

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
BEHOME.ID TERHADAP KEPUASAN FOLLOWERS DALAM
MENGUNAKAN LAYANAN KESEHATAN MENTAL**

Reifita Devi Listya Suwono

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
reifita.17041184011@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Di era keterbukaan informasi, Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak diminati berbagai kalangan, mulai remaja hingga orang tua. Di Instagram, banyak ditemui akun seputar psikologi, salah satunya Behome.id. Behome.id merupakan layanan kesehatan mental yang dikhususkan pada anak *broken home* dan mereka dapat berbagi cerita maupun keluh kesah mengenai permasalahan yang dihadapinya. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* milik Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Teori ini menjelaskan bahwa *followers* dianggap aktif serta memiliki kebebasan untuk menentukan bagaimana mereka dalam menggunakan media serta bagaimana media tersebut memberikan dampak pada dirinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, paradigma positivisme, dan metode survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Purposive Sampling*, sehingga *followers* yang dijadikan responden memiliki beberapa kriteria dan jumlah *followers* yang akan diteliti sebanyak 204 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu penyebaran kuesioner melalui *Google Form* secara online. Data hasil kuesioner diolah menggunakan statistika *Korelasi Product Moment*, *Alpha Cronbach*, dan *Korelasi Spearman Rank*. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan angka signifikansi bernilai 0.000 yang berarti kurang dari 0.05, sehingga H_a diterima, yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara motif penggunaan media sosial Instagram Behome.id dengan kepuasan *followers* dalam menggunakan layanan kesehatan mental. Selanjutnya, hasil dari *correlation coefficient* menunjukkan angka 0.649 yang berada pada skala 0.60 – 0.799, sehingga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan antara motif penggunaan media sosial Instagram Behome.id terhadap kepuasan *followers* dalam menggunakan layanan kesehatan mental

Kata Kunci: *Motif, Kepuasan, Behome.id, Followers.*

Abstract

In the age of information openness, Instagram became one of the most used social media from all kinds of demography, from teens to elders. In Instagram, there is a lot of account that focusing it's content around psychology, and one of them is Behome.id. Behome.id is a mental health service which devoted to giving mental health service to broken home kids and they could share stories and vent about their problems. This research is make use of Uses and Gratification theory by Elihu Katz, Jay G. Blumler, and Michael Gurevitch. This theory explained that followers are seen as active and free to decide how they will use media and how the said media affect them. This research is using quantitative approach, positivism paradigm, and survey method. This research is using Purposive Sampling, so that followers who become respondents have some criterias and in total of 204 followers. Data will be collected by questionnaire spread by Google Form online. Data from questionnaire will handled by Product Moment Correlation, Alpha Cronbach, and Spearman Rank Correlation. Hypothesis test of this research show significate number of 0.000 which is lower than 0.05, therefore, H_a received, which means there is an positive and significant influence between motive of social media Instagram Behome.Id use with followers satisfaction in using mental health services. Then, the result of correlation coefficient shows the number 0.649 which exist in a scale of 0.60 – 0.799, which means there is an positive and significant influence between motive of social media Instagram Behome.Id use with followers satisfaction in using mental health services

Keywords: *Motive, Satisfactory, Behome.id, Followers.*

PENDAHULUAN

Isu kesehatan mental selalu menjadi topik pembicaraan yang hangat di perbicarakan dan harus mendapatkan perhatian. Kesehatan mental seorang individu dipengaruhi oleh sebuah pengalaman atau peristiwa yang berdampak pada kepribadian dan perilakunya. Menurut Daradjat (1998), kesehatan mental merupakan suatu

keharmonisan dalam kehidupan seseorang yang terwujud antara fungsi-fungsi jiwa, kemampuan untuk mengatasi permasalahannya, kemampuan untuk merasakan kebahagiaan, dan meningkatkan kemampuan dirinya secara positif (D.V. Fakhriyani, 2019: 10).

Setiap individu memiliki kondisi mental yang berbeda-beda dan berusaha untuk mengatasinya dengan

beragam alternatif cara. Di tahun 2017, penduduk Indonesia diprediksi mengalami masalah gangguan kesehatan jiwa, meliputi depresi, bipolar, cemas, gangguan perilaku, skizofrenia, autisme, cacat intelektual, gangguan perilaku makan, dan *Attention Deficit Hyperactivity Disorder* (ADHD). Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2018 mengatakan bahwa, jumlah kasus gangguan jiwa di Indonesia meningkat sebanyak tujuh permil rumah tangga, yaitu per 1000 rumah tangga terdapat tujuh rumah yang memiliki orang dengan gangguan jiwa, sehingga jumlah penderita gangguan kesehatan mental diperkirakan sekitar 450 ribu orang dengan gangguan jiwa berat (<https://pusdatin.kemkes.go.id/>).

Setiap individu mengalami masalah gangguan kesehatan mental dengan berbagai faktor, baik secara internal maupun eksternal. Salah satu penyebab seorang individu mengalami masalah kesehatan mental karena faktor keluarga. Menurut Soedarjito (2017), keluarga merupakan tempat pendidikan pertama bagi anak, serta berperan untuk mengenalkan adat istiadat, kebiasaan, peraturan, nilai-nilai dan tata cara kehidupan. Di dalam keluarga, anak akan mendapatkan perlindungan, kasih sayang, rasa aman, dan kebutuhan lainnya (Lie, F., Ardini, P. P., Utoyo, S., & Juniarti, Y., 2019). Ketika sebuah keluarga yang awalnya harmonis, kemudian menjadi hancur dan berantakan, maka akan mempengaruhi kesehatan mental anaknya. Kondisi tersebut disebut dengan *broken home*.

Broken home memiliki makna yang sangat luas. Sebuah keluarga dapat dikatakan *broken home* apabila memiliki kriteria seperti kematian salah satu atau kedua orang tua, *divorce* (kedua orang tua berpisah), *poor marriage* (hubungan antara orang tua dan anak yang tidak harmonis), *poor parent-children relationship* (hubungan kedua orang tua yang tidak harmonis), *high tensions and low warmth* (suasana rumah yang tidak ada kehangatan), dan *personal psychological disorder* (salah satu atau kedua orang tua yang mengalami gangguan kesehatan mental) (Massa, N., Rahman, M., & Napu, Y., 2020). Keluarga yang *broken home* mengalami kehidupan yang kacau, sehingga kondisi keluarga menjadi labil dan tidak terarah.

Isu kesehatan mental pada anak *broken home* menjadi hal yang tabu di kalangan masyarakat. Anak *broken home* seringkali mendapatkan pandangan negatif atau stigma yang buruk dari masyarakat akibat dari tindakan mereka yang dianggap meresahkan masyarakat. Tindakan yang dilakukan anak *broken home* seperti berkelahi, membuat keributan, perilaku *bullying*, acuh tak acuh terhadap sebuah masalah, kecenderungan menggunakan obat terlarang, melakukan hubungan seksual, hingga keinginan untuk membunuh ayahnya. Pada dasarnya, anak *broken home* sama seperti anak lainnya, hanya saja mereka mempunyai keluarga yang tidak harmonis, tidak utuh, bahkan kedua orang tua yang

bercerai, sehingga mereka mendapatkan *labelling* dari masyarakat. *Broken home* bukan aib karena seorang anak tidak bisa memilih terlahir dari keluarga yang seperti apa.

