



Contents lists available at [Journal IICET](#)  
**Southeast Asian Journal of technology and Science**  
ISSN: 2723-1151(Print) ISSN 2723-116X (Electronic)  
Journal homepage: <https://jurnal.iicet.org/index.php/sajts>



## Development of instagram social media as a non-toxic application with positive and interactive information

Magdalena Palang Lewoleba<sup>1</sup>, Maria Vianey Agustiningsih Dyah Kurniasari<sup>1</sup>, Hillary Wixie Reandsi<sup>1</sup>, Gabriela Basilisa<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Department of Guidance and Counseling, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Indonesia

### Article Info

#### Article history:

Received Des 17<sup>th</sup>, 2021  
Revised Jan 22<sup>th</sup>, 2022  
Accepted Feb 11<sup>th</sup>, 2022

#### Keyword:

Social media  
Non-toxic application  
Interactive information

### ABSTRACT

Instagram is one of the social media that is widely used by people in Indonesia from various backgrounds and various age groups. Various information can be obtained easily from social media, including Instagram. Instagram users can share information with each other in the form of photos and videos, the information conveyed is of various types, ranging from news, to just updating the personal lives of Instagram users. The use of Instagram can have both positive and negative impacts. This research was conducted to determine the views of Instagram users and the desired content of Instagram users as a social media that they often use and to develop the use of Instagram as a technological medium that can be used to spread positive information. The type of research used is Research and Development (R&D), the population in this study is Instagram users with several age groups. The data obtained were then analyzed using several theories from various references studied by researchers. The conclusion in this study shows that respondents feel that the content that we present on Instagram is useful and interesting content.



© 2022 The Authors. Published by IICET.  
This is an open access article under the CC BY-NC-SA license  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

### Corresponding Author:

Lewoleba, M. C.,  
Department of Guidance and Counseling, Universtias Katolik Indonesia Atma Jaya, Indonesia  
Email: [magdalenaleny2@gmail.com](mailto:magdalenaleny2@gmail.com)

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi kini memberikan sudut pandang baru mengenai cara interaksi antar individu (Situmorang, 2020). Media sosial sudah menjadi bagian dalam hidup manusia sehari-hari. Hampir setiap orang memiliki lebih dari satu media sosial yang berfungsi sebagai media untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi. Berbagai informasi yang diterima individu dari media sosial memiliki dampak yang berbeda-beda pada setiap individu. Tidak ada pembatasan usia dalam menggunakan media sosial. Salah satunya pada usia remaja dan dewasa awal. Penggunaan media sosial yang tidak terkontrol sesuai dengan porsinya dapat membawa dampak buruk bagi penggunaannya. Menurut Putri (2018) terdapat korelasi negatif antara kecanduan media sosial dan komunikasi interpersonal dewasa awal. Semakin tinggi penggunaan media sosial, semakin rendah komunikasi interpersonal dewasa awal, begitu juga sebaliknya.

Dilansir dari Kompas.com dengan artikel berjudul Instagram, Media Sosial Paling Buruk bagi Kesehatan Mental, disampaikan bahwa kesimpulan survei terhadap 1.500 remaja dan orang dewasa muda di Inggris menilai bahwa Instagram merupakan media sosial yang paling buruk bagi kesehatan mental dan jiwa.

---

Instagram dinilai bisa menjadi platform untuk menampilkan ekspresi diri, namun juga berkaitan dengan kecemasan tinggi, depresi, bullying dan phobia ketinggalan berita di jejaring sosial. Beberapa upaya telah diusulkan bagi permasalahan tersebut, salah satunya adalah merekomendasikan agar ada notifikasi jika penggunaan media sosial sudah terlalu lama. Usulan ini dicetuskan oleh *the Royal Society* yang didukung sekitar 71 % responden.

Berbeda dengan hasil survei yang dipaparkan sebelumnya, artikel dari *Social Media Today* yang berjudul “7 Unexpected Ways Instagram Has Changed the World”, mengemukakan bahwa selama beberapa tahun terakhir Instagram telah berkembang pesat hingga mencapai lebih dari satu miliar pengguna dan termasuk ke dalam salah satu platform media sosial utama yang memiliki tingkat pertumbuhan tercepat. Instagram telah mengubah dunia dengan cara-caranya yang tidak terduga, seperti mengubah standar kecantikan dunia, mengubah cara orang berpergian, mengubah sesuatu yang biasa menjadi sebuah fenomena yang viral, menyebarkan berbagai trend baru, menggerakkan aktivitas sosial, dan lain-lain. Maka, dapat disimpulkan bahwa Instagram mempengaruhi pergeseran budaya, cara orang berkomunikasi, memberikan strategi baru dalam memasarkan sesuatu, dan mengubah kebiasaan konsumsi individu secara luas. Hal tersebut membuat individu memiliki cara pandang yang baru terhadap media sosial Instagram. Instagram tidak hanya digunakan untuk berbagi kehidupan pribadi dalam bentuk foto, tetapi juga sebagai sarana untuk berbisnis, menyampaikan pikiran, dan menggerakkan aktivitas sosial.

