

BAB II TINJAUAN UMUM

2.1 Tinjauan Pustaka

- a. Franata, D. T. (2014). *Perancangan kampanye sosialisasi penyakit skizofrenia* [Skripsi, Institut Seni Indonesia Yogyakarta]. ISI Yogyakarta Repository.

Penelitian yang dilakukan oleh Dhimas Tirta Franata (2014) berjudul "*Perancangan Kampanye Sosialisasi Penyakit Skizofrenia*" menggunakan metode kualitatif dalam merancang kampanye sosialisasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai penyakit skizofrenia serta mengurangi stigma negatif yang melekat pada penderita skizofrenia. Kampanye tersebut dirancang dengan memanfaatkan media audio visual sebagai sarana utama untuk menyampaikan pesan edukatif kepada khalayak luas. Hasil dari penelitian tersebut merupakan bahwa pendekatan melalui visualisasi dan suara mampu memperkuat pemahaman dan empati masyarakat terhadap isu kesehatan mental, khususnya skizofrenia. Meskipun mengangkat isu yang sama, yaitu tentang skizofrenia, penelitian ini berbeda dari penelitian yang akan dilakukan, terutama dari sisi media kampanye yang digunakan. Peneliti saat ini berencana menggunakan ambient media sebagai sarana kampanye yang lebih kontekstual dan menjangkau ruang publik secara langsung. Adapun penelitian oleh Dhimas dilakukan sepuluh tahun yang lalu, sehingga pendekatan dan konteks sosial yang digunakan belum tentu sepenuhnya relevan dengan kondisi saat ini, mengingat dinamika pemahaman masyarakat terhadap isu kesehatan mental telah mengalami perubahan.

- b. Dewi, M. A. K., & Sukmayanti, L. M. K. S. (2020). Dukungan sosial dan skizofrenia. *Jurnal Kesehatan Jiwa Indonesia*, 1(3).

Penelitian yang diterbitkan dalam jurnal "*Dukungan Sosial dan Skizofrenia*" tahun 2020 oleh Made Amalia Kristanti Dewi dan Luh Made Karisma Sukmayanti S. bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor penting yang berkontribusi pada meningkatnya jumlah penderita skizofrenia di Indonesia, khususnya di wilayah Bali. Artikel ini juga mengkaji literatur tentang pengertian, karakteristik, dan dinamika penyakit skizofrenia serta

menekankan betapa pentingnya dukungan sosial untuk mengatasinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan sosial dari keluarga dan masyarakat sangat berpengaruh pada seberapa cepat penderita skizofrenia pulih. Jurnal ini tidak secara khusus membahas kampanye sosial atau intervensi publik untuk menghapus stigma terhadap penderita skizofrenia, meskipun membantu memahami aspek sosial dari penanganan skizofrenia.

- c. Moussadecq, A., Darmawan, A., & Rohiman. (2022). Perancangan ambient media sebagai media iklan layanan masyarakat bahaya adiksi internet. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 11(2).

Penelitian yang dilakukan oleh Ade Moussadecq, Abdi Darmawan, dan Rohiman (2022) dalam jurnal berjudul “Perancangan Ambient Media sebagai Media Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Adiksi Internet” menggunakan metode kualitatif dalam merancang kampanye sosial bertema “Yuk Cerdas dalam Menggunakan Internet”. Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengedukasi masyarakat, khususnya mahasiswa, mengenai bahaya penggunaan internet yang berlebihan. Dalam pelaksanaannya, kampanye ini menggunakan ambient media berupa instalasi patung sebagai media visual utama untuk menyampaikan pesan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ambient media yang menarik dan kontekstual dapat menjadi alat efektif dalam membangun kesadaran publik terhadap isu sosial tertentu. Meskipun memiliki pendekatan media yang serupa, yakni penggunaan ambient media, penelitian ini berbeda dari penelitian yang akan dilakukan, baik dari segi isu yang diangkat maupun bentuk akhir media kampanyenya.

- d. Salim, S., & Imanto, T. (2021). Non commercial design to increase awareness towards schizoaffective disease through web comics. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(2).

Sayudi Salim dan Teguh Imanto (2021) melakukan penelitian yang disebut "Desain Non Komersial untuk Meningkatkan Kesadaran Penyakit Skizoafektif Melalui Komik Web" dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penyakit skizoafektif. Penelitian tersebut menekankan betapa pentingnya persepsi masyarakat dalam menentukan sikap penerimaan keluarga terhadap penderita gangguan mental, terutama skizofrenia.

Kampanye tidak bertujuan untuk keuntungan moneter dan menggunakan media web komik sebagai alat edukasi visual yang menarik dan mudah diakses oleh masyarakat umum. Metode tersebut diharapkan dapat membantu masyarakat dan keluarga penderita memahami pentingnya membuat lingkungan yang mendukung dan mengambil tindakan yang tepat untuk menangani kondisi penderita skizoafektif. Meskipun mengangkat tema besar yang serupa dengan penelitian yang akan datang, yaitu persepsi masyarakat terhadap penderita skizofrenia, yang membedakan adalah media kampanye yang digunakan.

