



# Jurnal Social Library

Available online <https://penelitimuda.com/index.php/SL/index>

## Pengaruh Konten @menjadimanusia.id Terhadap Tingkat Kepuasan Informasi Kesehatan Mental Gen Z

### *The Influence of @menjadimanusia.id Content on the Satisfaction Level of Gen Z Mental Health Information*

Salwa Alwafi Haurani<sup>(1\*)</sup> & Oki Achmad Ismail<sup>(2)</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis,  
Universitas Telkom, Indonesia

Disubmit: 07 Agustus 2024; Diproses: 25 September 2024; Diaccept: 20 Oktober 2024; Dipublish: 02 November 2024

\*Corresponding author: salwaa.alwafi29@gmail.com

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten @menjadimanusia.id terhadap tingkat kepuasan informasi kesehatan mental generasi Z. Dengan kemajuan teknologi digital yang terjadi, media sosial memicu munculnya kenaikan angka kasus gangguan mental yaitu fenomena cyber bullying dan kecanduan gawai dan media sosial (SMAD) yang dialami oleh gen z pada masa ini. Maka muncul akun @menjadimanusia.id yang berfokus pada informasi dan edukasi mengenai kesehatan mental dengan konten motivasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada 400 responden dari generasi Z yang aktif mengikuti akun @menjadimanusia.id. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik regresi linear sederhana untuk mengukur pengaruh konten tersebut terhadap tingkat kepuasan informasi kesehatan mental. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara konten @menjadimanusia.id dengan tingkat kepuasan informasi kesehatan mental pada generasi Z. Penelitian selanjutnya diharapkan mengembangkan topik dan menggunakan metode yang berbeda.

**Kata Kunci:** Generasi Z; Kepuasan Informasi; Kesehatan Mental; Media Sosial.

#### Abstract

This research aims to determine the influence of @menjadimanusia.id content on the level of satisfaction with mental health information for generation Z. With advances in digital technology, social media has triggered an increase in the number of cases of mental disorders, namely the phenomenon of cyberbullying and addiction to gadgets and social media (SMAD) which experienced by Gen Z at this time. So the account @menjadimanusia.id emerged which focuses on information and education about mental health with motivational content. This research uses a quantitative method with a descriptive approach, where data is collected through a questionnaire distributed to 400 respondents from generation Z who actively follow the account @menjadimanusia.id. Data analysis was carried out using a simple linear regression technique to measure the influence of content on the level of satisfaction with mental health information. The results of the research show that there is a significant positive influence between the content of @menjadimanusia.id and the level of satisfaction with mental health information in generation Z. Future research is expected to develop topics and use different methods.

**Keywords:** Generation Z; Information Satisfaction; Mental Health; Social Media.

**How to Cite:** Haurani, S. A. & Ismail, O. A. (2024), Pengaruh Konten @menjadimanusia.id Terhadap Tingkat Kepuasan Informasi Kesehatan Mental Gen Z, *Jurnal Social Library*, 4 (3): 457-464.

## PENDAHULUAN

Media sosial sekarang menjadi platform yang banyak digunakan oleh masyarakat luas. Saat ini, teknologi, internet, dan media sosial telah menjadi solusi bagi berbagai kebutuhan manusia. Dengan semakin majunya teknologi internet, masyarakat semakin aktif memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan mereka. Di Indonesia, media sosial menjadi platform yang paling banyak digunakan untuk mengakses internet karena memungkinkan individu untuk berinteraksi, berkomunikasi, berbagi informasi, mencari hiburan, dan melakukan berbagai aktivitas lainnya (Alqatras et al., 2023). Media sosial digunakan oleh khalayak sebagai tempat untuk memberikan dan mendapatkan informasi. Selain itu, media sosial dapat dijadikan situs untuk mempromosikan sesuatu dan tempat untuk menjualnya. Pengguna akan menyesuaikan pemilihan kata dan cara menyampaikan pesan pada media sosial guna mengarahkan perhatian pada hasil yang diinginkan; artinya unggahan akan dibuat guna mewujudkan hasil atau respons emosional yang diharapkan (Buss & Chiodo dalam Edwards, 2016). Media sosial yang berkembang di Indonesia sangat beragam seperti Facebook, TikTok, YouTube, dan Instagram. Salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram.

Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah konten berupa foto, video, dan reels dengan berbagai fitur interaktif yang memungkinkan komunikasi dua arah. Media sosial Instagram sekarang dianggap sebagai media untuk bercerita sekaligus mengekspresikan diri melalui konten yang

diposting dalam bentuk gambar, video, dan tulisan. Selain itu, Instagram saat ini dijadikan tempat untuk menggali informasi. Instagram memiliki beberapa fitur seperti likes, comments, repost, dan share yang digunakan pengguna untuk mengekspresikan perasaannya terhadap suatu konten. Pengguna Instagram dapat dengan bebas mengikuti akun yang diinginkannya tanpa tertinggal informasi dengan menyalakan fitur *update notification* sehingga aktivitas yang dilakukan oleh akun yang dituju akan mendapat notifikasi. Namun, selain memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mengakses informasi secara bebas, media sosial juga memiliki dampak buruk yang dianggap serius, terutama pada Gen Z yang berada pada usia transisi di mana kesehatan mental masih tidak stabil dan banyak dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, terutama media sosial (Kartono dalam Yulieta et al., 2021).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), komposisi penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi Z yang lahir antara tahun 1997-2012 dengan jumlah kurang lebih 74,93 juta jiwa (27,94%). Hal ini menjadi salah satu faktor mengapa kasus *cyberbullying* begitu meluas di media sosial. Dikutip dari tautan unicef.org pada 25 Juni 2021, 45% dari 2.777 anak muda berumur 14-24 yang disurvei melalui platform keterlibatan anak muda UNICEF U-Report mengemukakan bahwa mereka pernah mengalami *cyberbullying*. *Cyberbullying* adalah bentuk pelecehan atau intimidasi yang menggunakan teknologi untuk menyakiti individu secara sadar dan sengaja serta berulang kali (Prabawati dalam Yulieta et al., 2021). Salah satu dampak perkembangan teknologi digital di

media sosial saat ini adalah peningkatan angka kasus gangguan kesehatan mental, khususnya kecanduan gawai dan media sosial (Kamaruddin et al., 2023). Fenomena yang cukup sering terjadi adalah *Social Media Anxiety Disorder* (SMAD), gangguan berupa obsesi yang membuat penderitanya sangat terobsesi atau sangat kecanduan dengan akun media sosial miliknya (Masruroh, 2021). Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial dapat mempengaruhi self-esteem dan memperburuk rasa cemas atau depresi, di mana individu cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain dan merasa tidak puas dengan pencapaiannya sendiri (Munster, 2018).

Akun-akun Instagram yang berisi informasi tentang kesehatan mental seperti @studiodjiwa, @meaningful.me, dan @menjadimanusia.id berperan penting dalam menyediakan konten yang bermakna dan positif. Akun-akun ini aktif memenuhi kebutuhan akan pengetahuan terkait pentingnya menjaga kesehatan mental, yang masih kurang mendapatkan perhatian dan sering dinormalisasi. Misalnya, akun @studiodjiwa memberikan wawasan terkait kesehatan mental melalui seni seperti infografis, komik kartun, dan ilustrasi. Konten yang dibagikan oleh @studiodjiwa menarik perhatian khalayak karena dikemas dalam bentuk komik kartun yang mudah dimengerti. Akun @meaningful.me sering mengunggah konten berisi tips atau solusi terkait permasalahan kesehatan mental dan juga mempromosikan jasa konseling. Sementara itu, akun @menjadimanusia.id hadir sebagai platform yang merayakan emosi dan memelihara kesehatan mental melalui informasi yang diberikan serta

