

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka merupakan sebuah aktivitas untuk meninjau atau mengkaji kembali berbagai literatur yang telah dipublikasikan oleh akademisi atau peneliti lain sebelumnya terkait topik yang akan kita teliti. Dalam rangkaian proses penelitian, baik sebelum, ketika atau setelah melakukan penelitian, peneliti biasanya diminta untuk menyusun tinjauan pustaka umumnya sebagai bagian pendahuluan dari usulan penelitian ataupun laporan hasil penelitian. Menyusun sebuah tinjauan pustaka sama halnya dengan menyarikan berbagai hasil penelitian terdahulu untuk mendapat gambaran tentang topik atau permasalahan yang akan diteliti sekaligus untuk menjawab berbagai tantangan yang muncul ketika memulai sebuah penelitian.

##### **2.1.1 Penelitian Terdahulu**

Dalam tinjauan pustaka peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap dan pembanding serta memberi gambaran awal mengenai kajian yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini. Berkaitan dengan dijabarkan pada bab maupun sub bab sebelumnya bahwa judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa di Kota Bandung”**.

Berpedoman pada judul penelitian tersebut, maka peneliti melakukan studi pendahuluan berupa peninjauan terhadap penelitian serupa yang sebelumnya

terlebih dahulu melakukan penelitian, yang mengkaji hal yang sama serta relevan 14 dengan kajian yang akan diteliti oleh peneliti. Berikut ini adalah tabel 2.1 dan peneliti menemukan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang meneliti tentang penelitian sejenis tentang Penggunaan dan Kesehatan Mental.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Peneliti</b>	<b>Universitas</b>	<b>Judul</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Perbedaan</b>
Nisa Nurkarima	Institut Agama Islam Negeri Tulungagung	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlakul Karimah dan Akhlakul Madzmumah Siswa di SMA Kauman Tahun Ajaran 2017/2018	Kuantitatif	Tidak ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial terhadap akhlakul karimah siswa di SMAN 1 Kauman yang dibuktikan dari nilai signifikansi untuk variabel akhlakul karimah adalah 0.405 dan nilai tersebut lebih besar dari pada probabilitas 0,05 ( $0,405 > 0,05$ ). Sehingga dalam pengujian ini menunjukkan bahwa $H_a$ ditolak dan $H_0$ diterima. Hal ini berarti bahwa tidak ada pengaruh	Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Siswa di SMA Kauman Sedangkan penelitian peneliti populasi dari Mahasiswa di Kota Bandung

				yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial terhadap akhlakul karimah siswa di SMAN 1 Kauman.	
Mimi Putri Utami	Institut Agama Islam Bengkulu	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa di MTS Tarbiyah Islamiyah Kerkap	kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian bahwa ada pengaruh Penggunaan media sosial pada akhlak siswa Hal ini dibuktikan dengan nilai = 1.778 lebih besar dari nilai =0.679 , artinya terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap akhlak siswa dengan nilai koefisien korelasi sebesar , atau 46.1% Dengan demikian, penggunaan media sosial mempunyai pengaruh yang cukup kuat dalam membentuk akhlak Siswa di MTs Tarbiyah	Menggunakan penggunaan media sosial untuk menjadi bahan perbandingan untuk di teliti.dan variabel X nya penggunaan

				Islamiah Kerkap	
Mutiara Vina Febriana	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap kecemasan sosial di kalangan mahasiswa Ilmu komunikasi UMS	Kuantitatif	Berdasarkan data penelitian yang didapatkan melalui pengujian terhadap 120 responden melalui uji hipotesis dengan analisis regresi linier sederhana didapatkan pengaruh positif antara penggunaan media sosial dengan tingkat kecemasan sosial. Hasil positif tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari syarat nilai signifikansi 0,05. D	Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah terletak pada variabel Y kecemasan, sedangkan variabel Y dari peneliti menggunakan kesehatan mental
Ratna Windari	Institut Agama Islam Negeri Purwokerto	Pengaruh Penggunaan media sosial terhadap pemahaman keislaman mahasiswa PAI di IAIN Purwokerto	Kuantitatif Inferensial	Terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemahaman keislaman Mahasiswa PAI Angkatan 2019 di IAIN Purwokerto". Pengaruh yang dihasilkan dari variabel	Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis inferensial sedangkan teknik penelitian peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif.

