

Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)

DOI: <https://doi.org/10.35870/jtik.v10i2.5832>

Persepsi Gen Z terhadap Pesan Kesehatan Mental di Media Sosial: Analisis Deskriptif atas Fenomena *Self-diagnose* di Kalangan Generasi Z

Muhammad Javier Ramadhan Nahari ^{1*}, Sumardijati ²

^{1*,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

article info

Article history:

Received 11 November 2025

Received in revised form

20 November 2025

Accepted 10 December 2025

Available online April 2026.

Keywords:

Gen Z; Mental Health

Messages; Perception; Social

Media; Self-Diagnose.

Kata Kunci:

Gen Z; Pesan Kesehatan

Mental; Persepsi; Media Sosial;

Self-Diagnose.

abstract

This study aims to understand how Generation Z perceives mental health messages on social media and how these perceptions relate to self-diagnosis tendencies. Employing a qualitative descriptive approach, the research involved seven active users of TikTok and X who had previously self-diagnosed after engaging with mental health-related content. Data were collected through in-depth interviews and content observation, then analyzed using the Miles, Huberman model. The findings reveal that mental health messages are interpreted emotionally and contextually, shaped more by personal experience than professional knowledge. The novelty of this study lies in integrating social perception theory to explain how Gen Z constructs meaning from digital messages while highlighting the mediating role of media literacy in self-diagnosis. The results contribute theoretically to digital health communication studies and offer a foundation for designing empathetic and evidence-based communication strategies on social media platforms.

abstrak

Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana Generasi Z memersepsikan pesan kesehatan mental di media sosial dan bagaimana hal tersebut berkaitan dengan kecenderungan self-diagnose. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian melibatkan tujuh informan aktif pengguna TikTok dan X yang pernah melakukan self-diagnose setelah mengonsumsi konten bertema kesehatan mental. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi konten, kemudian dianalisis menggunakan model Miles, Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan kesehatan mental dipahami secara emosional dan kontekstual, lebih berdasarkan pengalaman pribadi daripada sumber profesional. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi teori persepsi sosial dalam menganalisis cara Gen Z menafsirkan pesan digital, sekaligus memperlihatkan bagaimana literasi media berperan dalam proses self-diagnose. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis bagi kajian komunikasi kesehatan digital serta menawarkan dasar bagi strategi komunikasi empatik dan berbasis fakta di platform media sosial.

Corresponding Author. Email: javierramadhan92@gmail.com ^{1}.



Copyright 2026 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan cara masyarakat mengakses dan memahami informasi, termasuk terkait isu kesehatan mental. Media sosial seperti *TikTok*, *Instagram*, dan *X (Twitter)* kini berfungsi tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media penyebaran pengetahuan, pengalaman, serta narasi mengenai kesehatan mental. Di Indonesia, generasi muda, terutama *Gen Z*, merupakan kelompok pengguna media sosial paling aktif dengan tingkat paparan tinggi terhadap konten psikologis. Fenomena ini menarik karena sekaligus membuka ruang kesadaran dan empati terhadap isu tersebut, namun juga menimbulkan risiko misinformasi dan kecenderungan melakukan *self-diagnose* atau *self-claim* terhadap gangguan mental tertentu. *Gen Z* dikenal sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di era digital dengan karakteristik sangat bergantung pada teknologi dan komunikasi daring (Pratama, 2022). Mereka membangun interaksi sosial, identitas diri, bahkan validasi emosional melalui dunia maya. Pesan-pesan kesehatan mental yang tersebar di media sosial sering diterima bukan hanya sebagai informasi, tetapi juga sebagai sarana mengekspresikan diri dan mencari dukungan sosial.

Banyak pengguna *Gen Z* mengidentifikasi diri dengan narasi psikologis yang ditemukan di linimasa, seperti istilah “overthinker”, “anxious”, atau “introvert dengan trauma masa lalu.” Hal ini menunjukkan bahwa pesan kesehatan mental di media sosial tidak semata-mata dipahami sebagai wacana medis, melainkan juga sebagai representasi identitas personal dan sosial. Menurut Suryani dan Putra (2021), media sosial memiliki kekuatan membentuk persepsi publik melalui mekanisme simbolik dan emosional. Ketika pesan-pesan kesehatan mental dikemas secara menarik dan relevan, pengguna cenderung lebih mudah menerima dan menginternalisasinya tanpa proses verifikasi. Algoritma media sosial memperkuat kondisi ini dengan menampilkan konten sesuai preferensi pengguna, sehingga pesan yang bersifat emosional dan populer lebih sering muncul dibandingkan informasi akademis atau profesional. Akibatnya, batas antara edukasi kesehatan mental dan hiburan digital menjadi kabur. Rahmawati (2022) menyoroti