Broken home memberikan dampak pada kesehatan mental anak, baik secara perilaku maupun psikologis. Menurut Loughlin (2016), anak *broken home* akan mengalami gangguan kesehatan mental jangka pendek, seperti stress, depresi, dan kecemasan. Menurut *healthmeup.com*, terdapat delapan dampak yang disebabkan dari *broken home*, yaitu anak akan mengalami penurunan akademik, mudah terpengaruh hal-hal buruk, kualitas kehidupan yang rendah, mengalami pelecehan, obesitas dan gangguan makan, tekanan psikologis, bersikap apatis dalam suatu hubungan, dan melakukan seks bebas. Berdasarkan penelitian dari Sarbini dan Kusuma (2014) mengenai kondisi psikologis anak *broken home* menjelaskan bahwa, anak korban dari *broken home* akan merasakan tidak aman, mengalami penolakan dari keluarga, mudah merasakan marah, sedih, kesepian, dan perasaan menyalahkan diri sendiri (Wulandari, D., & Fauziah, N., 2019). Dampak *broken home* yang dialami oleh anak membuat mereka membutuhkan suatu wadah yang dapat menampung keluh kesah yang dirasakan setiap harinya. Mereka akan mencari informasi atau solusi atas permasalahannya melalui media sosial yang dimilikinya, sehingga ketika mereka menemukan sebuah *platform* yang dirasa cocok, maka akan dijadikan sebagai pelarian atas masalah yang dihadapinya.

Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi memberikan kemudahan bagi khalayak luas untuk mencari, memperoleh, dan menyebarkan informasi, isi berita, wawasan, opini, pendapat, dan sebagainya media sosial. Internet sebagai *new media* menjadi salah satu medium yang kini banyak digemari masyarakat karena aksesnya yang cepat, mudah, dan jaringan bersifat global. *New media* merupakan istilah yang cocok digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dan informasi yang memungkinkan untuk digitalisasi dan ketersediaannya dimanfaatkan oleh individu sebagai alat berkomunikasi (Mc Quail, 2011: 548). Era digital memudahkan akses internet, sehingga media sosial untuk berkomunikasi semakin beragam. Menurut Donni Juni Priansa (2017: 358), *social media* didesain untuk memudahkan penggunaannya untuk berkomunikasi secara interaktif dan berlangsung dua arah, sehingga penyebaran informasi antara komunikator dengan komunikotor yang awalnya bersifat satu arah, kini menjadi banyak audiens. Banyak manfaat yang diperoleh ketika menggunakan media sosial, seperti berkomunikasi jarak jauh, menemukan informasi *up to date*, menambah relasi, hingga memenuhi kebutuhan akan layanan kesehatan mental.

Saat ini, banyak media sosial yang bergerak di bidang layanan kesehatan mental, salah satunya Instagram. Instagram adalah bagian dari Facebook yang digunakan

oleh penggunanya untuk membagikan aktivitas melalui unggahan foto maupun video. Pengguna memiliki kebebasan untuk memberikan like dan komentar pada unggahan pengguna lainnya sebagai bentuk apresiasi. Semakin populernya Instagram, dimanfaatkan oleh penggunanya sebagai akun yang bergerak pada bidang komersil, non komersil maupun gerakan sosial (M Nisrina, 2015: 137). Di Instagram, banyak ditemui akun-akun yang membahas seputar psikologis atau menyediakan layanan kesehatan mental, salah satunya Behome.id. Broken Home Indonesia didirikan oleh Katrin Sovia Ifana Sari Moko, atau yang akrab dipanggil Moko sejak 16 Oktober 2012. Awal mula adanya Be Home didasari pada keinginan Moko untuk membangun sebuah tempat atau lembaga bagi anak *broken home* untuk mencurahkan isi hatinya dan melepaskan segala resah yang mereka alami. Be Home telah mengunggah 5.752 *post* dan memiliki 192 ribu pengikut (per tanggal 20 Juni 2021). Be Home menjadi wadah bagi anak *broken home* yang kehilangan “rumah”, tempat dimana mereka dapat menemukan tempat untuk “pulang”.

Be Home mengadakan gerakan #BeraniBercerita, yaitu sebuah gerakan untuk membuka mata orang-orang di luar sana bahwa anak *broken home* tidak selamanya buruk. Gerakan ini dimulai sejak tahun 2018 dan mengajak *followers* untuk berkontribusi dengan cara membagikan kisahnya di Instagram masing-masing atau mengirimkan ke Be Home untuk di unggah pada *Feed* Instagram. Gerakan ini bertujuan untuk mematahkan sebuah mitos bahwa anak yang tumbuh di keluarga yang patah, bukan berarti tidak bisa melakukan apa-apa. Melalui akun Instagram Behome.id, Moko mengajak seluruh *followers* untuk terus memperjuangkan masa depannya meskipun mereka memiliki luka di masa lalu karena terlahir dari keluarga *broken home*, bukan berarti mereka tidak memiliki mimpi dan harapan.

Be Home setiap harinya mengunggah pesan positif di *Feed* dan *Instagram Stories* untuk memberikan semangat kepada *followers* dalam menjalani hari-hari. Be Home mengajak *followers* untuk saling berbagi keluh kesah, sehingga Be Home menyediakan beberapa konten yang diunggah di *Feed* sebagai wadah mereka untuk saling berbagi cerita, maka siapapun yang membacanya dapat mengambil pesan positif yang disampaikan dan saling menguatkan. Sebagai media layanan kesehatan mental, Be Home menyediakan layanan curhat secara *online*. Layanan tersebut bernama ManCur atau Teman Curhat, yaitu layanan curhat atau konseling dari Be Home untuk memenuhi kebutuhan *followers* yang ingin menceritakan masalah dan keluh kesahnya. Dalam sesi curhat, *followers* akan dilayani oleh konselor sebaya dari mahasiswa dan/atau sarjana Psikologi. Sesi curhat dalam layanan ini berlangsung selama 60 menit melalui aplikasi *google hangout* dan dikenakan tarif sebesar Rp. 25.000.

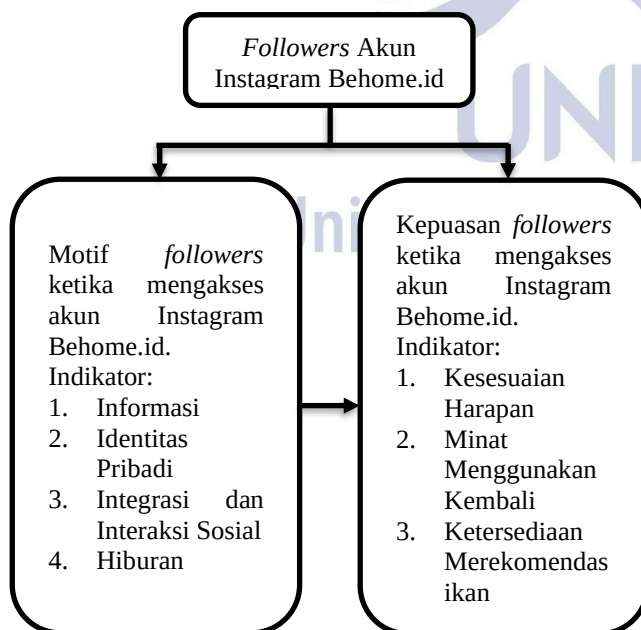
Followers dipandang sebagai khalayak aktif yang memilih dan mengonsumsi Be Home berdasarkan kepentingan dan selera. Audiens yang disebut khalayak aktif memerlukan sebuah teori komunikasi massa yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh media baru terhadap individu dan peran audiens dalam mengelola media massa. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* untuk mengetahui motif penggunaan layanan curhat Be Home dan kepuasan yang dirasakan *followers* setelah menggunakan layanan tersebut. Pada tahun 1974, teori *Uses and Gratification* dikenalkan pertama kali oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz dalam bukunya yang berjudul “*The Uses on Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*”. Blumer dan Katz mengatakan bahwa, pengguna media memainkan peran aktif dalam menentukan dan mengelola sebuah media untuk memenuhi kebutuhannya. Teori *Uses and Gratification* ini mengasumsikan bahwa pengguna media mempunyai pilihan alternatif ketika memilih media dalam upaya memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2017: 191-192). Teori *Uses and Gratification* yang dikemukakan oleh Elihu Katz mencoba untuk memahami bahwa *followers* mengonsumsi Be Home dengan berbagai alasan, dimana efek yang diberikan tidak mungkin sama untuk semua orang. Paparan pesan dari suatu media tidak mempengaruhi *followers* dengan cara yang sama, tetapi dapat memenuhi kebutuhan mereka yang beragam di waktu yang berbeda pula (Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1974)).

