

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Pada penelitian kali ini akan dirasa kurang lengkap apabila tidak memasukan penelitian yang menginspirasi peneliti dalam melakukan penelitian ini. Dengan mengkaji penelitian terdahulu peneliti memiliki gambaran terhadap permasalahan yang akan diangkat, selain itu juga berfungsi agar peneliti dapat lebih banyak mengembangkan serta melengkapi kekurangan pada penelitian sebelumnya.

Refrensi pertama peneliti berjudul “Analisis Pasien *Self-Diagnose* berdasarkan Internet pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama” oleh Muhammad Faris Akbar dari Prodi Kedokteran Fakultas Universitas Sebelas Maret yang dipublikasikan dalam Jurnal. Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat kebumen dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana edukasi yang harus dilakukan terhadap pasien yang mendiagnosis dirinya sendiri setelah membaca informasi kesehatan di internet. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan berupa hasil wawancara.

Hasil penelitian dalam penelitian ini keberadaan informasi kesehatan pada internet memiliki 2 dampak yaitu yang menguntungkan maupun yang merugikan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pasien dijelaskan bahwa keberadaan informasi di internet dapat membantu dirinya, lalu kerugian yang didapat tergantung kepada pasien itu sendiri dalam menyikapi informasi dari internet tersebut. Komunikasi antara dokter dan pasien sangat penting agar dokter dapat menyakinkan pasien bahwa diagnosis yang dilakukan melalui internet belum tentu benar. Kesimpulan penelitian, pasien yang melakukan diagnosa mandiri diperlukan tindakan edukasi dengan cara berdiskusi satu sama lain, hal ini dimaksudkan agar pasien yakin kepada diagnosis yang dokter berikan kepadanya. Kekurangan dari penelitian ini adalah pembahasan atau saran penelitian kurang memberikan solusi kepada masyarakat bagaimana agar kita tidak langsung percaya terhadap informasi yang berada di internet.

Penelitian kedua, Penelitian Berjudul “*Self-diagnose in Psychology student*” oleh Aziz Ahmed dan Stephen Samuel dari Christ University dipublikasikan dalam *The international journal of indian Psychology*, Tahun 2017. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa psikologi di Christ University dengan tujuan untuk mengeksplorasi secara kualitatif teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian yaitu purposive sampling dan wawancara.

Hasil penelitian yang didapat dalam penelitian ini diagnosis mandiri (*Self-diagnose*) secara umum dibagi menjadi dua efek yaitu positif dan negatif, selain itu faktor internal dan eksternal mempengaruhi seseorang dalam melakukan diagnosis mandiri . Kesimpulan dalam penelitian ini faktor proksimal dari pengetahuan klinis menyebabkan mahasiswa melakukan diagnosa sendiri. Baik

faktor intrinsik maupun ekstrinsik kekurangan dari penelitian ini adalah pembahasan atau saran penelitian tidak adanya saran bagi pencegahan mahasiswa untuk tidak melakukan diagnosis mandiri sehingga masih banyak mahasiswa yang melakukan diagnosis mandiri.

Penelitian ketiga, Penelitian Berjudul “Tren *Self-Diagnose* Di Media Sosial Twitter” oleh Normansyah dari prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung tahun 2021. Penelitian ini dilakukan kepada para remaja di Kota Bandung dengan tujuan untuk mengetahui motif, makna, dan pengalaman dari para remaja yang melakukan *self-diagnose* pada media sosial Twitter.

Hasil dari penelitian yang didapat dalam penelitian ini ialah motif remaja dalam melakukan *self-diagnose* di media sosial twitter dapat dikategorikan sebagai motif untuk (*in order to motive*) dan motif sebab (Because motive). Motif seseorang dapat menggambarkan bagaimana seseorang tersebut berperilaku dalam melakukan tindakan *self-diagnose*. Makna melakukan tindakan *self-diagnose* di media sosial twitter pada remaja dimaknai sebagai sebuah proses *self-indication* yang dimana pada proses komunikasi dengan diri sendiri sehingga pada akhirnya para remaja memutuskan untuk melakukan suatu tindakan. Sedangkan untuk pengalaman remaja selama ini melakukan *self-diagnose* di media sosial *Twiter* dapat terjadi karena adanya keamatan hubungan antar remaja dengan informasi yang didapatkan, semakin sama informasi yang didapat maka akan semakin besar

kemungkinan remaja melakukan *self-diagnose* di media sosial twitter. *Self-diagnose* sudah menjadi sebuah tren yang dilakukan oleh remaja memiliki dampak negatif maupun positif, meski begitu para ahli tidak merekomendasikan *self-diagnose* karena dampak negatifnya lebih banyak dibanding dampak positifnya.

Table 2. 1 Review Penelitian Sejenis

No	Nama Peneliti	Judul	Metode penelitian	Hasil	Persamaan Penelitian	Perbedaan dengan penelitian ini.
1	Muhammad Faris Akbar dari Prodi Kedokteran Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret dalam Jurnal	Analisis Pasien <i>Self-diagnose</i> Berdasarkan internet pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama	Metode Penelitian Kualitatif	Keberadaan Informasi kesehatan di internet dapat menguntungkan maupun merugikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pasien dijelaskan bahwa keberadaan informasi di internet dapat membantu dirinya, lalu kerugian yang didapat tergantung kepada pasien itu sendiri dalam menyikapinya. Komunikasi antara dokter dan pasien sangatlah penting agar dokter dapat meyakini pasien bahwa diagnosis yang dilakukan melalui internet itu belum tentu benar	Penggunaan metode Kualitatif. Menyoroti perilaku Diagnosa Mandiri	Subjek penelitian akan berfokus pada pengguna tiktok yang melakukan Diagnosa Mandiri.
2	Aziz Ahmed dan Stephen Samuel dari Christ University dipublikasikan dalam <i>The International</i>	<i>Self-Diagnose</i> in Psycology Student	Metode Kualitatif	Diagnosa diri secara luas dibagi berdasarkan efek yaitu efek positif dan efek negatif, selain itu faktor internal dan eksternal mempengaruhi seseorang melakukan diagnosa diri	Memiliki objek penelitian yang sama yaitu aktivitas diagnosa mandiri Menyoroti kesehatan mental	Penelitian ini akan berfokus pada efek yang ditimbulkan media sosial tiktok yang mengakibatkan beberapa pengguna

	<i>Journal of Indian Psychology</i> , tahun 2017					melakukan Diagnosa Mandiri.
3	Normansyah dari prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung tahun 2021	Tren <i>Self-Diagnose</i> Di Media Sosial Twitte	Metode Kualitatif, Teori Fenomenologi Alfred Schutz	<i>Self-diagnose</i> sudah menjadi sebuah tren yang dilakukan oleh remaja memiliki dampak negatif maupin positif, meski begitu para ahli tidak merekomendasikan <i>self-diagnose</i> karena dampak negatifnya lebih banyak dibanding dampak positifnya.	Penggunaan Metode penelitian Kualitatif dan Teori Fenomenologi Alfred Shcutz Menyoroti perilaku Diagnosa Mandiri	Penelitian ini akan menjelaskan bagaimana fenomena diagnosa mandiri pada media sosial Tiktok

2.1.2 Kerangka konseptual

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan proses pengiriman dan penerimaan informasi antara dua atau lebih individu. Menurut definisi yang diberikan oleh para ahli, komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses yang membutuhkan pengiriman dan penerimaan pesan yang dilakukan secara aktif dan berkualitas.