2.1.1 Data Artikel Website

Tabel 2. 1 Data Artikel Website

| Judul | Penulis | Tahun | Keterangan |
|---|---|-------|---|
| Kumparan.com – Stigma Masyarakat terhadap Gangguan Mental Skizofrenia | Wulan Putri | 2021 | Artikel ini berisi penjelasan pentingnya kesehatan mental, skizofrenia (gejala, dampak, penyebab) dan stigma terhadap skizofrenia. |
| Health.Kompas.com - Indonesia Peringkat 1 Negara dengan Skizofrenia, Stigma Harus Dihilangkan | Giovani Cornelia dan Resa Eka Ayu Sartika | 2022 | Artikel ini berisi penjelasan tentang skizofrenia dan menurut DALY rates atau Disability Adjusted Life Years Indonesia menduduki peringkat nomor satu sedunia pada grafik pasien skizofrenia. |
| Alodokter.com - Skizofrenia | dr. Pittara | 2023 | Artikel ini berisi tentang jumlah pengidap skizofrenia di dunia dan Indonesia pada tahun |

| Judul | Penulis | Tahun | Keterangan |
|--|----------------------|--------------|--|
| | | | 2019, gejala, penyebab, pencegahan dan pengobatannya. |
| Increaseink.co.id - Ambient Marketing, Trik Sederhana Buat Brand Mudah Diingat | Bibah | 2022 | Artikel ini berisi tentang penjelasan ambient media, keuntungan, kerugian dan cara agar ambient media bisa sukses bekerja. |
| Kaskus.co.id - Apa itu "Ambient Media"? (Pict ++) | fireinthedeep | 2013 | Artikel ini berisi tentang penjelasan apa itu ambient media dan contoh gambar ambient media. |
| Themediaant.com - What is Ambient Advertising? Example, Characteristics & Advantages | Maanasa Parameswaran | 2024 | Artikel ini berisi tentang penjelasan cara memposisikan ambient media agar efektif dan karakteristik ambient media. |
| Gramedia.com - Pengertian Kampanye: Sejarah, Ciri-Ciri, Jenis serta Pengaruhnya di Media Massa | Ziaggi Fadhil Zahran | 2021 | Artikel ini berisi penjelasan pengertian kampanye menurut ahli, sejarah kampanye, ciri-ciri kampanye, tujuan kampanye dan pengaruh kampanye. |

| Judul | Penulis | Tahun | Keterangan |
|--|--------------|-------|--|
| Analisedaily.com - Ambient Media Menggoda Publik | Arif Budiman | 2019 | Artikel ini menjelaskan jika <i>ambient</i> media bisa mendapatkan respon langsung dari khalayak. Media iklan ini dibuat dengan menangkap respon objek di sekitar kawasan iklan. |

2.1.2 Data Jurnal

1. Kanti Fiona dan Fajrianti (2013). Pengaruh Dukungan Sosial terhadap Kualitas Hidup Penderita Skizofrenia. Vol.02 (03)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana dukungan sosial memengaruhi kualitas hidup pasien skizofrenia yang menjalani perawatan inap di Rumah Sakit Jiwa Menur Surabaya. Instrumen yang digunakan meliputi *Social Provision Scale* dari Cutrona dan Russel, serta *Self-report Quality of Life Measure for People with Schizophrenia (SQLS)* yang dikembangkan oleh Wilkinson dan telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia. Proses analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS 16.0 for Windows dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Hasil analisis menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), yang berarti hasil penelitian ini bersifat signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dukungan sosial berperan dalam memengaruhi kualitas hidup pasien skizofrenia rawat inap di RSJ Menur, dengan kontribusi pengaruh sebesar 47,4%.

2. Faiza Salsabila, Rita Damayanti, Sayyidah Hanifah (2024). Pengaruh Norma atau Budaya terhadap Stigma pada Orang Dengan Skizofrenia di Indonesia. Vol. 6(6).

Jurnal ini membahas pengaruh norma atau budaya terhadap stigma pada Orang Dengan Skizofrenia (ODS) di Indonesia. Norma atau budaya yang memengaruhi stigma pada pasien skizofrenia di Indonesia adalah sistem

religi, sistem mata pencaharian dan sistem sosial. (Faiza Salsabila, Rita Damayanti dan Sayyidah Hanifah, 2024).

3. Dhimas Tirta Franata (2014). Perancangan Kampanye Sosialisasi Penyakit Skizofrenia. Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro.

Penulis menjelaskan dua perspektif dalam penanganan individu yang mengalami gangguan skizofrenia. Pertama, terdapat individu dengan skizofrenia yang mengalami pembatasan atau pengasuhan yang keras, yang bereaksi dengan pemberontakan akibat ketidaknyamanan yang mereka rasakan. Individu dengan skizofrenia yang ditangani dengan penuh kasih sayang dan perhatian lebih dari keluarga serta teman-temannya, sehingga mereka dapat berkembang seperti orang biasa dan berkontribusi sesuai dengan bakat yang dimiliki. Kampanye sosialisasi ini menggunakan media primer audio visual dan juga mengacu pada inisiatif dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, yaitu Indonesia Bebas Pasung 2019. Ide dasar kampanye ini adalah untuk mendorong masyarakat agar lebih memperhatikan pengidap skizofrenia. Strategi ini bertujuan untuk mendorong konsumen agar melakukan tindakan atau mengikuti saran yang diberikan dalam iklan layanan masyarakat.

4. Aditya Putra Harwanto, Engki Triwahyudi dan Raissa Dwifandra Putri (2023). Lanskap Dinamika Skizofrenia: Studi Literatur Terkait Perilaku Pengidap Skizofrenia. Vol. 3(3).

Menurut penulis skizofrenia adalah gangguan psikis yang mempengaruhi perilaku, gangguan ini menyebabkan pengidapnya mengalami delusi, depresi, halusinasi, dan kesulitan untuk berbicara. Beberapa faktornya adalah faktor genetik, faktor sosial ekonomi, faktor pekerjaan, faktor psikosial, dan faktor biologis. Kelemahan dari studi ini menurut penulis adalah studi literatur ini masih sederhana dan memerlukan penelitian-penelitian korelasional lebih lanjut, sehingga diperlukan pengembangan penelitian dalam melihat skizofrenia secara lebih luas.

