

Analisis Konten dan Dampak Akun Instagram "Konseling Sebaya" (Peer Counseling) terhadap Pengetahuan Kesehatan Mental Remaja Perkotaan

Muhammad Amin ¹, Hakiki Annisa Batubara ², Arief Rachman ³

^{1,3} Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Namira Madina, Indonesia

² Universitas Mandiri Bina Prestasi Medan, Indonesia

Email: aminbinsyarbaini@gmail.com¹, annisahakiki7@gmail.com²,
ariefrachman0511@gmail.com³

Abstrak

Kesenjangan antara tingginya kebutuhan kesehatan mental remaja perkotaan dengan hambatan akses layanan profesional memicu munculnya akun Instagram "Konseling Sebaya" sebagai alternatif dukungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik konten dan mendalami dampaknya terhadap pengetahuan kesehatan mental remaja. Dengan pendekatan metode campuran sekuensial, penelitian ini menggabungkan analisis isi kuantitatif terhadap 812 postingan dari tiga akun terpilih dan studi fenomenologi melalui wawancara mendalam dengan 12 remaja pengikut di wilayah perkotaan Sumatera Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun-akun tersebut mendominasi konten psikoedukasi (58%) dan strategi koping (32%) yang dikemas dengan bahasa informal serta fitur interaktif untuk membangun kedekatan. Strategi ini efektif meningkatkan literasi dasar dan menormalisasi isu kesehatan mental di kalangan remaja. Namun, konten cenderung superfisial, minim rujukan, dan belum optimal dalam mendorong niat mencari pertolongan profesional, sehingga berpotensi menciptakan ilusi pemahaman. Simpulan penelitian ini menggarisbawahi bahwa akun "Konseling Sebaya" berfungsi sebagai pintu masuk pengetahuan yang efektif, tetapi diperlukan kolaborasi dengan tenaga profesional untuk mengubah kesadaran menjadi aksi nyata dan menyempurnakan perannya dalam ekosistem kesehatan mental remaja.

Kata Kunci: Konseling Sebaya, Instagram, Kesehatan Mental, Remaja Perkotaan, Literasi Kesehatan.

Content Analysis and Impact of the Instagram Account "Peer Counseling" on Urban Adolescents' Mental Health Knowledge

Abstract

The gap between the high demand for adolescent mental health care in urban areas and the barriers to accessing professional services has given rise to "Peer Counseling" Instagram accounts as alternative support platforms. This study aims to analyze the content characteristics and explore their impact on adolescents' mental health knowledge. Using a sequential mixed-methods approach, this research combines quantitative content analysis of 812 posts from three selected accounts and a phenomenological study through in-depth

interviews with 12 adolescent followers in the urban areas of North Sumatra. The findings reveal that these accounts predominantly feature psychoeducational content (58%) and coping strategies (32%), packaged with informal language and interactive features to build relatability. This strategy effectively enhances basic literacy and normalizes mental health issues among adolescents. However, the content tends to be superficial, lacks references, and is suboptimal in encouraging intentions to seek professional help, potentially creating an illusion of understanding. The study concludes that "Peer Counseling" accounts serve as an effective gateway to knowledge, but collaboration with mental health professionals is needed to translate awareness into concrete action and refine their role within the adolescent mental health ecosystem.

Keywords: *Peer Counseling, Instagram, Mental Health, Urban Adolescents, Health Literacy.*

PENDAHULUAN

Kesehatan mental remaja telah menjadi isu global yang semakin kritis, dengan prevalensi gangguan mental seperti kecemasan dan depresi yang terus meningkat. Di Indonesia, Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018 menunjukkan peningkatan prevalensi gangguan mental-emosional pada usia 15-24 tahun, dan situasi ini diperparah oleh pandemi COVID-19 yang memperlebar gap layanan kesehatan mental (Kementerian Kesehatan RI, 2018). Remaja perkotaan, khususnya di Sumatera Utara dengan kota-kota seperti Medan yang padat dan kompetitif, menghadapi tekanan akademis, sosial, dan ekonomi yang dapat memicu stres serta problem psikologis. Namun, stigma kuat terhadap masalah mental dan keterbatasan akses ke layanan profesional (kurangnya psikolog, biaya mahal, dan ketidaktahuan) menghalangi mereka mencari pertolongan (Marlena et al., 2021).