Komunikasi juga merupakan pertukaran simbol dalam istilah komunikasi “simbol” merupakan sesuatu yang digunakan untuk menunjukkan sesuatu kepada orang lain, berdasarkan kesepakatan kelompok orang. (Sobur, 2006 : 157). Bahasa, kata, gesture, tanda merupakan bagian dari simbol yang digunakan manusia dalam mendefinisikan suatu makna. Sehingga apa yang dipelajari dalam ilmu komunikasi, merupakan bagaimana implikasi yang muncul dari penggunaan dari berbagai simbol tersebut.

Definisi dari pengertian komunikasi sangatlah beragam dan dapat dijelaskan oleh beberapa ahli komunikasi, salah satu ahli yang menjelaskan pengertian ilmu komunikasi ialah Wiryanto. Wirnyanto menjelaskan bahwa :

“Komunikasi mengandung makna bersama-sama (Common). Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifat yang diambil dari *communis* yang bermakna umum bersama-sama” (Wiryanto, 2004:5)

Pada hakikatnya komunikasi merupakan suatu proses yang membuat komunikan (orang yang menerima pesan) dengan komunikator (orang yang memberi pesan) memiliki maksud atau tujuan yang sama atau sesuai.

“Communication science seek to understand the production processing and effect of symbol and signal system by developing testable theories containing lawful generalization, that explain phenomena associater with production, processing, and effect” (Berger & Chaffe dalam Rismawaty et al, 2014:63)

Dari pengertian diatas, cukup merangkum dan menerangkan berbagai konteks komunikasi, bahkan dalam pengertian tersebut sudah termasuk untuk menerangkan produksi, pemrosesan, efek atau sistem signal di dalam komunikasi. Komunikasi merupakan hal yang mendasar dalam kehidupan manusia, bahkan komunikasi sudah menjadi suatu fenomena masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi yang dimana setiap individu tersebut dalam masyarakat itu sendiri saling menukar atau berbagi informasi untuk dalam upaya mencapai tujuan bersama.

Menurut Effendy komunikasi merupakan suatu proses penyampaian sebuah pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk menyampaikan atau memberi suatu informasi untuk mengubah sikap. Pendapat ataupun perilaku, baik langsung secara lisan maupun secara tidak langsung (Effendy,2001:5)

Pada definisi tersebut terlihat bahwa tujuan dari komunikasi itu sendiri yaitu untuk memberi tahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*Opinion*), maupun perilaku (*behavior*). Selain itu Joseph A Devito menegaskan bahwa komunikologi merupakan orang yang ahli dalam ilmu komunikasi. Istilah komunikasi itu sendiri digunakan dalam tiga bidang studi mengenai proses komunikasi.

Luasnya ranah komunikasi apabila didefinisikan :

“Kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, yakni kegiatan penyampaian dan penerimaan pesan, yang mendapat distorsi dari gangguan-gangguan, dalam suatu konteks yang menimbulkan efek dan kesempatan arus balik. Oleh karena itu,

kegiatan komunikasi meliputi komponen-komponen sebagai berikut : konteks, sumber, penerima, pesan, saluran, gangguan, proses penyampaian atau proses *encoding*, penerimaan atau proses *decoding*, arus balik dan efek. Unsur-unsur tersebut merupakan inti atau esensial dalam kegiatan komunikasi. Ini dapat kita namakan kesemestaan komunikasi; unsur-unsur yang terdapat pada setiap kegiatan komunikasi, apakah itu intra-persona, antarpersona, kelompok kecil, pidato, komunikasi massa atau komunikasi antarbudaya” (Devito dalam Effendy, 2005: 5)

Sedangkan komunikasi menurut Riger dan D Lawrence dalam Cangara, mengatakan bahwa komunikasi merupakan suatu proses yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang membentuk atau melakukan sebuah pertukaran informasi satu sama lainnya, yang pada akhirnya akan mendapatkan rasa saling pengertian yang mendalam (Riger dan Lawrence dalam Cangara, 2002).

Sementara Raymond S Ross dalam Jajaluddin Rakhmat, melihat bahwa komunikasi berawal dari sebuah proses penyampaian suatu lambang :

“A Transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such a way as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to the intended by the source” (Ross dalam Rakhmat, 2007:3)

Dalam pengertiannya dijelaskan bahwa proses trasaksional meliputi pemisahan dan pemilihan bersama, lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga dapat membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respon yang sama dengan dimaksud oleh sumber. (Rakhmat, 2007 : 3)

Dari beberapa kesimpulan diatas dapat disimpulkan komunikasi merupakan suatu proses pertukaran sebuah pesan atau informasi yang dilakukan dua orang atau lebih, untuk memperoleh sebuah akhir yang sama dalam artian memiliki tujuan yang sama.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Menurut Onong Unchjana Effendy dalam buku Dimensi-dimensi Komunikasi ada empat fungsi komunikasi yaitu :

1. Public Information

Memberikan sebuah informasi kepada masyarakat. Perilaku menerima informasi ini merupakan sebuah perilaku alamiah manusia. Dengan menerima sebuah informasi yang benar dan akurat masyarakat akan merasa aman dan tenang serta memudahkan dalam mengambil keputusan.

2. Public Education

Mendidik masyarakat, kegiatan komunikasi pada masyarakat dengan bertukar informasi yang benar dan akurat akan menjadikan masyarakat lebih baik, lebih maju, lebih berkembang kebudayaannya. Kegiatan mendidik masyarakat ialah memberikan informasi yang dapat menambah kemajuan masyarakat dengan tatanan komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang paling efektif dalam mendidik masyarakat.

3. Public Persuasion

Mempengaruhi masyarakat, kegiatan memberi informasi pada masyarakat dapat dijadikan sebagai sasaran untuk mempengaruhi masyarakat ke arah perubahan sikap dan perubahan perilaku yang diharapkan

4. Public Entertainment

Menghibur masyarakat, perilaku memberi informasi selain untuk memberikan rasa aman di masyarakat memberi informasi juga memiliki tujuan untuk menghibur masyarakat. Apalagi seperti sekarang ini banyak informasi disajikan melalui media hiburan.

Menurut William I. Gordon (Deddy,2010) terdapat empat fungsi komunikasi yaitu :

1) Fungsi Komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, menunjang kelangsungan hidup, terhindar tekanan dan ketegangan, hingga membangun hubungan dengan orang lain

2) Komunikasi Ekspresif

Fungsi Komunikasi Ekspresif, Fungsi yang tidak bertujuan mempengaruhi orang lain, namun untuk menyampaikan perasaan (Emosi) kita.

3) Komunikasi Ritual

Fungsi Komunikasi Ritual, Fungsi yang bertujuan menjalankan upacara upacara adat tertentu, dan dalam setiap upacara adat tersebut terdapat pengucapan kata-kata maupun menampilkan perilaku simbolik.

4) Komunikasi Instrumental

Komunikasi Instrumental, memiliki beberapa tujuan yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan dan mengubah perilaku seseorang. Instrumental sering juga disebut membujuk (Persuasive).