memicu percakapan bermakna dengan konten yang dibuat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teori uses and gratification yang dikemukakan oleh Blumer, Gurevitch, dan Katz. Teori ini menjelaskan bahwa khalayak memiliki peran aktif untuk memenuhi kebutuhannya melalui media. Fokus teori ini adalah bahwa individu dapat menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan mereka. Teori ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dhety & Amienah mengenai pengaruh konten Instagram terhadap kepuasan followers. Kepuasan diukur dengan lima indikator yang diadaptasi dari penelitian Papacharissi & Rubbin (2000), yaitu *Interpersonal Utility, Pass Time, Information Seeking, Convenience, and Entertainment*. Berdasarkan latar belakang ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap akun Instagram @menjadimanusia.id dengan judul "Pengaruh Konten @menjadimanusia.id Terhadap Tingkat Kepuasan Informasi Kesehatan Mental Gen Z" untuk mengetahui apakah konten yang dibuat oleh @menjadimanusia.id memenuhi kepuasan informasi pada Gen Z terkait kesehatan mental.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur kesehatan mental, khususnya pada kelompok generasi Z. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih lanjut terkait bagaimana konten @menjadimanusia.id dapat digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari konten yang diunggah, serta memiliki implikasi praktis untuk pengembangan konten online yang

berfokus pada kesehatan mental. Penelitian ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan perawatan terkait kesehatan mental di kalangan Gen Z. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi perkembangan literatur dan praktik kesehatan mental di Indonesia.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif didasarkan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu. Paradigma dalam penelitian kuantitatif memiliki tiga aspek penting: memberikan gambaran atau pemahaman yang jelas terkait fenomena yang sedang diteliti, menggunakan data, analisis, dan pengujian hipotesis (Suharsaputra, 2012). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten akun @menjadimanusia.id terhadap tingkat kepuasan informasi kesehatan mental Gen Z. Definisi operasional variabel penelitian adalah unsur atau nilai yang diperoleh dari suatu objek atau kegiatan dengan variasi tertentu yang ditentukan peneliti untuk mengkajinya dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2010). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah konten media Instagram, yang diukur dengan indikator tipe, ide, ukuran, deskripsi, dan informasi konten, sedangkan variabel dependen (Y) adalah kepuasan informasi. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden. Populasi penelitian adalah followers akun @menjadimanusia.id dengan kategori Gen

Z di Indonesia, dan teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada responden. Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk memastikan keakuratan dan konsistensi alat ukur, dengan hasil yang menunjukkan bahwa semua item variabel X dan Y valid dan reliabel. Analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan data dan method of successive interval (MSI) untuk mengonversi data ordinal menjadi interval. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan data memenuhi asumsi regresi linear. Analisis korelasi digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel X dan Y, sementara uji hipotesis menggunakan uji t untuk menentukan pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur kesehatan mental dan meningkatkan kesadaran serta pemahaman terkait kesehatan mental di kalangan Gen Z.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan oleh akun Instagram @menjadimanusia.id memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan informasi kesehatan mental di kalangan Gen Z. Melalui analisis deskriptif, diperoleh data yang menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa konten yang disajikan akun tersebut bermanfaat dalam memberikan informasi terkait kesehatan mental. Selain itu, melalui uji regresi linear sederhana, ditemukan bahwa variabel konten

Instagram memiliki korelasi positif dengan variabel kepuasan informasi, yang berarti semakin baik konten yang disajikan, semakin tinggi tingkat kepuasan informasi kesehatan mental yang dirasakan oleh Gen Z. Secara khusus, indikator-indikator seperti tipe konten, ide konten, ukuran konten, deskripsi konten, dan informasi konten semuanya menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan informasi. Tanggapan responden terhadap sub-variabel tipe konten menunjukkan bahwa mereka mengetahui dan memanfaatkan akun @menjadimanusia.id untuk mendapatkan informasi kesehatan mental yang relevan dan menarik. Ide konten yang dikemas dengan cara yang emosional dan relevan juga berhasil menarik perhatian dan meningkatkan pemahaman responden mengenai isu kesehatan mental.

