

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

N o	Judul/Penulis/Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan Penelitian
1	Children Health Information on Instagram: The Perception of Parents from Y and Z Generation (Arinditas, Hasna dan Zahradias, 2024)	Universitas Al-Azhar	Kualitatif Deskriptif	Orang tua Generasi Y cenderung menyukai informasi konten dalam bentuk tulisan panjang. Sedangkan Gen Z menyukai informasi dalam bentuk audio-visual.	Dikarenakan penelitian ini mewakili orang tua sebagai ibu generasi Y dan Z, maka diharapkan bisa mewakili sebagai ibu generasi lainnya, seperti Generasi X	Perbedaan penelitian ini terletak pada persepsi ibu Generasi X dan Y terhadap informasi kesehatan mental remaja di media sosial.
2	Literasi Digital Ibu Generasi Milenial Terhadap Isu Kesehatan Anak Dan Keluarga (Jati, 2021)	Universitas Indonesia	Digital etnografi	Bahwasannya secara keseluruhan ibu milenial memiliki literasi digital pada Tingkat sedang, dipengaruhi oleh minat terhadap isu kesehatan dan pengalaman pribadi. Literasi digital ini juga memengaruhi perilaku mereka sehari-hari. Selain itu, penelitian tentang penyebaran informasi memperkaya konsep literasi digital ibu.	Penelitian selanjutnya dapat lebih fokus dengan membandingkan literasi digital antar generasi atau berdasarkan status ekonomi dan Pendidikan. Selain itu, menarik juga untuk meneliti literasi digital dalam kaitannya dengan isu atau fenomena tertentu	Perbedaan penelitian ini terletak pada pemahaman literasi digital ibu generasi X dan Y terkait informasi kesehatan mental remaja
3	Gambaran Parental Mediation Ibu Pada Pengguna Internet	Universitas Katolik	Kualitatif	Penelitian menunjukan bahwa orang	Bagi para ibu strategi technical	Perbedaan penelitian ini terletak

No	Judul/Penulis/Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan Penelitian
	Usia Remaja (Desiyanti & Pristinella, 2021)	Indonesia Atma Jaya		tua menerapkan lima strategi parental mediation, terutama <i>active mediation of internet use</i> dan <i>internet safety</i> . Selain itu parental mediation juga dipengaruhi oleh 4 faktor, yakni kemampuan orang tua menggunakan internet, perkembangan anak, persepsi control diri anak dan sikap orang tua terhadap internet.	restriction dan monitoring masih jarang dilakukan atau diterapkan pada para ibu. Serta kepada ibu untuk mampu meningkatkan pemahamannya dalam penggunaan internet.	pada pemahaman parental mediation dalam penggunaan informasi kesehatan mental remaja di media sosial

Sumber: Olahan Peneliti

Dari ketiga penelitian terdahulu yang telah dijabarkan diatas sekaligus menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian ini. Maka dapat ditarik kesimpulan dari perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini. Penelitian pertama, sebagai subjeknya yaitu orang tua generasi Y dan Z dan objek penelitiannya informasi kesehatan anak. Sedangkan penelitian ini Ibu Generasi Y dan X sebagai subjeknya dan informasi kesehatan mental remaja di media sosial sebagai objeknya. Penelitian kedua, yakni pemilihan metode menggunakan digital etnografi, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitataif wawancara. Lalu penelitian ketiga, yakni subjek penelitiannya ibu dari remaja pengguna internet, serta objeknya parental mediation. Sedangkan penelitian ini subjeknya ibu generasi X dan Y. Lalu objeknya informasi kesehatan mental remaja di media sosial.

Sehingga Penelitian selanjutnya lebih fokus memahami persepi literasi digital ibu generasi X dan Y, terkait informasi kesehatan mental remaja di media sosial. Sekaligus menindaklanjuti penelitian sebelumnya yang lebih memilih

Generasi milenial dan Z. Memperkirakan sejauh mana ibu generasi X dan Y dalam menafsirkan pengetahuan dan pengalaman penggunaan internet terkait informasi kesehatan mental remaja di media sosial.

