



# 6.42%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 16 JUL 2024, 2:28 PM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL  
0.6%

● CHANGED TEXT  
5.82%

## Report #22045279

### 5 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Pada saat ini, kondisi

kesehatan fisik dan mental merupakan hal yang penting dan diharapkan banyak orang.

Manusia merupakan individu yang kompleks dengan berbagai macam faktor dalam kehidupan sehari-hari yang dapat mempengaruhi kesehatan mental dalam menjalani kehidupannya. Kestabilan dari kesehatan mental merupakan salah satu aspek yang penting dalam mewujudkan kehidupan yang lebih baik, normal dan keberhasilan tujuan hidup seseorang. Kesehatan mental dapat dipengaruhi oleh lingkungan, kondisi keuangan dan faktor dalam kehidupan yang lainnya. Kondisi hidup yang kurang baik dapat menyebabkan gangguan kesehatan mental. Dukungan dari orang-orang terdekat dan upaya penyembuhan merupakan hal yang harus dilakukan untuk mencegah munculnya dampak yang lebih buruk, namun di Indonesia masalah kesehatan mental belum mendapatkan perhatian penuh jika dibandingkan dengan permasalahan kesehatan lainnya. Adanya stigma-stigma negatif yang beredar di masyarakat terkait gangguan kesehatan mental menyebabkan masyarakat yang mengalami gangguan kesehatan mental enggan untuk mencari dukungan, pertolongan dan merasa malu untuk melakukan upaya penyembuhan yang melibatkan tenaga profesional. Depresi adalah masalah kesehatan mental utama pada saat ini yang mendapatkan perhatian serius dari masyarakat, Depresi adalah gangguan kesehatan mental yang biasanya ditandai dengan perasaan tidak semangat atau sering murung, kehilangan minat dalam melakukan sesuatu yang

biasannya dinikmati, kehilangan perasaan bahagia, penurunan energi dalam tubuh, perasaan bersalah, merasa rendah diri, sulit tidur, nafsu makan berkurang drastis atau meningkat drastis, perasaan kelelahan dan kurangnya konsentrasi (Endriyani, Lestari, Lestari, & Napitu, 2022). Depresi merupakan permasalahan psikologis yang pada saat ini sering dialami oleh para remaja yang dapat mengakibatkan terjadinya aksi bunuh diri. Adapun alasan mengapa para responden tersebut tidak pernah melakukan konsultasi adalah karena enggan atau malu untuk melakukan konsultasi dan mengungkapkan apa yang sebenarnya terjadi pada mereka. Pada survey kuesioner kali ini, responden kuesioner mengungkapkan tanggapan mereka terkait stigma negatif Masyarakat terhadap masalah Kesehatan mental dan Tindakan bunuh diri, Sebagian besar responden rupanya merasa setuju dengan stigma-stigma negatif tersebut. Hal tersebut menjadi alasan kuat mengapa mereka masih merasa enggan untuk lebih terbuka dalam Identifikasi Masalah Penulis menemukan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan berdasarkan uraian latar belakang yaitu: 1. Banyaknya penderita depresi di Kota Tangerang Selatan yang tidak meminta pertolongan atau melakukan konsultasi dengan tenaga profesional. 2. Kurangnya dukungan dari lingkungan sekitar bagi orang-orang yang merasakan gejala depresi akibat stigma negatif. 1.2 Rumusan Masalah Penulis merumuskan dua rumusan masalah sebagai dasar penyelesaian masalah, yaitu: 1. Bagaimana

