

Resepsi Khalayak terhadap Konten 'Fact Psikologi' di TikTok @Afityaputri Terkait *Cyberchondria*

Dwi Nurul Maulidya Ardi*, Diah Agung Esfandari

Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

*dwinurulmaulidya@gmail.com

Artikel

Submitted: 25-08-2024

Reviewed: 04-10-2024

Accepted: 24-07- 2025

Published: 05-12-2025

DOI: 10.32509/wacana.v24i2.4436



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Volume : 24
No. : 2
Bulan : Desember
Tahun : 2025
Halaman : 321-334

Abstract

The digitalization of information has reshaped how people consume and interpret health information. In Indonesia, the rapid increase of internet users has encouraged the public to seek health knowledge online, often leading to self-diagnose and excessive anxiety known as Cyberchondria. Although existing studies discuss this phenomenon, most emphasize psychological correlations rather than audience interpretation, leaving a theoretical gap regarding how mental health content on social media is received. This study addresses that gap by analyzing audience reception of the "Fact Psikologi" content on the TikTok account @afityaputri, which may trigger Cyberchondria. Employing a qualitative method with Stuart Hall's reception analysis, the research identifies audience decoding positions (dominant hegemonic, negotiated, and oppositional) and Cyberchondria dimensions (compulsion, distress, excessiveness, seeking reassurance, and mistrust of medical professionals). The findings indicate that most participants occupy a negotiated position, considering the content educational and relevant, yet anxiety-inducing and prone to promoting excessive information seeking. Theoretically, this research expands Stuart Hall's reception theory within digital media and mental health contexts. In conclusion, the TikTok content is ambivalent, informative yet capable of provoking Cyberchondria, emphasizing the importance of developing critical digital literacy among audiences.

Keywords: *Cyberchondria; Audience Reception; TikTok; "Fact Psikologi" Content; Health Information*

Abstrak

Perkembangan digitalisasi informasi telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi dan memaknai informasi kesehatan. Di Indonesia, peningkatan pesat jumlah pengguna internet mendorong masyarakat untuk mencari informasi kesehatan secara daring yang sering kali menimbulkan perilaku *self-diagnose* dan kecemasan berlebihan (*Cyberchondria*). Meskipun penelitian mengenai fenomena ini telah dilakukan, sebagian besar masih berfokus pada hubungan antarvariabel psikologis dan belum banyak mengkaji bagaimana khalayak menafsirkan konten kesehatan mental di media sosial. Penelitian ini bertujuan mengisi celah tersebut dengan menganalisis resepsi khalayak terhadap konten "Fact Psikologi" di akun TikTok @afityaputri yang berpotensi memicu *Cyberchondria*. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall untuk mengidentifikasi posisi penerimaan khalayak (*dominant hegemonic, negotiated, dan oppositional*) serta dimensi *Cyberchondria* (*compulsion, distress, excessiveness, seeking reassurance, dan mistrust of medical professionals*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas informan berada pada posisi *negotiated*, menilai konten sebagai edukatif dan relevan, namun juga memunculkan kecemasan dan perilaku pencarian informasi yang berlebihan. Secara teoritis, penelitian ini memperluas penerapan teori resepsi Stuart Hall pada konteks media digital dan isu kesehatan mental. Kesimpulannya, konten TikTok @afityaputri bersifat ambivalen yakni informatif sekaligus tetap berpotensi memicu *Cyberchondria*, oleh karena itu diperlukan literasi digital yang lebih kritis.

Kata Kunci: *Cyberchondria; Resepsi Khalayak; TikTok; Konten 'Fact Psikologi'; Informasi Kesehatan*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan digitalisasi informasi mengubah cara masyarakat dalam mengakses, memproduksi, dan memaknai informasi. Internet kini menjadi wadah utama yang memungkinkan arus informasi bergerak cepat tanpa adanya batas ruang dan waktu. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023), pada periode 2022-2023 terdapat 215,63 juta pengguna internet di Indonesia, hal ini menunjukkan tingkat penetrasi digital yang sangat tinggi. Kondisi ini menjadi indikator menguatnya literasi digital masyarakat, di mana internet dijadikan sebagai sumber informasi penting mengenai kesehatan fisik dan mental.

Masyarakat tidak hanya menggunakan internet untuk komunikasi dan hiburan tetapi juga sebagai sumber informasi kesehatan (Ivanova & Karabeliova, 2014; Masruroh, 2020) menyatakan bahwa Fenomena ini diperkuat dengan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023) yang mengindikasikan konten kesehatan sebagai salah satu informasi yang paling sering diakses oleh pengguna internet di Indonesia. Namun, kemudahan akses dan ketersediaan informasi kesehatan yang berlimpah justru menimbulkan fenomena baru yakni adanya *self-diagnose* yang berpotensi menimbulkan kecemasan yang disebut dengan *Cyberchondria*.

Cyberchondria adalah kecenderungan seseorang dalam mencari informasi kesehatan secara daring yang kemudian meningkatkan kecemasan terhadap kesehatan dirinya (Starcevic, 2017; Zheng, H & Jr, 2020). Sementara itu, McElroy & Shevlin menambahkan bahwa *Cyberchondria* bisa mengakibatkan konsekuensi negatif berupa ketakutan akan sebuah penyakit, kebingungan informasi medis, kecanduan pencarian informasi, dan gangguan hubungan dengan tenaga medis (McElroy & Shevlin 2014; Zheng, 2021). Informasi yang beredar di media daring sering kali bersifat parsial, terlalu disederhanakan dan bahkan mengandung informasi yang salah (Ahmed & Samuel, 2017), kemudian mereka menilai bahwa hal tersebutlah yang menjadi salah satu pemicu utama dari *Cyberchondria*.

Dalam konteks perkembangan *new media*, Pierre Levy menjelaskan bahwa masyarakat kini hidup dalam era dimana pengetahuan sudah tersebar dan dikonstruksi secara kolektif melalui media digital. Media sosial sebagai produk dari web 2.0 (Kaplan & Haenlein, 2010; Grimaldi, 2023) memungkinkan pengguna untuk tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen yang aktif membagikan konten. Data menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 167 juta orang (74,04% dari total penduduk) dengan TikTok sebagai salah satu yang paling banyak diminati. Menurut (Databooks, 2023), Indonesia menempati peringkat kedua pengguna terbanyak dengan 112,98 juta pengguna.