5. Bambang Sukma Wijaya (2011). Kajian Produksi Pesan Iklan Ambient Media. Vol. 9(3).

Penulis mengemukakan bahwa meskipun dalam teori Action Assembly John Greene hanya mengidentifikasi dua jenis pengetahuan—yaitu pengetahuan isi (*content knowledge*) dan pengetahuan prosedural (*procedural knowledge*)—penelitian ini menemukan dua poin tambahan yang signifikan. Pertama, selain kedua jenis pengetahuan tersebut, pembuat iklan juga mengandalkan *pengetahuan konteks (context knowledge)* dalam merancang pesan iklan ambient media. Pengetahuan konteks ini berperan penting dalam menyelaraskan pesan dengan pengalaman konsumen dalam kondisi tertentu, sehingga efektivitas komunikasi dapat dimaksimalkan. Kedua, pengetahuan isi sebagaimana dijelaskan oleh Greene dapat diklasifikasikan lebih lanjut menjadi *pengetahuan objektif (objective knowledge)*—yang diperoleh dari panduan strategis dan masukan klien—dan *pengetahuan subjektif (subjective knowledge)*—yang berasal dari pengalaman pribadi kreator terkait perilaku konsumen dan karakteristik media yang digunakan.

2.1.3 Data Buku

1. Wegig Murwonugroho (2021). Pergeseran Makna Dalam Ambient Media. Buku ini menjelaskan bagaimana ambient media telah mengalami transformasi komunikasi visual dan periklanan. Selain sebagai alat pemasaran, ambient media juga berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan sosial. Kemajuan teknologi digital membantu ambient media menjangkau audiens lebih luas dan efektif serta menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi konsumen. (Wegig Murwonugroho, 2021).
2. Kanaidi, SE., M.Si (2019). "DASAR-DASAR PERIKLANAN" (Daya Pikat Pesan Iklan & Ambient Media sebagai Terobosan Dalam Periklanan). *Ambient* media adalah bentuk iklan yang memberikan pengalaman unik dan mengejutkan kepada konsumen, dengan desain yang terintegrasi dengan lingkungan sekitar untuk menciptakan keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan iklan tradisional pertumbuhan penggunaannya didorong oleh permintaan klien akan metode periklanan yang inovatif dan efektif, sebagai respons terhadap penurunan efektivitas media konvensional

serta kebutuhan akan komunikasi yang lebih relevan dan kontekstual. Keunggulan ambient media terletak pada kemampuannya menarik perhatian secara langsung, menargetkan audiens dengan tepat, dan fleksibilitas dalam penempatan iklan, sehingga menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan daya ingat merek. Salah satu kekuatan utama dari *ambient* media adalah kemampuannya menciptakan efek mengejutkan yang meninggalkan kesan mendalam pada konsumen, mendorong interaksi lebih besar dengan memanfaatkan 'waktu tinggal' mereka di lokasi tertentu. *Ambient* media memiliki potensi besar tetapi tantangan dalam meyakinkan klien bahwa metode ini dapat memberikan jangkauan setara dengan media konvensional tetap ada, sehingga pemasar perlu menunjukkan efektivitas dan daya tarik dari ambient media untuk mendorong adopsi yang lebih luas. Buku ini juga menyajikan contoh penerapan ambient media yang kreatif, seperti memanfaatkan unsur-unsur dari lingkungan sekitar untuk menyampaikan pesan iklan dengan pendekatan yang unik dan berbeda dari biasanya.

3. Dr. dr. Alifiati Fitrikasari, Sp.KJ(K), dr. Linda Kartikasari, Sp.KJ (2022). Buku Ajar Skizofrenia.

Buku ini menyajikan analisis mendalam mengenai skizofrenia sebagai gangguan mental serius yang ditandai oleh berbagai gejala psikopatologi, termasuk perubahan dalam persepsi, emosi, kognisi, dan perilaku, serta menjelaskan faktor penyebab yang beragam dan perjalanan penyakit yang bervariasi. Buku ini bertujuan untuk memberikan pemahaman komprehensif kepada mahasiswa kedokteran dalam mendiagnosis dan menangani pasien skizofrenia, dengan penekanan pada pentingnya terapi farmakologis dan intervensi psikososial untuk meningkatkan hasil perawatan, serta membahas tantangan yang dihadapi oleh pasien dan keluarganya dalam menghadapi gangguan ini.

2.1.4 Data Wawancara

Data yang didapat dari Bagus Utomo yang berusia 51 tahun, yang menjabat sebagai pendiri dan pengurus Komunitas Peduli Skizofrenia (KPSI) saat wawancara pada tanggal 03 Januari 2025 adalah Kampanye yang berisi dukungan untuk

pengidap skizofrenia sangat bermanfaat. Kampanye dilakukan untuk memberikan penjelasan tentang skizofrenia secara valid karena masih banyak masyarakat yang salah mengartikan skizofrenia. Kampanye juga sering dilakukan oleh penyintas yang berhasil pulih untuk memotivasi penyintas lainnya dan meyakinkan jika pengidap skizofrenia juga bisa normal pada umumnya.

Beliau juga mengatakan jika stigma sangat berpengaruh untuk pasien skizofrenia, keluarga pasien dan orang sekitarnya. Stigma yang beredar di masyarakat, seperti skizofrenia berhubungan dengan hal ghaib bisa menyebabkan pasien mengalami salah penanganan. Stigma yang buruk juga membuat pasien takut dan malu untuk berobat secara medis, sehingga keluarga pasien juga bisa terkena dampaknya. Kasus anak 14 tahun yang membunuh Ayah dan Neneknya menjadi contoh dampak skizofrenia yang telat ditangani. Dampak dari skizofrenia jika tidak ditangani sangat besar dan bisa menyebabkan seseorang hilang kontrol.

