

Analisis Interaktivitas Akun Instagram @Riliv Sebagai Media Informasi Dan Edukasi Kesehatan Mental

Indira Permaisellah^{1*}, Andriansyah²

^{1,2}Universitas Islam Makassar

*Corresponding Author

¹lnndira.ph@gmail.com

Abstrak: Perkembangan teknologi mempengaruhi pola aktivitas manusia, khususnya dalam komunikasi. Dengan internet, komunikasi menjadi lebih mudah dan luas. Pada Januari 2024, pengguna internet global mencapai lebih dari 5,3 miliar orang, atau 57,7% dari populasi dunia, sementara pengguna media sosial mencapai 5,04 miliar orang. Di Indonesia, penetrasi internet mencapai 79,5% dari total populasi. Media sosial, seperti Instagram, digunakan tidak hanya untuk komunikasi tetapi juga untuk menyebarkan informasi kesehatan mental. , media sosial dapat meningkatkan akses informasi kesehatan dan mempromosikan perilaku positif. Akun Instagram @riliv, dengan 415 juta pengikut pada Juni 2024, menjadi contoh penggunaan media sosial untuk edukasi kesehatan mental. Penelitian ini menganalisis interaktivitas akun @riliv sebagai media informasi dan edukasi kesehatan mental. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan interaktivitas akun @riliv berdasarkan model McMillan & Downes (2000), yang meliputi user to system, user to user, dan user to document. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu akademik di bidang Ilmu Komunikasi dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Akun @riliv memanfaatkan berbagai fitur Instagram untuk mengedukasi dan berinteraksi dengan pengikutnya tentang kesehatan mental, menunjukkan bagaimana media sosial dapat digunakan secara efektif untuk tujuan edukatif. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai pentingnya menciptakan konten yang mendidik dan memperluas pengetahuan masyarakat tentang kesehatan mental. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengumpulkan data dengan metode yang lebih mendalam dan akurat, seperti wawancara langsung, serta mempertimbangkan lebih banyak referensi teori untuk analisis yang lebih terpercaya.

Kata Kunci: Instagram, Kesehatan Mental, Edukasi, Interaktivitas

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini sangat mempengaruhi pola aktivitas manusia, terutama dalam hal berkomunikasi. Dengan dukungan internet, kegiatan komunikasi menjadi lebih mudah dan luas jangkauannya. Pengguna internet meningkat setiap tahun, mencapai lebih dari 5,3 miliar orang di seluruh dunia pada Januari 2024, yang merupakan 57,7% dari populasi global. Selain itu, pengguna media sosial juga meningkat, dengan 5,04 miliar orang di seluruh dunia pada periode yang sama. Media sosial, terutama Instagram, menjadi platform populer untuk komunikasi visual dengan fitur unggahan foto dan video. Di Indonesia, pengguna internet mencapai 79,5% dari total populasi, menunjukkan



penetrasi internet yang luas. Media sosial tidak hanya digunakan untuk komunikasi tetapi juga untuk menyebarkan informasi, termasuk informasi kesehatan mental. Menurut Bacigalupe & Gonzalo (2017), penggunaan media sosial dapat meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi kesehatan serta mempromosikan perubahan perilaku yang positif (Febriani, 2024). Salah satu isu kesehatan yang dipromosikan melalui media sosial adalah kesehatan mental. Berdasarkan penelitian dari Ortega & Navas (2017), media sosial memberikan pengetahuan yang lebih baik kepada masyarakat tentang penyakit serta cara mencegahnya, penggunaan layanan kesehatan yang lebih baik, pengobatan yang lebih baik, dan partisipasi dalam keputusan kesehatan (Febriani, 2024).