Followers memiliki motif atau alasan yang berbeda-beda ketika memutuskan untuk menggunakan layanan curhat Be Home. Menurut Palmgreen (2001), *Gratification Sought* merupakan sebuah dorongan yang dilakukan seorang individu untuk mencari kepuasan yang diinginkan ketika menggunakan sebuah media (Kriyantono, 2012: 211). Pemilihan motif ini tentunya berdasarkan pada suatu harapan yang ingin diperoleh *followers*. *Followers* yang menggunakan layanan curhat Be Home didasari pada keinginan mereka dalam menyelesaikan masalah maupun keluhan yang sedang dihadapi, terutama pada permasalahan yang mencakup perasaan, emosi, dan perilaku. Hal tersebut dilakukan karena tidak semua *followers* mampu menghadapi masalahnya sendiri, sehingga membutuhkan bantuan dan bimbingan dari orang lain untuk meringankan beban pikiran, serta mencari jalan keluar atas masalah yang sedang dihadapinya. Ketika *followers* memutuskan untuk menggunakan layanan curhat Be Home, maka mereka harus menentukan tujuan utamanya dalam bercerita dan bersiap untuk menyiapkan diri membuka luka atau emosi yang dirasakannya.

Setelah menggunakan layanan curhat Be Home, *followers* akan merasakan kepuasan karena mendapatkan nilai atau manfaat yang dapat mengatasi masalah gangguan kesehatan mental mereka. Menurut Palmgreen (2001), *Gratification Obtained* merupakan bentuk kepuasan nyata

yang diperoleh seorang individu atas terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan mereka setelah menggunakan media (Kriyantono, 2010: 211). Ketika *followers* mendapat nilai atau manfaat setelah menggunakan layanan kesehatan mental Be Home, mereka akan merasa lebih percaya diri dan menghargai diri sendiri, sehingga lebih siap dalam menjalani kehidupan. Banyak manfaat yang diperoleh *followers* ketika bercerita mengenai masalahnya kepada orang lain, khususnya bagi psikologis. Beberapa manfaat yang dirasakan setelah bercerita, yaitu dapat memberikan ketenangan dan ketentraman, sehingga dapat membuat kondisi *followers* menjadi lebih baik. Kemudian, bercerita dengan orang lain juga dapat mengurangi tekanan atas masalah yang sedang dihadapi, serta dapat memperbaiki *mood* atau perasaan *followers*. *Followers* yang merasakan sebuah kepuasan atas apa yang ditawarkan Be Home, maka media tersebut akan terus digunakan. Tetapi, ketika *followers* tidak menemukan kepuasan yang dicari dalam menggunakan layanan kesehatan mental, maka media tersebut akan ditinggalkan secara perlahan atau diabaikan.

Berdasarkan permasalahan gangguan kesehatan mental yang dialami oleh anak *broken home*, maka peneliti menyusun rumusan masalah, yaitu “Adakah pengaruh antara motif penggunaan media sosial Instagram Behome.id terhadap kepuasan *followers* dalam menggunakan layanan kesehatan mental?”. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini, yaitu bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh antara motif penggunaan media sosial Instagram Behome.id terhadap kepuasan *followers* dalam menggunakan layanan kesehatan mental. Berikut ini kerangka konseptual yang disusun oleh peneliti pada penelitian ini:



METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga data yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti, selanjutnya akan dianalisis menggunakan statistika dan hasil datanya disajikan berupa angka-angka (Sugiyono, 2019: 16-17). Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, yaitu dalam proses penelitian berdasarkan pengetahuan, serta pendeskripsian sebuah masalah dibentuk oleh informasi data, bukti yang relevan, dan pertimbangan logis. Metode penelitian yang digunakan, yaitu metode survei. Metode survei digunakan untuk memperoleh data dari *followers* mengenai pendapat, keyakinan, karakteristik, dan perilaku mereka mengenai motif dan kepuasan dalam menggunakan layanan curhat Be Home (Sugiyono, 2019: 57).

Populasi dari penelitian ini yaitu keseluruhan *followers* Be Home. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel Non-probability Sampling, sehingga *followers* tidak memiliki peluang yang sama untuk ditetapkan sebagai sampel oleh peneliti (Sugiyono, 2019: 131). Peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling*, sehingga dalam menentukan *followers* yang akan diteliti berdasarkan kriteria tertentu yang sudah dipertimbangkan terlebih dahulu. Berikut ini beberapa kriteria khusus yang ditujukan kepada *followers* Be Home:

- Followers* yang telah mengikuti akun Instagram Behome.id lebih dari satu tahun.
- Followers* yang memiliki permasalahan *broken home*.
- Followers* yang pernah menggunakan fasilitas layanan kesehatan mental Behome.id minimal satu kali.
- Followers* yang merespon *personal chat* peneliti di *Direct Message* Instagram.

Followers Be Home terus mengalami perubahan setiap waktunya, baik mengalami penurunan maupun kenaikan. Hal tersebut berpengaruh pada jumlah *followers* yang akan dijadikan responden. Dari keseluruhan *followers*, tidak semua *followers* memenuhi kriteria khusus yang telah ditentukan oleh peneliti, sehingga tidak diketahui secara pasti berapa jumlah *followers* yang memenuhi kriteria tersebut. Oleh karena itu, peneliti menggunakan rumus dari Jacob Cohen dan diketahui sampel pada penelitian ini sebanyak 204 responden.

Peneliti akan menyebarkan kuesioner ini kepada *followers* Be Home melalui *Google Form* secara online. Penyebaran kuesioner secara online dilakukan karena jumlah *followers* yang mencapai ribuan orang dan berada di seluruh wilayah Indonesia. Kuesioner yang disusun oleh peneliti terdiri dari 55 item pernyataan yang terdiri dari 37 item pernyataan variabel motif dan 18 item pernyataan variabel kepuasan. Instrumen penelitian ini menggunakan skala *likert*, serta setiap pernyataan terbagi menjadi pernyataan *favorable* dan *unfavorable* dengan empat tingkat jawaban, meliputi Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada *followers* Be Home, berikut ini hasil yang diperoleh peneliti:

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada penelitian ini, peneliti hanya mengambil 25% responden dari 204 sampel untuk uji validasi variabel motif dan variabel kepuasan, sehingga hanya menguji kuesioner kepada 51 *followers*. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan Korelasi *Product Moment* karena menguji satu variabel bebas (motif) dengan satu variabel terikat (kepuasan). Berikut hasil uji validitas yang dilakukan peneliti:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

Variabel	Nomor Item	Hasil Analisis	Jumlah Item
Motif (X)	1 – 37	Valid	37
Kepuasan (Y)	38 – 55	Valid	18
Total			55

