



## Aktivitas Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Informasi Kesehatan Mental Pada Instagram @Howslife.Id

Tiara Meliana<sup>1</sup>, Ade Irfan Abdurahman<sup>2</sup>, Mochammad Mirza<sup>3</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Syekh Yusuf<sup>123</sup>

---

### Abstract

Received: 06 Maret 2024

Revised: 22 Maret 2024

Accepted: 30 Maret 2024

*Mental health conditions must be balanced with physical health conditions, mental disorders can cause problems in daily activities. In the organizational aspect, the use of internet technology is quite important for organizations in carrying out publication activities. This research is aimed at finding out social media management activities as a medium for mental health information on Instagram @howslife.id. Lack of knowledge and interest in mental health platforms makes Instagram users less trusting of online media such as @howslife.id. To achieve this goal, researchers use qualitative descriptive methods that describe the condition of objects systematically, accurately, factually and in detail. The collected data is processed to produce accurate data. The results obtained are activities in managing Instagram social media through scheduling and managing social media in conveying messages or information and communicating with the audience, becoming a content creator to create interesting content and providing information facilities to the audience, disseminating information about mental health and counseling programs in How's Life or @howslife.id, then increases the trust of Instagram users.*

**Keywords:** *social media management, information media, mental health and @howslife.id*

(\*) Corresponding Author: [tiarameliana@gmail.com](mailto:tiarameliana@gmail.com)

**How to Cite:** Meliana, T., Abdurahman, A. I., & Mirza, M. (2024). Aktivitas Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Informasi Kesehatan Mental Pada Instagram @Howslife.Id. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11140662>.

---

## PENDAHULUAN

Kondisi kesehatan mental harus seimbang dengan kondisi kesehatan fisik, gangguan mental bisa mengakibatkan persoalan pada aktivitas sehari-hari. Gangguan pada mental bisa mengacaukan interaksi sosial dengan individu serta mengganggu dalam bidang pendidikan dan kegiatan produktif pada pekerjaan. Gangguan pada kesehatan mental merupakan permasalahan kesehatan yang membutuhkan kepedulian tinggi di Indonesia. Penelitian oleh Syafitri dan Wijayanti (2017) mengungkapkan pada dasarnya penduduk Indonesia mempunyai taraf literasi yang sedikit pada kesehatan mental, dilihat dari sedikitnya pengetahuan tentang bentuk dan indikasi permasalahan pada psikologis yang secara universal dan wawasan mengenai pertolongan atau bantuan psikologis. Pada zaman digitalisasi sekarang ini, informasi di Indonesia sangat mudah untuk dijangkau atau diperoleh. Servis untuk layanan kesehatan mental bisa diperoleh dari berbagai terobosan baru dengan cara pendekatan lewat masyarakat luas melalui informasi layanan kesehatan mental yang ada pada internet. (Wardhani, 2023).

Tingginya jumlah gangguan kesehatan mental di Indonesia, khususnya yang terjadi pada kalangan remaja terbilang sangat tinggi. Menurut data yang diperoleh melalui Indonesia *National Adolescent Mental Health Survey 2022*, sebesar 15,5 juta atau sama

dengan 34,9% remaja mengalami gangguan terhadap kesehatan mental mereka atau sama dengan 5,5% remaja mengalami permasalahan mental. Lewat jumlah keterangan di atas, tercatat 2,6% pengidap yang memanfaatkan sarana konseling emosi serta perilaku. (Arif, 2023).

Kesempatan dalam penggunaan teknologi internet untuk memajukan portal fasilitas kesehatan mental, membuat internet menjadi berhasil dalam menyusutkan keterbatasan dan menghubungkan perolehan bermacam-macam fasilitas kesehatan mental. Dengan hadirnya internet kalangan pemakainya bisa memperoleh keringanan untuk hidupnya, misalnya pada saluran pada informasi yang tidak terbatas, serta saluran komunikasi dengan individu terdekat hingga yang tidak mengenal. Media sosial diketahui sebagai wadah yang penggunaannya bisa mendapatkan bermacam-macam informasi dengan gampang, optimal, dan gesit. Tidak hanya melalui teks, sekarang ini media bisa menggunakan audio, video, dan foto yang dijadikan wadah untuk berkomunikasi disokong oleh teknologi digital. Wadah atau platform media sosial yang ramai dipakai oleh penduduk dunia merupakan Instagram. (Maritska et al., 2023). Lebih dari itu, pemakai internet bisa mendapat kesempatan menggunakan media sosial Instagram dalam memberikan komentar dan sharing informasi dengan pengguna lainnya. (Ayu Priana et al., 2022).