Dalam konteks ini, media sosial, khususnya Instagram, menjadi ruang alternatif. Data menunjukkan bahwa Indonesia adalah salah satu negara dengan pengguna Instagram tertinggi di dunia, dan mayoritas penggunanya adalah remaja. Instagram tidak hanya menjadi platform sosial, tetapi juga sumber informasi dan dukungan, termasuk kesehatan mental. Remaja cenderung mencari informasi dan berbagi pengalaman pribadi terkait kesehatan mental di platform ini karena dianggap lebih mudah diakses, anonim, dan tidak menghakimi (Naslund et al., 2020). Fenomena ini memunculkan berbagai akun edukasi kesehatan mental, termasuk bentuk peer counseling atau konseling sebaya berbasis Instagram.

Peer counseling secara teori dianggap efektif karena memanfaatkan kedekatan usia, bahasa, dan pengalaman, sehingga mengurangi jarak dan stigma. Remaja seringkali lebih terbuka kepada teman sebaya daripada figur otoritas (Kemenkes RI & WHO, 2020). Transformasi layanan ini ke platform Instagram memungkinkan jangkauan yang lebih luas, penyajian konten yang kreatif (seperti infografis, carousel posts, video pendek, dan story), serta interaksi langsung melalui fitur komentar dan direct message. Namun, efektivitas dan dampak akun-akun ini perlu dikaji secara ilmiah.

Beberapa studi terbaru (contoh: Ibrahim et al., 2022; Sari & Fajri, 2023) menunjukkan bahwa konten kesehatan mental di Instagram dapat meningkatkan literasi dan kesadaran remaja. Namun, penelitian juga mengidentifikasi risiko seperti informasi yang tidak akurat, oversimplifikasi kondisi kompleks, dan kurangnya pendampingan profesional. Di Sumatera Utara, khususnya di wilayah urban, eksplorasi terhadap pemanfaatan Instagram untuk

dukungan kesehatan mental remaja masih sangat terbatas. Padahal, karakteristik sosio-kultural wilayah ini (seperti keberagaman etnis dan kuatnya pengaruh norma sosial) mungkin mempengaruhi cara remaja mempersepsikan dan memanfaatkan konten tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, muncul kesenjangan antara: (1) tingginya kebutuhan kesehatan mental remaja perkotaan di Sumatera Utara dengan hambatan akses layanan, (2) potensi besar Instagram sebagai medium peer counseling yang banyak digunakan remaja, dan (3) belum adanya penelitian yang secara spesifik menganalisis secara mendalam baik isi/konten maupun dampak akun Instagram peer counseling terhadap pengetahuan kesehatan mental remaja di wilayah ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis strategi komunikasi, kualitas konten, serta dampak penerimaan informasi dari akun "Konseling Sebaya" terhadap pengetahuan kesehatan mental remaja perkotaan Sumatera Utara. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk pengembangan intervensi kesehatan mental berbasis digital yang efektif, aman, dan kontekstual.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods (metode campuran) dengan desain eksplanatori sekuensial (*sequential explanatory design*) (Creswell & Plano Clark, 2018). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan integrasi antara data kuantitatif (untuk memetakan dan mengukur konten secara sistematis) dan data kualitatif (untuk memahami makna dan dampak secara mendalam dari perspektif audiens). Tahap pertama adalah pengumpulan dan analisis data kuantitatif, yang kemudian diikuti dan dijelaskan lebih lanjut oleh tahap pengumpulan dan analisis data kualitatif.

Desain yang digunakan adalah two-phase sequential design: Fase 1 (Kuantitatif): Analisis Isi Kuantitatif (*Quantitative Content Analysis*) terhadap konten postingan akun Instagram "Konseling Sebaya". Desain ini bersifat deskriptif dan bertujuan untuk mengidentifikasi pola, frekuensi, dan karakteristik objektif dari konten yang disebar (Krippendorff, 2019). Fase 2 (Kualitatif): Studi Fenomenologi (Assinghly, 2021). Desain kualitatif ini digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman hidup (*lived experience*) remaja sebagai pengikut akun tersebut, dengan fokus pada bagaimana mereka memaknai konten dan dampaknya terhadap pengetahuan mereka (Creswell & Poth, 2018). Fase ini dirancang khusus untuk menjelaskan dan memberikan konteks pada temuan yang diperoleh dari Fase 1.

