

Strategi Komunikasi Media Sosial *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta Terkait Isu Kesehatan Mental di Kalangan Remaja

Nisrina Chandra Sagita¹, Novita Ika Purnamasari²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta,
Yogyakarta, Indonesia

Email correspondent: nisrina.sagita@students.amikom.ac.id*, vitavincentia@amikom.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta sebagai NGO (*Non Government Organization*) dalam meningkatkan kesadaran remaja terhadap isu kesehatan mental melalui media sosial *Instagram* dan *platform Spotify*. Pendekatan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus dan teknik pengumpulan data melalui wawancara. Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta dalam meningkatkan kesadaran remaja terkait isu kesehatan mental sudah sesuai dengan perencanaan strategi komunikasi mulai dari mengenali *audiens* hingga media yang digunakan. *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta memanfaatkan *Instagram* dan *platform Spotify* untuk mengedukasi remaja terkait isu kesehatan mental dengan memposting gambar visual yang menarik serta menghadirkan obrolan santai dalam membahas isu seputar kesehatan mental. Hal tersebut mendapat respon positif dari audiens yang rata-rata adalah remaja. Saran yang diberikan oleh peneliti yaitu *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta dapat memperbanyak postingan terkait isu kesehatan mental dan meningkatkan interaksi dengan *audiens* di media sosial.

Kata kunci : strategi komunikasi; kesehatan mental; *indonesian future leaders* yogyakarta

Abstract

This study aims to find out how the communication strategy of Indonesian Future Leaders Yogyakarta as an NGO (Non Government Organization) in increasing youth awareness of health issues through social media Instagram and the Spotify platform. The method used in this research is qualitative with case study and interview data collection techniques. Based on the results obtained by the researchers, the communication strategy carried out by Indonesian Future Leaders Yogyakarta in increasing youth awareness regarding health issues is in accordance with the communication strategy planning from recognizing the audience to the media used. Indonesian Future Leaders Yogyakarta utilizes Instagram and Spotify platforms to educate teenagers on mental health issues by posting interesting visual images and presenting casual chats in discussing mental health issues. This has received a positive response from the audience, which on average are teenagers. The suggestion given by the researcher, namely Indonesian Future Leaders Yogyakarta, can increase posts related to mental health issues and increase interaction with audiences on social media.

Keywords : communication strategy; mental health; *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta

Pendahuluan

Kesehatan mental merupakan bagian dari aspek kejiwaan manusia dimana kondisi psikis seseorang mengalami keseimbangan tanpa gangguan seperti gangguan kecemasan, stress, depresi dan lainnya. Adanya gangguan pada kesehatan mental seseorang tidak hanya berpengaruh pada dirinya sendiri namun juga bagi lingkungan di sekitarnya seperti keluarga atau teman. Menurut Organisasi Kesehatan Dunia atau *World Health Organization* (WHO) kesehatan mental adalah dasar untuk kesehatan dan sangat penting untuk kesejahteraan pribadi, hubungan keluarga, dan kontribusi dalam masyarakat. Sama halnya dengan kesehatan fisik, menjaga kesehatan mental berfungsi untuk keseimbangan diri agar tetap terjaga dan stabil tanpa adanya gangguan mental yang dapat mengganggu aktifitas sehari-hari.¹

Tujuan dari kesehatan mental merupakan bentuk untuk mewujudkan manusia yang beradab, mampu menghadapi segala hambatan dalam hidupnya, sehingga dapat berjalan menurut tujuan manusia itu diciptakan secara normal. Namun kesehatan mental yang menjadi bagian penting untuk diperhatikan masih sering dipelekan oleh sebagian masyarakat, sehingga menyebabkan beberapa orang mengalami gangguan mental yang tidak tertangani dengan baik.²

Salah satu kelompok usia yang rentan mengalami gangguan mental yaitu usia remaja dari 16 – 24 tahun, karena di usia tersebut merupakan masa transisi seseorang untuk menjadi dewasa dan sedang berproses untuk mencari jati diri, dimana remaja harus beradaptasi dengan berbagai perubahan dalam hidupnya serta adanya emosi yang tidak stabil dapat mempengaruhi sikap para remaja. Di hadapan dengan berbagai kondisi tersebut seorang remaja perlu melakukan pencegahan agar terhindar dari berbagai gangguan kesehatan mental.³

