

Media Sosial Instagram @Campaign.id sebagai Alat untuk Mendorong Pentingnya Menjaga Kesehatan Mental Anak Muda

Ichsan Setiawan¹, Nigar Pandrianto^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: ichsanstwn06@gmail.com

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: nigarp@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 15-06-2024 , revisi tanggal : 18-07-2024, diterima untuk diterbitkan tanggal : 10-08-2024

Abstract

Focusing on the @campaign.id account, this research investigates the role of Instagram in increasing mental health awareness among Indonesian youth. This research analyzes the qualitative content of posts and user interactions on the @campaign.id account to see how the account engages audiences and encourages actions that contribute to social change towards a stronger mental health discourse in discussions about stigma and mental health management. The results show that @campaign.id utilizes Instagram effectively to promote community support and encourage proactive attitudes towards mental health. The platform serves as a driver of social change by emphasizing that it can influence positive behavior among youth. The campaign uses emotional imagery and compelling narratives to challenge the stigma surrounding mental health, encouraging young individuals to seek professional help rather than self-diagnose. Findings show that the campaign successfully used social media to create meaningful engagement and raise mental health awareness, leveraging emotional resonance and informational content to mobilize youth.

Keywords: Instagram, mental health awareness, social media, young generation

Abstrak

Berfokus pada akun @campaign.id, penelitian ini menyelidiki peran Instagram dalam meningkatkan kesadaran kesehatan mental di kalangan pemuda Indonesia. Penelitian ini menganalisis konten kualitatif dari postingan dan interaksi pengguna di akun @campaign.id untuk melihat bagaimana akun tersebut melibatkan audiens dan mendorong tindakan yang berkontribusi pada perubahan sosial menuju diskursus kesehatan mental yang lebih kuat dalam diskusi tentang stigma dan manajemen kesehatan mental. Hasilnya menunjukkan bahwa @campaign.id memanfaatkan Instagram secara efektif untuk mempromosikan dukungan komunitas dan mendorong sikap proaktif terhadap kesehatan mental. Platform ini berfungsi sebagai penggerak perubahan sosial dengan menekankan bahwa itu dapat memengaruhi perilaku positif di kalangan pemuda. Kampanye ini menggunakan imajeri emosional dan narasi yang menarik untuk menantang stigma seputar kesehatan mental, mendorong individu muda untuk mencari bantuan profesional daripada mendiagnosis diri. Temuan menunjukkan bahwa kampanye menggunakan media sosial untuk menciptakan keterlibatan yang bermakna dan meningkatkan kesadaran kesehatan mental, memanfaatkan resonansi emosional dan konten informasi untuk memobilisasi pemuda.

Kata Kunci: generasi muda, Instagram, media sosial, kesadaran kesehatan mental

1. Pendahuluan

Media sosial yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari saat ini menjadi suatu kebiasaan atau kebutuhan yang semakin lumrah dan tanpa disadari membawa efek negatif di kehidupan (Andreassen & Pallesen, 2014). Efek negatif yang dimaksud antara lain perilaku ketergantungan hingga timbul rasa khawatir akan ketinggalan informasi sehingga terarah pada munculnya perilaku penggunaan yang berlebihan (Fathadhika & Afriani, 2018). Seseorang dapat berada pada kategori ini apabila mengakses media sosial berkisar 5-6 jam sehari (Syamsoedin et al., 2015).

Penggunaan media sosial melonjak pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2023, jumlah total pengguna media sosial mencapai 167 juta, dengan Instagram menjadi salah satu *platform* paling populer (CNBCINDONESIA, 2023). *Platform* ini telah menjadi alat kampanye efektif untuk menyuarakan pendapat, menggalang dukungan, dan mengorganisir aksi sosial lintas batas dengan menyajikan pesan yang sistematis, kreatif, dan jelas, mempengaruhi audiens secara efektif dalam isu-isu sosial dan kemanusiaan (Firdiyah & Primasari, 2019). *Platform* Instagram yang tadinya memiliki fungsi primer untuk berkomunikasi kini bertambah fungsi menjadi sarana berkampanye dengan menyuarakan pendapat, menggalang dukungan, dan mengorganisir aksi sosial lainnya. Kampanye dalam hal ini mengandalkan kekuatannya untuk mempengaruhi khalayak melalui pesan yang disusun dengan sistematis, kreatif, dan efektif agar mudah dipahami audiens (Nurkhasanah & Susilawati, 2022).