Terdapat berbagai aktivitas sosial yang dapat dilakukan di Instagram, mulai dari penggalangan dana, meminta dukungan petisi, hingga kampanye. Salah satu kampanye yang banyak digaungkan di Instagram saat ini adalah kampanye mengenai kesehatan mental. Stigma seputar masalah kesehatan mental menjadi fokus bagi sebagian besar orang, terutama para komunitas kesehatan mental dan therapy influencers. Berdasarkan artikel yang dipublikasi oleh The Washington Post (24/05/19), *American Foundation for Suicide Prevention* berinisiatif untuk melakukan kampanye mengenai kesehatan mental dan bekerja sama dengan Instagram sebagai sarana untuk mensosialisasikan kampanye. Kampanye mengenai kesehatan mental tersebut bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik dalam menggunakan media sosial untuk membangun *real talk* tentang kesehatan mental. Dampaknya, orang-orang yang mengalami kesehatan mental menjadi lebih terbuka, menyadari bahwa mereka tidak sendirian, kesadaran masyarakat mengenai pentingnya kesehatan mental meningkat, dan stigma tentang kesehatan mental pun perlahan meluntur (Situmorang, 2021a).

Sebuah artikel dari *Teen Vogue* yang berjudul “Therapy Influencers” Are Using Instagram to Spread Mental Health Awareness, mengemukakan bahwa para *therapy influencers*-mereka yang memiliki lisensi profesional dibidang kesehatan mental, juga ikut memanfaatkan Instagram sebagai media untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kesehatan mental. Mereka membuat konten yang bersifat informatif untuk membantu para pengikutnya agar dapat mengakses informasi mengenai kesehatan mental, terapi, dan konseling dengan mudah dan cepat (Situmorang, 2021b). Melalui cara ini, para *therapy influencers* mampu menjangkau ratusan ribu orang untuk dapat memahami bahwa masalah dalam hidup itu wajar terjadi dan datang mencari bantuan kepada yang profesional adalah hal yang normal dan bukanlah tanda kelemahan.

Terkait dengan fenomena Instagram membawa dampak negatif bagi penggunanya yang sering kita jumpai di kalangan generasi milenial (Situmorang, 2018), maka kami tertarik untuk menggali lebih dalam dan mencari tahu lebih lanjut mengenai kegunaan media sosial Instagram sebagai sosial media non-toxic untuk menyebarkan berbagai informasi positif. Oleh karena itu, pada penelitian kami ini, kami melibatkan para pengguna Instagram yang berasal dari beberapa kelompok usia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan media sosial Instagram sebagai aplikasi non-toxic dengan memberikan beberapa materi dengan topik *self-improvement*. Pemilihan Instagram sebagai media untuk melakukan penelitian dikarenakan oleh banyaknya jumlah generasi milenial yang menggunakan Instagram, dan Instagram merupakan teknologi yang dapat dimanfaatkan dalam bidang pendidikan untuk mengedukasi serta menjangkau banyak orang terlepas dari kondisi apapun. Belajar tentang pengembangan diri melalui buku, seminar, bimbingan, atau pertemuan di kelas merupakan cara yang biasa kita temukan, tetapi dengan memanfaatkan teknologi yang populer di kalangan anak muda akan memberikan cara belajar baru yang seru, mudah diakses dimanapun, dan tidak membosankan.

## Literature Review

### *Teori Sosial Media*

Menurut Siddiqui & Singh (2016), ditinjau dari sisi pendidikan, media sosial memberikan dampak positif untuk membantu siswa belajar dan mengerjakan tugas secara efektif, membantu guru untuk melakukan pembelajaran secara *online* dengan membagikan materi dan tugas dengan bantuan media sosial secara

maksimal, membantu para siswa mendapatkan referensi perencanaan karier setelah selesai menempuh pendidikan (Situmorang & Salim, 2021). Namun, media sosial memiliki dampak negatif dalam pendidikan antara lain adalah mengurangi kemampuan individu untuk berkomunikasi secara langsung dengan orang lain, masih banyaknya informasi keliru yang ditulis oleh berbagai sumber di media sosial yang dapat menyebabkan salah persepsi dari individu yang menerima informasi. Selanjutnya, jika ditinjau dari sisi masyarakat, media sosial memiliki dampak positif sebagai wadah membagikan ide tanpa terhalang ruang dan jarak, dapat meningkatkan kesadaran dan mendukung berbagai kampanye, informasi positif terkait dengan situasi saat ini. Apabila ditinjau dari sisi dampak terhadap anak muda, media sosial memberi dampak positif untuk membuat anak muda selalu terhubung dengan orang lain, mendapatkan berbagai informasi positif yang dibutuhkan untuk pengembangan diri dan relasi, serta mendapatkan banyak referensi mengenai karier (Situmorang & Salim, 2021). Namun, penggunaan media sosial juga tidak terlepas dari dampak negatif bagi anak muda (Situmorang, 2018). Media sosial dapat memberikan dampak negatif seperti menghabiskan waktu dengan media sosial dapat berdampak pula bagi kesehatan dan berpotensi menimbulkan hal-hal negatif yang tidak diinginkan akibat penggunaan media sosial yang tidak tepat.

Forbes.com (20/12/18) mengemukakan bahwa *Instagram* bukan hanya aplikasi jejaring sosial yang dibuat untuk berbagi foto dan video dari *smartphone*. Sejak Juni 2018, *Instagram* hampir memiliki 1 miliar pengguna aktif bulanan dan terus berkembang selangkah lebih maju di depan *Twitter* atau *Pinterest*. Dengan demikian, sebuah cara baru dalam berbisnis pun lahir, sebanyak 80% pengguna mengikuti setidaknya satu merek di *Instagram*, sebanyak 60% pengguna belajar tentang produk baru melalui *Instagram*, dan sebanyak 30% pengguna mengatakan bahwa mereka telah membeli produk yang mereka temukan di *Instagram*. Angka-angka tersebut berbicara tentang kekuatan luar biasa dari *Instagram*. Sebanyak 41% pengguna *Instagram* termasuk dalam golongan usia dibawah 24 tahun, hal tersebut mengantarkan *Instagram* meraih penghargaan sebagai jejaring sosial remaja yang paling disukai. Maka terdapat kemungkinan dampak *Instagram* terhadap kesejahteraan dan kesehatan mental.

