

PENGARUH NARASI DALAM KONTEN VLOG *CHANNEL* YOUTUBE “MENJADI MANUSIA” TERHADAP SIKAP DALAM MENJAGA KESEHATAN MENTAL

THE EFFECT OF NARRATIVE IN THE CONTENT OF THE YOUTUBE CHANNEL VLOG “BEING A HUMAN” ON ATTITUDE IN KEEPING MENTAL HEALTH

Fajar Hadi Saputra¹, Cholifah²

^{1,2}IISIP Jakarta, Jl. Raya Lenteng Agung 32, Jakarta Selatan, 12610, Indonesia

Email: ¹fajar.saputra@iisip.ac.id, ²cholifah@iisip.ac.id

Abstrak – Artikel ini melaporkan hasil penelitian tentang fenomena penderita gangguan kesehatan mental pada kelompok usia produktif yang terus meningkat. Dalam upaya mengatasi fenomena tersebut, terdapat informasi tentang kesehatan mental yang dikemas dalam format narasi dalam vlog “Menjadi Manusia” dalam *channel* youtube. Penelitian bertujuan mengukur pengaruh narasi dalam konten vlog tersebut terhadap *narrative transportation* dan sikap masyarakat untuk menjaga kesehatan mental. Teori yang digunakan ialah *transportation theory* dan *entertainment overcoming resistance model*. Metode penelitian yang digunakan ialah survei eksplanatif dengan subjek penonton vlog “Menjadi Manusia” yang dipilih secara *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *story teller* dan *story receiver* dalam narasi vlog *channel* youtube “Menjadi Manusia” berpengaruh positif terhadap *narrative transportation* dan *narrative transportation* berpengaruh positif terhadap sikap masyarakat dalam menjaga kesehatan mental.

Kata Kunci: Narasi konten; *Narrative transportation*; Sikap; *Story teller*; *Story receiver*

Abstract – This article reports the results of research on the phenomenon of people with mental health disorder in the productive age group which continues to increase. In an effort to overcome this phenomenon, there is the information about mental health that is packaged in narrative format in the “Menjadi Manusia” vlog on the youtube channel. This study aims to measure the effect of the narrative in the vlog content on the narrative transportation and people’s attitudes to maintaining the mental health. The theory used is the transportation theory and the entertainment overcoming resistance model. The research method used is an explanatory survey with the subject of the vlog audience “Menjadi Manusia” who are chosen purposively. The results showed that story tellers and story receivers in the youtube vlog channel narration “Menjadi Manusia” had a positive effect on narrative transportation and narrative transportation had a positive effect on people’s attitudes in maintaining the mental health.

Keywords: Attitude ; Content narrative; *Narrative transportation*; *Story teller*; *Story receiver*

PENDAHULUAN

Penyakit gangguan kesehatan mental atau jiwa, sampai saat ini masih menjadi permasalahan yang masih sulit diatasi di dunia. Sekitar 450 juta populasi dunia yang mengalami gangguan kesehatan mental atau jiwa termasuk skizofrenia. Depresi dan kecemasan merupakan indikasi gangguan jiwa umum yang jumlah kasusnya paling tinggi. Sebanyak 3,6% dari populasi yaitu sekitar 200 juta orang mengalami kecemasan, sementara 4,4% lainnya, sekitar 322 juta mengalami depresi. Dari jumlah tersebut, hampir separuhnya berasal dari wilayah Asia Tenggara dan Pasifik Barat (WHO, 2017).

Berdasarkan data Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2018), dalam kurun waktu lima tahun terjadi peningkatan jumlah kasus sebanyak 3,8 % pada

kelompok usia 15 tahun ke atas. Jumlah gangguan emosional pada 2013 sebanyak 6% menjadi 9,8% pada 2018. Selain mengalami gangguan emosional, sebanyak 6,2% (14 juta) kelompok ini juga mengalami depresi. Dari jumlah tersebut, hanya 9% orang yang mengalami depresi meminta bantuan medis dan mengkonsumsi obat. Eka Viora, Ketua Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia (PDSKJI) menyatakan bahwa akibat stigma negatif, menjadikan sekitar 15,6 juta penduduk yang menderita depresi terhambat untuk mendapatkan pencegahan yang tepat dan mendapatkan bantuan karena takut, malu, bahkan khawatir orang akan menilai dirinya tidak waras jika meminta bantuan (Azizah, 2019).

Menurut WHO (2019), setiap tahun sebanyak

800.000 kejadian bunuh diri yang berakibat pada kematian disebabkan oleh depresi. Di Indonesia, setidaknya terdapat lima orang yang bunuh diri setiap hari. Usia terbanyak pelaku bunuh diri dilakukan oleh generasi milineal yaitu 15 sampai 29 tahun. Depresi juga menyebabkan kerugian ekonomi di berbagai negara. Hasil penelitian WHO pada 2019, depresi dan kecemasan menyebabkan kerugian ekonomi dunia sebesar 1 triliun USD setiap tahunnya akibat hilangnya produktivitas sumber daya manusia.

Permasalahan kesehatan jiwa semakin berat untuk diselesaikan dengan kehadiran Covid-19. Pandemi Covid-19 yang berdampak pada perubahan pola interaksi aktivitas masyarakat akibat pembatasan jarak fisik dan hubungan sosial, serta kondisi ketidakpastian tidak hanya menimbulkan berbagai permasalahan sosial dan ekonomi, tapi juga kesehatan mental masyarakat. Siti Khalimah, Direktur Pencegahan dan Pengendalian Masalah Kesehatan Jiwa dan Napza, Ditjen P2PL Kemenkes, mengemukakan bahwa pandemi Covid-19 berakibat pada peningkatan signifikan jumlah kasus kesehatan jiwa. Selama pandemi Covid-19 hingga Juni 2020 tercatat 277 ribu kasus kesehatan jiwa di Indonesia. Kondisi ini meningkat dibandingkan data pada 2019 yang hanya 197 ribu orang (Deni Sutanto, 2020). Survei kesehatan jiwa yang dilakukan oleh Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia (PDSKJI) terkait Covid-19 menunjukkan 68% responden mengaku cemas, 67% depresi, dan 77% mengalami trauma psikologis.

Jumlah sebaran ahli psikologi dan fasilitas kesehatan menjadikan penderita gangguan kesehatan jiwa atau mental tidak dapat memperoleh penanganan yang tepat. Dikutip dari <https://pusdatin.kemkes.go.id> dari 34 provinsi di Indonesia, 6 provinsi diantaranya tidak memiliki rumah sakit jiwa, yaitu Kepulauan Riau, Sulawesi Tengah, Sulawesi Barat, Gorontalo, Papua Barat, dan Kalimantan Utara. Data Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2018) menyebutkan bahwa jumlah psikiater hanya tersedia 600-800 di seluruh Indonesia. Artinya, satu psikiater melayani 300.000 – 400.000 pasien. Jumlah sebarannya juga tidak merata di seluruh tanah air, sebagian besar berada di kota-kota besar di Pulau Jawa. Berdasarkan informasi dari Ikatan Psikologi Klinis Indonesia (IPK), data per 5 Mei menunjukkan, jumlah psikolog klinis yang bekerja di bidang kesehatan dan rumah sakit hanya 1.143 orang (Utari, 2019). Padahal standar yang ditetapkan Organisasi Kesehatan Dunia adalah satu tenaga psikolog atau psikiater melayani 30 ribu orang. (Apriyani, 2019).