Keefektifan Instagram dijadikan media utama penyebaran informasi kesehatan mental dikarenakan memiliki paling banyak pengguna dan kepopulerannya di kalangan Masyarakat. Melalui data Napoleon Cat, terdapat 109,33 juta pengguna Instagram di Indonesia sampai bulan April 2023. Usia pengguna Instagram tersebut di dominasi sebanyak 38% pada kisaran 18-24 tahun. Sedangkan untuk usia 25-34 tahun sebanyak 30.1%. Dalam kegunaannya, Instagram didayagunakan sebuah komunitas atau organisasi yang memiliki fokus pada penyebaran kesehatan mental yang menjadi penghubung dalam memberitahukan dan mengaplikasikan bermacam-macam informasi mengenai isu kesehatan mental, kelas daring mengenai pengembangan diri, serta jasa layanan konseling kepada pihak yang memerlukannya.

Sampai saat ini sudah banyak terdapat komunitas kesehatan mental yang berkembang melalui media sosial khususnya Instagram, diantaranya adalah Alpas Mental Health Indonesia, Satu Persen Indonesian Life School, Bipolar Care Indonesia, Intrvrt.me, dan Sheshares.id. Keberhasilan penggunaan media sosial Instagram sebagai media informasi telah dikemukakan pada penelitian (Azzahra & Rusmana, 2023), dengan judul "Perspektif Pengguna pada Penyebaran Informasi Kesehatan Mental melalui Akun Instagram @ibunda.id". Hasil penelitian menunjukkan bahwa, akun Instagram @ibunda.id secara transparan bisa mencukupi keperluan informasi kesehatan mental *followers*, lewat kegiatan seperti ini maka akan tercipta sejenis kecondongan *followers* ketika mengaplikasikan perilaku mengelola kesehatan mental pada aktivitas sehari-hari.

Dalam penelitian ini peneliti memilih objek penelitian yaitu @howslife.id karena dalam penelitian ini peneliti mengambil sisi komunikator yang mengelola mulai dari Instagram, Email, WhatsApp, LinkedIn, Telegram, dan Tellonym sebagai pengelola serta memproduksi konten yang ada di @howslife.id dengan tetap mempertahankan maupun membangun citra merek mengenai program serta konten yang disediakan melalui media sosial yaitu Instagram. How's Life (@howslife.id) merupakan platform online berbentuk komunitas yang mempunyai tujuan untuk memberikan psikoedukasi seputar kesehatan mental dan pengembangan diri kepada generasi muda Indonesia yang berusia 17 hingga 30 tahun. Tujuan utama @howslife.id adalah untuk meningkatkan kesadaran generasi muda terhadap pentingnya kesehatan mental untuk keberlangsungan hidup.

Pada pengelolaannya @howslife.id berkembang menjadi sebuah komunitas yang berbentuk sebuah media online melalui beberapa media sosial. Dalam menjalankan aktivitasnya @howslife.id menyediakan sebuah pembelajaran dan pengetahuan mengenai kesehatan mental, kelas online yang berbentuk webinar atau workshop dengan tema kesehatan mental, hingga layanan konseling. Sampai saat ini @howslife.id masih mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai media publikasinya, terutama Instagram yang dijadikan sebagai sarana pendukung utama sebagai publisitas kegiatan @howslife.id. Redahnya mengenai kesadaran kesehatan mental dikalangan masyarakat membuat media online seperti @howslife.id kurang diminati. Penyediaan informasi mengenai kesehatan mental, penanganan, serta bantuan konselor pada @howslife.id masih jarang dimanfaatkan terutama di kalangan anak muda. Penulis melihat, brand image mengenai platform kesehatan mental masih diabaikan dan jarang dimanfaatkan.