Akun Instagram @campaign.id di Instagram aktif mengkampanyekan isu-isu sosial, lingkungan, dan kemanusiaan dengan fokus pada informasi, edukasi, dan persuasi melalui konten kampanye. Meskipun pemerintah telah berupaya meningkatkan akses ke layanan kesehatan, masih sedikit remaja yang mencari bantuan profesional, sementara peran mereka penting dalam pembangunan Indonesia, termasuk visi Indonesia Emas 2024 (Anisah et al., 2022). Instagram @campaign.id sering membahas isu kesehatan mental karena stigma negatif dan diskriminasi yang masih ada di Indonesia.

Menurut survei I-NAMHS 2022, satu dari tiga remaja mengalami masalah kesehatan mental, namun banyak yang enggan mencari bantuan karena takut diucilkan atau diperlakukan secara tidak tepat. Beberapa bahkan mengambil langkah ekstrem seperti bunuh diri. Menurut Putri et al (2015) penderita gangguan kesehatan mental sering dianggap sebagai ancaman atau individu aneh, sehingga mereka sering merasa tidak dipahami oleh masyarakat. Anak muda menghadapi tantangan emosional dan sosial yang unik selama masa transisi ke dewasa, termasuk tekanan sosial, ekspektasi tinggi, dan kekhawatiran akan masa depan yang bisa memperburuk perasaan tidak aman. (WHO, 2018) mencatat bahwa gangguan seperti kecemasan, gangguan mood, dan depresi umum terjadi pada remaja, namun sering diabaikan dan kurang mendapat perhatian yang memadai (Winarso et al., 2023).

Aktivitas di media sosial dapat berpotensi memengaruhi kesehatan mental anak muda, termasuk risiko perundungan (*bullying*) yang dapat menimbulkan tekanan psikologis yang berat, bahkan meningkatkan risiko tindakan bunuh diri. Setiap individu memiliki kondisi mental yang unik dan tidak bisa disamakan (Hastuti et al., 2021). Kondisi mental dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Hal ini menyoroti pentingnya pembahasan tentang kesehatan mental untuk memberdayakan individu, keluarga, dan komunitas dalam menjaga dan optimalisasi kondisi mental sehari-hari (Dewi, 2012). Edukasi tentang kesehatan mental, terutama bagi anak muda, sangat

penting di era media sosial. Mereka perlu menyadari pentingnya mengelola emosi saat menggunakan media sosial, serta mengenali dan mengatasi gejala gangguan mental dengan tepat (Shidiq & Raharjo, 2018). Kampanye #MentalHealthMatters oleh @campaign.id fokus pada meningkatkan kesadaran kesehatan mental anak muda dengan hashtag #MentalHealthMatter. Mereka mendukung individu untuk mengembangkan rasa memiliki dan menghargai diri, serta memberikan dukungan terhadap masalah kesehatan mental di Indonesia.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan (Azkarillah & Sekartaji, 2022) menyatakan bahwa konten kegiatan yang nyata dilakukan melalui media sosial mampu menarik perhatian donatur untuk memberikan donasi. Penggunaan media sosial dalam hal ini efektif untuk digunakan sebagai sarana penggalangan dana. Serupa dengan penelitian (Ramadhani, 2024) yang juga menyatakan bahwa kampanye yang dilakukan melalui media sosial mampu mempengaruhi sikap peduli lingkungan di masyarakat. Sementara di sisi lain menurut penelitian Ulfa dan Fatchiya (2018) kampanye yang dilakukan melalui Instagram hanya efektif dalam menstimulasi perhatian *followers*, menimbulkan ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut, dan keinginan untuk berpartisipasi. Tetapi, kurang efektif dalam menimbulkan keikutsertaan dalam kegiatan kampanye dan mengkampanyekan kembali pada orang lain. Berdasarkan penelitian sebelumnya maka media sosial, terutama Instagram dapat dikatakan efektif dalam menarik perhatian dan ketertarikan donatur serta *followers* terhadap kampanye.