Gangguan kesehatan mental yang di alami remaja juga di buktikan dalam laporan global yang di rilis oleh UNICEF berdasarkan data terbaru tahun 2021, diperkirakan terdapat 1 dari 7 remaja berusia 10-19 tahun di dunia yang hidup dengan diagnosis gangguan mental. Terhitung setiap tahun, tindakan bunuh diri akibat adanya gangguan mental telah merenggut nyawa hampir 46.000 anak muda. Selain itu dalam sebuah survei internasional yang di selenggarakan oleh UNICEF di 21 negara terdapat median 1 dari 5 anak muda usia 15-24 tahun yang menyatakan mereka sering merasa depresi atau rendah minatnya untuk berkegiatan.⁴

Salah satu kasus gangguan mental yang tidak tertangani dengan tepat adalah dilakukannya pengobatan alternatif yaitu ritual ruqyah, seperti yang dialami oleh Aisyah anak berusia 7 tahun yang meninggal akibat di ruqyah oleh dukun. Di duga orang tua Aisyah merasa anaknya memiliki sikap nakal yang disebabkan oleh mahluk halus padahal tidak semua sikap nakal pada anak diakibatkan karena adanya faktor dari hal 'ghaib'. Kasus tersebut dapat terjadi karena berbagai faktor akibat kurangnya pengetahuan masyarakat seputar kesehatan terutama kesehatan mental dan cara tepat untuk mengatasinya.⁵

Di Indonesia sendiri telah dilakukan penelitian oleh Divisi Psikiatri Anak dan Remaja, Fakultas Kesehatan di Universitas Indonesia, yang mencoba untuk memetakan keresahan mental remaja di usia 16-24 tahun dari seluruh Indonesia melalui *survey online*. Dari hasil riset tersebut dinyatakan bahwa 95,4% remaja pada usia 16-24 tahun di Indonesia pernah mengalami gejala kecemasan (*anxiety*) dan 88% pernah mengalami gejala depresi. Dari data tersebut terlihat bahwa gejala gangguan kesehatan mental seperti depresi dialami oleh hampir seluruh remaja di Indonesia, hal tersebut seharusnya menjadi perhatian seluruh masyarakat untuk melakukan tindakan pencegahan agar dapat mengurangi tingginya jumlah remaja yang mengalami gangguan kesehatan mental. Selain itu pada survei tersebut juga di temukan bahwa ada beberapa cara yang di lakukan dalam mengatasi masalah yang di hadapi seperti bercerita pada teman (98,7%), menghindari masalah tersebut (94,1%), dan mencari informasi tentang cara mengatasi masalah dari internet (89,8%).³

Dari data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar remaja di Indonesia saat ini mengalami gangguan mental yang berkaitan dengan gejala kecemasan hingga gejala depresi yang terjadi karena berbagai faktor seperti masalah pekerjaan, pendidikan, ekonomi hingga gangguan mental yang dapat terjadi akibat kondisi traumatic di masa kecil yang tidak disadari dan terbawa sampai dewasa, sehingga mempengaruhi kehidupan seseorang. Adanya gangguan mental pada diri seseorang memang tidak akan disadari secara langsung namun efeknya dapat dirasakan hingga jangka panjang.

Salah satu contoh kasus gangguan kesehatan mental dialami oleh Bio One yang mengaku mengidap ADHD atau *attention deficit hyperactivity disorder* yang diduga timbul akibat adanya kejadian traumatik yang dialaminya saat kelas 4 SD, ADHD merupakan gangguan mental yang menyebabkan seseorang sulit memusatkan perhatian dan memiliki perilaku *impulsive* dan hiperaktif. Hal tersebut dapat terjadi karena berbagai faktor seperti, lingkungan yang tidak suportif serta stigma negatif di masyarakat yang masih tidak peduli untuk menjaga kesehatan mental, sebagian masyarakat masih menganggap bahwa orang yang mengalami gangguan kesehatan mental adalah orang yang tidak waras hingga di anggap 'kurang beriman'.⁶