				<p>penggunaan media sosial adalah pengaruh positif terhadap variabel pemahaman keislaman. Besar pengaruh yang diberikan oleh variabel penggunaan media sosial terhadap pemahaman keislaman adalah 21,2%, dan sisanya sebesar 78,8% merupakan faktor lain di luar penelitian ini yang mempengaruhi pemahaman keislaman.</p>	
--	--	--	--	--	--

## **2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi**

### **2.1.2.1 Pengertian Tentang Komunikasi**

Secara etimologis, Komunikasi terjemahan dari Bahasa Inggris Communication berasal dari bahasa latin Communis yang artinya sama. mengadakan komunikasi artinya mengadakan “kesamaan” dengan orang lain. Komunikasi pada hakikatnya adalah membuat komunikan (orang yang menerima pesan) dengan komunikator (orang yang memberi pesan) sama-sama atau sesuai (turned) untuk suatu pesan. (Manap Solihat et al., 2015)

Banyak definisi komunikasi yang diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang terus berkembang dan diantaranya yaitu:

“Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal tapi juga dalam bentuk ekspresi muka, lukisan dan teknolog.” (Shanon dan Weaver dalam Karyaningsih, 2018:3)

Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego (Rismawaty et al., 2014:68).

Menurut David K Berlo, dikutip oleh Ponco Dewi Karyaningsih dalam buku “Ilmu Komunikasi” Mendefinisikan Komunikasi sebagai instrumen interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi setiap orang lain juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan masyarakat.

Dari berbagai definisi yang telah dipaparkan bahwa ketika ingin mengubah perilaku seseorang yakni dengan melakukan komunikasi dengan cara memberikan rangsangan berupa suatu lambang atau bahasa yang dipahami oleh

pemberi pesan dan penerima pesan. Maka perubahan yang kita inginkan tidak hanya bersifat perubahan perilaku tapi juga perubahan pola pikir (*mindset*) orang yang dituju. Tanggapan perubahan itu pun bermacam-macam, ada yang langsung atau bahkan ada yang mengalami sebuah proses penundaan sampai orang yang dituju benar-benar memahami maksud dari aksi komunikasinya. Dari berbagai penjelasan tentang komunikasi yang telah dijelaskan, bahwa komunikasi hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang akan menyampaikan pesan kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek.

#### **2.1.2.2 Proses Komunikasi**

Dalam proses komunikasi, dibutuhkan unsur-unsur komunikasi yang dikenal dengan S – M – C- R atau Source – Message – Channel – Receiver. Pada hakikatnya, komunikasi yaitu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan, dan proses komunikasi ini dikategorikan ke dalam dua perspektif. (Karyaningsih, 2018:24)

1. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis. Proses ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika terjadi proses komunikasi, penyampaian dan penerimaan pesan oleh dan dari komunikator ke komunikan, maka dalam diri mereka terjadi suatu proses. Pesan yang disampaikan terdiri dari dua aspek yakni isi pesan (*the content of language*) dan lambang (*symbol*). Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran dan perasaan, sedangkan lambang adalah bahasa.
2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik. Proses ini berlangsung ketika komunikator menyampaikan pesannya kepada komunikan secara

lisan ataupun tulisan. Ketika komunikator menyampaikan pesan melalui bibir kalau lisan dan tangan jika tulisan. Dan penangkapan pesan oleh komunikan dapat dilakukan dengan indera telinga, indera mata, dan indera lainnya.

Proses ini diklasifikasikan juga menjadi proses komunikasi secara primer dan secara sekunder.

a. Proses Komunikasi secara Primer. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pesan dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media atau saluran. Ada dua jenis lambang ini, yaitu verbal dan non verbal. Lambang Verbal: Yakni bahasa, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Lambang non-verbal: Yakni yang bukan berupa bahasa, seperti isyarat anggota tubuh, gesture, tanda-tanda yang bukan berupa bahasa baik lisan ataupun tulisan.

b. Proses Komunikasi secara Sekunder. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana untuk menyampaikan pesannya. Penggunaan media/alat ini dikarenakan jarak/jauhnya antara komunikator dan komunikan, atau banyaknya jumlahnya, atau keduanya.

### **2.1.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi**

Adapun Unsur-unsur yang harus ada dalam proses komunikasi menurut (Karyaningsih, 2018:23), sebagai berikut:



1. Sumber / pengirim pesan / komunikator / source / encoder , yaitu seseorang atau sekelompok orang atau suatu organisasi/institusi yang memiliki motif, mengambil inisiatif, dan menyampaikan pesan.
2. Pesan/informasi/message, dalam bentuk lambang atau tanda seperti kata-kata tertulis, secara lisan, gambar, angka, dan gestura, yang dapat berbentuk sinetron, iklan, berita, film, billboard, dll.
3. Saluran/media/channel, yaitu sesuatu yang dipakai sebagai alat penyampaian atau pengiriman pesan (misalnya telepon tetap, telepon seluler, radio, surat kabar, majalah, televisi, gelombang udara dalam konteks komunikasi antarpribadi secara tatap muka).
4. Penerima/komunikasi/receiver/decoder, yaitu seseorang atau sekelompok orang atau organisasi/institusi yang menjadi sasaran penerima pesan.