Selanjutnya, ukuran konten yang visual dan deskripsi konten yang komunikatif juga berkontribusi dalam mengkomunikasikan pesan utama dari konten yang diunggah. Informasi yang disajikan dalam konten tersebut dianggap relevan dan bermanfaat oleh mayoritas responden, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka terhadap informasi yang diberikan.

Uji asumsi klasik yang dilakukan menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi. Uji normalitas menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal, sedangkan uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas dalam data. Uji korelasi memperlihatkan adanya hubungan positif antara konten Instagram dan kepuasan informasi, yang berarti semakin baik konten yang disajikan oleh @menjadimanusia.id, semakin tinggi

tingkat kepuasan informasi kesehatan mental yang dirasakan oleh responden.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten yang disajikan oleh akun Instagram @menjadimanusia.id memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan informasi kesehatan mental Gen Z. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola akun Instagram @menjadimanusia.id untuk terus meningkatkan kualitas konten mereka guna memenuhi kebutuhan informasi kesehatan mental Gen Z secara lebih efektif.

Pada saat ini khalayak memiliki peran aktif dalam memilih media yang akan digunakan dalam mencari informasi, seperti Instagram yang saat ini menjadi urutan media sosial tertinggi ke 2 yang mana media sosial Instagram sekarang yang ini dianggap bukan hanya selaku media guna bercerita sekaligus mengekspresikan diri tetapi memberi manfaat bagi para penggunanya sehingga mengakibatkan terjadinya kepuasan informasi. Sama halnya dengan akun @menjadimanusia.id, dimana khalayak memiliki berbagai kebutuhan informasi yang berbeda, termasuk kebutuhan kognitif pada diri masing-masing pengguna. Kebutuhan ini harus dipenuhi agar media sosial dapat menyajikan informasi yang relevan bagi pengguna, yang mana akun @menjadimanusia.id menampilkan dan menyajikan konten yang menginformasikan isu kesehatan mental serta motivasi diri yang disajikan dalam bentuk reels, infografis menarik dan informatif untuk memenuhi kebutuhan informasi khalayak.

Dengan hadirnya New Media, kini informasi tersebar dengan sangat cepat berkat teknologi yang semakin canggih. Dengan begitu pengguna teknologi dapat

dengan mudah mengakses berbagai informasi yang mereka ingin pilih untuk dikonsumsi hanya dengan smartphone dengan akses yang mudah serta instan juga infomasi yang lengkap. Akun @menjadimanusia.id hadir dalam memenuhi kebutuhan informasi kesehatan mental yang dibungkus dengan isi konten yang menarik, mudah dipahami serta dibutuhkan oleh khalayak khususnya Generasi Z.

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh dari konten media Instagram @menjadimanusia.id terhadap tingkat kepuasan informasi kesehatan mental generasi z dengan beberapa uji yang dilalui, sebelum uji dilakukan peneliti berhasil mendapatkan angka 400 orang untuk menjadi sampel dari penelitian ini menggunakan rumus slovin, kriteria lainnya yaitu aktif bermedia sosial dan teridentifikasi sebagai pengikut dari akun @menjadimanusia.id. dan berasal dari kelompok umur gen z (12-27) tahun. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menyebar kuisioner. Penelitian ini memakai teori uses and gratification yang dipaparkan oleh Elihu Katz, Blumer dan Gurevitch berpendapat bahwa audiens aktif dalam menggunakan media untuk kebutuhannya dengan memilih media yang sesuai dengan kebutuhan pribadi dan menggunakannya sebagai sarana untuk mencapai kepuasan. Publik dinilai aktif memakai media dalam memenuhi kebutuhannya. Pada penelitian ini memakai model uses and gratification guna menghitung seberapa Pengaruh Konten @menjadimanusia.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental generasi z.