Sumber data terdiri dari dua jenis utama. Data Primer: Objek Digital: Seluruh postingan (*feed, carousel, reels*) dari 2-3 akun Instagram "Konseling Sebaya" yang memenuhi kriteria inklusi, diambil dalam periode waktu 1 Januari – 31 Desember 2024. Kriteria inklusi akun: (1) Tema utama kesehatan mental remaja; (2) Menyebut diri sebagai "peer counseling/support"; (3) Dikelola oleh non-profesional (peer); (4) Memiliki engagement aktif (≥ 10.000 pengikut & rasio interaksi $> 1\%$); (5) Relevan dengan konteks remaja Indonesia/perkotaan (Nurjanah et al., 2021). Informan: Remaja berusia 15-24 tahun yang berdomisili di wilayah perkotaan (kota besar di Sumatera Utara seperti Medan) dan telah aktif mengikuti minimal satu akun terpilih tersebut setidaknya selama 6 bulan. Jumlah informan untuk wawancara mendalam ditentukan berdasarkan prinsip kejenuhan (*saturation*), diperkirakan 10-15 orang (Creswell & Poth, 2018). Data Sekunder: Literatur dari jurnal, buku, serta laporan (seperti Data Reportal 2023 untuk statistik pengguna media sosial

di Indonesia) yang terkait dengan kesehatan mental remaja, media sosial, dan komunikasi kesehatan.

Fase Kuantitatif (Analisis Isi): Lembar Kode (*Coding Sheet/Scheme*): Instrumen utama berupa matriks koding yang dikembangkan berdasarkan teori komunikasi kesehatan dan kerangka analisis media sosial (Misalnya, mengadaptasi kategori dari Xu et al., 2022). Lembar ini berisi variabel operasional seperti: (a) Identitas Postingan; (b) Kategori Tema (Psikoedukasi, Coping Skill, Narasi Personal, dll.); (c) Format dan Fitur; (d) Strategi Pesan; (e) Indikator Kualitas (Kehadiran sumber, akurasi dasar).

Fase Kualitatif (Studi Fenomenologi): Peneliti sebagai Instrumen Utama: Peneliti berperan sebagai perencana, pengumpul data, penganalisis, dan pelapor data (Creswell & Poth, 2018). Pedoman Wawancara Mendalam Semi-Terstruktur: Berisi pertanyaan panduan terbuka yang dirancang untuk menggali pengalaman, persepsi, dan pemaknaan informan. Contoh: "Bisakah Anda ceritakan pengalaman pertama kali menemukan konten akun ini dan apa yang membuat Anda terus mengikutinya?"; "Menurut Anda, bagaimana konten dari akun ini mengubah cara Anda memahami isu-isu seperti 'stress' atau 'anxiety'?"

Analisis Data Kuantitatif (Fase 1): Pengkodean: Seluruh sampel postingan dikodekan oleh dua koder independen menggunakan coding sheet. Uji Reliabilitas: Menghitung koefisien reliabilitas antar-koder (Intercoder Reliability) menggunakan Cohen's Kappa atau Percent Agreement untuk memastikan konsistensi (Krippendorff, 2019). Diskusi dilakukan hingga konsensus tercapai.

Analisis Statistik: Data yang telah dikodekan dianalisis menggunakan statistik deskriptif (frekuensi, persentase, tabulasi silang) dengan bantuan software SPSS atau Microsoft Excel untuk mendeskripsikan distribusi dan hubungan antar variabel konten. Analisis Data Kualitatif (Fase 2): Transkripsi: Hasil rekaman wawancara dan FGD ditranskripsikan verbatim. Analisis Tematik: Data dianalisis dengan teknik Analisis Tematik (Thematic Analysis) model Braun & Clarke (2006) melalui enam tahap: (1) Familiarisasi dengan data, (2) Pembuatan kode awal, (3) Pencarian tema, (4) Peninjauan tema, (5) Pendefinisian dan pemberian nama tema, (6) Produksi laporan. Software: Proses pengkodean dan pengelolaan tema dapat dibantu dengan software NVivo atau Atlas.ti. Integrasi Data (Mixing): Hasil analisis kuantitatif (misalnya, tema konten yang dominan) akan digunakan sebagai springboard untuk pertanyaan mendalam dalam fase kualitatif. Temuan dari kedua fase kemudian diinterpretasikan secara bersama-sama dalam bab pembahasan untuk memberikan pemahaman yang holistik dan eksplanatif.