Hal tersebut tentu tidaklah mudah untuk membuat pengguna media sosial mengenal dan mengetahui informasi mengenai @howslife.id. Dilihat dari karakteristik media sosial yang bersifat menghibur, tidak semua pengguna media sosial mempunyai kemauan untuk belajar ketika mengakses media sosial. Selain itu, konten yang disebarluaskan melalui feeds Instagram masih terlalu sedikit dijangkau oleh pengguna Instagram. Sementara itu, dalam mempublikasikan program-program yang disediakan dan konten Instagram @howslife.id sudah melakukan kerjasama dengan beberapa platform media lain dan melalui Instagram story untuk membentuk image dari program-program dan konten @howslife.id. Kurangnya pengetahuan dan minat mengenai platform kesehatan mental, membuat pengguna Instagram kurang percaya terhadap media online seperti @howslife.id. Usaha publikasi dan sosialisasi program dan konten dilaksanakan melalui Instagram story setiap harinya.

Dari permasalahan ini maka aktivitas pengelolaan media sosial menjadi fokus utama dalam permasalahan ini. Media sosial dapat menarik minat pengguna media sosial untuk mengikuti, menanggapi, dan menyimak kegiatan yang disediakan oleh @howslife.id dengan mempublikasikannya melalui media sosial. Menyajikan informasi seputar publikasi kegiatan dan program yang disediakan oleh @howslife.id. Serta membagikan tentang aktivitas sehari-hari melalui Instagram story. Media sosial dioptimalkan dengan menggunakan konten yang menarik melalui visual serta mengadakan konten interaktif. Kurangnya minat dan literasi digital pada @howslife.id, menciptakan sebuah permasalahan brand image.

Dengan pertimbangan kegiatan yang dilakukan oleh @howslife.id dalam mendayagunakan penggunaan internet dan media sosial dengan maksimal sebagai media informasi kesehatan mental. diharapkan menjadi sebuah landasan dalam kegiatan komunikasi untuk membentuk membangun terciptanya sebuah sarana informasi mengenai kesehatan mental yang dapat membantu pengguna Instagram. Lalu pemanfaatan internet sangat dibutuhkan untuk melakukan komunikasi dalam menciptakan interaksi dengan khalayak. Mengasumsikan dari latar belakang di atas, penulis ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media informasi. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada media sosial Instagram @howslife.id dengan judul “Aktivitas Pengelolaan Media Sosial sebagai Media Informasi Kesehatan Mental pada Instagram @howslife.id”.

## **Tinjauan Pustaka**

### **1. Teori Perencanaan Pesan**

. Teori perencanaan (theory of planning) adalah sejenis teori tersohor mengenai penyusunan pada disiplin komunikasi yang diciptakan oleh Charles Berger dengan

mendeskripsikan langkah seseorang atau instansi ketika merancang aktivitas komunikasi. (R. Pandora, 2018) “Teori perencanaan dioptimalkan menjadi respon atau pendapat jika komunikasi adalah prosedur menggapai tujuan. Individu tak berpartisipasi pada aktivitas komunikasi kecuali individu tersebut melaksanakannya; individu melakukan komunikasi agar dapat melengkapi tujuan. Langkah-langkah intelektual melahirkan petunjuk esensial untuk mengatur dan membagikan pesan-pesan agar menggapai tujuan. Langkah pesan yang memberikan kemungkinan pelaksana komunikasi menggapai tujuan semakin beragam dan efektif; maka potensi komunikasi akan bersandar melalui taraf langkah pesan seseorang.”

## **2. Media Sosial**

Media sosial merupakan situs yang terdapat individu yang bisa membuat web page dengan pribadi, kemudian terhubung satu dengan lainnya berbagi informasi dan aktivitas berkomunikasi. (Rafiq, 2020). Safko dan Brake (2012) menjabarkan jika media sosial mempunyai pengertian berwujud aktivitas atau penerapan lewat komunitas individu yang terhimpun secara online memiliki maksud bertukar informasi, wawasan, opini-opini menggunakan obrolan media.