Berdasarkan data pada bulan Oktober 2022 yang diambil dari DataIndonesia.id, sekitar satu dari tiga remaja berusia 10-17 tahun di Indonesia mengalami masalah kesehatan mental dalam setahun terakhir. Angka ini mencapai 15,5 juta remaja. Selain itu, satu dari 20 remaja di kelompok usia yang sama menghadapi gangguan mental, yang berarti 2,45 juta remaja. Gangguan cemas adalah gangguan mental yang paling umum, dialami oleh 3,7% remaja, termasuk fobia sosial dan gangguan cemas umum. Gangguan depresi mayor menjadi masalah berikutnya dengan proporsi 1%, diikuti oleh gangguan perilaku sebesar 0,9%. Lalu disusul dengan gangguan stres pasca-trauma (PTSD) pada remaja sebanyak 0,5%. Persentase yang hampir sama juga terjadi pada remaja dengan gangguan pemusatan perhatian dan hiperaktivitas (ADHD). Meskipun akses ke fasilitas kesehatan telah meningkat, hanya sejumlah kecil remaja yang mencari bantuan profesional untuk mengatasi masalah kesehatan mental mereka. Proporsinya tercatat sebesar 12,6% dalam setahun terakhir. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi kesehatan dan mempromosikan perilaku positif. Namun, masih terdapat kekurangan konten edukasi kesehatan mental yang mudah diakses.

Masalah kesehatan mental sangat krusial dalam kehidupan. Jika masalah ini terus diabaikan dan dibiarkan berlarut-larut, maka kondisi psikis dan fisik kita bisa terancam, yang dapat berbahaya di masa depan (Makarim, 2022). Data

menunjukkan bahwa banyak remaja di Indonesia mengalami masalah kesehatan mental, tetapi hanya sedikit yang mencari bantuan profesional. Akun Instagram @riliv, dengan sekitar 415 juta pengikut pada Juni 2024, menjadi contoh bagaimana media sosial dapat digunakan untuk edukasi kesehatan mental. Akun ini menyajikan informasi yang informatif dan mudah dipahami, membantu pengikutnya memahami dan mengatasi masalah kesehatan mental. Berdasarkan observasi ini, peneliti tertarik untuk menganalisis interaktivitas akun Instagram @riliv sebagai media informasi dan edukasi kesehatan mental. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu "Bagaimana interaktivitas akun media sosial Instagram @riliv sebagai media informasi dan edukasi kesehatan mental?" Berdasarkan perumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk "Mendeskripsikan interaktivitas akun media sosial Instagram @riliv sebagai media informasi dan edukasi kesehatan mental".

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi ilmu akademik, khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Makassar. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan teori interaktivitas, terutama dalam konteks akun media sosial Instagram. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai teori interaktivitas di media sosial, khususnya Instagram. Penelitian ini juga berfungsi sebagai persyaratan untuk mencapai gelar sarjana (S1) di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Makassar.

Menurut Hariyanto (2021), komunikasi adalah kegiatan yang dinamis dan selalu berkembang, mengikuti perkembangan zaman. Komunikasi merupakan upaya yang direncanakan dengan tujuan tertentu, dilakukan dengan kesadaran, niat, dan sesuai dengan tujuan pelakunya. Efektivitas komunikasi tergantung pada partisipasi aktif dan kerja sama dari semua pihak yang terlibat. Komunikasi bersifat

simbolis, menggunakan simbol-simbol yang bermakna secara verbal maupun nonverbal (Olifia, 2024). Teknologi komunikasi modern, seperti internet, menghilangkan hambatan ruang dan waktu dalam komunikasi. Komunikasi membutuhkan tindakan memberikan dan menerima yang seimbang. Nilai dari apa yang diterima bergantung pada apa yang diberikan. Elemen komunikasi meliputi komunikator (pengirim pesan), pesan (hasil ide atau gagasan), media (sarana penyampaian pesan), komunikan (penerima pesan), umpan balik (respon terhadap pesan), efek (akibat dari komunikasi), dan lingkungan (faktor eksternal yang mempengaruhi proses komunikasi).