Popolaritas TikTok didorong oleh algoritma *For Your Page* (FYP) memiliki peran penting dalam memfasilitasi penyebaran konten, hal ini menjadikan konten kreator sebagai aktor kunci dari penyebaran informasi (Trigartanti, 2018). Salah satu fenomena yang muncul dari pengguna TikTok adalah meningkatnya konten edukasi non-formal termasuk konten kesehatan mental. Akun @afityaputri merupakan salah satu contoh konten kreator yang aktif membagikan konten video bertajuk "*Fact Psikologi*". Meskipun pembuat konten ini tidak memiliki latar belakang profesional di bidang psikologi, akun tersebut berhasil memperoleh jutaan penonton dan pengikut, sehingga diperlukan analisis mendalam terkait resepsi khalayak terhadap kredibilitas sumber informasi guna mengidentifikasi risiko *Cyberchondria* yang muncul.

Selanjutnya, pada tahun 2023, pengguna TikTok didominasi oleh generasi muda. Sebanyak 34,9% pengguna TikTok yang berusia 18-24 tahun (*Business of Apps*; Databooks, 2023). Hal ini membuat generasi muda tersebut lebih beresiko terpapar informasi kesehatan. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian oleh (Bacjar; Vismara, 2020) yang menghasilkan bahwa orang dewasa muda memiliki kemungkinan mengalami *Cyberchondria* lebih tinggi jika dibandingkan orang-orang dewasa yang lebih tua.

Untuk mengidentifikasi potensi konten TikTok dalam memicu *self-diagnose* dan *Cyberchondria*, peneliti melakukan observasi pra-penelitian pada tanggal 7 – 16 november 2023. Observasi pra-penelitian dilakukan dengan menganalisis 10 akun konten kreator TikTok yang terdiri dari 5 akun yang berfokus pada kesehatan mental dan 5 akun yang berfokus pada kesehatan fisik. Hasilnya

menunjukkan bahwa konten kesehatan mental memiliki kerentanan jauh lebih tinggi sebagai pemicu *self-diagnose* dan *Cyberchondria* dengan 1.742 komentar indikatif pada kategori tersebut jika dibandingkan kategori kesehatan fisik. Fenomena ini sejalan dengan pandangan Stuart Hall mengenai resepsi khalayak. (Stuart Hall; Blanchett et al., 2023) menyatakan bahwa khalayak memiliki peran aktif dalam menafsirkan pesan media berdasarkan konteks sosial serta pengalaman pribadi. Oleh karena itu, hal ini membenarkan urgensi penelitian lebih lanjut mengenai interpretasi khalayak terhadap pesan kesehatan di TikTok.

Untuk memahami bagaimana cara khalayak menafsirkan pesan di media, teori *encoding-decoding* oleh Stuart Hall digunakan ke dalam kerangka analisis. Hall menjelaskan bahwa pesan pada media dapat diterima oleh khalayak dalam tiga posisi resepsi yakni *dominant hegemonic position*, *negotiated position* dan *oppositional position*. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi yang sistematis mengenai bagaimana khalayak menerima pesan konten “Fact Psikologi” di akun TikTok @afityaputri. Pemahaman ini menjadi penting karena penerimaan khalayak yang berbeda akan menentukan apakah konten yang dipublikasikan berfungsi sebagai sarana edukatif secara positif atau justru memicu kecemasan digital.

Di Indonesia, penelitian terkait *Cyberchondria* masih tergolong terbatas. Konsep *Cyberchondria* sendiri juga masih dalam tahap pengembangan dan membutuhkan penelitian yang lebih lanjut untuk memperjelas konseptualisasinya (Zheng, H & Jr, 2020). Sebagian besar studi sebelumnya menekankan pada aspek kuantitatif, seperti penelitian oleh Simanjuntak & Princen (2022) yang meneliti tentang pengaruh kecemasan kesehatan dengan *Cyberchondria* di tengah pandemic covid-19. Pada studi internasional, penelitian juga masih berfokus pada pengembangan konsep dan juga studi kuantitatif, seperti yang dilakukan oleh (Khazaal, 2021) yang meneliti mengenai “*Compulsive Health-Related Internet Use and Cyberchondria*”.

Penelitian yang mengintegrasikan teori resepsi Stuart Hall dengan fenomena *Cyberchondria* pada platform media sosial merupakan bidang yang relative baru, khususnya pada konteks studi di Indonesia. Gap penelitian ini terletak pada minimnya kajian mengenai *Cyberchondria* terutama kaitannya dengan penafsiran pesan dari konten kesehatan mental di media sosial oleh khalayak. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menawarkan kontribusi teoritis baru yang menggabungkan pendekatan resepsi dengan fenomena kesehatan digital terutama terkait dengan TikTok, yang saat ini belum banyak dikaji di Indonesia.

Penelitian ini berupaya menjawab tiga pertanyaan utama yakni: (1) bagaimana resepsi khalayak mengenai isi pesan konten “Fact Psikologi” di akun TikTok @afityaputri; (2) pesan apa saja yang didapatkan oleh khalayak setelah menyaksikan konten “Fact Psikologi” di akun TikTok @afityaputri; (3) seperti apa dimensi-dimensi *Cyberchondria* yang dialami oleh khalayak setelah menyaksikan konten “Fact Psikologi” di akun TikTok @afityaputri.

Umumnya, penelitian ini bertujuan untuk memahami resepsi khalayak terhadap konten “Fact Psikologi” di akun TikTok @afityaputri yang berpotensi memicu *Cyberchondria*. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi posisi khalayak sesuai dengan teori Stuart Hall (*dominant hegemonic position*, *negotiated position* dan *oppositional position*), serta menganalisis hubungan antara penerimaan pesan dengan dimensi perilaku *Cyberchondria* (*Compulsion*, *Distress*, *Excessiveness*, *Seeking Finding Reassurance* dan *Mistrust of Medical Professional*). Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bisa memperluas penerapan teori resepsi Stuart Hall dalam konteks media digital dan isu kesehatan mental dengan menghubungkan level makna (*decoding*) dan perilaku pencarian informasi. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan bisa meningkatkan kesadaran literasi digital kalangan pengguna media sosial.