Permasalahan mengenai kesehatan jiwa/mental harus diatasi karena menimbulkan kerugian ekonomi dan dapat menghambat program pemerintah untuk mewujudkan SDM unggul. Salah satu upaya untuk mengatasi permasalahan kesehatan adalah dengan memberi informasi yang benar dan terpercaya, serta menumbuhkan sikap masyarakat dalam menjaga kesehatan mental. Masyarakat harus memiliki

kepercayaan atau keyakinan bahwa gangguan kesehatan mental dapat diatasi dan jika diperlukan bisa meminta bantuan tenaga profesional. Untuk itu, informasi tentang cara mengatasi gangguan kesehatan mental diperlukan untuk membantu masyarakat yang terindikasi mengalami gangguan kesehatan mental. Menurut Littlejohn, Foss, dan Oetzel (2017) komunikasi kesehatan adalah elemen penting untuk mencegah, mengobati, dan mengatasi penyakit atau masalah kesehatan. Untuk itu Channel youtube “Menjadi Manusia”, bisa menjadi salah satu alternatif pemecahan masalah dalam mengatasi masalah kesehatan jiwa/mental.

Youtube merupakan media sosial yang efektif untuk memberikan edukasi tentang kesehatan. Menurut databoks katadata.co.id, berdasarkan studi dan riset data yang dihimpun oleh We Are Social pada Januari 2021, sebanyak 94% pengguna internet berusia 16-64 tahun di Indonesia mengakses youtube dalam satu bulan terakhir. Persentase tersebut menjadi yang paling tinggi dibandingkan platform media sosial lainnya. Selain youtube, mayoritas responden juga menggunakan WhatsApp (87,7%), Instagram (86,6%), dan Facebook (85,5%), dan yang mengakses Twitter hanya 63,6%, Facebook Messenger 52,4%, dan LINE 44,3% (Lidwina, 2021).

Channel youtube “Menjadi Manusia” yang memiliki 784 ribu pengikut ini merupakan platform *social media* yang memuat konten tentang berbagai permasalahan kehidupan yang dialami oleh narasumber. Kehadiran akun channel ini dilatarbelakangi oleh pengalaman pribadi dari pendiri akun yang pernah mengalami gangguan mental dan harus menjalani terapi bersama psikiater. Konten disajikan dengan pendekatan narasi atau *story telling*. Channel yang didirikan oleh Rhaka Ghanisatria bersama dengan dua temannya yaitu Adam Alfares Abednego dan Levina Purnamadewi pada 2018 ini, ditujukan untuk orang-orang yang ingin mendengar cerita tentang permasalahan kehidupan yang dialami oleh berbagai narasumber, orang-orang yang merasa sendirian, dan mengalami kesulitan dalam menjalani hidup, juga sebagai wadah bagi orang yang mengalami masalah kehidupan untuk berbagi cerita tentang bagaimana mereka mampu mengatasi permasalahan kehidupan yang dialaminya. Keberadaan akun ini bertujuan agar masyarakat dapat memetik pelajaran dari pengalaman narasumber, memberi inspirasi, motivasi, dan solusi bagi orang-orang yang mengalami permasalahan kehidupan, serta sebagai media informasi tentang arti penting kesehatan mental.

Contoh tampilan dari channel Youtube “Menjadi Manusia” dapat dilihat pada Gambar 1 dan 2.

Channel youtube “Menjadi Manusia” menarik untuk dikaji karena konten channel ini menyajikan kisah pengalaman narasumber yang disajikan dalam bentuk narasi atau cerita dari berbagai macam orang tentang berbagai macam masalah kesehatan atau kehidupan yang mereka alami dan bagaimana mereka bangkit dari masalah tersebut. Efektivitas narasi sebagai media komunikasi untuk

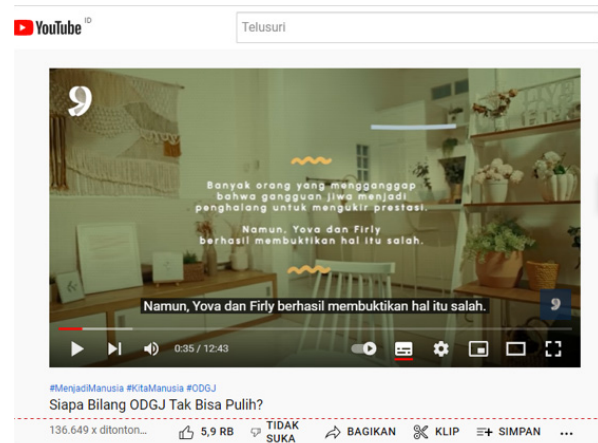


Gambar 1. Sabrina Athika menceritakan pengalaman hidupnya tentang bangkit dari trauma mendalam yang menyebabkan depresi dan bipolar.

membantu mengatasi masalah kesehatan ditunjukkan melalui beberapa penelitian berikut. Menurut Braddock & Dillard (2016) terpaan terhadap narasi secara positif berkorelasi dengan keyakinan, sikap, intensi dan perilaku. Temuan yang sama dikemukakan oleh Morgan et al., (2009); Moyer-Gusé & Nabi (2010); Murphy et al., (2011) bahwa narasi berkorelasi positif dengan kepercayaan audiens terhadap berbagai isu kesehatan termasuk tentang donasi organ tubuh, skrining kanker, dan kehamilan remaja yang tidak direncanakan. Papa & Singhal (2009) menyatakan bahwa narasi merupakan stimulus dan konteks untuk mendorong audiens mendiskusikan topik-topik kesehatan yang sensitif dan terstigma (dalam Hursting dan Comello 2021).

Menurut Keraf (2010), narasi adalah suatu bentuk wacana yang berusaha menggambarkan dengan sejelas-jelasnya kepada pembaca tentang suatu peristiwa yang telah terjadi. Narasi adalah suatu bentuk wacana yang berusaha mengisahkan suatu kejadian seolah-olah pembaca melihat atau mengalami sendiri peristiwa itu. Menurut Marahimin dalam Sobur (2016)], narasi adalah cerita yang didasarkan pada urutan-urutan suatu atau rangkaian peristiwa kejadian atau peristiwa. Sobur menyatakan bahwa di dalam kejadian yang diceritakan, ada tokoh yang mengalami atau menghadapi suatu rangkaian konflik. Kejadian, tokoh, dan konflik merupakan unsur pokok dalam sebuah narasi, dan ketiganya secara kesatuan disebut plot atau alur. Menurut Fisher dalam West and Turner (2018) narasi lebih dari sekedar cerita yang memiliki plot dari awal sampai akhir. Narasi merupakan deskripsi verbal atau non verbal dengan urutan kejadian yang oleh pendengar diberi makna. Dengan demikian, implikasi dari narasi adalah adanya pencerita (*story teller*) dan pendengar atau penonton (*story receiver*).

Kemampuan tentang bagaimana narasi dapat mempengaruhi sikap dapat dijelaskan melalui *transportation theory*. Fokus dari teori ini adalah apa yang menjadi faktor penyebab serta konsekuensi dan yang akan dialami oleh seseorang ketika ia terhanyut



Gambar 2. Kisah Yora dan Firly : gangguan Jiwa tidak menghalangi untuk tetap produktif

(mengalami transportasi) dalam sebuah cerita atau narasi yang dikonsumsi. Menurut Green dan Fitzgerald (2017), tingkat sejauhmana individu terlibat atau terhanyut dalam dunia naratif, berpeluang untuk menunjukkan efek dari perubahan sikap dan perilaku. Teori dan penelitian-penelitian transportasi memiliki implikasi penting untuk merancang isi pernyataan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa narasi yang mampu membuat audiens terhanyut atau terlibat secara kognitif dan emosional (*transportation*) akan lebih efektif dalam menciptakan perubahan sikap dan perilaku.

