

BAB II TINJAUAN UMUM

2.1 Tinjauan Pustaka

Dalam bagian ini, akan dibahas beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini, baik mengenai skizofrenia maupun penggunaan film pendek dalam konteks kampanye sosial. Penelitian-penelitian tersebut memberikan wawasan mengenai gap yang ada dalam literatur yang ada, serta bagaimana film dapat berperan dalam meningkatkan kesadaran sosial dan mengurangi stigma, khususnya dalam isu kesehatan mental. Tabel berikut menyajikan ringkasan dari penelitian-penelitian terdahulu yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan penelitian ini.

Tabel II. 1 Matriks Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Penulis & Judul	Metode	Hasil	Research Gap
1.	Natalie Bareis et al. (2024), "Critical Gaps in Mental Health Treatment"	Survei dan analisis data sekunder	Banyak penderita skizofrenia tidak menerima perawatan berbasis bukti; ketidakmampuan sosial dan ekonomi yang signifikan.	Kesenjangan akses layanan kesehatan mental yang memadai, serta rendahnya tingkat penggunaan anti psikotik di kalangan penderita skizofrenia.
2.	Diyah Verakandhi (2024), "Perubahan Preferensi	Survei dan Wawancara	Perubahan besar dalam preferensi audiens terhadap jenis film yang ditonton, dengan	Penelitian ini belum memfokuskan pada pengaruh video pendek terhadap

	Menonton Film pada Era Media Sosial: Dampak Short Video dan Implikasinya pada Perilaku Menonton Film"		meningkatnya ketertarikan pada video pendek melalui platform seperti TikTok.	persepsi audiens terhadap isu sosial tertentu.
3.	Hohler, T. M. (2019), "Penggunaan Film Pendek dalam Kampanye Sosial"	Analisis Film Pendek dan Wawancara	Film pendek dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan yang kompleks dengan cara yang emosional, sehingga meningkatkan keterlibatan audiens.	Penelitian ini tidak mengeksplorasi penggunaan film pendek dalam kampanye khusus untuk isu kesehatan mental.

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian-penelitian terdahulu memberikan pemahaman yang penting tentang berbagai aspek terkait skizofrenia dan penggunaan film pendek dalam kampanye sosial. Penelitian oleh Natalie Bareis et al. (2024) menyoroti kesenjangan dalam perawatan kesehatan mental untuk penderita skizofrenia, sementara Diyah Verakandhi (2024) dan Hohler (2019) mengungkapkan bagaimana film pendek dapat efektif dalam mengubah persepsi audiens terhadap isu sosial. Sebagian besar penelitian ini tidak

secara langsung mengkaji pengaruh video pendek atau film pendek dalam konteks kampanye untuk kesehatan mental, terutama dalam mengurangi stigma terhadap penderita skizofrenia.

Berbeda dari penelitian sebelumnya, penelitian ini berfokus pada penggunaan film pendek sebagai alat kampanye untuk mengurangi stigma terhadap penderita skizofrenia di Indonesia, dengan pendekatan yang lebih spesifik dalam memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mendalam. Fokus ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam strategi edukasi kesehatan mental yang lebih efektif dan sesuai dengan konteks lokal.

Penelitian ini menawarkan solusi melalui perancangan film pendek berjudul "Sunyi" yang dirancang untuk mengangkat isu stigma sosial terhadap skizofrenia. Film ini menonjolkan pengalaman emosional penderita serta mengedepankan narasi yang empatik dan realistis. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat, mengurangi stigma sosial, serta mendorong dialog yang lebih inklusif tentang kesehatan mental. Dengan visualisasi yang kuat dan narasi yang mendalam, film ini dapat menjadi media yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap skizofrenia.