Kajian ini tidak hanya berupaya mengidentifikasikan makna yang diterima oleh khalayak, tapi juga menyoroti dinamika psikologis yang menyertai era digital. Penelitian ini berargumen bahwa analisis resepsi khalayak terhadap pesan media bisa menjadi langkah fundamental dalam mewujudkan ekosistem digital yang sehat dan kritis.

METODOLOGI

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif dengan kerangka teori analisis resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman mendalam dengan lebih terperinci terkait bagaimana khalayak memberi makna terhadap pesan yang disampaikan pada konten di akun TikTok @afityaputri dalam proses *decoding* pesan media. Selain itu, pendekatan ini krusial untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi *Cyberchondria*.

Teori analisis resepsi Stuart Hall menjadi landasan utama dalam menganalisis proses encoding dan *decoding* pesan media sosial. Teori ini berfokus pada studi mengenai bagaimana khalayak menginterpretasikan (memproduksi makna) dan memahami isi pesan berdasarkan pengalaman serta pandangan mereka saat berinteraksi dengan media (Yahya, 2021). Dalam konteks penelitian ini, analisis resepsi digunakan untuk mengeksplorasi interpretasi khalayak terhadap konten psikologi di akun TikTok @afityaputri, serta mengidentifikasi berbagai posisi resepsi, yaitu *dominant-hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position*.

Selanjutnya, subjek yang terlibat merupakan sepuluh informan dewasa muda yang aktif menggunakan media sosial TikTok serta telah berinteraksi dengan konten "*Fact Psikologi*" di akun @afityaputri. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih informan penelitian berdasarkan usia dewasa muda yakni (18-24 tahun) seperti yang dijelaskan oleh (Bacjar; Vismara, 2020) bahwa kelompok ini lebih rentan mengalami *Cyberchondria* setelah mengakses informasi kesehatan daripada orang-orang dewasa yang lebih tua. Selain itu, subjek dipilih berdasarkan usia ini karena mereka memiliki tingkat literasi media yang cukup tinggi sehingga memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan kritis terhadap sebuah konten yang dikonsumsi.

Setelah menentukan informan, peneliti menggunakan teknik wawancara serta observasi untuk pengumpulan data. Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditentukan kepada informan yakni mengidentifikasi berbagai posisi resepsi (*dominant hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*) serta memahami penerimaan pesan terkait *Cyberchondria* dengan mengidentifikasi dimensinya (*Compulsion*, *Distress*, *Excessiveness*, *seeking reassurance*, dan *Mistrust of Medical Professional*). Sedangkan observasi dilakukan dengan mengamati lokasi penelitian yakni pada ruang siber yang bertempat di media sosial TikTok guna mengumpulkan data, mencatat dan merekam hasil wawancara yang telah dilakukan.

Analisis data mengikuti model yang dikembangkan oleh (Miles dan Huberman; Sugiyono, 2016) yang meliputi tiga tahapan. Pertama, reduksi data, di mana data wawancara dan observasi disaring dengan mengeliminasi data yang tidak memiliki relevansi dengan penelitian. Kedua, Penyajian data, di mana data-data yang telah direduksi disusun menjadi narasi deskriptif yang sistematis. Ketiga, penarikan kesimpulan, di mana kesimpulan sementara ditarik berdasarkan analisis yang dilakukan dengan cara memperdalam pemahaman terhadap data.

Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menerapkan triangulasi sumber. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara antar informan dan temuan dari observasi digital. Melalui proses tersebut, kemudian menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai resepsi khalayak terhadap konten yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Posisi Resepsi Khalayak

Menggunakan teori *encoding-decoding* Stuart Hall, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum menempatkan diri pada *negotiated position* di mana 8 dari 10 informan menempati posisi ini sedangkan 2 lainnya berada pada *dominant hegemonic position*. Perbedaan posisi resepsi ini dipengaruhi oleh latar belakang berbeda pada setiap informan berdasarkan pengalaman, pengetahuan serta nilai-nilai yang dimiliki khalayak sesuai dengan pernyataan Stuart Hall. Temuan ini menunjukkan bahwa khalayak tidak sepenuhnya pasif.

Dalam kerangka Stuart Hall, hal ini menggambarkan proses *decoding* yang tidak linear. Pada *dominant hegemonic position*, informan cenderung menerima konten apa adanya karena merasa relevan dan benar bagi diri mereka berdasarkan kepercayaan konten yang mudah dipahami. Pada posisi ini, konten bekerja sebagai otoritas makna sehingga khalayak yang berada di posisi ini lebih dekat dengan *preferred meaning* yang dikodekan oleh pembuat konten. Temuan ini memperkuat pendapat Hall dan pengembangan studi resepsi bahwa media masih memiliki kapasitas hegemonik ketika khalayak memandang sumber sebagai pesan yang kredibel dan lebih bisa dipercaya dibandingkan pengetahuan diri sendiri.

Sebaliknya, informan pada *negotiated position* menyadari pesan inti pada konten bahwa kesehatan mental itu penting, namun melakukan penawaran pada aspek-aspek tertentu sehingga dapat dikatakan mereka menaruh batasan tertentu dalam penerimaan pesan. Pada konteks konten "Fact Psikologi", khalayak menjadikannya sebagai template makna yang kemudian ditinjau ulang oleh pengalaman personal. Beberapa informan menvalidasi informasi konten dengan mengatakan "Saya relate/relevan dengan konten yang dibagikan", tapi sekaligus menetapkan batasan pada penerimaan konten karena konten kreator @afityaputri, tidak mencantumkan sumber yang kredibel.

