



ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KESEHATAN MENTAL GEN-Z (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SULAWESI BARAT)

Rezki Rahmawati^{1)*}, Putri Indi Rahayu²⁾, Muhammad Syihabuddin Taufiq³⁾

¹⁾Ilmu Politik/Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Hukum, Universitas Sulawesi Barat

²⁾Statistika/Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Sulawesi Barat

³⁾Ilmu Politik/Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Hukum, Universitas Sulawesi Barat

*Korespondensi Penulis: rezki.rahmawati@unsulbar.ac.id

ABSTRACT

Generation Z is characterized by their strong digital connections, a phenomenon that is unsurprising given their upbringing during a transitional period—the emergence of Industry 4.0. Their adeptness with communication technology, especially social media, undeniably impacts various facets of their lives, including mental health. This study employed quantitative methods and descriptive statistical analysis to explore the effects of social media usage on the mental health of Gen Z. Primary data were collected using non-probability sampling, specifically Quota Sampling, with questionnaires designed to investigate the impact of social media on the emotional well-being of Gen Z students. The research involved 104 students from the University of West Sulawesi in Majene Regency, West Sulawesi Province. The results revealed several key findings: on a positive note, 39.4% of Gen Z participants reported that they sometimes feel more excited or enthusiastic after engaging with social media, and 47.1% frequently feel a sense of connection to friends or family while using these platforms. Conversely, on the negative side, 33.7% indicated that they sometimes experience stress or a sense of burden as a result of extensive social media use. In terms of life satisfaction, 41.3% of respondents occasionally feel that their lives possess purpose after interacting online. Regarding self-esteem, 42.3% reported feeling proud of themselves after using social media, while 37.5% often feel more connected to those around them. However, 35.6% sometimes feel anxious about how others perceive or evaluate their social media posts.

Keywords: Gen Z, Mental Health, Emotional Well-being, Social Media

ABSTRAK

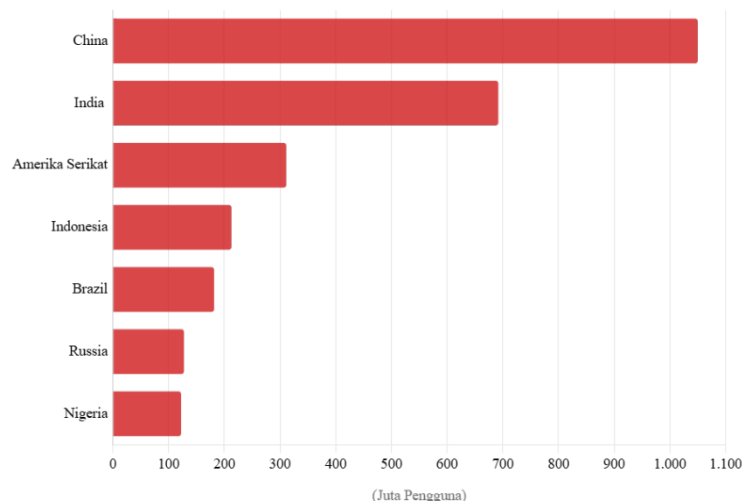
Gen Z dikenal sebagai generasi dengan koneksi digital yang kuat. Hal ini sebenarnya tidak mengejutkan jika mengingat mereka memang merupakan generasi yang tumbuh di era peralihan yakni masa transisi menuju industri 4.0. Keakraban gen Z dengan teknologi komunikasi terutama media sosial tentu berdampak pada segala aspek kehidupan mereka, tidak terkecuali aspek kesehatan mental. Penelitian yang dilakukan dengan metode kuantitatif dan teknik analisis statistik deskriptif ini bertujuan untuk mengetahui dampak penggunaan media sosial pada kesehatan mental gen Z. Data yang digunakan adalah data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik *non-probability sampling* yakni *Quota Sampling* dengan menggunakan kuesioner terkait dampak media sosial pada kesejahteraan emosional gen Z sebagai bagian dari kesehatan mental. Subjek penelitian merupakan mahasiswa gen Z Universitas Sulawesi Barat, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat sebanyak 104 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek positif sebanyak 39,4% gen Z kadang-kadang merasa lebih bersemangat atau antusias setelah berinteraksi dengan media sosial dan 47,1% merasa sangat sering terhubung dengan teman atau keluarga ketika menggunakan media sosial. Pada aspek negatif, 33,7% dari mereka kadang-kadang merasa stress atau terbebani setelah menghabiskan banyak waktu di media sosial. Pada aspek kepuasan hidup, 41,3% kadang-kadang merasa bahwa hidupnya memiliki tujuan setelah berinteraksi di media sosial. Aspek perasaan pada diri sendiri menunjukkan bahwa 42,3% dari mereka kadang-kadang merasa bangga dengan diri sendiri setelah menggunakan media sosial. Sementara pada aspek interaksi sosial didapatkan 37,5% yang sering merasa lebih terhubung dengan orang-orang sekitarnya setelah berinteraksi di media sosial dan aspek kecemasan sosial menunjukkan 35,6% dari mereka kadang-kadang merasa cemas tentang bagaimana orang lain melihat atau menilai unggahannya di media sosial.