Dari adanya *gap research* tersebut maka Perlu penelitian lebih lanjut tentang bagaimana pesan dari akun Instagram @campaign.id mempengaruhi kesadaran kesehatan mental anak muda. Penelitian ini akan mengamati respons dan partisipasi audiens terhadap kampanye sosial yang dilakukan oleh akun tersebut, dengan tujuan mengukur dampak nyata dalam mendorong penggunaan teknologi komunikasi untuk mencapai perubahan sosial yang signifikan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Moleong (2011) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai upaya memahami fenomena seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan subjek penelitian secara holistik dan deskriptif dalam konteks alamiah. Menurut (Sugiyono, 2011) penelitian kualitatif adalah metode yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, sedangkan untuk meneliti pada objek alamiah. Metode yang digunakan adalah analisis isi (konten). Max Weber dalam (Eriyanto, 2015) menuliskan bahwa analisis isi adalah sebuah metode penelitian dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi yang valid dari teks yang memungkinkan studi sistematis terhadap komunikasi untuk mendeskripsikan jenis konten, pesan inti, dan elemen visual dalam kampanye #TogetherWeStand di Instagram @Campaign.id. Tujuan analisis ini adalah untuk membandingkan konten dengan realitas sosial anak muda terkait kesehatan mental, mengidentifikasi nilai-nilai sosial seperti solidaritas dan penerimaan, serta mengevaluasi efektivitas kampanye dalam meningkatkan kesadaran dan dukungan, dan mengukur performa akun @Campaign.id berdasarkan metrics seperti jumlah *followers*, tingkat *engagement*, dan partisipasi/donasi.

Christianingsih (2007) dalam (Badriyah, 2023) mengungkapkan bahwa “penelitian merupakan instrumen utama (*key instrument*) untuk mengumpulkan dan menginterpretasi data dalam penelitian kualitatif”. Oleh karena itu teknik penelitian yang penulis gunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah melalui

observasi, dokumentasi, dan studi literatur.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Berdasarkan pendahuluan yang telah diuraikan dan metode penelitian yang akan digunakan, berikut adalah hasil temuan peneliti.

Gambar 1. Fenomena Self-Diagnose



Sumber: Instagram @campaign.id

Tabel 1. Analisa Gambar 1

Deskripsi Gambar	Pembacaan
<p>Visual:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lelaki yang sedang pusing sembari memegang kepala 2. Tanda tanya di atas kepala 	<ol style="list-style-type: none"> 1. gambar di atas menunjukkan seseorang yang mengalami pusing berlebihan ditambah harus menyelesaikan pekerjaan yang ada di dalam laptop dan mengangkat telpon dari seseorang
<p>Textual: Caption IG</p> <p>Dokter ataupun tenaga profesional aja perlu waktu bertahun-tahun belajar untuk dapat mendiagnosa suatu penyakit & Jadi, kalau tiba-tiba kamu merasa ada yang 'aneh' atau 'menganjal' dengan perasaan atau pikiran kamu, lebih baik cari bantuan profesional tanpa perlu khawatir stigma negatif dari luar sana ya! Kamu juga bisa bantu meningkatkan kepedulian akan kesehatan mental sesama dengan ikut Challenge "#TogetherWeStand untuk Hempaskan Stigma Negatif Penderita Gangguan Mental" di aplikasi Campaign #ForChange dan buka donasi Rp15.000 TANPA UANG!</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Jangan-jangan Kamu Sedang Self-Diagnose!" 2. "Virus mendiagnosis diri sendiri masih banyak banget! Emangnya boleh?"

