

PENGARUH E – KONSELING AKUN LINE @CURHATALPAS TERHADAP KEPUASAN PELAYANAN KESEHATAN MENTAL PENGGUNANYA

Adinda Dea Nurafiani¹, Agoeng Noegroho², Dwi Pangastuti Marhaeni³.

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jenderal Soedirman

adinda.nurafiani@mhs.unsoed.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi mendorong manusia untuk bertindak layaknya masyarakat digital. Berkat internet, manusia dapat aktif setiap waktu menggunakan media sosial untuk memuaskan kebutuhan dan harapannya. Salah satunya dengan mengakses layanan kesehatan seperti e – konseling @CurhatAlpas untuk membantu manusia dalam mencapai derajat kesehatan mental. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adakah pengaruh penggunaan e – konseling akun LINE @CurhatAlpas terhadap kepuasan pelayanan kesehatan mental pengguna. Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratifications* yang menjelaskan bagaimana seseorang secara aktif mencari dan menggunakan media beserta konten tertentu untuk suatu tujuan yang dapat memenuhi kepuasannya. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna e – konseling akun @CurhatAlpas. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan *quota sampling* melalui rumus Slovin. Kemudian menyebarkan kuesioner online kepada jumlah sampel penelitian sebanyak 56 responden. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang kuat dan positif dari penggunaan media e – konseling akun @CurhatAlpas terhadap kepuasan pelayanan kesehatan mental pengguna. Nilai koefisien regresi dalam penelitian ini adalah $Y = 46,742 + 1,679X$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R_2) dalam penelitian ini adalah 0,486, artinya penggunaan media e – konseling akun @CurhatAlpas memiliki pengaruh sebesar 48,6% terhadap kepuasan pelayanan kesehatan mental pengguna. Selibuhnya, kepuasan pengguna dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti konselor, jadwal konselor, penggunaan fitur, atau konseling *face to face*.

Kata Kunci: E – konseling, *Cyber Counseling*, *Mental Health Service*, *Uses and Gratifications*, *Social Media*.

The Impact of E – Counseling LINE Account @CurhatAlpas on The Satisfaction of User’s Mental Health Services

Adinda Dea Nurafiani¹, Agoeng Noegroho², Dwi Pangastuti Marhaeni³.

Communication Studies Faculty of Social and Political Science

Jenderal Soedirman University

adinda.nurafiani@mhs.unsoed.ac.id

ABSTRACT

The developments of communication technology help people in doing their activity as well as the digital natives do, especially for communicating. Meanwhile, there are many ways to communicate by applying the information technology. One of those ways is by using internet. Because of the internet itself, people can definitely use social media to fulfill their needs and expectations especially to access e – counseling @CurhatAlpas on LINE to help them receive mental health’s degree. This research used Theory of Uses and Gratifications which explains how a user seeks and uses media along with certain content for satisfying purpose. This is quantitative research and population in this research are the clients of @CurhatAlpas on LINE. The samples were chosen by using quota sampling based on Slovin Formula. Then spread the questionnaire online to the number of research samples as many as 56 respondents. Since the research had been finished already, there were a strength significant and positive effect from using e – counseling LINE account @CurhatAlpas to satisfy user of mental health services. The regression coefficient value in this research was $Y = 46.742 + 1.679X$ with significant level 0,000. Determination coefficient value (R²) in this research was 0,486 that means the impact of e – counseling LINE account @CurhatAlpas had an influence on the satisfaction of user’s mental health services, whereas the other data were affected by other factors such as counselors, counselor schedules, feature use, or face to face counseling.

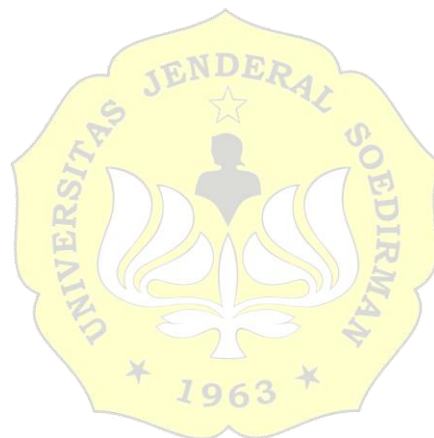
Key Words: *E – counseling, Cyber Counseling, Mental Health Service, Uses and Gratifications, Social Media.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR BAGAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Kerangka Teori.....	18
1. Komunikasi Massa.....	18
2. <i>Teori Uses and Gratification</i>	19
C. Kerangka Konseptual.....	21
1. New Media.....	21
2. Media Sosial.....	23
3. LINE sebagai <i>Instant Messaging</i>	24
4. E - Konseling.....	25
5. Kepuasan Pelayanan Kesehatan Mental Pengguna.....	28