Tabel II. 2 Kebaruan Karya

Penelitian Terkait	Metode yang Digunakan	Kebaruan Penelitian
Natalie Bareis et al. (2024), <i>"Critical Gaps in Mental Health Treatment"</i>	Survei dan analisis data sekunder	Penelitian <i>"Critical Gaps in Mental Health Treatment"</i> menunjukkan bahwa banyak penderita skizofrenia tidak mendapatkan perawatan berbasis bukti. Penelitian "Perancangan kampanye menggunakan film pendek "Sunyi" sebagai media

		<i>awareness</i> tentang Stigma Skizofrenia di Masyarakat” berfokus pada penggunaan film pendek sebagai media edukasi untuk mengurangi stigma.
Diyah Verakandhi (2024), "Perubahan Preferensi Menonton Film pada Era Media Sosial: Dampak Short Video dan Implikasinya pada Perilaku Menonton Film”	Survei dan Wawancara	Penelitian "Perubahan Preferensi Menonton Film pada Era Media Sosial: Dampak Short Video dan Implikasinya pada Perilaku Menonton Film” menemukan perubahan besar dalam preferensi audiens terhadap video pendek di platform seperti TikTok. Penelitian “Perancangan kampanye menggunakan film pendek “Sunyi” sebagai media <i>awareness</i> tentang Stigma Skizofrenia di Masyarakat” memfokuskan pada pengaruh video pendek untuk mengurangi stigma terhadap skizofrenia.
Hohler, T. M. (2019), "Penggunaan Film	Analisis Film Pendek dan Wawancara	Penelitian "Penggunaan Film Pendek dalam Kampanye Sosial" mengungkap bahwa film pendek efektif untuk

Pendek dalam Kampanye Sosial"		menyampaikan pesan kompleks secara emosional. Penelitian “Perancangan kampanye menggunakan film pendek “Sunyi” sebagai media <i>awareness</i> tentang Stigma Skizofrenia di Masyarakat” mengembangkan konsep ini dalam konteks kampanye untuk kesehatan mental dan skizofrenia.
-------------------------------	--	---

Berdasarkan pemetaan *state of the art* di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian terdahulu memberikan pemahaman penting terkait skizofrenia, stigma sosial, dan efektivitas media film pendek dalam menyampaikan pesan kampanye. Penelitian ini mengisi celah yang belum banyak dieksplorasi, yaitu penggunaan film pendek sebagai media kampanye yang secara spesifik menargetkan pengurangan stigma skizofrenia di Indonesia melalui platform digital. Pendekatan yang digunakan mengombinasikan narasi emosional, visual yang kuat, dan strategi komunikasi kampanye yang relevan dengan audiens lokal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, yang tidak hanya memperkaya wawasan akademik, tetapi juga memberikan dampak yang nyata bagi masyarakat.

Kampanye sosial bertujuan untuk memengaruhi sikap, perilaku, dan keyakinan masyarakat terhadap isu tertentu melalui strategi komunikasi yang efektif. Salah satu model yang relevan adalah *Model McGuire’s Hierarchy of Effects* (McGuire, 1989), yang menyatakan bahwa kampanye yang berhasil melewati tahapan berikut: perhatian (*attention*), pemahaman (*comprehension*), keyakinan (*conviction*), hingga tindakan (*action*).

Dalam konteks kampanye digital, *Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share)* dari Dentsu Inc. digunakan untuk memahami perilaku audiens di platform digital. Model ini menekankan pentingnya menarik perhatian audiens (*Attention*), membangun minat (*Interest*), mendorong pencarian informasi lebih lanjut (*Search*), mengarahkan pada tindakan (*Action*), dan akhirnya berbagi (*Share*) untuk memperluas jangkauan pesan kampanye.

Film pendek "Sunyi" sebagai media *awareness* diharapkan memberikan dampak positif dalam mengedukasi masyarakat tentang skizofrenia, serta mendorong dukungan dan pemahaman yang lebih baik terhadap individu dengan gangguan mental.