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r-hitung dengan r-tabel. Berdasarkan nilai r-tabel pada sampel sebanyak 51 responden dengan taraf kesalahan 5% (0.05) adalah 0.273. Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan bahwa, keseluruhan item pernyataan yang terdiri dari 37 item pernyataan variabel motif dan 18 item pernyataan variabel kepuasan dikatakan valid. Dengan demikian peneliti menyimpulkan bahwa, keseluruhan item pernyataan pada penelitian ini dikatakan valid, sehingga layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji reliabilitas dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui apakah item-item pernyataan yang telah ditentukan telah reliabel, sehingga layak untuk dijadikan instrumen penelitian. Menurut 57 Manning & Munro (2006); Gregory (2000); dan Nunally (1978), rentangan nilai koefisien alpha berkisar antara 0 (tanpa reliabilitas) hingga 1 (reliabilitas sempurna). Peneliti menggunakan rumus *Alpha Cronbach* untuk menghitung reliabilitas dari kuesioner yang mengukur motif dan kepuasan *followers* Be Home dalam menggunakan layanan kesehatan mental. Berikut hasil uji reliabilitas yang dilakukan peneliti:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Motif (X)	.911	37
Kepuasan (Y)	.898	18

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel 2, hasil uji reliabilitas dari variabel motif yang dihitung menggunakan rumus

Cronbach Alpha mendapatkan nilai sebesar 0.911 dengan jumlah butir pernyataan sebanyak 37 item. Maka, secara teori dapat dikatakan bahwa, skala tersebut memiliki kategori reliabilitas yang sangat baik (*excellent reliability*). Kemudian, pada hasil uji reliabilitas dari variabel kepuasan mendapatkan nilai sebesar 0.898 dengan jumlah butir pernyataan sebanyak 18 item. Maka, secara teori dapat dikatakan bahwa, skala tersebut memiliki kategori reliabilitas yang baik (*good reliability*). Jadi, pernyataan pada kedua variabel tersebut dapat dikatakan reliabel, sehingga item-item pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden menjadi aspek yang penting untuk disajikan dalam penelitian agar dapat mengetahui latar belakang dan kondisi dari *followers* yang telah menjawab kuesioner penelitian. Berikut ini uraian karakteristik responden:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3. Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-Laki	37	18.1%
2.	Perempuan	167	81.9%
Total		204	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel 3, mayoritas *followers* yang menjawab kuesioner berjenis kelamin perempuan. Hal ini dikarenakan laki-laki dan perempuan memiliki cara sendiri ketika mengatasi sebuah masalah. Laki-laki cenderung mandiri untuk menyelesaikan masalahnya sendiri tanpa bantuan orang lain, serta mereka tidak ingin dianggap lemah, sehingga kesulitan untuk mengekspresikan emosinya. Sedangkan, perempuan akan merasa tertekan jika tidak berbagi cerita mengenai masalahnya kepada orang lain, serta mereka lebih mudah untuk mengekspresikan emosinya. Dilansir dari situs Universitas Airlangga, berdasarkan penelitian dari Homewood Health United Kingdom menyatakan bahwa, sebesar 47 persen perempuan memiliki resiko yang tinggi terkena gangguan kesehatan mental dibandingkan laki-laki yang memiliki resiko sebesar 36 persen. Hal ini menunjukkan bahwa, perempuan lebih membutuhkan layanan kesehatan mental agar mereka dapat merasa lega atas saran atau solusi dari orang lain mengenai permasalahan yang sedang dihadapinya.

2. Berdasarkan Usia

Tabel 4. Usia Responden

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	15 – 25 Tahun	198	97%
2.	26 – 35 Tahun	6	3%
Total		204	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa, usia 15 – 25 tahun tergolong kategori usia remaja, sedangkan usia 26 – 35 tahun tergolong kategori usia dewasa. Berdasarkan tabel tersebut, mayoritas *followers* yang menjawab kuesioner berusia 15 – 25 tahun. *Followers* yang tergolong usia remaja rentan mengalami gangguan kesehatan mental akibat permasalahan *broken home* yang sedang mereka alami. Hal ini sesuai dengan data dari hasil Riset Kesehatan Dasar tahun 2018 yang mengatakan bahwa, usia remaja di atas 15 tahun rentan mengalami masalah gangguan mental secara emosional, dimana prevalensinya mengalami peningkatan dari 6% di tahun 2013 menjadi 9.8% di tahun 2018.

3. Berdasarkan Status Pekerjaan

Tabel 5. Status Pekerjaan Responden

No.	Status Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Pelajar / Mhs	129	61.4%
2.	Bekerja	66	31.4%
3.	Lainnya	9	7.2%
Total		204	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel 5, mayoritas *followers* yang menjawab kuesioner berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa. Hal ini dikarenakan mereka memiliki waktu cukup luang untuk menjawab pernyataan dari peneliti dibandingkan dengan *followers* yang bekerja.

4. Berdasarkan Rentan Waktu Mengikuti Be Home

Tabel 6. Rentan Waktu Responden Mengikuti Be Home

No.	Rentan Waktu	Frekuensi	Persentase
1.	1 – 3 Tahun	118	57.8%
2.	4 – 6 Tahun	63	30.9%
3.	7 – 9 Tahun	23	11.3%
Total		204	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel 6, mayoritas *followers* yang menjawab kuesioner telah mengikuti Be Home dalam rentan waktu 1 – 3 tahun. Berdasarkan data dari Badan Peradilan Agama Mahkamah Agung, sejak tahun 2015 angka kasus perceraian di Indonesia meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2015 hingga Agustus 2020, angka perceraian di Indonesia mencapai 2.4 juta kasus. Hal ini berdampak pada masalah gangguan kesehatan mental anak yang menjadi korban perceraian orang tua, sehingga mereka membutuhkan tempat untuk mengekspresikan keluh kesahnya. Selain itu, setiap tahun Be Home meningkatkan dan mengembangkan kualitas layanan curhatnya, maka banyak anak *broken home* yang merasa tertarik untuk mengikuti Be Home.

5. Berdasarkan Konten Be Home yang Disukai

Tabel 7. Konten Be Home yang Disukai Responden

No.	Rentan Waktu	Frekuensi	Persentase
1.	Berani Bercerita	44	21.6%
2.	Cerita Kita	22	11%
3.	Diskusi Sama Psikolog	13	6.3%
4.	Kisah Inspirasi	26	12.6%
5.	Jalin Kasih Be Home	14	7%
6.	Quotes, Puisi & Pesan Positif lainnya	85	41.5%
Total		204	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel 7, mayoritas *followers* yang menjawab kuesioner menyukai konten *quotes*, puisi dan pesan positif lainnya. Hetherington, Cox, dan Cox (1985) mengatakan bahwa, dampak yang dialami oleh anak pasca perceraian orang tua mereka meliputi distress emosional dan masalah perilaku seperti kemarahan, kebencian, kecemasan, dan depresi. Dengan demikian diasumsikan jika *followers* Be Home membutuhkan dukungan dan motivasi dalam menghadapi permasalahan yang mereka alami. *Quotes*, Puisi, dan Pesan Positif lainnya mampu memberikan kebahagiaan, harapan, saran, semangat, dan energi positif bagi *followers* untuk menjalani kehidupan sehari-hari.

6. Berdasarkan Awal Mula Mengetahui Be Home

Tabel 8. Awal Mula Responden Mengetahui Be Home

No.	Sumber	Frekuensi	Persentase
1.	Internet / Media Sosial	117	57.3%
2.	Tahu Sendiri	58	28.6%
3.	Teman atau Kerabat	25	12.2%
4.	Lainnya	4	1.9%
Total		204	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel 8, mayoritas *followers* yang menjawab kuesioner mengetahui Be Home dari internet atau media sosial. Hal ini sesuai dengan kegunaan internet dan karakteristik media sosial dapat dikatakan bahwa, *followers* menggunakan internet atau media sosial dalam memenuhi kebutuhan akan informasi, termasuk dalam mencari akun Instagram yang berkaitan dengan layanan kesehatan mental bagi anak *broken home*.