Penelitian ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan oleh akun Instagram @menjadimanusia.id memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap tingkat kepuasan informasi kesehatan mental di kalangan Gen Z. Indikator Tipe Konten memperoleh persentase sebesar 92% yang masuk dalam kategori Sangat Baik, menunjukkan bahwa responden mengenali akun tersebut sebagai sumber informasi yang efektif dan menarik dalam membahas isu sosial dan kesehatan mental. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang dibungkus dengan relevan dan menarik mampu memenuhi ekspektasi pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan keterlibatan mereka.

Selanjutnya, Ide Konten juga memperoleh persentase sebesar 92%, yang termasuk dalam kategori Sangat Baik. Ini menunjukkan bahwa akun @menjadimanusia.id berhasil menyajikan konten yang tidak hanya menarik dan relevan tetapi juga bermanfaat dan sesuai dengan karakteristik platform yang digunakan. Konten yang diposting oleh akun tersebut mampu menarik perhatian audiens secara efektif dan memenuhi kebutuhan mereka akan informasi yang bermanfaat. Keberhasilan ini menandakan bahwa strategi konten yang diterapkan telah berhasil menciptakan pengalaman yang positif bagi khalayak, dengan kualitas konten yang tinggi dan relevansi yang terjaga.

Ukuran Konten juga mendapatkan hasil yang sangat baik dengan persentase sebesar 91%. Ini menunjukkan bahwa konten visual yang disajikan oleh @menjadimanusia.id tidak hanya berhasil menarik perhatian tetapi juga memberikan manfaat yang signifikan dalam membantu

pemahaman khalayak mengenai topik yang diangkat. Konten visual yang edukatif ini membantu audiens untuk lebih memahami dan menghargai isu-isu yang dibahas, yang menegaskan bahwa konten visual yang disajikan tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif terhadap tema-tema yang diangkat oleh akun tersebut.

Deskripsi Konten dengan persentase 89% menunjukkan bahwa akun @menjadimanusia.id berhasil menyampaikan pesan utama secara efektif. Konten dari akun ini memiliki tujuan edukatif yang jelas dan terdefinisi dengan baik, serta berhasil mengajak audiens untuk terlibat dalam kegiatan positif. Selain itu, akun ini mampu mengidentifikasi dan menargetkan audiens yang relevan dengan konten yang disajikan, memastikan bahwa informasi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa deskripsi konten mampu menyampaikan informasi secara jelas dan efektif serta mendukung partisipasi aktif dari audiens.

Indikator terakhir, Informasi Konten, memperoleh persentase sebesar 95%, yang menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan oleh akun @menjadimanusia.id sangat dihargai dan dianggap relevan oleh khalayak. Hasil ini mengidentifikasikan bahwa konten yang dihadirkan tidak hanya memenuhi ekspektasi khalayak tetapi juga secara efektif memenuhi kebutuhan informasi mereka. Relevansi tinggi dari informasi yang disediakan menunjukkan bahwa akun ini mampu menyajikan materi yang sesuai, sehingga meningkatkan nilai dan kepuasan khalayak terhadap konten yang mereka konsumsi. Keberhasilan ini