Sumber: Hasil Analisa Peneliti

Pada postingan @campaign.id tanggal 23 Agustus 2023, terlihat tren self-diagnose yang marak di kalangan anak muda. Postingan menampilkan seorang lelaki

gangguan kesehatan mental saat melakukan aktivitas sehari-hari.

Gambar 3. Mendiagnosis Diri Sendiri



Sumber: Instagram @campaign.id

Tabel 3. Analisa Gambar 3

Deskripsi Gambar	Bacaan
<p>Visual:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahaya self diagnose 2. Konten ⚠️ sebagai tanda waspada/bahaya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gambar di atas menunjukkan peringatan tidak boleh mendiagnosis diri sendiri yang dimana dapat menyebabkan beberapa bahaya seperti gambar di atas. mendiagnosis seseorang hanya boleh dilakukan oleh tenaga medis profesional karena prosesnya sangat sulit
<p>Textual: Caption IG Dokter ataupun tenaga profesional aja perlu waktu bertahun-tahun belajar untuk dapat mendiagnosa suatu penyakit & Jadi, kalau tiba-tiba kamu merasa ada yang 'aneh' atau 'mengganjal' dengan perasaan atau pikiran kamu, lebih baik cari bantuan profesional tanpa perlu khawatir stigma negatif dari luar sana ya! Kamu juga bisa bantu meningkatkan kepedulian akan kesehatan mental sesama dengan ikut Challenge "#TogetherWeStand untuk Hempaskan Stigma Negatif Penderita Gangguan Mental" di aplikasi Campaign #ForChange dan buka donasi Rp15.000 TANPA UANG!</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Jangan-jangan Kamu Sedang Self-Diagnose!" 2. "Virus mendiagnosis diri sendiri masih banyak banget! Emangnya boleh?"

Sumber: Hasil Analisa Peneliti

Gambar 3 menyoroti bahaya *self-diagnose* dengan peringatan tentang risiko dan konsekuensi negatifnya, mendorong audiens untuk mencari diagnosis yang tepat dari tenaga medis berpengalaman. Tulisan "*Mendiagnosis diri sendiri, emang boleh?*" mengajak audiens untuk mempertanyakan praktik *self-diagnose*, menekankan bahwa hal ini tidak disarankan, dan merangsang pemikiran kritis tentang validitas serta

keamanan dari *self-diagnose*.

Gambar 4. Penyebab *Self-Diagnose*



Sumber: Instagram @campaign.id

Tabel 4. Analisa Gambar 4

Deskripsi Gambar	Pembacaan
<p>Visual:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan informasi google di handphone 2. Berbagai artikel yang berisi informasi <i>self-diagnose</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gambar di atas menunjukkan betapa mudahnya mencari informasi mengenai kesehatan mental di internet yang menyebabkan adanya <i>self-diagnose</i>. Perlu di ketahui tidak semua informasi tentang kesehatan yang ada diinternet itu semua benar, sebaiknya mencari bantuan professional seperti psikiater atau psikolog untuk mendapat informasi yang akurat tentang kesehatan mental.
<p>Textual: Caption IG</p> <p>Dokter ataupun tenaga profesional aja perlu waktu bertahun-tahun belajar untuk dapat mendiagnosa suatu penyakit & Jadi, kalau tiba-tiba kamu merasa ada yang 'aneh' atau 'mengganjal' dengan perasaan atau pikiran kamu, lebih baik cari bantuan profesional tanpa perlu khawatir stigma negatif dari luar sana ya! Kamu juga bisa bantu meningkatkan kepedulian akan kesehatan mental sesama dengan ikut Challenge</p> <p>"#TogetherWeStand untuk Hempaskan Stigma Negatif Penderita Gangguan Mental" di aplikasi Campaign #ForChange dan buka donasi Rp15.000 TANPA UANG!</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Kenapa jadi suka <i>self-diagnose</i> ya?" 2. "Salah satu penyebabnya ialah banjir informasi mengenai kesehatan mental di internet yang mana tidak semuanya benar dan berdasarkan medis." "Selain itu, masih adanya stigma negatif terhadap penderita gangguan mental menyebabkan para penderita enggan dan malu untuk mencari bantuan profesional seperti psikiater ataupun psikolog"