Tabel 1. Data Hasil Analisis Resepsi Khalayak

Informan	Kata Kunci	Posisi
Pertama	<p>"Menurut saya, konten 'Fact Psikologi' di akun TikTok @afityaputri relevan dengan saya karena sebagian besar dari penjelasan konten tersebut pernah saya alami..."</p> <p>"...lumayan percaya tentang informasi pada akun tersebut dikarenakan, sebelumnya saya juga sempat telaah dan mengingat ngingat lagi..."</p> <p>"...saya berminat untuk melakukan konsultasi dengan ahlinya..."</p> <p>"Saya pernah membagikannya kepada orang spesial saya dan mendiskusikannya..."</p>	Negotiated Position
Kedua	<p>"...saya merasa relevan dan relate sehingga hal ini menimbulkan rasa ingin tahu"</p> <p>"Saya kurang yakin sebab informasi yang diberikan tersebut kita belum tahu fakta atau bukan jadi sejauh ini saya belum menerapkan apa yang menjadi informasi di dalam konten yang dibagikan."</p>	Negotiated Position
Ketiga	<p>"...gejala yang disampaikan pada konten tersebut cukup relevan dengan apa yang pernah saya alami."</p> <p>"...lumayan membuat saya bingung yaitu soal sumber informasinya..."</p> <p>"...pernah (membagikan informasi) kepada psikiater aku..."</p>	Negotiated Position
Keempat	<p>"Ya (relevan), topik bahasan dalam konten 'Fact Psikologi' saya rasa seringkali berhubungan dengan pengalaman sehari-hari..."</p> <p>"...informasi tersebut kurang mendalam dan bisa disalahpahami... tidak didukung dengan bukti ilmiah yang kuat...penting untuk tetap kritis untuk memverifikasi informasi tersebut"</p>	Negotiated Position

	“...saya merasa relate dan membutuhkan validasi dari teman saya... ”	
Kelima	“Sejauh ini tidak ada (yang dirasa membingungkan), semuanya saya rasa bisa diterima dan relevan dengan saya...”	Negotiated Position
	“... tidak sepenuhnya , karena dari yang saya amati selama menyaksikan konten dari TikTok @afityaputri, dia tidak mencantumkan sumber-sumber yang mendukung ”	
Keenam	“... hanya beberapa kontennya saja yang saya rasa relevan... ”	Negotiated Position
	“...menurut saya kita tidak bisa mempercayai semua informasi yang dibagikan walau kita merasa relevan dengan konten tersebut.”	
Ketujuh	“Konten tersebut sangat informatif dan menarik untuk disimak... makanya saya follow agar tidak ketinggalan... ” “ Relevan , jadi saya follow akunnya.”	Dominant Hegemonic Position
	“Sejauh ini tidak ada (yang dirasa membingungkan), aman saja karena menurut saya konten tersebut gampang dipahami.”	
Kedelapan	“Konten tersebut, konten positif sih menurut saya...” “... relevan untuk diri sendiri...”	Dominant Hegemonic Position
	“Sejauh ini tidak ada karena saya tipe orang yang menerima apa yang masuk di logika saya dan dalam kasus konten ‘Fact Psikologi’ semuanya saya rasa masuk akal...”	
Kesembilan	“ Iya (relevan) makanya saya melakukan interaksi... ”	Negotiated Position
	“...saya tidak merasa kontennya kontroversial. Hanya saja , yang menjadi pertanyaan saya adalah apakah dia ahli di bidang psikologi atau tidak...”	
Kesepuluh	“ Iya (relevan), terbukti dari ada beberapa video yang saya berikan komentar...” “...hal-hal yang ditunjukkan dalam internet maupun media sosial itu tidak bisa dipercaya penuh... ”	Negotiated Position

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Tabel 1. Menyajikan data dari hasil analisis resepsi khalayak terhadap konten “Fact Psikologi” di akun TikTok @afityaputri. Dapat dijelaskan bahwa 8 informan yang berada pada *negotiated position* merasa bahwa konten “Fact Psikologi” relevan dengan mereka namun masih menunjukkan keraguan terhadap kredibilitas informasi karena tidak adanya bukti ilmiah yang diajukan. Sementara itu, 2 informan lainnya berada pada posisi *dominant hegemonic* yang menerima pesan secara langsung tanpa adanya kritik.

Secara teoritis, hal ini menegaskan kembali peran khalayak sebagai *cultural agent* yang aktif dalam menerima sebuah pesan, dijelaskan oleh (Fiske & McQuail; Nugroho, 2012). Khalayak memanfaatkan konten untuk menegosiasikan identitas serta pemahaman diri namun tetap mempertahankan nilai yang lebih dulu telah dimiliki

Dalam konsep *Cyberchondria*, konfigurasi terhadap posisi resepsi ini penting. Individu yang berada pada *dominant hegemonic position* lebih rentan dalam menganggap konten sebagai “diagnosis siap pakai”, menggunakan label psikologis ke berbagai pengalaman sehari-hari, serta menjadikan konten sebagai pengganti konsultasi secara profesional. Sementara itu, informan yang berada pada *negotiated position* cenderung memanfaatkan konten sebagai bahan refleksi dan membatasi konten untuk memberi dampak kepada diri mereka.

Berbeda dengan penelitian oleh (Zheng & Tandoc, 2022) yang menekankan peran kecemasan dalam pencarian informasi yang berlebihan sebagai faktor internal, temuan pada penelitian ini menambahkan dimensi baru, yakni cara khalayak melakukan *decoding* pesan media turut membetuk kerentanan terhadap *Cyberchondria*.

Isi Pesan yang Diterima

Isi pesan yang diterima oleh khalayak dari konten “*Fact Psikologi*” di akun TikTok @afityaputri dapat diringkas menjadi beberapa kategori utama yakni sebagai berikut:

Pesan Mengenai Kesehatan Mental

Kategori pertama, khalayak merasa lebih melek terhadap isu psikologis baik untuk dirinya sendiri maupun kesadaran terhadap situasi psikologis orang lain. Konten dipahami bahwa emosi ataupun pola pikir tertentu bisajadi merupakan efek psikologis. Selain itu, pesan yang didapatkan mengenai kesehatan mental ini menjadi motivasi *self-help* yang bisa digunakan sebagai panduan praktis sehari-hari. Hal ini dikarenakan pesan yang diterima oleh informan tidak hanya terbatas pada kesadaran akan isu kesehatan mental, namun juga meningkatkan kesadaran tentang apa yang bisa dilakukan secara mandiri.