2.1.2.3 Tujuan Komunikasi

Setiap manusia yang melakukan komunikasi tentunya mempunyai tujuan tertentu, secara umum tujuan komunikasi merupakan sebuah proses agar lawan bicara mengerti serta memahami apa yang dimaksud dari makna pesan yang disampaikan, lebih lanjut lagi diharapkan adanya dorongan untuk melakukan perubahan opini, sikap, dan perilaku. Dalam bukunya Onong Uncjana Effendy berjudul “Dimensi-Dimensi Komunikasi” menyebutkan tujuan komunikasi yaitu :

1. *Social change/Social Participation*

Perubahan sosial dan partisipan sosial, memberikan berbagai macam informasi kepada masyarakat dengan tujuan akhirnya agar masyarakat mau mendukung serta berpartisipasi dengan tujuan akhirnya agar masyarakat mau mendukung serta berpartisipasi pada tujuan informasi yang disampaikan.

2. *Attitude Change*

Perubahan sikap, merupakan kegiatan memberikan berbagai macam informasi kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat diharapkan dapat merubah sikapnya.

3. *Opinion change*

Perubahan pendapat, memberikan berbagai macam informasi kepada masyarakat dengan tujuan akhirnya agar masyarakat ingin merubah pendapat serta prinsipnya terhadap informasi yang disampaikan.

4. *Behavior change*

Perubahan perilaku. Kegiatan memberi berbagai macam informasi kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat mau merubah perilakunya.

Dari keempat poin tersebut dapat disimpulkan

“Komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku, dan pada perubahan sosial masyarakat. Sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampaian informasi yang utama, mendidik, menghibur, dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap dan bertindak” (Effendy, 2009:8)

2.1.2.4 Unsur – unsur komunikasi

Secara umum sebuah proses komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila memiliki beberapa unsur, yaitu :

a) Sumber

Unsur sumber adalah dasar yang digunakan dalam penyampaian pesan yang digunakan untuk memperkuat pesan yang hendak disampaikan. Sumber dapat berupa pendapat orang, lembaga, buku, dokumen dan lain-lain.

b) Komunikator

Unsur Komunikator dapat diartikan sebagai orang yang menyampaikan pesan. Dalam komunikasi, komunikator memiliki peran yang penting untuk menentukan keberhasilan dalam mempengaruhi komunikan (Penerima pesan)

c) Pesan

Pesan merupakan unsur inti dari suatu komunikasi, dimana pesan ini dapat berupa informasi maupun materi. Pesan biasanya diberikan oleh komunikator kepada komunikan.

d) Channel/Media

Unsur Channel merupakan saluran penyampaian pesan atau sering dikatan “Media Komunikasi”. Media komunikasi pun terbagi menjadi 2 kategori yaitu Personal dan Massa. Media Personal merupakan media yang digunakan oleh dua orang atau lebih untuk saling berhubungan sehingga dampaknya tidak terlalu dirasakan oleh orang banyak. Berbeda dengan personal, media massa merupakan suatu media yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan dari komunikator kepada khalayak ramai.

e) Komunikasi

Pada unsur Komunikasi dapat dikategorikan berdasarkan berbagai macam kategori, mulai dari sifat, arah komunikasi, hingga jumlah orang yang terlibat di dalamnya. Terdapat dua kategori komunikasi yaitu komunikasi verbal dan non verbal. Komunikasi verbal merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan simbol-simbol verbal. Simbol-Simbol verbal ini dapat diwujudkan ke dalam bentuk lisan maupun tulisan. Sedangkan untuk komunikasi non-verbal dapat menggunakan tindakan seperti gesture tubuh, kontak mata, gerakan tangan, dll.

f) Efek

Unsur terakhir ialah efek atau dapat didefinisikan hasil akhir dari proses komunikasi. Didalam efek komunikasi terdapat tiga kategori yaitu : Personal Opinion, adalah sikap dan pendapat seseorang pada suatu masalah tertentu. Lalu ada Public Opinion, merupakan penilaian sosial mengenai suatu hal berdasarkan proses pertukaran pikiran. Terakhir Majority Opinion, dapat dipahami sebagai pendapat yang disetujui oleh sebagian besar publik atau masyarakat.

2.1.2.5 Proses Komunikasi

Secara umum para ilmuan sepakat bahwa komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan dalam bentuk ide, gagasan, pikiran, emosi, perilaku dan lain sebagainya.

Dalam proses komunikasi terdapat empat kemungkinan yang disampaikan yaitu :

1) Verbal disengaja

Proses komunikasi verbal disengaja merupakan proses komunikasi dimana pengirim pesan secara sengaja memilih kata-kata dan mengungkapkan diri secara lisan untuk menyampaikan pesan yang dimaksudkan kepada penerima. Dalam komunikasi verbal

disengaja, pengirim pesan memiliki niat dan kesadaran dalam menyampaikan informasi atau pesan tertentu kepada penerima.

2) Non Verbal disengaja

Proses komunikasi Nonverbal disengaja adalah komunikasi yang terjadi melalui ekspresi wajah, gerakan tubuh, bahasa tubuh, kontak mata, nada suara, dan elemen nonverbal lainnya tanpa disengaja atau tanpa niat khusus dari pengirim pesan. Komunikasi nonverbal disengaja sebagai respons alami terhadap suatu situasi, perasaan, atau pikiran seseorang.

3) Verbal tidak disengaja

Proses komunikasi verbal tidak disengaja terjadi ketika seseorang secara tidak sengaja atau tanpa disadari menyampaikan pesan secara lisan tanpa niat atau perencanaan yang khusus. Ini dapat terjadi dalam situasi-situasi informal, percakapan sehari-hari, atau bahkan dalam situasi yang lebih formal.

4) Non Verbal tidak disengaja

Proses komunikasi nonverbal tidak disengaja terjadi ketika seseorang secara tidak sengaja atau tanpa disadari mengirimkan pesan nonverbal melalui ekspresi wajah, gerakan tubuh, bahasa tubuh, atau aspek nonverbal lainnya. Komunikasi nonverbal tidak disengaja seringkali terjadi secara spontan dan dapat memberikan informasi tambahan tentang perasaan, sikap atau niat seseorang.

Pesan verbal disengaja merupakan usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Sedangkan pesan verbal tidak disengaja merupakan suatu yang dikatakan tanpa memiliki maksud mengatakannya.

Onong Unchjana Effendy (2001:11) membagi proses komunikasi menjadi dua sisi, yaitu proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. Komunikasi primer merupakan bentuk penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan simbol sebagai media yang digunakannya. Sedangkan proses komunikasi sekunder merupakan proses penyampaian sebuah pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat dan sarana sebagai media komunikasi kedua setelah memakai lambang sebagai media komunikasi pertama. Proses komunikasi itu sendiri terdiri dari beberapa bagian, yaitu penyebar, pesan, dan penerima pesan.

2.2.1 Psikologi Komunikasi

2.2.1.1 Pengertian Psikologi Komunikasi

Banyak sekali para ahli yang mendefinisikan psikologi, Salah satunya menurut George A.Miller yang dikutip Jalaludin Rakhmat sebagai berikut :

“Psychology is the science that attempts to describe, predict and control mental and behaviorial” (Miller, Rakhmat, 2009:9)

Dengan definisi psikologi diatas, psikologi komunikasi merupakan ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan dan mengendalikan sebuah peristiwa mental dan suatu kebiasaan dalam konteks komunikasi. Peristiwa mental itu sendiri merupakan *“Internal meditation of stimuli”*, sebagai akibat dari berlangsungnya komunikasi (Rakhmat,2009:9)

Psikologi komunikasi mencakup berbagai aspek komunikasi, termasuk komunikasi verbal dan nonverbal, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi media, dan komunikasi massa.