## 2.2 Teori dan Konsep

### 2.2.1 Komunikasi Digital

Komunikasi digital pada media kini menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari mengubah cara berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi (Widayanthi & Wulandari, 2025). Namun, kemajuan teknologi ini membawa tantangan besar terkait etika, seperti keamanan informasi dan perilaku pengguna di media sosial. Memahami etika komunikasi digital sangat penting untuk menjaga integritas, kepercayaan, serta keamanan dalam ruang digital yang terus berkembang. Tanpa regulasi yang jelas, data pribadi bisa disalahgunakan, baik untuk kepentingan komersial atau tujuan merugikan lainnya. Oleh karena itu, perlindungan keamanan informasi menjadi bagian ketat dari etika komunikasi digital (Widayanthi & Wulandari, 2025)

Dalam perlindungan keamanan informasi, terdapat algoritma pada platform media sosial, yang berperan aktif dalam membentuk individu dalam memahami dan menyebarkan informasi. Penyebaran informasi tersebut memperkuat bias atau polarisasi sosial akibat jenis konten yang hanya ingin dikonsumsi (Widayanthi & Wulandari, 2025). Dalam hal ini, komunikasi digital mendorong transparansi dan mengajak pengguna untuk lebih kritis terhadap informasi yang diterima. Salah satu isu utama adalah penyebaran hoaks dan misinformasi yang bisa berdampak negatif. Oleh karena itu, literasi digital sangat penting agar setiap orang bisa berpartisipasi dengan pemahaman yang lebih baik tentang dampak perilaku digital (Widayanthi & Wulandari, 2025).

Menurut Vanwynsberghe, bahwasannya literasi digital melihat sebuah kombinasi keterampilan teknis dan kognitif yang diperlukan untuk berinteraksi secara efektif melalui media sosial dan situs web (Jati, 2021). Selain itu dalam konteks literasi media, seseorang perlu mempertimbangkan berbagai aspek saat

menerima sebuah informasi. Misalnya seperti apa pengirim pesan, tujuan dibalik pesan tersebut, Teknik persuasif yang digunakan, serta bagaimana pesan itu bisa ditafsirkan atau dimaknai secara berbeda oleh setiap individu.

Menurut Hague, bahwa literasi digital tidak hanya mengacu pada keahlian penggunaan perangkat digital informasi dan komunikasi (Sulianta, 2020). Melainkan ada proses keterlibatan dalam membaca, menulis, dan memahami isi konten. Bahkan dari proses keterlibatan tersebut, mampu memberikan sebuah pengetahuan atau isi konten baru untuk *sharing* (Sulianta, 2020).

Maka secara keseluruhan, literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan teknis dalam mengoperasikan perangkat digital dan mengakses media sosial atau situs web, tetapi juga melibatkan keterampilan kognitif. Seperti memahami, mengevaluasi serta menafsirkan informasi secara kritis. Selain itu, literasi digital juga menekankan keterlibatan aktif dalam membaca, menulis dan membagikan konten. Sehingga individu tidak hanya menjadi konsumen informasi melainkan mampu berkontribusi secara reflektif dalam perkembangan digital.

Selanjutnya literasi digital memiliki empat kompetensi yang dikemukakan oleh Gilster, Pertama *Internet searching*, yakni mengacu pada kemampuan sejauh mana seseorang dapat menggunakan internet secara efektif untuk mencari informasi melalui mesin pencari, sekaligus mampu memilah, menganalisis, dan mengevaluasi informasi tersebut dengan berpikir kritis (Jati, 2021).

Lalu kedua *Hypertext navigation*, yakni mengacu pada kemampuan dalam keterampilan membaca dan memahami hypertext secara interaktif, yang tentu berbeda dengan membaca teks di dalam buku (Jati, 2021). Dalam dunia digital, seseorang perlu memahami cara kerja hypertext dan hyperlink, termasuk bagaimana informasi terhubung di internet. Pemahaman tentang cara kerja web menjadi bagian penting, termasuk konsep bandwidth, HTTP, HTML, dan URL. Tidak hanya itu saja, seseorang perlu mampu menganalisis karakteristik sebuah laman web agar dapat memilah informasi dengan lebih efektif (Jati, 2021).

Selanjutnya ketiga *Content evaluation*, yakni mengacu pada kemampuan berpikir kritis dalam menilai apakah informasi yang ditemukan di internet valid dan lengkap (Jati, 2021). Contohnya seperti memahami konteks serta latar belakang dari sumbernya, dan menyadari siapa yang membuat informasi tersebut. Tidak hanya

itu, penting juga untuk bisa mengevaluasi keaslian situs web dengan memahami berbagai jenis domain yang digunakan (Jati, 2021).