Pesan Mengenai Wawasan Baru Diikuti Pemahaman dan Perubahan Sikap

Pesan yang diterima oleh khalayak ini menggambarkan dampak positif TikTok sebagai media yang edukatif, sejalan dengan penjelasan (Grimaldi, 2023). Khalayak merasa bahwa konten “*Fact Psikologi*” di akun TikTok @afityaputri ini memberikan mereka pengetahuan baru terkait kondisi mental yang sebelumnya tidak mereka pahami. Wawasan baru tersebut memberikan dorongan untuk perubahan sikap karena mendapatkan legitimasi terhadap perasaan yang sebelumnya dirasa sulit untuk dijelaskan.

Pesan Mengenai Kredibilitas Informasi yang Dibagikan

Secara keseluruhan, tidak ada informan yang memberikan 100% kepercayaan mereka pada konten ‘*Fact Psikologi*’ di akun *TikTok* @afityaputri. Semua memiliki pendapat yang sama bahwa mereka tidak bisa mempercayai begitu saja informasi yang ada pada media sosial walaupun mereka merasa relevan dengan konten tersebut. Kaitannya dengan *Cyberchondria*, hal ini bisa menimbulkan pencarian informasi yang berlebihan karena informan akan mencari informasi lebih lanjut untuk mendapatkan kredibilitas informasi.

Tabel 2. Data Hasil Pesan yang Didapatkan Khalayak

Informan	Kata Kunci	Kategori Pesan yang Didapatkan Khalayak
Pertama	<i>“Pesan yang dapat saya terima adalah “Pembelajaran parenting bagi orang tua itu sangat penting sebelum smembuat keputusan untuk mempunyai anak” ...”</i>	Pesan Mengenai Kesehatan Mental
Kedua	<i>“...bijaklah dalam menonton konten video apa lagi konten yang sifatnya</i>	Pesan Mengenai Kredibilitas Informasi yang Dibagikan

	<i>informatif...belum tentu juga informasi yang disampaikan benar adanya."</i>	
Ketiga	<i>"...mengenai informasi-informasi kesehatan mental sangat penting buat kita bisa mengidentifikasi masalah mental yang sedang kita alami..."</i>	Pesan Mengenai Kredibilitas Informasi yang Dibagikan
Keempat	<i>"Pesan yang saya terima adalah mengetahui bahwa ada banyak sekali istilah dalam menggambarkan sifat-sifat seseorang..."</i>	Pesan Mengenai Wawasan Baru Diikuti Pemahaman dan Perubahan Sikap
Kelima	<i>"...seperti yang dijelaskan tadi kalau saya mendapatkan pemahaman baru bahwa perbuatan buruk seseorang itu bukan semata-mata karena dia memang merupakan orang yang buruk, namun bisa saja hal tersebut adalah trauma atau pun kejadian buruk yang pernah menimpa dia di masa lalu sehingga berdampak kepada kepribadian dia sekarang."</i>	Pesan Mengenai Wawasan Baru Diikuti Pemahaman dan Perubahan Sikap
Keenam	<i>"...pesan yang bisa saya dapatkan itu adalah berupa wawasan baru. Setelah mendapatkan informasi, saya bisa mengidentifikasi bahwa kepribadian yang saya miliki ini bukan sebuah keanehan..."</i>	Pesan Mengenai Wawasan Baru Diikuti Pemahaman dan Perubahan Sikap
Ketujuh	<i>"...saya bisa mengambil pesan bahwa memahami latar belakang dari sifat atau perilaku seseorang penting, hal ini dilakukan agar kita tidak menilai sesuatu hanya dengan apa yang kita lihat."</i>	Pesan Mengenai Wawasan Baru Diikuti Pemahaman dan Perubahan Sikap
Kedelapan	<i>"...bahwa kita manusia, di kehidupan ini memang harus seimbang...Jadi kalo ngerasa depresi atau mental yang naik turun, selama kita ada niat untuk memperbaiki dan bertahan pasti bisa."</i>	Pesan Mengenai Kesehatan Mental
Kesembilan	<i>"...tidak baik juga mempercayai informasi yang tidak bersumber dari ahlinya."</i>	Pesan Mengenai Kredibilitas Informasi yang Dibagikan
Kesepuluh	<i>"...dan saya baru tahu kalau hal tersebut adalah sebuah gangguan mental."</i>	Pesan Mengenai Wawasan Baru Diikuti Pemahaman dan Perubahan Sikap

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Tabel 2. Menampilkan data hasil pesan mengenai pesan yang diterima oleh khalayak dari konten "Fact Psikologi" di akun TikTok @afityaputri kemudian ditemukan tiga kategori utama. Ketiga kategori ini menggambarkan kedalaman pemaknaan pesan oleh khalayak sesuai dengan teori *encoding-decoding* Stuart Hall, di mana masing-masing khalayak menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta kapasitas literasi medianya. Temuan ini memperkuat pendapat (Ivanova & Karabeliova; Masruroh, 2020) yang menyatakan bahwa internet (termasuk media sosial) tidak hanya menjadi ruang hiburan namun juga menjadi sumber informasi kesehatan yang membentuk persepsi dan pengetahuan awam. Selain itu, temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pemaknaan pesan tidak bersifat tunggal, melainkan dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, tingkat kepercayaan serta sikap awal informan terkait informasi kesehatan. Hal ini sejalan dengan

Rahmawati (2018) yang mengemukakan bahwa pemaknaan pesan kesehatan di media internet sangat beragam, bergantung pada kepercayaan serta sikap pengguna terhadap pesan yang diterima.

Dari perspektif *Cyberchondria*, isi pesan yang diterima oleh khalayak memiliki dua sisi yakni meningkatkan *awareness* serta refleksi diri secara normative positif dan di sisi lain, ketika istilah pemahaman psikologis dipahami secara simpistis, pesan dapat berbelok ke arah yang menjadi pemicu *self-diagnose*.