Tujuan utama psikologi komunikasi adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang kompleksitas komunikasi manusia dan memberikan wawasan yang dapat diterapkan dalam berbagai konteks komunikasi. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor psikologis yang terlibat dalam komunikasi, kita dapat memperbaiki keterampilan komunikasi kita, memperkuat hubungan interpersonal, dan meningkatkan efektivitas komunikasi secara keseluruhan.

2.2.1.1 Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi

Ruang lingkup psikologi komunikasi menurut Hovland, Janis, dan Kelly, Mendefinisikan komunikasi sebagai :

”The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behaviour of other individuals (the audience)” (Osgood, C. E., & Schramm, W. (1954))

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses antar komunikator yang memberikan stimulus untuk merubah tingkah laku komunikan. Dalam kasus psikologi disebutkan ada enam pengertian komunikasi menurut Rakhmat (2008:4) yaitu : 1) Pesan yang disampaikan. 2) Penyampaian atau penerimaan pesan oleh makhluk hidup. 3) Penyampaian perubahan energi dari satu tempat ke tempat lain seperti dalam bentuk sistem saraf atau penyampaian gelombang-gelombang suara. 4) Pengaruh suatu wilayah persona pada wilayah persona yang lain sehingga perubahan dalam satu wilayah menimbulkan perubahan yang berkaitan dengan wilayah lain. 5) Proses yang dilakukan satu sistem yang lain melalui pengaturan sinyal-sinyal yang disampaikan. 6) Pesan pasien kepada pemberi terapi dalam psikoterapi.

1.2.2 Self Diagnose

Self-diagnose atau diagnosa mandiri merupakan proses dimana seseorang mengamati sesuatu yang ada dalam dirinya sendiri, gejala patologi dan mengidentifikasi penyakit ataupun kelainan berdasarkan pengetahuannya tanpa konsultasi secara media. Dalam hal ini, seseorang mungkin menyesuaikan perilaku atau watak mereka yang ditentukan secara kontekstual, dengan gejala yang dialaminya. *Self-diagnose* telah dipelajari dengan berbagai macam cara sebagai suatu proses kognitif atau proses perilaku yang diinduksi oleh emosi, dan dibedakan dengan adanya tekanan emosi.

Salah satu faktor seseorang dalam melakukan *Self-diagnose* ialah pengalaman hidup, dalam hal ini pengalaman dapat mengungkapkan peran yang dimainkan oleh peristiwa kehidupan tertentu yang telah terjadi di masa lalu yang menyebabkan seseorang tersebut mendiagnosa dirinya sendiri / melakukan diagnosa mandiri. Tak jarang dari berbagai peristiwa buruk / negatif yang terjadi dalam hidup seseorang menjadi salah satu faktor penyebab seseorang tersebut berpikir atau bertindak seperti tidak dapat menyesuaikan diri atau beradaptasi dengan situasi tertentu yang pernah terpapar psikopatologi, para penonton tiktok mulai melihat sebagai suatu gejala dan oleh karena itu mereka menggunakan gejala tersebut untuk mendiagnosis dirinya sendiri dengan informasi yang mereka ketahui.

2.2.3.1 Faktor Self-Diagnose

Dikutip dari dalam jurnal *self-diagnose in psychology students* menyebutkan faktor yang mempengaruhi *self diagnose* dapat dibagi menjadi beberapa faktor yaitu :

- 1) Faktor Internal

Salah satu faktor internal yang paling sering muncul ialah pemikiran tidak percaya terhadap hal-hal yang belum pasti akan kebenarannya. Hal ini mengacu pada pencarian informasi yang baru dan menganggap informasi tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dirasakan.

2) Faktor external

Faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan diagnosa mandiri melalui faktor external seperti buku yang membagikan informasi mengenai informasi yang dibutuhkan, dalam hal ini seseorang akan membandingkan informasi yang ada dengan gejala yang dirasakan dengan tujuan untuk menemukan sesuatu yang berhubungan dengan gejalanya tersebut. Sumber lain yang sering dijadikan “Patokan” dalam melakukan diagnosa mandiri yaitu sumber online / internet. Dengan cara mencocokkan apa yang ada pada sumber online tersebut lalu digunakan oleh individu untuk mendiagnosa dirinya sendiri dengan gejala / kondisi yang individu sedang alami atau miliki.

3) Faktor pengalaman

Faktor terakhir ialah peristiwa yang terjadi dalam kehidupan individu, individu dapat membandingkan peristiwa tersebut dengan gejala yang dirasakannya dengan fitur utama yang dapat dilihat dari kasus tertentu.

2.2.3.2 Dampak Self-diagnose

Dikutip dari dalam jurnal *Self-diagnose in Psychology Student* menyebutkan dampak dari diagnosa mandiri terbagi menjadi :

1) Efek Kognitif

Efek pertama dalam diagnosa mandiri ialah terciptanya rasa bingung dimana individu merasa tidak yakin dengan gejala yang dialaminya. Efek yang berkepanjangan, individu

selalu merasa cemas berlebih. Efek kognitif lainnya dari diagnosa mandiri ialah merasa sulit untuk fokus atau konsentrasi dalam hal kegiatan sehari-hari. Efek kognitif yang timbul lainnya adalah persepsi bahwa individu tersebut merasa dirinya berbeda atau memiliki kelainan yang menyebabkan *Minder*. Hal ini sangat buruk dikarenakan individu tersebut akan beranggapan bahwa dirinya tidak normal dan tidak dapat sembuh yang berujung pada perasaan *stress* yang berlebihan yang menimbulkan rasa putus asa pada diri sendiri.

2) Efek Perilaku

Efek ini akan menimbulkan kondisi dimana individu tidak dapat menyesuaikan dirinya dengan lingkungan, efek perilaku diagnosa mandiri yang berbahaya dapat menggiring individu untuk melakukan kebiasaan yang tidak sehat. Hal ini biasanya akan dianggap mengurangi stress pada individu tersebut.

3) Efek Afektif

Efek yang paling jelas dan nyata ialah adanya suatu tekanan dan emosional dalam diri individu ketika melakukan diagnosa mandiri. efek ini biasanya berujung pada stress yang akan berdampak pada masa depan individu yang melakukan diagnosa mandiri.

4) Efek positif

Tak hanya memiliki dampak atau efek negatif, diagnosa mandiri juga memiliki dampak positif yaitu menumbuhkan rasa empati kepada mereka yang menderita penyakit mental. Selain itu diagnosa mandiri juga akan membuat seseorang mencari pertolongan medis atau profesional dalam untuk menangani masalah / gejala yang mereka sedang alami.

2.2.2 Media

2.2.2.1 Definisi Media

Media merupakan salah satu unsur komunikasi yang artinya perantara atau penyalur. Suatu percakapan atau komunikasi yang dilakukan oleh dua orang yang atau lebih namun menggunakan media perantara seperti pengeras suara, berbicara melalui telfon, dan seseorang komunikator yang sedang mempresentasikan materinya. Nah mereka ini dapat dikatakan menggunakan media untuk mengkomunikasikan sesuatu yang ingin diperlihatkan maupun membutuhkan perantara dalam pembuktian.