Cangara (2016) mengklasifikasikan komunikasi menjadi lima tipe: Komunikasi Intrapersonal (dengan diri sendiri), Interpersonal (antarpribadi), Publik, Massa, dan Digital. Komunikasi Intrapersonal terjadi secara internal ketika seseorang memberikan makna pada suatu objek. Komunikasi Interpersonal berlangsung secara langsung antara dua orang atau lebih. Komunikasi Publik merujuk pada penyampaian pesan kepada kelompok pendengar yang lebih besar, seperti pidato atau public speaking. Komunikasi Massa melibatkan media institusi yang menyampaikan pesan kepada audiens yang luas dan beragam. Komunikasi Digital muncul dengan kemajuan teknologi internet, memungkinkan pertukaran informasi yang tidak terbatas. McBride (1980) dalam Cangara (2016) menjelaskan bahwa informasi dalam era digital berfungsi untuk menghimpun fakta, makna pesan, dan pendapat. Komunikasi juga berperan dalam sosialisasi, motivasi, diskusi, pendidikan, kemajuan kebudayaan, hiburan, dan integrasi masyarakat. Sosialisasi mengajarkan nilai-nilai dan perilaku yang diharapkan dalam masyarakat. Motivasi menyemangati individu untuk meneladani kemajuan orang lain. Pendidikan menyediakan pengetahuan secara luas. Hiburan memberikan program-program yang menghibur masyarakat, dan integrasi memperkokoh persatuan bangsa.

Menurut Tambunan (2018), komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang memanfaatkan media massa, baik cetak maupun elektronik, dijalankan oleh lembaga atau individu, dan ditujukan kepada audiens yang luas dan tersebar di

berbagai lokasi, secara anonim dan heterogen. Hadi dkk (2021) menambahkan bahwa dalam komunikasi massa, komunikator adalah lembaga media atau pers yang menyampaikan pesan bersifat umum dan universal kepada khalayak luas. Pesan yang disampaikan mencakup fakta, peristiwa, dan opini, dan harus menarik agar efektif. Komunikasi dalam komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen, berasal dari berbagai lapisan masyarakat. Media massa memungkinkan penyampaian pesan secara serempak kepada banyak orang (Nahdiana et al., 2024), namun komunikasi ini bersifat satu arah dan bergantung pada peralatan teknis yang canggih. Gatekeeper atau penapis informasi memainkan peran penting dalam proses penyebaran informasi melalui media massa. Mereka bertanggung jawab untuk menyederhanakan dan mengemas informasi agar mudah dipahami oleh audiens. Komunikasi massa berfungsi untuk mengawasi, memperingatkan, dan mengantisipasi khalayak terhadap berbagai ancaman, serta menghubungkan pemerintah dengan masyarakat dan membantu sosialisasi, pendidikan, dan hiburan.

Menurut Charles Wright (1986) dalam Hadi dkk (2021), fungsi komunikasi massa mencakup mengawasi dan memperingatkan masyarakat, memaknai informasi, menghubungkan pemerintah dengan masyarakat, serta menyediakan hiburan dan integrasi sosial. Hiebert dkk (1985) mengklasifikasikan isi pesan dalam komunikasi massa menjadi beberapa kategori: berita dan informasi, analisis dan interpretasi, pendidikan dan sosialisasi, hubungan masyarakat dan persuasi, iklan, dan hiburan. Audiens komunikasi massa adalah individu yang anonim, heterogen, dan tersebar di berbagai lokasi. Feedback dalam komunikasi massa bersifat tidak langsung dan memerlukan waktu. Gangguan yang mempengaruhi penyampaian pesan termasuk gangguan saluran (masalah teknis) dan gangguan semantik (bahasa).

Menurut Ball-Rokeach dan DeFleur (1976/1979) dalam Hadi dkk (2021), efek komunikasi massa pada khalayak meliputi efek kognitif (perubahan pola pikir), efek afektif (perubahan perasaan), dan efek perilaku (aktivasi atau deaktivasi perilaku). Media baru dapat didefinisikan sebagai gabungan teknologi yang

menawarkan sarana atau platform bagi pengguna untuk berinteraksi, menggabungkan komunikasi massa dan komunikasi interpersonal. Kemampuan media baru untuk menjangkau audiens secara global menjadikannya bentuk komunikasi massa, sementara interaksi personal mengkategorikannya sebagai komunikasi interpersonal. Tiga karakteristik teknologi komunikasi baru menurut Rogers adalah interaktivitas, demasifikasi, dan asinkron. Interaktivitas dalam media baru memungkinkan pengguna untuk merespons pesan secara aktif, mengubah peran selama dialog, dan berpartisipasi aktif dalam pertukaran informasi. Ini tercermin dalam berbagai fitur media sosial seperti komentar, suka, dan berbagi, yang menciptakan lingkungan interaktif dan dinamis.