Transportasi merupakan respons terhadap cerita, proses mental dimana orang tenggelam dalam dunia naratif, dan untuk sementara kehilangan akses ke realitas mereka sebenarnya hidup (Green & Brock, 2000). Elemen kunci dari transportasi adalah narasi atau cerita. Orang dapat menjadi terhanyut ketika ia membaca, menonton, atau mendengarkan cerita dari berbagai jenis media. Green dan Brock menyarankan bahwa buku-buku bacaan dapat meningkatkan tingkat transportasi karena pembaca perlu menciptakan citra mental cerita untuk dirinya sendiri. Namun, transportasi juga dapat terjadi melalui media audio-visual. Dalam kaitannya dengan penggunaan media sebagai sarana narasi Ballard, Davis & Hoffner (2020) mengutip pandangan Walter, Murphy, Frank & Baezconde-Garbanati, 2017, menyatakan bahwa beberapa studi menunjukkan penggunaan audio visual sebagai media narasi memiliki efek tingkat keterlibatan kognitif dan emosional yang lebih tinggi dibanding media cetak. Artinya, media audio visual mendorong tingkat transportasi yang lebih tinggi daripada media cetak.

Singkatnya, transportasi adalah suatu kondisi audiens (penonton, pendengar, pembaca) ikut terhanyut (menangis, sedih, kecewa, atau marah) ketika mengonsumsi narasi yang digambarkan. Teori transportasi menjelaskan kondisi yang terjadi ketika orang tersesat di dunia naratif. Orang-orang dipindahkan dari dunia biasa (*mundane world*) ke dunia cerita (*story world*). Orang yang terhanyut

ke dalam dunia cerita akan terkonsentrasi pada peristiwa yang terjadi dalam cerita sehingga individu akan merasa kehilangan waktu, menurunkan tingkat kesadaran terhadap lingkungan sekitarnya, dan mengalami emosi yang kuat. Menurut *extended transportation imagery model*, komponen kunci dari transportasi adalah narasi atau cerita. Untuk menghasilkan transportasi, narasi yang disajikan harus memenuhi syarat dari aspek pencerita (*story teller*) dan aspek penerima cerita (*story receiver*). Dari aspek pencerita, narasi harus memiliki plot yang dapat dibayangkan (*imaginable plot*), karakternya dapat diidentifikasi (*identifiable characters*), dan *verisimilitude* (cerita yang disampaikan dinilai benar terjadi). Sementara dari aspek *receiver*, cerita yang disajikan dikenal atau dekat dengan kehidupan audiens (*familiarity*) dan *attention* yaitu mampu menarik perhatian audiens terhadap narasi yang disajikan (Littlejohn, 2017).

Tom Van Laer (2014) dan rekan-rekannya melakukan meta analisis terhadap 76 studi yang melibatkan transportasi untuk menguji ide-ide teori transportasi. Van Laer dan rekan mengembangkan *extended transportation imagery model* yang dibuat oleh Green dan Brock (2000). Model ini menjelaskan bahwa karakteristik pencerita dan penerima cerita memengaruhi tingkat transportasi naratif. Transportasi dikaitkan dengan berbagai hasil, termasuk respons afektif (emosional), pemikiran kritis, kepercayaan, sikap, dan niat untuk bertindak. Berdasarkan kajian analisis, mereka menemukan dukungan untuk semua elemen dalam *extended transportation imagery model*. Mereka juga mengusulkan untuk mengembangkan teori transportasi di masa depan dengan mempertimbangkan media narasi (misalnya, media sosial) dan kelompok sosial yang menjadi tujuan (audiens dan norma-norma mereka).

Riset yang dilakukan oleh Van Laer, T., de Ruyter, K., Visconti, L. M., & Wetzels, M. (2014) berjudul *The Extended Transportation-Imagery Model: A Meta-Analysis of the Antecedents and Consequences of Consumers' Narrative Transportation*, mengungkapkan bahwa penilaian *story teller* yang terdiri dari *imaginable plot*, *identifiable character*, dan *verisimilitude* memiliki dampak yang signifikan terhadap *narrative transportation*. Studi lainnya oleh Banerjee, S. C., & Greene, K. (2012) yang berjudul *Role of Transportation in the Persuasion Process: Cognitive and Affective Responses to Antidrug Narratives*, mengungkapkan bahwa transportasi akan menghasilkan respon kognitif dimana respon kognitif selanjutnya akan mempengaruhi perubahan sikap. Temuan tersebut didukung oleh *dual-process theories of persuasion*, *the elaboration likelihood model* oleh Petty & Cacioppo (1986) dan *the Heuristic-Systematic Model* Chaiken, Wood, & Eagly, 1996. Teori ini berpendapat bahwa tanggapan kognitif sangat penting untuk perubahan sikap dan persuasi. Hasil riset yang dilakukan oleh Mazzocco, P. J., Green, M. C., Sasota, J. A., & Jones, N. W. (2010) yang berjudul *This Story Is Not for Everyone: Transportability and Narrative Persuasion*

mengungkapkan bahwa *narrative transportation* secara signifikan berkorelasi dengan sikap yang dimediasi oleh empati.

Green dan Brock (2000) menjelaskan beberapa dimensi utama untuk mengukur tingkat transportasi, yaitu perhatian kognitif terhadap cerita, keterlibatan emosional, gambaran mental, perasaan tegang, dan kurangnya kesadaran akan lingkungan. Kemudian Green dan Brock membuat indikator yang terdiri dari *cognitive*, *emotional*, dan *mental imagery*. Menurut Green dan Brock, melalui transportasi yaitu kondisi dimana seseorang terhanyut dalam narasi yang disajikan akan terasa seperti mengalami pengalaman nyata. Transportasi memungkinkan seseorang memiliki keterkaitan dengan karakter dari si pencerita sehingga berpeluang untuk mempengaruhi keyakinan audiens. Semakin tinggi transportasi yang dihasilkan maka efek yang dihasilkan menjadi semakin besar.

Selain teori transportasi, kemampuan narasi untuk menghasilkan efek juga dapat dijelaskan dengan *entertainment overcoming resistance model* yaitu bagaimana narasi dalam hiburan (*entertainment*) dapat digunakan untuk mempersuasi audiens. Menurut Little John (2017) Arvind Singhal, Michael Cody, Everett Rogers, dan Miguel Sabido, Emily Moyer Guse mengembangkan teori tersebut untuk menjelaskan efek persuasif dari pesan-pesan pendidikan-hiburan. Secara khusus, model ini menjelaskan bagaimana pesan dapat mengatasi penolakan dan menghasilkan efek yang diinginkan (sikap dan perilaku). Resistensi terhadap persuasi adalah penolakan untuk melakukan perubahan, yang dapat mewujudkan kebalikan dari perilaku yang diinginkan.

Moyer Guse (2008) menjelaskan bahwa terdapat dua bentuk resistensi/penolakan, yaitu reaktansi psikologis atau penolakan akibat terancamnya kebebasan memilih dan *counterarguing*, yang terjadi ketika orang menemukan alasan untuk menolak tindakan yang dimaksudkan. Misalnya, seorang perokok dilarang merokok karena merusak kesehatan, tetapi perokok tersebut menemukan sebuah manfaat merokok agar ia bisa terus merokok. Moyer Guse menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang bisa menghindari dan meminimalisir resistensi/penolakan dan *counterarguing*, yaitu narasi (fakta bahwa pesan itu adalah sebuah narasi), interaksi parasosial, rasa suka, identifikasi karakter, dan transportasi. Narasi dan interaksi parasosial memungkinkan orang untuk terpesona dengan pesan yang disampaikan, sehingga penerima pesan tidak akan menyadari unsur persuasif dari pesan tersebut dan mereka akan merasa kebebasannya tidak terancam. Rasa suka dan identifikasi karakter akan menghasilkan transportasi yang membuat penerima pesan terhanyut dalam cerita. Transportasi menyebabkan audiens menjadi tidak berpikir kritis tentang pesan persuasif.