Perilaku dan Kesadaran Masyarakat Kota Tangerang Selatan mengenai gejala depresi dan pentingnya konsultasi sebagai upaya penyembuhan? 2. Bagaimana merancang desain kampanye yang dapat meningkatkan kesadaran penderita depresi di Kota Tangerang Selatan akan pentingnya melakukan konsultasi sebagai upaya penyembuhan dan berani meminta pertolongan? **7 1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan penjelasan permasalahan, penulis memiliki tujuan dalam menulis tugas akhir yaitu: 1. Untuk mengetahui perilaku dan kesadaran Masyarakat Kota Tangerang Selatan mengenai gejala depresi dan pentingnya konsultasi sebagai upaya penyembuhan. 2. Merancang media visual melalui konten informatif Instagram sebagai kampanye untuk meningkatkan kesadaran penderita depresi di Kota Tangerang Selatan akan pentingnya melakukan konsultasi sebagai upaya penyembuhan dan berani meminta pertolongan. 1.4 Manfaat Penelitian a. Bagi peneliti: 1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana bagi peneliti dalam menerapkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama menempuh studi di Universitas Pembangunan Jaya, khususnya dalam melakukan perancangan desain konten informatif Instagram menggunakan ilustrasi berbasis teknik digital sebagai media kampanye pencegahan depresi dan Tindakan bunuh diri di Kota Tangerang Selatan. b. Bagi Masyarakat: 1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan evaluasi pencegahan depresi dan tindakan bunuh diri di Kota Tangerang Selatan dan peningkatan kesadaran Masyarakat akan pentingnya upaya penyembuhan seperti konsultasi. 2. Untuk mengurangi stigma-stigma negatif tentang seseorang yang mengalami gangguan depresi. 3. Untuk mengurangi angka penderita depresi di Kota Tangerang Selatan dan menurunkan angka bunuh diri. c. Bagi Institusi: Laporan pada tugas akhir ini dapat digunakan oleh institusi sebagai referensi tambahan dalam proses perancangan desain kampanye dan penulisan terkait tugas akhir. 1.5 Sistematika Penulisan BAB 1: PENDAHULUAN Bagian ini berisikan latar belakang fenomena bunuh diri dan depresi sebagai pemicu utama Tindakan bunuh diri, pentingnya penanganan gejala depresi melalui konsultasi dengan tenaga professional, kemudian penderita gejala depresi yang merasa malu

untuk meminta pertolongan dan melakukan konsultasi dikarenakan adanya stigma negatif terkait orang yang mengalami depresi. BAB II: TINJAUAN UMUM Bagian ini berisikan daftar Pustaka yang memaparkan penjelasan tentang apa itu depresi, apa saja jenis depresi yang ada, apa saja gejala depresi, resiko depresi, bagaimana cara penanganan dan pencegahan depresi, tindakan bunuh diri di Indonesia, stigma negatif Masyarakat terkait bunuh diri, kampanye dan jenis-jenisnya, media kampanye, media pendukung, penggunaan warna, tipografi, karakter, kajian teori dan kerangka berpikir. BAB III: METODOLOGI DESAIN Bagian ini akan menguraikan metode penelitian, melingkupi metode yang digunakan untuk pengumpulan data seperti wawancara bersama psikolog, penderita depresi, suicide survivor dan pihak keluarga. Kemudian kuesioner terkait depresi dan kuesioner terkait desain visual. Observasi dan paparan data yang sudah dikumpulkan. Data yang sudah terkumpul kemudian akan di analisis untuk pemecahan masalah. BAB IV: STRATEGI KREATIF Bagian ini berisikan konsep karya yang terdiri dari strategi komunikasi (informatif, persuasif dan reminder, strategi media yang menggunakan media utama dan media pendukung online & cetak, konsep kreatif yang menggunakan karakter dan ilustrasi, konsep visual yang sesuai dengan tema pencegahan depresi dan bunuh diri, konsep verbal dan lampiran gambar dari desain akhir. BAB V: PENUTUP Penutup berisi kesimpulan dan saran yang perlu disampaikan oleh peneli

TINJAUAN UMUM 1.6 Depresi 1.1.1. Pengertian Depresi Depresi merupakan salah satu gangguan Kesehatan mental yang dipicu oleh perasaan atau mood yang menjadi lebih buruk, menunjukkan tanda kemurungan dan selalu merasa sedih, gairah dalam hidup berkurang, perasaan yang tidak ada semangat dalam melakukan sesuatu, dan merasa tidak berdaya dalam menghadapi kehidupan dan putus aja (Yosep, 2007) Depresi dapat terjadi pada siapapun, orang normal juga bisa mengalami depresi. Sehingga cara berpikir, perasaan dan perilaku dari penderita depresi dapat mempengaruhi berbagai macam aspek dalam kehidupan seperti motivasi beraktivitas, kehidupan sosial, pekerjaan, Kesehatan dan kehidupan sehari-hari. Depresi