pentingnya literasi media dalam menerima pesan kesehatan mental. Literasi media mencakup kemampuan memahami isi pesan sekaligus kesadaran terhadap sumber dan maksud pesan tersebut. Namun, tingkat literasi media di kalangan *Gen Z* beragam. Sebagian mampu memilah informasi secara kritis, sementara sebagian lain lebih terpengaruh oleh tren viral yang kurang berdasar ilmiah. Ketimpangan ini berpotensi menimbulkan kesalahpahaman terhadap konsep kesehatan mental, termasuk penyederhanaan istilah gangguan psikologis yang sesungguhnya kompleks dan individual. Fenomena *self-diagnose*, yakni penilaian diri atas kondisi psikologis berdasarkan informasi dari media sosial, banyak dijumpai di kalangan *Gen Z*. Mereka merasa lebih mudah memahami diri melalui konten yang menggambarkan gejala tertentu. Yunita (2023) menyatakan bahwa *self-diagnose* sering dilakukan untuk mencari penjelasan atas kondisi emosional tanpa pemahaman medis yang memadai. Akibatnya, alih-alih meningkatkan kesadaran kesehatan mental yang sehat, fenomena ini berpotensi memperkuat stereotip dan kecenderungan patologisasi diri. Faktor sosial dan budaya turut memengaruhi cara *Gen Z* menafsirkan pesan kesehatan mental. Dalam masyarakat yang masih memberi stigma pada gangguan psikologis, media sosial menyediakan ruang alternatif bagi generasi muda untuk berbicara dan mencari dukungan.

Platform digital menawarkan ruang anonim dan cepat untuk berinteraksi, yang membuat pengguna merasa lebih aman mengekspresikan diri. Namun, keterbukaan ini juga memicu budaya *oversharing*, yakni kecenderungan membagikan perasaan pribadi secara berlebihan di ruang publik digital. Kondisi ini dapat menyebabkan distorsi makna kesehatan mental, karena narasi yang dibagikan sering kali tidak akurat, melainkan ekspresi emosional sesaat. Kajian terdahulu banyak membahas peran media sosial dalam meningkatkan kesadaran kesehatan mental, tetapi sedikit yang menelaah bagaimana pesan tersebut dipahami secara subjektif oleh *Gen Z* di Indonesia. Sebagian besar penelitian fokus pada pengaruh atau dampak, bukan pada proses interpretasi individu terhadap pesan. Padahal, teori persepsi sosial menyatakan bahwa setiap individu memiliki cara internalisasi berbeda dalam menafsirkan informasi, bergantung pada pengalaman, nilai, dan latar sosialnya (Rakhmat, 2018).

Oleh karena itu, untuk memahami fenomena *self-claim* dan *self-diagnose* secara menyeluruh, diperlukan kajian yang melihat persepsi Gen Z dari perspektif interpretatif terhadap pesan yang mereka temui. Penelitian ini bertujuan mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji bagaimana Gen Z menafsirkan pesan kesehatan mental di media sosial. Fokus diarahkan pada proses persepsi, interpretasi, dan respons Gen Z terhadap pesan kesehatan mental di platform digital populer. Penelitian juga menelusuri sejauh mana literasi media memengaruhi pemahaman mereka terhadap perbedaan antara pesan edukatif dan hiburan atau tren. Hasil diharapkan memberikan gambaran pola komunikasi digital generasi muda dan perspektif baru mengenai hubungan antara literasi media, persepsi pesan, dan pembentukan identitas diri di era media sosial. Secara konseptual, penelitian ini menempatkan Gen Z sebagai generasi yang mengalami ambiguitas dalam memahami kesehatan mental: mereka menyadari pentingnya isu tersebut, namun dihadapkan pada banjir informasi yang tidak selalu valid. Kondisi ini menuntut pendekatan komunikasi yang strategis dan berbasis literasi untuk menyampaikan pesan kesehatan mental di media sosial. Dengan mengetahui cara Gen Z menafsirkan pesan, hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi pembuat kebijakan, lembaga kesehatan, dan kreator konten dalam merancang strategi komunikasi yang efektif, empatik, dan berbasis fakta.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *deskriptif kualitatif* dengan tujuan menggambarkan fenomena persepsi Generasi Z terhadap pesan kesehatan mental di media sosial secara rinci. Pendekatan tersebut memungkinkan peneliti memahami pengalaman subjektif informan berdasarkan kondisi sosial dan digital yang mereka alami sehari-hari. Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan interpretasi data, dengan keterlibatan langsung dalam proses wawancara, observasi, serta analisis dokumen bertema kesehatan mental di media sosial. Subjek penelitian terdiri dari individu yang termasuk dalam Generasi Z (lahir antara 1997–2012), aktif menggunakan media sosial, dan mengaku pernah melakukan *self-diagnose* setelah terpapar konten bertema kesehatan mental.

Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kesesuaian dengan fokus penelitian dan kesiapan untuk berbagi pengalaman secara reflektif. Sebanyak tujuh informan berpartisipasi, terdiri dari lima laki-laki dan dua perempuan berusia 21–24 tahun dengan latar belakang pekerjaan beragam, seperti mahasiswa, freelancer, dan pekerja lepas. Teknik pengumpulan data utama adalah wawancara mendalam *semi-terstruktur*. Wawancara dilakukan secara tatap muka maupun daring melalui *Zoom*, panggilan *WhatsApp*, atau *Google Meet*, menyesuaikan ketersediaan dan kenyamanan informan. Panduan wawancara disusun berdasarkan tema persepsi terhadap pesan kesehatan mental dan pengalaman *self-diagnose*. Setiap sesi direkam dengan izin informan, kemudian ditranskripsikan untuk keperluan analisis. Untuk memastikan keabsahan data, penelitian menerapkan teknik *triangulasi metode*, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan observasi dan dokumen terkait, serta melakukan *member checking* guna memastikan interpretasi peneliti sesuai dengan maksud narasumber.

Analisis data menggunakan model analisis interaktif dari Miles, Huberman, dan Saldana (2014) yang mencakup tiga tahap: pertama, reduksi data, dilakukan sejak awal pengumpulan data untuk memilah informasi yang relevan dengan fokus penelitian, menghapus data duplikat, dan mengelompokkan temuan berdasarkan pola persepsi dan motivasi *self-diagnose*; kedua, penyajian data, dengan menyusun hasil wawancara dalam bentuk narasi tematik dan matriks agar hubungan antar konsep dapat terlihat jelas; ketiga, penarikan dan verifikasi kesimpulan, dilakukan melalui proses reflektif dan berulang untuk memastikan temuan benar-benar mencerminkan pengalaman autentik informan. Seluruh tahapan analisis berlangsung secara siklikal dan dinamis hingga mencapai *data saturation*, sehingga hasil akhir mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana Generasi Z membentuk persepsi terhadap pesan kesehatan mental di media sosial dan kaitannya dengan kecenderungan melakukan *self-diagnose*.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Penelitian ini mengungkap bagaimana *Gen Z* membentuk persepsi terhadap pesan kesehatan mental yang tersebar di media sosial seperti *TikTok*, *Instagram*, dan *X*. Berdasarkan wawancara dengan tujuh informan, ditemukan bahwa pengalaman digital, kondisi emosional, serta tingkat literasi media menjadi faktor utama yang memengaruhi pemahaman pesan tersebut. Perkembangan pesat media sosial dalam dekade terakhir menjadikannya ruang utama bagi *Gen Z* untuk mengakses konten bertema kesehatan mental. Rahmawati *et al.* (2024) menjelaskan bahwa tingginya paparan konten psikologis di *TikTok* berkaitan erat dengan peningkatan kecemasan dan kesepian di kalangan mahasiswa. Temuan serupa muncul dalam penelitian ini, di mana sebagian besar informan menyatakan sering menemui konten berupa kutipan motivasi, curahan pengalaman pribadi, atau video edukatif yang menjelaskan gejala stres, *overthinking*, dan kecemasan. Konten tersebut dianggap membantu mereka memahami kondisi diri dan merasa tidak sendiri dalam menghadapi tekanan hidup. Namun, efek positif tersebut beriringan dengan kemunculan bias persepsi akibat paparan algoritmik. Mahardika dan Sugara (2025) menyebut fenomena “*echo chamber*” sebagai salah satu penyebab terbentuknya persepsi berulang mengenai gangguan mental.

