

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Remaja yang memiliki nama latin *adolensence* memiliki arti tumbuh menjadi dewasa. Istilah ini mencakup banyak hal termasuk kematangan baik secara mental maupun emosional serta fisik. Masa remaja merupakan masa-masa yang indah yang pernah dilalui oleh seseorang, masa remaja terasa indah karena dilalui bersama dengan teman-teman. Biasanya para remaja memiliki kelompok-kelompok untuk menghabiskan waktu bersama, kelompok ini merupakan sekumpulan anak dengan minat yang sama. Remaja memiliki tingkat keingintahuan yang tinggi sehingga mereka memiliki semangat untuk melakukan hal-hal baru. Selama masa ini para remaja dapat mencari dan mencoba hal baru dengan kelompok pertemanan mereka dimana hal ini menjadi sebuah pengalaman yang akan diingat ketika sudah beranjak dewasa.

Masa remaja usia 17-24 tahun adalah masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa dimana individu akan memulai berbagai macam pengalaman baru dan menghadapi berbagai tantangan baru juga. Banyak yang akan berubah pada masa ini, dimulai dari perubahan fisik seperti bentuk tubuh dan juga perubahan non-fisik yakni perubahan cara berpikir yang mana akan semakin abstrak dan kompleks. Pada masa peralihan ini tidak jarang seseorang mengalami kesulitan untuk beradaptasi dengan hal baru sehingga menimbulkan banyak kekhawatiran pada remaja, kekhawatiran ini yang dapat menyebabkan berbagai masalah salah satunya kesehatan jiwa yaitu depresi.

Menurut Beck dan Alford (2009) depresi merupakan satu dari sekian gangguan mental yang mengganggu psikologis seseorang, yang ditandai menyimpangnya perasaan yang kognitif serta tingkah seseorang. Seseorang yang memiliki gangguan depresi cenderung mengalami rasa sedih, kesepian, kurang percaya diri, dan menjauhi lingkungan sekitarnya. Menurut UNICEF Indonesia depresi adalah kondisi kesehatan yang sering muncul dengan gangguan kecemasan dan sering ditemukan pada banyak orang. Depresi dapat terjadi sementara ataupun berkepanjangan serta ringan atau berat. Ada orang yang pernah mengalami depresi hanya sekali dalam hidupnya dan ada pula yang berkali-kali mengalaminya.

Pentingnya untuk mengajak para remaja akhir yang rentan untuk melakukan perubahan dalam menyikapi dan mengenali emosi diri, sehingga depresi dapat dihindarkan.

Depresi yang dialami oleh remaja memiliki banyak dampak seperti, perubahan sikap pada anggota keluarga, menjadi mudah tersinggung, menurunnya prestasi, mulai menarik diri dari lingkungan sosial, penyalahgunaan obat-obat terlarang, *self harm*, dan bahkan mencoba untuk bunuh diri. Tim Divisi Psikiatri Anak dan Remaja, Fakultas Kesehatan Universitas Indonesia telah melakukan riset dan menemukan fakta bahwa remaja akhir usia 17-24 tahun merupakan usia yang rentan terkena gangguan mental. Banyak remaja yang sudah merasakan gejala kecemasan dan depresi dalam menghadapi masalah. Selain itu, banyak juga remaja yang tidak tahu cara mengontrol stres yang dialami.

Berdasarkan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018 menghasilkan bahwa lebih dari 12 juta penduduk dengan usia lebih dari 15 tahun memiliki gangguan depresi serta 19 juta penduduk dengan usia lebih dari 15 tahun mengidap gangguan emosional. Lalu ditambah dengan hasil riset yang dilakukan Badan Litbangkes tahun 2016, menunjukkan ada sekitar 1.800 orang atau setidaknya ada 5 orang yang bunuh diri setiap harinya. Korban bunuh diri ini sebanyak 47,7% berusia 10-39 tahun dimana usia ini adalah usia remaja dan produktif.

Dalam artikel Liputan6 yang berjudul “Sebagian Mahasiswa Bandung Rentan Depresi dan Bunuh Diri” hasil riset dasar yang telah dilakukan oleh tim psikiatri Melinda Hospital tahun 2019 bahwa 441 mahasiswa Kota Bandung 24 diantaranya pernah mencoba untuk mengakhiri hidupnya. Menurut data pasien yang berasal dari Melinda Hospital menunjukkan 741 mahasiswa per bulan atau rata-rata 30 orang per hari datang dengan beragam kondisi kejiwaan mulai yang hanya melakukan konseling, stress, depresi, dan yang terburuk adalah pasien dengan ide untuk melakukan bunuh diri. Pasien gangguan jiwa yang terdata pada Portal Data kota Bandung tahun 2021 adalah sebanyak 37.497 orang.