merupakan masalah Kesehatan mental yang harus segera ditangani dengan serius, depresi yang sudah mencapai tingkat tinggi atau sudah cukup parah membutuhkan penanganan yang menggunakan obat-obatan tertentu sesuai dengan resep dari psikiater, contohnya obat antidepresan. 2.1 4 2 Jenis-Jenis Depresi Depresi terbagi menjadi beberapa jenis berdasarkan Tingkat keparahan dan apa-apa saja yang menjadi penyebabnya, Adapun beberapa jenis depresi adalah sebagai berikut: 1. Depresi Mayor 2. Distimia 2.1 1 3 Gejala Depresi Biasanya seseorang yang mengalami depresi atau penderita depresi menunjukkan gejala-gejala yang khas dan dapat dilihat. 1 8 Beberapa orang memperlihatkan gejala yang minim karena disengaja, beberapa orang lainnya memperlihatkan gejala yang lebih banyak. 1 Tinggi rendahnya gejala depresi dapat berkurang atau bertambah dari waktu ke waktu. (Association, 2001) 1. Gejala fisik Gejala fisik seperti gangguan pada pola tidur seperti insomnia, menurunnya semangat beraktivitas seperti kehilangan semangat dalam melakukan kegiatan yang biasanya dinikmati, gangguan pola makan seperti makan berlebihan atau jadi sulit makan, merasa lemas, merasa kelelahan, sulit untuk berkonsentrasi dan terkadang merasa berat di tangan dan kaki. Gejala fisik dapat mempengaruhi aktivitas sehari-hari dan menurunkan produktivitas seseorang, sehingga menyebabkan berbagai permasalahan lainnya. 2. Gejala psikis Rasa sedih dan cemas yang berlangsung terus menerus, merasa bersalah akan sesuatu dengan berlebihan, merasa putus asa dan bersikap pesimis, kehilangan kepercayaan diri, lebih sensitif terhadap perkataan orang, merasa tidak percaya diri dan berpikir untuk bunuh diri. 3. Gejala sosial Menurunnya performa dalam kerja, tidak ada motivasi untuk mengembangkan diri sendiri, mengasingkan diri dari kehidupan sosial, hilangnya Hasrat untuk melanjutkan hidup dan ingin bunuh diri. 1. Faktor sosial Faktor sosial yang dapat memicu depresi yaitu penderita mengalami kejadian yang tragis seperti kehilangan sesuatu yang berharga atau kehilangan orang yang dicintai dan kegagalan dalam mencapai sesuatu yang sangat diinginkan, trauma masa kecil, perubahan suasana hati setelah melahirkan, situasi paska bencana, masalah keuangan

atau ekonomi, tuntutan sosial seperti tuntutan untuk tampil menarik, menjadi juara, ataupun tuntutan sosial lainnya dan dampak situasi kehidupan sehari-harinya. 2.1.5 Resiko/dampak dari depresi Ada berbagai dampak yang dapat ditimbulkan akibat depresi, Adapun dampak tersebut bersifat negatif dan sangat berbahaya apabila dibiarkan lebih lanjut. Dampak yang ditimbulkan dapat merusak mental dan tubuh. Berikut adalah beberapa contoh resiko yang ditimbulkan akibat depresi. 1. Bunuh diri Bunuh diri merupakan dampak terparah yang terjadi akibat depresi yang sudah mencapai Tingkat terparah, seseorang yang mengalami depresi memiliki perasaan tidak berdaya dalam mengatasi permasalahan yang dialami, dan rasa putus asa sehingga bunuh diri dianggap sebagai Solusi terakhir yang dapat diambil. 2. Gangguan interpersonal Orang yang mengalami gangguan depresi memiliki perasaan yang lebih sensitif dan mudah tersinggung sehingga dirinya cenderung mengasingkan diri dari kehidupan sosial, memiliki hubungan yang kurang baik dengan orang lain, termasuk dengan keluarga sendiri. Tidak ingin melakukan percakapan yang Panjang bersama orang-orang dan cepat merasa Lelah dalam lingkungan sosial. 3. Gangguan pola tidur Orang yang mengalami depresi dapat mengalami insomnia dan hypersomnia.