Terakhir *Knowledge assembly*, yakni mengacu pada kemampuan cara seseorang mengumpulkan informasi dari berbagai sumber digital, baik yang bersifat fakta maupun opini, lalu memilah, mengolah, dan menyusunnya menjadi pengetahuan yang berguna dalam kehidupan Pendidikan ataupun pekerjaan (Jati, 2021). Dengan begitu, seseorang tidak hanya sekedar menerima informasi mentah, tetapi juga mampu menyaring yang relevan, dan akurat, dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari (Jati, 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi arus komunikasi digital yang semakin kompleks, kemampuan literasi digital menjadi semakin krusial. Literasi digital tidak hanya penting dalam memahami dan menafsirkan informasi, tetapi juga dalam mengevaluasi serta menyaring berbagai konten yang beredar di media digital. Seluruh aspek tersebut menjadi landasan utama dalam membentuk pola pikir yang kritis dan selektif terhadap informasi, khususnya yang berkaitan dengan isu kesehatan mental remaja. Oleh karena itu, penting untuk tidak hanya menyoroti bagaimana individu dalam hal ini para ibu memahami konten digital, tetapi juga bagaimana mereka berinteraksi, berkomunikasi, serta mengakses informasi mengenai isu kesehatan mental remaja melalui media sosial secara aktif dan reflektif.

### 2.2.2 Teori Uses and Gratification

Teori Uses and Gratification mencakup pada pandangan alasan audiens memilih medium yang digunakan, dari banyaknya pilihan medium untuk mengirim pesan, preferensi individu berdasarkan kebutuhan muncul (Karunia et al., 2021). Menurut Katz (1973) terdapat tiga asumsi yang diaplikasikan dalam teori ini, pertama audiens memiliki banyak pilihan media sesuai kebutuhan dari sudut pandang psikologis dan sosial, kedua media berusaha mengidentifikasi kebutuhan audiens dalam berbagai bentuk, ketiga media bersaing satu sama lain untuk memenuhi kebutuhan audiens.

Selanjutnya menurut Griffin menyatakan bahwa terdapat kelompok klasifikasi yang menjelaskan hubungan audiens dengan media berdasarkan teori uses and gratification (Griffin et al., 2019):

1. *Passing Time*, merujuk kepada penggunaan media sosial hanya dilakukan ketika memiliki waktu luang atau berada disituasi santai dan bosan.
2. *Companionship*, merujuk kepada penggunaan media sosial dilakukan untuk berbagi informasi dengan orang lain seperti membagikan foto maupun video postingan. Selain itu, digunakan sebagai bahan diskusi terkait topik tertentu yang bisa membangun hubungan bersama dengan orang lain.
3. *Escape*, merujuk kepada penggunaan media sosial sebagai definisi dari relaksasi diri, yaitu untuk memiliki waktu sendiri dan melarikan diri dari tekanan suatu masalah.
4. *Enjoyment*, merujuk kepada penggunaan media sosial sebagai aspek hiburan untuk menemukan sesuatu yang menyenangkan. Contohnya seperti dalam bentuk hiburan berupa membaca humor melalui komentar, menonton video lucu agar bisa tertawa, ataupun bermain game.
5. *Social Interaction*, merujuk kepada penggunaan media sosial sebagai wadah untuk bersosialisasi dengan orang lain dengan membentuk interaksi di media sosial.
6. *Relaxation*, merujuk kepada penggunaan media sosial sebagai wadah untuk memberikan kenyamanan, kemudahan dan keuntungan dalam berkomunikasi.
7. *Information*, merujuk kepada penggunaan media sosial sebagai wadah untuk audiens dalam menelusuri informasi secara *up to date*.
8. *Excitement*, merujuk kepada penggunaan media sosial untuk memperoleh audiens mendapatkan sensasi seperti perasaan menyenangkan dari melihat hal atau sesuatu yang dilakukan orang lain di media sosial.

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwasannya penggunaan konsep uses dalam konteks penelitian ini sebagai alat bantu konseptual yang digunakan peneliti dalam menganalisis, mengurai dan memahami data yang telah dikumpulkan. Dalam hal ini, ibu generasi X dan Y dalam memanfaatkan media dari berbagai kebutuhan spesifik, seperti informasi, relasi sosial, maupun peran sesuai dengan karakteristik

dan nilai generasional masing-masing individu. Bagaimana perbedaan pola penggunaan media serta literasi digital antar generasi, dapat memengaruhi kebutuhan cara mereka mengakses dan menyeleksi informasi, terutama informasi kesehatan mental remaja di media sosial.

### 2.2.3 Karakteristik Ibu Generasi X dan Y

Saat munculnya teori generasi, masyarakat di dunia ini mulai dikelompokkan dengan berbagai istilah, seperti generasi X, Y, dan Z. Seperti hadirnya premis bahwasannya generasi merupakan sekelompok individu atau orang yang dipengaruhi oleh peristiwa maupun kejadian budaya dan bersejarah yang terjadi selama fase kehidupan mereka sehari-hari (Sutrasna, 2023). Oleh karena itu, nilai, kepribadian maupun perilaku individu merupakan efek dari kejadian historal dan budaya disekitar kehidupan sehari-harinya.