Beberapa informan mengakui bahwa setelah sering menyaksikan video bertema kecemasan, mereka semakin yakin mengalami gangguan serupa. Informan JW, misalnya, menyatakan bahwa setelah melihat konten yang membahas “ciri-ciri *anxiety disorder*”, ia merasa tervalidasi bahwa dirinya memang bermasalah secara mental. Kondisi ini menunjukkan bahwa pesan kesehatan mental di media sosial sering diterima secara emosional, bukan analitis. Dari sisi pemahaman, informan memaknai kesehatan mental sebagai kemampuan mengendalikan diri dan menjaga ketenangan pikiran. Mereka tidak mendasarkan pandangan pada definisi profesional, melainkan pada pengalaman pribadi dan narasi populer di dunia digital. Persepsi ini mencerminkan pergeseran otoritas pengetahuan: *Gen Z* lebih mempercayai *content creator* yang memiliki pengalaman personal dibandingkan pakar kesehatan mental. Hal ini sejalan

dengan temuan Septiani dan Ramdhani (2021) yang menyatakan bahwa proses *self-diagnose* muncul ketika individu mencari pembenaran diri melalui narasi daring yang relevan dengan kondisi emosionalnya. Dalam literasi media, kemampuan *Gen Z* menilai validitas informasi masih bervariasi. Beberapa informan, seperti FA dan YP, mampu membedakan antara konten edukatif dan hiburan. Mereka menyatakan melakukan pencarian tambahan sebelum mempercayai pesan tertentu. Namun, sebagian lain, seperti DJ dan SR, mengaku menerima informasi tanpa verifikasi karena menganggap isi pesan tersebut “terasa benar.” Fenomena ini memperlihatkan kesenjangan antara kemampuan teknis dalam mengoperasikan media sosial dan kemampuan kritis dalam memahami pesan. Saputra dan Justito (2018) menyebut kondisi ini sebagai bentuk *pseudo-literacy* digital, di mana pengguna aktif secara teknis namun pasif secara kognitif. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial berperan dalam pembentukan identitas diri informan. Bagi sebagian dari mereka, pengakuan memiliki gangguan seperti *anxiety* atau *overthinking* bukan hanya cerminan kondisi emosional, tetapi juga bagian dari ekspresi identitas sosial. Pernyataan YP yang merasa “lebih diterima karena punya masalah yang sama” menunjukkan bahwa *self-claim* berfungsi sebagai mekanisme pencarian penerimaan dalam komunitas daring.

Temuan ini sesuai dengan gagasan Saoqillah (2022) mengenai peran komunikasi intrapersonal dalam pembentukan konsep diri, di mana individu memaknai dirinya melalui refleksi atas respons sosial. Selain itu, proses persepsi *Gen Z* terhadap pesan kesehatan mental mengikuti tahapan seleksi, organisasi, dan interpretasi. Pada tahap seleksi, mereka cenderung memperhatikan konten yang sesuai suasana hati atau pengalaman pribadi. Pada tahap organisasi, informasi diklasifikasikan berdasarkan emosi atau kategori gangguan tertentu seperti *anxiety*, *people pleaser*, atau *overthinker*. Pada tahap interpretasi, pesan dimaknai ulang untuk memberi pembenaran terhadap kondisi diri. Model ini sejalan dengan teori persepsi yang dijelaskan oleh Qiong (2017), bahwa pengalaman personal dan motivasi internal menjadi faktor kunci dalam proses penafsiran pesan. Meskipun demikian, tidak semua dampak bersifat negatif. Beberapa informan menyatakan bahwa konten-konten tersebut membantu mereka

meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga keseimbangan mental dan mengenali batas kemampuan diri. SR, misalnya, menyebut bahwa setelah memahami konten tersebut, ia berusaha menata kembali kehidupannya dan belajar mengelola stres secara mandiri. Fenomena ini menandakan adanya nilai edukatif dari media sosial, meskipun risiko interpretasi keliru tetap ada. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi *Gen Z* terhadap pesan kesehatan mental di media sosial dibentuk oleh kombinasi faktor emosional, sosial, dan kognitif. Pesan-pesan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media edukasi, tetapi juga sebagai ruang refleksi diri dan pembentukan identitas. Namun, ketika literasi media tidak diimbangi kemampuan evaluatif yang memadai, pesan kesehatan mental mudah disalahpahami dan mendorong kecenderungan *self-diagnose*. Oleh karena itu, strategi komunikasi kesehatan mental di media digital perlu dirancang secara lebih kontekstual menggabungkan pendekatan empatik dengan informasi berbasis ilmiah yang mudah dipahami generasi digit