## **3. Instagram**

Atmoko (2012:10) mempunyai pendapat bahwa, “Instagram merupakan suatu aplikasi yang berasal dari telepon pintar secara eksklusif sebagai media sosial yang berasal dari media digital memiliki kegunaan nyaris sepadan dengan Twitter, tetapi kontradiksinya terdapat ketika pengambilan gambar pada wujud atau keberadaan dalam membagikan informasi ke pemakainya”. Instagram bisa dapat menciptakan kreativitas untuk pemakainya serta bisa mengembangkan gagasan, sebab Instagram memiliki fitur yang bisa menciptakan gambar tampak cantik, elok, dan bagus. (Abdurahman & Aulia, 2020)

Instagram memiliki kepanjangan dari “Insta” yang berarti instan, yang dideskripsikan dengan kamera polaroid yang diingat melalui tuturan “Berfoto dengan instan”. Sementara itu, “gram” datang dari penggalan frase “Telegram”, yang dicocokkan dengan filosofi Telegram yaitu mentransfer pesan dengan cekatan. Instagram mempertunjukkan foto dengan langsung, yang dimanifestasikan dengan polaroid. Instagram muncul pada tahun 2011, yang dibuat oleh seorang CEO (*Chief Executive Officer*) perusahaan Burbn, yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram adalah media sosial sangat terkenal dikalangan masyarakat, khususnya yang memiliki kesukaan pada bidang fotografi, videografi, sunting foto, membuat caption, dan mengunggah foto di akun Instagram (Atmoko, 2012 dalam (Evelina & Handayani, 2018).

## **4. Media Informasi**

Media informasi diketahui secara umum adalah wadah yang dipakai ketika menyatukan dan menyusun informasi lalu didapatkannya keterangan yang bermanfaat bagi pencari informasi. Melalui kemunculan media informasi, semua masyarakat dapat memperoleh informasi dan dapat berhubungan dengan individu lainnya. Baran dan Davis (2009) mengemukakan bahwa, informasi merupakan keterangan yang sudah digarap membentuk sesuatu yang esensial untuk pencari informasi serta memiliki elemen yang konkret bisa ditanggung melalui ketetapan-ketetapan saat ini hingga masa yang akan datang.

## **5. Kesehatan Mental**

Kesehatan mental adalah keadaan seseorang yang terlepas dari seluruh wujud indikasi permasalahan mental. Seseorang yang waras kondisi mentalnya, maka akan bekerja dengan seimbang ketika melaksanakan aktivitas serta bisa melakukan orientasi

dengan konflik-konflik hidup melalui kekuatan pengelolaan stress. Format kategoris kesehatan mental sudah ditetapkan melalui WHO yang mana tercatat pada peraturannya jika kesehatan merupakan kondisi penuh ketentraman tubuh, jiwa, dan luwes serta tidak hanya terdapatnya komplikasi atau kesenjangan. Aturan Kesehatan mental mencakup ketentraman, keyakinan dalam mengatur tindakan yang dialami, kedaerahan, kemampuan dan pengesahan dalam melaksanakan kemampuan wawasan dan kejiwaan. (Masyah, 2020). Merriam Webster seorang ahli Kesehatan menjabarkan bahwa, kesehatan mental adalah sebuah kondisi sentimental dan kejiwaan yang optimal, seseorang bisa menggunakan keunggulan interpretasi dan emosi yang berguna untuk himpunannya, serta mencukupi keperluan untuk kehidupannya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan di Jalan Raya Pasar Kemis, Kabupaten Tangerang. Observasi dilaksanakan secara tatap muka atau secara virtual melalui sarana WhatsApp, Google Meet, atau Zoom Meeting. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah *public relations manager, social media manager, content writer* serta pediri @howslife.id. Objek penelitian ini adalah fakta internal *platform media online* yang sudah disusun dan ditelaah faktanya. Maka, objek di penelitian ini adalah penggunaan bahasa yang dipakai dalam aktivitas pengelolaan media sosial sebagai media informasi Kesehatan mental pada Instagram @howslife.id. Pada penelitian ini digunakan paradigma konstruktivisme. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Tipe penelitian ialah studi kasus. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan informan. Pada penelitian ini, peneliti menyelidiki data menggunakan teknik deskriptif kualitatif lewat penyajian uraian mengenai reaksi analisis data yang telah didapatkan, yang kelak dapat meneruskan deskripsi mengenai indikasi yang muncul untuk dapat diambil ketetapan, melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perencanaan perilaku merupakan aktivitas pembentukan prosedur-prosedur sesuai perencanaan dalam menggapai tujuan yang sudah ditentukan pada metode tersebut. Sebuah perencanaan bisa saja dilihat optimal melalui kerangka imajinernya serta di balik layer, namun tidak bisa ditebak ketika sudah dilaksanakannya observasi. Saat akan melaksanakan perkembangan metode prosedur melalui pesan pada sebuah perencanaan pesan serta sarana komunikasi, terdapat tiga factor pada pesan yang harus diteliti, yaitu: ciri pesan, daya tamping pesan, dan pengelolaan pesan. Berlo (Pandora, 2018) sebuah ciri bisa diartikan menjadi himpunan tanda yang ditata semacam itu maka terdapat makna untuk seluruh individu.