Selanjutnya setiap generasi pasti memiliki keunikan ataupun karakteristik yang positif maupun negatif. Terlebih lagi, sebagai generasi X dan Y terkait penggunaan internetnya, secara terbuka perlu mengetahui karakteristik dan nilai yang dimiliki, guna mengetahui jejaring sosial yang biasa digunakan ataupun dimanfaatkan (Sutrasna, 2023). Generasi X (1965-1980) terlahir pada masa awal penggunaan PC (*Personal Computer*), video games, tv kabel dan internet. Bahkan ciri-cirinya pun sebagai generasi yang tangguh, pekerja keras, mandiri, dan loyal (Sutrasna, 2023). Adapun beberapa karakteristik Generasi X menurut Elmore, pertama mampu beradaptasi dengan teknologi, kedua bersifat individual, ketiga cukup fleksibel, dan terakhir menghargai keseimbangan (Sutrasna, 2023).

Generasi Y (1981-1995) tumbuh dengan masa teknologi komunikasi instan, seperti email, SMS, adanya social media seperti facebook dan twitter. Ibarat kata Generasi Y tumbuh bersamaan dengan internet yang super booming (Sutrasna, 2023). Selain itu terdapat ciri-ciri generasi Y, yakni sangat terbuka dengan pola komunikasi yang berkembang dibandingkan generasi sebelumnya, lalu penggunaan sosial media yang cukup fanatik, dikarenakan terpengaruh oleh perkembangan digital teknologi. Adapun karakteristik yang membentuk esensinya, yakni saat tumbuh dewasa, generasi Y cenderung berubah menjadi karakter yang bersemangat

ketika melakukan Kerjasama secara berkelompok. Bahkan pada masa tua, generasi Y akan menjadi orang tua yang memberi kontribusi berupa kritikan yang terjadi di kehidupan sosial masyarakatnya (Sutrasna, 2023).

Menurut Marc Prensky mengemukakan bahwa individu yang lahir dan tumbuh setelah tahun 1980 termasuk dalam kelompok *digital natives*. Kelompok tersebut pada umumnya memiliki keterampilan yang tinggi dalam menggunakan teknologi secara cepat dan efisien. Sebaliknya yang lahir sebelum tahun 1980 disebut sebagai *digital immigrants* (Sari G. , 2018). Kelompok tersebut lebih akrab dengan metode media pembelajaran secara tradisional dan cenderung tidak menggunakan teknologi secara praktis. Meskipun ada istilah pengelompokan tersebut, diantaranya masih mampu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi walau proses adaptasi yang berbeda. Dikarenakan fokus utamanya Prensky pada bidang Pendidikan, maka istilah yang ia ciptakan lebih diarahkan untuk memahami bagaimana generasi baru belajar dan berkembang melalui teknologi (Sari G. , 2018).

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwasannya perbedaan kelompok usia tertentu membentuk persepsi dan perilaku dari pengalaman historis dan budaya yang dialami selama masa pertumbuhan. Dalam konteks penelitian ini, Generasi X (1965-1980) dan generasi Y (1981-1995) yang memiliki karakteristik serta latar belakang sosial dan teknologi yang berbeda. Hal tersebut memengaruhi cara pandang isu-isu dalam kehidupan termasuk kesehatan mental remaja. Perbedaan tersebut berpengaruh terhadap bagaimana Ibu dari kedua generasi mengakses, memahami dan menanggapi informasi terkait kesehatan mental remaja. Dengan demikian memahami persepsi ibu Generasi X dan Y terkait informasi digital kesehatan mental remaja tidak hanya secara teoritis, melainkan praktis dalam upaya menangani isu kesehatan mental yang efektif dan inklusif bagi ibu dan anak remaja.

#### 2.2.4 Media Sosial

Media sosial adalah jenis komunikasi elektronik yang menggunakan internet untuk berbagi ide, emosi, informasi, pesan pribadi, dan konten lainnya dalam format seperti teks, video, dan meme (Yasir, 2020). Dalam praktik dan

pengembangan penyebaran konten, media sosial menghadapi era baru yang dikenal sebagai "pasca-kebenaran" atau "*post-truth*". Tidak ada kebenaran baru di era pasca-kebenaran ini. Sebaliknya, itu adalah era pemuasan keyakinan di mana aspek rasional dan objektif manusia seolah-olah memungkinkan emosi atau hasrat untuk mendukung apa yang dianggap benar, meskipun kenyataannya menunjukkan sebaliknya (Yasir, 2020).