Melihat angka remaja yang mengalami depresi dan bunuh diri di Indonesia tentu membuat banyak orang khawatir, karena yang seharusnya masa remaja menjadi masa-masa indah yang dilalui dengan banyak mencoba hal baru bersama teman-teman berubah menjadi masa yang tidak ingin diingat oleh penderita depresi.

Ada banyak cara untuk mencegah terjadinya depresi pada masa remaja, saling memberikan dukungan dan perhatian, melakukan aktivitas fisik yang rutin, mencari sumber kebahagiaan, mencoba hal-hal baru yang bermanfaat, memakan makanan yang bergizi, dan masih banyak lagi cara untuk mencegah terjadinya gejala depresi.

Ada banyak kampanye pencegahan depresi yang telah dilakukan oleh berbagai Lembaga dan komunitas, namun angka penderita depresi belum juga mengalami penurunan. Salah satunya adalah program kampanye yang telah dilakukan oleh Lembaga *The Smile Centre*, kampanye pencegahan gejala depresi yang pernah dijalani hanyalah webinar serta edukasi melalui unggahan *feeds Instagram*. Pada feeds instagramnya visual terlihat terlalu padat dan gaya visual yang kurang sesuai dengan target audiens usia muda, strategi komunikasi yang digunakan terlalu kaku untuk menarik perhatian target audiens muda. Hingga saat ini belum ditemukan pembaruan pada media yang digunakan untuk berkampanye.

Berdasarkan fenomena yang terjadi penulis ingin merancang kampanye yang memiliki tujuan untuk memberikan edukasi terkait cara mengurangi dan mencegah gejala depresi pada remaja dengan menggunakan pendekatan strategi persuasif informatif. Media yang akan digunakan untuk kampanye ini adalah *event roadshow* yang akan diadakan di kampus dan SMA kota Bandung. *Event* ini akan berisi *talkshow*, *workshop*, *30 Day Challenge*, dan *video campaign ads* yang nantinya akan disebarluaskan melalui media sosial *Instagram*. *Event* ini akan bekerja sama dengan Dinas Kesehatan Kota Bandung dan didukung oleh Frisian Flag sebagai sponsor *event* ini. Dengan adanya kampanye ini penulis berharap kedepannya angka depresi pada remaja di Indonesia akan mengalami penurunan dengan dilaksanakannya kampanye ini.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam perancangan ini sebagai berikut:

1. Kurang tepatnya strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh beberapa penyelenggara kampanye atau komunitas beberapa menyampaikan pesan dengan gaya yang terlalu formal. Sehingga pesan tidak tersampaikan dengan tepat.
2. Masih kurangnya kampanye sosial yang memiliki strategi media dan visual yang menarik dikalangan para remaja.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi tersebut dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi yang tepat mengenai pemahaman cara mengurangi gejala depresi pada remaja?
2. Bagaimana perancangan strategi media dan strategi visual yang tepat untuk kampanye mengurangi kemungkinan depresi pada remaja agar tetap sesuai dengan target audiens?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang dijadikan batasan perancangan dalam membuat karya antara lain:

1. Apa
kampanye sosial mengenai mengurangi depresi pada remaja di Kota Bandung..
2. Siapa
Perancangan kampanye ini ditujukan untuk remaja yang berusia 17-24 tahun.
3. Dimana
Lokasi kampanye akan berlangsung di sekolah menengah atas kota Bandung.

4. Kapan

Kampanye ini akan berlangsung selama 3 bulan mulai dari bulan September hingga November 2023.

5. Bagaimana

Melakukan perancangan kampanye dengan mengajak para siswa SMA untuk mengikuti kegiatan kampanye sosial dengan tema “*Let’s find your Serendipity*” dimana kampanye ini akan berbentuk event roadshow yang akan berjalan selama 3 bulan untuk mendatangi SMA-SMA di kota Bandung.

1.4 Tujuan Perancangan

Dalam perancangan yang dilakukan, berikut adalah beberapa tujuan yang ingin dicapai yaitu:

1. Tersusunnya strategi yang tepat dalam perancangan kampanye mengenai pemahaman cara mengurangi gejala depresi pada remaja.
2. Menemukan strategi pendekatan yang tepat dalam mengaplikasikan kampanye sosial mengurangi Depresi pada Remaja.