#### **2.1.2.4 Fungsi Komunikasi**

Komunikasi mempunyai dua fungsi. Pertama, fungsi social, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu, seperti: apa yang akan kita makan pagi hari, apakah kita akan kuliah atau tidak, bagaimana belajar menghadapi tes (Verderber dalam Karyaningsih, 2018:5).

Berikut adalah fungsi komunikasi Menurut William I. Gorden dalam Buku Ilmu Komunikasi (Gorden dalam Karyaningsih, 2018:6-18), yang di meliputi:

- a. Komunikasi Sosial Dalam kehidupannya, manusia senantiasa terlibat dalam aktivitas komunikasi. Manusia mungkin akan mati, atau setidaknya

sengsara manakala dikucilkan sama sekali sehingga ia tidak bisa melakukan komunikasi dengan dunia sekelilingnya. Oleh sebab itu komunikasi merupakan tindakan manusia yang lahir dengan penuh kesadaran, bahkan secara aktif manusia sengaja melahirkannya karena ada maksud atau tujuan tertentu.

- b. Komunikasi Ekspresif dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Harus diakui, musik juga dapat mengekspresikan perasaan, kesadaran dan bahkan pandangan hidup manusia. Itu sebabnya pertunjukan musik Iwan Fals yang lirik-liriknyanya bermuatan kritik atau sindiran terhadap penguasa sering di larang oleh pihak berwajib selama era Orde Baru.
- c. Komunikasi Ritual Pola komunikasi yang dibangun dalam pandangan ritual adalah sacred ceremony (upacara sakral/suci) dimana setiap orang secara bersama-sama bersekutu dan berkumpul (fellowship and commonality). Senada dengan hal ini, Radford menambahkan, pola komunikasi dalam perspektif ritual bukanlah si pengirim mengirimkan suatu pesan kepada penerima, namun sebagai upacara suci dimana setiap orang ikut mengambil bagian secara bersama dalam bersekutu dan berkumpul sebagaimana halnya melakukan perjamuan kudus. Dalam

pandangan ritual, yang lebih dipentingkan adalah kebersamaan masyarakat dalam melakukan doa, bernyanyi dan seremonialnya.

- d. Komunikasi Instrumental Komunikasi ini bersifat mempengaruhi, memberikan rangsangan, membujuk atau dapat disebut bersifat persuasif. Dalam hal ini komunikasi berpengaruh baik jika menggunakannya bertujuan untuk hal-hal baik sederhananya seperti pemberian informasi jika merokok dapat membahayakan kesehatan. Tetapi jika disalahgunakan untuk mempengaruhi orang “ngerokok dong banci lo” akan berpengaruh buruk untuk orang itu. Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, di antaranya: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur.

#### **2.1.2.5 Tujuan Komunikasi**

Tujuan yang hendak dicapai dalam komunikasi adalah kualitas seluruh komunikasi itu, seperti “motivasi”, termasuk dalam seluruh tingkah laku sepanjang komunikasi dan / tingkah laku itu melibatkan manusia. (Gordon dalam Hariyanto, 2021:43)

Tujuan utama dari proses komunikasi adalah untuk mempengaruhi, menimbulkan empati, menyampaikan informasi, menarik perhatian dan sebagainya. Menurut Hariyanto (2021:43) secara universal tujuan dari komunikasi dapat di kelompokkan menjadi 3 bagian diantaranya yaitu:

1. Mengubah Sikap (Attitude Change).
2. Mengubah Opini (Opinion Change).

### 3. Mengubah Perilaku (Behavior Change).

#### **2.1.2.6 Prinsip-Prinsip Komunikasi**

Komunikasi adalah proses pengiriman pesan yang berasal dari sumber kepada penerima lewat saluran, dengan pengaruh yang diharapkan. Prinsip komunikasi yaitu arti dasar atau asas pikiran untuk membahas komunikasi.(Karyaningsih, 2018:33-47). Adapun 12 prinsip-prinsip komunikasi itu antara lain:

1. Komunikasi adalah Proses Simbolik.
2. Setiap Perilaku Mempunyai Potensi Komunikasi.
3. Komunikasi Mempunyai Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan.
4. Komunikasi Berlangsung dalam Berbagai Tingkat Kesengajaan.
5. Komunikasi Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu.
6. Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi.
7. Komunikasi Bersifat Sistematis.
8. Semakin Mirip Latar Belakang Sosial-Budaya Semakin Efektiflah Komunikasi.
9. Komunikasi Bersifat Nonsekuensial.
10. Komunikasi Bersifat Prosesual, Dinamis, dan Transaksional.
11. Komunikasi Bersifat Irreversible.
12. Komunikasi Bukan Panacea untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah.