Kata Kunci : Gen Z, Kesehatan Mental, Kesejahteraan Emosional, Media Sosial

PENDAHULUAN

Tidak bisa dipungkiri, teknologi merubah dunia. Pertumbuhan teknologi yang pesat baik dalam segi kualitas maupun kuantitas selama dua dekade terakhir merubah pola hidup masyarakat dunia. Beberapa penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa teknologi terutama teknologi baru dalam media dan komunikasi yakni internet mempunyai dampak besar pada masyarakat, mempengaruhi cara orang berinteraksi satu sama lain dan membuat masyarakat lebih aktif berpartisipasi dalam debat publik. Teknologi baru ini tidak hanya menciptakan peluang baru dalam komunikasi dan kolaborasi, tetapi juga tantangan seperti penyebaran informasi yang salah dan pelanggaran privasi (Boediman, 2023).

Melansir Statistika, jumlah pengguna internet di seluruh dunia diperkirakan telah mencapai 5 miliar pada tahun 2023, akan tetapi jumlah pengguna di tiap daerah berbeda-beda. Asia Tenggara sendiri memiliki total 1,24 miliar pengguna internet, namun negara-negara di Afrika dan Timur Tengah cenderung memiliki lebih sedikit pengguna (Feriwati & Deslia, 2024). Indonesia sendiri menjadi negara dengan jumlah pengguna internet terbesar keempat di dunia, dengan total 212,9 juta pengguna. BPS mengumumkan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2022 sebanyak 275 juta jiwa. Artinya 77% penduduk Indonesia menggunakan internet (Yonatan, 2023).



Gambar 1. Data Pengguna Internet Indonesia peringkat 4 dari 7 Negara Pengguna Internet Terbesar di Dunia

Sumber : Data.goodstats.id

Selanjutnya, *We are Social* juga menyatakan bahwa per Januari 2024, terdapat 185,3 juta pengguna internet di Indonesia atau 66,5% dari total penduduk sebanyak 278,7 juta jiwa (Kemp, 2024). Analisis yang mereka lakukan juga mengindikasikan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 1,5 juta (+0,8%) antara Januari 2023 hingga Januari 2024. Sementara itu, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga melaporkan bahwa pada tahun 2024 pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa dengan tingkat penetrasi internet sebesar 79,5% (APJII, 2024).

Lebih lanjut, hal menarik di ungkapkan oleh APJII dalam laporan “survei Penetrasi Internet Indonesia 2024” yaitu jika dilihat dari segi umur, gen Z (lahir antara tahun 1997-2012) merupakan kelompok usia dengan kontribusi terbesar dalam penggunaan internet di Indonesia yakni mencapai 34,4% dari total keseluruhan pengguna internet. Tingkat penetrasi internet di kalangan gen Z juga terbilang tinggi, mencapai 87,02% (APJII, 2024).

Generasi Z atau Gen Z sendiri dikenal sebagai generasi dengan koneksi digital yang kuat. Penelitian menunjukkan bahwa lebih dari 90% dari mereka menggunakan media sosial setiap hari dengan rata-rata waktu penggunaan 3-4 jam per hari (Twenge, Martin, & Spitzberg, 2018). Hal ini sebenarnya tidak mengejutkan jika mengingat mereka memang merupakan generasi yang tumbuh di era peralihan yakni masa transisi menuju industri 4.0. Akrabnya mereka dengan teknologi sejak kecil membuat gen Z tidak asing lagi dengan perangkat dan aplikasi-aplikasi yang menjadi bagian dari industri 4.0 seperti pembelajaran daring serta algoritma media sosial.