Pada sebuah survei yang dilakukan oleh RSPH dan *Young Health Movement*, *Instagram* telah dikaitkan dengan tingkat kecemasan, depresi, penindasan dan *fear of missing out*. Penggunaan media sosial selalu memiliki resiko dan dalam keadaan apapun tidak dapat bertindak sebagai pengganti kebutuhan manusia. Oleh sebab itu, Forbes.com dalam artikelnya yang berjudul “*How To Use Your Instagram Account To Develop A Positive Mindset*”, memaparkan enam cara yang dapat dilakukan untuk menggunakan *Instagram* secara bijak dan memberikan dampak positif bagi pengguna lain, yaitu (1) *shout your messages to the world*, yakni berbagi perspektif kita kepada dunia luar dan membuat dampak positif. Jadi, kita diajak untuk menginspirasi orang lain dengan kata-kata; (2) *get inspired for better*, melalui *Instagram* kita dapat mengakses berbagai konten yang menginspirasi, kita dapat menemukan berbagai contoh yang kita menganggap positif seperti perilaku atau sikap yang ingin kita tiru, kemudian merefleksikannya pada diri sendiri terkait dengan kekuatan dan kelemahan kita sendiri, dan mendapatkan motivasi untuk mencapai yang lebih baik; (3) *unleash your most creative side*, curahkan setiap kreativitasmu dalam *Instagram*. Misalnya ketika kita suka membaca buku dan mengambil kesimpulan dari bacaan tersebut, kemudian menjadikannya sebuah kutipan yang indah, bagikan itu di *Instagram*. Tulisan kita bisa saja menjadi pengingat bagi orang lain; (4) *it's nice to be important, but it is more important to be nice*, jadikan akun *Instagram* sebagai alat untuk menyebarkan pentingnya kualitas dalam hubungan manusia dan hal tersebut dapat membantu orang lain untuk merasa dihargai dan didukung; (5) *build community*, komunitas merupakan unit sosial orang yang saling peduli. Melalui *Instagram* kita dapat menemukan orang yang mungkin saja memiliki minat, hobi, bahkan visi dan misi yang sama. Misalnya kita tertarik dalam bidang kesehatan mental dan bertemu orang-orang yang memiliki visi untuk menciptakan tempat bagi orang-orang untuk berbicara tentang masalahnya dengan leluasa, dari situ kita dapat membangun komunitas dengan mereka; (6) *keep your album of great personal moments*, ada perbedaan besar antara akun *Instagram* buatan yang menggambarkan kehidupan sebagai sempurna dan akun positif yang menunjukkan momen sempurna dalam hidup. Hidup tidak akan pernah sempurna. Melewati dan menjadikan peristiwa yang pernah terjadi sebagai urutan momen baik dan buruk, keberhasilan dan kegagalan, kemenangan dan kekalahan akan menjadi memori yang indah (Situmorang, 2021c).

Foto yang diposting di *Instagram* akan terekam abadi, foto-foto tersebut dapat membantu mengingat apa yang benar-benar penting dan membuat kita tetap fokus pada sisi terang kehidupan. Dengan demikian, *Instagram* dapat mengembangkan pola pikir menjadi lebih positif apabila individu dapat menggunakannya dengan bijak.

### **Self-Discovery**

*Self-discovery* adalah proses mencari dan menemukan tujuan hidup, serta mewujudkan potensi yang kita miliki (Kick, 2004). *Self-discovery* dapat membawa kita kepada visi tentang menjadi seperti apa kita di masa depan

dan dapat menjadi penuntun bagi hidup kita. Setiap individu tidak dilahirkan dengan pengetahuan tentang bagaimana cara memandang hidup, tetapi individu mempelajarinya. *Self-discovery* ditandai oleh ketenangan batin yang mendalam (*a deep sense of inner peace*), pikiran terbuka (*open mind*), keterlibatan kesadaran (*highly evolved awareness*), adanya tujuan (*a sense of purpose*), kemampuan kreatif yang signifikan (*significant creative abilities*), dan pertumbuhan pribadi yang berkelanjutan (*personal growth*). *Self-discovery* memberikan pemahaman secara mendalam tentang sifat dan tujuan sejati individu, serta kekuatan luar biasa yang tersembunyi di dalam diri individu tersebut.