Penyusunan tema tugas akhir didukung oleh berbagai jurnal relevan sebagai referensi. Referensi disajikan dalam dua format, yaitu tabel dan ringkasan penelitian terdahulu (*State of the Art*), yang mencakup alasan pemilihan jurnal serta perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Model *AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share)* dari Dentsu Inc. digunakan untuk memahami perilaku konsumen dalam konteks pemasaran dan komunikasi. Dalam perancangan film pendek "Sunyi" sebagai media *awareness* tentang stigma skizofrenia, model ini diterapkan sebagai berikut:

1. *Attention* (Perhatian)

Tahap ini bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat terhadap isu stigma skizofrenia. Film pendek "Sunyi" dirancang dengan elemen visual yang menarik dan cerita yang menggugah emosi, sehingga dapat menarik perhatian penonton sejak awal. Penggunaan trailer yang menarik dan promosi di media sosial juga dilakukan untuk meningkatkan visibilitas film.

Cara yang efektif untuk mencapai hal ini antara lain:

- a. Menggunakan visual yang kuat dan menarik.
- b. Membangun cerita yang emosional dan relevan.
- c. Menyajikan informasi yang menarik.

2. *Interest* (Minat)

Setelah menarik perhatian, tahap selanjutnya adalah membangkitkan minat penonton untuk mengetahui lebih lanjut tentang skizofrenia dan pengalaman individu yang mengalaminya. Film ini menyajikan narasi yang kuat dan karakter yang *relatable*, sehingga penonton merasa terhubung dan ingin memahami lebih dalam tentang isu yang diangkat.

Hal ini dapat dilakukan dengan:

- a. Menjelaskan topik secara jelas dan menarik.
- b. Menyediakan informasi yang bermanfaat dan relevan.
- c. Menampilkan contoh atau cerita yang nyata dan *relatable*.

3. *Search* (Pencarian)

Pada tahap ini, penonton yang tertarik akan mencari informasi lebih lanjut tentang skizofrenia, baik melalui sumber-sumber *online*, artikel, atau diskusi di media sosial. Film "Sunyi" dapat menyediakan tautan atau informasi tambahan di akhir film, yang mengarahkan penonton untuk mencari lebih banyak pengetahuan tentang stigma dan dukungan bagi individu dengan skizofrenia.

- a. Memberikan sumber daya tambahan, seperti social media.
- b. Mendorong interaksi melalui pertanyaan atau diskusi.
- c. Memberikan solusi atau rekomendasi yang bermanfaat.

4. *Action* (Tindakan)

Setelah mendapatkan informasi, penonton diharapkan melakukan tindakan nyata, seperti berbagi film dengan orang lain, berdiskusi tentang stigma skizofrenia, atau bahkan terlibat dalam kampanye kesadaran kesehatan mental. Film ini dapat mendorong penonton untuk berpartisipasi dalam kegiatan komunitas atau organisasi yang mendukung kesehatan mental.

- a. Menyediakan ajakan bertindak yang jelas dan mudah dipahami.
- b. Membangun rasa urgensi atau kekurangan.

5. *Share* (Berbagi)

Tahap terakhir adalah berbagi pengalaman dan informasi yang didapatkan. Penonton diharapkan untuk membagikan film "Sunyi" di platform media sosial, serta mendiskusikan pesan yang disampaikan dalam film. Dengan berbagi, diharapkan dapat menjangkau lebih banyak orang dan meningkatkan kesadaran tentang stigma skizofrenia di masyarakat.

- a. Menyediakan platform yang mudah digunakan untuk berbagi, seperti media sosial atau forum.
- b. Memberikan insentif untuk berbagi, seperti hadiah.
- c. Menciptakan konten yang mudah dibagikan dan *viral*.

2.2 Tinjauan Teori

A. Skizofrenia

Skizofrenia merupakan gangguan mental jangka panjang yang memengaruhi cara berpikir, merasakan, dan bertindak seseorang. Skizofrenia dapat menyebabkan gangguan pada pikiran, emosi, persepsi, serta perilaku yang tidak biasa dan terganggu (Videbeck, S. L., 2018). Skizofrenia berasal dari gabungan dua kata, yaitu 'skizo' yang berarti pecah atau retak, dan 'frenia' yang berarti jiwa, yang menggambarkan kondisi keretakan pada jiwa atau kepribadian seseorang. (Hawari, D., 2018).