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Teori Utama

a. Kampanye

Kampanye merupakan suatu bentuk aktivitas komunikasi yang dirancang secara sistematis dan berlangsung dalam jangka waktu tertentu, dengan tujuan untuk mengarahkan perhatian masyarakat pada suatu isu beserta solusinya (Rajasundarman, 1981). Berdasarkan tujuannya, kampanye diklasifikasikan menjadi tiga jenis: *Product Oriented Campaign* yang berfokus pada pembentukan citra positif suatu perusahaan, *Candidate-Oriented Campaign* yang bertujuan mendapatkan dukungan dalam konteks politik, dan *Ideological or Cause Oriented Campaign* yang ditujukan untuk mendorong perubahan sosial serta biasanya melibatkan partisipasi masyarakat secara langsung (Ruslan, 2007). Dalam penelitian ini, peneliti memilih jenis *Ideological or Cause Oriented Campaign* karena pendekatannya sesuai untuk mengajak masyarakat memahami dan peduli terhadap kondisi para penderita skizofrenia.

Strategi kampanye yang tepat juga diperlukan saat melakukan penyampaian isu agar bisa menarik audiens. Berikut ini adalah strategi kampanye untuk menyampaikan informasi dan menarik audiens:

1. *Above the Line* (ATL)

ATL (*Above The Line*) merupakan strategi pemasaran atau kampanye yang dirancang untuk menjangkau audiens dalam skala besar melalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan billboard. Kelebihan dari pendekatan ini adalah kemampuannya dalam memberikan eksposur yang luas terhadap suatu merek atau produk. Namun, dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan *ambient* media sebagai media utama kampanye. Hal ini karena *ambient* media tidak hanya mampu menjangkau banyak orang, tetapi juga memungkinkan adanya interaksi langsung dengan audiens. *Ambient* media sendiri adalah bentuk iklan yang memanfaatkan elemen lingkungan secara kreatif, sehingga pesan dapat disampaikan secara langsung dan menarik perhatian orang yang melintas di sekitarnya.



Gambar 2. 1 Papan Reklame Iklan Pizza

2. *Below the Line* (BTL)

Below the Line merupakan bentuk strategi pemasaran yang menitikberatkan pada komunikasi langsung dengan individu atau kelompok kecil yang menjadi target sasaran. Strategi ini dirancang untuk menyampaikan pesan yang telah dipersonalisasi, guna mendorong audiens melakukan tindakan spesifik seperti membeli produk atau berinteraksi dengan suatu merek melalui platform digital. Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai media pendukung dalam kampanye yang bertujuan mengedukasi masyarakat mengenai stigma terhadap skizofrenia.

SHORT

"People follow leaders by choice. Without trust, at best you get compliance."

- Jesse Lyn Stoner, Leadership Coach

MID



In this very quick read, [Lifehacker recommends](#) sharing secrets with acquaintances to speed up the path towards friendship. Though, don't judge too quickly -- secrets are relative here.

Gambar 2. 2 Media Below the Line

3. *Through the Line* (TTL)

Through the Line adalah strategi pemasaran yang menggabungkan teknik *Above the Line* (ATL) dan *Below the Line* (BTL) untuk menjangkau berbagai target yang diinginkan. TTL dapat mendukung kegiatan kampanye dengan cara membagikan *merchandise* untuk pengunjung kampanye agar bisa mengingat kegiatan dan pesan dalam kampanye.



Gambar 2. 3 Voucher pada Koran

b. Stigma

Stigma merupakan bentuk prasangka negatif yang ditujukan kepada individu atau kelompok karena dianggap menyimpang dari norma mayoritas. Keberadaan stigma dalam masyarakat menimbulkan ketimpangan sosial. Dampaknya tidak hanya dirasakan oleh individu yang menjadi sasaran, tetapi

juga mempengaruhi orang-orang di sekitarnya. Stigma dapat menimbulkan konsekuensi seperti penolakan, pengucilan, serta pengabaian dalam lingkungan sosial.

Menurut Van Barkel dalam Fiorillo, Volpe, dan Bhugra (2016), stigma terbagi menjadi lima jenis, yaitu:

1. Publik stigma merujuk pada munculnya reaksi negatif dari masyarakat terhadap suatu hal.
2. Struktural stigma berarti penolakan yang dilakukan oleh institusi, hukum, atau perusahaan terhadap sesuatu karena pandangan negatif mereka terhadap hal tersebut.
3. *Self stigma* menggambarkan turunnya harga diri dan kepercayaan pada seseorang. Self stigma bisa terjadi pada seorang pasien HIV yang mungkin merasa tidak berharga karena banyak orang mulai menjauh darinya.
4. *Felt or perceived stigma* adalah ketika seseorang merasakan adanya stigma dalam dirinya, yang menyebabkan ketakutan untuk berada dalam lingkungan sosial.
5. *Experienced stigma* terjadi pada seseorang yang pernah menghadapi diskriminasi dari orang lain.

Stigma terbagi menjadi tiga macam, yaitu stigma yang berhubungan erat dengan kecacatan seseorang, stigma yang berhubungan dengan kerusakan yang ada di dalam diri seseorang dan prasangka atau cap negatif yang berkaitan dengan latar belakang ras, etnis, dan kepercayaan agama (Goffman, 1963).

c. Skizofrenia

Skizofrenia merupakan salah satu gangguan jiwa berat yang membuat pengidapnya berhalusinasi dan sulit membedakan dengan kenyataan. Pengidap skizofrenia sering kali tidak menyadari bahwa mereka mengalami masalah kesehatan mental. Kondisi ini dapat menyebabkan gejala yang cukup serius jika tidak segera ditangani dengan baik. Gejala yang muncul bervariasi, dari yang ringan sampai yang berat, gangguan ini dapat mengganggu aktivitas sehari-hari, pekerjaan, kehidupan sosial, dan hubungan romantis (Medis, 2024).