Dalam hal ini, media sosial memainkan peran penting dalam berkembangnya era *post-truth* karena mereka memungkinkan publik untuk bereaksi akibat dorongan keyakinan individu dan bujukan emosional yang menyebar secara cepat dan massif (Yasir, 2020). Akibatnya, kebanyakan masyarakat kesulitan untuk berpikir kritis dan mengambil sikap kritis. Fakta bahwa konten yang membujuk menggunakan emosi lebih banyak daripada logika ini menyebabkan opini masyarakat terbangun tanpa dasar kebenaran yang objektif (Yasir, 2020).

- Dalam konteks penelitian ini, Mengenai cara pandang generasi X dan Y dalam menerima informasi di media sosial, terdapat perbedaan platform yang paling berpengaruh, yaitu data menunjukkan bahwa Instagram memiliki intensitas penggunaan tertinggi (32.90%), dibandingkan Whatsapp (25.00%), Facebook (21.10%), Twitter/X (9.20%), Youtube (6.50%), dan Tiktok (5.30%) (Isamuddin, Nugraha, & Fathun, 2021). Namun data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, menunjukkan bahwa platform media sosial yang paling sering digunakan oleh generasi X adalah Facebook (66,30%), begitupun generasi Y urutan pertama platform yang paling sering digunakan Facebook (74,09%) (APJII, 2024). Perbedaan data tersebut mendorong peneliti untuk memperdalam kebiasaan penggunaan media sosial dari perspektif generasi X dan Y terkait informasi kesehatan mental remaja di media sosial.

Adapun menurut Kaplan dan Haenlin (2010) terdapat enam jenis yang dikategorikan sebagai Media Sosial (Karunia et al., 2021):

1. Proyek kolaborasi, dalam hal ini pengguna dapat mengubah, menambah, atau membuang konten yang ada di website, contohnya seperti Wikipedia.
2. Blog dan Microblogs, dalam hal ini pengguna memiliki kebebasan untuk mengungkapkan apa pun di blog akun mereka, termasuk perasaan, pengalaman, bahkan kritik, contohnya seperti Twitter atau X.

3. Konten dan isi, dalam hal ini pengguna berbagi konten multimedia seperti buku, video, foto, gambar, dan situs web, contohnya seperti Instagram, Tiktok, YouTube.
4. Situs Jaringan sosial, dalam hal ini pengguna dapat terkoneksi dengan mengumpulkan data kelompok, pribadi, atau sosial sehingga orang lain dapat terhubung atau mengaksesnya, seperti Facebook.

Selanjutnya menurut McQuil (1987) terdapat empat alasan audiens menggunakan media sosial, diantaranya ialah (Karunia et al., 2021):

1. Media sosial digunakan sebagai efek hiburan, yang dimana audiens merasakan perasaan senang, santai seolah-olah menghindari dari permasalahan yang sedang dihadapi pada saat itu.
2. Media sosial digunakan sebagai kebutuhan sehari-hari untuk mendapatkan informasi mengenai peristiwa yang saat itu sedang terjadi. Sebagai contoh, audiens membaca informasi di media sosial secara *real-time*.
3. Media sosial digunakan sebagai membangun hubungan dengan orang lain untuk berinteraksi di media sosial. Sebagai contoh, audiens memberikan reaksi di kolom komentar dengan pengguna lainnya untuk menciptakan interaksi dengannya.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka fokus penelitian adalah untuk melihat bagaimana persepsi ibu generasi X dan Y melihat paparan informasi kesehatan mental remaja yang tersebar melalui YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook. Pilihan ini juga membantu peneliti memfokuskan ruang lingkup observasi agar tetap relevan dengan dinamika digital yang dihadapi remaja serta dampaknya terhadap persepsi orang tua mereka. Pembatasan pada empat media sosial tersebut bertujuan untuk memperjelas ruang lingkup penelitian serta menjaga fokus dalam menganalisis persepsi informan terhadap paparan informasi kesehatan mental di media sosial.

#### 2.2.5 Persepsi

Menurut Wood, persepsi bukan sekedar menerima informasi secara pasif, melainkan adanya proses aktif dimana kita memilih, mengatur, dan menafsirkan

berbagai hal di sekitar, seperti objek, peristiwa, orang, situasi maupun aktivitas (Griffin et al., 2019). Ibaratnya, sebagai individu tidak hanya menyerap apa yang ada di dunia luar begitu saja, tetapi secara sadar menentukan apa yang ingin kita perhatikan. Lebih lanjut dalam proses tersebut, terdapat 3 langkah utama, yakni memilih apa yang dianggap penting, mengorganisasikan informasi yang diterima, lalu menginterpretasikannya sesuai dengan pengalaman dan pemahaman masing-masing (Arindita et al., 2024).