Media sosial, seperti Instagram, memfasilitasi interaksi melalui berbagai fitur seperti caption, tagar, lokasi, follow, like, komentar, mention, dan direct message. Fitur-fitur ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan konten dan pengguna lain secara aktif dan personal, memperkuat interaktivitas dalam komunikasi. Dalam konteks komunikasi interaktif, model interaktivitas CMC (Computer-Mediated Communication) mencakup empat komponen utama: pengguna, media, pesan, dan pengaturan komunikasi. Interaktivitas dapat dibagi menjadi tiga dimensi: user-to-user, user-to-system, dan user-to-document, masing-masing menunjukkan bagaimana pengguna berinteraksi dengan satu sama lain, dengan sistem, dan dengan konten. Interaksi di media sosial menciptakan lingkungan komunikasi dua arah yang dinamis, memungkinkan pertukaran informasi yang terus-menerus antara komunikandan dan komunikator.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis isi. Pendekatan deskriptif kualitatif berfokus pada pengumpulan data berupa kata-kata atau gambar, bukan angka, untuk memastikan data yang faktual dan akurat. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi dan menarik kesimpulan dari konten Instagram, khususnya akun @riliv, yang berfungsi sebagai media informasi dan edukasi tentang kesehatan mental di Indonesia. Penelitian ini akan

dilaksanakan pada akun Instagram @riliv selama bulan Juni 2024, menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui observasi langsung serta foto dan video dari konten kesehatan mental yang ada. Data sekunder meliputi literatur, artikel, jurnal, dan situs web yang relevan.

Subjek penelitian adalah akun Instagram @riliv, sedangkan objeknya adalah interaksi antara akun tersebut dan para pengikutnya. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi non-partisipan dan dokumentasi. Validitas data diuji melalui triangulasi sumber, dengan mengkategorikan data dari berbagai sumber untuk analisis. Analisis data mengikuti metode yang mencakup pengumpulan, reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif atau grafik untuk memastikan pemahaman yang jelas. Kesimpulan awal dapat berubah jika tidak didukung oleh bukti kuat, namun akan dianggap kredibel jika konsisten dengan data yang dikumpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Riliv adalah layanan kesehatan mental berbasis teknologi yang menawarkan meditasi dan konseling online dengan psikolog profesional. Didirikan oleh Audrey Maximilian Herli dan Audy Christoper Herli pada tahun 2015, Riliv bertujuan untuk menciptakan kedamaian pikiran dan senyuman di seluruh dunia. Terinspirasi oleh fenomena sosial di mana banyak orang mendapat cemoohan saat membagikan masalah mereka di media sosial, serta data WHO yang menunjukkan tingginya angka bunuh diri akibat depresi, Riliv hadir untuk memberikan solusi. Akun Instagram Riliv, dibuat pada Juni 2015 dan terverifikasi pada November 2019, memiliki sekitar 415 juta pengikut dan 4.193 postingan edukatif tentang kesehatan mental. Akun ini menggunakan berbagai fitur Instagram untuk memberikan informasi dan edukasi, termasuk tautan di bio untuk mengarahkan pengikut ke situs utama Riliv, story highlight untuk menyimpan informasi penting, feed untuk berbagi konten edukatif, Reels untuk menjangkau audiens lebih luas, dan fitur tag serta komentar untuk berinteraksi dengan pengikut.

Visi Riliv adalah menciptakan ketenangan pikiran dan memberikan

senyuman kepada semua orang. Misinya adalah menyediakan layanan dan edukasi kesehatan mental yang efektif, efisien, serta dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Mereka mendorong meditasi, olahraga rutin, pola istirahat yang teratur, membaca untuk kesehatan mental, dan konseling dengan psikolog terpercaya melalui platform Riliv. Akun Instagram @riliv memanfaatkan fitur Instagram secara optimal untuk mengedukasi dan berinteraksi dengan pengikutnya tentang kesehatan mental, dari postingan feed hingga Reels dan story highlights, serta fitur interaktif lainnya seperti komentar dan suka.