Berbagai stigma negatif tentang isu kesehatan mental memperlihatkan bahwa kurangnya informasi yang diperoleh masyarakat akan isu tersebut. Melihat kondisi tersebut *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta sebagai organisasi non-profit yang juga berfokus pada isu kesehatan mental dalam kegiatannya, memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan mental khususnya pada remaja. Di era digital saat ini internet memiliki pengaruh cukup besar sebagai media informasi, karena hampir seluruh lapisan masyarakat dapat mengakses internet dan penggunaannya pun semakin meningkat dari tahun ke tahun, berdasarkan data dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2021-2022 jumlah pengguna internet mengalami peningkatan dari 175 juta orang menjadi 220 juta orang. Pengguna internet yang semakin meningkat menjadikan internet memiliki peran penting sebagai media dalam menyebarkan informasi. Media sosial sendiri merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. Hal tersebut juga berkaitan dengan fungsi media sosial yang merupakan media untuk interaksi sosial dengan menggunakan teknik penerbitan yang mudah di akses dan terukur. Media sosial juga sebagai sarana yang ditujukan untuk memfasilitasi interaksi, kolaborasi dan sharing materi⁹. Adanya media sosial menjadi keuntungan bagi *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta yang menggunakan media sosial sebagai saluran komunikasi yang efektif karena mudah di akses melalui telepon genggam atau *gadget*.^{7,8}

Sebagai sebuah organisasi *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta selama 2 tahun terakhir ini, berupaya untuk mengedukasi remaja dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan mental melalui media sosial *Instagram* dan *Platform Spotify*. *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta menggunakan *Instagram* karena merupakan media sosial yang efektif dan banyak digunakan di kalangan remaja masa kini. Pasalnya ada lebih dari 20% pengguna *Instagram* di dominasi oleh penduduk Indonesia usia 16-24 tahun. Melalui *Instagram* bisa dengan mudah menyampaikan informasi dalam bentuk konten yang beragam, mulai dari konten desain visual hingga fitur-fitur *instagram story* yang diharapkan membuat remaja lebih mudah memahami informasi yang di sampaikan. Selain itu *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta juga merancang strategi dalam meningkatkan kesadaran remaja terkait isu kesehatan mental, melalui *platform Spotify* dengan membuat program 'Good News Good Talk' berupa podcast yang dimanfaatkan sebagai bentuk pendukung untuk mengedukasi remaja melalui bentuk obrolan santai seputar isu kesehatan mental. *Indonesian Future Leaders* juga membuat program melalui webinar dengan tema "Kita Butuh Konsultasi" bekerjasama dengan komunitas Rumah Harmonis yang menghadirkan konselor kesehatan mental, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan secara lebih mendalam pada para remaja terkait isu kesehatan mental.¹⁰

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Melinda Febrianti & Anam Miftakhul Huda membahas tentang “Pesan Kesehatan Mental Pada Akun *Instagram* Riliv” yang merupakan akun *Instagram* yang berfokus mengangkat isu kesehatan mental, ditemukan bahwa konten *Instagram* terkait isu kesehatan mental mengenai kategori kecemasan (*anxiety*) menjadi konten yang diminati dan memperoleh respon paling banyak. Hal tersebut membuktikan bahwa masyarakat tertarik akan isu kesehatan mental terutama yang berkaitan dengan kondisi yang paling sering dialami yaitu gejala kecemasan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi media yang tepat untuk memberikan informasi terkait isu kesehatan mental bagi masyarakat. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa dengan adanya media sosial penggunaannya dapat menerima informasi untuk meningkatkan kesadaran seputar isu kesehatan mental dengan efektif.¹¹

Media sosial juga dapat dijadikan salah satu bentuk pendekatan pada *audience*, dengan menghadirkan berbagai bentuk informasi yang menarik dan mengedukasi. Penggunaan strategi komunikasi melalui media sosial dapat disesuaikan dengan target hingga metode yang tepat untuk digunakan dalam menyampaikan sebuah pesan. Menurut Anwar Arifin dalam membuat perencanaan untuk menyusun strategi komunikasi ada empat hal yang penting yang pertama adalah mengenal khalayak, pada langkah awal yang diambil komunikator yaitu mengenal khalayak yang akan di hadapi. Khalayak yang berperan sebagai komunikan bisa dapat aktif sehingga proses komunikasi dapat saling mempengaruhi. Kedua menyusun pesan, penyusunan pesan yang akan di sampaikan berupa tema dan materi apa yang ingin di sampaikan pada khalayak. Pesan tersebut harus dapat mempengaruhi khalayak sehingga mampu membangkitkan perhatian. Ketiga menetapkan metode, dalam penyampaian pesan komunikasi yang efektif harus disesuaikan dengan kondisi khalayak serta metode penyampaian seperti apa yang digunakan. Metode penyampaian tersebut terdiri dari dua aspek yaitu, cara pelaksanaannya dan bentuk isinya. Keempat adalah seleksi dan penggunaan media. Dalam menyusun strategi komunikasi situasi sosiopsikologis harus diperhitungkan dan jalinan hubungan faktor-faktor komunikasi harus diperhatikan.¹²