Perencanaan ciri atau isi pesan adalah usaha dalam memasukkan pesan yang sudah menjadi kode dan mengurutkannya pada susunan-susunan spesifik sampai pesan diutarakan bisa sungguh-sungguh dimengerti bagi pemeroleh sebanding dengan maksud komunikasi. Wayne N. Thompson, dalam komunikasi persuasif merekomendasikan jika inti atau isi pesan wajib: (1) Memukau Sorotan. Terdapat materi-materi yang memukau sorotan; (2) Memprovokasi dan Memotivasi. Pesan terdapat dampak pada mental.

Ketika ingin mengunggah konten pada media sosial, @howslife.id menciptakan perancangan perbuatan melalui penciptaan pesan ke dalam konten yang di desain memakai warna yang elementer terutama warna biru untuk menciptakan kesan aman dan damai. Isi pesan berupa informasi kesehatan mental yaitu cara mengelolanya, kesehatan

mental yang dikaitkan pada film atau lagu, cara menghindarinya, dan solusi mengenai permasalahan mental. Perencanaan lainnya adalah penciptaan *caption* yang menggunakan teknik “*copywriting*” melalui konten yang nantinya akan di unggah ke Instagram. How’s Life atau @howslife.id menciptakan rencana melalui pesan yang ada pada *caption* Instagram dimana mengandung informasi yang efektif, tidak bersifat menggurui agar audiens membacanya merasa nyaman, logis dan sesuai fakta melalui sumber terpercaya. Pesan tersebut berjenis persuasif, untuk mengajak audiens selalu menyadari bahwa kesehatan mental hal yang sangat penting.

Mengenai perencanaan atau perancangan perbuatan, @howslife.id menciptakan perencanaan pesan, saat akan mengunggah konten pada Instagram diciptakannya sebuah pesan bersifat menerangkan atau informatif. Terdapat empat kategori perencanaan pesan yang jelas, yaitu:

*Space Order*, penataan pesan yang dilihat pada situasi zona atau lingkungan layaknya universal, territorial, serta wilayah.

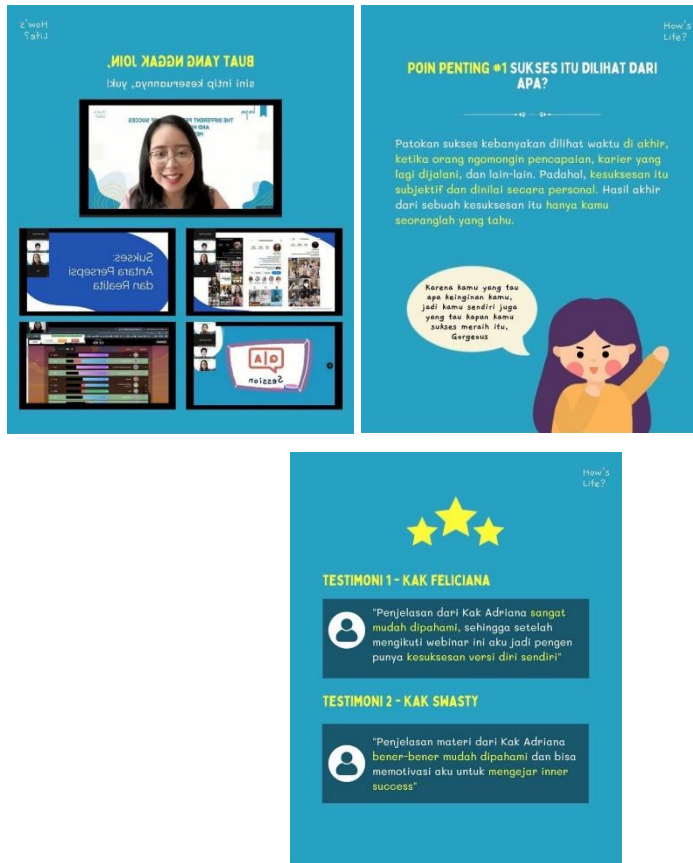
*Time Order*, penataan pesan menurut durasi yang ditata dengan kejadian.