Menurut Rudi Bert dalam bukunya yang berjudul “ Media Pembelajaran” memecah media berdasarkan bagian, berdasarkan indera yang digunakan, yakni :

1. Media Audio

Media Audio merupakan media yang hanya menggunakan indera pendengaran. Dilihat dari karakter sifat pesan yang diperolehnya media audio mendapat pesan verbal serta non-verbal. Pesan verbal audio merupakan bahasa lisan ataupun perkataan serta pesan non-verbal yakni seperti vokal, suara atau bunyi-bunyian, gerutuan, bergumam, lagu, dan lain sebagainya.

2. Media visual

Media visual adalah media yang hanya menggunakan indera penglihatan saja, tipe media ini tergolong jenis media cetak verbal, media cetak grafis, serta media visual non cetak. Media visual verbal merupakan media visual yang memuat sebuah pesan verbal (Pesan linguistik yang berbentuk tulisan). Lalu media visual non verbal grafis merupakan media visual yang memuat suatu pesan non verbal seperti berupa simbol-simbol visual ataupun unsur-unsur grafis seperti gambar, peta, bagan, grafik, dan

diagram. Media visual non verbal, merupakan media tiga dimensi berupa suatu model semacam *miniature*

3. Media Audio Visual

Media audio visual adalah media yang menggunakan dua indera yaitu indra pendengaran dan penglihatan sekaligus dalam prosesnya. Sifat dari pesan yang disebarkan melalui media, dapat berupa pesan verbal dan non verbal layaknya seperti media audio yang sudah dijelaskan diatas. Pesan visual yang dapat didengar tersebut dapat disuguhkan melalui program audio visual semisal seperti film, dokumenter dan yang lainnya. (2003:52)

2.2.2.2 New Media

Dengan semakin berkembangnya teknologi dalam bidang komunikasi menyebabkan munculnya media-media baru dimana tujuan dibuatnya media baru ialah untuk memudahkan setiap orang dalam berkomunikasi, memperoleh informasi serta untuk memenuhi kebutuhannya. Teori media baru ini ialah teori yang muncul diakibatkan oleh hadirnya media yang memungkinkan setiap orang dapat berkomunikasi dengan sesamanya tanpa menggunakan media lama lagi.

Dalam media baru ini ada dua pemikiran yaitu, mengenai pandangan berupa interaksi sosial yang memiliki perbedaan media bagi kedekatannya dengan interaksi sosial media baru ataupun media, dapat dijelaskan sebagai media yang didalamnya terdiri dari perpaduan dari macam-macam elemen yang berarti mengkonvergensi media di dalamnya, yang mana pada bagian media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). Menurut Creeber dan Marti dalam Mondry (2008:13), ia menjelaskan media baru merupakan sebagai hasil dari produk komunikasi yang telah termediasi teknologi yang bersamaan dengan komputer digital.

Menurut ahli komunikasi Denis McQuail dalam bukunya berjudul “Teori Komunikasi Massa (2011:43)” menjelaskan ciri-ciri dari media baru, yakni :

1. Bersifat mobile atau ada dimana-mana
2. Aksesnya melalui khalayak maupun individu sebagai pelaku penerima pesan maupun pengirim pesan.
3. Kepentingan yang beragam sebagai suatu karakter yang terbuka
4. Interaktifitasnya
5. Dan Terdapat adanya saling ketergantungan (Interkonektivitas)

Media baru di zaman sekarang sudah mengambil peran sebagai media yang berpengaruh dalam masyarakat, perubahannya yang dapat dirasakan oleh kita semua. Apalagi sejak hadinya internet di kehidupan masa kini dimana internet sendiri telah memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi, dan penggunaan internet sudah menjadi aktivitas yang lumrah di masyarakat.

2.2.2.3 Media sosial (Social Media)

Media sosial merupakan salah satu bagian dari komunikasi yang ada pada masa kini, secara definisi, media sosial merupakan sebuah media online / internet dengan pengguna yang bisa dengan mudah mengakses-nya, setiap pengguna juga dapat dengan mudah menciptakan sebuah pesan. Sosial media meliputi jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual merupakan bentuk sosial media yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai suatu kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *User-Generated Content* (Hikmat, 2018:40)

Perkembangan media sosial di Indonesia dapat terbilang sukses, hal itu tercermin dari banyaknya pengguna/user yang menggunakan media sosial.

Gambar 2. 1 Data Pengguna Media Sosial



Menurut data yang dikumpulkan oleh We Are Social pada bulan Februari tahun 2022. Pengguna sosial media telah menyentuh 191.4 juta orang dari total 277.7 juta penduduk Indonesia. Yang menandakan lebih dari separuh penduduk Indonesia memiliki sosial media sebagai salah satu cara dalam berkomunikasi dengan orang lain.

Dalam media sosial sekarang ini memiliki kekuatan sosial yang dapat mempengaruhi suatu opini publik yang berkembang di masyarakat. Media massa terbukti mampu membentuk bahkan merubah opini publik, sikap dan perilaku masyarakat, bahkan sekarang ini sikap dan perilaku suatu masyarakat dapat mencerminkan masyarakat itu sendiri.

2.2.2.4 Media Sosial Tiktok

TikTok adalah aplikasi media sosial yang digunakan untuk membuat dan berbagi video pendek. Aplikasi ini dikembangkan oleh perusahaan China, ByteDance, dan diluncurkan pada tahun 2016. TikTok memungkinkan pengguna untuk mengedit dan menambahkan musik, efek suara, dan filter ke video yang telah mereka buat. Dengan misi untuk menginspirasi kreativitas dan memberi sukacita.

Pengguna TikTok dapat mengikuti akun lain, memberikan "like" dan komentar pada video, dan menyoroti video yang disukai pada profil mereka. TikTok juga memiliki fitur seperti "duet" yang memungkinkan pengguna untuk berkolaborasi dengan orang lain dalam pembuatan video. Aplikasi ini juga menyediakan fitur "challenge" yang mengajak pengguna untuk mengikuti trend-trend tertentu dan mengunggah video mereka dalam respons. TikTok sangat populer di kalangan anak muda dan telah menjadi salah satu aplikasi media sosial yang paling digemari di seluruh dunia saat ini.

Pada april 2022, indonesia mendapatkan peringkat kedua dengan jumlah pengguna aplikasi Tiktok sebesar 99,1 juta pengguna. Di bawah amerika serikat yang memiliki pengguna 136,4 juta.

Tiktok memiliki Algoritma yang bekerja mengikuti minat dan ketertarikan pengguna-nya, sehingga FYP (*For Your Page*) / Beranda bersifat personal bagi pengguna. Misalnya, seseorang yang sering menonton video motivasi akan mendapat video yang berkaitan dengan motivasi tersebut. Dan video yang tampil akan berbeda pada pengguna yang sering menonton video seputar game ataupun olahraga.