Penyebab pasti skizofrenia masih belum diketahui hingga saat ini. Para ahli menduga faktor genetik, gelombang kimia di otak, dan lingkungan bisa menjadi

penyebab skizofrenia (DokterSehat, 2023). Seseorang bisa saja terkena skizofrenia jika mengalami kondisi berikut ini:

1. Riwayat Keluarga

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa keberadaan anggota keluarga dengan skizofrenia dapat meningkatkan peluang pewarisan kondisi ini hingga 80 persen. Jika salah satu orang tua mengidap skizofrenia, anak memiliki kemungkinan sekitar 13 persen untuk mengalami hal serupa. Risiko tersebut dapat meningkat menjadi 20 persen apabila kedua orang tua menderita skizofrenia. Meskipun demikian, angka ini dapat berbeda-beda karena terdapat faktor-faktor lain yang juga memengaruhi timbulnya gangguan mental ini.

2. Masalah pada Otak

Orang dengan skizofrenia mengalami ketidakseimbangan pada zat kimia tertentu di otak, seperti neurotransmitter, yang dapat mengganggu proses pengiriman sinyal listrik di dalam otak. Gangguan ini berpengaruh pada cara berpikir dan perilaku mereka. Selain itu, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penderita skizofrenia memiliki struktur dan fungsi otak yang berbeda dari normal. Namun, perubahan tersebut tidak selalu muncul pada setiap individu dengan skizofrenia, dan dalam beberapa kasus, juga dapat ditemukan pada orang yang tidak menderita gangguan ini.

3. Lingkungan

Berdasarkan hasil penelitian, skizofrenia dapat dipicu oleh perpaduan antara faktor keturunan dan pengaruh lingkungan. Beberapa faktor lingkungan yang berpotensi memicu gangguan ini pada individu yang memiliki kerentanan meliputi infeksi virus, paparan bahan beracun, serta kondisi stres yang berat.

4. Pengaruh Sosial

Sejumlah faktor sosial turut berperan dalam perkembangan skizofrenia, antara lain tinggal di wilayah dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi, kelahiran dari ibu yang mengalami kekurangan gizi pada trimester pertama kehamilan, serta latar belakang keluarga yang memiliki riwayat skizofrenia.

5. Komplikasi Kehamilan dan Persalinan

Kurangnya asupan gizi, tekanan darah tinggi, diabetes, serta paparan terhadap zat beracun dan infeksi selama masa kehamilan diyakini dapat

memperbesar peluang anak mengembangkan skizofrenia. Risiko ini juga dapat dipengaruhi oleh masalah saat proses persalinan, seperti kekurangan oksigen saat lahir (asfiksia), kelahiran prematur, dan berat badan bayi yang rendah. Temuan dari studi terbaru menunjukkan bahwa komplikasi selama kehamilan dapat meningkatkan kemungkinan timbulnya skizofrenia pada anak di masa mendatang, bahkan hingga lima kali lebih besar pada individu dengan faktor risiko tinggi.

6. Pengaruh Obat-obatan

Faktor Salah satu faktor risiko lain yang dapat memperbesar kemungkinan terjadinya skizofrenia adalah penyalahgunaan zat terlarang, khususnya ganja dan metamfetamin. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penggunaan obat-obatan tersebut berperan dalam memicu munculnya gangguan ini. Tingkat kerentanan terhadap efek negatif dari zat tersebut bisa dipengaruhi oleh beberapa aspek, seperti usia saat mulai menggunakannya serta riwayat keluarga. Meski begitu, masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memastikan sejauh mana pengaruh narkoba terhadap kemunculan skizofrenia.

Awalnya, gangguan skizofrenia diklasifikasikan ke dalam lima tipe. Namun, pada tahun 2013, melalui publikasi *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* edisi kelima (DSM-5), para pakar dari American Psychiatric Association (APA) memutuskan untuk menghapus pembagian tersebut dan hanya menggunakan satu istilah umum, yaitu *skizofrenia*. Keputusan ini didasarkan pada temuan bahwa klasifikasi sebelumnya dianggap memiliki keterbatasan dalam hal stabilitas diagnosis, validitas ilmiah yang rendah, serta reliabilitas yang tidak memadai (Handayani, 2020). Berikut adalah kelima tipe skizofrenia yang pernah digunakan sebagai referensi dalam dunia klinis:

1. Skizofrenia Paranoid

Merupakan tipe yang paling sering ditemui, ditandai oleh adanya delusi dan halusinasi. Penderitanya kerap menunjukkan perilaku mencurigakan, seperti merasa sedang diawasi atau diikuti, sehingga mudah merasa marah, cemas, bahkan membenci orang lain. Meskipun begitu, fungsi intelektual dan ekspresi emosional mereka biasanya masih dalam

batas normal.

2. **Skizofrenia Katatonik**

Tipe ini ditandai dengan gangguan pada gerakan tubuh. Penderita bisa menunjukkan perilaku motorik yang ekstrem, seperti tidak bergerak sama sekali atau justru menjadi sangat aktif. Mereka juga bisa menolak berbicara, mengulang ucapan orang lain, serta mengabaikan kebersihan diri dan kesulitan menyelesaikan aktivitas sehari-hari.

3. **Skizofrenia Tidak Teratur**

Jenis ini dikenal paling sulit untuk ditangani. Gejalanya meliputi cara berbicara dan perilaku yang kacau serta sulit dimengerti. Penderita mungkin tertawa tanpa alasan yang jelas atau terlihat terfokus pada persepsi internal mereka sendiri.

4. **Skizofrenia Diferensial**

Tipe ini merupakan gabungan dari berbagai gejala yang berasal dari sub tipe skizofrenia lainnya. Karena itu, skizofrenia diferensial sering dianggap sebagai bentuk yang paling umum terjadi.