Menurut Bandura dalam Littlejohn (2017) orang dapat mengadopsi perilaku yang diinginkan, bukan saja

melalui proses pembelajaran langsung tetapi juga bisa dilakukan dengan cara mengamati orang lain secara tidak langsung. Orang tidak mencontoh setiap perilaku yang mereka amati, tetapi perlu dimotivasi untuk melakukan perilaku tersebut. Motivasi dipengaruhi oleh ekspektasi hasil dan efikasi diri. Moyer Guse (2008) menjelaskan bahwa penonton yang melihat kesamaan dan dapat mengidentifikasi dirinya dengan karakter dalam cerita akan meningkatkan *self-efficacy* dan *outcome expectations* sehingga menghasilkan sikap dan perilaku yang diinginkan.

Masalah Pokok

1. Apakah narasi konten vlog *channel* youtube “menjadi manusia” memenuhi syarat dari aspek *story teller* dan *story reciever* agar bisa menghasilkan *narrative transportation*?
2. Apakah *story teller* dan *story reciever* berpengaruh positif terhadap *narrative transportation*?
3. Apakah *narrative transportation* berpengaruh positif terhadap sikap untuk menjaga kesehatan mental?

METODE

Untuk menjawab masalah pokok penelitian, penulis menggunakan metode penelitian survei eksplanatif asosiatif karena penelitian ini ingin menjelaskan hubungan dari variabel *story teller*, *story reciever*, *narrative transportation*, dan sikap masyarakat dalam menjaga kesehatan mentalnya. Unit analisis penelitian adalah individu. Populasi penelitian adalah penonton youtube “Menjadi Manusia” yang tergabung dalam instagram dan twitter dari akun youtube “Menjadi Manusia”. Mengingat peneliti tidak memiliki data populasi penelitian maka teknik sampling yang digunakan adalah non probability dengan *accidental sampling*. Artinya yang menjadi sampel penelitian adalah *follower* yang menonton *channel* youtube “Menjadi Manusia” dan bersedia mengisi instrument yang dibagikan melalui *direct message* instagram dan twitter “Menjadi Manusia”. Peneliti menetapkan 50 responden sebagai sampel penelitian. Jumlah tersebut dinilai layak jika mengacu pada pandangan Sugiyono (2017) bahwa kelayakan sampel berkisar 30 sampai dengan 500 sampel. Untuk memperoleh data penelitian, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner tertutup kepada pengikut instagram dan twitter “Menjadi Manusia” melalui *direct message*.

Subjek penelitian ini adalah *channel* youtube “Menjadi Manusia”, sementara objek penelitiannya adalah *story teller* dan *story receiver*, *transportation*, dan sikap masyarakat dalam menjaga kesehatan. *Story teller* diukur berdasarkan penilaian responden terhadap pencerita (narasumber dalam menyampaikan kisahnya). Komponen penilaian meliputi *imaginable plot* (responden dapat membayangkan plot atau alur cerita), *identifiable characters* (responden dapat mengidentifikasikan dirinya dengan karakter pencerita),

verisimilitude (responden percaya bahwa beberapa peristiwa yang ada dalam cerita mungkin akan terjadi pada dirinya, keluarga, atau lingkungannya). Variabel *story receiver* diukur berdasarkan *familiarity* (cerita yang disajikan pernah dilihat, dialami, atau pernah didengar oleh responden), dan *attention* (perhatian dan kesukaan responden terhadap cerita yang disampaikan). *Narrative Transportation* merupakan kemampuan narasi untuk membuat responden terhanyut ke dalam cerita yang disajikan. Variabel ini diukur berdasarkan aspek kognisi, emosional, dan *mental imagery*. Aspek kognitif yaitu responden memiliki pengetahuan tentang indikasi gangguan kesehatan mental dan cara mengatasinya. Aspek emosional ditunjukkan dengan responden terpengaruh secara emosional oleh cerita yang disampaikan seperti ikut merasakan kesedihan, kekhawatiran, kecemasan, dan ketakutan yang dirasakan oleh narasumber ketika ia menyampaikan kisahnya. *Mental imagery* berkaitan dengan kemampuan responden untuk membayangkan peristiwa yang dialami dan apa yang dirasakan oleh narasumber.

Variabel dependent penelitian ini yaitu sikap penonton terhadap kesehatan mental. Sikap adalah kesiapan untuk merespon secara positif atau negatif terhadap objek atau situasi secara konsisten (Ahmadi 2007). Sikap merupakan suatu disposisi untuk merespon secara positif atau negatif suatu perilaku (Ajzen (2005). Jalaluddin Rakhmat (2015) mengemukakan sikap merupakan kecenderungan untuk bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetap kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu sesuai objek sikap. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi, dan relatif lebih menetap, mengandung aspek evaluatif (menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sikap timbul dari pengalaman, tidak dibawa dari lahir tetapi merupakan hasil belajar. Oleh karena itu, sikap dapat diperteguh atau diubah. Dalam penelitian ini, komponen pengukuran sikap sebagai efek dari transportasi naratif merujuk pada *entertainment overcoming resistance model* (Littlejohn, 2017). Sikap dalam penelitian ini merupakan respons masyarakat untuk menjaga kesehatan mental, diukur berdasarkan *outcome expectations* (keyakinan bahwa dengan melakukan perilaku yang disarankan maka ia akan mampu menjaga kesehatan mentalnya) dan *self efficacy* (kepercayaan diri responden untuk melakukan apa yang disarankan).

Validitas alat ukur dalam penelitian ini diukur dengan uji validitas *product moment pearson correlation*. Hasilnya, semua variabel memenuhi syarat validitas karena hasil r hitung $> r$ tabel dan nilai $\text{sig} < 0,05$. Alat ukur untuk mengukur konstruk atau variabel penelitian dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2016). Semua variabel dalam penelitian ini juga memenuhi aspek reliabilitas karena hasil hitung $> 0,600$. *story teller* $0,808 > 0,600$, *story receiver*, $0,826 > 0,600$, *narrative transportation* $0,930 > 0,600$, dan sikap $0,933 > 0,600$.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui korelasi antar variabel independen yaitu narasi *story teller* dan *story reciever* terhadap *narrative transportation*. Sedangkan analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui korelasi antara *narrative transportation* terhadap sikap peduli masyarakat dalam menjaga kesehatan.

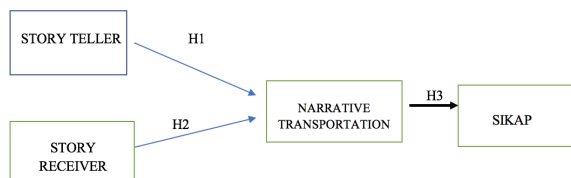
Hipotesis Penelitian

H1 : Narasi *story teller* berpengaruh positif terhadap *narrative transportation*

H2 : Narasi *story reciever* berpengaruh positif terhadap *narrative transportation*.

H3 : *Narrative Transportation* berpengaruh positif terhadap sikap masyarakat dalam menjaga kesehatan mental

Model Analisis



HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini lebih banyak perempuan (66 %), sebagian besar (82%) masih berusia remaja 18 – 22 tahun, sebagian besar (80%) merupakan pelajar/mahasiswa. Mengacu pada ciri-ciri seseorang terindikasi mengalami gangguan kesehatan mental, responden dalam penelitian ini memiliki peluang terkena gangguan kesehatan mental karena 78% diantaranya menyatakan sering mengalami kecemasan yang berlebihan, 48% sering berhalusinasi, 64 % merasa dirinya sering diremehkan oleh orang lain, 60% mengakui dirinya memiliki emosi yang berlebihan, serta 68% sering mengalami gangguan mood.