a) Kepuasan Pengguna.....	28
b) Pelayanan Kesehatan.....	30
c) Kesehatan Mental.....	33
D. Kerangka Pemikiran.....	37
E. Hipotesis Penelitian.....	38
F. Definisi Variabel.....	38
1. Definisi Konseptual.....	38
a. Variabel Independen.....	38
b. Variabel Dependen.....	39
2. Definisi Operasional.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Paradigma Penelitian.....	47
B. Jenis Penelitian.....	47
C. Populasi dan Sampel.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Validitas dan Reliabilitas.....	50
1. Uji Validitas Data.....	50
2. Uji Reliabilitas Data.....	54
F. Teknik Analisis Data.....	55
1. Uji Korelasi.....	55
2. Analisis Regresi Linier.....	57
G. Uji Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Profil Alpas.....	59
1. Deskripsi Akun E – Konseling @CurhatAlpas.....	59
2. Keuntungan Layanan Konseling @CurhatAlpas.....	60
3. Logo.....	61
4. Misi Komunitas Alpa.....	61
5. Susunan Kepengurusan.....	61
6. Tugas Perdivisi.....	62
7. Daftar Nama Peer Counselor.....	62
B. Proses Penelitian.....	63
C. Karakteristik Responden Penelitian.....	67
1. Usia.....	69
2. Jenis Kelamin.....	69
3. Tingkat Pendidikan.....	70
4. Status Bekerja.....	71
5. Domisili.....	72
6. Perilaku Penggunaan E – Konseling @CurhatAlpas.....	73
7. Topik Konsultasi.....	74
8. Intensitas Konsultasi.....	75
D. Analisis Deskripsi Variabel X.....	76
1. Gambaran Mengenai Variabel X: Penggunaan E – Konseling @CurhatAlpas.....	77
E. Analisis Deskripsi Variabel Y.....	104

1. Gambaran Mengenai Variabel Y: Kepuasan Pelayanan Kesehatan Mental Pengguna.....	101
2. Hasil Uji Linearitas.....	137
3. Hasil Uji Normalitas.....	138
4. Hasil Uji Korelasi.....	140
5. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	141
6. Pembahasan.....	143
BAB V PENUTUP.....	160
A. KESIMPULAN.....	160
B. SARAN.....	161
DAFTAR PUSTAKA	163
KUESIONER PENELITIAN.....	175
LAMPIRAN.....	184



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2. Definisi Operasional.....	41
Tabel 3. Validitas Instrumen X.....	51
Tabel 4. Validitas Instrumen Y.....	52
Tabel 5. Interpretasi nilai r (Alpha).....	55
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	55
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	55
Tabel 8. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R.....	57
Tabel 9. Nama Peer - Counselor @CurhatAlpas.....	62
Tabel 10. Frekuensi Pengguna E-Konseling @CurhatAlpas Berdasarkan Bulan Konsultasi.....	66
Tabel 11. Frekuensi Usia Responden.....	69
Tabel 12. Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	69
Tabel 13. Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden.....	70
Tabel 14. Frekuensi Status Bekerja Responden.....	71
Tabel 15. Frekuensi Domisili Responden.....	72
Tabel 16. Frekuensi Perilaku Penggunaan E - Konseling @CurhatAlpas.....	73
Tabel 17. Frekuensi Topik Konsultasi Responden.....	74
Tabel 18. Frekuensi Intensitas Konsultasi Responden.....	75
Tabel 19. Hasil Responsi Variabel X ₁ : Dimensi Frekuensi Penggunaan E-Konseling @CurhatAlpas.....	77
Tabel 20. Mean Dimensi Frekuensi Penggunaan E - Konseling @CurhatAlpas.....	78
Tabel 21. Hasil Responsi Variabel X ₂ : Dimensi Intensitas Perhatian.....	81
Tabel 22. Mean Dimensi Intensitas Perhatian.....	82
Tabel 23. Hasil Responsi Variabel X ₃ : Dimensi Intensitas Penghayatan.....	86
Tabel 24. Mean Dimensi Intensitas Penghayatan.....	87