### **2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa**

#### **2.1.3.1 Definisi**

Secara empiris sulit untuk membahas masalah komunikasi massa hanya berdasarkan pengertian-pengertian yang telah ditulis oleh para ahli sebelum tahun 2000. Sebab pada era tersebut komunikasi massa masih memperlihatkan kekuasaannya sebagai entitas tunggal yang sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat. (Panuju, 2018:121)

Baran (2012) Komunikasi Massa adalah proses pencipta makna bersama antara media massa dan khalayaknya.

“Joseph R. Dominick membuat definisi “Komunikasi Massa” pada tahun 1970-an dalam bukunya *The Dynamic of Mass Communication: Media in Transition*: Komunikasi massa merupakan proses pengiriman informasi yang dilakukan oleh suatu organisasi kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar. Pengiriman tersebut dilakukan dengan bantuan mesin-mesin tertentu.” (Dominick dalam Baran, 2012:5)

#### **2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi Komunikasi Menurut Charles Wright dalam Komunikasi Massa :  
(Wright dalam Hadi et al., 2021:9-11)

1. Pengawasan (Surveillance) Media menyediakan arus pemberitaan yang terus menerus terkait pesan-pesan yang memungkinkan audiens sadar akan perkembangan di lingkungannya yang mungkin mempengaruhi mereka. Surveillance dapat terdiri dari fungsi memperingatkan, menyiagakan anggota audiens terhadap bahaya – semisal badai, polusi air, polusi udara,

atau ancaman teroris). Komunikasi yang bermedia massa juga menyediakan fungsi penganugerahan status: individu, organisasi dan masalah yang diberitakan oleh media komunikasi massa cenderung dianggap penting oleh para audien. Tambahan pula komunikasi yang bermedia massa juga melakukan fungsi pengaturan agenda yang dengannya terjadi pengaturan agenda public mengenai tema, individu dan topik yang menjadi perhatian anggota audien media massa.

2. Korelasi (Correlation) Media massa menunjukkan keterkaitan dan menafsirkan informasi berbagai peristiwa yang terjadi hari itu. Fungsi korelasi ini membantu para audien menentukan relevansi pesan pengawasan yang berguna untuk mereka.
3. Sosialisasi (Socialization) Komunikasi bermedia massa mensosialisasi individu-individu agar bisa berpartisipasi dalam masyarakat. Media massa menyediakan pengalaman bersama, memupuk harapan bersama tentang perilaku-perilaku yang sesuai dan yang tidak cocok dengan masyarakat. Komunikasi bermedia massa juga memainkan peran yang sentral dalam mentransmisikan warisan budaya dari generasi ke generasi.
4. Hiburan (Entertainment) Komunikasi bermedia massa merupakan sumber hiburan massal yang meresap di tengah audien, dan memberikan pengalihan perhatian atau melepaskan audien dari tanggung jawab sosial.

### 2.1.3.3 Jenis-Jenis Media Massa

Ada berbagai jenis media massa, baik yang konvensional maupun digital. Menurut Nurani Soyomukti ada beberapa bentuk media massa, yaitu (Soyomukti dalam Hadi et al., 2021:25-27):

1. Media cetak Yang termasuk dalam media cetak adalah surat kabar, majalah. Ciri-ciri media cetak adalah:
  - a. Pesan yang disampaikan memuat unsur reproduksi utama (Simbol verbal, gambar dan warna).
  - b. Bersifat portable: relatif nyaman dan mudah dibawa kemana-mana; bisa dibaca di mana saja dan membacanya dapat dilakukan berulang-ulang.
  - c. Unsur umpan balik yang ada juga bersifat verbal (surat pembaca, kritik) dan non verbal (penjualan).
  - d. Sumber kehidupan industri media cetak adalah iklan dan penjualan (eceran maupun langganan).
  - e. Isi pesan yang utamanya bersifat informatif
  - f. Bisa berfungsi sebagai public sphere, menjadi ruang public bagi penyampaian gagasan dari masyarakat (Biasanya ada ruang gagasan dan opini, yang disampaikan oleh masyarakat dalam bentuk tulisan), selain juga memuat perdebatan atas isu yang menjadi polemik.
  - g. Relatif bebas dari regulasi (Kontrol melalui peraturan), terutama di dalam masyarakat yang menganut sistem pers bebas.