Pada titik inilah kajian ini sejalan dengan penelitian (Masruroh, 2020) yang menghubungkan *low-self esteem* dengan konsep *Cyberchondria*. Individu dengan *low-self esteem* dikatakan lebih mudah menafsirkan informasi kesehatan secara negatif. Hal ini menunjukkan bahwa konten edukasi kesehatan mental di platform seperti TikTok dapat memperkuat dan melemahkan kerentanan psikologis tergantung pada kondisi psikologis awal khalayak.

Pada sudut pandang literasi media, penerimaan pesan sangat dipengaruhi oleh kemampuan khalayak dalam mengevaluasi sumber, mengecek ulang informasi serta membedakan antara informasi umum dan diagnosis klinis. Sebagaimana yang ditegaskan oleh (Nurwahideni, 2022) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa semakin tinggi literasi kesehatan digital, semakin rendah pula kecenderungan *Cyberchondria*. Sementara pengguna dengan literasi rendah lebih beresiko dalam menjadikan konten sebagai dasar *self-diagnose* yang berakibatkan pada pencarian informasi yang berlebihan. Kajian ini menambahkan kontribusi lapisan makna dengan menjelaskan bagaimana isi pesan diterima, dinegosiasi dan diserap oleh khalayak dalam konsep konten media pada perilaku *Cyberchondria*.

Dimensi *Cyberchondria*

Dimensi *Cyberchondria*, dikutip dari (Mcelroy & Shevlin; Masruroh, 2020) dapat dipetakan ke dalam lima dimensi utama. Dalam penelitian ini, kelima dimensi tersebut muncul pada informan sebagai berikut:

Tabel 3. Data Hasil Analisis Dimensi *Cyberchondria*

Informan	Kata Kunci	Dimensi <i>Cyberchondria</i>
Pertama	" Iya (melakukan pencarian lebih lanjut), <i>hal ini saya lakukan karena pure ingin mengetahui tentang keadaan saya...</i> "	Excessiveness
Kedua		
Ketiga		
Keempat	" Cukup mengganggu , dengan adanya kecemasan berlebihan saya menjadi takut untuk melakukan kegiatan lainnya..."	Compulsion
Kelima		
	"...konten tersebut menimbulkan rasa kecemasan berlebihan bagi saya"	Distress
	"...saya berminat untuk melakukan konsultasi dengan ahlinya dan ya untuk mendapatkan ketenangan secara batin terutama..."	Seeking Finding Reassurance
	"...masih ada keraguan sedikit terhadap tenaga medis profesional karena saya juga sering mendapatkan konten dimana orang-orang tidak mendapatkan hasil yang baik setelah berkonsultasi dengan ahlinya, terkadang mereka juga tidak mendengarkan dengan baik, dan mungkin karakter dari si tenaga ahli itu yang menjadi pemicu..."	Mistrust of Medical Professional
Keenam	" Iya (melakukan pencarian lebih lanjut), <i>karena algoritma TikTok, tentunya setelah menyaksikan</i> "	Excessiveness

	sebuah video, video relevan yang serupa juga pasti akan muncul.”	
Ketujuh Kedelapan	“Iya, saya mulai melakukan pencarian informasi tersebut untuk mendapatkan sumber yang lebih jelas”	Excessiveness
	“...lumayan menimbulkan kecemasan karena setelah mendapatkan informasi, saya terus berpikir untuk cepat-cepat berkonsultasi... ”	Distress dan Seeking Finding Reassurance
Kesembilan	“Iya (melakukan pencarian lebih lanjut), tujuannya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam...”	Excessiveness
Kesepuluh	“Iya saya mencari tahu kembali informasi yang dibagikan pada konten ‘Fact Psikologi’ di internet...”	Excessiveness
Pertama Kedua Ketiga	“... deskripsi secara umum saja terkait fakta-fakta psikologi sehingga hal ini membuat saya mendapatkan dorongan untuk mendapatkan pemahaman lagi...”	Excessiveness
	“Jujur, awalnya memang saya merasa cemas. ”	Distress
	“Menurut saya cukup berpotensi (tidak percaya terhadap tenaga medis) karena internet saat ini bisa dikatakan sebagai kiblat ilmu pengetahuan...”	Mistrust of Medical Professional
Keempat	“Iya, saya merasa tertarik... Saya pikir bahwa kita tidak boleh menelan mentah-mentah informasi yang dibagikan tersebut sehingga terdapat beberapa konten yang saya kembali cari tahu detail informasinya.”	Excessiveness
Kelima Keenam	“Sangat tertarik (melakukan pencarian lebih lanjut) karena dipicu dengan rasa panik. ”	Excessiveness dan Distress
	“Iya (tertarik melakukan konsultasi), bahkan saya sempat berkomentar di salah satu konten TikTok @afityaputri bahwa apakah saya harus ke psikolog karena merasa relevan...”	Seeking Finding Reassurance
Ketujuh	-	Tidak teridentifikasi mengalami Cyberchondria
Kedelapan	“Saya tertarik karena kembali lagi, kita harus mencari beberapa sumber lagi setelah mendapatkan informasi agar kita bisa membandingkan sumber-sumber tersebut...”	Excessiveness

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Pada table 3. Menampilkan hasil analisis data mengenai dimensi *Cyberchondria* yang muncul pada informan setelah mengomsumsi konten “Fact Psikologi” di akun TikTok @afityaputri. Berdasarkan hasil wawancara, teridentifikasi lima dimensi utama sebagaimana yang dijelaskan oleh (Mcelroy & Shevlin; Masruroh, 2020), yaitu *Compulsion*, *Distress*, *Excessiveness*, *Seeking Finding Reassurance*, dan *Mistrust of Medical Professional*.

Compulsion

Dimensi ini terlihat ketika informan merasa terdorong untuk berulang kali mengonsumsi konten serupa, memeriksa akun yang sama, terutama pada gejala tertentu yang dirasa mirip dengan kondisi mereka. Kegiatan ini kemudian diidentifikasi jika mengganggu kegiatan mereka sehari-hari. Terdapat 1 informan yang tergolong dalam dimensi ini dan juga berada pada posisi *negotiated*. Pada posisi *negotiated*, *compulsion* lebih tampak sebagai keingintahuan yang tinggi karena informan masih mempertimbangkan kesadaran bahwa konten TikTok bukanlah sumber yang kredibel. Hal ini menunjukkan cara khalayak melakukan *decoding* dapat memperkuat pola perilaku kompulsif dalam pencarian informasi, sejalan dengan temuan (Zheng, 2021) bahwa penekanan pada pencarian informasi berulang merupakan ciri utama dari *Cyberchondria*. Di sini, komponen resepsi pesan mengarahkan kepada intensitas perilaku pencarian.