Menurut Rakhmat dalam memahami makna dari informasi yang diterima oleh Indera tidak hanya bergantung pada sensasi itu sendiri (Arindita et al., 2024). Makna didasari oleh suatu objek, peristiwa, maupun hubungan informasi yang diterima dan diinterpretasikan. Sedangkan sensasi merupakan salah satu aspek dalam proses persepsi. Maka secara tidak langsung terjadi proses yang juga dipengaruhi oleh perhatian (atensi), harapan (ekspektasi), dan dorongan (motivasi) pada diri seseorang (Arifin, Fuady, & Kuswarno, 2017).

Sehingga pada intinya, Persepsi dipengaruhi oleh berbagai aspek seperti, objek, peristiwa, hubungan informasi, situasi yang kita terima dan tafsirkan. Bagaimana cara pandang seseorang berusaha menentukan, mengapa kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lainnya. Terdapat proses yang bersifat kompleks, dimana atensi, ekspektasi, dan motivasi seseorang seringkali ikut membentuk cara dalam menangkap dan mengartikan sebuah informasi. Proses kompleks tersebut terkait bagaimana pesan yang masuk ke otak dan apa yang terjadi di luar, dapat sangat berbeda dari apa yang di terima ke otak. Sehingga sangat penting untuk memahami tiga tahap yang terlibat dalam proses persepsi. Ketiga tahapan tersebut tidak ada satu pun terpisah, melainkan, berinteraksi satu sama lain dan bercampur aduk (Hasanuddin & Syarif, 2022) :

1. Terjadinya Stimulasi Indra, dengan tahap awal berupa alat indra dirangsang atau distimulasi. Salah satu bentuknya ialah seperti mendengarkan suara musik, melihat orang yang telah lama tidak berjumpa, atau menghirup aroma bunga disekitar lingkungan.
2. Stimulasi Terhadap Indra Diatur, sebagai tahap selanjutnya dengan mengandalkan prinsip atau keyakinan mengatur stimulasi indra. Misalnya prinsip proksimitas (*proximity*) atau kedekatan, membuat objek yang

berdekatan dipersepsikan sebagai satu kesatuan (unity). Sedangkan prinsip kelengkapan (closure), mendorong individu melengkapi bentuk yang tidak sempurna terlihat utuh.

3. Stimulasi alat indra ditafsirkan-dievaluasi, merupakan tahap terakhir dalam proses perseptual, yang dimana kedua aspek tidak dapat dipisahkan. Penafsirann bersifat subjektif, yang tidak hanya dipengaruhi oleh rangsangan eksternal, tetapi juga oleh kebutuhan, keinginan, nilai, keyakinan, serta kondisi fisik dan emosional individu.

Selanjutnya menurut Toha dalam terdapat 2 faktor yang mempengaruhi persepsi yakni faktor internal dan eksternal (Arifin , Fuady, & Kuswarno, 2017). Faktor internal seperti perasaan, sikap serta kepribadian yang terbentuk dari pengalaman hidup, kondisi fisik dan kesehatan mental, nilai-nilai yang dianut. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, tingkat intensitas dan ukuran terhadap suatu hal, keberlawanan atau pertentangan yang muncul.

Sehingga dalam konteks persepsi ibu terkait isu kesehatan mental, dapat dilihat dari cara individu merespons informasi sangat bergantung pada karakteristik demografis, termasuk usia, pendidikan, dan lingkungan sosial. Hal tersebut membuat setiap kelompok memiliki pemahaman dan reaksi yang berbeda terhadap pesan yang diterima secara personal maupun sosial. Kondisi tersebut, akan membentuk cara pandang pengalaman dan pengetahuan terkait informasi digital kesehatan mental remaja di media sosial.

#### 2.2.6 Informasi Kesehatan Mental Remaja

Dilansir dari magdalene.co (2023), data dari *Queensland Centre for Mental Health Research* bahwasannya 15,5 juta anak muda atau remaja di Indonesia mengalami permasalahan berupa kesehatan mental. Masa remaja adalah fase yang khas, di mana pergeseran fisik, emosional, serta sosial terjadi, dan faktor-faktor seperti kemiskinan, pelecehan, atau kekerasan dapat membuat remaja lebih rentan terhadap isu kesehatan mental (Daulay, 2023). Masalah kesehatan mental seperti depresi dan kecemasan telah ditetapkan berkontribusi 16% terhadap beban penyakit global yang dialami oleh 1,2 miliar remaja di seluruh dunia berusia 10 hingga 19