Melihat data profil responden yang mayoritas berusia remaja, berjenis kelamin perempuan, dan kebanyakan dari mereka berpeluang mengalami gangguan mental maka keberadaan *channel* youtube “Menjadi Manusia” ini diperlukan sebagai sarana informasi dan pembelajaran untuk mencegah dan mengatasi gangguan kesehatan mental. Studi yang dilakukan Cauce et al., 2002; Jang et al., 2007 dalam (Roh, Burnette, Lee, et.al, 2014) menunjukkan bahwa orang dewasa diperkirakan menggunakan layanan kesehatan mental lebih sedikit daripada mereka yang berusia lebih muda, dan perempuan diprediksi lebih banyak memanfaatkan layanan kesehatan dibanding laki-laki.

Tantangan yang dihadapi dalam mengatasi kesehatan mental adalah informasi mengenai kesehatan mental masih belum banyak dipahami oleh masyarakat, masih rendahnya kesadaran masyarakat terhadap

pentingnya kesehatan mental, ditambah stigma buruk masyarakat, diskriminasi, serta stereotipe terhadap gangguan kesehatan mental maka berdampak pada penderita lebih memilih diam dan enggan berkonsultasi kepada tenaga ahli. Untuk itu, melalui informasi dan pengalaman narasumber yang pernah mengalami gangguan kesehatan mental yang dihadirkan melalui *channel* youtube ini, masyarakat diharapkan dapat termotivasi untuk segera meminta bantuan psikolog apabila mendapatkan dirinya terindikasi mengalami gangguan kesehatan mental.

Nilai rata-rata hasil penelitian mengenai *story teller* adalah 3,37 dari skala 4. Variabel yang diukur dengan delapan item pernyataan ini menunjukkan bahwa narasi yang disajikan dinilai responden memiliki plot cerita yang dapat dibayangkan (*imaginable plot*), cerita yang disampaikan membuat responden dapat mengidentifikasi dirinya dengan pencerita (*identifiable character*), responden mampu terlibat secara emosional dengan perasaan pencerita, mengerti perasaan dan emosi narasumber ketika mereka menceritakan kisahnya, peristiwa yang dialami oleh narasumber membuat responden sangat percaya bahwa peristiwa tersebut kemungkinan besar dapat terjadi baik terhadap dirinya, lingkungannya, maupun keluarganya (*verisimilitude*).

Nilai rata rata hasil penelitian dari variabel *story receiver* adalah 3,15 dari skala 4. Variabel yang diukur dengan enam pernyataan menunjukkan bahwa menurut responden, peristiwa yang disajikan dalam cerita pernah mereka lihat, pernah mereka alami, dan pernah mereka dengar (*familiarity*). Mereka menyatakan menyukai konten yang disajikan ditunjukkan dengan selalu menonton video yang disajikan dalam kanal youtube “Menjadi Manusia” dari awal sampai akhir, serta mereka sering membagikan *link* youtube menjadi “menjadi manusia” (*attention*).

Variabel *narrative transportation* diukur dengan sebelas pernyataan. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari *narrative transportation* adalah 3,57 dari skala 4. Dengan demikian, narasi yang disajikan *channel* youtube “Menjadi Manusia” mampu membuat responden terhanyut ke dalam cerita tersebut. Perasaan terhanyut (*transportation*) ditunjukkan dengan perasaan khawatir, takut, cemas, serta kesedihan yang dirasakan oleh responden ketika narasumber menceritakan kisahnya, responden dapat dengan mudah membayangkan peristiwa yang dialami oleh narasumber, serta responden dapat membayangkan perasaan pencerita saat ia mengalami peristiwa tersebut

Pengukuran sikap dalam penelitian ini dilakukan dengan mengajukan 12 pernyataan berdasarkan dimensi *outcome expectations* dan *self efficacy*. Nilai rata-rata sikap adalah 3,6 dari skala 4. Data tersebut menunjukkan bahwa responden menjadi sangat yakin bahwa dengan melakukan perilaku yang disarankan oleh narasumber, maka mereka akan dapat menjaga kesehatan mentalnya (*outcome expectations*) dan

menjadi sangat percaya diri untuk melakukan tindakan yang disarankan oleh narasumber seperti meminta bantuan ke psikolog/psikiater jika ia memiliki indikasi gangguan kesehatan mental (sering cemas, gangguan mood, emosi yang berlebihan, sering berhalusinasi), dan mempunyai niat untuk bunuh diri (*self efficacy*).

Pertanyaan penelitian ini mengenai apakah *story teller* dan *story reciever* berpengaruh positif terhadap *narrative transportation* dan apakah *narrative transportation* berpengaruh positif terhadap sikap untuk menjaga kesehatan mental dapat dilihat pada hasil penelitian berikut ini:

Tabel 1 : Regresi Story Reciever, Story Teller
Terhadap : *Narrative Transportation*
n : 50

T Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 ^a	.551	.532	3.258
a. Predictors: (Constant), Story Reciever, Story Teller				

Tabel 2 : Analisis Uji F/ANOVA Pengaruh Story Reciever, Story Teller
Terhadap : *Narrative Transportation*
n : 50

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	611.953	2	305.976	28.824	.000 ^b
	Residual	498.927	47	10.615		
	Total	1110.880	49			
a. Dependent Variable: Narrative Transportation						
b. Predictors: (Constant), Story Reciever, Story Teller						

Tabel 3. Uji T *Story Teller* dan *Story Reciever* Terhadap
Narrative Transportation
n: 50

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Beta			
1	(Constant)	9.422	4.096		2.300	.026
	Story Teller	.490	.179	.333	2.741	.009
	Story Reciever	.884	.217	.494	4.069	.000

a. Dependent Variable: Narrative Transportation

Hipotesis penelitian ini yang menyatakan bahwa narasi *story teller* dan *story receiver* berpengaruh positif terhadap *narrative transportation*, *teruji*. Hasil uji regresi linier berganda pada tabel 1 model summary menunjukkan koefisien regresi sebesar 0.742 dengan koefisien determinasi R Square 0.551 (55.1%). Hal ini menunjukkan bahwa *story teller* dan *story reciever* berpengaruh sebesar 55.1% terhadap *narrative transportation*. Hasil uji Anova atau uji F (Tabel 2), *story teller* dan *story reciever* terhadap *narrative*

transportation, nilai F hitung sebesar 28.824 dengan signifikansi yaitu 0.000. Nilai signifikansi berada di bawah 0.05 dan nilai f hitung $28,824 > 3,19$ (f tabel), artinya model analisis dapat diterima. Selanjutnya nilai t hitung (Tabel 3) *story teller* sebesar $2,741 > 2,011$ (t tabel) dan memiliki nilai sig $0,009 < 0,05$, serta t hitung *story reciever* sebesar $4,069 > 2,011$ dan memiliki nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka kesimpulannya adalah terdapat pengaruh positif antara penilaian *story teller* dan *story reciever* terhadap *narrative transportation*.