menegaskan bahwa akun @menjadimanusia.id memainkan peran penting dalam menyediakan informasi yang berguna dan berhubungan langsung dengan minat serta kebutuhan khalayak, khususnya di kalangan Gen Z.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa konten media Instagram ini memiliki dampak positif yang signifikan. Konten dari akun @menjadimanusia.id berpengaruh secara positif terhadap kepuasan informasi, ditunjukkan dengan hubungan sedang namun signifikan antara konten media Instagram dan tingkat kepuasan informasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa konten media Instagram @menjadimanusia.id berkontribusi terhadap tingkat kepuasan informasi yang dapat dijelaskan oleh kualitas dan relevansi konten yang disajikan. Uji hipotesis mengindikasikan bahwa konten @menjadimanusia.id memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan informasi kesehatan mental pada Gen Z. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa konten yang disajikan oleh akun @menjadimanusia.id secara substansial memengaruhi kepuasan informasi khalayak, mencerminkan relevansi dan dampak positif dalam konteks kesehatan mental. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya dengan tema yang sama menggunakan penelitian kualitatif dan mengembangkan topik penelitian ini untuk menambah pengetahuan bagi pihak lainnya. Selain itu, peneliti berharap akun @menjadimanusia.id akan meningkatkan kreativitasnya dalam membungkus materi atau informasi mengenai isu kesehatan

mental yang memotivasi generasi Z, memperbanyak variasi format konten seperti video dan infografis untuk memenuhi preferensi audiens Gen Z, serta tetap mempertahankan ciri khas dari tema akun atau konten yang sudah di-branding

## DAFTAR PUSTAKA

- Alqatras, M. D., & Ismail, O. A. (2023). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @Metrotv Terhadap Kebutuhan Informasi Followers. *E-Proceeding of Management*, 10(6), 4496-4504.
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kusioner Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah. SEMNASKEP.
- Edwards, F. (2016). An Investigation of Attention-Seeking Behavior through Social Media Post Framing. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 3(1), 25-44. <https://doi.org/10.30958/ajmmc.3.1.2>
- Ghozali, Imam. (2019). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23. Semarang: UNDIP.
- Kamaruddin, I., Leuwol, F. S., Putra, R. P., Aina, M., Suwarma, D. M., & Zulfikhar, R. (2023). Dampak Penggunaan Gadget pada Kesehatan Mental dan Motivasi Belajar Siswa di Sekolah. *Journal on Education*, 6(1), 307-316.
- Kriyantono, R. (2019). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Kuncoro, M. A. (2023). Pengaruh Konten Memasak @pattygurlz di Instagram terhadap Kepuasan Followers [UPN Veteran Jakarta]. <http://repository.upnvj.ac.id/id/eprint/29348>
- Masruroh, A. (2021). Waspada "Social Media Anxiety Disorder" yang Bisa Mengintaimu.
- Munster, L. (2018). Social Media Anxiety Disorder. Kayross. <https://kayrossconsulting.com/2018/02/20/social-media-anxiety-disorder>
- Nasrullah, Rulli. (2019). *Teori dan riset Khalayak Media*. Jakarta: Kencana
- Nasution, Leni Masnidar. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah* Vol. 14 No.1.
- Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175-196.
- Paramayu, A., Rusmana, A., & Kurniasih, N. (2023). Penggunaan media Sosial "Menjadi Manusia" Dalam Menyebarluaskan Informasi Kesehatan Mental. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 85-100. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i6.912>
- Pinggala, M. R. S., & Mahadian, A. B. (2021). Kepuasan Followers dalam Mengikuti Akun @tribunnews di Instagram. *EProceedings of Management*, 8(5), 6829-6844.
- Shao, G. (2009). Understanding the Appeal of User-Generated Media: A Uses and Gratification Perspective. *Internet Research*, 19, 7-25. <http://dx.doi.org/10.1108/10662240910927795>
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- West, R., & Turner, L.H. (2008). *Teori komunikasi: Analisis dan aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- Whiting, Anita & David Williams. Why people use social media: a uses and gratifications approach. 2013 Emerald Insight. 10 Maret 2016. [www.emeraldinsight.com/1352-2752.htm](http://www.emeraldinsight.com/1352-2752.htm)
- Yulieta, F. T., Syafira, H. N. A., Alkautsar, M. H., Maharani, S., & Audrey, V. (2021). Pengaruh Cyberbullying di Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental. *De Cive*, 1(8), 257-263. <https://doi.org/10.56393/decive.vii8.298>
- Sobur, Alex. (2006). *Semiotika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.