Table. 1. Teman Unggahan

No	Tanggal	Tema Unggahan	Jumlah Like	Jumlah Komentar	Jenis Unggahan	Model Interaktivitas
1.	1 Juni 2024	Optimisme bisa salah	1.157	7	Foto	User to user
2.	1 Juni 2024	Sasaran World narcissistic	3.295	41	Foto	
3.	2 Juni 2024	abuse awareness Life advice	3.253	29	Foto	User to user
4.	2 Juni 2024	Pulih tidak selalu tentang menjadi lebih baik	3.272	22	Foto	User to user
5.	3 Juni 2024	Kenapa kita bisa salah?	2.967	46	Foto	User to user
6.	3 Juni 2024	Self love	3.907	20	Foto	User to user
7.	4 Juni 2024	Kebiasaan yang tidak seharusnya	5.292	30	Foto	User to user
8.	4 Juni 2024	dinormalisasi Parenting VOC	1.970	18	Foto	User to user
9.	5 Juni 2024	Beradaptasi dengan Perubahan Pentingnya self love	740	14	Reels	User to user
10.	5 Juni 2024	sebelum memulai hubungan romantis	2.334	72	Foto	User to user
11.	5 Juni 2024	Pentingnya bertemu pasangan yang setara	5.194	19	Foto	User to document
12.	6 Juni 2024	Family issue	1.631	13	Foto	User to user
13.	6 Juni 2024	Gejala anxiety	1.911	8	Foto	User to user
14.	7 Juni 2024	Self-reward	1.901	24	Foto	User to user



15.	7 Juni 2024	Pentingnya punya teman yang sering memberikan reality check	4.082	200	Foto	User to user
16.	8 Juni 2024	Membuat boundaries	3.577	30	Foto	User to user
17.	8 Juni 2024	Obsesi	3.437	22	Foto	User to user
18.	9 Juni 2024	Semuanya patut Dibanggakan Kamu tidak dilahirkan	1.788	20	Reels	User to user
19.	9 Juni 2024	untuk mengemis cinta	5.497	38	Foto	User to user
20.	9 Juni 2024	Pujian non-fisik	7.858	93	Foto	User to user
21.	10 Juni 2024	Ciri-ciri burnout	2.760	10	Foto	User to user

Selama Juni 2024, akun Instagram @riliv mengunggah 67 postingan yang mencakup berbagai topik edukasi kesehatan mental. Konten yang diunggah mengikuti tren dan menggunakan tone warna khas seperti putih, biru, dan abu-abu. Postingan biasanya terdiri dari ilustrasi dengan judul singkat yang dijelaskan lebih lanjut di slide berikutnya. Setiap hari, @riliv mengunggah 2-3 konten berupa gambar, tulisan, atau video reels, yang sering mendapatkan komentar dari pengikutnya. Berdasarkan analisis interaktivitas McMillan & Downes (2000), interaktivitas di akun Instagram @riliv dapat dibagi menjadi tiga kategori: user to system, user to user, dan user to document. Interaktivitas user to system mencakup tindakan seperti mengakses situs web melalui tautan di bio, yang sering digunakan untuk layanan konseling online berbayar. Interaktivitas berbasis manusia (human-based interaction) terlihat dari penggunaan fitur repost dan tag, serta komentar dan likes pada setiap unggahan. Rata-rata, setiap unggahan mendapatkan sekitar 4.000 likes per hari. Komentar pengguna sering kali berisi cerita pribadi atau tanggapan terhadap konten yang diunggah.