Untuk menyampaikan informasi yang tepat dan berkualitas sangat bergantung pada startegi komunikasi yang dilakukan. Seperti dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maulana Rifai, dkk membahas tentang “Strategi Komunikasi Akun *Instagram* Ubah Stigma Dalam meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental” yang menjelaskan bahwa dibutuhkan strategi komunikasi yang efektif dalam sebuah perencanaan komunikasi. Ubah stigma yang memposting informasi seputar isu kesehatan mental melalui gambar visual dengan harapan ingin masyarakat mudah memahami pesan yang akan disampaikan, tidak berjalan lancar karena ditemukan beberapa hambatan seperti *followers* yang salah dalam memahami postingan dari topik yang dibahas oleh Ubah Stigma dan juga pembuatan dari isi pesan yang di berikan harus kritis dan detail agar mudah dipahami oleh masyarakat tentang isu kesehatan mental.¹³

Informasi di media sosial terkait isu kesehatan mental saat ini perlu di tingkatkan agar dapat mengurangi munculnya kasus gangguan mental pada remaja, berbagai elemen di masyarakat pun perlu ikut serta agar tujuan tersebut dapat tercapai. Sebagai salah satu organisasi non profit *Indonesian Future Leaders* memiliki peran di masyarakat untuk menyampaikan informasi khususnya pada remaja terutama terkait isu kesehatan mental. Penelitian ini pun dilakukan untuk mengetahui seperti apa strategi komunikasi di media sosial *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta terkait isu kesehatan mental di kalangan remaja dan apakah startegi tersebut berhasil untuk memahamkan para remaja dalam meningkatkan kesadaran terkait isu kesehatan mental.

Metode

Pendekatan pada penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang hasil penelitiannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau metode kuantifikasi yang lain, peneliti biasanya menggunakan pendekatan naturalistik untuk memahami suatu fenomena tertentu.¹⁴

Kemudian metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian studi kasus dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga, atau gejala tertentu. Pada penelitian ini, peneliti mempelajari objek sebagai kasus yaitu strategi komunikasi dalam media sosial yang digunakan oleh *Indonesian Future Leaders* terkait isu kesehatan mental pada remaja melalui penelitian tersebut, peneliti akan memahami kasus tersebut secara mendalam sehingga dapat memberikan masukan yang bermanfaat untuk masyarakat atau organisasi lain dalam menangani masalah terkait isu kesehatan mental pada remaja.¹⁵

Sedangkan untuk pengumpulan data dilakukan dengan wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan informasi atau mengumpulkan data. Data tersebut diperoleh dari *interviewer* yang menanyakan sejumlah pertanyaan pada *interviewer* untuk mendapatkan jawaban.¹⁶

Informan dalam penelitian ini yaitu staff *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta yaitu Yessyua Leon selaku staff *Project Management* dan Haya Deani selaku staff *Public Relation* dengan tujuan untuk memperoleh informasi dan data lebih mendalam. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data mulai dari proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang ada di lapangan.¹⁷

Hasil & Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, sebagai *Non government organization* (NGO) *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta mengangkat isu kesehatan mental pada remaja melalui edukasi yang dilakukan di media sosial untuk meningkatkan kesadaran remaja akan pentingnya menjaga kesehatan mental. Hal tersebut di implementasikan dalam postingan di media sosial *Instagram* berupa konten desain visual yang membahas informasi tentang isu kesehatan mental hingga tips menjaga kesehatan mental dan platform "*Spotify*" *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta berjudul "*Good News Good Talk*" yang menghadirkan konten podcast dengan obrolan santai yang di kemas dengan menarik bersama staff *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta untuk edukasi remaja seputar tips untuk menjaga kesehatan mental. Sesuai dengan tujuannya dalam meningkatkan kesadaran remaja dalam menjaga kesehatan mental *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta membutuhkan strategi komunikasi agar audiens dapat memahami isi dari konten yang berkaitan dengan isu kesehatan mental. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti yang di tinjau dari strategi komunikasi menurut Anwar Arifin ada empat hal yang dapat mempengaruhi strategi komunikasi yang pertama yaitu mengenal khalayak, dalam menyampaikan informasi pada proses komunikasi khalayak memiliki peran penting sebagai penerima atau komunikan. Untuk merancang strategi komunikasi perlu adanya riset agar mengenal khalayak yang sesuai dengan tujuan. Strategi komunikasi yang dilakukan pada media sosial *Indonesian Future Leaders* menjadikan remaja sebagai sasaran utama dalam menyampaikan isi pesan.