- h. Wilayah jangkauannya masih didominasi oleh masyarakat perkotaan (urban).
2. Media audio Yang termasuk dalam media cetak adalah radio. Ciri-ciri media audio adalah:
- a. Unsur reproduksi utamanya adalah suara (audio).
  - b. Secara relatif bisa dibawa kemana-mana (portabel), meskipun tak semudah media cetak.
  - c. Tidak bisa dinikmati berulang-ulang alias tidak dapat didengar kembali (sekali dengar) kecuali direkam dan didengarkan kembali.
  - d. Pesan bersifat serempak (laporan langsung).
  - e. Proses komunikasinya menggunakan unsur umpan balik, baik verbal dan non verbal.
  - f. Kehidupannya juga ditunjang kebanyakan oleh iklan, yang jelas bukan dari penjualan.
3. Media audio visual Yang termasuk dalam media audio visual adalah televisi, film. Ciri-ciri media cetak adalah:
- a. Pesan disampaikan melalui unsur reproduksi yang bersifat verbal, gambar, warna, suara dan gerakan.
  - b. Tidak portabel karena tidak bisa dibawa kemana kita suka.
  - c. Pesan juga tidak bisa diulang karena tampilan pesan sekilas sehingga cepat berlalu (tidak bisa ditinjau ulang).
  - d. Bersifat serempak.
  - e. Umpan balik : verbal dan non verbal.



- f. Industri komunikasi audio visual ditunjang oleh iklan, iuran dan subsidi pemerintah.
- g. Karakter public dan pengaturan ketat (regulated media).
- h. Berisi aneka ragam informasi dan pesan (berita, hiburan, pendidikan, dan lain-lain).

#### **2.1.4 Tinjauan Tentang Penggunaan**

Dalam Kamus Bahasa Indonesia penggunaan diartikan sebagai proses, cara perbuatan memakai sesuatu, pemakaian. (KBBI, 2002:852). Penggunaan sebagai aktifitas memakai sesuatu berupa barang dan jasa. Pembeli dan pemakai yang dapat disebut pula sebagai konsumen barang dan jasa. Dalam penelitian ini penggunaan adalah pemakaian pada barang yang bisa menunjang proses pembelajaran agar menjadi lebih mudah.

Menurut Babbie (2006) dalam Teori Penggunaan, adalah penggunaan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam suatu masyarakat dalam menjalankan kegiatan sehari-hari, seperti menggunakan teknologi, produk, dan layanan.

Penggunaan berasal dari kata guna. Penggunaan memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga penggunaan dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan. Arti penggunaan berarti proses, cara, perbuatan menggunakan sesuatu, dan pemakaian.

#### **2.1.5 Tinjauan Tentang Uses and Gratifications**

Suatu pendekatan untuk memahami bagaimana individu memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Teori ini menekankan

bahwa individu memiliki kontrol penuh atas penggunaan media dan memilih media yang paling cocok untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Blummer dan Kutz (1974), mereka berpendapat bahwa pengguna media memiliki peran aktif dalam memilih media yang digunakannya. Sehingga, penggunaan media dapat dikatakan sebagai pihak utama dalam suatu proses komunikasi.

Teori Uses and Gratifications yang akan menjadi penting dalam studi komunikasi massa. Teori ini sendiri menggagas pemikiran bahwa individu menyebabkan pengguna mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda beda yang disebabkan berbagai faktor sosial dan psikolog yang berbeda di antara individu audiensi.

#### **2.1.6 Tinjauan Tentang Kesehatan Mental**

Kesehatan Mental adalah dimensi kehidupan yang sangat penting, karena dengan kesehatan mental, kehidupan akan berjalan dengan baik dan wajar. Sehat mental secara umum dapat diartikan sebagai kondisi mental yang normal dan memiliki motivasi untuk hidup secara berkualitas baik dalam kehidupan pribadi, keluarga, kerja/profesi, maupun sisi kehidupan lainnya (Yusuf, 2018:25).

Mendefinisikan sehat mental sebagai penyesuaian manusia terhadap lingkungannya optimal. Tidak sekedar efisiensi dan kegembiraan atau ketaatan atas aturan permainan. Dalam mental yang sehat terdapat kemampuan untuk memelihara watak inteligensi yang siap untuk digunakan, perilaku yang dipertimbangkan secara sosial, dan posisi yang bahagia (Menniger dalam Yusuf, 2018:27).

Menurut Veit dan Ware (1983) Kesehatan mental diartikan sebagai terwujudnya keserasian antara fungsi kejiwaan dan terciptanya penyesuaian diri antara individu dengan dirinya dan lingkungannya.

Menurut Yusuf (2018:29:30) Karakteristik Mental yang sehat sebagai berikut ini:

1. Terhindar dari gejala-gejala gangguan jiwa dan penyakit jiwa.
2. Dapat menyesuaikan diri.
3. Mengembangkan potensi semaksimal mungkin.
4. Tercapai kebahagiaan pribadi dan orang lain.