Tabel 4 : Regresi *Narrative Transportation* Terhadap Sikap
n : 50**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.567 ^a	.322	.308	3.734
a. Predictors: (Constant), Narrative Transportation				

Tabel 5 : Analisis Uji F/ANOVA Pengaruh *Narrative Transportation* Terhadap Sikap
n : 50**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	317.405	1	317.405	22.770	.000 ^b
	Residual	669.095	48	13.939		
	Total	986.500	49			

Tabel 6. Uji T *Narrative Transportation* Terhadap sikap
n:50

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Beta			
1	(Constant)	22.682	4.436		5.113	.000
	Narrative Transportation	.535	.112	.567	4.772	.000
a. Dependent Variable: Sikap						

Hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa *narrative transportation* berpengaruh positif terhadap sikap masyarakat dalam menjaga kesehatan mental, terbukti. Hasil Pengolahan data berdasarkan uji regresi linier sederhana antara *narrative transportation* dan sikap pada tabel 4 model summary menunjukkan koefisien regresi sebesar 0.567. Kemudian hasil koefisien determinasi R Square adalah 0.322 (32,2%). Hal ini menunjukkan bahwa *narrative transportation* berpengaruh sebesar 32.2% terhadap sikap. Sisanya sebesar 67,8% dipengaruhi

oleh faktor lain di luar penelitian ini. Berdasarkan uji anova atau uji F *narrative transportation* terhadap sikap (Tabel 5), diperoleh nilai F hitung sebesar 22.770 dengan signifikansi 0.000, di bawah 0.05 dan nilai f hitung 22,770 > f tabel 4,04, artinya model analisis dapat diterima. Dari hasil tabel 6 di atas menunjukkan bahwa nilai t hitung *narrative transportation* sebesar 4,772 > 2,010 t tabel dan memiliki nilai sig 0,000 < 0,05. Maka kesimpulannya adalah terdapat pengaruh positif antara *narrative transportation* terhadap sikap.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Variabel	β	T	Sig	Kesimpulan
H1	Penilaian Narasi <i>Story Teller</i> → <i>Narrative Transportation</i>	0,490	2,741	0,009	Hipotesis diterima, data mendukung model
H2	Penilaian Narasi <i>Story Reciever</i> → <i>Narrative Transportation</i>	0,884	4,069	0,000	Hipotesis diterima, data mendukung model
H3	<i>Narrative Transportation</i> → Sikap Peduli Masyarakat Dalam Menjaga Kesehatan Mental	0,535	4,772	0,000	Hipotesis diterima, data mendukung model

Berdasarkan tabel 7 di atas, maka ketiga hipotesis penelitian H1, H2, H3 diterima, dengan penjelasan sebagai berikut:

H1 : Narasi *story teller* berpengaruh positif terhadap *narrative transportation*. Hasil olah data pada tabel 7 menunjukkan bahwa nilai t hitung pada H1 sebesar 2,741

dan nilai koefisien korelasi β sebesar 0,490 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,009, hal tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada hipotesis ini, karena nilai t hitung $> 2,011$ dan nilai Sig $< 0,050$. Maka dapat disimpulkan H1 diterima, data mendukung model.

Dengan demikian dalam penelitian ini, komponen *verisimilitude*, *identifiable*, dan *imaginable* dalam *story teller* mampu membuat responden terhanyut atau terlibat secara emosi dalam kisah yang disajikan (*narrative transportation*). Dalam konteks vlog “Menjadi Manusia”, kemampuan responden untuk mengerti dan seolah-olah mereka menjadi bagian dari tokoh (si pencerita) menjadi komponen yang berkontribusi terhadap *narrative transportation*, penonton ikut larut dalam kesedihan, kecemasan, kekhawatiran, dan dapat membayangkan jika peristiwa yang dialami oleh si pencerita terjadi dalam dirinya.

Menurut Tom Laer (2014) isu utama dalam riset *transportation narrative* adalah bagaimana *story teller* membingkai karakter dalam cerita yang disajikan (*identifiable*). Dalam risetnya, Laer mengemukakan beberapa hasil riset yang mendukung pandangannya tentang pengaruh identifikasi terhadap *narrative transportation*. Escalas, Moore, dan Britton 2004 menyatakan bahwa karakter yang dapat diidentifikasi menyebabkan penerima cerita menjadi lebih terhanyut atau terlibat (transportasi) ke dalam cerita yang diproduksi untuk tujuan komersial. Selanjutnya, Slater et al. 2003 menemukan bahwa karakter yang dapat diidentifikasi untuk mengampanyekan gaya hidup sehat dapat membuat audiens membuat kesimpulan tentang kebiasaan makan yang lebih bergizi di antara penerima cerita. Hasil lainnya, menurut dalam Greenwood 2007 niat wanita untuk terlibat dalam perilaku kekerasan berkorelasi dengan seberapa mudah mereka dapat mengidentifikasi dirinya dengan karakter wanita heroik.

Isberner et al dalam studi eksperimennya tentang Empowering Stories menunjukkan beberapa bukti yang bahwa faktor narasi dapat mempengaruhi kepercayaan pembaca. Menurut Busselle & Bilandzic, 2008; Cohen, 2001, identifikasi terhadap karakter dari tokoh merupakan elemen penting dalam persuasi naratif. Menurut Oatley, 1994, identifikasi dapat dikonseptualisasikan sebagai individu yang mengadopsi tujuan dan motivasi dari karakter si tokoh atau pencerita. Ketika seseorang mengidentifikasi dirinya dengan karakter cerita, maka dia dapat mengalami emosi yang dirasakan oleh karakter yang digambarkan seolah-olah emosinya sendiri. Ketika karakter berhasil mencapai tujuan, individu juga akan mengalami emosi untuk mencapai tujuan tersebut, tetapi ketika karakter gagal mencapai tujuan tersebut, individu yang mengalami emosi juga akan merasa gagal (dalam Isberner et al, 2019).

Aspek *imaginable* dalam cerita yang disajikan berperan penting dalam menghasilkan transportasi. Menurut Green (2004), audiens yang percaya bahwa

situasi naratif realistis akan menyebabkan transportasi yang lebih besar. Menurut Escalas 1998 (dalam Tom Laer, 2014), para ahli komunikasi telah memberikan perhatian khusus terhadap plot/alur cerita atau kejadian yang terjadi atau dialami oleh tokoh yang digambarkan. Green 2006 menyatakan bahwa alur cerita yang dinilai memiliki kesamaan dengan pengalaman nyata dengan audiens dan konsisten lebih berhasil membuat audiens terlibat dalam peristiwa yang digambarkan.

Aspek lainnya yang perlu diperhatikan dalam narasi yang disajikan oleh si pencerita adalah sejauhmana audiens percaya bahwa peristiwa yang disampaikan mungkin akan terjadi dalam diri, keluarga, atau lingkungannya (*verisimilitude*). Menurut Bruner 1986, *verisimilitude* adalah kebenaran dari suatu cerita, menyerupai kehidupan. Sementara, Buttermann dan Baker 2011 menyatakan bahwa *verisimilitude* merupakan kepercayaan dan bukan pada konsistensi. kemungkinan bahwa peristiwa dalam cerita mungkin benar-benar terjadi (dalam Tom Laer, 2014).

Menurut Green dan Fitzgerald, 2017, kualitas narasi mempengaruhi kemampuan narasi dalam menghasilkan transportasi. Se jauh mana seseorang dapat dibawa, terlibat, atau terhanyut ke dalam sebuah narasi tergantung pada kualitas narasi (misalnya, koherensi, nilai produksi), pengembangan plot dan karakter. Narasi yang dinilai kurang *verisimilitude* (realistik, faktual atau dinilai benar) cenderung menjadikan responden kurang terlibat dalam peristiwa (transportasi). Dengan koherensi, plot, karakter dari emosionalitas tokoh dapat meningkatkan keterlibatan emosi dan kognisi dari audiens.

H2 : Narasi *story reciever* berpengaruh positif terhadap *narrative transportation*. Hasil olah data pada tabel 7 menunjukkan nilai t hitung pada H2 sebesar 4,069 dan nilai koefisien korelasi β sebesar 0,884 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, hal tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada hipotesis ini, karena nilai t hitung $> 2,011$ dan nilai Sig $< 0,050$. Maka dapat disimpulkan H2 diterima data mendukung model.

Dengan demikian, keterlibatan responden terhadap cerita yang disajikan dalam penelitian ini dipengaruhi aspek familiarity dan ketertarikan responden dengan kisah yang dibawakan oleh narasumber (*attention*).