C. Deskripsi Hasil Variabel Motif dan Kepuasan

Pada deskripsi hasil penelitian, peneliti akan memberikan gambaran mengenai karakteristik dari masing-masing variabel. Deskripsi hasil penelitian ini

dihitung menggunakan nilai *mean* yang kemudian di *ranking* untuk mengetahui motif tertinggi *followers* ketika menggunakan layanan curhat Be Home dan kepuasan yang mereka rasakan setelah menggunakan layanan tersebut.

Tabel 9. Deskripsi Hasil Variabel Motif

No.	Dimensi	Mean	Rank
1.	Informasi	666.86	1
2.	Identitas Pribadi	638.5	3
3.	Integrasi dan Interaksi Sosial	653.3	2
4.	Hiburan	636.75	4

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel 9, nilai *mean* tertinggi berada pada dimensi motif informasi. Pada motif ini, *followers* mencari dan memperoleh informasi mengenai media sosial yang menyediakan layanan kesehatan mental bagi anak *broken home* yang dapat dijadikan oleh mereka untuk mendapatkan motivasi dan dukungan secara psikologis agar dapat menghilangkan emosi negatif yang dirasakan. Kemudian, mereka berharap untuk mendapatkan solusi atau jalan keluar yang terbaik atas masalah yang sedang dihadapinya, serta mendapatkan perspektif baru dalam menyelesaikan masalah yang belum terpikirkan sebelumnya.

Tabel 10. Deskripsi Hasil Variabel Kepuasan

No.	Dimensi	Mean	Rank
1.	Kesesuaian Harapan	634.83	3
2.	Minat Menggunakan Kembali	646.5	2
3.	Ketersediaan Merekomendasikan	652	1

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel 10, nilai *mean* tertinggi berada pada dimensi ketersediaan merekomendasikan. Pada dimensi ini, *followers* mendapatkan pelayanan yang memuaskan karena konselor sebaya dari Be Home berstatus mahasiswa dan/atau sarjana Psikologi, sehingga mereka dapat bercerita seperti dengan teman sendiri. Konselor bersikap ramah dan dapat membuat *followers* merasa nyaman selama bercerita. Be Home menyediakan fasilitas yang memadai kepada *followers* dengan memberikan pilihan alternatif kepada mereka untuk bercerita melalui audio, video atau teks. Kemudian, *followers* dapat mendaftarkan diri untuk menggunakan layanan Teman Curhat melalui *linktree* yang tersedia di Bio Instagram. Layanan Teman Curhat memberikan nilai dan manfaat kepada *followers*, seperti perasaan lega, menjadi lebih tenang dan bersemangat setelah bercerita dengan konselor.

D. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis memberikan kemudahan bagi peneliti untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan yang terjalin antara variabel motif dan kepuasan. Metode yang digunakan oleh peneliti, yaitu Korelasi *Spearman Rank* dengan taraf signifikansi kesalahan (*alpha*) sebesar 5%. Berikut ini hasil uji hipotesis dengan proses perhitungan SPSS (*Statistical Product and System Solution*) versi 22.0:

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Korelasi *Spearman Rank*

			Variabel Motif	Variabel Kepuasan
Spearman' s Rho	Variabel Motif	<i>Correlation Coefficient</i>	1.000	.649”
		<i>Sig. 2 (2-tailed)</i>		.000
		N	204	204
	Variabel Kepuasan	<i>Correlation Coefficient</i>	.649”	1.000
		<i>Sig. 2 (2-tailed)</i>	.000	
		N	204	204
**. <i>Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).</i>				

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel 11, hasil uji hipotesis variabel motif dan kepuasan memperoleh hasil koefisien korelasi sebesar 0.649 dan angka signifikansi (*sig. 2-tailed*) sebesar 0.000. Hasil perhitungan dari koefisien korelasi menentukan kuat atau lemahnya tingkat hubungan yang terjalin antara variabel motif dan kepuasan. Untuk mengetahui tingkat hubungan tersebut, maka diperlukan interpretasi nilai koefisien korelasi. Berikut ini interpretasi koefisien korelasi:

Tabel 12. Interpretasi Koefisien Korelasi

No.	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1.	0.00 – 0.190	Hubungan sangat rendah
2.	0.20 – 0.399	Hubungan rendah
3.	0.40 – 0.599	Hubungan sedang
4.	0.60 – 0.799	Hubungan kuat
5.	0.80 – 1.000	Hubungan sangat kuat

Sumber: Sugiyono, (2019: 248).

Berdasarkan tabel 11, nilai koefisien korelasi pada uji hipotesis sebesar 0.649 yang berada di angka 0.60 – 0.799, sehingga dapat diartikan bahwa variabel “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram BeHome.id Terhadap Kepuasan *Followers* Dalam Menggunakan Layanan Kesehatan Mental” memiliki tingkat hubungan yang kuat. Selanjutnya, peneliti menginterpretasikan nilai signifikan yang diperoleh ketika uji hipotesis. Berikut ini pedoman

untuk mengambil keputusan:

- a. Apabila nilai signifikansi <0.05 , maka terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel.
- b. Apabila nilai signifikansi >0.05 , maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel.

Berdasarkan tabel 11, nilai signifikansi (*sig. 2-tailed*) pada uji hipotesis sebesar 0.000, maka $0.000 < 0.05$, sehingga secara teoritis dikatakan bahwa, terdapat pengaruh yang signifikan antara motif penggunaan media sosial Instagram Behome.id terhadap kepuasan *followers* dalam menggunakan layanan kesehatan mental. Dengan demikian, keputusan yang diambil oleh peneliti berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian ini, yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa hipotesis dari penelitian ini, yaitu “Terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan antara motif penggunaan media sosial Instagram Behome.id dengan kepuasan *followers* dalam menggunakan layanan kesehatan mental”.

E. Pembahasan

Perkembangan teknologi dan komunikasi telah mengalami perubahan secara pesat, serta memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memenuhi segala kebutuhannya. Instagram menjadi salah satu media yang berperan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, terutama terkait layanan kesehatan mental bagi anak *broken home*. Broken Home Indonesia atau Behome.id merupakan sebuah media yang menyediakan layanan curhat bagi anak *broken home* yang kesulitan mencari teman untuk bercerita.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga memerlukan beberapa data dari 204 *followers* Be Home yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel oleh peneliti. Berdasarkan tabel karakteristik responden, penelitian ini didominasi oleh *followers* yang berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa, perempuan rentan mengalami masalah gangguan kesehatan mental dan merasa tertekan jika tidak menceritakan masalahnya kepada orang lain. Mayoritas *followers* yang menjawab kuesioner berusia 15 – 25 tahun dengan kategori umur remaja. Sedangkan, jika dilihat dari status pekerjaan, maka mayoritas *followers* Be Home berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa.

