*. Journal of Health Communication.
- Van Laer, T., de Ruyter, K., Visconti, L. M., & Wetzels, M. (2014). *The Extended Transportation-Imagery Model: A Meta-Analysis of The Antecedents and Consequences Of Consumers' Narrative Transportation*. Journal Of Consumer Research. <https://doi.org/10.1086/673383>
- Veronika, R., & Aulia, S. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial @akutahu terhadap Minat Baca Generasi Milenial*. Jakarta: Untar, <https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.15677>
- Widowati, D. (2017).” Efek Media Massa”. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wijayanti, Ani. (2020). Teknik Dasar Pengolahan Data Kuantitatif Dengan Program SPSS For Window Versi 17. Purwokerto: Jurnal Universitas BSI.

[1] Click or tap here to enter text.