Pada tahapan ini perlu adanya riset untuk memahami isi pesan seperti apa yang menarik dan mudah dipahami oleh para remaja. *Indonesian Future Leaders* pun menyesuaikan ketertarikan remaja saat ini dengan menyajikan isi pesan yang rinci dan detail melalui konten *Instagram* yaitu "*Good News*" dan platform *Spotify* yang berjudul "*Good News Good Talk*". Strategi tersebut dilakukan karena remaja saat ini sangat berkaitan erat dengan adanya *trend* dimana mereka tidak hanya tertarik pada konten bacaan tetapi juga melalui konten yang audio atau Podcast karena dapat menambah wawasan baru untuk meningkatkan kesadaran remaja akan isu kesehatan mental. Yang kedua yaitu menyusun pesan, strategi komunikasi yang perlu dilakukan yaitu menyusun pesan yang akan disampaikan pada khalayak. Pesan

tersebut perlu disampaikan dengan baik sesuai dengan sasarannya serta dapat menarik perhatian dan menambah pengetahuan audiens.

Dalam hal ini *Indonesian Future Leaders* menyusun isi pesan melalui konten *Instagram* dalam bentuk desain visual dan *platform Spotify* agar dapat meningkatkan kesadaran serta menambah wawasan remaja tentang isu kesehatan mental yang masih dianggap tabu oleh sebagian masyarakat. Pesan yang disampaikan pun dikemas secara ringan, menarik tetapi tetap informatif dengan membahas istilah dalam kesehatan mental, tips untuk menjaga kesehatan mental, kata-kata mutiara atau konten *quotes of the day* dan *spread positivity* melalui fitur *Instagram story* yang dapat memotivasi para remaja, serta obrolan santai di *platform Spotify* untuk meningkatkan kepedulian remaja untuk menjaga kesehatan mental dan dapat lebih mencintai diri sendiri yang dibahas bersama staff-staff dari *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta.

Dari isi konten atau topik yang diposting dalam akun *Instagram Indonesian Future Leaders* juga menyesuaikan isu terkini yang sesuai dengan kondisi yang sering dialami para remaja seperti adanya konten berisi tips-tips untuk menjaga kesehatan mental yang bisa diterapkan oleh remaja dalam menghadapi keresahan mereka. Selain itu obrolan di *Spotify* yang berkaitan dengan produktivitas pada episode “*How To Be Productive*” karena hal tersebut menjadi salah satu keresahan yang sering dihadapi oleh remaja saat ini dimana remaja saat ini banyak yang merasa kegiatan yang dilakukan tidak bermanfaat dan tidak produktif. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan staff *Indonesian Future Leaders*, Dari postingan–postingan di media sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran remaja tentang isu kesehatan mental, mendapatkan respon positif yang terlihat dari *engagement/insight* dari setiap postingan mulai dari yang menyimpan hingga membagikan beberapa postingan. Hal tersebut diharapkan dapat berdampak juga pada kesadaran remaja untuk menjaga kesehatan mental.

Ketiga menetapkan metode, setelah menyusun pesan perlu dirancang metode yang akan dilakukan untuk menyampaikan isi pesan yang sesuai dengan tujuan. Ada dua metode yang dapat dilakukan untuk menyampaikan pesan yaitu dalam pelaksanaannya dan bentuk isinya. Pada pelaksanaannya pesan dapat disampaikan secara berulang-ulang untuk mempengaruhi audiens (*repetition*) dan menyampaikan pesan yang dapat mengubah sikap dan cara pandang audiens (*canalizing*). Lalu dalam bentuk isinya yaitu pesan disampaikan secara informatif, persuasif dan edukatif. *Indonesian Future Leaders* menetapkan metode dalam menyampaikan pesan menurut bentuk isinya yaitu pesan yang informatif, persuasi dan edukatif.