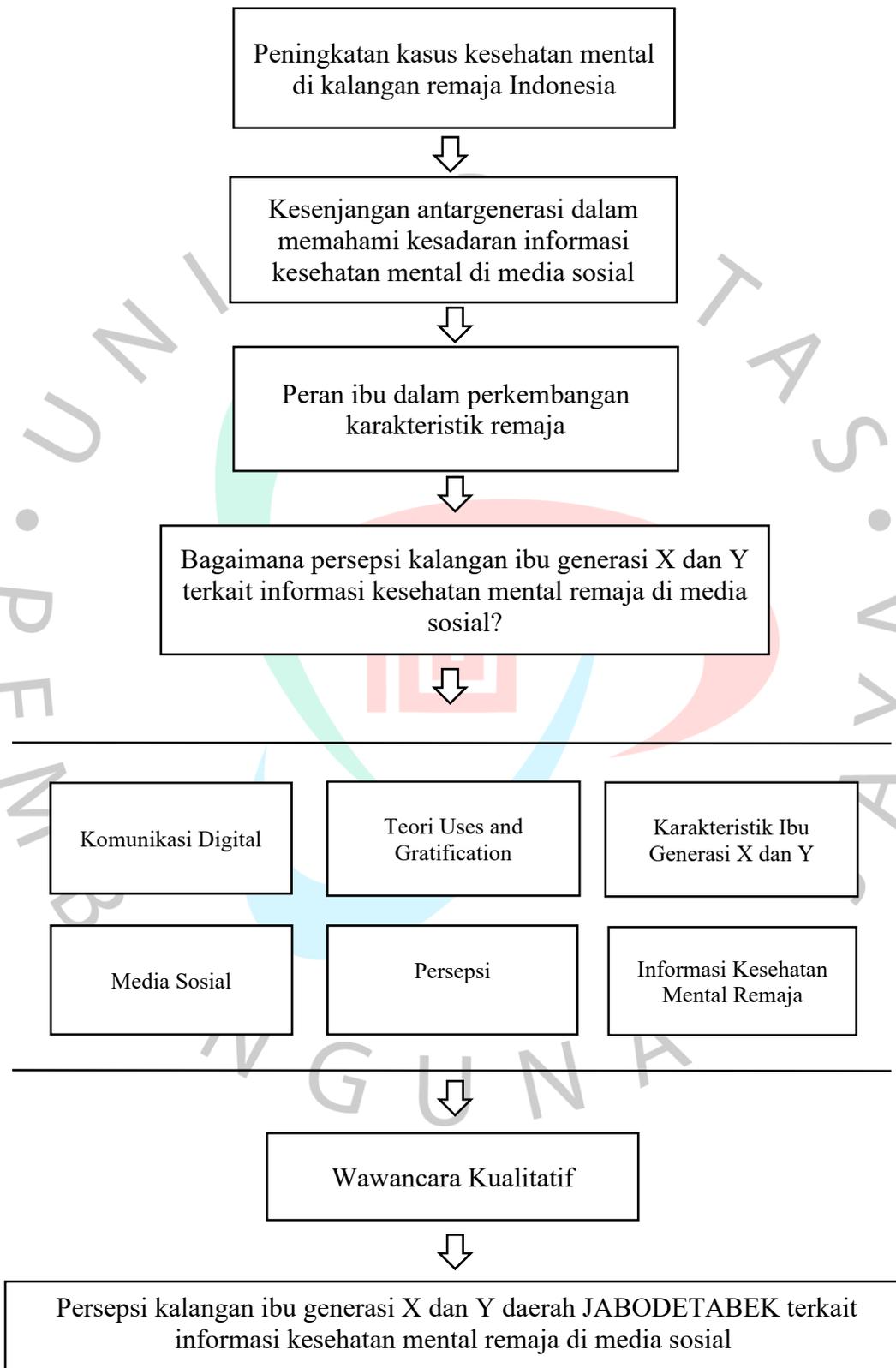
tahun. Gangguan mental lain yang sering muncul pada remaja adalah gangguan perilaku, yang umumnya lebih banyak ditemukan pada remaja yang lebih muda ketimbang yang lebih tua (Daulay, 2023).