Menurut Braghieri, Levy, & karin (2022) media sosial adalah bentuk komunikasi elektronik (seperti situs jejaring sosial dan mikroblog) di mana pengguna membuat komunitas online untuk bertukar informasi, ide, pesan pribadi, dan konten lainnya (video). Platform media sosial virtual seperti Facebook, Twitter, Tiktok, Instagram, Snapchat dan Whatsapp telah meningkatkan dunia virtual dalam dekade terakhir dengan memungkinkan pengguna untuk berbagi emosi, ide, informasi pribadi, gambar, dan video dengan cara yang bebas konflik. Selain itu, pengguna media sosial terutama gen Z dengan cepat mengadopsi komunikasi sosial online sebagai bagian penting dari kehidupan mereka sehari-hari. Paparan terhadap beragam konten dalam media sosial yang terjadi secara terus menerus juga terbukti memberikan dampak positif bagi mereka seperti memperluas wawasan, membangun komunitas dan mempermudah akses gen Z ke dukungan sosial (Huang, 2020). Singkatnya, Gen Z bukan hanya menjadikan media sosial sebagai cara baru untuk melakukan komunikasi dengan merubah komunikasi dari *face to face* menjadi *screen to face* (Saskia & Taufiq F, 2024), namun juga menjadikan media sosial sebagai media untuk memperluas interaksi sosial dan membangun *personal branding* mereka (Aprilia, Sriati, & Hendrawati, 2020).

Disisi lain, media sosial rupanya juga memiliki dampak negatif dalam kehidupan gen Z. Berbagai penelitian menunjukkan adanya hubungan antara seringnya penggunaan media sosial dengan risiko gangguan kesehatan mental seperti depresi, kecemasan, rendah diri, dan gangguan tidur (Huang, 2020). Selanjutnya, Penelitian yang dilakukan oleh Zhao & Zhou (2020) mengungkapkan bahwa semakin tinggi frekuensi penggunaan media sosial, semakin buruk status kesehatan mentalnya. Hasil temuan ini juga didukung oleh beberapa penelitian lainnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Gunawan, Anggraeni, & Nurrachmawati (2021) tentang hubungan intensitas penggunaan media sosial dan kesehatan mental pada mahasiswa selama pandemi COVID-19. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial semakin parah tingkat stres yang dialami.

Terakhir, *American College Health Association* (2011) juga menemukan bahwa sekitar 30% mahasiswa melaporkan perasaan depresi akibat penggunaan media sosial.

Beberapa tahun terakhir, telah banyak penelitian yang membahas mengenai media sosial dan kesehatan mental namun sebagian besar berfokus pada masa COVID-19 serta tidak mengklasifikasikan subjek penelitian dengan lebih spesifik. Pada artikel kali ini, penelitian berfokus pada dampak media sosial terhadap kesehatan mental gen Z secara lebih spesifik dan bertujuan untuk memperdalam pemahaman yang telah ada. Tentu saja pentingnya studi ini terletak pada urgensi untuk memahami dampak media sosial pada kesehatan mental gen Z sebagai generasi yang tumbuh di era digital dan media sosial yang mendominasi hampir seluruh aspek kehidupan mereka. Studi terdahulu telah mengidentifikasi beberapa faktor seperti pengaruh konten media sosial dan frekuensi penggunaan media sosial terhadap kesehatan mental, sementara penelitian ini bertujuan untuk membangun dan memperluas temuan tersebut dengan menambahkan aspek kesejahteraan emosional untuk memperkaya pemahaman bagaimana media sosial berdampak pada kehidupan mereka sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan alat penelitian, dan analisis data berbasis kuantitatif/statistik yang bertujuan untuk menguji dan menjelaskan hipotesis yang diberikan (Sugiyono, 2021). Selanjutnya, Teknik analisis data statistik deskriptif bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan fenomena yang terjadi dalam masyarakat tanpa maksud untuk menemukan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Sugiyono, 2021). Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *non-probability sampling* yakni *Quota Sampling* dengan menggunakan quisioner. Teknik ini digunakan untuk memilih sampel berdasarkan ciri-ciri tertentu dan kuota yang telah ditentukan oleh peneliti. Kriteria pada penelitian ini adalah gen Z yang merupakan mahasiswa Universitas Sulawesi Barat Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat yang berusia 18-21 tahun dengan jumlah sampel sebesar 104 mahasiswa. Penelitian ini berusaha melihat dampak media sosial terhadap kesehatan mental gen Z berdasarkan kesejahteraan emosional dengan beberapa indikator aspek yakni afek positif (*Positive Affect*), afek negatif (*Negative Affect*), kepuasan hidup (*Life Satisfaction*), perasaan terhadap diri sendiri (*Self-Perception*), interaksi sosial dan hubungan (*Social Interaction and Relationship*) serta kecemasan sosial (*Social Anxiety*).