Dengan jumlah pengguna yang sangat *massive* tak dapat dipungkiri tiktok memiliki dampak negatif yang turut menyertai penggunaanya, diantaranya :

- 1) Mempengaruhi dan menimbulkan perasaan tidak aman

Dalam penggunaan aplikasi Tiktok, secara tidak langsung merusak pola pikir penggunanya, terutama pada masa remaja. Dengan menonton banyak video dari tiktok, mereka terancam akan kehilangan jati diri karena terpengaruh berbagai tontonan yang muncul pada *FYP* TikTok

2) Banyaknya komentar negatif

Kebebasan mengunggah konten dan mengutarakan pendapat membuat siapa saja bisa melontarkan bermacam-macam komentar pada video orang lain. Termasuk berupa komentar yang berisi umpatan, perkataan tak senonoh dan caci maki sudah sering dijumpai dalam kolom komentar video tertentu yang dimana komentar-komentar seperti ini dapat berpengaruh kepada mental dari pembuat video tersebut.

3) Berpotensi bertemu dengan predator seksual

Terkadang dalam beberapa konten tertentu yang ditujukan untuk remaja dan anak-anak, namun masih sering dijumpai pengguna berusia lanjut yang terkadang mengirim pesan dengan gambar sensitif kepada anak-anak tersebut dan dapat menjadi masalah pada pola pikir anak tersebut apabila tidak didampingi orangtua.

Tak hanya memiliki dampak negatif, aplikasi Tiktok memiliki dampak positif juga sebagai sebuah *platform* yang sedang populer belakangan ini, diantaranya :

1) Kreativitas

Tiktok sebagai platform bebas berkreasi menciptakan ide-ide untuk terus berkreasi dan mengekspresikan diri dengan cara yang berbeda dari setiap individu. Pengguna juga dapat membuat konten orisinal seperti menari, menyanyi, mengedit video, dan berbagai jenis konten kreatif lainnya.

2) Hiburan dan kesenangan

Tiktok menyediakan hiburan yang menghibur bagi pengguna dimana pengguna dapat menonton video-video pendek yang lucu, menghibur sekaligus menginspirasi dari berbagai pengguna.

3) Pengetahuan dan pendidikan

Tiktok juga menyediakan ruang bagi pengguna untuk berbagi pengetahuan dan informasi. Ada beberapa pengguna menjadikan Tiktok seolah “*Google*” kedua untuk mencari tau informasi tertentu. Beberapa pengguna juga membagikan informasi mengenai topik-topik tertentu, seperti sains, sejarah, maupun keterampilan khusus dimana hal ini memberikan akses yang lebih luas terhadap informasi dan pengetahuan.

Tiktok memang memiliki beragam konten yang menarik bagi masing-masing penggunanya, namun peneliti tertarik pada konten yang berkaitan dengan kesehatan mental. Konten seputar kesehatan mental menjadi menarik bagi peneliti karena kebanyakan konten-konten terkait seolah-olah “memainkan” ciri-ciri dari suatu kesehatan mental, maupun penyakit kesehatan mental lain.

Dengan bermodalkan konten yang berisi ciri-ciri suatu penyakit mental yang mereka ambil dari google tanpa memverifikasi terlebih dahulu sumber yang diambil akurat dan terpercaya atau tidak. Kebanyakan konten yang beredar di media sosial tiktok memiliki jenis dan konsep yang sama yaitu menyebutkan ciri-ciri terkait kesehatan mental, lalu ditambahkan dengan sound yang terkesan sedih agar menggait hati penonton lalu membuat konten tersebut menjadi “*Viral*”.

Dengan semakin “viral” akan menjadikan konten tersebut semakin disebarakan kepada pengguna lain, yang dimana tidak semua pengguna memiliki latar belakang yang sama. Mulai

dari latar belakang pendidikan, ekonomi, dan sosial yang berbeda-beda akan menimbulkan efek yang berbeda-beda pula tergantung pada pengguna tersebut.

Memang benar dengan adanya konten seperti itu membuat kita bisa lebih memperhatikan kesehatan mental kita, namun ada resiko yang berjalan bersamanya. Seperti kesalahan diagnosa maupun diagnosa mandiri yang dapat berujung pada tindakan atau penanganan yang salah dan tidak sesuai prosedur yang disarankan profesional atau ahlinya.

2.2.3 Kesehatan mental (Mental Health)

Kesehatan mental adalah kondisi di mana individu dapat mengejar kesejahteraan emosional, sosial, dan intelektual, serta mampu mengatasi permasalahan keseharian dengan baik. Kesehatan mental juga mencakup kapasitas untuk mengatasi perubahan dan kesulitan yang dihadapi dalam hidup, serta untuk mengejar kesempurnaan dalam kesenangan, pekerjaan, dan aktivitas sosial.

Menurut World Health Organization, kesehatan mental merupakan suatu keadaan kesejahteraan di mana individu menyadari potensi mereka sendiri, dapat mengatasi tekanan kehidupan sehari-hari, dapat bekerja secara produktif dan bermanfaat, dan mampu berkontribusi pada komunitas tempat mereka tinggal.

Kesehatan mental ditentukan oleh berbagai faktor, termasuk genetik, lingkungan, dan gaya hidup. Gangguan kesehatan mental adalah kondisi medis yang ditandai dengan gejala emosional, perilaku, atau perasaan yang mengganggu kesejahteraan seseorang. Beberapa contoh gangguan kesehatan mental yang sering ditemukan adalah depresi, ansietas, dan skizofrenia.

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi kesehatan mental seseorang. Berikut beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kesehatan mental individu :

- 1) Faktor Riwayat kehidupan dan kejadian hidup

Pengalaman hidup individu seperti kehilangan seseorang yang sangat dekat, trauma masa kecil, kekerasan, pelecehan, dan peristiwa traumatis dapat mempengaruhi kesehatan mental individu.

2) Kesehatan fisik

Individu yang memiliki kesehatan yang buruk, seperti penyakit kronis atau memiliki gangguan tertentu, dapat mempengaruhi kesehatan mental orang tersebut. Misalnya punya masalah gangguan tidur, gangguan hormon, dan ketidakseimbangan zat kimia dalam tubuh.

3) Faktor lingkungan

Lingkungan seperti sosial dan budaya dapat mempengaruhi kesehatan mental seseorang. Misalnya stress dalam lingkungan kerja di lingkungan yang tidak membuat nyaman, ketidakstabilan sosial, maupun adanya diskriminasi di tempat kerja.

4) Riwayat Keluarga

Individu yang memiliki gangguan dalam keluarganya seperti keluarganya tidak harmonis dapat menambah risiko individu memicu suatu penyakit mental tertentu. Faktor lingkungan keluarga dan pola interaksi dalam keluarga juga dapat berdampak demikian.

5) Kekurangan dukungan Sosial

Kurangnya dukungan sosial, isolasi diri, dan kurangnya hubungan interpersonal yang positif dapat mempengaruhi kesehatan mental individu tertentu.

2.2.3.1 Gangguan Kesehatan Mental

Gangguan kesehatan mental adalah kondisi yang menyebabkan perubahan pada mood, perasaan, pikiran, dan perilaku seseorang. Gangguan kesehatan mental dapat dibedakan menjadi

dua kategori utama, yaitu gangguan jiwa (psychotic disorder) dan gangguan mood (affective disorder).

Terdapat beberapa gangguan kesehatan mental yang umum terjadi di masyarakat, diantaranya :

1) Depresi

Depresi merupakan gangguan suasana hati yang ditandai dengan perasaan sedih yang persisten, hilangnya minat atau kegembiraan, kelelahan, perubahan pola tidur, perubahan nafsu makan, perasaan bersalah atau tidak berharga, gangguan konsentrasi, serta pemikiran tentang bunuh diri.