**1** Gangguan pola tidur ini dianggap sebagai gangguan mood. Gangguan pola tidur dapat mengakibatkan masalah Kesehatan dan Tingkat konsentrasi seseorang, sehingga tidak dapat melakukan suatu kegiatan dengan baik. Gangguan pola tidur mempengaruhi Tingkat produktivitas pengidap. 2.1.6 Penanganan depresi Agar tidak menjadi lebih parah hingga berujung pada dampak negatif yang tidak diinginkan, depresi dapat ditangani dengan berbagai macam cara yang efektif, sehingga dapat meringankan gejala depresi yang dialami dan meningkatkan kualitas hidup yang telah terpengaruhi. Berikut ini adalah beberapa cara yang dapat mengatasi depresi: 1. konsultasi dengan psikolog konsultasi dengan psikolog dapat membantu penderita depresi untuk memahami lebih dalam terkait permasalahan depresi yang dialami. Penderita depresi juga dapat bercerita dengan jujur dan merasakan perasaan lega setelah bercerita, bersama psikolog mencari jalan

keluar dari permasalahan yang dialami dan mendapatkan saran yang dibutuhkan. 2.1.7 Pencegahan Gejala depresi 1. Rutin melakukan konsultasi dengan psikolog Dengan melakukan konsultasi yang rutin bersama psikolog, penderita depresi dapat menerima saran-saran penyembuhan dan pencegahan yang lebih sesuai dan lebih baik dari psikolog. Perkembangan lebih terkontrol dan dapat merasakan ketenangan dalam diri. 2. Berhenti menyalahkan diri sendiri atau orang lain Apabila mengalami kegagalan dan cobaan dalam hidup, selalu berusaha untuk menerima dan tidak berpikir untuk menyalahkan diri sendiri atau menyalahkan orang lain. 2.1.8 Tindakan bunuh diri di Indonesia American Psychiatric Association (APA) di dalam website resminya menyatakan bahwa bunuh diri merupakan tindakan dari individu untuk mengakhiri hidup sendiri dan kerap disebabkan oleh tekanan hidup dan depresi. Perilaku bunuh diri atau suicidal behavior merupakan salah satu fenomena sosial yang wajib untuk di teliti lebih lanjut atau di dalami. 2.1.9 Stigma Masyarakat terkait bunuh diri Berdasarkan temuan dalam observasinya, Indonesian Association for Suicide Prevention (INASP) dalam website resminya, menyatakan bahwa bunuh diri adalah tindakan yang dianggap sebagai aib atau tabu bagi Masyarakat di negara indonesia, yang membuat sekumpulan orang menstigmatisasi atau mengintimidasi orang-orang yang menderita depresi dan diikuti dengan pikiran untuk bunuh diri atau bahkan yang telah mencoba bunuh diri. Tabu ini juga menyebabkan orang menghindari topik tersebut, tidak memberikan respon baik Ketika seseorang berbicara terkait bunuh diri dan bersikap acuh. Negara Indonesia memegang agama sebagai ideologi yakni pacasila, pada sila pertama “Ketuhanan yang maha esa oleh sebab itu banyak warga Indonesia yang menganggap Tindakan bunuh diri adalah hal yang bodoh/konyol dan kerap dinyatakan memiliki iman yang lemah. 2.1.10 Peran lingkungan sekitar Peran orang-orang di sekitar merupakan salah satu faktor terpenting dalam upaya pencegahan depresi dan Tindakan bunuh diri. Orang-orang perlu memahami seperti apa gejala dan dampak yang muncul akibat depresi dan bagaimana cara menangani permasalahan tersebut.