Langkah awal untuk memulai perjalanan menemukan diri dan tujuan sejati kita adalah dengan memiliki pengetahuan tentang diri kita sendiri (*self-knowledge*). Kick (2004) mengemukakan bahwa terdapat tiga energi dasar yang membentuk diri kita masing-masing dan hal tersebut merupakan bagian penting dari *self-knowledge*, yaitu roh (*spirit*), pikiran (*mind*), dan tubuh (*body*). a) Roh (*spirit*), esensi dan koneksi kita dengan realitas yang lebih tinggi, yang merupakan pusat nilai-nilai dan kebajikan kita dan sumber dari niat kita; b) pikiran (*mind*), instrumen kecerdasan dan kreativitas, yang merupakan sumber kekuatan kita untuk bertindak dan berprestasi; c) tubuh (*body*), tubuh adalah sarana kita untuk berada dan terlihat, serta untuk berinteraksi dengan realitas material. Energi yang dimiliki oleh roh, pikiran, dan tubuh saling terkait untuk menghasilkan manusia yang unik. Tidak pernah ada atau tidak akan pernah ada, seseorang seperti kamu. Ketika roh, pikiran, dan tubuh selaras (harmoni), individu dapat menikmati kesejahteraan dan ketenangan pikiran. Oleh sebab itu, harmoni adalah dasar untuk *self-discovery* (Kick, 2004).

### ***Self-Efficacy***

Bandura dan Woods (dalam Manuntung, 2018), menjelaskan bahwa *self-efficacy* mengacu pada keyakinan akan kemampuan individu untuk menggerakkan motivasi, kemampuan kognitif, dan tindakan yang diperlukan untuk memenuhi tuntutan situasi. Menurut Woolfolk, *self-efficacy* merupakan penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri atau tingkat keyakinan mengenai seberapa besar kemampuannya dalam mengerjakan suatu tugas tertentu untuk mencapai hasil tertentu. Menurut Alwisol, *self-efficacy* adalah persepsi diri sendiri mengenai seberapa baik diri dapat berfungsi dalam situasi tertentu, efikasi diri berhubungan dengan keyakinan bahwa diri memiliki kemampuan melakukan tindakan yang diharapkan. Menurut Maddux dan Kleiman (2016), *self-efficacy* bukanlah keterampilan yang dirasakan, melainkan persepsi tentang apa yang dapat dilakukan dengan keterampilan seseorang. *Self-efficacy* menekankan pada keyakinan bahwa seseorang dapat mengkoordinasikan dan mengatur keterampilan dan kemampuan dalam situasi yang berubah dan menantang. *Self-efficacy* tidak peduli dengan apa yang seseorang yakini akan mereka lakukan, tetapi tentang apa yang seseorang yakini dapat mereka lakukan (Maddux & Kleiman, 2016).

Maddux dan Kleiman (2016) menjelaskan bahwa munculnya *self-efficacy* dapat dijelaskan dengan teori kognisi sosial, yakni sebuah pendekatan untuk memahami kognisi manusia, tindakan, motivasi, dan emosi yang mengasumsikan bahwa individu merupakan pembentuk aktif daripada reaktor pasif pada lingkungan. Terdapat empat premis dasar teori kognisi sosial, yaitu (1) individu memiliki kemampuan kognitif yang kuat yang memungkinkan terciptanya pengalaman internal, tindakan inovatif, dan komunikasi ide serta pengalaman kompleks kepada orang lain. Individu juga dapat terlibat dalam pengamatan diri dan dapat menganalisis serta mengevaluasi perilaku, pikiran, dan emosi dirinya sendiri. Hal tersebut dinamakan dengan kegiatan pengaturan diri (*self-reflective*); (2) pengalaman dari lingkungan, faktor pribadi dalam diri individu (kognisi, emosi, dan peristiwa biologis) dan perilaku merupakan pengaruh interaktif. Individu melalui kognisi melakukan kontrol atas perilaku dirinya sendiri, yang kemudian tidak hanya mempengaruhi lingkungan tetapi juga kondisi kognitif, afektif, dan biologisnya; (3) diri individu itu sendiri (*self*) dan kepribadian (*personality*) yang tertanam secara sosial. Kedua hal tersebut merupakan persepsi dari diri individu itu sendiri dan pola kesadaran sosial, emosi, serta tindakan individu saat mereka berada dalam suatu pola situasi tertentu. Jadi, diri dan kepribadian bukan sekedar apa yang individu bawa ke dalam interaksinya dengan orang lain; *self* dan *personality* diciptakan dalam interaksi ini, dan mereka berubah melalui interaksi ini; (4) individu mampu mengatur dirinya sendiri. Individu memilih tujuan dan mengatur perilakunya dalam mengejar tujuan-tujuan untuk mengatur dirinya sendiri. Inti dari *self-regulation* adalah kemampuan individu untuk mengantisipasi atau mengembangkan harapan, untuk menggunakan pengetahuan dan pengalaman masa lalu untuk membentuk keyakinan tentang peristiwa dan keadaan masa depan dan keyakinan tentang kemampuan dan perilakunya.

Menurut Maddux dan Kleiman (2016) sebagian besar filsuf dan ahli teori psikologi sepakat bahwa rasa kontrol atas perilaku diri sendiri, lingkungan, dan pikiran serta perasaan diri sendiri sangat penting untuk kebahagiaan dan rasa kesejahteraan psikologis. Dengan demikian, maka individu dapat menjadi agen pemrakarsa diri untuk perubahan dalam kehidupan mereka sendiri dan kehidupan orang lain.