2) Gangguan Bipolar

Gangguan bipolar melibatkan perubahan suasana hati yang ekstrem, dengan periode depresi dan periode aktif. Gejala bipolar depresi mirip dengan depresi mayor, dan periode aktif meliputi tingkat energi yang tinggi, kegembiraan yang berlebihan, kurang tidur, perilaku impulsif, dan pikiran yang terlalu cepat.

3) Skizofrenia

Skizofrenia merupakan gangguan mental serius yang mempengaruhi pemikiran, persepsi dan perilaku seseorang. Gejalanya meliputi delusi, halusinasi, gangguan pemikiran, kesulitan dalam berbicara, menarik diri dari masyarakat sosial, dan ketidakmampuan membedakan antara realitas dan khayalan

4) Gangguan kecanduan dan penggunaan zat tertentu

Gangguan ini meliputi penggunaan berlebihan dengan zat yang adiktif seperti alkohol, narkoba maupun zat adiktif lainnya. Ini termasuk hilangnya kendali terhadap

penggunaan, ketergantungan fisik atau psikologis, serta akan berdampak signifikan dalam kehidupan sehari-hari.

Faktor yang dapat menyebabkan terjadinya gangguan kesehatan mental antara lain genetik, lingkungan, stres, dan trauma. Gangguan kesehatan mental dapat diatasi dengan terapi, obat-obatan, atau kombinasi keduanya. Dukungan dari keluarga dan lingkungan sosial juga sangat penting dalam proses pengobatan dan pemulihan.

2.2.3.2 Self Awareness

Self-awareness adalah kapasitas individu untuk mengetahui dan mengerti perasaan, niat, motivasi, dan perilaku mereka sendiri. Dalam konteks gangguan kesehatan mental, self-awareness dapat menjadi penting karena dapat membantu individu untuk mengidentifikasi dan mengerti perasaan dan perilaku yang mungkin merupakan gejala dari gangguan tersebut.

Menurut Daniel Goleman (1995) seorang psikolog dan penulis terkenal, menggambarkan *self-awareness* sebagai kemampuan untuk mengenali emosi kita sendiri saat terjadi, memahami apa yang memicu emosi tersebut, dan bagaimana emosi tersebut mempengaruhi pikiran dan tindakan kita.

Self-awareness juga dapat membantu individu untuk mengambil tindakan yang tepat untuk mengatasi masalah yang dihadapi, seperti mencari bantuan profesional atau mengubah gaya hidup yang merugikan. Namun, pada beberapa individu dengan gangguan kesehatan mental, self-awareness dapat terganggu atau terdistorsi, yang dapat membuat sulit untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang dihadapi.

Secara umum, self-awareness penting dalam pengembangan diri dan kehidupan emosional yang sehat. Dengan terus meningkatkan *Self-Awareness*, seseorang dapat mengenali

kebutuhan, keinginan, dan nilai-nilai mereka sendiri. Dengan begitu mereka dapat membuat keputusan yang lebih bijak dan beradaptasi dengan baik dalam berbagai situasi kehidupan

2.2.4 Komunikasi Kesehatan

Menurut World Health Organization (WHO) Komunikasi kesehatan merupakan proses yang terjadi dalam konteks kesehatan yang mencakup penyampaian dan penerimaan pesan, baik secara langsung maupun tidak langsung, antara individu, kelompok, atau institusi yang berperan dalam mempengaruhi perilaku yang mempengaruhi kesehatan.

Menurut Mohan Dutta dalam *Communicating Health : A Culture-Centered Approach*. Komunikasi kesehatan adalah interaksi yang melibatkan pemberi informasi dan penerima informasi yang bertujuan untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pemahaman, pengetahuan perilaku, dan sikap yang mendukung kesehatan individu dan masyarakat.

Dalam penggunaannya, Media Sosial TikTok dapat berkaitan dengan komunikasi kesehatan menjadi platform yang digunakan untuk menyebarkan informasi kesehatan kepada pengguna secara kreatif dan menarik. Pengguna TikTok, termasuk profesional kesehatan, dapat membuat konten pendidikan kesehatan, tips kesehatan, atau penyakit tertentu. Ini memberikan kesempatan bagi pengguna untuk memperoleh pengetahuan seputar kesehatan yang dapat bermanfaat.

Dalam konteks penelitian diagnosa mandiri pada Tiktok, Komunikasi kesehatan dapat berfungsi sebagai sumber informasi yang akurat dan mendukung individu yang mencari pemahaman tentang kondisi kesehatan mental mereka. Melalui Komunikasi kesehatan yang terjadi di Tiktok, individu yang mencari pemahaman tentang kesehatan mental dapat mengakses beragam informasi dan perspektif. Mereka mendapatkan pengetahuan baru, mempelajari gejala gejala penyakit mental tertentu, dan mencocokkannya dengan informasi yang mereka peroleh dari

platform tersebut. Komunikasi kesehatan juga memberikan kesempatan bagi individu untuk berinteraksi dengan orang lain yang mungkin mengalami kondisi serupa, sehingga memungkinkan mereka untuk merasa didengar, dipahami, dan mendapatkan dukungan emosional.

Namun perlu diingat, bahwa komunikasi kesehatan melalui TikTok memiliki potensi risiko dan tantangan, informasi yang ditemukan di platform ini harus dievaluasi dan dikritisi secara hati-hati, mengingat kemungkinan adanya konten yang tidak akurat atau tidak dapat dipertanggung-jawabkan. Selain itu perlu diingat TikTok bukanlah pengganti dari profesional/ahli dalam kesehatan mental yang berkualifikasi. Setiap individu yang melakukan diagnosa mandiri melalui TikTok harus diarahkan untuk mencari bantuan profesional yang sesuai untuk evaluasi dan pengelolaan yang lebih mendalam.

Media sosial TikTok juga dapat digunakan sebagai alat dalam rangka meningkatkan kesadaran tentang isu-isu kesehatan tertentu melalui kampanye kesehatan. Misalnya, melalui tantangan atau tren tertentu, pengguna dapat didorong untuk berpartisipasi dalam kampanye seperti “Bulan kesehatan Mental” atau “Bulan Kanker Payudara” dengan tujuan meningkatkan pemahaman dan dukungan masyarakat terhadap isu-isu tersebut.

Adapun beberapa jenis komunikasi kesehatan, diantaranya yaitu :

- 1) Komunikasi edukasi

Jenis komunikasi ini bertujuan untuk menyediakan informasi yang akurat dan relevan tentang kesehatan mental kepada individu dan masyarakat. Hal ini dilakukan melalui kampanye edukasi, brosur, poster, presentasi, maupun melalui media sosial. Komunikasi edukasi kesehatan mental berfokus pada peningkatan pemahaman tentang gejala, penyebab, pencegahan, dan pengelolaan masalah kesehatan mental.

- 2) Komunikasi promosi kesehatan

Jenis komunikasi ini bertujuan untuk mendorong perilaku sehat dan pencegahan masalah kesehatan mental. Hal ini dapat melibatkan kampanye promosi kesehatan yang mempromosikan gaya hidup sehat, kegiatan fisik, pola makan seimbang, tidur yang cukup, dan manajemen stres. Komunikasi promosi kesehatan dapat mendorong individu untuk mencari bantuan profesional jika mereka mengalami gejala-gejala dari suatu penyakit kesehatan mental.