Tabel 1. Indikator Kesejahteraan Emosional

Indikator	Sub Indikator
Afek Positif (<i>Positive Affect</i>)	Merasa bahagia atau senang setelah menggunakan media sosial
	Merasa semangat atau antusias setelah berinteraksi di media sosial

	Merasa lebih terhubung dengan keluarga setelah menggunakan media sosial
Afek Negatif (<i>Negative Affect</i>)	Merasa cemas setelah menggunakan media sosial
	Merasa iri atau merasa tidak puas setelah melihat unggahan orang lain di media sosial
	Merasa kesepian setelah menggunakan media sosial
	Merasa stres atau terbebani setelah menghabiskan waktu di media sosial
Kepuasan hidup (<i>Life Satisfaction</i>)	Merasa media sosial berpengaruh terhadap kepuasan hidup pengguna
	Merasa puas setelah menggunakan media sosial
	Merasa puas terhadap pencapaian pribadi di media sosial
Perasaan Terhadap Diri Sendiri (<i>Self-Perception</i>)	Merasa bangga setelah mendapatkan respon positif terhadap unggahan di media sosial
	Merasa lebih percaya diri setelah menggunakan media sosial
	Merasa kurang percaya diri setelah melihat postingan orang lain
Interaksi Sosial dan Hubungan (<i>Social Interaction and Relationship</i>)	Merasa media sosial berdampak memperkuat hubungan dengan keluarga dan teman
	Merasa lebih terhubung setelah berinteraksi di media sosial
	merasa hubungan sosial lebih baik dengan adanya media sosial
Kecemasan Sosial (<i>Social Anxiety</i>)	Merasa cemas terhadap penilaian orang lain di media sosial
	Merasa gugup atau khawatir sebelum mengunggah sesuatu ke media sosial
	Merasa malu atau menyesal setelah mengunggah sesuatu ke media sosial
Sumber : Subjective well-being, 2009.	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis statistik deskriptif pada penelitian analisis dampak media sosial terhadap kesehatan mental gen Z yang merupakan mahasiswa pada Universitas Sulawesi Barat, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat akan dijabarkan dalam tabel-tabel dibawah ini

Tabel 2. Afek Positif (*Positive Affect*)

Afek Positif	Bahagia/Senang	Bersemangat/Antusias	Koneksi
Tidak Pernah	1%	1%	1%
Jarang	4,8%	8,7%	4,8%
Kadang-Kadang	38,5%	39,4%	13,5%
Sering	33,7%	32,7%	31,7%
Sangat Sering	22,1%	18,3%	47,1%

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1. pada afek positif untuk pernyataan pertama terdapat 38,5% dari 104 orang mahasiswa yang kadang-kadang merasa bahagia atau senang setelah menggunakan media sosial, sedangkan hanya 1% saja dari mereka yang merasa tidak pernah bahagia atau senang setelah menggunakan media sosial. Pada pernyataan kedua didapatkan sebanyak 39,4% orang mahasiswa yang kadang-kadang merasa lebih bersemangat atau antusias setelah berinteraksi dengan media sosial, sedangkan hanya 1% saja dari mereka yang merasa tidak pernah bersemangat atau antusias setelah berinteraksi dengan media sosial. Pada pernyataan ketiga dalam aspek afek positif ini, terdapat 47,1% orang mahasiswa gen Z yang merasa sangat sering terhubung dengan teman atau keluarga ketika menggunakan media sosial dan hanya 1% yang merasa tidak pernah terhubung dengan teman atau keluarga ketika menggunakan media sosial mereka.

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa sejatinya media sosial memiliki dampak positif terhadap kehidupan gen Z sebagai mahasiswa. Sebagian besar subjek penelitian merasa senang, bersemangat dan merasa terhubung dengan teman dan keluarga mereka setelah menggunakan media sosial. Dalam perspektif ilmu komunikasi, hal ini sejalan dengan *uses and gratification theory* dimana teori ini menjelaskan bahwa individu memang akan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan spesifik yang ingin mereka penuhi (Phua, Jin, & Kim, 2017). Pada penelitian ini terlihat bahwa gen Z merasa bahagia dan bersemangat setelah menggunakan media sosial karena mereka dapat memenuhi kebutuhan mereka akan integrasi sosial dan interaksi.