Maddux dan Kleiman (2016) menyimpulkan bahwa ketika *self-efficacy* dilengkapi dengan kepercayaan yang tak tergoyahkan pada ide seseorang, tujuan, dan kapasitas untuk pencapaian, ada beberapa batasan untuk apa yang bisa dicapai seseorang. Bandura (1997, dalam Maddux dan Kleiman, 2016) menyatakan bahwa orang-orang melihat prestasi luar biasa dari orang lain tetapi bukan komitmen mereka yang tak tergoyahkan dan berjam-jam upaya gigih yang menghasilkan mereka. Mereka kemudian melebih-lebihkan peran "bakat" dalam pencapaian ini, sambil meremehkan peran pengaturan diri. Berdasarkan hasil penelitiannya, Maddux dan Kleiman (2016) menyatakan bahwa efikasi diri adalah kebenaran yang sederhana dan kuat bahwa kepercayaan diri, usaha, dan kegigihan lebih kuat daripada kemampuan bawaan. Dalam hal ini, *self-efficacy* berkaitan dengan potensi dan kemungkinan manusia, bukan keterbatasan, sehingga menjadikannya konsep penting untuk psikologi klinis yang benar-benar "positif" (Maddux dan Kleiman, 2016).

## Metode

Jenis penelitian dan pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Research and Development* (R&D). Menurut Sugiyono (dalam Sari dkk, 2016) metode penelitian R&D merupakan proses atau langkah-langkah untuk mengembangkan suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang sudah ada dan dapat dipertanggung jawabkan. Langkah-langkah penelitian dan pengembangan meliputi: 1) Potensi dan masalah, 2) Pengumpulan data, 3) Desain produk, 4) Validasi desain, 5) Perbaikan desain, 6) Uji coba produk, 7) Revisi produk, 8) Uji coba pemakaian, 9) Revisi produk, 10) Dimensi dan implementasi. Namun dikarenakan beberapa keterbatasan yang peneliti alami, maka penelitian ini hanya dilakukan sampai tahap ke-8, yaitu uji coba pemakaian pada lingkup yang lebih luas dari tahap uji coba sebelumnya. Selain itu, peneliti juga melakukan pengumpulan data evaluasi kegunaan dengan survei dan wawancara *online* di beberapa akun sosial media seperti Instagram dan *WhatsApp*.

Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang terbagi dalam beberapa kelompok usia, yaitu <16 tahun, 17-25 tahun, 26-35 tahun, dan >35 tahun. Responden dalam penelitian ini berjumlah 113 orang saat melakukan asesmen, 41 orang saat uji coba tahap pertama produk, dan 62 orang saat uji coba tahap kedua produk. Peneliti membuat desain konsep terhadap produk yang akan dibuat diawali dengan konsep 5W1H dengan rincian; a) *What (Problems)*, pandangan atau fenomena bahwa instagram sebagai aplikasi *toxic*, b) *Where, instagram story*, 4) *When, on schedule*, 5) *Who*, 17-25 tahun yang berasal dari hasil survey need assessment, 6) *Why*, menjawab kebutuhan layanan informasi menarik dan interaktif yang dibutuhkan pengguna instagram mengenai hasil survei, 7) *How*, membuat konten Instagram berkelanjutan dan diakhiri dengan *challenge* untuk membuat *positive quotes*.

## Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan menggunakan media sosial Instagram dengan total responden yang berbeda di setiap tahap penelitian (asesmen, uji coba pertama, dan uji coba kedua) Dari beberapa tahap dari penelitian dan pengembangan yang telah dilakukan, rincian data hasil penelitian yang didapat sebagai berikut:

### Need assessment analysis

Penelitian ini berawal dari fenomena berdasarkan data dan penelitian terdahulu mengenai dampak media sosial khususnya Instagram terhadap kesehatan psikologis yang lebih lanjut akhirnya dilakukan survey dengan hasil sebagai berikut:

*Rentang usia*

Tabel 1 <Distribusi Karakteristik Responden berdasarkan Rentang Usia>

No	Rentang Usia	Frekuensi	Presentase
1.	<16 Tahun	6	4,44%
2.	17-25 Tahun	100	74,07%
3.	26-35 Tahun	18	13,33%
4.	>35 Tahun	11	8,15%

Berdasarkan hasil survei asesmen diketahui bahwa 74,07% responden masuk dalam kelompok usia 17-25 tahun.

*Pilihan jenis penyajian informasi dengan gambar atau tulisan*

Tabel 2 &lt;Distribusi Pilihan Jenis Penyajian Informasi dengan Gambar atau Tulisan&gt;

No	Jenis penyajian informasi	Frekuensi	Presentase
1.	Gambar		87%
2.	Tulisan		13%

Berdasarkan hasil survei asesmen diketahui bahwa 87% responden lebih memilih penyajian informasi dengan bentuk gambar dibanding tulisan.

*Pilihan jenis penyajian informasi dengan video atau suara*

Tabel 3 &lt;Distribusi Pilihan Jenis Penyajian Informasi dengan Video atau Suara&gt;

No	Jenis penyajian informasi	Frekuensi	Presentase
1.	Video		97%
2.	Suara		3%

Berdasarkan hasil survei asesmen diketahui bahwa 97% responden lebih memilih penyajian informasi dengan bentuk video dibanding suara.

*Usulan tema konten*

Tabel 4 &lt;Distribusi Usulan Tema Konten untuk Disajikan di Media Sosial&gt;

No	Usulan Tema	Frekuensi
1	Motivasi diri	2
2	<i>Self-love</i>	3
3	Tips mengatur uang	1
4	Mengatasi <i>toxicity</i> di masyarakat	1
5	Mental illness	1
6	Tips mencapai tujuan diri	1
7	Art	1
8	<i>Health relationship</i>	2
9	Kepercayaan diri	2
10	<i>handling over thinking</i>	1
11	<i>Hard Skills</i> yang dibutuhkan pada 2030	1
12	persiapan masuk dunia kerja	1
13	self-discovery	1
14	Entrepreneur	1
15	Ayat kitab suci	1

Berdasarkan hasil survei didapatkan beberapa usulan materi yang berhubungan dengan *self-improvement* atau pengembangan diri.