Distress

Dimensi *Distress* muncul ketika informasi yang diperoleh menimbulkan perasaan negatif seperti cemas, takut, panik atau perasaan serupa lainnya. Hasilnya, informan dalam penelitian merasa cemas apakah mereka memiliki gangguan tertentu, bahkan saat hanya mengalami keluhan ringan. Informan menjelaskan bahwa hal ini diakibatkan oleh kecenderungan informasi di media yang minim atau tidak lengkap. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh (Ahmed & Samuel, 2017) yang mengidentifikasi faktor terjadinya *Cyberchondria* adalah informasi yang dibagikan pada media daring terkadang tidak lengkap, terlalu disederhanakan, atau bahkan mengandung informasi yang tidak benar.

Excessiveness

Dimensi ini tampak saat informan menghabiskan terlalu banyak waktu untuk mengakses informasi kesehatan. Dalam penelitian, khalayak mengalami dimensi *excessiveness* dalam *Cyberchondria* karena dipicu oleh faktor rasa ragu terhadap informasi yang diberikan, sehingga informan kembali melakukan validasi sumber dan mencari pemahaman informasi yang lebih dalam. Konten "Fact Psikologi" berperan sebagai *entry point* yang kemudian memperluas pencarian pada platform TikTok. Di titik tertentu, perilaku ini dapat menggeser fungsi TikTok dari sekadar hiburan menjadi google kedua atau tempat konsultasi masalah psikologis pribadi. Algoritma FYP dari TikTok menjadi salah satu pemicu yang memungkinkan konten serupa bertemu dengan khalayak sehingga memperburuk kecemasan.

Seeking Finding Reassurance

Dimensi *Seeking Finding Reassurance* merefleksikan kecemasan terkait dorongan seseorang untuk melakukan konsultasi kesehatan dengan dokter setelah mengakses informasi kesehatan. Terdapat informan yang merasa harus melakukan validasi kepada tenaga medis dipicu oleh rasa cemas terhadap kondisi kesehatan mentalnya. Namun, tidak semua informan pada dimensi ini bersifat adaptif, beberapa kembali ke TikTok untuk mencari konten lain yang serupa. Dari sini tampak hubungan yang kuat terhadap isi pesan yang divisualisasikan secara sederhana dan kecenderungan khalayak dalam menganggap konten sebagai jawaban cepat dan praktis jika dibandingkan dengan literatur ilmiah ataupun tenaga medis profesional

Mistrust of Medical Professional

Dimensi ini tidak muncul sekuat dimensi lainnya. Dimensi *Mistrust of Medical Professional* menjadi relevan ketika khalayak merasa ragu terhadap kompetensi medis profesional dan lebih mempercayai informasi yang mereka konsumsi setelah menyaksikan konten "Fact Psikologi" di akun TikTok @afityaputri. Hasil pada studi ini menunjukkan pengalaman yang kurang profesional dari tenaga medis sehingga menimbulkan keraguan. Faktor seperti algoritma TikTok, gaya komunikasi

populer serta keterikatan konter kreator dengan khalayaknya turut memperkuat kredibilitas di luar otoritas profesional.

Keterkaitan resepsi khalayak dan perilaku *Cyberchondria* termanifestasi secara signifikan dan dapat dijelaskan melalui teori *encoding-decoding* Stuart Hall, yang menekankan bahwa khalayak bersifat aktif dalam menerima pesan. Pada penelitian ini, posisi *decoding* khalayak khususnya pada *negotiated position* mengindikasikan media sosial tidak hanya sebagai saluran transmisi pesan, melainkan juga memiliki fungsi sebagai katalisator perilaku kesehatan yang dimediasi dengan pengalaman pribadi serta skema kognitif yang sudah ada pada khalayak. Mekanisme tersebut yang memicu *Cyberchondria* terutama pada bentuk dimensi *excessiveness*, di mana khalayak merasa harus terus mencari informasi lebih lanjut untuk memperdalam pemahaman. Selain itu, *distress* dan *seeking finding reassurance* muncul sebagai dampak pencarian berulang tersebut, di mana khalayak merasa perlu melakukan konsultasi yang lebih lanjut daripada berkonsultasi kepada pihak profesional.

Hasil yang menunjukkan dominasi *negotiated position* serta munculnya *excessiveness* disertai *distress* dan *seeking finding reassurance* pada informan, sejalan dengan pemetaan analisis jaringan yang menempatkan *Cyberchondria* memiliki jaringan yang kuat dengan kecemasan kesehatan dan pola penggunaan internet (Starcevic et al., 2019). Label “Fakta Psikologi” pada konten di akun TikTok @afityaputri sebagai bentuk *encoding* kreator juga menjadi faktor yang menyebabkan terjadinya hal tersebut. Oleh karena itu, diperlukan adanya penguatan literasi digital yang dapat berfungsi sebagai penahan interpretasi dari “tips praktis” yang menjadi rujukan diagnostik pada media sosial, sehingga pencarian berulang dan kecemasan dapat ditekan (Calosa & Astari, 2024).

Penelitian ini memberikan kontribusi substantif yang mengisi kesenjangan teoritis antara resepsi khalayak dan *Cyberchondria*, serta menunjukkan bagaimana cara khalayak menafsirkan pesan di media sosial sehingga berkontribusi pada perilaku kesehatan digital. Temuan ini memperluas penerapan teori resepsi Stuart Hall dalam konteks media sosial serta kesehatan mental. Selain itu, temuan ini menyoroti pentingnya literasi kesehatan digital untuk mengurangi dampak negatif dari *Cyberchondria*.