Broken Home Indonesia telah berdiri kurang lebih selama 9 tahun, yaitu sejak 16 Oktober 2012. Dari keseluruhan *followers* Be Home, ada *followers* yang telah mengikuti sejak awal berdiri atau baru mengikuti satu tahun terakhir. Pada penelitian ini, mayoritas *followers* telah mengikuti Be Home selama 1 – 3 tahun. Hal ini didasari pada kasus perceraian yang meningkat setiap tahunnya, serta pengembangan layanan dari Be Home yang sesuai dengan harapan *followers*. Dari beberapa konten tersebut, konten *quotes*, puisi, dan pesan positif

lainnya banyak disukai oleh *followers*. Hal ini menunjukkan bahwa, sebagian besar *followers* Be Home membutuhkan dukungan maupun solusi atas permasalahan yang mereka hadapi dengan harapan mampu mengatasi masalah gangguan kesehatan mental yang mereka alami. Banyak dari *followers* mengetahui Be Home dari internet atau media sosial. Hal ini sesuai dengan manfaat dari media sosial yang memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mencari informasi sesuai kebutuhannya, termasuk dalam kebutuhan layanan kesehatan mental.

Peneliti memilih untuk menggunakan pendekatan *Uses and Gratification* sebagai landasan teori dalam penyusunan skripsi ini. Teori ini memandang *followers* Be Home sebagai khalayak aktif yang memiliki kebebasan dalam memilih media dengan harapan dapat memenuhi kebutuhannya. Teori ini lebih menekankan pada pilihan setiap individu atas suatu media bersifat secara pribadi, sehingga seiring berjalannya waktu pilihan tersebut dapat berubah. Paparan pesan dari suatu media tidak mempengaruhi setiap individu dengan cara yang sama, tetapi dapat memenuhi kebutuhan mereka yang beragam di waktu yang berbeda pula (Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1974)).

Teori ini mengarah pada perhatian *followers* dalam menggunakan layanan curhat Be Home untuk mengatasi kesehatan mentalnya. *Broken home* memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku maupun kesehatan mental anak. Seringkali anak berbohong mengenai kondisi atau perasaan mereka kepada orang lain. Mereka akan mengatakan bahwa dirinya baik-baik saja, namun pada kenyataannya tidak demikian. Penyebab anak *broken home* mengalami gangguan kesehatan mental bukan hanya perceraian saja, akan tetapi ada faktor lainnya, seperti, orang tua yang bertengkar dihadapan anak dan menyebabkan anak memiliki ingatan yang negatif, membanding-bandingkan anak dengan pencapaian orang lain padahal setiap anak mempunyai waktunya masing-masing, mengabaikan anak sehingga menyebabkan adanya perasaan tidak diinginkan, mencaci maki atau menghina anak dengan perkataan kotor, salah satu orang tua yang meninggalkan anaknya demi kepentingan sendiri, dan sebagainya. Hal tersebut memberikan trauma kepada anak, sehingga berdampak pada kesehatan mental mereka.

Dampak *broken home* terhadap kesehatan mental anak berbeda-beda, mereka kerap merasakan kesepian karena adanya perubahan suasana rumah yang awalnya hangat dan harmonis, kini menjadi tidak nyaman, sehingga menuntut mereka untuk beradaptasi dengan suasana rumah baru yang terkadang menyakiti mereka. Anak *broken home* memiliki suasana hati atau emosi yang berubah-ubah setiap waktunya, sehingga mereka membutuhkan seseorang yang dapat memahami kondisi mereka, serta memberikan dukungan agar perasaannya menjadi lebih baik. Ketika melihat keluarga lain yang

rukun dan harmonis, tidak dapat dipungkiri bahwa anak *broken home* mengalami rasa iri hati dan selalu membayangkan jika mereka yang berada posisi keluarga utuh tersebut. *Broken home* berdampak pada emosi anak, yaitu adanya perasaan marah, kecewa, rapuh, dan merasa tidak berharga yang lambat laun membebani pikiran mereka. Dengan demikian, mereka memiliki harapan untuk dapat hidup yang lebih baik.

Berdasarkan dampak yang dirasakan oleh anak akibat *broken home*, mereka membutuhkan wadah yang dapat membantu dalam mengatasi trauma yang dialami. Ketika *followers* berkeinginan untuk mencari jalan keluar atas masalah yang dihadapinya, maka mereka akan mencari sebuah media yang dapat memenuhi kebutuhannya. Layanan curhat Be Home menjadi solusi bagi *followers* yang mengalami gangguan kesehatan mental akibat *broken home*. Motif atau keinginan dari *followers* tersebut terbagi menjadi empat kategori. McQuail (1987) mengategorikan motif menjadi empat dimensi, yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan.

Pada motif informasi, *followers* mencari dan memperoleh informasi mengenai media sosial yang menyediakan layanan kesehatan mental bagi anak *broken home* yang dapat dijadikan oleh mereka untuk mendapatkan motivasi dan dukungan secara psikologis agar dapat menghilangkan emosi negatif yang dirasakan. Kemudian, mereka berharap untuk mendapatkan solusi atau jalan keluar yang terbaik atas masalah yang sedang dihadapinya, serta mendapatkan perspektif baru dalam menyelesaikan masalah yang belum terpikirkan sebelumnya.

Pada motif identitas pribadi, *followers* berkeinginan untuk menemukan nilai-nilai penunjang kehidupan yang dapat membantu mereka untuk memahami makna dan arti kehidupan yang sedang mereka jalani, sehingga dapat bersyukur dan berpikir positif ketika menghadapi suatu masalah. Kemudian, mereka berkeinginan untuk mengidentifikasi dirinya dengan nilai-nilai tersebut agar lebih siap dalam menghadapi dan mengatasi trauma atau gangguan kesehatan mental yang sedang dihadapinya. *Followers* berkeinginan untuk meningkatkan pemahaman atas dirinya sendiri agar dapat lebih mencintai dan menghargai dirinya sendiri yang telah mampu bertahan meskipun berada dikondisi yang menyakitkan.

Pada motif integrasi dan interaksi sosial, *followers* berkeinginan untuk mendapatkan sahabat atau teman yang dapat dijadikan sebagai teman bercerita untuk saling bertukar pendapat mengenai masalah *broken home* yang sedang dialami. *Followers* berkeinginan untuk berdiskusi mengenai suatu masalah, sehingga dapat saling bertukar pikiran dan menghasilkan inspirasi baru yang lebih bervariasi untuk menyelesaikan masalah.

Kemudian, mereka ingin menunjukan kepada orang di luar sana bahwa anak *broken home* tidak selama buruk dan berhak untuk bahagia, serta menggapai cita-citanya meskipun tumbuh di keluarga yang patah.

Pada motif hiburan, *followers* berkeinginan untuk mendapatkan hiburan dan kesenangan untuk memperbaiki suasana hati atau perasaan mereka yang sedang tertekan. Mereka berupaya untuk melepaskan stress, menyalurkan emosi, dan melepaskan dirinya dari seluruh masalah yang sedang dihadapi untuk meringankan beban pikiran mereka. Kemudian, mereka berkeinginan untuk mengisi waktu luang dan menghilangkan kebosanan karena mereka tidak mendapatkan perhatian dari orang tua yang sibuk dengan kepentingannya sendiri, sehingga mengabaikan anaknya dan menyebabkan mereka merasa kesepian.

Motif yang dimiliki oleh *followers* memiliki beberapa siklus, dimulai dari ketika motif tersebut timbul yang memicu perilaku dari *followers* untuk mencapai tujuan, sehingga ketika kepuasan telah tercapai, maka motif tersebut akan berhenti. Kepuasan akan terpacai ketika *followers* merasakan pelayanan dan fasilitas penunjang yang disediakan Be Home sesuai dengan harapan, serta mereka mendapatkan nilai dan manfaat setelah menggunakan layanan curhat. Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono pada Wara Sirgantara (2013) mengatakan bahwa, kepuasan terdiri dari tiga dimensi yang meliputi kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali, dan ketersediaan merekomendasikan.