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi *Gen Z* terhadap pesan kesehatan mental di media sosial sangat dipengaruhi oleh pengalaman digital, konteks emosional, dan tingkat literasi media. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmawati *et al.* (2024) yang mengaitkan tingginya paparan konten psikologis di *TikTok* dengan peningkatan kecemasan dan rasa kesepian di kalangan mahasiswa. Seperti yang ditemukan dalam wawancara, konten berupa kutipan motivasi, curahan pengalaman pribadi, dan video edukatif membantu *Gen Z* memahami kondisi diri mereka dan merasa tidak sendiri dalam menghadapi tekanan hidup. Namun, penelitian ini juga mengungkap adanya risiko bias persepsi akibat paparan algoritmik yang menciptakan fenomena *echo chamber*, sebagaimana dijelaskan oleh Mahardika dan Sugara (2025). Hal ini memperkuat temuan bahwa paparan berulang terhadap konten tertentu dapat memvalidasi persepsi diri yang mungkin tidak sepenuhnya akurat, seperti yang dialami oleh informan JW yang merasa tervalidasi mengalami *anxiety disorder* setelah sering melihat video terkait. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pesan kesehatan mental di media sosial lebih sering diterima secara

emosional daripada analitis, sesuai dengan teori persepsi sosial yang menekankan peran emosi dalam proses internalisasi pesan (Rakhmat, 2018). Persepsi *Gen Z* yang memaknai kesehatan mental sebagai kemampuan mengendalikan diri dan menjaga ketenangan pikiran, bukan berdasarkan definisi profesional, menunjukkan pergeseran otoritas pengetahuan. Hal ini konsisten dengan temuan Septiani dan Ramdhani (2021) yang menyatakan bahwa proses *self-diagnose* muncul ketika individu mencari pembenaran melalui narasi daring yang relevan secara emosional. Kepercayaan yang lebih besar pada *content creator* dengan pengalaman personal dibandingkan pakar kesehatan mental menegaskan pentingnya konteks sosial dan emosional dalam pembentukan makna pesan. Tingkat literasi media yang beragam di kalangan *Gen Z* juga menjadi faktor penting dalam memahami bagaimana pesan kesehatan mental diproses. Beberapa informan mampu membedakan antara konten edukatif dan hiburan, melakukan verifikasi tambahan, sementara yang lain menerima informasi tanpa kritis karena merasa pesan tersebut “terasa benar.”

Fenomena ini menguatkan konsep *pseudo-literacy* digital yang dikemukakan Saputra dan Justito (2018), di mana pengguna aktif secara teknis namun pasif secara kognitif dalam memahami pesan. Selain aspek kognitif, media sosial juga berperan dalam pembentukan identitas sosial *Gen Z*. Pengakuan terhadap gangguan mental seperti *anxiety* atau *overthinking* bukan hanya cerminan kondisi emosional, tetapi juga mekanisme pencarian penerimaan sosial, sebagaimana dijelaskan oleh Saoqillah (2022) dalam konteks komunikasi intrapersonal dan pembentukan konsep diri. Hal ini memperlihatkan bahwa pesan kesehatan mental berfungsi ganda sebagai edukasi sekaligus ruang ekspresi identitas. Proses persepsi yang mengikuti tahapan seleksi, organisasi, dan interpretasi sesuai dengan model teori persepsi Qiong (2017), menegaskan bahwa pengalaman personal dan motivasi internal menjadi kunci dalam menafsirkan pesan. Tahapan ini menjelaskan bagaimana *Gen Z* tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga mengkonstruksi makna yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan emosional mereka. Meskipun terdapat risiko misinterpretasi dan *self-diagnose* yang berlebihan, penelitian ini juga menemukan nilai edukatif dari konten media sosial yang mendorong kesadaran akan

pentingnya menjaga keseimbangan mental dan pengelolaan stres mandiri. Temuan ini menggarisbawahi potensi media sosial sebagai sarana edukasi kesehatan mental yang efektif jika didukung oleh literasi media yang baik dan strategi komunikasi yang tepat. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa pesan kesehatan mental di media sosial berfungsi tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai ruang refleksi diri dan pembentukan identitas. Oleh karena itu, strategi komunikasi kesehatan mental harus mengintegrasikan pendekatan empatik dan berbasis bukti ilmiah untuk mengurangi risiko misinterpretasi dan memperkuat literasi media di kalangan *Gen Z*.

4. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini mengungkap bahwa persepsi Generasi Z terhadap pesan kesehatan mental di media sosial terbentuk melalui interaksi kompleks antara pengalaman pribadi, kebutuhan emosional, dan pengaruh budaya digital yang dinamis. Media sosial bagi *Gen Z* bukan sekadar sumber informasi, melainkan juga ruang untuk eksplorasi pemahaman diri, pencarian validasi sosial, serta dukungan emosional. Pemahaman kesehatan mental oleh *Gen Z* bersifat subjektif dan lebih menitikberatkan pada aspek perasaan serta pengalaman sehari-hari, dibandingkan definisi medis atau klinis yang formal. Pesan kesehatan mental yang ditemukan di platform seperti *TikTok* dan *X (Twitter)* sering dipersepsikan sebagai manifestasi empati dan solidaritas, sehingga lebih mudah diterima jika disampaikan dengan gaya yang personal dan emosional. Namun, penerimaan yang dominan secara emosional ini berpotensi menimbulkan bias dalam pemahaman, terutama bila pesan tersebut tidak didukung oleh rujukan ilmiah yang valid. Variasi tingkat literasi media di kalangan *Gen Z* turut memengaruhi cara mereka menafsirkan pesan kesehatan mental. Individu dengan kemampuan evaluatif yang baik cenderung melakukan penyaringan informasi dan verifikasi sumber, sedangkan sebagian lain lebih rentan terpengaruh oleh narasi viral yang membangun kedekatan emosional. Fenomena *self-diagnose* dan *self-claim* yang muncul dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian *Gen Z* memanfaatkan pesan kesehatan mental sebagai alat untuk mengenali diri

dan membentuk identitas sosial mereka. Oleh karena itu, disarankan adanya pendekatan komunikasi yang lebih strategis dan kontekstual dalam penyampaian pesan kesehatan mental di media sosial. Informasi yang disebarkan hendaknya tidak hanya menarik secara emosional, tetapi juga akurat, etis, dan edukatif agar dapat mendukung pemahaman yang sehat dan mengurangi risiko misinterpretasi di kalangan generasi digital.

5. Daftar Pustaka

- Anderson, M. (2022). Digital wellbeing and social media culture. *Journal of Youth Communication*, 9(3), 120–134.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Febriana, E., & Amalia, U. (2024). Dampak Konten Bertema Psikologi dalam Media Sosial TikTok Terhadap Fenomena Self Diagnose pada Generasi Z. *Lencana: Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 2(4), 239-250. <https://doi.org/10.55606/lencana.v2i4.4063>.
- Mahardika, D., & Sugara, M. (2025). Algoritma media sosial dan pembentukan persepsi pengguna Gen Z di ruang digital. *Jurnal Komunikasi dan Media Sosial*, 7(1), 22–35.
- Maulana, A. E., & Ekawati, S. (2025). Eksplorasi Psikologis Pengguna TikTok Pada Generasi Zoomer: Tinjauan Literatur Tentang Motivasi, Prilaku, dan Dampak Psikologis. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1235-1244.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Potter, W. J. (2016). *Media literacy* (8th ed.). SAGE Publications.

- Putri, F. Z. (2023). *Representasi Kesehatan Mental (Mental Health) Gen Z dalam Film Serial Euphoria (2019): Analisis Semiotika Roland Barthes* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Qiong, O. U. (2017). A brief introduction to perception. *Studies in Literature and Language*, 15(4), 18–28.
- Rahmawati, S. (2022). Literasi media digital dalam pemahaman kesehatan mental Gen Z. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 14(2), 87–98.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi komunikasi* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.
- Sabilla, R. (2023). *Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UII terhadap Isu Kesehatan Mental dalam Film Penyalin Cahaya* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Sadida, S. (2021). *Perancangan Informasi Fenomena Self-Diagnosis Kesehatan Mental Remaja Generasi Z Di Media Sosial Melalui Media Buku Ilustrasi* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Saoqillah, A. (2022). Peranan Komunikasi Intrapersonal Dalam Proses Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Kpi Iuqi. *At-Tawasul*, 1(2), 83-92. <https://doi.org/10.51192/ja.v1i2.210>.
- Saputra, D. R., & Justito, A. (2018). Pentingnya literasi media di era digital bagi remaja. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Padjadjaran*, 1(2), 134–140.
- Suhaimi, M. R. S., Junaedi, P. P., Wijaya, D. M. R., Septiana, R. D., Prasetio, K. R., Amelia, G. C., ... & Santosa, A. R. (2024). *Dinamika Riset Sosial: Isu dalam Ruang Digital, Nasional dan Internasional*. EDU PUBLISHER.