***Self-discovery****Sharing tujuan hidup*

Beberapa tujuan hidup yang dibagikan oleh responden dalam pembahasan materi *self-discovery* adalah sebagai berikut, 1) pernah mensyukuri apa yang telah dilewati dan apa yang saat ini sedang dijalani, 2) kembali mencoba mencari kelebihan diri dan bersyukur atas kelebihan itu, 3) menjalankan profesi yang bermakna secara pendidikan bagi banyak orang, 4) memperbanyak belajar mengenai pengalaman hidup dan berbagai kepada orang lain, 5) mencintai hidup sepenuhnya, 6) menerima kehidupan saat ini, 7) masih mencoba untuk mencari tujuan hidup.

***Self-efficacy***Tabel 5 <Distribusi Pertanyaan 1 (Apakah Kamu Pernah Mendengar tentang *Self-efficacy*)>

No	Alternatif Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pernah mendengar	38	33,04
2	Belum pernah mendengar	77	66,96

Berdasarkan hasil survei, didapati sebanyak 77,96% responden belum pernah mendengar atau mengetahui mengenai *self-efficacy*.

Tabel 6 <Distribusi Pertanyaan 2 (Apakah Kamu Melakukan *Self-reflection*)?>

No	Alternatif Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sering melakukan	74	63,25%
2	Jarang melakukan	43	36,75%

Berdasarkan hasil survei, didapati sebanyak 63,25% responden sering melakukan *self-reflection*.

Tabel 7 <Distribusi Pertanyaan 3 (Apakah Ada Peristiwa/Pengalaman dalam Hidupmu yang Ikut Menentukan Tujuan Hidupmu?)>

No	Alternatif Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ada	84	95,45
2	Tidak ada	4	4,55

Berdasarkan hasil survei, didapati sebanyak 95,45% responden memiliki peristiwa/pengalaman hidup yang ikut menentukan tujuan hidupnya.

*Hasil evaluasi produk pada uji coba lingkup kecil*

Tabel 8 <Postingan Interaktif terhadap Responden>

No	Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
1	Buruk	0	0
2	Kurang	0	0
3	Cukup	0	0
4	Baik	3	42,9
5	Baik Sekali	4	57,1

Dari hasil uji coba diketahui bahwa sebanyak 50% responden menjawab sangat baik mengenai postingan yang interaktif.

Topik 9 <Topik Bahasan yang Dipilih Sesuai dengan Kebutuhan Anak Muda Saat Ini>

No	Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Sesuai	0	0
2	Tidak Sesuai	0	0
3	Cukup Sesuai	1	14,3
4	Sesuai	4	57,1
5	Sangat Sesuai	2	28,6

Dari hasil uji coba diketahui bahwa sebanyak 57,1% responden menjawab topik bahasan yang dipilih sudah sesuai dengan kebutuhan anak muda saat ini.

Topik 10 <Desain postingan menarik>

No	Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
1	Buruk	0	0
2	Kurang	0	0
3	Cukup	1	14,3
4	Baik	2	28,6
5	Sangat Baik	2	71,4%

Dari hasil uji coba diketahui bahwa sebanyak 71,4% responden menjawab desain postingan sangat baik (menarik).

*Hasil evaluasi produk setelah uji coba pada lingkup besar*

Beberapa evaluasi dan saran yang diberikan kepada responden rata-rata menilai bahwa apa yang disajikan sudah bagus dan bermanfaat, apalagi untuk dibagikan di media sosial seperti Instagram selain untuk menambah pengetahuan baru, tetapi juga bermanfaat untuk pengembangan diri dengan membaca materi-materi tersebut. Disamping itu, terdapat saran materi lainnya untuk dibahas, yaitu materi perilaku sosial.

Beberapa saran juga peneliti terima, seperti lebih diperbanyak intensitas dan frekuensi postingan seperti ini dan sebaiknya postingan lebih dipersingkat secara jumlah slide dan kata-kata yang digunakan, sehingga lebih mudah dilihat dan dicerna oleh pembaca.

Penggunaan media sosial di Indonesia sudah menjadi sebuah pilihan gaya hidup yang lumrah. Berbagai media sosial digunakan oleh masyarakat Indonesia dari berbagai kelompok usia. Banyak informasi dapat dengan mudah didapatkan dan dibagikan dengan media sosial. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Instagram. Dilansir dari Tirto.id (2019) dengan artikel berjudul Pengguna Facebook & Instagram di Indonesia Terbanyak ke-4 di Dunia, menurut data riset, Indonesia tercatat memiliki 56 juta pengguna Instagram. Penggunaan Instagram ini tentu memberikan dampak beragam bagi para penggunanya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kraut (dalam Strickland, 2014) penggunaan internet dapat mengakibatkan perasaan kesepian dan depresi. Strickland (2014) juga menyampaikan beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai dampak penggunaan media sosial terhadap depresi, narsisme, dan gangguan kecemasan. Penelitian terdahulu menggunakan Facebook sebagai acuan media sosial penyebab ketiga masalah psikologis tersebut. Menurut Rosen (dalam Strickland, 2014), individu dengan usia muda lebih sering mengecek (setiap jam, 15 menit sekali, atau hampir setiap waktu) media sosial nya. Intensitas membuka media sosial tersebut dinilai dapat menimbulkan gangguan kecemasan.