Tabel 3. Afek Negatif (*Negative Affect*)

Afek Negatif	Cemas/Khawatir	Tidak puas/Iri	Kesepian	Stress
Tidak Pernah	17,3%	38,5%	1%	19,2%
Jarang	21,2%	19,2%	4,8%	23,1%
Kadang-Kadang	36,5%	23,1%	13,5%	33,7%
Sering	17,3%	9,8%	31,7%	15,4%
Sangat Sering	7,7%	18,3%	47,1%	8,7%

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2. pada aspek afek negatif untuk pernyataan pertama terdapat 36,5% orang dari total 104 orang mahasiswa sebagai subjek penelitian yang kadang-kadang merasa cemas atau khawatir setelah menggunakan media sosial, sedangkan sebanyak 7,7% merasa sangat sering cemas atau khawatir setelah menggunakan media sosial. Pada pernyataan kedua didapatkan sebanyak 38,5% dari mereka yang tidak pernah merasa tidak puas atau iri setelah menggunakan media sosial, sedangkan sebanyak 9,8% dari mereka merasa sering tidak puas atau iri setelah menggunakan media sosial. Pada pernyataan ketiga sebanyak 47,1% yang sangat sering merasa kesepian atau tidak memiliki teman

setelah menggunakan media sosial dan sebanyak 1% yang merasa tidak pernah merasa kesepian atau tidak memiliki teman setelah menggunakan media sosial. Pada pernyataan keempat sebanyak 33,7% dari mereka yang kadang-kadang merasa stress atau terbebani setelah menghabiskan banyak waktu di media sosial dan selanjutnya sebanyak 8,7% sangat sering merasa stress atau terbebani setelah menghabiskan banyak waktu di media sosial.

Pada Aspek negatif, penelitian ini mengkonfirmasi bahwa terdapat beberapa perasaan negatif yang dirasakan oleh gen Z setelah menggunakan media sosial seperti kadang-kadang mereka merasa cemas, khawatir, merasa tidak puas atau memiliki perasaan iri terhadap orang lain. Sebagian besar dari mereka juga merasa kesepian dan merasa stres atau terbebani setelah menghabiskan banyak waktu di media sosial. Fenomena ini dapat dijelaskan dengan menggunakan teori *Social Comparison Theory* yang menyatakan bahwa manusia cenderung membandingkan diri mereka dengan orang lain untuk mengevaluasi opini, kemampuan dan status mereka. Gen Z sebagai pengguna aktif media sosial akan mempercepat proses perbandingan sosial ini karena mereka terus menerus terpapar dengan konten kehidupan ideal milik orang lain.

Tabel 4. Kepuasan Hidup (*Life Satisfaction*)

Kepuasan Hidup	Pengaruh	Puas dengan Hidup	Pencapaian Pribadi	Punya Tujuan
Tidak Pernah	1%	7%	1%	4,8%
Jarang	13,5%	12,5%	4,8%	18,3%
Kadang-Kadang	38,5%	51%	13,5%	41,3%
Sering	34,6%	23,1%	31,7%	28,8%
Sangat Sering	12,5%	6,7%	47,1%	6,7%

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 3. dapat dilihat aspek kepuasan hidup mahasiswa gen Z pada Universitas Sulawesi Barat saat menggunakan media sosial. Pada pernyataan pertama terdapat 38,5% yang kadang-kadang merasa media sosial berpengaruh terhadap perasaannya tentang kehidupannya secara keseluruhan, sedangkan sebanyak 1% yang merasa media sosial tidak pernah berpengaruh terhadap perasaannya tentang kehidupannya secara keseluruhan. Pada pernyataan kedua didapatkan sebanyak 23,1% dari mereka yang sering merasa lebih puas dengan hidupnya setelah menggunakan media sosial, sedangkan sebanyak 6,7% dari mereka sangat sering merasa lebih puas dengan hidupnya setelah menggunakan media sosial. Pada pernyataan ketiga sebanyak 31,7% dari mereka sering merasa lebih puas dengan pencapaian pribadinya setelah menggunakan media sosial dan sebanyak 1% merasa tidak pernah lebih puas dengan pencapaian pribadinya setelah menggunakan media sosial. Selanjutnya, pada

pernyataan keempat terdapat 41,3% mahasiswa yang kadang-kadang merasa bahwa hidupnya memiliki tujuan setelah berinteraksi di media sosial dan sebanyak 6,7% yang sangat sering merasa bahwa hidupnya memiliki tujuan setelah berinteraksi di media sosial.