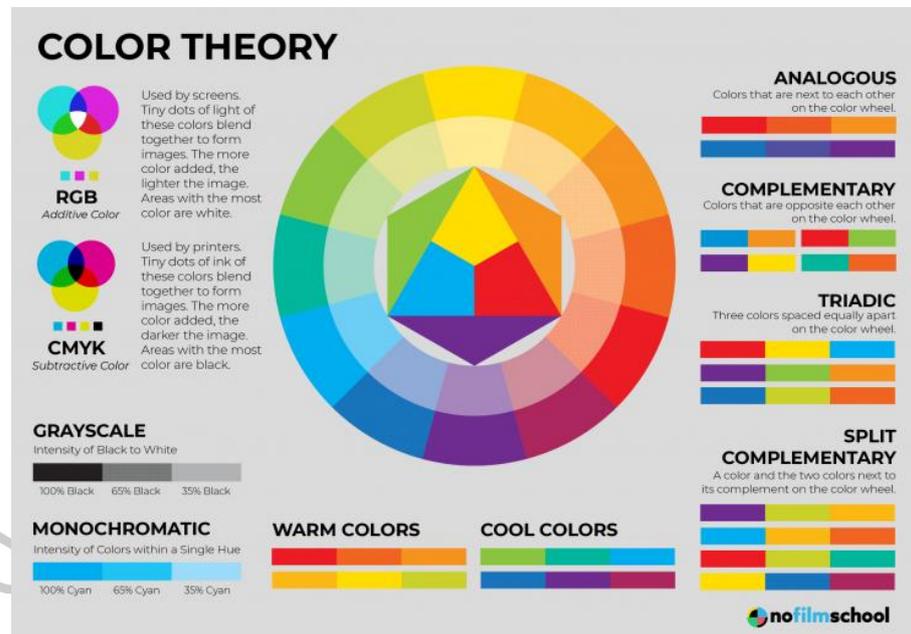
5. **Skizofrenia Residual**

Penderita tipe ini tidak lagi menunjukkan gejala aktif seperti delusi, halusinasi, atau perilaku dan ucapan yang tidak teratur. Biasanya, diagnosis residual diberikan setelah seseorang sebelumnya mengalami salah satu bentuk skizofrenia aktif lainnya.

Peneliti akan mengangkat isu skizofrenia, khususnya stigma terhadap skizofrenia karena tingginya angka pengidap skizofrenia di Indonesia. Peneliti juga mengangkat isu ini karena masih banyak pengidap, khususnya remaja 17 – 25 tahun yang memiliki gejala tetapi takut untuk pergi ke medis karena stigma tersebut. Peneliti memiliki tujuan untuk mengedukasi tentang skizofrenia sehingga masyarakat bisa menghilangkan stigma terhadap skizofrenia.

2.2.2 Teori Pendukung

a. Warna



Gambar 2. 4 Color Wheel

Warna merupakan elemen visual yang memainkan peran penting dalam memberikan identitas pada suatu objek atau desain. Selain sebagai penanda visual, warna juga berfungsi sebagai elemen estetika serta memiliki makna yang berkaitan dengan aspek budaya, psikologi, dan fisik (Seo, 2024). Pemaknaan warna dapat dijelaskan dari tiga sudut pandang berikut:

1. Aspek Fisik

Warna muncul sebagai hasil dari interaksi antara cahaya dan objek. Ketika cahaya mengenai suatu benda, sebagian panjang gelombangnya diserap sementara sisanya dipantulkan. Pantulan inilah yang diterima oleh mata manusia sebagai warna. Seorang desainer perlu memahami aspek fisik ini agar mampu memilih kombinasi warna yang tepat dalam setiap karya desainnya.

2. Aspek Psikologis

Secara psikologis, warna sangat berkaitan erat dengan emosi manusia. Misalnya, warna merah sering diasosiasikan dengan keberanian atau cinta, sementara warna biru dikaitkan dengan ketenangan atau kesedihan. Penelitian menunjukkan bahwa warna dapat memengaruhi suasana hati dan perilaku seseorang. Sebagai contoh, dinding berwarna

kuning cerah dapat meningkatkan energi dan kreativitas, sedangkan warna hijau yang lebih dingin memberi kesan menenangkan.

3. Aspek Budaya

Setiap budaya memiliki tafsir tersendiri terhadap makna warna. Sebagai contoh, di budaya Barat, warna putih kerap melambangkan kemurnian dan kesucian, sementara di beberapa negara Asia, warna yang sama justru sering dikaitkan dengan duka cita. Oleh karena itu, pemilihan warna dalam desain harus mempertimbangkan konteks budaya agar pesan visual yang disampaikan dapat diterima dengan tepat oleh audiens.

Menurut Brewster, warna berperan sebagai elemen estetis dalam kehidupan yang berfungsi membedakan objek serta memperkuat keindahan. Dari sudut pandang subjektif, warna merupakan persepsi visual yang diterima oleh mata. Sementara secara objektif, warna adalah karakteristik dari cahaya yang tampak oleh mata manusia, yang memiliki panjang gelombang antara 380 hingga 780 nanometer (Unik, 2021).

Berdasarkan teori warna yang dikembangkan oleh Brewster, warna diklasifikasikan ke dalam empat kelompok utama:

1. Warna Primer

Merupakan warna dasar yang tidak terbentuk dari campuran warna lain, yakni merah, kuning, dan biru.

2. Warna Sekunder

Dihasilkan dari pencampuran dua warna primer dengan proporsi yang seimbang. Contohnya adalah jingga (campuran merah dan kuning), hijau (kuning dan biru), serta ungu (biru dan merah).