Lebih jauh lagi, berdasarkan penelitian oleh Lup *et al.* (dalam Trifiro, 2018) aplikasi instagram cenderung menimbulkan bias positif untuk mempresentasikan dirinya dan memilih beberapa aspek kehidupannya untuk dibagikan dalam media sosial. Hal ini terjadi karena penggunaan Instagram yang lebih terfokus pada foto dan video yang dibagikan. Hal ini memberikan dampak pada tingkat *self-esteem* para pengguna Instagram karena secara tidak langsung, apa yang dilihatnya dalam Instagram tidak sekedar apa yang benar-benar terjadi dalam realita. Penelitian yang dilakukan oleh de Vries *et al.* (dalam Trifiro, 2018) menyatakan bahwa penggunaan instagram dapat menimbulkan terjadinya perbandingan sosial antara pengguna dengan pengguna lain bahkan oleh orang yang tidak dikenalnya. Hasil penelitian ini ikut mendukung bahwa penggunaan Instagram dapat membawa dampak negatif. Selain itu, penggunaan Instagram dengan intensitas yang tidak dikontrol dapat menimbulkan adanya ketergantungan. Dari beberapa aspek ini lah yang memunculkan pendapat bahwa Instagram sebagai aplikasi *toxic*, selain *TikTok* (Situmorang, 2021d).

Uraian yang telah dijelaskan dalam landasan teori menjadi dasar pembahasan hasil uji coba pengembangan produk yang telah didesain dengan materi usulan dari hasil *need assessment* yaitu *self-discovery* dan *self-efficacy*. Peneliti memutuskan untuk membahas kedua materi tersebut karena menyesuaikan dengan usulan materi lainnya disusun dalam sebuah rangkaian materi. Uji coba dalam lingkup kecil yang telah dilakukan dengan materi *self-discovery* menghasilkan beberapa *sharing* terkait tujuan hidup yang dimiliki oleh responden. Seperti pada teori yang telah dijelaskan, bahwa menemukan pengetahuan dan pemahaman tentang diri sendiri membutuhkan roh (*spirit*), pikiran (*mind*), dan tubuh (*body*) (Kick, 2004). Pada tahap ini, hanya beberapa responden yang dapat menjawabnya dengan alasan cukup sulit untuk menentukan dan membagikan mengenai tujuan hidupnya, karena selama ini belum pernah membahas mengenai hal seperti itu, termasuk mengenai *self-discovery*. Padahal, Instagram seharusnya juga bisa menjadi salah satu media bagi individu untuk semakin mengenal dirinya sendiri. Menurut Tirtawinata (2013), setiap individu perlu mengenal diri dengan baik karena pengenalan diri merupakan pintu gerbang kesuksesan. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa lepas dari manusia lain, melalui kebersamaan dengan orang lain, individu dapat menemukan dirinya dan menuju kesempurnaan. Pendapat Berger dan Luckman (dalam Tirtawinata, 2013) menjelaskan bahwa hubungan antar individu dengan lingkungannya termasuk dengan individu lain dapat membantunya dalam mencapai kesempurnaan diri.

Selanjutnya, uji coba dalam lingkup besar yang telah dilakukan dengan materi *self-efficacy* memberikan hasil bahwa sebanyak 66,96% dari responden belum pernah mengetahui tentang *self-efficacy* walaupun dalam kesehariannya, 63,25% diantaranya sudah melakukan *self-reflection* sebagai bentuk usaha untuk memberikan keyakinan pada dirinya sendiri. Hal tersebut dapat terjadi karena beberapa faktor, diantaranya karena sebelumnya tidak pernah mendapatkan informasi untuk memahami tentang *self-efficacy*. Seperti penjelasan pada landasan teori, Maddux dan Kleiman (2016) menjelaskan bahwa munculnya *self-efficacy* dapat dijelaskan dengan teori kognisi sosial yang memiliki empat premis, 1) *self-reflection*, 2) pengaruh interaktif dari pengalaman individu, 3) persepsi mengenai diri dan kepribadian, 4) individu mampu mengatur dirinya sendiri (*self-regulation*). Menurut Maddux dan Kleiman (2016) sebagian besar filsuf dan ahli teori psikologi sepakat bahwa rasa kontrol atas perilaku diri sendiri, lingkungan, dan pikiran serta perasaan diri sendiri sangat penting untuk kebahagiaan dan rasa kesejahteraan psikologis. Dengan demikian, maka individu dapat menjadi agen pemrakarsa diri untuk perubahan dalam kehidupan mereka sendiri dan kehidupan orang lain, termasuk dalam hal penggunaan media sosial seperti Instagram agar terhindar dari dampak negatif yang ditimbulkan.

## Simpulan

Berdasarkan hasil uji coba dan evaluasi, pengembangan penggunaan Instagram sebagai media non-toxic ini sangat bermanfaat bagi responden, sehingga responden mampu melihat sisi positif dari penggunaan media sosial Instagram dengan konten-konten pengetahuan dan positif yang mengarah pada self-improvement. Instagram dapat menjadi media sosial yang informatif, edukatif, dan inspiratif apabila penggunaannya mampu menggunakan Instagram dengan bijak. Penelitian ini belumlah sempurna dan memiliki keterbatasan. Subjek dalam penelitian ini terbatas pada followers Instagram kami masing-masing, sehingga penelitian ini dilakukan dalam lingkup yang tidak terlalu besar. Waktu penelitian cukup singkat karena menyesuaikan dengan waktu pengumpulan tugas penelitian ini, sehingga ada dua materi yang belum sempat kami bahas.

