

## ABSTRAK

Dilihat dari kondisi saat ini, masyarakat semakin terjaga akan isu kesehatan. Dimana diskusi mengenai kesehatan mental ini umumnya dialami oleh remaja yang memiliki masalah dengan kesehatan mental namun berhalangan untuk berkonsultasi secara profesional dengan mengandalkan informasi melalui internet yang mereka anggap benar. Tren atau fenomena konten *self*-diagnosis ini bercerita tentang kondisi gangguan kesehatan mental yang mereka alami. Media sosial sebagai wadah para remaja menyampaikan perasaan mereka. Namun dalam kondisi ini, masyarakat khususnya remaja kurang dalam literasi terhadap kesehatan dan strategi media informasi yang kurang efektif mengenai bahaya dan buruknya tindakan *self*-diagnosis. Tujuan terhadap penelitian ini, yaitu terancangannya kampanye edukasi dengan strategi kreatif yang tepat untuk menyampaikan pesan kampanye mengenai dampak buruk tindakan *self*-diagnosis pada remaja di Kota Bandung serta perancangan visual yang tepat dan baik. Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan metode kualitatif, yaitu melalui observasi, studi pustaka kusioner dan wawancara. Teori yang digunakan dengan analisis FACET, AOI, dan SWOT. Diharapkan dengan kampanye sosial mengenai dampak buruk *self*-*diagnosis* untuk remaja khususnya di Kota Bandung lebih bijak memilih informasi di internet dan tidak menduga-duga kondisi kesehatan terutama kesehatan mental.

**Kata Kunci: Dampak Buruk, Kampanye sosial, Kesehatan mental, Remaja, *Self*-diagnosis.**