Gejala skizofrenia dibagi menjadi dua kategori:

- a. Gejala Positif meliputi delusi (keyakinan yang tidak rasional), halusinasi (persepsi tanpa stimulus nyata), dan kekacauan dalam berpikir.
- b. Gejala Negatif termasuk apatis, penarikan diri dari interaksi sosial, dan penurunan kemampuan berpikir serta emosi (Sutejo, 2017).

Pentingnya edukasi mengenai skizofrenia menjadi krusial untuk mengurangi stigma sosial yang melekat pada penderita. Salah satu metode yang efektif adalah melalui media film pendek yang mampu menyampaikan pesan dengan cara yang emosional dan informatif kepada audiens yang lebih luas.

B. Video

Video merupakan media audiovisual yang menyajikan gambar bergerak dan suara secara bersamaan. Video merupakan serangkaian gambar diam yang ditampilkan secara berurutan dalam waktu tertentu dengan kecepatan yang telah ditentukan (Ayuningtyas, D., 2011). Video, yang berasal dari kata Latin 'video' yang berarti 'saya lihat', adalah teknologi yang memanfaatkan pemrosesan sinyal elektronik untuk menampilkan gambar bergerak. (Binanto, I., 2010).

Jenis-jenis video meliputi film, video musik, *vlog*, dan film pendek. Film pendek, dengan durasi kurang dari 30 menit, memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan secara padat dan emosional. Dalam konteks ini, film pendek dipilih sebagai media kampanye edukatif mengenai skizofrenia karena kemampuannya dalam menjangkau audiens secara luas dan efektif.

C. Kampanye

Kampanye adalah serangkaian kegiatan komunikasi yang direncanakan dengan tujuan untuk menghasilkan dampak tertentu pada khalayak luas, yang dilaksanakan secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu (Rogers, E. M., & Storey, J. D. , 1987). Menurut (Pfau, M., & Parrot, R., 1993) Kampanye merupakan suatu proses yang direncanakan dengan sengaja, dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan dalam periode waktu tertentu, dengan tujuan untuk mempengaruhi audiens yang menjadi sasaran.

Dalam merancang kampanye edukatif mengenai skizofrenia melalui film pendek, pendekatan yang digunakan mencakup:

1. Perencanaan meliputi identifikasi isu, penentuan audiens target, dan penetapan tujuan kampanye.
2. Perancangan Pesan meliputi pemilihan medium yang tepat (film pendek), gaya komunikasi yang sesuai, dan narasi yang kuat.
3. Pelaksanaan meliputi distribusi film pendek melalui platform digital dan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
4. Evaluasi meliputi mengukur dampak kampanye terhadap perubahan persepsi dan pengetahuan masyarakat mengenai skizofrenia.

Dengan mengintegrasikan teori skizofrenia, media video, dan strategi kampanye, diharapkan kampanye ini dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat, serta mengurangi stigma terhadap penderita skizofrenia.

2.3 Teori Utama

A. Perancangan Video

Perancangan video terdiri dari tiga tahap utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

- a. Pada tahap pra-produksi, dilakukan perumusan ide, penulisan naskah, pembuatan storyboard, pemilihan lokasi, serta persiapan teknis dan artistik sebelum proses pengambilan gambar dimulai (Fachruddin, A., 2012).
- b. Produksi merupakan tahap pelaksanaan pengambilan gambar, rekaman suara, dan penciptaan visual sesuai rencana. (Morissan., 2015).
- c. Pasca-produksi merupakan tahap penyuntingan (*editing*), penambahan efek suara, *color grading*, *rendering*, hingga finalisasi materi untuk distribusi. (Morissan., 2015).

B. Kampanye

Menurut (Rogers, E. M., & Storey, J. D., 1987), Kampanye komunikasi merupakan upaya terencana untuk mempengaruhi sikap atau perilaku audiens dengan menyampaikan serangkaian pesan yang disusun secara sistematis dan berkelanjutan.