*Deductive Order*, penataan pesan melalui sesuatu yang tidak spesifik ke spesifik.

*Inductive Order*, penataan pesan melalui sesuatu yang spesifik ke tidak spesifik.

Penataan pesan memiliki karakter yang memberikan informasi jelas dipakai @howslife.id melalui *space order* dan *time order* pada konten melalui *caption* pada unggahan Instagram dalam membagikan informasi kesehatan mental, webinar kesehatan mental, dan kegiatan konseling. *Space order* yang dipakai adalah pesan yang di dalamnya terkandung terdapat keterangan kegiatan misalnya webinar yang dilaksanakan secara online melalui Zoom Meeting atau Google Meet. Sedangkan, *time order* dipakai dalam memberitahukan tentang periode aktivitas seperti webinar dan *campaign* kesehatan mental yang diunggah tiga minggu sebelum aktivitas diselenggarakan.

How’s Life atau @howslife.id memakai penyusunan pesan yang bersifat memberikan informasi melalui *deductive order* dan *inductive order* yang disatukan pada sebuah konten yang diunggah. Salah satu konten yang mengandung unsur *deductive order* dan *inductive order* adalah unggahan mengenai keseruan acara webinar atau *Life Talk* yang didalamnya terdapat rangkuman materi, foto pembicara, dan peserta. Publikasi dilakukan untuk memberitahukan audiens mengenai acara tersebut. Curalate melaksanakan sebuah studi yang berbunyi bahwa, foto dengan memakai corak biru kebanyakan memiliki potensi dilirik banyak orang lain halnya dengan corak lain. Namun, foto yang dikombinasikan melalau corak tunggal akan semakin terdepan dibandingkan dengan foto tidak berwarna. Kemudian harus berisi panggilan agar bisa cepat beraksi yang ditunjukkan pada audiens atau pengikut.



Gambar 4. 1 Isi Konten @howslife.id

How's Life atau @howslife.id mengutarakan pesan atau informasi melalui beberapa foto dan teks yang satu sama lain bernaungan. Ini disampaikan melalui keperluan pesan, supaya makna pesan dan tanda pesan pada konten Instagram yang ada pada akun @howslife.id bisa mencukupi maksud pesan tersebut. Mengenai prosedur penyiaran pesan melalui cara persuasive pada konten yang diciptakan. Pesan tersebut berisi ajakan untuk mengalihkan respons, karakter, dan opini audiens. Maka, penataan pesan persuasive mempunyai semacam asumsi. Asumsi memiliki peran yang diinginkan orang yang menciptakan pesan dengan receiver berdasarkan reaksi pesan yang dibagikannya, maka tiap pesan diciptakan dengan hadirnya transfigurasi.



Gambar 4. 2 Ajakan Melalui Pesan Konten @howslife.id

Penataan pesan yang memiliki karakter meyakinkan dipakai @howslife.id yaitu *emotional appeal* dan *motivation appeal*. Penataan pesan ini dipakai pada seluruh unggahan tentang Kesehatan mental yang banyak dialami individu di sekitar kita, salah satunya adalah unggahan gambar dan juga caption mengenai Sebuah Cerita Bunuh Diri Bersama, dari Film Kembang Api (2023)”. Inti dari pesan adalah mengemukakan film yang bercerita mengenai empat orang yang memiliki rencana bunuh diri tentang fasilitas @howslife.id yaitu berupa support group untuk saling bertukar cerita. *Support Group* dalam film ini digunakan sebagai tempat mengekspresikan masalah mereka, sehingga @howslife.id dengan senang hati menyediakan sarana tersebut bagi siapa saja yang mengalami permasalahan yang sama. Dilihat dari adanya komentar pada unggahan, lalu isi pesan juga mengarahkan dukungan pada orang-orang atau audiens yang sedang mengalami masa sulit.