Sumber: Hasil Analisa Peneliti

Gambar 4 menunjukkan penyebab *self-diagnose*. Pertama adalah dengan menampilkan gambar informasi Google di *handphone*, yang menggambarkan bagaimana mudahnya akses informasi tentang kesehatan mental melalui internet. Visual ini menunjukkan bahwa banyak orang mencari informasi kesehatan mental

secara *online*, yang sering kali mengarah pada *self-diagnose*.

Gambar 5. Penyebab *Self-Diagnose*



Sumber: Instagram @campaign.id

Tabel 5. Analisa Gambar 5

Deskripsi Gambar	Pembacaan
<p>Visual:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan profil Instagram @campaign.id 2. Link kampanye 3. Step by step mengikuti kampanye #TogetherWeStand 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gambar di atas menunjukkan peringatan profil instagram @campaign.id yang bertujuan untuk anak muda berkontribusi dalam mencegah self-diagnose dan tingkatkan kesadaran tentang mental illness dengan cara mengklik link yang sudah tertaut dalam profil instagram @campaign.id
<p>Textual: Caption IG</p> <p>Dokter ataupun tenaga profesional aja perlu waktu bertahun-tahun belajar untuk dapat mendiagnosa suatu penyakit & Jadi, kalau tiba-tiba kamu merasa ada yang 'aneh' atau 'menganjal' dengan perasaan atau pikiran kamu, lebih baik cari bantuan profesional tanpa perlu khawatir stigma negatif dari luar sana ya! Kamu juga bisa bantu meningkatkan kepedulian akan kesehatan mental sesama dengan ikut Challenge "#TogetherWeStand untuk Hempaskan Stigma Negatif Penderita Gangguan Mental" di aplikasi Campaign #ForChange dan buka donasi Rp15.000 TANPA UANG!</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Tulisan "Yuk berkontribusi untuk mencegah self-diagnose dan tingkatkan kesadaran tentang mental illness" 2. "linkin.bio/ig-campaign_id" 3. "Caranya: Buka profil @campaign.id, Klik link di bio, Klik foto postingan ini, Ikuti dan selesaikan challenge #TogetherWeStand untuk Hempaskan Stigma Negatif Penderita Gangguan Mental"

Sumber: Hasil Analisa Peneliti

Gambar 5 menunjukkan penyebab *self-diagnose*. Pertama adalah dengan menampilkan gambar informasi Google di *handphone*, yang menggambarkan bagaimana mudahnya akses informasi tentang kesehatan mental melalui internet. Visual ini menunjukkan bahwa banyak orang mencari informasi kesehatan mental secara *online*, yang sering kali mengarah pada *self-diagnose*.