Pada aspek kepuasan hidup, hasil penelitian menunjukkan hal yang menarik, dimana media sosial ternyata dapat meningkatkan kepuasan hidup gen Z. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya dari mereka yang merasa sering lebih puas dengan hidupnya setelah menggunakan media sosial, merasa lebih puas dengan pencapaian pribadinya dan mereka merasa lebih memiliki tujuan setelah berinteraksi di media sosial. Fenomena ini sejalan dengan *self-determination theory* yang menekankan pentingnya 3 kebutuhan psikologis dasar yakni otonomi, kompetensi dan keterhubungan. Media sosial berperan sebagai pendukung kebutuhan ini dalam kehidupan gen Z (melalui hubungan sosial online) yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan hidup mereka secara keseluruhan.

Tabel 5. Perasaan terhadap diri sendiri (*Self-Perception*)

Afek Negatif	Bangga	Percaya Diri	Minder
Tidak Pernah	7,7%	1,96%	18,3%
Jarang	13,5%	11,5%	20,2%
Kadang-Kadang	42,3%	39,4%	30,8%
Sering	26%	33,7%	21,2%
Sangat Sering	10,6%	13,5%	9,6%

Sumber : Data diolah, 2024

Pada tabel kali ini, dapat dilihat aspek perasaan terhadap diri sendiri. Pernyataan pertama menerangkan terdapat 42,3% dari mahasiswa yang kadang-kadang merasa bangga dengan diri sendiri setelah menggunakan media sosial, sedangkan sebanyak 7,7% yang tidak pernah merasa bangga dengan diri sendiri setelah menggunakan media sosial. Pada pernyataan kedua didapatkan sebanyak 39,4% yang kadang-kadang merasa lebih percaya diri dengan media sosial, sedangkan sebanyak 1,96% dari mereka tidak pernah merasa lebih percaya diri dengan media sosial. Selanjutnya, pada pernyataan ketiga sebanyak 30,8% gen Z yang kadang-kadang merasa minder atau kurang percaya diri setelah melihat unggahan orang lain di media sosial dan sebanyak 9,6% dari mereka sangat sering merasa minder atau kurang percaya diri setelah melihat unggahan orang lain di media sosial.

Selanjutnya, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial berperan dalam aspek perasaan pada diri sendiri. Sebesar gen Z sebagai subjek penelitian merasa bangga dan lebih percaya diri setelah menggunakan media sosial. Fenomena ini dijelaskan melalui teori *symbolic interactionism* yang dikembangkan oleh George Herbert Mead dan Herbert Blumer. Teori ini

menerangkan bahwa individu memahami dunia dan dirinya sendiri melalui interaksi simbolis dengan orang lain. Makna terhadap diri dibangun berdasarkan persepsi individu tentang bagaimana orang lain memandang mereka (Aksan, Kisac, & Demirboken, 2009). Bagi gen Z, media sosial berfungsi sebagai ruang interaksi simbolis. *likes*, *shares* dan komentar positif dari *followers* mereka merupakan validasi sosial yang memperkuat citra diri positif mereka. Hal ini juga meningkatkan rasa ‘diterima’ dan diapresiasi. Kendati demikian, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa terlepas dari rasa bangga dan percaya diri setelah menggunakan atau mengunggah sesuatu di media sosial, sebagian besar gen Z akan merasa minder atau kurang percaya diri setelah melihat unggahan orang lain yang lebih baik di media sosial.

Tabel 6. Interaksi Sosial dan Hubungan (*Social Interaction and Relationship*)

Afek Negatif	Memperkuat Hubungan dengan Teman/Keluarga	Lebih Terhubung dengan Sekitar	Hubungan Sosial Baik /Buruk
Tidak Pernah	1%	1%	1%
Jarang	5,8%	7,7%	2,9%
Kadang-Kadang	27,9%	29,8%	46,2%
Sering	29,8%	37,5%	37,5%
Sangat Sering	35,6%	24%	12,5%

Sumber : Data diolah, 2024

Selanjutnya, tabel 5 berisi hasil penelitian pada aspek interaksi sosial dan hubungan. Menurut aspek interaksi sosial dan hubungan pada pernyataan pertama terdapat 35,6% dari mahasiswa yang sangat sering merasa bahwa media sosial membantu memperkuat hubungan dengan teman atau keluarga, sedangkan sebanyak 1% dari mereka tidak pernah merasa bahwa media sosial membantu memperkuat hubungan dengan teman atau keluarga. Pada pernyataan kedua didapatkan sebanyak 37,5% yang sering merasa lebih terhubung dengan orang-orang sekitarnya setelah berinteraksi di media sosial, sedangkan sebanyak 1% dari mereka tidak pernah merasa lebih terhubung dengan orang-orang sekitarnya setelah berinteraksi di media sosial. Pada pernyataan ketiga sebanyak 46,2% yang kadang-kadang merasa hubungan sosialnya lebih baik atau lebih buruk setelah menggunakan media sosial dan sebanyak 1% tidak pernah merasa hubungan sosialnya lebih baik atau lebih buruk setelah menggunakan media sosial.