Tabel 25. Hasil Responsi Variabel X ₄ : Dimensi Aksesibilitas Kesempatan.....	91
Tabel 26. Mean Dimensi Aksesibilitas Kesempatan.....	92
Tabel 27. Hasil Responsi Variabel X ₅ : Dimensi Aksesibilitas Keuntungan.....	95
Tabel 28. Mean Dimensi Aksesibilitas Keuntungan.....	96
Tabel 29. Hasil Responsi Variabel X ₆ : Dimensi Aksesibilitas Kemudahan.....	98
Tabel 30. Mean Dimensi Aksesibilitas Kemudahan.....	99
Tabel 31. Mean Variabel X: Penggunaan Media E – Konseling @CurhatAlpas	102
Tabel 32. Hasil Responsi Variabel Y ₁ : Dimensi <i>Responsiveness</i>	105
Tabel 33. Mean Dimensi <i>Responsiveness</i>	106
Tabel 34. Hasil Responsi Variabel Y ₂ : Dimensi <i>Safeguards</i>	111
Tabel 35. Mean Dimensi <i>Safeguards</i>	112
Tabel 36. Hasil Responsi Variabel Y ₃ : Dimensi <i>Empathy</i>	116
Tabel 37. Mean Dimensi <i>Empathy</i>	117
Tabel 38. Hasil Responsi Variabel Y ₄ : Dimensi Kenyamanan.....	121
Tabel 39. Mean Dimensi Kenyamanan.....	122
Tabel 40. Hasil Responsi Variabel Y ₅ : Dimensi <i>Support</i>	125
Tabel 41. Mean Dimensi <i>Support</i>	126
Tabel 42. Hasil Responsi Variabel Y ₆ : Dimensi Pengetahuan.....	130
Tabel 43. Mean Dimensi Pengetahuan.....	131
Tabel 44. Mean Variabel Y: Kepuasan Pelayanan Kesehatan Mental Penggunanya	135
Tabel 45. Hasil Uji Linearitas.....	137
Tabel 46. Hasil Uji Normalitas.....	138
Tabel 47. Hasil Uji Korelasi.....	139
Tabel 48. R Square Variabel X Terhadap Variabel Y.....	140
Tabel 49. Hasil Uji Anova Variabel X Terhadap Variabel Y.....	140
Tabel 50. Koefisien Regresi Linier Sederhana.....	141

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tahap Penggunaan E- Konseling Intervensi Kesehatan Mental Berbasis Teks.....	28
Gambar 2. Logo Alpas.....	61
Gambar 3. Diagram Frekuensi Penggunaan E – Konseling.....	66
Gambar 4. Histogram <i>Mean</i> Dimensi Frekuensi Penggunaan e-Konseling @CurhaAlpas.....	78
Gambar 5. Histogram <i>Mean</i> Dimensi Intensitas Perhatian.....	82
Gambar 6. Histogram <i>Mean</i> Dimensi Intensitas Penghayatan.....	87
Gambar 7. Histogram <i>Mean</i> Dimensi Aksesibilitas Kesempatan.....	92
Gambar 8. Histogram <i>Mean</i> Dimensi Aksesibilitas Keuntungan.....	96
Gambar 9. Histogram <i>Mean</i> Dimensi Aksesibilitas Kemudahan.....	99
Gambar 10. Histogram <i>Mean</i> Variabel X: Penggunaan Media E – Konseling @CurhatAlpas.....	102
Gambar 11. Histogram <i>Mean Responsiveness</i>	106
Gambar 12. Histogram <i>Mean Safeguards</i>	112
Gambar 13. Histogram <i>Mean Empathy</i>	117
Gambar 14. Histogram <i>Mean Kenyamanan</i>	122
Gambar 15. Histogram <i>Mean Support</i>	126
Gambar 16. Histogram <i>Mean Pengetahuan</i>	131
Gambar 17. Histogram <i>Mean</i> Variabel Y: Kepuasan Pelayanan Kesehatan Mental Pengguna.....	135
Gambar 18. Normal P – Plot.....	138

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Pemikiran.....	37
Bagan 2. Tahapan E - Konseling @CurhatAlpas.....	157