Kriteria sehat mental itu antara lain bebas dari gangguan dan penyakit kejiwaan, mampu menyesuaikan diri dalam pergaulan sosial, menjaga kelestarian lingkungan sekitar, dan merealisasikan berbagai potensi dirinya (Hawari dalam Yusuf, 2018:3).

#### **2.1.7 Tinjauan Tentang Media Sosial**

Media sosial adalah penghubung di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. (Nasrullah, 2018:11).

Banyak definisi dari media sosial diungkapkan oleh para ahli dan pakar media sosial seperti yang diungkapkan oleh Van Dijk yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku “The Network Society”, yaitu:

“Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada ekstensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.”(Nasrullah, 2018:11)

Dalam buku media sosial (Nasrullah, 2018:16) adapun karakteristik media sosial terdiri dari:

1. Jaringan (Network).
2. Informasi (Information).
3. Arsip (archive).
4. Interaksi (interactivity).
5. Simulasi sosial (simulation of society).
6. Konten oleh pengguna (user-generated content).

Dari berbagai sumber yang telah diungkapkan oleh para ahli dan pakar dari jenis-jenis media sosial. Menurut Rulli Nasrullah (2018:39-47) jenis-jenis media sosial tersebut antara lain:

1. Media jejaring sosial (social networking).

Merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, di dunia virtual.

2. Jurnal online (blog).

Merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk menunggang aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya. Istilah blog berasal dari kata “weblog”, yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Berger pada tahun 1997.

3. Jurnal online sederhana atau mikroblog (micro-blogging).

Merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktivitas serta atau pendapatnya.

4. Media berbagi (media sharing)

Merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen(file),video,audio,gambar, dan sebagainya.

5. Penanda sosial (social bookmarking).

Merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi,menyimpan,mengelola dan mencari informasi atau berita tertentu secara online.

6. Media konten bersama atau Wiki.

Merupakan media atau situs web yang secara program memungkinkan para penggunanya berkolaborasi untuk membangun konten secara bersama.

### **2.1.8 Tinjauan Tentang New Media**

Media baru atau new media merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011:148).

Media baru muncul dari berbagai inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi di masa sekarang. Media lama seperti televisi, film, majalah, dan buku bukan serta merta mati begitu saja, melainkan berproses dan beradaptasi dalam bentuk media baru.

New media mencakup berbagai aspek. Pertama, sebagai hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi media. Kedua, new media merupakan cara baru dalam merepresentasikan dunia sebagai masyarakat virtual. Ketiga, merupakan

bentuk hubungan baru antara pengguna dengan teknologi media. Keempat, merupakan sebuah pengalaman baru dari gambaran baru seseorang, identitas dan komunitas. Kelima, merupakan konsepsi hubungan biologis tubuh dengan teknologi media. Dan yang terakhir, mencakup budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol, dan regulasi.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini. Dalam kerangka pikir ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

### **2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis**

Blummer dan Kutz (1974), mereka berpendapat bahwa pengguna media memiliki peran aktif dalam memilih media yang digunakannya. Sehingga, penggunaan media dapat dikatakan sebagai pihak utama dalam suatu proses komunikasi.

Terdapat empat dimensi penting dalam konsep penggunaan, yaitu:Kebutuhan,Pemilihan,Kepuasan,dan Efek.

#### **1. Kebutuhan**

Menurut Max-Neef dan Elizalde (1993) kebutuhan adalah manifestasi manusia dalam mencapai kebahagiaan yang berasal dari kapasitas manusia untuk bertindak dalam dunia, dengan memenuhi kebutuhan-kebutuhan

dasar seperti subsistensi, proteksi,afeksi,pemahaman,partisipasi,dan kreativitas.

## 2. Pemilihan

Menurut Luthans dan Doh (2018) pemilihan adalah proses pengambilan keputusan yang melibatkan identifikasi masalah,pengumpulan informasi,pemilihan alternatif,evaluasi alternatif, dan pemilihan solusi.

## 3. Efek

Menurut Frank E. Ritter, Josef Krems, dan Lars Rothkegel (2018), efek adalah perubahan atau dampak yang terjadi pada kinerja atau perilaku seseorang dalam situasi tertentu, seperti dalam penggunaan teknologi atau dalam pekerjaan.