Mengenai komponen familiarity, Green dan Fitzgerald, (2017) mengutip pandangan Green, 2004, menyatakan bahwa semakin akrab (*familiarity*) seseorang dengan materi narasi, semakin mudah baginya untuk diangkut atau terhanyut di dalamnya. Hasil penelitian menunjukkan, pembaca yang tergabung dalam fraternities atau perkumpulan mahasiswa lebih terbawa ke dalam cerita yang berlatar persaudaraan. Demikian pula, semakin karakter tokoh cerita menyerupai pembaca (atau peristiwa yang disajikan dalam cerita menyerupai peristiwa kehidupan pembaca), maka cerita tersebut

memungkinkan audiens terhanyut dalam cerita tersebut (transportasi). Studi yang dilakukan oleh Kreuter (2007) tentang narasi komunikasi untuk mencegah dan mengontrol penyakit cancer menyatakan bahwa persepsi terhadap sumber (pembawa pesan) seperti aspek kesamaan; status sosial ekonomi, keanggotaan kelompok, tempat tinggal, pengalaman hidup, sikap, dan keyakinan dapat meningkatkan atau mengurangi efek narasi.

H3 : Narrative Transportation berpengaruh positif terhadap sikap peduli masyarakat dalam menjaga kesehatan mental. Hasil oleh data pada tabel 7, diperoleh nilai t hitung pada H3 sebesar 4,772 dan nilai koefisien korelasi β sebesar 0,535 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada hipotesis ini, karena nilai t hitung $> 2,010$ dan nilai Sig $< 0,050$. Maka dapat disimpulkan H3 diterima, data mendukung model.

Hasil penelitian dari narasi transportasi vlog “Menjadi Manusia” menunjukkan bahwa kisah yang disajikan oleh narasumber tentang gangguan kesehatan mental yang dialaminya serta bagaimana akhirnya narasumber mampu mengatasi masalah tersebut mampu membuat responden terhanyut dalam kisah yang disajikannya, merupakan faktor yang turut berkontribusi terhadap sikap yaitu keyakinan dan kepercayaan diri responden untuk melakukan tindakan-tindakan yang disarankan dalam upaya untuk menjaga, mencegah, dan mengatasi kesehatan mental yang dialaminya. Pendapat mengenai transportasi berpengaruh terhadap sikap dikemukakan oleh Busselle & Bilandzic, 2009 yang menyatakan bahwa keterlibatan emosional dengan karakter sangat berkorelasi dengan sikap dan identifikasi (dalam Hursting1 and Comello1 2021)

Hasil penelitian mengenai keterlibatan audiens dalam narasi yang disajikan dikemukakan oleh Escalas, 2004 bahwa audiens yang lebih terlibat dalam iklan yang disajikan akan lebih memiliki sikap positif terhadap produk. Hasil-hasil riset oleh Mazzocco et al., 2010, menunjukkan bahwa individu yang terlibat dalam cerita tentang tindakan afirmatif polisi akan lebih mendukung kebijakan polisi. Dalam bidang kesehatan, riset yang dilakukan oleh Murphy et al., 2013 menunjukkan bahwa individu yang lebih terlibat dalam cerita video tentang skrining kanker lebih memiliki sikap positif untuk melakukan tes skrining kanker serviks (Green dan Fitzgerald, 2017).

Mengacu pada temuan penelitian penulis bahwa *naratif transportation* mampu memengaruhi responden untuk melakukan tindakan yang disarankan dalam upaya mencegah, menjaga, dan mengatasi gangguan kesehatan mental maka kampanye kesehatan diantaranya kampanye tentang kesehatan mental dapat dirancang dengan menggunakan strategi narasi atau sering disebut dengan *story telling*. Menurut Weinreich 2021, metode atau pendekatan narasi dapat digunakan

dalam program pemasaran sosial yang bertujuan untuk memotivasi audiens dan mempengaruhi perubahan, atau meningkatkan kualitas kehidupan kehidupan masyarakat. Penggunaan format cerita (narasi) dalam program pemasaran sosial dapat meningkatkan daya ingat (*retention*) dan perhatian, serta keterlibatan audiens terhadap isu atau masalah yang akan dipecahkan. Pembelajaran sosial yang disajikan dalam format cerita dapat meningkatkan peluang bahwa penonton akan bersedia dan mampu untuk terlibat dalam perilaku itu sendiri. Transportasi naratif terjadi saat audiens mengkonsumsi cerita dan dihadapkan dalam proses pengambilan keputusan, terutama ketika karakter dan alur cerita realistis dan berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh audiens (*relatable*). Dalam konteks penelitian ini, narasumber yang dihadirkan merupakan narasumber yang memiliki pengalaman pernah memiliki gangguan kesehatan mental dan hasil penelitian tentang profil responden menunjukkan bahwa mayoritas penontonnya terindikasi mengalami gangguan kesehatan mental. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cerita yang disajikan mampu membuat audiens terhanyut dalam narasi yang disajikan serta dapat mempengaruhi sikap mereka untuk mengatasi gangguan kesehatan mental yang dialaminya. Dengan demikian, *channel* youtube “Menjadi Manusia” cukup efektif sebagai sumber informasi kesehatan mental.

Beberapa kampanye dalam bidang kesehatan dengan menggunakan pendekatan narasi yang pernah dilakukan menunjukkan hasil positif. Studi yang dilakukan oleh Kreuter (2007) dalam upaya mengatasi resistensi terhadap perilaku pencegahan kanker, menunjukkan bahwa narasi komunikasi telah berhasil mendorong responden untuk melakukan skrining, mendukung pencegahan, dan pengendalian kanker, mempengaruhi perilaku yang berkaitan dengan gaya hidup untuk mencegah kanker dan membantu masyarakat untuk mengambil keputusan pasca dididagnosis terkena kanker, membantu mengatasi emosi pasien yang divonis menderita kanker. Studi lainnya dilakukan oleh Stead et al. 2013 tentang kampanye kesehatan melalui narasi atau *story telling* dilakukan dalam program pola hidup sehat dalam rangka mencegah obesitas di kalangan anak-anak dan orang tua di Edinburgh, Skotlandia. Karakter dan cerita dikembangkan dari tokoh lokal yang memiliki kebiasaan makan buah-buahan dan sayur serta melakukan aktifitas di luar ruang (dalam Weireich, 2021). Keberhasilan lainnya dapat dilihat dari hasil studi Wang dan Singhal 2019 dalam program edukasi yang dikemas dalam bentuk hiburan dengan pendekatan narasi dalam bentuk video berseri, berdurasi setengah jam terhadap isu-isu kesehatan dan sosial yang berkaitan dengan masalah reproduksi, kehamilan, nutrisi, kebugaran dan kekerasan dalam rumah tangga. Hasil riset menunjukkan terjadi peningkatan pengetahuan dan niat penonton untuk berperilaku terkait dengan kontrasepsi dan terjadi peningkatan jumlah orang yang mengakses situs-situs yang membahas tentang

isu-isu kesehatan dan sosial yang menjadi mitra dari program edukasi tersebut. Riset lainnya oleh Acosta et al. 2020 dilakukan dalam proyek *the US Veterans Administration* yaitu suatu proyek yang dirancang untuk memotivasi veteran militer yang memerlukan bantuan kesehatan mental untuk mencari bantuan. Kampanye dirancang dengan testimoni dari para veteran perang yang memperoleh hasil dan pemulihan positif setelah mereka meminta bantuan kesehatan mental.

Mengacu pada paparan temuan-temuan penelitian dan hasil penelitian ini tentang bagaimana keterlibatan audiens mampu memengaruhi sikap, maka kampanye dalam bidang kesehatan dapat dikemas melalui narasi dengan menggunakan narasumber yang pernah mengalami atau memiliki pengalaman terhadap isu yang akan dikampanyekan sehingga cerita yang disajikan bersifat nyata dan akurat. Selain itu, kisah yang disajikan juga harus memiliki relevansi dengan keinginan dan kebutuhan audiens. Untuk itu, dibutuhkan riset formatif untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan audiens.