Dalam framework *uses and gratification theory* ditekankan bahwa individu aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan spesifik, salah satunya adalah kebutuhan sosial. Dari hasil penelitian diatas dapat dilihat bahwa gen Z sebagai mahasiswa merasa bahwa media sosial

membantu mereka membangun hubungan dengan teman dan keluarga. Selanjutnya, kita juga dapat melihat bahwa gen Z merasa bahwa mereka menjadi lebih terhubung setelah berinteraksi dengan orang disekitarnya melalui media sosial. Hal ini terjadi tentu saja karena media sosial memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan lebih sering dan lebih intens melalui pesan instan, *video call*, atau berbagi cerita melalui fitur “*story*” pada media sosial. Penelitian ini juga mengkonfirmasi bahwa media sosial mampu membuat hubungan sosial gen Z menjadi lebih baik atau lebih buruk. Terlepas dari beberapa dampak positif media sosial yang dapat dilihat dari aspek hubungan interaksi sosial dan hubungan, gen Z harus jeli melihat efek negatif dari media sosial berupa interaksi yang superficial dan juga ketergantungan pada validasi online.

Tabel 7. Kecemasan Sosial (*Social Anxiety*)

Afek Negatif	Cemas dengan		
	Orang Lain Melihat/Menilai Unggahannya	Gugup/Khawatir	Malu/Menyesal
Tidak Pernah	9,6%	15,4%	17,3%
Jarang	13,5%	16,3%	14,4%
Kadang-Kadang	35,6%	29,8%	25%
Sering	26%	26,9%	27,9%
Sangat Sering	15,4%	11,5%	15,4%

Sumber : Data diolah, 2024

Terakhir, berdasarkan tabel 6. Pada aspek kecemasan sosial, dari pernyataan pertama terungkap bahwa terdapat 35,6% dari gen Z yang kadang-kadang merasa cemas tentang bagaimana orang lain melihat atau menilai unggahannya di media sosial, sedangkan sebanyak 9,6% dari mereka tidak pernah merasa cemas tentang bagaimana orang lain melihat atau menilai unggahannya di media sosial. Pada pernyataan kedua didapatkan sebanyak 29,8% yang kadang-kadang merasa gugup atau khawatir sebelum memposting sesuatu di media sosial, sedangkan sebanyak 11,5% dari mereka sangat sering merasa gugup atau khawatir sebelum memposting sesuatu di media sosial. Pada pernyataan ketiga didapatkan sebanyak 27,9% yang sering merasa malu atau menyesal setelah memposting sesuatu di media sosial dan sebanyak 14,4% dari mereka jarang merasa malu atau menyesal setelah memposting sesuatu di media sosial.

Dari hasil temuan penelitian diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar gen Z merasa cemas dan gugup terkait bagaimana orang lain melihat dan menilai unggahan mereka di media sosial. Fenomena ini dapat dijelaskan dengan *self-presentation theory* dimana teori ini menerangkan bahwa individu