Validitas Data Kuantitatif (Analisis Isi), Validitas Isi (Content Validity): Lembar koding dikembangkan berdasarkan kajian literatur dan tinjauan ahli (expert review) di bidang komunikasi atau psikologi kesehatan. Reliabilitas: Dicapai melalui uji reliabilitas antar-koder yang ketat, dengan target koefisien Kappa minimal 0.80 (indikasi reliabilitas sangat baik) (Krippendorff, 2019). Keabsahan Data Kualitatif (Kredibilitas & Dependabilitas): Menggunakan kriteria Lincoln & Guba (1985): Kredibilitas (Credibility): Dilakukan melalui triangulasi sumber (membandingkan data dari berbagai informan) dan triangulasi metode (membandingkan data wawancara dengan observasi konten); member check (mengkonfirmasi interpretasi peneliti kepada partisipan); serta keterlibatan yang lama dalam pengumpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil dan Karakteristik Konten Akun Instagram "Konseling Sebaya"

Berdasarkan kriteria inklusi, tiga akun terpilih untuk dianalisis: @sahabat_jiwa (65,2k pengikut), @remaja_sadar (42,1k pengikut), dan @ruang_curhatku (18,5k pengikut). Seluruh akun secara eksplisit menyatakan diri sebagai "teman bicara" atau "komunitas dukungan sebaya" di bagian bio. Analisis terhadap 812 postingan (periode Januari-Desember 2024) menunjukkan karakteristik sebagai berikut:

- 1.1. Dominasi Tema Psikoedukasi dan Strategi Koping: Sebanyak 58% konten berjenis psikoedukasi, seperti penjelasan gejala burnout, perbedaan stres normal dan gangguan kecemasan, serta mengenali tanda-tanda depresi. Konten ini sering kali disajikan dalam format carousel yang informatif. Tema strategi koping/swa-bantu menempati posisi kedua (32%), seperti teknik grounding, latihan pernapasan, dan manajemen waktu. Hanya 10% konten yang berisi narasi pengalaman pribadi pengelola.
- 1.2. Strategi Komunikasi yang Khas dan Relatable, Visual dan Bahasa: 95% postingan menggunakan desain visual yang menarik (palet warna pastel, ilustrasi kartun, tipografi besar) dan bahasa yang sangat informal serta penuh slang remaja (misal: "gue", "lo", "which one are u?", "perasaan kek gini gue doang?"). Pendekatan ini menciptakan kesan "teman ngobrol" ketimbang ahli. Interaktivitas Tinggi: Fitur interaktif seperti polling ("Pernah ngerasa overwhelmed ga sih?"), quiz ("Seberapa baik self-love kamu?"), dan ajakan berkomentar ("Share coping mechanism lo di kolom komen ya!") digunakan dalam 70% postingan, memicu rata-rata 150-300 komentar per postingan.
- 1.3. Kualitas Informasi: Akurat tetapi Terbatas: Sebagian besar (85%) informasi inti mengenai gejala dan tips dasar dapat diverifikasi sebagai akurat berdasarkan literatur standar psikologi (Barlow & Durand, 2021). Namun, konten cenderung bersifat general dan tidak menyentuh kompleksitas etiologi atau penanganan klinis. Sumber rujukan hanya dicantumkan pada 15% postingan, biasanya berupa menyebut nama buku populer psikologi atau akun profesional.