1.5. Manfaat Perancangan

Dari hasil perancangan ini penulis berharap terdapat manfaat yang diperoleh, diantaranya :

1. Manfaat bagi Penulis

Penulis akan mendapatkan ilmu bagaimana cara merancang sebuah kampanye dengan strategi kreatif serta media visual yang benar dan tepat serta menambah ilmu mengenai cara mencegah kemungkinan depresi pada remaja.

2. Manfaat bagi Audiens

Audiens akan mendapatkan informasi yang menarik dan mudah dipahami mengenai cara mencegah gejala depresi pada remaja.

3. Manfaat bagi Instansi

Manfaat bagi instansi Telkom University adalah sebagai tempat bagi berkembangnya mahasiswa dengan menjadikan hasil perancangan ini sebagai kampanye yang dapat membantu seseorang dengan memberikan

solusi yang tepat melalui karya visual/desain sesuai dengan permasalahan depresi pada remaja.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode yang Digunakan

Metode penelitian pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode ini merupakan metode untuk meneliti, menganalisis serta menyelidiki objek alamiah, sehingga hasil penelitian kualitatif berfokus untuk memahami makna dan fenomena (Sugiyono, 2019 : 26). Metode ini dikatakan kualitatif karena perancangan ini berusaha untuk mendeskripsikan objek yang sesuai dengan fenomena yang ada.

1.6.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Metode Observasi adalah metode pengamatan yang dilakukan dengan mengamati langsung objek penelitian dengan pencatatan yang sistematis. Observasi yang dilakukan penulis dengan langsung melihat perilaku para target audiens yang merupakan siswa-siswi SMA di Kota Bandung serta observasi pada media sosial Dinas Kesehatan Bandung.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengamatan secara langsung kepada sumber informasi, dengan melakukan proses tanya jawab secara langsung kepada narasumber. Penulis melakukan wawancara terhadap narasumber yaitu, psikolog, penderita, dan perwakilan tim dari Frisian Flag. Penulis telah menghubungi pihak dari Dinas Kesehatan, namun penulis belum mendapatkan kabar lebih lanjut lagi dari pihak tersebut.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah kegiatan membaca serta mengumpulkan data pustaka yang relevan dengan data yang dibutuhkan dalam perancangan. Studi literatur yang akan digunakan seputar komunikasi, kampanye, media, komunikasi, serta teori DKV dalam perancangan kampanye sosial ini.

4. Kuesioner

Kuesioner merupakan sebuah Teknik pengumpulan data dimana peneliti memberi/menyebarluaskan pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden. Kuesioner dibagikan kepada remaja akhir usia 17-24 tahun yang tinggal di Kota Bandung untuk mendapatkan *insight* dari target audiens mengenai Kesehatan mental dan depresi.

1.6.3 Metode Analisa

Metode analisis yang dipilih penulis adalah metode analisis matriks perbandingan, AISAS (*Attention, Interest, Search, Act, Share*) dan AOI (*Activity, Opinion, Interest*) untuk menyusun strategi yang baik dengan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan, peluang, dan ancaman. serta menganalisa perilaku target audiens untuk melakukan pendekatan yang efektif.

1. Analisis Matriks

Analisis matriks merupakan analisis dengan membandingkan beberapa sampel yang serupa berdasarkan kategori yang ditentukan. Analisis matriks digunakan untuk melihat kekurangan dari kampanye terdahulu dan sebagai pembanding visual.