4. Simpulan

Simpulan dari jurnal ini adalah bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi alat dalam kampanye sosial, termasuk dalam mendukung kesehatan mental anak muda di Indonesia. Melalui platform @campaign.id, kampanye seperti #MentalHealthMatters dan #TogetherWeStand berhasil meningkatkan kesadaran dan mengurangi stigma terkait gangguan kesehatan mental. Meskipun media sosial dapat mempengaruhi kondisi mental dengan risiko seperti perundungan dan self-diagnose, kampanye ini membuktikan bahwa mereka juga dapat memberikan dukungan sosial yang signifikan. Penelitian lanjutan diperlukan untuk memahami lebih dalam dampak dan efektivitas pesan-pesan yang disampaikan melalui akun @campaign.id dalam mengubah perilaku dan persepsi terkait kesehatan mental anak muda di era digital ini.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Andreassen, C., & Pallesen, S. (2014). Social Network Site Addiction - An Overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053–4061. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>
- Anisah, N., Padillah, S. P., Barus, P., Sepriandito, R., Rusdi, M., Hasibuan, R. B., & Kustiawan, W. (2022). Psikologi komunikasi. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 1705–1715.
- Azkarillah, K., & Sekartaji, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Penggalangan Dana Oleh Lembaga Non-Profit. *Communicator Sphere*, 2(2), 90–108. <https://doi.org/10.55397/cps.v2i2.32>
- Badriyah, H. (2023). *Implementasi Akad Mudharabah Mutlaqah Pada Produk Tabungan Ib Hijrah Rencana Di Bank Muamalat Kcp Kuningan Perspektif Fatwa Dsn (Nomor 0)*. IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Christianingsih. (2007). *Kajian tentang Kesadaran Hukum Masyarakat (studi Kasus dalam Proses penyelesaian sertipikat ganda hak milik atas tanah adat dan atnah Negara pada masyarakat Desa Panjalin Kidul Kecamatan sumberjaya Kabupaten Majalengka*. Skripsi Sarjana pada Jurusan Pendidikan Kewarganegaraan FISIP UPI. Bandung.
- Dewi, K. S. (2012). *Buku Ajar Kesehatan Mental*. UPT UNDIP Press Semarang.
- Eriyanto. (2015). *Analisis Isi*. Jakarta : Kencana.
- Fathadhika, S., & Afriani. (2018). SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT SEBAGAI MEDIATOR ANTARA FEAR OF MISSING OUT DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA REMAJA. *Journal of Psychological Science and Profession*, 2(3), 208. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v2i3.18741>
- Firdiyah, R., & Primasari, W. (2019). Kampanye Sosial Gerakan Menutup Aurat di Bekasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 89–101.
- Hastuti, R., Soetikno, N., & Heng, P. H. (2021). *Remaja Sejahtera Remaja Nasionalis*. Penerbit Andi.

- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurkhasanah, A., & Susilawati, E. (2022). *Analisis Resepsi Viewers Akun Instagram@Lyfewithless Terhadap Konten Kampanye #Belajarjadiminimalis*.
- Organization, W. H. (2018). *WHO report on surveillance of antibiotic consumption: 2016-2018 early implementation*.
- Putri, A. W., Wibhawa, B., & Gutama, A. S. (2015). KESEHATAN MENTAL MASYARAKAT INDONESIA (PENGETAHUAN, DAN KETERBUKAAN MASYARAKAT TERHADAP GANGGUAN KESEHATAN MENTAL). *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 252–258. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.13535>
- Ramadhani, N. (2024). Changes In Social Media Users ' Behavior Toward Plastic Consumption Before And After Exposure To Environmental Educational Content. *DIGICOMMTIVE: Journal of Communication Creative and Digital Culture*, 2(2), 139–148.
- Shidiq, A. F., & Raharjo, S. T. (2018). PERAN PENDIDIKAN KARAKTER DI MASA REMAJA SEBAGAI PENCEGAHAN KENAKALAN REMAJA. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 176. <https://doi.org/10.24198/jppm.v5i2.18369>
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Alfabeta.
- Syamsoedin, W. K. P., Bidjuni, H., & Wowiling, F. (2015). Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial Dengan Kejadian Insomnia Pada Remaja Di Sma Negeri 9 Manado. *ejournal keperawatan (e-Kp)*, 3(1), 1–10.
- Ulfa, G. S., & Fatchiya, A. (2018). Efektivitas Instagram “Earth Hour Bogor” sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan. Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 144–157.
- Winarso, W., Sinaga, J., Syarief, F., Untari, D. T., Sukardi, S., & Mulyadi, M. (2023). The Impact of Social Media and Innovation Strategy on the Marketing Performance of Small and Medium Sized Enterprises (Smes) in Bekasi City, Indonesia. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 8(5), 57.