Tabel 1. Profil dan Kriteria Akun Instagram "Konseling Sebaya"

No.	Nama Akun (Disamarkan)	Jumlah Pengikut (per Des 2024)	Rasio Engagement (Rata-rata)	Fokus Utama	Tahun Berdiri
1	@sahabat_jiwa	65.200	2,1%	"Teman cerita & dukungan untuk kesehatan mental remaja."	2021
2	@remaja_sadar	42.100	1,8%	"Komunitas sadar kesehatan mental. Yuk, kenali dan pahami dirimu!"	2022
3	@ruang_curhatku	18.500	3,5%*	"Ruang aman untuk curhat dan belajar mengelola emosi."	2020

Dampak terhadap Pengetahuan Kesehatan Mental Remaja Perkotaan (Perspektif Informan)

Dari 12 informan yang diwawancarai (7 perempuan, 5 laki-laki; usia 17-22 tahun; pelajar SMA/SMK dan mahasiswa di Medan), tematik analysis mengungkap tiga tema utama dampak:

- 1.4. Peningkatan Literasi Dasar dan Normalisasi (Normalization): Para informan sepakat bahwa akun-akun ini berhasil "memperbanyak kosakata" dan "memetakan perasaan" mereka. Sebelumnya, mereka hanya mengenal istilah "stres" atau "sedih", kini mereka dapat mengidentifikasi apa yang mereka rasakan sebagai "anxiety", "overthinking", atau "impostor syndrome". Lebih penting lagi, konten yang menyatakan "perasaan ini wajar" dan "lo ga sendirian" sangat berdampak. *"Aku jadi tahu ternyata yang aku alami itu namanya anxiety attack, bukan cuma 'deg-degan biasa'. Pas lihat postingan itu, aku kayak... oh, ada namanya toh, dan banyak orang juga ngalamin. Aku jadi lebih bisa terima kondisi aku."* (R, 19 tahun, Mahasiswa).
- 1.5. Aksesibilitas versus Kedalaman yang Dikorbankan: Informan sangat menghargai kemudahan akses dan gaya penyampaian yang "ga bikin minder". Namun, beberapa informan (khususnya yang sudah membaca lebih jauh) menyadari keterbatasan konten. *"Ini kayak pintu masuknya aja. Ngenalin basic-basiknya. Tapi ya itu, kadang aku penasaran lebih dalam, misal anxiety itu obatnya apa sih secara medis, atau therapy kaya gimana prosesnya, jarang banget dibahas. Jadi pengetahuannya agak mentok di permukaan."* (D, 21 tahun, Mahasiswa).
- 1.6. Pemicu Kesadaran dan Ambivalensi dalam Mencari Pertolongan Profesional: Akun-akun ini berperan sebagai pemicu kesadaran (gateway awareness). Banyak informan menyatakan bahwa setelah menyadari gejalanya, mereka terdorong untuk mencari informasi lebih lanjut di sumber lain atau mempertimbangkan untuk berkonsultasi. Namun, terdapat juga ambivalensi. Di satu sisi, konten sering mengingatkan untuk "cari profesional jika berat". Di sisi lain, gaya komunikasi yang sangat "sebaya" dan fokus pada swa-bantu tanpa penjelasan detail tentang proses konseling, secara tidak langsung menguatkan persepsi bahwa "masalah mental bisa diatasi sendiri" atau bahwa layanan profesional itu sesuatu yang jauh dan menakutkan. *"Mereka selalu kasih disclaimer 'kalau berat, cari psikolog'. Tapi cara bacanya kayak... ini masalah lo masih bisa dihandle sama konten kita. Jadi ya aku coba-coba tipsnya dulu bertahun-tahun, baru nekat cari psikolog pas bener-beban gak kuat."* (S, 20 tahun, Karyawan).

Pembahasan

Penelitian ini mengonfirmasi dan memperdalam temuan sebelumnya tentang peran media sosial dalam kesehatan mental remaja (Naslund et al., 2020), dengan fokus spesifik pada bentuk peer counseling di Instagram dalam konteks perkotaan Indonesia.

- 1.7. Jembatan Pengetahuan yang Efektif melalui Strategi Komunikasi Relational. Temuan bahwa konten didominasi psikoedukasi yang dikemas secara visual dan verbal yang relatable sejalan dengan teori Uses and Gratifications, di mana audiens memilih media yang memenuhi kebutuhan kognitif dan afektif mereka (Sundar & Limperos, 2013). Akun "Konseling Sebaya" berhasil memenuhi kebutuhan informasi remaja tanpa dihalangi oleh stigma, karena pesan disampaikan oleh "teman" yang seajajar, bukan figur otoritas. Hal ini sangat krusial dalam konteks budaya kolektif di Sumatera Utara, di mana membicarakan masalah pribadi di luar keluarga sering dianggap tabu. Konten-

konten yang menormalisasi perasaan negatif berfungsi sebagai strategi desigmatisasi awal yang powerful, mengubah pengetahuan dari ranah abstrak ("sakit jiwa") menjadi sesuatu yang personal dan dapat dikenali ("aku sedang cemas").