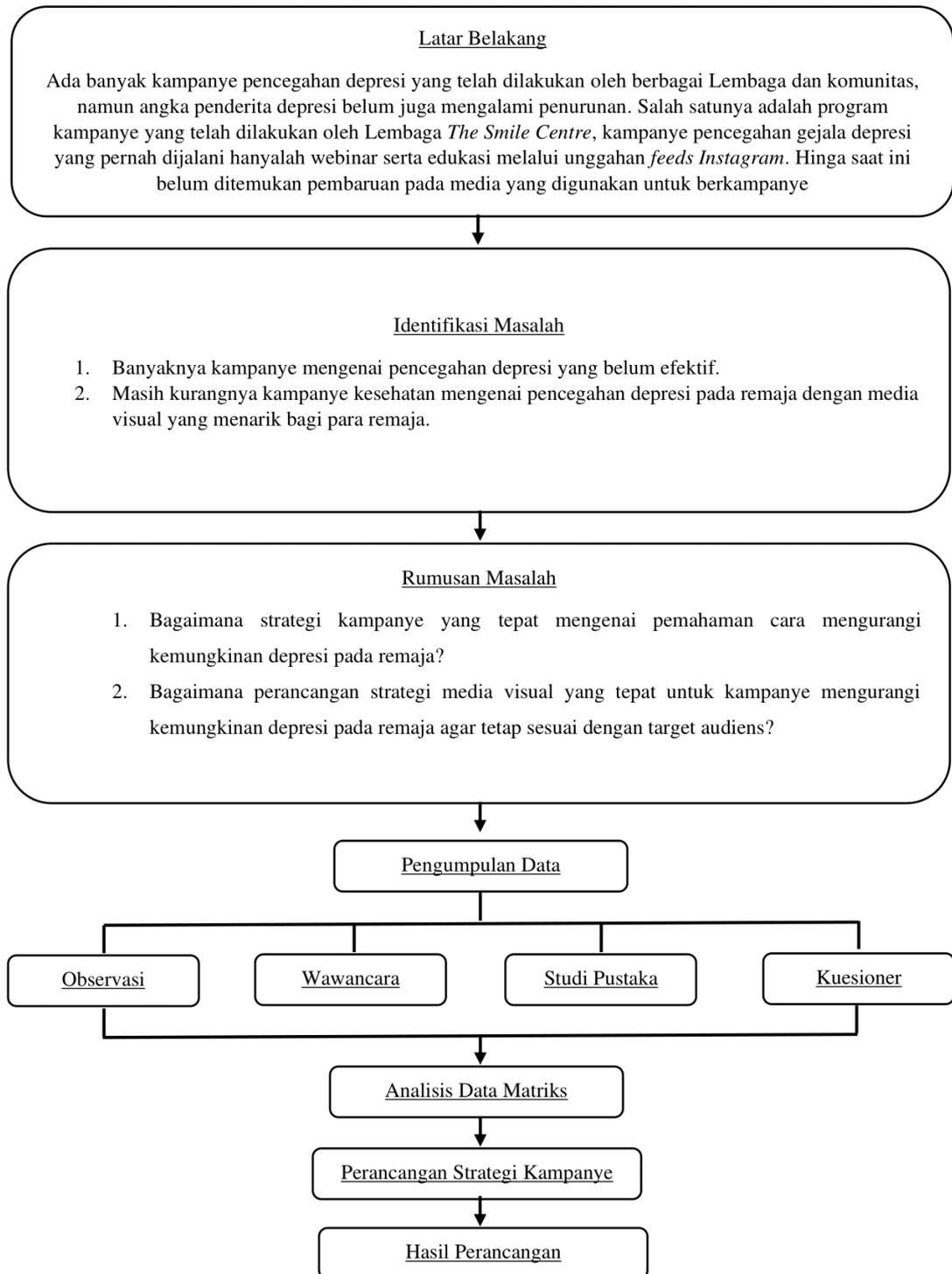
2. AOI

AOI merupakan metode perancangan yang digunakan untuk mengetahui kebiasaan target audiens setiap harinya. AOI digunakan guna melihat perilaku konsumen, serta mendalami minat dan *habit* target audiens guna mencari celah tembusnya iklan dari kampanye ini.

3. AISAS

AISAS merupakan metode Analisa yang dirancang untuk mempelajari perubahan perilaku yang terjadi pada target audiens dengan pendekatan yang efektif. Metode AISAS digunakan untuk mempelajari perubahan perilaku konsumen.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 1 Kerangka Perancangan

(Sumber : Dokumen Pribadi, 2023)

1.8 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi tentang pemaparan uraian yang melatarbelakangi permasalahan yang mendasari perancangan kampanye, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, metode penelitian, dan juga metode pengumpulan data.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini berisikan beberapa teori yang dipakai sebagai dasar pemikiran yang berasal dari buku dan jurnal penelitian. Teori-teori tersebut antara lain teori dasar permasalahan, kampanye, media, serta teori analisis.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bagian ini menjelaskan hasil penelitian penulis terhadap target audiens dengan menggunakan metode-metode observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bagian ini penulis menjelaskan konsep serta rancangan yang telah disusun berdasarkan penelitian dan analisa sehingga menghasilkan perancangan kampanye mengurangi kemungkinan depresi pada.

BAB V PENUTUP

Pada bagian ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas akhir yang telah diuraikan.