Isi pesan dalam postingan di media sosial *Indonesian Future Leaders* bersifat persuasif dimana postingannya menggunakan kata-kata yang menarik serta di kemas dengan desain grafis yang kekinian disesuaikan dengan sasarannya yaitu remaja serta mempromosikan konten di *platform Spotify*. Selain itu setiap pesan yang berkaitan dengan isu kesehatan mental di sampaikan secara jelas melalui data, fakta, hingga pendapat yang kredible agar dapat mengedukasi remaja dan memberikan pemahaman. Lalu yang keempat adalah seleksi dan penggunaan media, menentukan media yang tepat dalam menyampaikan pesan menjadi hal utama dalam strategi komunikasi. Media tersebut harus disesuaikan juga dengan tujuan yang akan dicapai. Berbagai media dapat digunakan sebagai alat menyampaikan pesan seperti radio, televisi, koran, pamphlet, iklan, serta internet. *Indonesian Future Leaders* menggunakan media sosial yang khususnya *Instagram* dan *Spotify* dimana media tersebut dinilai efektif karena sebagian besar penggunanya adalah remaja.

Selain itu media sosial saat ini memiliki pengaruh yang besar terhadap pola pikir remaja karena melalui media sosial para remaja dapat memperoleh berbagai informasi yang tak terbatas. *Instagram* menjadi media utama yang dapat memudahkan penyampaian pesan dengan bentuk foto, video, serta fitur seperti *story*, *reels*, dan lain-lain. Sedangkan *Spotify* digunakan untuk lebih dekat dengan audiens dengan obrolan santai seputar isu kesehatan mental yang dapat didengarkan kapan saja. Tidak hanya itu, *Indonesian Future Leaders* juga memanfaatkan fitur *story Instagram* dan mengadakan *sharing*

session melalui webinar dengan judul “Kita Butuh Konsultasi” bekerjasama dengan Rumah Harmonis yang menjadi salah satu komunitas penggiat isu kesehatan mental, dimana pada webinar tersebut dihadiri psikolog untuk berinteraksi dengan followers dan staff-staff *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta untuk membahas seputar isu kesehatan mental secara lebih mendalam. Dalam rencana kedepan, *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta ingin meningkatkan kembali postingan dan event terkait isu kesehatan mental terutama program sharing session yang dapat menarik perhatian followers terutama remaja.

Informasi yang disampaikan dalam media sosial *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta juga dapat menambah wawasan bagi para followersnya, salah satu followers yang mengungkapkan hal tersebut adalah Aulia (@auliabelaa) yang mengungkapkan bahwa “postingan *Indonesian Future Leaders* tentang mental health sangat informatif, karena ada informasi yang sebelumnya belum pernah dengar jadi tahu dari konten *Instagram* nya IFL Jogja kayak postingan *project semicolon* yang sama sekali aku ga paham tapi sekarang jadi tahu dan bisa nambah ilmu lagi tentang isu-isu *mental health*-nya” selain itu menurut Annisa (@annisalrst) konten berupa tips untuk menjaga kesehatan mental sangat menarik perhatiannya seperti tips *self love* yang sangat bermanfaat untuk dirinya yang merasa kurang memperhatikan kepentingan dirinya sendiri dan sedang belajar untuk lebih mengapresiasi serta mencintai dirinya.

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan juga faktor penghambat seperti kurangnya respon dari audiens dari adanya project dalam “*Good News Good Talk*” di platform *Spotify* dikarenakan tidak semua followers mengetahui adanya podcast yang di buat oleh *Indonesian Future Leaders* melalui *Spotify* serta pembuatan podcast yang kurang konsisten, terkendalanya koordinasi antar staff karena tidak melakukan diskusi tatap muka akibat adanya pandemi dan kurangnya interaksi dengan followers di media sosial *Instagram* seperti kurangnya konten yang melibatkan followers. Namun di sisi lain ada faktor yang mendukung yaitu perencanaan ide yang kreatif dari staff *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta, antusias followers di *Instagram* yang cukup baik sehingga dapat meningkatkan *engagement* dari akun *Instagram*, dan *support* dari beberapa praktisi serta komunitas penggiat isu kesehatan mental dalam *project* webinar.