3) Komunikasi dukungan

Jenis dukungan ini berfokus pada memberikan dukungan emosional, sosial dan informasional kepada individu yang mengalami masalah pada mentalnya. Komunikasi dukungan dapat dilakukan melalui konseling, terapi kelompok, forum online, atau membentuk suatu kelompok guna mendapatkan dukungan. Tujuannya adalah untuk membantu individu merasa didengar, dipahami, dan didukung dalam pengalaman mereka.

4) Komunikasi pasien-profesional

Jenis komunikasi ini terjadi antara individu yang membutuhkan bantuan kesehatan mental dengan profesional dibidang kesehatan mental seperti psikolog dan psikiater. Komunikasi ini melibatkan pertukaran informasi tentang gejala, riwayat media, pemahaman tentang masalah kesehatan mental, dan rencana pengobatan. Komunikasi yang efektif antara pasien dan profesional kesehatan mental penting untuk memastikan pengobatan yang tepat dan pemahaman yang jelas tentang kondisi kesehatan mental.

5) Komunikasi penelitian

Jenis komunikasi ini melibatkan inovasi penelitian terkait kesehatan mental kepada para profesional kesehatan, akademisi, dan masyarakat umum. Tujuannya adalah untuk

memperluas pengetahuan tentang kesehatan mental, menyediakan bukti ilmiah yang lebih kuat, dan menginformasikan kebijakan dan praktik terkait kesehatan mental.

2.2 Kerangka Teoritis

2.2.1 Fenomenologi

Fenomenologi menurut Alfred Schutz adalah suatu pendekatan filosofis yang berkonsentrasi pada analisis pengalaman sosial dan interaksi sosial. Schutz mengembangkan teori fenomenologi yang didasarkan pada pendekatan fenomenologi Husserl dan menyatukannya dengan teori sosiologi. Menurut Schutz, individu dalam masyarakat memiliki beberapa "dunia" yang berbeda, termasuk dunia fisik, dunia sosial, dan dunia kepercayaan. Dunia sosial adalah dunia di mana individu berinteraksi dengan orang lain dan memahami tindakan dan perasaan orang lain melalui konvensi sosial yang diterima.

Schutz menyatakan bahwa pengalaman sosial ditentukan oleh konstruksi sosial yang berbeda-beda yang disebut "sistem persepsi" atau "sistem pemahaman". Individu memiliki sistem persepsi yang unik yang digunakan untuk menafsirkan dunia sosial dan membuat keputusan dalam interaksi sosial.

Fenomenologi juga menafsirkan sebuah fenomena perbuatan manusia yang dilakukan secara sadar. Fenomenologi menggali pemahaman manusia dalam menumbuhkan makna dan konsen intersubjektif. Maka penelitian fenomenologi berusaha untuk mendeskripsikan pengalaman hidup dan makna seseorang yang mengacu pada nilai sosial mengenai kesadaran manusia dan makna subjektif sebagai fokus pemahaman tindakan sosial.

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir yang peneliti jadikan sebagai suatu skema penelitian atau dasar dari pemikiran dalam memperkuat fokus suatu penelitian. Dalam kerangka penelitian ini peneliti mencoba menjelaskan pokok dalam penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Adapun dari segi sudut pandang dan teori yang memberikan arahan dan patokan bagi peneliti untuk dapat memahami dan menjelaskan dari sebuah penelitian yaitu “Fenomena Diagnosa mandiri pada media sosial Tiktok (Studi Fenomenologi mengenai Self Diagnose pada media Sosial Tiktok). Dengan memperhatikan ciri-ciri konten *Self-Diagnose*, faktor-faktor yang pendorong dan dampaknya bagi kesehatan mental individu itu sendiri.

Dasar penelitian ini dapat dilihat dari pandangan teori fenomenologi. Sebuah teori yang lebih menekankan studinya mengenai perilaku manusia yang dialami dalam kesadaran dan berupaya untuk menjelaskan makna, motif, dan pengalaman sejumlah orang tertentu mengenai suatu konsep atau gejala. Hal yang mendasari teori fenomenologi ialah sebuah proses komunikasi dan juga proses penafsiran manusia dalam mencari sebuah makna, motif, dan pengalaman. Hal ini dikarenakan fenomenologi merupakan sebuah ilmu yang digunakan dalam mendapatkan sebuah penjelasan mengenai suatu realitas sosial dan dapat menjelaskan motif, makna, dan tindakan para pengguna tiktok yang melakukan *Self-Diagnose*.

Menurut Husserl, dengan kita memahami fenomenologi, kita dapat mempelajari bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalaminya langsung, seolah kita yang mengalaminya sendiri (Kuswano, 2009:10). Sedangkan menurut Alfred Schutz mengenai bagaimana kita memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Schutz juga meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika seseorang mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap kehidupan sehari-hari. Dalam hal tersebut Schutz mengikuti

pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman langsung dalam kegiatan kita, dan memberikan makna terhadapnya, sehingga terrefleksi dalam tingkah laku (Kuswano, 2009 :18).

Dipilihnya media sosial tiktok sebagai objek penelitian karena banyak video yang diragukan keabsahan-nya, tersebar berdasarkan algoritma *For Your Page* (FYP) yang dapat memunculkan video-video yang bisa menjadi pemicu seseorang melakukan diagnosa mandiri / *Self-Diagnose*.

Fenomena Diagnosa mandiri pada media sosial TikTok adalah kecenderungan individu untuk mengidentifikasi sendiri kondisi kesehatan mental yang dihadapi berdasarkan informasi yang didapat dari video di TikTok. Hal ini dapat terjadi karena faktor-faktor seperti ketersediaan informasi yang tidak terverifikasi atau tidak akurat, serta tekanan untuk memenuhi standar atau norma yang ditampilkan dalam video.

Di TikTok, terdapat motif tersendiri dimana video yang menyoroti atau mengeksploitasi gangguan kesehatan mental dapat muncul dalam bentuk yang berbeda, seperti video yang didedikasikan untuk menyoroti suatu gejala tertentu, video yang didedikasikan untuk mengajari cara mengatasi gangguan kesehatan mental, atau video yang mengeksploitasi kondisi kesehatan mental untuk tujuan hiburan. Hal ini dapat menimbulkan makna yang beragam bagi pengguna yang menonton video tiktok yang menyangkut gejala kesehatan mental, tapi tak sedikit juga pengguna yang melakukan tindakan Diagnosa Mandiri (*Self-Diagnose*)

Tindakan *Self-diagnose* pada TikTok juga dapat diperparah oleh faktor-faktor seperti tekanan sosial untuk menyoroti kondisi kesehatan mental yang dihadapi, atau membuat video yang menyoroti kondisi kesehatan mental untuk mendapatkan lebih banyak *followers* / *likes*.

Secara keseluruhan, Media Sosial Tiktok dapat menjadi alat yang berguna dalam komunikasi kesehatan dengan cara menyebarkan informasi seputar kesehatan mental,

meningkatkan kesadaran, memberikan dengan cara menyebarkan informasi, meningkatkan kesadaran, memberikan dukungan emosional, dan membangun komunitas online. Namun kesadaran akan resiko konten yang tidak akurat juga penting untuk menjaga kepercayaan dan kredibilitas informasi kesehatan yang disebarkan di platform tersebut.

Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