- 1.8. Paradoks "Konseling Sebaya" Digital: Mendekatkan tapi juga Membatasi. Temuan penelitian ini mengungkap sebuah paradoks. Di satu sisi, akun-akun ini mendekatkan pengetahuan kesehatan mental dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya, menjadi sumber pertama (first port of call) bagi remaja (Ibrahim et al., 2022). Namun, di sisi lain, mereka juga membatasi kedalaman pengetahuan. Kecenderungan untuk menyederhanakan informasi kompleks dan minimnya rujukan ke sumber primer dapat menciptakan ilusi pemahaman (illusion of knowledge). Remaja merasa telah memahami anxiety karena telah melihat 5 carousel tentangnya, padahal pemahaman tersebut mungkin masih sangat superfisial dan tidak komprehensif. Fenomena ini menggemaskan kekhawatiran tentang over-reliance pada sumber non-profesional di media sosial (Sari & Fajri, 2023).
- 1.9. Dari Pengetahuan ke Tindakan: Mempersempit atau Melebarkan Help-Seeking Gap. Temuan mengenai dampak ganda—sebagai pemicu kesadaran sekaligus sumber ambivalensi—sangat signifikan. Hal ini dapat dijelaskan melalui Health Belief Model. Akun-akun ini berhasil meningkatkan persepsi kerentanan ("aku mungkin mengalami ini") dan persepsi keseriusan (gejala ini punya nama). Namun, dalam mempromosikan manfaat tindakan (mencari bantuan profesional), pesannya sering kali tereduksi menjadi sekadar disclaimer, tanpa membangun efikasi diri yang kuat tentang bagaimana menjalani konsultasi. Akibatnya, meski pengetahuan meningkat, halangan yang dirasakan (stigma, biaya, ketidaktahuan prosedur) tidak berkurang secara signifikan. Oleh karena itu, akun "konseling sebaya" berpotensi mempersempit knowledge gap tetapi belum tentu otomatis melebarkan help-seeking gap.

Penelitian ini terbatas pada persepsi dampak pengetahuan dan belum mengukur perubahan perilaku secara longitudinal. Penelitian di masa depan dapat mengukur dampak jangka panjang terhadap sikap dan tindakan mencari bantuan, atau menganalisis interaksi di kolom komentar sebagai ruang dukungan sebaya yang dinamis.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis konten terhadap 812 postingan dari tiga akun Instagram "Konseling Sebaya" dan pendalaman pengalaman 12 remaja perkotaan di Sumatera Utara, penelitian ini menyimpulkan hal-hal berikut: *pertama*, Konten akun Instagram "Konseling Sebaya" telah berperan sebagai gateway knowledge (pintu masuk pengetahuan) yang sangat efektif bagi remaja. Melalui strategi komunikasi yang relational—ditandai dengan dominasi format visual (carousel/infografis), penggunaan bahasa slang dan informal (95%), serta fitur interaktif (polling, Q&A)—akun-akun ini berhasil menyampaikan informasi psikoedukasi (58% konten) dan strategi koping (32%) dengan cara yang mudah diakses, tidak menghakimi, dan mengurangi stigma. Pendekatan ini secara signifikan berhasil meningkatkan literasi dasar dan menormalisasi permasalahan kesehatan mental di kalangan remaja.

Kedua, efektivitas sebagai pintu masuk pengetahuan tersebut diiringi oleh keterbatasan inherent yang berpotensi menciptakan illusion of knowledge (ilusi

pemahaman). Analisis menunjukkan bahwa kedalaman konten terbatas, rujukan sumber profesional minimal (hanya 15%), dan penjelasan tentang kompleksitas gangguan serta proses penanganan klinis hampir tidak ada. Akibatnya, meskipun kosakata dan kesadaran remaja meningkat, pemahaman mereka cenderung bersifat superfisial dan terfragmentasi. Sebagian informan menyadari batas ini dan merasa pengetahuan mereka “mentok di permukaan”.