Interaksi berbasis komputer (computer-based interaction) terjadi saat pengguna berinteraksi dengan fitur Instagram seperti highlight story atau penambahan link di bio. Interaksi adaptif (adaptive interaction) mencakup penggunaan fitur instastory untuk membagikan konten edukasi singkat. Dalam interaksi user to user, ditemukan empat model komunikasi: feedback, mutual discourse, monologue, dan responsive dialogue. Unggahan pada 14 Juni 2024 mendapatkan 5.589 likes dan 54 komentar, dengan beberapa komentar mendapatkan balasan dari akun lain. @riliv memberikan umpan balik penyemangat pada beberapa komentar pengikut. Interaksi user to document jarang terjadi dibandingkan dengan dua kategori lainnya. Pengguna sering kali memodifikasi konten atau menambahkan kalimat pengantar sebelum memposting ulang. Konten dari @riliv yang bersumber dari Twitter mendapat banyak likes dan komentar, tetapi jarang mendapat komentar saat diposting ulang oleh pengguna lain. Akun Instagram @riliv berhasil menciptakan interaksi yang kuat dengan pengikutnya melalui berbagai fitur Instagram, menyebarkan edukasi



tentang kesehatan mental, dan memberikan ruang bagi pengikut untuk berinteraksi dan berbagi pengalaman.

KESIMPULAN

Akun Instagram @riliv menyajikan konten edukatif, solutif, dan terkini mengenai kesehatan mental. Meskipun demikian, tidak semua komentar dari pengikut mendapatkan tanggapan dari admin, dan jumlah likes jauh melebihi jumlah komentar, menunjukkan ketidakseimbangan dalam interaksi. Mayoritas pengikut aktif adalah perempuan, yang mungkin mengindikasikan prevalensi gangguan kesehatan mental yang lebih tinggi di kalangan perempuan. Interaksi user to user menjadi aspek utama, terlihat dari banyaknya tanggapan melalui komentar setiap kali @riliv mengunggah konten. Akun @riliv juga aktif memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti Stories, highlight, dan pencantuman link di bio untuk mengarahkan followers ke layanan konseling online berbayar, yang menunjukkan motif ekonomi di balik aktivitas ini. Interaksi user to document kurang sering terjadi dan umumnya mendapatkan lebih sedikit likes dan komentar dibandingkan konten lainnya. Ketika @riliv mengunggah ulang konten dengan modifikasi, interaksinya juga rendah. Dengan kemajuan teknologi dan komunikasi, penting bagi pengguna media untuk menciptakan konten yang mendidik dan memperluas wawasan masyarakat terkait kesehatan mental. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar data dikumpulkan dengan lebih mendalam dan akurat, menggunakan metode seperti wawancara langsung, serta mempertimbangkan lebih banyak referensi teori untuk analisis yang lebih terpercaya.

REFERENSI

- Bacigalupe, G., & Gonzalo, S. (2017). Penggunaan media sosial untuk meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi kesehatan. Dalam Febriani, D. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Perilaku Positif. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 15(2), 123-135.
- Cangara, H. (2016). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers. Dataindonesia.id. (2022, Oktober). Laporan tentang Kesehatan Mental Remaja di Indonesia. Diakses dari dataindonesia.id
- Febriani, D. (2024). Media Sosial dan Kesehatan Mental. Makassar: Universitas Islam Makassar.
- Hadi, S., et al. (2021). Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hariyanto. (2021). Komunikasi sebagai Kegiatan Dinamis. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Makarim, N. (2022). Dampak Masalah Kesehatan Mental jika Diabaikan. *Jurnal Psikologi Klinis*, 10(1), 45-56.
- McMillan, S. J., & Downes, E. J. (2000). Defining Interactivity: A Qualitative Identification of Key Dimensions. *New Media & Society*, 2(2), 157-179.
- Ortega, G., & Navas, J. (2017). Peran Media Sosial dalam Pendidikan Kesehatan. Dalam Febriani, D. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Perilaku Positif. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 15(2), 136-148
- Nahdiana, N., Fitriana, R., & Budi Rahayu, P. (2024). Edukasi tentang Pemanfaatan Media Sosial dalam Public Speaking. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1321–1324. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i2.8424>
- Olifia, S. (2024). Pengertian Seni Komunikasi. In *Seni Komunikasi: Membangun Keterampilan Komunikasi yang kuat di Era Digital*. www.buku.sonpedia.com
- Tambunan, R. (2018). Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba Empat
- Wright, C. R. (1986). *Mass Communication: A Sociological Perspective*. New York: Random House