Berusaha untuk tidak mengucapkan kata-kata yang dapat menyakiti atau menyinggung perasaan dan memberikan dukungan secara emosional dengan tepat. 1.7 Kampanye merupakan aktivitas untuk berkomunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi untuk mendidik, meyakinkan dan mempengaruhi individu atau Masyarakat. 12 Kampanye pada prinsipnya bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. 2.2.1 Jenis-Jenis Kampanye Tujuan kampanye bermacam-macam, sehingga kebutuhan dan perencanaannya pun berbeda, Kampanye dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan tujuan dan mediana. Berikut ini adalah beberapa jenis kampanye berdasarkan tujuannya, yaitu: 1. 6 Kampanye sosial Kampanye sosial merupakan kampanye yang menyampaikan pesan-pesan yang berisi permasalahan sosial dan bersifat non komersial. 11 Adapun tujuan dari kampanye sosial adalah menumbuhkan kesadaran Masyarakat akan permasalahan tersebut. 10 2. Kampanye bisik Kampanye bisik merupakan kampanye yang dilakukan dengan cara menyiarkan kabar angin. Sesuai dengan Namanya, kampanye ini dilakukan dengan hati-hati agar aksi tersebut tidak ketahuan, karena bertujuan untuk melakukan Gerakan perlawanan atau aksi secara serentak. 3. Kampanye promosi Kampanye promosi ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan. 13 Kampanye ini biasanya dilakukan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin. 2.2.2 Jenis-Jenis Media Kampanye 1. Kampanye langsung Kampanye langsung dilakukan dengan cara tatap muka, pembicara akan hadir di lokasi kampanye yang telah ditentukan dan menyampaikan tujuan kampanye maupun pesan-pesan lainnya secara langsung kepada Masyarakat. Kampanye langsung biasanya diadakan di Gedung, lapangan dan tempat lainnya yang bisa diakses oleh banyak orang. 1.8 Media Sosial Gambar 1. media sosial,(sumber:istock) Media sosial merupakan media online, dimana user atau pengguna dari media sosial dapat dengan mudah melakukan interaksi dan memanfaatkan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasinya. Selain itu pengguna dari media sosial dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi konten dengan pengguna lainnya (Biantoro & Nindito, 2022). Perkembangan dari media sosial yang sangat pesat pada era ini juga berlangsung di negara Indonesia ini, banyak



sekali user atau pemakai media sosial. Oleh karena itu media sosial sanggup menjadi pengganti media konvensional dalam menyebarkan informasi (Yusuf, Rahman, Rahmi, & Lismayani, 2023).

#### 1.8.1 Manfaat media sosial

Media sosial memiliki banyak manfaat yang dapat diperoleh pengguna, diantaranya adalah sebagai berikut: 1. Memudahkan pengguna untuk mendapatkan inspirasi dan menjadi lebih kreatif. 2. Dapat memperoleh informasi yang berasal dari tempat yang jauh. 3. Dapat berteman dan dengan semua orang di internet, bahkan dari seluruh dunia. 4. Tidak ada lagi hambatan yang dialami dalam berkomunikasi. 5. Dapat menemukan ide dan peluang dalam melakukan bisnis.

#### 1.8.2 Media sosial populer

Dari berbagai macam media sosial, berikut ini adalah beberapa media sosial yang populer di kalangan Masyarakat:

1. Instagram Instagram adalah aplikasi berbagi gambar serta video yang mengizinkan penggunanya untuk mengambil gambar serta video. Konten Instagram dapat dibuat lebih kreatif oleh pengguna dari segi visual, contohnya puzzle feed dan carousel. Pada tahun 2023 pengguna Instagram global mencapai 1,6 miliar, sementara negara Indonesia merupakan salah satu dari 5 negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia.

2. Whatsapp Whatsapp adalah aplikasi yang digunakan untuk mengirim pesan tanpa dikenakan biaya SMS karena whatsapp dapat digunakan menggunakan paket data internet dan Wifi. 3. 3.

3. Youtube Youtube adalah situs untuk berbagi video nomor satu di dunia. 3 Youtube merupakan media sosial berbasis video. Youtube merupakan situs pertama yang dikunjungi apabila seseorang ingin mempublikasikan video dan membutuhkan video tertentu. 3 Gambar 2. Xbanner(sumber:freepik)

Media pendukung merupakan media online/cetak yang memiliki fungsi atau tujuan untuk mendukung media utama. Media pendukung memberikan informasi tentang adanya media utama sekaligus mempromosikan dan membant keberhasilan tujuan yang ingin dicapai. Contoh dari media pendukung online yaitu video iklan online. Contoh dari media pendukung cetak yaitu Poster, Flyer, X-Banner, Billboard, Merchandise dan lain sebagainya.