Kesimpulan

Dalam penelitian ini, *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta menggunakan *Instagram* dan *Spotify* sebagai media strategi komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan pesan untuk meningkatkan kesadaran remaja terkait isu kesehatan mental. Strategi komunikasi yang dilakukan *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta dapat berjalan efektif sesuai dengan perencanaannya dimulai dari mengenal khalayak yang menjadi sasaran yaitu remaja, menyusun pesan yang berkaitan dengan isu kesehatan mental melalui postingan yang menarik perhatian dan dengan bahasa yang mudah dipahami, menerapkan metode yang disesuaikan dengan trend yang menarik untuk remaja, dan menyeleksi penggunaan media. Strategi komunikasi yang dilakukan *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta melalui media sosial berdampak bagi followersnya sebagai penambah wawasan dan juga dapat di terapkan dalam kehidupan mereka untuk menjaga kesehatan mental. Dalam menjalankan strategi tersebut ada faktor penghambat yang dialami staff *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta yang masih belum bisa aktif untuk bertatap muka, kurangnya interaksi dengan followers dan kurangnya respon audiens di platform *Spotify*. Selain itu yang menjadi faktor pendukung adalah peran staff *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta, antusias followers *Instagram* serta dukungan dari komunitas penggiat isu kesehatan mental.

Saran

Dari hasil pembahasan yang diperoleh pada penelitian ini, saran yang bisa diberikan oleh peneliti untuk *Indonesian Future Leaders* Yogyakarta yaitu menambah topik-topik yang berkaitan dengan isu kesehatan mental yang lebih mendalam, lebih giat untuk berinteraksi dengan *followers* untuk memotivasi remaja terkait isu kesehatan mental, dan membuat kembali *project* webinar atau *project* yang menghadirkan praktisi kesehatan mental.

References

1. WHO. Mental health in the South East Asia [Internet]. 2021.
2. Rozali YA, Sitasari NW, Lenggogeni A. Meningkatkan Kesehatan Mental Di Masa Pandemic. *J Pengabdian Masyarakat*. 2021;7(2).
3. Kaligis F. Riset: usia 16-24 tahun adalah periode kritis untuk kesehatan mental remaja dan anak muda Indonesia. *The Conversation* [Internet]. 2021;
4. UNICEF. Dampak COVID-19 terhadap rendahnya kesehatan mental anak-anak dan pemuda hanyalah 'puncak gunung es' - UNICEF [Internet]. UNICEF. 2021.
5. Garjito D. Rukiah maut, Aisyah merengang nyawa di tangan dukun, mayat kering di kasur. *Suara.com* [Internet]. 2021;
6. Noviani F. Baru diungkap, Bio One idap gangguan mental sejak kecil. *Suara.com* [Internet]. 2022;
7. APJII. Profil Internet Indonesia 2022. Asos Penyelenggara Jasa Internet Indones [Internet]. 2022;(June).
8. Khatimah H. Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasamuh*. 2018;16(1):119–38.
9. Herna H, Hiswanti H, Hidayaturahmi H, Putri AA. Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak pada Situs Online kitabisa.com. *J Komun Pembang*. 2019;17(2):146–56.
10. Rizaty MA. Pengguna instagram di Indonesia bertambah 3,9 Juta pada kuartal IV-2021 [Internet]. 2022. Available from: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>
11. Melinda Febrianti, Huda AM. Pesan kesehatan mental pada akun instagram riliv. 2020;1–5.
12. Arifin A. Ilmu komunikasi : sebuah pengantar ringkas. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada; 2016.
13. Tulandi EV, Rifai M, Lubis FO. Strategi komunikasi akun instagram ubahstigma dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kesehatan mental. *Petik*. 2021;7(2):136–43.
14. Albi Anggito JS. Metodologi penelitian kualitatif. Sukabumi: CV Jejak; 2018. 8–9 p.
15. Luthfiyah MF&. Merodologi penelitian; penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus. Sukabumi: CV Jejak; 2017. 208 p.
16. Dr. R. A. Fadhallah, S.Psi. MS. Wawancara. Jakarta Timur: UNJ Perss; 2020.
17. Rijali A. Analisis data kualitatif. *J UIN Antasari*. 2018;17.