(Ruslan, R., 2018) menambahkan, perancangan kampanye terdiri dari tahap perencanaan (menetapkan tujuan, mengenali audiens), pelaksanaan (penyebaran pesan melalui media), dan evaluasi (pengukuran efektivitas terhadap tujuan).

C. AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*)

Model *AISAS* (*Attention, Interest, Search, Action, Share*), yang dikembangkan oleh (Dentsu Inc., 2005) awalnya digunakan untuk memahami perilaku konsumen digital, tetapi dapat diadaptasi dalam

perancangan film pendek untuk memaksimalkan daya tarik, keterlibatan, dan distribusi pesan film kepada audiens.

Tahapan perancangan film pendek berbasis AISAS adalah sebagai berikut:

1. **Attention (Perhatian)**

Pada tahap ini, desain film difokuskan untuk menarik perhatian audiens sejak awal, misalnya melalui poster film, trailer, judul yang kuat, atau pembukaan visual yang memikat. Penataan sinematografi, musik pembuka, dan *tone* warna berperan penting dalam mencuri perhatian penonton dalam hitungan detik pertama.

2. **Interest (Ketertarikan)**

Setelah perhatian terbangun, film pendek harus mampu mempertahankan ketertarikan dengan menghadirkan alur cerita yang relevan, karakter yang *relatable*, dan konflik yang menyentuh. Penulis naskah dan sutradara merancang plot serta dialog sedemikian rupa agar sesuai dengan minat target audiens, memastikan masyarakat terhubung secara emosional.

3. **Search (Pencarian)**

Film yang efektif memicu keingintahuan audiens untuk menggali lebih jauh. Pada tahap ini, elemen di dalam film seperti pesan tersembunyi (*easter egg*), tautan sosial (misalnya akun media film), atau materi lanjutan (seperti wawancara atau artikel di balik layar) mendorong audiens mencari informasi tambahan terkait tema yang diangkat.

4. **Action (Tindakan)**

Tahap tindakan dalam film pendek berkaitan dengan bagaimana audiens terdorong untuk melakukan sesuatu, seperti merefleksikan makna cerita, berdiskusi dengan orang lain, atau mengambil langkah nyata yang sesuai pesan film. Misalnya, setelah menonton film pendek tentang skizofrenia, audiens terdorong untuk lebih peduli, belajar, atau berbicara soal isu kesehatan mental.

5. **Share (Berbagi)**

Tahap terakhir adalah ketika audiens terdorong membagikan pengalaman menonton film kepada jaringan. Ini bisa terjadi melalui media sosial, diskusi komunitas, atau bahkan rekomendasi personal. Tim produksi perlu merancang elemen yang “layak dibagikan” (*shareable*), misalnya kutipan menarik, *behind-the-scenes*, atau cuplikan singkat yang mengena.

Dengan memanfaatkan model AISAS dalam proses perancangan film pendek, tim kreatif tidak hanya menciptakan karya yang artistik tetapi juga memastikan film memiliki daya sebar yang tinggi dan mampu memengaruhi audiens secara berkelanjutan.

2.4 Teori Pendukung

Teori pendukung yang digunakan untuk memperdalam peneliti agar mendapatkan hasil yang maksimal dalam merancang Film Pendek.

A. Psikologi

Untuk menggambarkan kondisi skizofrenia secara tepat dalam film, pemahaman psikologis tentang gejala dan perilaku penderita sangat penting. Menurut *American Psychiatric Association* (APA, 2022), skizofrenia ditandai oleh halusinasi, delusi, pikiran yang kacau, gangguan persepsi, dan perilaku disorganisasi. Visualisasi gejala ini dalam film harus dilakukan secara hati-hati agar menghindari stereotip negatif.

Menurut (Corrigan, P. W., & Watson, A. C., 2002), media visual memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi publik terhadap gangguan mental, sehingga representasi yang akurat diperlukan untuk mengurangi stigma. Tahap riset psikologis sangat penting agar film mampu membangun empati audiens, bukan sekadar menghadirkan dramatisasi.