3. Warna Tersier

Merupakan hasil pencampuran antara satu warna primer dan satu warna sekunder. Misalnya, jingga kekuningan yang berasal dari campuran warna jingga dan kuning.

4. Warna Netral

Warna ini terbentuk dari pencampuran tiga warna primer dalam jumlah yang seimbang, atau kombinasi antara warna primer dengan tersier. Warna

netral sering digunakan sebagai elemen penyeimbang dalam komposisi warna secara keseluruhan.

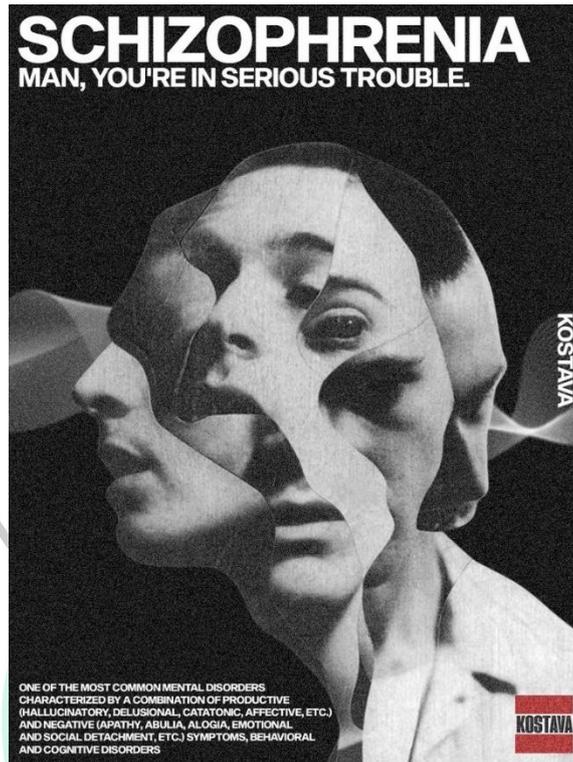
Peneliti memilih menggunakan teori warna Brewster dalam perancangan ini karena kelompok usia target kampanye, yaitu 18–30 tahun, sudah cukup familiar dengan konsep warna. Selain itu, prinsip psikologi warna juga akan diterapkan untuk memengaruhi emosi, pemahaman, serta mendorong tindakan audiens melalui visualisasi yang tepat.

b. Tipografi

Tipografi merupakan ilmu yang secara spesifik mempelajari mengenai huruf. Suroto Rustan menjelaskan tipografi merupakan salah satu bahasa dalam desain grafis yang tidak berdiri sendiri secara langsung, tipografi erat terkait dengan bidang keilmuan lain seperti komunikasi, teknologi, psikologi dan lainnya (Saputra, 2015). Rustan juga menjelaskan pentingnya prinsip-prinsip tipografi seperti readability (tingkat keterbacaan), legibility (kemudahan mengenali bentuk karakter huruf), visibility (jarak pandang antara pembaca dengan objek huruf), dan clarity (kualitas huruf untuk dapat dimengerti dengan jelas) dalam desain. Penulis akan memperhatikan prinsip tersebut agar menghasilkan desain yang mudah dibaca dan dipahami oleh audiens. Penulis juga akan menggunakan typeface san serif dan serif untuk menyampaikan pesan pada desain.

1. *San Serif*

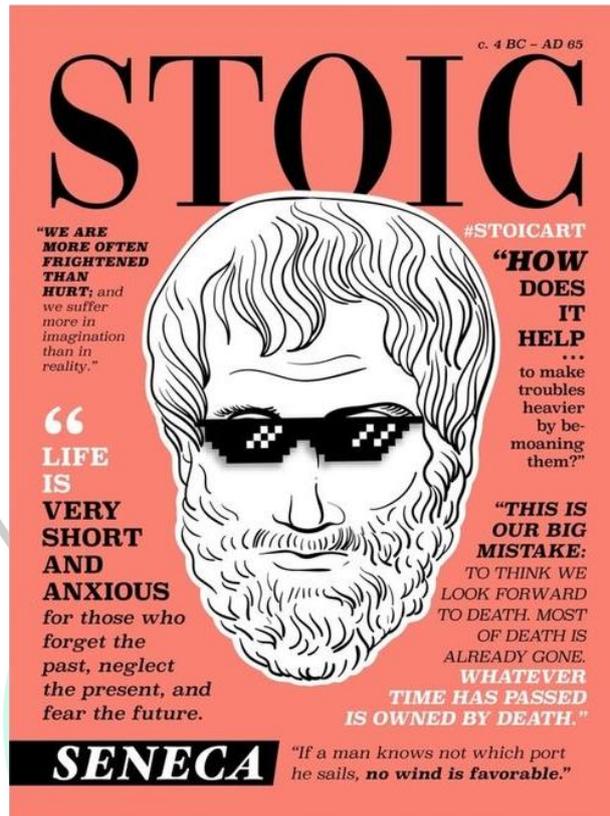
san serif adalah jenis huruf yang tidak memiliki garis dekoratif di ujung goresan. Istilah "san" berasal dari bahasa Prancis yang berarti "tanpa". *Font san serif* memberikan tampilan yang lebih bersih dan modern, sehingga sangat populer untuk penggunaan di layar digital dan desain *website*. Jenis huruf ini lebih mudah dibaca pada tampilan digital beresolusi rendah karena detail halus seperti serif mungkin hilang. Contoh font *san serif* yang umum digunakan adalah Helvetica, Arial, dan Calibri.



Gambar 2. 5 Poster dengan Font San Serif

2. *Serif*

Serif adalah jenis huruf yang dilengkapi dengan garis kecil atau ornamen di ujung goresan huruf yang memberikan kesan klasik dan tradisional. *Font serif* sering digunakan dalam bahan cetakan seperti buku, koran, dan majalah karena kemampuannya untuk meningkatkan keterbacaan dalam blok teks yang besar. Contoh *font serif* yang terkenal termasuk Times New Roman, Georgia, dan Garamond.