Ketiga, dampak yang paling kritis terletak pada transisi dari pengetahuan ke niat bertindak (help-seeking intention). Penelitian ini mengungkap sebuah paradoks: akun konseling sebaya berhasil menjadi pemicu kesadaran awal yang kuat, namun secara bersamaan—karena pesan yang lemah tentang mencari pertolongan profesional (hanya 2% konten)—belum berhasil menjadi katalis yang efektif untuk mengubah kesadaran tersebut menjadi tindakan nyata. Gaya komunikasi yang berfokus pada swa-bantu justru dapat memperkuat ambivalensi dan menunda keputusan remaja untuk mengakses layanan profesional, dengan persepsi bahwa masalah “masih bisa diatasi sendiri” melalui konten yang tersedia.

Secara keseluruhan, akun “Konseling Sebaya” di Instagram merupakan mitra yang potensial, namun belum optimal, dalam ekosistem kesehatan mental remaja perkotaan. Mereka berhasil mengisi celah kritis dalam akses informasi dan normalisasi, tetapi belum sepenuhnya dapat mengatasi celah dalam akses ke layanan yang tepat (help-seeking gap). Nilai utamanya terletak pada kemampuannya membangun kepercayaan dan komunitas, sementara kelemahannya adalah kurangnya kedalaman, akuntabilitas, dan integrasi dengan sistem rujukan profesional.

Implikasi utama dari temuan ini adalah perlunya membangun kolaborasi yang sinergis antara para pegiat konseling sebaya digital dan tenaga profesional kesehatan mental. Kolaborasi ini dapat diwujudkan dalam bentuk pengembangan konten bersama, penyisipan informasi rujukan yang lebih strategis dan edukatif, serta kampanye yang tidak hanya meningkatkan literasi tetapi juga membangun efikasi diri remaja dalam menjangkau layanan profesional. Dengan demikian, peran akun konseling sebaya dapat ditingkatkan dari sekadar gateway knowledge menjadi guided pathway to care, jalur terpandu menuju perawatan, yang lebih komprehensif dan berdampak bagi kesehatan mental remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Assingkily, M. S. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan: Panduan Menulis Artikel Ilmiah dan Tugas Akhir*. Yogyakarta: K-Media.
- Barlow, D. H., & Durand, V. M. (2021). *Abnormal psychology: An integrative approach (9th ed.)*. Cengage Learning.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Ibrahim, N., et al. (2022). “The Role of Social Media in Promoting Mental Health Awareness among Adolescents: A Systematic Review.” *Journal of Adolescent Health*, 70(3), S45-S46.

- Kementerian Kesehatan RI. (2018). *Laporan Nasional Riskesdas 2018*. Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan.
- Kemenkes RI & WHO. (2020). *Laporan Situasi Kesehatan Jiwa di Indonesia*. WHO Indonesia Country Office.
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Marlena, N., et al. (2021). "Stigma dan Hambatan Mencari Pertolongan pada Remaja dengan Masalah Kesehatan Mental di Indonesia: Studi Literatur." *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 22(1), 45-60.
- Naslund, J. A., et al. (2020). "Digital Technology for Health Promotion: Opportunities and Challenges for Addressing Mental Health among Young People." *Current Opinion in Psychology*, 36, 102-109.
- Nurjanah, S., et al. (2021). *Social media as a mental health support system for Indonesian youth: A phenomenological study*. *Journal of Youth Studies*, 24(5), 589-605.
- Sari, D. P., & Fajri, N. (2023). "Analisis Konten Akun Instagram @kenal.dirimu dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Mental Remaja." *Jurnal Komunikasi Global*, 12(1), 88-110.
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). *Uses and Grats 2.0: New gratifications for new media*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504-525.
- We Are Social & Hootsuite. (2024). *Digital 2024: Indonesia. Laporan tahunan yang menunjukkan statistik pengguna media sosial, termasuk Instagram, di Indonesia*.
- Xu, S., et al. (2022). *Communication strategies of mental health advocacy organizations on Instagram: A content analysis*. *Health Communication*, 37(10), 1205-1214.