B. Visual dan Sinematografi

Agar film pendek dapat menyampaikan makna secara efektif, elemen visual seperti sinematografi, *color grading*, *framing*, dan desain suara memainkan peran penting.

1. Sinematografi

(Bordwell, D., & Thompson, K., 2019) menyebut sinematografi sebagai seni menangkap gambar bergerak, termasuk pengaturan komposisi,

pencahayaannya, gerakan kamera, dan fokus. Untuk menggambarkan kondisi skizofrenia, teknik seperti *handheld camera* (untuk menunjukkan ketidakstabilan), *close-up shot* (untuk menangkap ekspresi emosional), atau distorsi lensa (untuk memvisualisasikan halusinasi) sering digunakan.

2. **Color Grading**

Menurut (Manovich, L., 2001), *color grading* adalah teknik pascaproduksi untuk memengaruhi *mood* dan atmosfer visual. Misalnya, penggunaan *tone* biru kehijauan dapat menciptakan suasana dingin, terasing, atau tidak stabil; sedangkan *tone* merah kekuningan dapat memperkuat rasa cemas atau gelisah.

3. **Desain Suara**

(Chion, 1994) menekankan pentingnya suara dalam menciptakan persepsi ruang, waktu, dan emosi. Dalam film tentang skizofrenia, penggunaan suara bisikan, gema, atau suara yang tidak selaras dengan gambar bisa menjadi elemen penting untuk menggambarkan halusinasi auditori.

4. **Editing**

Menurut (Einstein, 1949), montase atau penyuntingan bertujuan bukan hanya menyusun gambar, tetapi menciptakan makna emosional. *Jump cuts*, *long takes*, atau *flash cuts* dapat digunakan untuk memperkuat perasaan bingung atau terputusnya realitas yang dirasakan penderita.

C. Elemen Visual dan Psikologis

Menggabungkan teori psikologi dengan elemen visual membantu pembuat film menuangkan gejala skizofrenia secara sinematik. Contohnya:

1. Untuk menunjukkan disorganisasi pikiran menggunakan transisi cepat antar adegan, suara internal yang saling tumpang tindih.
2. Untuk merepresentasikan halusinasi menambahkan efek visual *blur*, perubahan warna, atau suara yang tidak sinkron.
3. Untuk menciptakan empati audiens menggunakan *close-up* wajah dengan pencahayaan kontras agar emosi karakter lebih terasa.

2.5 Ringkasan Kesimpulan Teori

Berdasarkan hasil kajian pustaka, teori utama, dan teori pendukung, dapat disimpulkan bahwa perancangan film pendek “Sunyi” sebagai media kampanye untuk mengurangi stigma skizofrenia memerlukan pendekatan yang terintegrasi. Penelitian terdahulu menyoroti pentingnya edukasi publik, efektivitas media film pendek sebagai alat komunikasi sosial, serta peluang besar media video pendek di era digital untuk menjangkau audiens luas.

Tinjauan teori memberikan dasar pemahaman mengenai skizofrenia, video, dan kampanye, yang masing-masing menjadi elemen penting dalam penyusunan karya ini. Teori utama memandu langkah perancangan dengan pendekatan sistematis melalui tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, memastikan seluruh proses berjalan terstruktur untuk menghasilkan film pendek berkualitas.

Teori pendukung menegaskan pentingnya memahami aspek psikologi penderita skizofrenia agar representasi visual tidak keliru, serta pemanfaatan elemen sinematografi, *color grading*, desain suara, dan *editing* untuk menciptakan efek emosional yang kuat. Integrasi model AISAS dalam perancangan memperkuat daya jangkauan pesan, mulai dari menarik perhatian hingga mendorong audiens berbagi informasi.

Secara keseluruhan, pendekatan multidisipliner yang memadukan kajian literatur, teori perancangan visual, teori komunikasi, dan riset psikologi menjadi fondasi kokoh dalam menciptakan film pendek “Sunyi” yang bukan hanya artistik, tetapi juga edukatif, empatik, dan berdampak nyata dalam mengurangi stigma sosial terhadap penderita skizofrenia.