#### 1.9 Mitra Media

Mitra media adalah institusi atau Perusahaan yang berkolaborasi dengan

pihak lain untuk mempromosikan, memberikan dukungan dan mencari keuntungan bersama. Bermitra dengan Perusahaan media atau influencer yang sudah mapan atau memiliki popularitas yang tinggi dapat menarik perhatian pengguna dengan lebih cepat dan mudah (Pandey, 2023). Langkah pertama untuk memperoleh mitra media adalah mengidentifikasi persamaan visi misi dan target audiens yang sesuai dengan organisasi mitra media. Contohnya apabila aplikasi game terbaru ingin mendapatkan pemain yang lebih banyak, maka bermitra dengan situs game populer dapat menjadi pilihan yang baik. Mitra media memiliki tanggungjawab yang harus dilakukan untuk mencapai keuntungan bersama, selain itu mitra media harus membangun hubungan yang kuat. Tanggung jawab mitra media Riliv: 1. Me-repost beberapa konten kampanye ini melalui media sosial resmi Riliv. 2. Menyalurkan informasi terkait event seminar kampanye melalui media sosial. 3. Bekerjasama dengan kampanye ini untuk mengadakan seminar Kesehatan mental yang memerlukan psikolog profesional sebagai narasumber informatif. 4. Menyediakan informasi akurat terkait Kesehatan mental untuk menjadi sumber informasi kampanye ini. Tanggung jawab mitra media Dinas Kesehatan Kota Tangerang Selatan: 1. Menyediakan sarana prasarana untuk mengadakan seminar kampanye ini. 2. Menyediakan Lokasi penempatan media pendukung kampanye ini seperti xbanner, poster dan informasi seminar. 3. Me-repost beberapa konten kampanye ini melalui media Instagram resmi Dinas Kesehatan Kota Tangerang Selatan.

### 1.10 Tinjauan Teori

#### 1.10.1 Teori Design Thinking

Design Thinking merupakan cara peneliti untuk memecahkan masalah dan menemukan ide dengan mengajukan pertanyaan, mencoba menciptakan hal yang baru dan memikirkan apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh sasaran audiens. Tahapan dari teori ini adalah Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test.

#### 1.10.2 Teori Desain

##### 2.4.2.1 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan istilah berasal dari bahasa latin yaitu *illustrare* yang artinya adalah menerangi. Dalam Bahasa Inggris, *illustrate* memiliki arti memperjelas atau memberi kejelasan melalui contoh, analogi dengan representasi visual untuk menyampaikan sebuah ide atau gagasan.

Karakteristik ilustrasi Ilustrasi memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut: 1.

2 Komunikasi 2. Hubungan antara kata-kata dan gambar 3. 2 Faktor menggugah 4.

2 Produksi massal dan media cetak Peran ilustrasi Ada beberapa peran

ilustrasi sebagai berikut: 1. Ilustrasi sebagai alat informasi yang pertama

adalah sebagai alat informasi, contohnya adalah ilustrasi anatomi tubuh

yang digunakan di dunia kedokteran untuk tujuan bahan pembelajaran atau penelitian. 2 9