Menurut Yusuf (2018:25) Kesehatan Mental adalah dimensi kehidupan yang sangat penting, karena dengan kesehatan mental, kehidupan akan berjalan dengan baik dan wajar. Sehat mental secara umum dapat diartikan sebagai kondisi mental yang normal dan memiliki motivasi untuk hidup secara berkualitas(laras dengan nilai-nilai agama dan budaya),baik dalam kehidupan pribadi,keluarga,kerja/profesi, maupun sisi kehidupan lainnya.

- a. **Tekanan Psikologis** (Aspek Psychological Distress) merupakan aspek yang mendeskripsikan individu yang berada dalam keadaan kesehatan mental yang buruk atau negatif yang ditandai dengan adanya tingkat kecemasan,depresi dan kehilangan kontrol.
- b. **Kesejahteraan Psikologis** (Aspek Psychological Well-being) merupakan keadaan dimana individu yang memiliki mental yang baik atau sejahtera

yang ditandai dengan adanya perasaan positif secara umum sehingga kondisi emosional stabil dan kepuasan hidup.

Ada beberapa aspek yang terdapat dalam kesehatan mental antara lain: Tekanan Psikologis dan Kesejahteraan Psikologis.

### **2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual**

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu Penggunaan sebagai variabel X dan Kesehatan Mental Sebagai variabel Y.

Untuk variabel pertama (X) yaitu penggunaan mengacu kepada sumber yang diperoleh dari konsep Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974) Teori Uses and Gratifications adalah suatu pendekatan untuk memahami bagaimana individu memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Teori ini menekankan bahwa individu memiliki kontrol penuh atas penggunaan media dan memilih media yang paling cocok untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Dari penjelasan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974) terdapat empat dimensi yang membentuk penggunaan: Kebutuhan, Pemilihan, Kepuasan, dan Efek.

#### **1. Kebutuhan**

Dalam indikator ini akan dicari seberapa penting kebutuhan yang dapat membantu mahasiswa dalam melakukan sebuah pekerjaan atau bahkan dapat menyelesaikan tugas apalagi untuk di kalangan mahasiswa di kota Bandung.

#### **2. Pemilihan**



Pada indikator ini akan mengungkapkan kepercayaan pemilihan bahwa dari media sosial kita bisa memilih apa yang akan kita gunakan media sosial yang menjadi pilihan terbaik dan media sosial apa yang memang sering dipergunakan oleh mahasiswa di kota Bandung.

### **3. Efek**

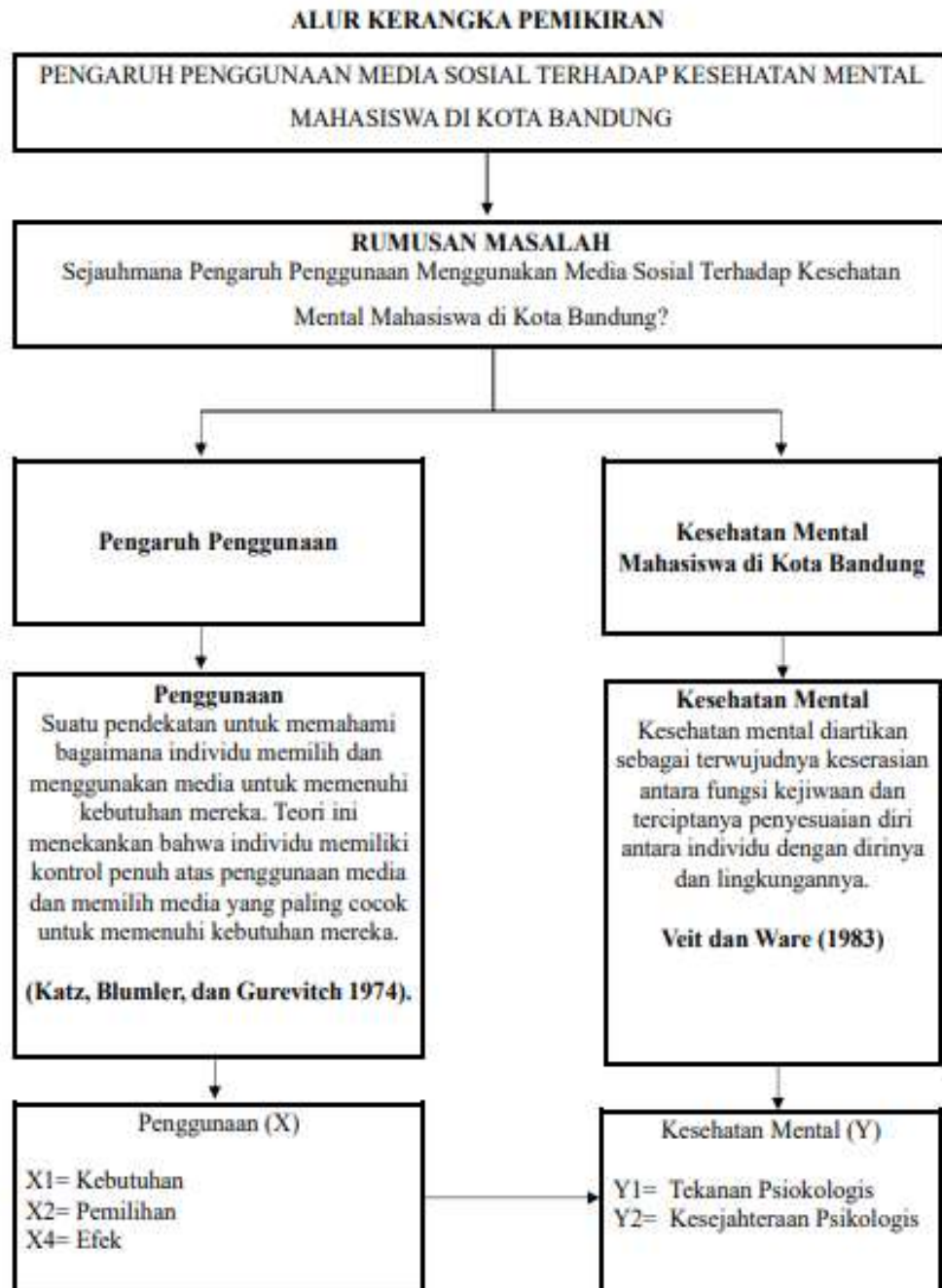
Pada indikator ini akan mengetahui apa efek yang di alami bagi mahasiswa di kota Bandung untuk menggunakan media sosial yang bisa membawa kedalam efek yang baik atau efek yang buruk dari media sosial tersebut.