Gambar 2. 6 Poster dengan Font Serif

c. Tata Letak

Tata letak adalah proses penataan elemen-elemen desain dalam suatu bidang pada media tertentu, yang bertujuan untuk memperkuat pesan atau konsep yang ingin dikomunikasikan (Surianto Rustan, 2017). Fungsi utama dari penyusunan tata letak adalah mengintegrasikan berbagai komponen desain ke dalam satu kesatuan visual yang menarik, meyakinkan, dan mudah dipahami. Dengan menerapkan prinsip-prinsip dasar tata letak, seorang desainer dapat menciptakan komposisi yang tidak hanya estetik secara visual tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan kepada target audiens. Adapun prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

1. Urutan (Sequence): Mengatur aliran pembacaan sehingga pembaca dapat mengikuti informasi dengan mudah.
2. Penekanan (Emphasis): Memberikan perhatian khusus pada elemen tertentu, seperti menggunakan ukuran atau warna yang berbeda untuk menarik perhatian.

3. Keseimbangan (Balance): Menjaga proporsi visual antara elemen di dalam tata letak agar tampak harmonis, baik secara simetris maupun asimetris.
4. Kesatuan (Unity): Menciptakan keselarasan di antara elemen-elemen yang ada, sehingga keseluruhan desain tampak sebagai satu kesatuan yang utuh.

d. Ilustrasi

Ilustrasi adalah bentuk gambar yang digunakan sebagai pelengkap visual untuk membantu menjelaskan atau memperjelas suatu informasi. Perannya adalah memperkuat pesan yang disampaikan dalam sebuah teks agar lebih mudah dipahami oleh pembaca melalui penyajian visual yang sesuai (Prof. Dr. RM. Soedarso, 2006). Dalam buku *Trilogi Seni: Penciptaan, Eksistensi, dan Kegunaan Seni*, ilustrasi diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan gaya tampilannya, yaitu:

1. Ilustrasi Naturalis

Jenis ilustrasi yang menggambarkan objek dengan bentuk dan warna yang menyerupai kondisi aslinya di alam, tanpa mengalami perubahan atau manipulasi visual.

2. Ilustrasi Dekoratif

Ilustrasi yang berfungsi sebagai elemen penghias, dengan gaya penggambaran yang disederhanakan atau dilebih-lebihkan demi efek visual tertentu.

3. Ilustrasi Kartun

Gambar dengan gaya yang lucu dan khas, sering dijumpai dalam buku cerita anak, komik, dan media bergambar lainnya.

4. Ilustrasi Karikatur

Gambar yang menonjolkan karakteristik wajah atau tubuh secara berlebihan dan tidak proporsional, umumnya digunakan dalam karya satire atau komik yang bersifat kritis.

Peneliti berencana akan menggunakan gambar ilustrasi naturalis pada perancangan strategi kampanye dengan ambient media. Peneliti memilih gambar ilustrasi naturalis untuk menggambarkan kondisi dan pengalaman nyata yang dialami oleh penderita skizofrenia. Penyajian gambar yang realistis membuat

masyarakat lebih mudah memahami dan merasakan empati terhadap penderita, sehingga mengurangi stigma yang ada.



Gambar 2. 7 Ilustrasi Naturalis Skizofrenia

2.2.3 Ringkasan Kesimpulan Teori

Perancangan kampanye menggunakan *ambient* media "Ruang" sebagai media *awareness* stigma skizofrenia di masyarakat dilandasi oleh beberapa teori untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Teori kampanye berfungsi untuk mengkomunikasikan isu yang di angkat dan dapat mengarahkan masyarakat untuk lebih terbuka, menerima individu dengan skizofrenia, serta mengurangi prasangka yang ada. *Ambient* media dalam kampanye ini berfungsi untuk menciptakan pengalaman langsung bagi audiens, sehingga mereka dapat merasakan dan memahami pesan yang disampaikan tentang skizofrenia. Teori skizofrenia memberikan pemahaman mendalam mengenai karakteristik dan dampak gangguan ini terhadap individu sehingga membangun empati dan pengertian yang lebih baik terhadap penderita. Teori stigma menjelaskan bagaimana label negatif dapat mempengaruhi individu dan kelompok tertentu dalam masyarakat.

Perancangan ini juga memerlukan teori desain untuk mendukung pembuatan medianya. Teori warna memiliki dampak emosional yang kuat dan dapat mempengaruhi persepsi serta reaksi audiens terhadap pesan yang disampaikan. Teori tipografi berfungsi untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif. Pemilihan jenis huruf, ukuran, dan gaya tipografi dapat mempengaruhi keterbacaan dan daya tarik visual pada media kampanye. Tata letak berperan dalam penyusunan elemen visual dalam ruang kampanye. Tata letak yang baik dapat

menciptakan alur visual yang menarik dan memandu perhatian audiens ke informasi penting pada media. Teori ilustrasi berfungsi untuk memvisualisasikan informasi dan membantu audiens merasakan pengalaman emosional yang dialami oleh pengidap skizofrenia.

Perancangan kampanye menggunakan *ambient* media "Ruang" sebagai media *awareness* stigma skizofrenia di masyarakat membutuhkan teori utama dan pendukung untuk memberikan informasi dan mengubah pandangan melalui pesan yang empatik dan edukatif. Teori utama dan teori pendukung tidak hanya memperkuat dasar ilmiah dari kampanye tetapi juga meningkatkan keberhasilan dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Teori ini juga membantu perancangan untuk menyesuaikan konten dan pendekatan kampanye agar lebih relevan dan menarik bagi masyarakat.