SIMPULAN

Mayoritas informan dalam penelitian ini berada pada *negotiated position* dalam memahami konten “Fakta Psikologi” di akun TikTok @afityaputri, yang menunjukkan penerimaan pesan dengan interpretasi yang disesuaikan dengan nilai-nilai pengalaman pribadi mereka. Temuan ini menegaskan perilaku khalayak yang aktif dalam *decoding* sebagai respon atas kode yang terlebih dahulu di-*encode* oleh konten kreator, yaitu cara pembuat konten menyandikan makna melalui pelabelan “fakta psikologi”, penyederhanaan konsep, gaya tutur populer, tata visual video pendek, ajakan interaksi, dan praktik rujukan sumber yang membentuk *preferred meaning* “informasi yang faktual, relevan, dan mudah diterapkan”. Mekanisme distribusi berbasis algoritma (*For You Page*) memperbanyak paparan kode-kode tersebut sehingga *preferred reading* berulang kali dikonsumsi khalayak.

Secara umum, isi pesan konten diterima dengan baik, terutama dalam hal meningkatkan kesadaran akan kesehatan mental, walaupun hal ini juga dapat memicu perilaku pencarian informasi yang berulang. Keterkaitan antara *encoding-decoding* pesan tampak dapat menimbulkan risiko *Cyberchondria*. Kode yang menekankan kedekatan informasi dengan pengalaman harian khalayak namun kurang didukung oleh rujukan yang benar mendorong sebagian informan pada dimensi (pencarian berulang), yang dapat berlanjut pada *distress* dan *seeking reassurance*. Jadi, kerentanan tidak hanya bersumber dari kondisi internal khalayak, tetapi juga dari ciri-ciri *encoding* yang menyederhanakan istilah psikologis dan memberi isyarat seolah-olah dapat langsung dioperasikan secara pribadi. Paparan berulang melalui algoritma media sosial turut memperkuat efek tersebut.

Secara praktis di sisi *decoding*, temuan ini mengimplikasikan perlunya kontrol diri khalayak sebagai agen kultural untuk meminimalisir risiko *Cyberchondria*, terutama dalam mengonsumsi konten kesehatan mental di media sosial. Di sisi *encoding*, konten kreator disarankan untuk menyertakan sumber serta memberi batasan informasi yang jelas untuk menghindari khalayak yang

salah mengintrepetasikan pesan. Selain itu, penguatan literasi digital pada khalayak juga diperlukan agar mereka dapat lebih bijak dalam mengkonsumsi informasi yang dibutuhkan. Studi kedepannya, diharapkan bisa melanjutkan studi resepsi khalayak dengan konten serupa namun pada platform media sosial lain seperti Instagram, X atau Facebook. Penelitian lebih lanjut secara kuantitatif juga diperlukan dalam penelitian ini agar dapat mendapatkan sampel yang lebih besar serta mengeksplorasi faktor-faktor seperti *agenda setting* dan *uses and gratification* yang berperan dalam pembentukan persepsi audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed & Samuel. (2017). Self-diagnose in Psychology Students. *International Journal of Indian Psychology*, 4(2), 86.
- APJII. (2023). *Survei Internet APJII 2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Blanchett, D., Haryanto, J. O., & Syahrivar, J. (2023). Oppositional Decoding Influences under Stuart Hall: A Case Study of the Advertisement "The NFL is for everyone". *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 48–68. <https://doi.org/10.33021/exp.v6i1.3945>
- Calosa, P. G., & Astari, D. W. (2024). Literasi Digital Sebagai Upaya Mengatasi Sadržfishing Penyalahgunaan Donasi di Aplikasi X. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 23(2), 338–351. <https://doi.org/10.32509/wacana.v23i2.4388>
- Databooks. (2023). *Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka?* Databooks.
- Grimaldi, M. (2023). *Fenomena Diagnosa Mandiri pada Media Sosial TikTok (Studi Fenomenologi Self-Diagnose pada Pengguna Media Sosial TikTok di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UNPAS)*. Universitas Pasundan.
- Khazaal, Y., Chatton, A., Rochat, L., Hede, V., Viswasam, K., Penzenstadler, L., Berle, D., & Starcevic, V. (2021). Compulsive Health-Related Internet Use and Cyberchondria. *European Addiction Research*, 27(1), 58–66. <https://doi.org/10.1159/000510922>
- Masruuroh, A. (2020). *Pengaruh Low Self Esteem terhadap Cyberchondria pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang*. Universitas Negeri Semarang.
- Nugroho, A. (2012). Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi. *Acta Diurna*, 8(1).
- Nurwahideni, S. (2022). Hubungan antara E-Health Literacy dengan Cyberchondria Pada Dewasa Awal Pengguna Internet Di Kota Pekanbaru. In *Skripsi*.
- Rahmawati, W. (2018). Penerimaan Masyarakat Terhadap Pesan Kesehatan Melalui Media Internet. *Jurnal KOMUNIKATIF*, 7(1), 95–105.
- Simanjuntak, E. J., & Princen. (2022). Pengaruh Kecemasan Kesehatan Terhadap Cyberchondria Di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA*, 11(1), 34–47.
- Starcevic, V., Baggio, S., Berle, D., Khazaal, Y., & Viswasam, K. (2019). Cyberchondria and its Relationships with Related Constructs : a Network Analysis. *Psychiatric Quarterly*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Penerbit Alfabeta.
- Trigartanti, S. &. (2018). Fenomena Content creator di Era Digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4(2).
- Vismara, M. (2020). Is Cyberhondria a New Transdiagnostic Digital Compulsive Syndrome? A Systematic Review of The Evidence. *Comprehensive Psychiatry*, 99(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.comppsy.2020.152167>
- Yahya, I. (2021). *Analisis Resepsi Makna Maskulinitas pada Iklan Tokopedia Versi BTS*. Universitas lampung.
- Zheng, H & Jr, E. (2020). Calling Dr. Internet: Analyzing News Coverage of Cyberchondria. *Journalism Practice*, 16(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1824586>
- Zheng, H. (2021). Cyberchondria: a systematic review. *Internet Research*, 31(2), 677–698. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/INTR-03-2020-0148>

Zheng, H., & Tandoc, E. C. (2022). Calling Dr. Internet: Analyzing News Coverage of Cyberchondria. *Journalism Practice*, 16(5), 1001–1017. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1824586>