Menurut pernyataan tersebut, bisa disimpulkan jika pesan yang dipublikasikan melalui media memiliki karakteristik universal, sebab penyusunan pesan dilakukan berdasarkan sarana yang digunakan. Publikasi pesan bukan hanya mengumpulkan khalayak atau menggunakan teknik ajakan, maka perlu dioptimalkan pemakaian media atau sarana tersebut. Melalui Instagram @howslife.id mengoptimalkan melalui gambaran visual, desain, teks yang berupa *caption* dan tidak lupa memperlihatkan sifat dari akun @howslife.id

Penelitian (Azzahra & Rusmana, 2023) membuktikan jika, Instagram @ibunda.id bisa melengkapi keperluan informasi kesehatan mental *followers* mereka lewat kecanduan dalam mengelola kesehatan mental pada aktivitas sehari-hari. Pengkajian ini bisa memperlihatkan jika pemakaian Instagram bisa dijadikan sarana publisitas yang optimal dalam menyebarkan informasi dilihat dari penggunaannya yang sederhana dan mudah dijangkau orang lain.

Penelitian (Ayu Priana et al., 2022) membuktikan jika, adanya ikatan dengan pemakan media sosial Instagram @riliv dalam mencakupi keperluan informasi kesehatan mental pengikut. Dalam memenuhi keperluan informasi kesehatan mental *followers* akan selalu berkembang.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa aktivitas pengelolaan media sosial sebagai media informasi pada Instagram dapat memenuhi kebutuhan dan pengetahuan informasi mengenai kesehatan mental melalui Instagram. Berdasarkan analisis data peneliti dan didukung dengan data-data sekunder pada saat ini How's Life atau @howslife.id telah berhasil menjadikan Instagram sebagai media informasi kesehatan mental, meningkatkan kepercayaan melalui caption dan konten yang dibuat, menarik perhatian mengenai *brand* yang disediakan seperti konten dan program-program utamanya.

1. Aktivitas Pengelolaan Media Sosial sebagai Media Informasi Kesehatan Mental pada Instagram @howslife.id, yaitu:
  - a. Penjadwalan dan pengelolaan *social media* dalam menyampaikan sebuah pesan atau informasi dan berkomunikasi dengan khalayak.
  - b. Menjadi konten kreator untuk menciptakan konten-konten menarik dan memberikan sarana informasi kepada khalayak.
  - c. Penyebaran informasi mengenai kesehatan mental dan program konseling pada How's Life atau @howslife.id

- d. Meningkatkan kepercayaan pada pengguna Instagram melalui pesan yang disampaikan secara persuasif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, A. I., & Aulia, R. (2020). Fenomena Mikro-Selebriti Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Video Viral Akun @Helenjunet Tanggal 22 Maret 2019 Pada Pengguna Instagram). *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.33592/dk.v7i1.578>
- ardhani, F. M. (2023). *Jurnal Pendidikan dan Penciptaan Seni Edukasi Kesehatan Mental Melalui Media Digital Sebagai Upaya Menghapus Stigma Gangguan Mental Mental Health Education Through Digital Media as an Effort to Eliminate the Stigma of Mental Disorders*. 3(April), 10–16. <https://doi.org/10.34007/jipsi.v3i1.238>
- Arif, A. (2023). *Krisis Kesehatan Mental Melonjak di Kalangan Remaja - Kompas.id*. Kompas.Com. <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/05/03/krisis-kesehatan-mental-melonjak-di-kalangan-remaja>
- Ayu Priana, Sutjipto, V. W., & Romli, N. A. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 85–97. <https://doi.org/10.35814/coverage.v12i2.3097>
- Ayu Priana, Sutjipto, V. W., & Romli, N. A. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 85–97. <https://doi.org/10.35814/coverage.v12i2.3097>
- Azzahra, S. D., & Rusmana, A. (2023). Perspektif pengguna pada penyebaran informasi kesehatan mental melalui akun Instagram @ibunda.id. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, 3(1), 33. <https://doi.org/10.24198/inf.v3i1.44420>
- Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra). *Warta ISKI*, 1(01), 71. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v1i01.10>
- Maritska, Z., Prananjaya, B. A., Nabila, S. P., & Parisa, N. (2023). *ARTIKEL RISET URL artikel : https://whj.umi.ac.id/index.php/whj/issue/archive Promosi Kesehatan Jiwa Berbasis Media Sosial ( Instagram Live ) bagi Masyarakat di Masa Address : Phone : Article history : PENDAHULUAN Kesehatan mental merupakan suatu hal yang*. 04(01), 13–22.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.