Berdasarkan ketiga dimensi kepuasan, maka dapat disimpulkan bahwa, kepuasan *followers* dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi kepuasan *followers* terdiri dari produk layanan curhat Be Home, pelayanan dari Be Home, fasilitas penunjang yang disediakan oleh Be Home, dan nilai atau manfaat yang diperoleh *followers* setelah menggunakan layanan curhat. Layanan Teman Curhat merupakan produk dari Be Home yang menjadi tempat bagi anak *broken home* untuk bercerita mengenai keluh kesah atau masalah keluarga mereka. Layanan ini tersedia di hari Selasa hingga Minggu dengan 30 slot. Bagi *followers* yang berkeinginan untuk menggunakan layanan ini dapat mendaftarkan dirinya melalui *linktree* di Bio Instagram.

Followers yang menggunakan layanan ini akan didampingi oleh konselor sebaya dari mahasiswa dan/atau sarjana Psikologi yang mendengarkan cerita mereka tanpa menghakimi, sehingga mereka seperti bercerita dengan teman sendiri. Konselor Be memiliki sikap yang ramah dan responnya tidak mengecewakan kepada *followers* karena berupaya untuk menunjukan kasih sayang dan perhatian kepada mereka. Layanan curhat ini dilakukan secara *online* dan memberikan kebebasan kepada *followers* untuk memilih bercerita melalui audio, video atau teks sesuai kenyamanan mereka. Setiap pelayanan

dan fasilitas yang diberikan oleh Be Home kepada *followers* sama rata tanpa dibedakan. Ketika *followers* memiliki keluhan atas layanan atau fasilitas yang disediakan, maka Be Home akan memperbaiki kekurangan tersebut. Hal ini bertujuan untuk menjaga kualitas layanan dari Be Home agar *followers* mendapatkan kepuasan dan kenyamanan ketika menggunakan layanan curhat Be Home.

Layanan curhat Be Home memberikan nilai atau manfaat yang berbeda bagi *followers*. Bercerita dengan konselor Be Home, membuat *followers* dapat mendapatkan nilai-nilai penunjang kehidupan yang membuat mereka dapat memahami dan mengerti tujuan untuk menjalani kehidupan. Hal tersebut dapat membantu *followers* untuk lebih mencintai dan menghargai dirinya sendiri. Mereka akan mendapatkan motivasi, dukungan, dan solusi mengenai masalah yang dihadapinya, sehingga mendapatkan perspektif baru dalam mengatasi masalah yang belum terpikirkan sebelumnya. Be Home dapat membantu *followers* menghilangkan perasaan atau emosi negatif yang selama ini mereka pendam sendirian. Ketika perasaan tersebut mulai menghilang, maka mereka dapat berpikir jernih dalam menyelesaikan masalah. Hal ini dapat mengubah cara pandang *followers* terhadap dirinya sendiri, dimana mereka akan lebih percaya diri dan lebih menghargai dirinya sendiri karena telah mampu bertahan dikondisi yang tidak mereka inginkan. Meskipun melalui proses yang panjang dan menyita waktu, akan tetapi *followers* telah mengetahui langkah yang harus dilakukan untuk menyelesaikan masalahnya.

Berdasarkan hasil uji hipotesis Korelasi *Spearman Rank* antara variabel motif dan kepuasan yang dihitung menggunakan *software* SPSS versi 22.0 diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0.649 dan angka signifikasi (*sig. 2-tailed*) sebesar 0.000. Dengan demikian peneliti dapat menyimpulkan berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan antara motif penggunaan media sosial Instagram Behome.id terhadap kepuasan *followers* dalam menggunakan layanan kesehatan mental.

PENUTUP

Simpulan

Dari serangkaian penelitian terkait motif dan kepuasan *followers* Be Home dalam menggunakan layanan kesehatan mental, maka dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Motif tertinggi yang dimiliki oleh *followers*, yaitu motif informasi. Pada motif ini, *followers* berkeinginan untuk mencari dan memperoleh informasi mengenai media sosial yang menyediakan layanan curhat bagi anak *broken home* yang kesulitan mencari teman untuk bercerita tanpa dihakimi.

Penggunaan layanan curhat Be Home didasari pada keinginan *followers* untuk mendapatkan motivasi atau dukungan secara psikologis agar dapat menghilangkan perasaan negatif yang menyebabkan mereka selalu berprasangka buruk dan tidak berpikir jernih. Motivasi tersebut dapat membantu *followers* untuk meyakinkan dirinya sendiri bahwa mereka mampu menghadapi dan menyelesaikan masalah mereka, meskipun membutuhkan proses dan waktu yang cukup lama. Mereka mengharapka suatu solusi atau jalan keluar, sehingga mendapatkan perspektif dan pandangan baru dalam menyelesaikan masalah yang belum pernah terpikirkan sebelumnya.

2. Kepuasan tertinggi yang dirasakan oleh *followers*, yaitu ketersediaan merekomendasikan. Pada dimensi ini, *followers* merasakan kepuasan setelah menggunakan layanan curhat Be Home karena mereka mendapatkan pelayanan dari konselor sebaya yang mendengarkan seluruh keluh kesah tanpa menghakimi. Konselor Be Home bersikap ramah serta dapat membangun suasana yang nyaman dan rasa kepercayaan *followers*, sehingga mereka dapat merasa rileks ketika mencerita seluruh masalah yang dihadapinya dengan terus terang. Ketika ingin menggunakan layanan curhat Be Home, *followers* dapat mendaftarkan diri pada *linktree* yang tersedia di Bio Instagram, serta memiliki kebebasan dalam memilih ingin bercerita melalui audio, video atau teks. *Followers* akan merasakan nilai atau manfaat setelah menggunakan layanan curhat Be Home, seperti perasaan menjadi lega, lebih tenang, mendapat dukungan, memperbaiki perasaan, berusaha untuk mencintai dan menghargai diri sendiri, serta mendapatkan perspektif atau pandangan berbeda dalam melihat suatu masalah.
3. Adanya pengaruh antara motif penggunaan media sosial Instagram Behome.id terhadap kepuasan *followers* dalam menggunakan layanan kesehatan mental. Hal ini berdasarkan nilai koefisien korelasi sebesar 0.649 dan angka signifikasi (*sig. 2-tailed*) 0.000. Dengan demikian menunjukan bahwa, H_0 ditolak dan H_a diterima karena terdapat hubungan yang kuat dan signifikan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka peneliti mempunyai beberapa saran yang berguna bagi beberapa pihak. Berikut ini saran yang ingin disampaikan oleh peneliti:

1. Bagi Broken Home Indonesia
Saran bagi Be Home, yaitu untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada *followers*, mempertahankan kualitas layanan curhat Be Home karena memberikan manfaat bagi *followers* yang membutuhkan dampingan dari konselor, dan

menambah konten-konten yang memberikan motivasi, dukungan, dan manfaat bagi *followers*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu untuk menggali variabel lainnya, selain motif dan kepuasan ketika meneliti Be Home. Hal ini bertujuan agar penelitian tersebut memberikan gambaran yang luas atau sudut pandang yang berbeda. Kemudian, peneliti selanjutnya juga dapat mengangkat sisi lain dari media sosial Be Home, tidak hanya motif dan kepuasan.

3. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, khususnya anak *broken home*, media sosial Be Home dapat disajikan pilihan alternatif media untuk melakukan layanan curhat *online*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alyusi, S. D. (2019). "Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial". Jakarta: Prenada Media.
- Budiastuti, Dyah, dan Bandur, Agustinus. (2018). "VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN: Dengan Analisis dengan NVIVO, SPSS dan AMOS". Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Fakhriyani, D. V. (2019). "Kesehatan Mental" (Vol. 124). Duta Media Publishing.
- Nurudin. (2017). "Pengantar Komunikasi Massa", Ed. 1, Cet. 8. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2007). "Statistika Untuk Penelitian". Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", Ed. 2, Cet. 1. Bandung: Alfabeta.

Jurnal Penelitian Terdahulu:

- Alifah, L. (2018). "Motif dan Kepuasan dalam Menonton Tayangan Asing di Kalangan Perempuan (Kajian Teori Uses and Gratification Pada Ibu Rumah Tangga di Desa Karang Sari Huta IV Kabupaten Simalungun Sumatera Utara)". Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Amelia, S. R. (2016). "Pengaruh Motif Terhadap Kepuasan Menonton Tayangan "Ini Talk Show" di Net TV (Studi pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar)". Skripsi. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Ananta, G. T. G., Wijayanti, C. A., & Aritonang, A. I. (2019). "Motif dan kepuasan followers Lambe Turah dalam Mendapatkan Informasi pada Akun@lambe_turah di Instagram". Jurnal e-Komunikasi, Vol. 7, No. 2, pp. 1-10.
- Andarista, D. (2018). "Motif followers akun media sosial Instagram @eventsurabaya". Skripsi. Surabaya:

Widya Mandala Catholic University.

- Athoillah, Mohammad. 2018. "Motif dan Kepuasan Mengakses Akun Instagram nuonline_id Dikalangan Santri Al Munawwir Krapyak Yogyakarta". Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Dewi, L. (2017). "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI MUSEUM POS INDONESIA BANDUNG". Jurnal Eduturisma, Vol. 1, No.2, pp. 1-10.
- Dima, D. A. M., Hadi, I. P., & Tjahyana, L. J. (2019). "Motif dan Kepuasan Followers Dalam Mengikuti Akun @anyageraldine Di Instagram". Jurnal e-Komunikasi, Vol. 7, No.2, pp. 1-10.
- FADILLAH, M. H. (2019). "EFEKTIVITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI (STUDI KASUS PADA @LRTSUMSELOFFICIAL)". Skripsi. Palembang: UIN Raden Fatah.
- Fitriani, Y. (2017). "Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat". Paradigma-Jurnal Komputer dan Informatika, Vol. 19, No.2, pp. 148-152.
- Hadisaputro, N. C., Tjahyana, L. J., & Aritonang, A. I. (2018). "Motif dan Kepuasan Followers dalam Menonton Video "Yummy. idn by IDN MEDIA" di Instagram". Jurnal e-Komunikasi, 6(2), pp. 1-11.
- Hafiza, S., & Mawarpury, M. (2018). "Pemaknaan Kebahagiaan oleh Remaja Broken Home". Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi, Vol. 5, No.1, pp. 59-66.
- Hasanah, S., Sahara, E., Sari, I. P., Wulandari, S., & Pardumoan, K. (2017). "Broken Home pada Remaja dan Peran Konselor". JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia), Vol. 2, No. 2, pp. 1-6.
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1974). "Uses and gratification theory". Jurnal The Public Opinion Quarterly, Vol. 37, No. 4, pp. 509-523.
- Lie, F., Ardini, P. P., Utoyo, S., & Juniarti, Y. (2019). "TUMBUH KEMBANG ANAK BROKEN HOME". Jurnal Pelita Paud, Vol. 4, No. 1, pp. 114-123.
- Maani, Hikmatul. 2019. "Penggunaan Media Sosial "Instagram" Jeje Radio Dalam Meningkatkan Kepuasan Pendengar". Skripsi. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Margaretha, R. (2020). "Motif Penggunaan Aplikasi Grab Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Sumatera Utara". Skripsi. Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Massa, N., Rahman, M., & Napu, Y. (2020). "Dampak Keluarga Broken Home Terhadap Perilaku Sosial Anak". Jambura Journal Community Empowerment, Vol. 1, No. 1, pp. 1-12.
- Maulana, A. A. (2018). "Tayangan Comedy Night Live dan Pemenuhan Kebutuhan Hiburan (Studi Korelasional Pengaruh Tayangan Comedy Night Live Terhadap

- Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Sebuah Pendekatan Teori Uses and Gratification pada Remaja Kota Pancur Batu). Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Nurjannah, S. (2018). "Kesehatan Mental Anak Keluarga Broken Home (Studi Kasus Siswa X Di Sekolah SMA N 1 TANJUNG TIRAM". (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Patnani, M. (2012). "Kebahagiaan Pada Perempuan". *Jurnal Psikogenesis*, Vol. 1, No.1, pp. 56-64.
- Pulungan, S. (2020). "Kesenjangan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Subscriber Remaja Pada Channel Youtube Nussa Official". Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Ridha, N. (2017). "Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian". *Jurnal Hikmah*, Vol. 14, No. 1, pp. 62-70.
- Saripudin, M. (2020). "Analisis Deskriptif Gratification Sought Dan Gratification Obtained Penggunaan Media Instagram (Studi Kasus Pada Followers Akun Instagram@ Evieefendie)". Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Setyawati, N. (2015). "Motif masyarakat Surabaya dalam menonton acara berita kriminal Kereck MHTV". *Jurnal e-Komunikasi*, Vol. 3, No. 1, pp. 1-10.
- Sumadi, A. (2015). "Kesehatan Mental Anak dari Keluarga Broken Home (Study Kasus di SD Juara Yogyakarta)". Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Utomo, D. A. (2013). "Motif pengguna jejaring sosial Google+ di Indonesia". *Jurnal e-komunikasi*, Vol. 1, No. 3, pp. 147-156.
- Wibowo, N. C. H., Milenia, F. I., & Azmi, F. H. (2019). "Rancang Bangun Bimbingan Konseling Online". *Walisongo Journal of Information Technology*, Vol. 1, No. 1, pp. 13-24.
- Wicaksono, M. A., & Rumenyeni, R. (2017). "Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers". Skripsi. Riau: Universitas Riau.
- Wijayanti, N., Fiqih, F. T. N., Pratama, M. R. A., Setyaningsih, R., & Syafitri, D. U. (2018). "Eksplorasi Jenis Permasalahan Klien Konsultasi Online: Potensi Pengembangan Media Digital Dalam Pelayanan Kesehatan Mental". *Intuisi: Jurnal Psikologi Ilmiah*, Vol. 10, No. 3, pp. 210-218.
- Willianti, C., & Oktavianti, R. (2019). "Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Followers @pluffyschoice)". *Jurnal Prologia*, Vol. 3, No. 1, pp. 47-53.
- Wulandari, D., & Fauziah, N. (2019). "Pengalaman Remaja Korban Broken Home (Studi Kualitatif Fenomenologis)". *Jurnal Empati*, Vol. 8, No.1, pp. 1-9.

Bacaan Internet:

- Adi, Tri Nugroho. (2012). "Motif dan Kepuasan Pengguna Media" diunduh pada Tanggal 18 Mei 2021, dari <https://sinaukomunikasi.wordpress.com/tag/motif-informasi/>
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2019). "Perlu Kepedulian untuk Kendalikan Masalah Kesehatan Jiwa" diunduh pada Tanggal 06 Mei 2021, dari <https://www.kemkes.go.id/article/view/19030400005/perlu-kepedulian-untuk-kendalikan-masalah-kesehatan-jiwa.html>
- Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2019). "Situasi Kesehatan Jiwa di Indonesia" diunduh pada Tanggal 06 Mei 2021, dari <https://pusdatin.kemkes.go.id>