SIMPULAN

Narasi konten vlog *channel* youtube “Menjadi Manusia” telah memenuhi syarat *story teller* (*imaginable plot, identifiable character, dan verisimilitude*) dan *story receiver* (*familiarity, attention*) sebagai syarat yang diperlukan agar bisa menghasilkan *narrative transportation*.

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa *story teller* dan *story receiver* berpengaruh positif terhadap *narrative transportation*. Selanjutnya *narrative transportation* berpengaruh positif terhadap sikap masyarakat dalam menjaga kesehatan mental.

Komunikasi persuasif dengan pendekatan naratif, efektif digunakan dalam bidang kesehatan karena melalui narasi yang disajikan dengan alur atau plot yang sederhana, audiens dapat membayangkan peristiwa (*mental imagery*) yang dialami dan apa yang dirasakan oleh narasumber ketika menghadapi masalah, serta peristiwa yang dialami narasumber kemungkinan juga akan dialami oleh dirinya. Kondisi transportasi yang dialami tersebut, selanjutnya memengaruhi keyakinan dan kepercayaan diri audiens untuk menghadapi dan mengatasi gangguan kesehatan mental yang dialaminya.

Konten narasi mampu membuat responden larut dalam kisah yang disajikan sehingga dapat berdampak pada sikap. Dengan melakukan perilaku yang disarankan, mereka akan dapat menjaga kesehatan mentalnya (*outcome expectations*) dan menjadi sangat percaya diri untuk melakukan tindakan yang disarankan (*self efficacy*), maka pengelola akun konten “Menjadi Manusia” harus mampu menyajikan konten yang dapat menjawab kebutuhan masyarakat. Untuk itu, perlu dilakukan riset target sasaran untuk mengetahui permasalahan yang banyak dihadapi oleh individu atau masyarakat, serta kesulitan yang dihadapi oleh mereka dalam menyelesaikan permasalahannya. Selain itu

faktor-faktor narasi seperti plot atau alur cerita, aspek identifikasi, kebenaran cerita, kedekatan tema cerita dengan kehidupan penonton, serta kesukaan penonton terhadap cerita yang disampaikan merupakan komponen penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola akun agar narasumber mampu membangun emosi dan menarik perhatian penonton.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. (2007). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior* (2nd edition). New York: Open University Press.
- Apriyani, T. (2019). *Indonesia darurat depresi namun minim praktisi*. Diakses pada 25 Mei 2021, dari <https://yoursay.suara.com/news/2019/12/23/093643/indonesia-darurat-depresi-namun-minim-praktisi>
- Azizah, K.N. (2019). *15,6 Juta Orang Indonesia Alami Depresi, Cuma 8 Persen yang Berobat*. Diakses pada 16 Juni 2021, dari <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-4596181/156-juta-orang-indonesia-alami-depresi-cuma-8-persen-yang-berobat>
- Ballard, M., Anjuly, Davis, Ashlee. & Hoffner C. A. *The Impact Of Health Narratives On Persuasion In African American Women: A Systematic Review And Meta-Analysis* Journal of Health Communication, <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1731936>
- Banerjee, S. C., & Greene, K. (2012). *Role of Transportation in the Persuasion Process: Cognitive and Affective Responses to Anti drug Narratives*. *Journal of Health Communication*, 17(5), 564–581.
- Deni Sutanto (2020) *Kasus Gangguan Jiwa di Indonesia Meningkat Selama Masa Pandemi* diakses dari: <https://mediaindonesia.com/humaniora/352006/kasus-gangguan-jiwa-di-indonesia-meningkat-selama-masa-pandemi>.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). *The role of transportation in the persuasiveness of public narratives*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79 (5), 701–721.
- Green, Melanie C., Fitzgerald, Kaitlin., (2017). *Transportation Theory Applied to Health and Risk Messaging*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.261>
- Hursting M and Comello Maria Leonora G. *Creating Narrative Entertainment for Health Communication: Perspectives from Practice* Laurie 2021
- Isberner, M.Britt., Richter, T., Schreiner, C., Eisenbach, Y. Sommera, C., Appel, M (2019). *Empowering Stories: Transportation into Narratives with Strong Protagonists Increases Self-Related Control Beliefs*, *Journal Discourse Processes* 2019, Vol. 56, No. 8, 575–598 <https://doi.org/10.1080/0163853X.2018.1526032>

- Keraf, Gorys. (2010). *Argumenrasi dan Narasi*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kreuter, Matthew W., Green, Melanie C., Cappella, Joseph N., Slater, Michael D., (2007). *Narrative Communication in Cancer Prevention and Control: A Framework to Guide Research and Application*. Article in *Annals of Behavioral Medicine* July 2007 DOI: 10.1080/08836610701357922
- Lidwina, Andrean. *94% Orang Indonesia Akses YouTube dalam Satu Bulan Terakhir*. Diakses pada Februari 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id>.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A.Foss. (2017). *Theories of Human Communication Eleventh Edition*. Long Grove, Illinois, United States: Waveland Press, Inc.
- Mazzocco, P. J., Green, M. C., Sasota, J. A., & Jones, N. W. (2010). *This Story Is Not for Everyone: Transportability and Narrative Persuasion*. *Social Psychological and Personality Science*, 1(4), 361–368.
- Moyer-Guse, E. (2008). *Toward a theory of entertainment persuasion: Explaining the persuasive effects of entertainment-education messages*. *Communication Theory*, 18(3), 407–425.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Roh, Soonhee., Burnette, E. Catherine., Lee, Hag, Kyoung., Lee, Yeon, Shim., Martin, I. James., and Lawler, J. Michael. (2014), *Predicting Help-Seeking Attitudes Toward Mental Health Services Among American Indian Older Adults: Is Andersen's Behavioral Model a Good Fit?* *Journal of Applied Gerontology* 1-22
- Richard, West, Turner, Lynn H (2018). *Introducing Communication Theory, Analysis and Application* (Sixth Edition). New York: McGraw-Hill Education.
- Riskesdas. (2018). Laporan Hasil Riset Kesehatan Dasar. Diakses pada 17 Maret 2020, dari <https://www.litbang.kemkes.go.id/laporan-ri-set-kesehatan-dasar-riskesdas/>
- Sobur, Alex. (2016). *Komunikasi Naratif, Paradigma, Analisis, dan Aplikasi*. Bandung: PT. Remadja Rosda Karya
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Utari, S.D. (2019, 23 Desember). *Butuh perhatian, ini kendala penanganan kesehatan mental di Indonesia*. *suara.com*. Diakses pada 25 Mei 2020, dari <https://yoursay.suara.com/news/2019/12/23/121930/butuh-perhatian-ini-kendala-penanganan-kesehatan-mental-di-indonesia>
- Van Laer, T., de Ruyter, K., Visconti, L. M., & Wetzels, M. (2014). *The Extended Transportation-Imagery Model: A Meta-Analysis of the Antecedents and Consequences of Consumers' Narrative Transportation*. *Journal of Consumer Research*, 40(5), 797–817.
- Wang, W., & Shen, F. (2019). *The effects of health narratives: Examining the moderating role of persuasive Intent*. *Health Marketing Quarterly*, 1–16.
- Weinreich, Nedra, Kline. (2021). *Storytelling in Social Marketing*. The Palgrave Encyclopedia of Social Marketing, Edition: Fourali C., French J. (eds), Publisher: Palgrave Macmillan
- World Health Organization. (2017). *Depression and other common mental disorders: Global health estimates*. Geneva: World Health Organization. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO
- World Health Organization. (2019, Mei). *Mental health in the workplace*. Diakses pada 15 april 2021 dari https://www.who.int/mental_health/in_the_workplace/en/