berusaha untuk mengontrol bagaimana mereka dipersepsikan oleh orang lain. Pengguna media sosial sangat mempertimbangkan persepsi audiens mereka saat mengunggah dan menyukai konten presentasi diri secara daring (Lowe-Calverley & Grieve dalam Erin, 2021). Presentasi diri yang selektif bervariasi menurut audiens, sehingga orang mungkin menyajikan beberapa aspek diri mereka dengan cara tertentu kepada satu audiens tetapi bagian yang berbeda dari identitas mereka dengan cara yang berbeda kepada audiens lain. Pada kasus ini, media sosial memungkinkan gen Z untuk membentuk dan menampilkan citra diri yang mereka inginkan namun tekanan untuk selalu tampil sempurna sering kali menyebabkan kecemasan pada diri gen Z terutama ketika citra diri yang ingin mereka tampilkan tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Untuk mengurangi dampak negatif ini, gen Z perlu memiliki kesadaran akan bahaya perbandingan sosial.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari Hasil Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dampak media sosial pada kesehatan mental gen Z sangatlah kompleks. Pada satu sisi, media sosial menjadi platform yang memberikan banyak sekali manfaat seperti membangun relasi, kemudahan akses informasi, peluang untuk mengekspresikan diri, serta wadah untuk mendapatkan dukungan dari komunitas online. Akan tetapi dampak positif ini masih tertutup dengan dampak negatif dari media sosial itu sendiri seperti kecemasan, rasa minder dan ketergantungan akan media sosial dan validasi online, terutama jika penggunaannya kompulsif dan tidak bertanggung jawab. Untuk meminimalisir dampak negatif pada kesehatan mental gen Z, perlu adanya perhatian khusus dan peran aktif dari orang tua, institusi pendidikan dan pemerintah dalam mengawasi dan mengatur penggunaan media sosial. Gen Z juga perlu dibekali dengan kemampuan digital literasi yang baik sehingga mereka dapat menggunakan media sosial secara lebih bijak, kritis dan seimbang dalam kehidupan mereka sehari-hari mengingat perkembangan media sosial akan menjadi lebih pesat kedepannya. Secara keseluruhan, penelitian ini berupaya memberi pemahaman terkait dampak media sosial pada kesejahteraan emosional gen Z. Meskipun memiliki dampak positif, tapi kita tetap tidak boleh mengabaikan dampak negatif dari media sosial. Penelitian ini menyarankan untuk melakukan penelitian lanjutan yang berfokus pada jenis media sosial yang paling mempengaruhi kesehatan mental gen Z, agar kita dapat mengetahui dan menyusun strategi untuk meminimalisir dampak negatif yang ditimbulkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksan, N., Kisac, B. A., & Demirbuken, S. (2009). Symbolic interaction theory. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 902-904.
- APJII. (2024, Februari 7). *Berita*. Retrieved from APJII: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

- Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2020). Tingkat kecanduan media sosial pada remaja. *Journal of Nursing Care*.
- Association, A. C. (2011). National College Health Assessment II : Reference Group Executive Summary Spring 2011. *Journal of American College Health*.
- Boediman, E. P. (2023). Exploring the Impact of Emerging New Media and Communication Technologies on Society: A Scoping Review. *SADHARANANIKARANA: Jurnal Ilmiah Komunikasi HINDU*.
- Braghieri, L., Levy, R., & karin, A. (2022). Social media and mental health. *American Economic Review*, 112(11), 3660–3693.
- Diener, E., & Ryan, K. (2009). Subjective well-being: A general overview. *South African Journal of Psychology*, 39(4), 391-406.
- Erin, E. (2021). Self-Presentation in Social Media: Review and Opportunity . *Review of Communication Research*.
- Feriyati, I., & Deslia, I. F. (2024). Strategi Digital Marketing Communication Maestro Parfum dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Massive: Jurnal Komunikasi*.
- Gunawan, H., Anggraeni, I., & Nurrachmawati, A. (2021). Hubungan Intensitas Penggunaan Sosial Media dengan Kesehatan Mental pada Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Mulawarman di masa Pandemi COVID-19. *Preventif : Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 83-92.
- Huang, C. (2020). Social Network site use and adolescent depression: A meta-Analysis. *Journal of Adolescence*, 44-55.
- Kemp, S. (2024, Februari 21). *Reports*. Retrieved from Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Phua, J., Jin, S., & Kim, J. (2017). Uses and gratifications of social networking sites for bridging and bonding social capital: A comparison of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Computers in Human Behavior*, 182-190.
- Saskia, E., & Taufiq F, N. (2024). Persepsi Generasi Z terhadap Fitur Postingan Ulang pada Aplikasi Tiktok. *Mutakkalimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thursina, F. (2023). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Siswa Pada Salah Satu SMAN di Kota Bandung. *Jurnal Psikologi dan Konseling West Science*.
- Twenge, J., Martin, G. N., & Spitzberg, B. H. (2018). Trend in US Adolescents Media Use and Association with Academic, Psychological and Sleep Outcomes. *Developmental Psychology*, 1619-1635.

Yonatan, A. (2023, Juni 20). *Statistik*. Retrieved from GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-peringkat-4-ini-dia-7-negara-pengguna-internet-terbesar-di-dunia-FLw6V>

Zhao, N., & Zhou, G. (2020). Social Media Use and Mental Health during the COVID-19 Pandemic : Moderator Role of Disaster Stressor and Mediator Role of Negative Affect. *Applied Psychology*, 1019-1038.