Beberapa gangguan yang sering terjadi termasuk ADHD (gangguan pemusatan perhatian dan hiperaktivitas) dan conduct disorder, yang dapat berdampak pada pendidikan remaja dan berpotensi menyebabkan perilaku kriminal. Di samping itu, remaja mulai terlibat dalam berbagai perilaku yang berisiko bagi kesehatan, seperti penggunaan narkoba, perilaku seksual, konsumsi alkohol, atau tindakan kriminal (Daulay, 2023). Perilaku-perilaku yang berisiko ini merupakan cara penyelesaian masalah yang tidak sehat dan sangat berpengaruh terhadap kesehatan mental dan fisik remaja. Mengingat adanya variasi informasi mengenai kesehatan mental remaja, pemenuhan kebutuhan remaja akan kesehatan mental menjadi hal yang sangat krusial untuk dipenuhi (Daulay, 2023).

- Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2009 menetapkan bahwa setiap orang berhak atas pelayanan kesehatan yang aman, berkualitas, lingkungan yang sehat untuk mencapai derajat kesehatan, serta informasi tentang data kesehatan. Yakni termasuk tindakan dan pengobatan yang telah dan akan diberikan oleh tenaga kesehatan (Rasyid, 2021). Pada dasarnya kesehatan merupakan hak asasi manusia dan komponen kesejahteraan yang harus diwujudkan sesuai dengan cita-cita bangsa Indonesia yang digambarkan dalam Undang-Undang dan Pancasila. Yang dimana seseorang sehat secara fisik, mental, spiritual, dan sosial sehingga mereka dapat hidup produktif secara sosial dan ekonomis (Rasyid, 2021).

Oleh karena itu dalam ruang lingkup komunikasi, yang dimana mencakup penyebaran pesan dan pengaruh pada proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan peningkatan dan pengelolaan kesehatan oleh individu maupun komunitas masyarakat (Rasyid, 2021). Selain itu, komunikasi terkait kesehatan mental juga mencakup kegiatan yang menyebarluaskan informasi tentang kesehatan kepada masyarakat, yang bertujuan untuk mendorong perilaku hidup sehat, meningkatkan kesadaran, mengubah sikap, dan mendorong orang untuk mengedepankan kesehatan, salah satunya seperti kesehatan mental (Rasyid, 2021).

### 2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Penelitian ini membahas meningkatnya kesadaran terhadap isu kesehatan mental remaja dalam lima tahun terakhir, seiring dengan data yang menunjukkan bahwa sekitar 13 juta remaja di Indonesia mengalami masalah kesehatan mental. Fenomena ini menjadi perhatian serius, tidak hanya bagi para remaja itu sendiri, tetapi juga bagi lingkungan terdekat mereka, terutama ibu sebagai figur dalam keluarga. Dalam konteks sosial dan kultural di Indonesia, ibu memegang peran penting dalam pengasuhan dan pendampingan psikologis anak, sehingga keterlibatannya dalam menghadapi isu kesehatan mental menjadi sangat krusial.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, terutama media sosial, cara individu memperoleh dan mengakses informasi pun turut berubah. Media sosial kini menjadi kanal utama penyebaran berbagai informasi, termasuk isu kesehatan mental. Namun demikian, tidak semua informasi yang tersebar dapat dipastikan valid dan akurat. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi para ibu dalam menyaring, memahami, dan merespons informasi yang berkaitan dengan kesehatan mental anak mereka.

Penelitian ini secara khusus menyoroti persepsi para ibu terhadap informasi kesehatan mental remaja yang mereka temui di media sosial. Fokus diarahkan pada dua kelompok generasi, yakni Generasi X (1965–1980) dan Generasi Y atau Milenial (1981–1996), mengingat adanya perbedaan karakteristik dalam penggunaan media antara keduanya. Perbedaan ini diperkirakan memengaruhi cara mereka menilai dan menginterpretasi informasi digital yang beredar.

Untuk memahami dinamika tersebut, penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*, yang memosisikan individu sebagai pengguna media yang aktif dan memiliki tujuan tertentu saat mengakses konten. Dalam hal ini, ibu dari Generasi X dan Y diasumsikan menggunakan media sosial tidak hanya untuk mencari informasi, tetapi juga untuk memahami perilaku anak serta memperoleh dukungan emosional. Teori ini membantu menjelaskan bagaimana kebutuhan, latar belakang generasi, dan keterampilan dalam menggunakan media berperan dalam membentuk persepsi terhadap informasi yang diterima.

Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara kualitatif, yang memungkinkan peneliti untuk menangkap pemaknaan, penilaian, dan respons para ibu secara mendalam terhadap informasi kesehatan mental remaja yang mereka

konsumsi di media sosial. Kerangka berpikir dalam penelitian ini dibangun atas dasar keterkaitan antara meningkatnya isu kesehatan mental remaja, pentingnya peran ibu dalam mendampingi anak, perbedaan generasi dalam pengalaman digital, serta motif penggunaan media dalam membentuk persepsi terhadap informasi yang diterima.