## Referensi

- Anna, L. K. (2017). *Instagram, Media Sosial Paling Buruk bagi Kesehatan Mental*. Retrieved from <https://lifestyle.kompas.com/read/2017/07/14/073913720/instagram-media-sosial-paling-buruk-bagi-kesehatan-mental?page=all>.
- Blakemore, E. (2019). *Instagram Public Awareness Campaign Aims For Real Talk About Mental Health*. Retrieved from [https://www.washingtonpost.com/national/health-science/instagram-public-awareness-campaign-aims-for-real-talk-about-mental-health/2019/05/24/cecfa8e-7cb5-11e9-8ede-f4abf521ef17\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/national/health-science/instagram-public-awareness-campaign-aims-for-real-talk-about-mental-health/2019/05/24/cecfa8e-7cb5-11e9-8ede-f4abf521ef17_story.html)
- Brooks, A. (2018). *7 Unexpected Ways Instagram Has Changed The World*. Retrieved from <https://www.socialmediatoday.com/news/7-unexpected-ways-instagram-has-change-the-world/539032/>
- Emavardhana, T., & Tori, C. D. (1997). Changes in Self-Concept, Ego Defense Mechanisms, and Religiosity Following Seven-Day Vipassana Meditation Retreats. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 36(2), 194. <https://doi.org/10.2307/1387552>
- Gomez, C. P. (2018). *How To Use Your Instagram Account To Develop A Positive Mindset*. Retrieved from <https://forbes.com/sites/palomacanterogomez/2018/12/20/how-to-use-your-instagram-account-to-develop-a-positive-mindset/#765ab0161eb4>
- Kick, R. (2004). *The Key to Self-Discovery*. Canada : Trafford Publishing.
- Li, S. (2019). *"Therapy Influencers" Are Using Instagram to Spread Mental Health Awareness*. Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/therapy-influencers-instagram-mental-health-awareness>
- Maddux & Kleiman. (2016). *The Wiley Handbook of Positive Clinical Psychology*. New Jersey : Wiley-Blackwell.
- Manuntung, A. (2018). *Terapi Perilaku Kognitif pada Pasien Hipertensi*. Malang : Wineka Media.
- Nancy, Y. (2019). *Pengguna Facebook & Instagram di Indonesia Terbanyak ke-4 di Dunia*. Retrieved from <https://tirto.id/pengguna-facebook-instagram-di-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia-ee8n>
- Sari, F. K., Farida, F., & Syazali, M. (2016). Pengembangan Media Pembelajaran (Modul) berbantuan Geogebra Pokok Bahasan Turunan. *Al-Jabar: Jurnal Pendidikan Matematika*, 7(2), 135-152. <https://doi.org/10.24042/ajpm.v7i2.24>
- Siddiqui, S., & Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5(2), 71-75. Retrieved from <https://ijcat.com/archives/volume5/issue2/ijcatr05021006.pdf>
- Situmorang, D. D. B. (2018). How amazing music therapy in counseling for millennials. *COUNS-EDU: The International Journal of Counseling and Education*, 3(2), 73-79. <https://doi.org/10.23916/0020180313220>
- Situmorang, D. D. B. (2020). Online/cyber counseling services in the COVID-19 outbreak: Are they really new?. *Journal of Pastoral Care & Counseling*, 74(3), 166-174. <https://doi.org/10.1177/1542305020948170>
- Situmorang, D. D. B. (2021a). 'Herd stupidity' as a result of 'irrational beliefs': The mental health issues in the COVID-19 outbreak. *Asian Journal of Psychiatry*, 65, 102851. <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2021.102851>
- Situmorang, D. D. B. (2021b). "Rapid Counseling" as a new breakthrough: An alternative approach for patients with COVID-19. *Archives of psychiatric nursing*, 35(6), 645-646. <https://doi.org/10.1016/j.apnu.2021.08.010>
- Situmorang, D. D. B. (2021c). Music as a Healing Medicine in COVID-19 Pandemic. *Journal of Pastoral Care & Counseling*, 75(3), 224-226. <https://doi.org/10.1177/1542305020980343>
- Situmorang, D. D. B. (2021d). Using TikTok app for therapy and sharing happiness in COVID-19 outbreak. *Addictive Disorders & Their Treatment*, 20(4), 595-596. <https://doi.org/10.1097/ADT.0000000000000255>
- Situmorang, D. D. B., & Salim, R. M. A. (2021). Perceived parenting styles, thinking styles, and gender on the career decision self-efficacy of adolescents: how & why?. *Heliyon*, 7(3), e06430. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06430>

- 
- Strickland, A. (2014). *Exploring the Effects of Social Media Use on the Mental Health of Young Adults*. Retrieved from <https://stars.library.ucf.edu/honorstheses1990-2015/1684>
- Tirtawinata, C. M. (2013). Mengenal dan menemukan diri melalui kebersamaan dengan orang lain. *Humaniora*, 4(2), 1309-1319. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/167224-ID-mengenal-dan-menemukan-diri-melalui-kebe.pdf>
- Trifiro, B. (2018). *Instagram Use and Its Effect on Well-Being and Self-Esteem*. Master of Arts in Communication. Retrieved from <https://digitalcommons.bryant.edu/macomm/4/>