Selanjutnya varibael (Y) yaitu Kesehatan Mental, yang diperoleh dari sumber konsep Veit dan Ware (1983) Kesehatan mental diartikan sebagai terwujudnya keserasian antara fungsi kejiwaan dan terciptanya penyesuaian diri antara individu dengan dirinya dan lingkungannya. Aspek-aspek yang terdapat dalam kesehatan mental antara lain:

- 1. Tekanan Psikologis,** Pada indikator ini mencari sejauhmana mahasiswa yang berada di kota Bandung mengalami tekanan psikologis dari menggunakan media sosial yang bisa mengarahkan lebih ke arah lebih negatif dan akan memberikan kerugian dari pengguna media sosial tersebut.
- 2. Kesejahteraan Psikologis,** dalam indikator ini ingin mengetahui tingkat kesejahteraan psikologis yang membuat dari pengguna merasa bahagia dengan menggunakan media sosial itu dan akan memberikan dampak yang baik bagi mahasiswa di kota Bandung dalam menggunakan media sosial.

### 2.2.3 Alur Kerangka Penelitian

**Gambar 2.1**  
**Alur Pikir Peneliti**



*Sumber: Peneliti 2023*

### **2.3 Hipotesis**

Hipotesis dapat diartikan sebagai dugaan mengenai suatu hal, atau hipotesis merupakan jawaban sementara suatu masalah, atau juga hipotesis dapat diartikan sebagai kesimpulan sementara tentang hubungan suatu variabel dengan satu atau lebih variabel yang lain (Nuryadi et al., 2017:74).

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara yang masih perlu dibuktikan kebenarannya melalui data yang terkumpul. Hipotesis kerja (H1) menyatakan adanya Hubungan antara variabel X dan Y, sedangkan Hipotesis nol (H0) menyatakan tidak ada hubungan antara variabel X dan Y.

Berdasarkan judul penelitian peneliti diatas mengenai Penggunaan Media Sosial terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa di Kota Bandung. Maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

#### **2.3.1. Hipotesis Induk**

- 1 Ha: Terdapat Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa di Kota Bandung.
- H<sub>0</sub>: Tidak Terdapat Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa di Kota Bandung.

#### **2.3.2. Hipotesis Pendukung**

1. Ha: Terdapat Pengaruh Antara Kebutuhan Media Sosial terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa di Kota Bandung.
- H<sub>0</sub>: Tidak Terdapat Pengaruh Antara Kebutuhan Media Sosial terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa di Kota Bandung.

2. Ha: Terdapat Pengaruh Antara Pemilihan Media Sosial terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa di Kota Bandung.

H<sub>0</sub>: Tidak Terdapat Pengaruh Antara Pemilihan Media Sosial terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa di Kota Bandung.

3. Ha: Terdapat Pengaruh Antara Efek Media Sosial terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa di Kota Bandung.

H<sub>0</sub>: Tidak Terdapat Pengaruh Antara Efek Media Sosial terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa di Kota Bandung.