Ilustrasi merupakan media instruksi yang baik karena informasi dapat

lebih mudah dicerna ketika disampaikan secara visual. 2. Ilustrasi 3.5.1.2 Data

diatas menunjukkan sebanyak 88 responden menyatakan bahwa mereka merasa

malu untuk meminta pertolongan apabila merasa depresi atau ingin bunuh

diri, sementara 30 responden menyatakan bahwa mereka tidak merasa malu

untuk meminta pertolongan. 1.10.3 Strategi Komunikasi Komunikasi bertujuan

untuk menyampaikan informasi dari satu tempat ke tempat lain. Salah

satu strategi untuk merencanakan perancangan kampanye ini adalah strategi

komunikasi, bertujuan untuk menyampaikan informasi atau pesan dari penulis

kepada Masyarakat di kota Tangerang Selatan terutama penderita depresi

di kota Tangerang Selatan sebagai dasar penelitian. Perancangan kampanye

ini secara tidak langsung juga di uat untuk mengajak masyarakat

Indonesia khususnya yang mengalami masalah Kesehatan mental dan depresi

untuk melakukan upaya pencegahan dan berani untuk meminta pertolongan,

supaya Tindakan bunuh diri dapat dicegah. Adapun strategi komunikasi

pada kampanye ini dibagi menjadi tiga yaitu: Informatif Sebelum memasuki

konten yang memuat tujuan kampanye, perlu dipastikan bahwa audiens

mengetahui dengan pasti informasi pokok yang harus dipahami terlebih

dahulu. Strategi komunikasi yang informatif pada kampanye ini yaitu

memberikan informasi terkait apa itu depresi, gejala depresi, penyebab

depresi, dampak depresi dan bagaimana cara menanganinya gejala depresi.

Informasi yang diberikan akan menjadi bekal audiens untuk memahami

tujuan kampanye dengan lebih baik. 1.10.4 Strategi Media Media-media

yang akan dibuat dibagi menjadi dua media yaitu media utama dan

media pendukung. Adapun media utama yang akan dibuat merupakan visual

desain yang akan dipublikasikan melalui media sosial. Berdasarkan hasil pemilihan media kampanye sesuai dengan jawaban responden kuesioner, yang terpilih merupakan kampanye media sosial Instagram. Instagram memiliki berbagai fitur konten yang dapat dimanfaatkan untuk menjadikan kampanye ini lebih menarik bagi audiens, contohnya seperti feed, story, hingga reels Instagram. Instagram akan menjadi media utama dari kampanye pencegahan depresi dan Tindakan bunuh diri ini, sementara media pendukung dari kampanye ini merupakan media yang akan dicetak seperti poster, banner. Mitra Media Mitra media adalah Perusahaan atau institusi yang berkolaborasi dengan pihak lain untuk mempromosikan atau membagikan konten. Hal ini bisa dilakukan dengan cara mengiklankan konten mereka melalui berbagai saluran media yang dimiliki. Adapun tujuan dari kemitraan ini adalah untuk memperoleh keuntungan bersama seperti meningkatkan visibilitas, memperoleh pendapatan yang lebih tinggi, peningkatan popularitas dan rating. Untuk dapat memberikan informasi akurat, Solusi penanganan dan pencegahan depresi dengan lebih baik & terjamin keberhasilannya, dibutuhkan mitra media yang merupakan Institusi Kesehatan mental yang memberikan berbagai macam layanan yang bertujuan untuk memperbaiki Kesehatan mental seperti konsultasi online & offline bersama psikolog berpengalaman, tutorial meditasi, mood control, musik untuk terapi dan lain sebagainya. Adapun mitra media yang dianggap cocok karena memiliki visi yang serupa dengan kampanye ini adalah Riliv. Selain memiliki aplikasi dan website resmi, Riliv juga memiliki beberapa media sosial seperti Facebook, Youtube, TikTok dan Instagram yang sudah memiliki lebih dari empat ratus ribu followers. Riliv membagikan serangkaian tips penyembuhan, informasi terkait kesehatan mental serta berbagai quotes terkait kesehatan mental melalui media sosial. Salah satu tujuan dari kampanye ini adalah meningkatkan keberanian penderita depresi untuk meminta pertolongan dan bersikap lebih terbuka tentang permasalahan yang dialami. Gambar diatas merupakan elemen yang mewakili pesan tersebut, menulis adalah salah satu cara seseorang

mengungkapkan perasaan, permasalahan yang sedang dialami. Dan apapun yang mereka alami merupakan pengalaman hidup yang harus dihargai. Gambar 3. elemen visual yang melambangkan self love Gambar diatas merupakan elemen desain yang melambangkan kasih sayang dan kepedulian. Warna pink memberikan kesan kelembahlembutan dan kasih sayang. Penderita depresi membutuhkan kepedulian dari orang-orang di sekitarnya dan juga membutuhkan rasa sayang terhadap diri sendiri. Elemen ini memiliki tugas untuk mengingatkan audiens agar selalu mencintai diri sendiri, selain itu elemen ini memberikan kesan hangat bagi audiens. 1. Susunan konten puzzle feeds instagram Konten feeds instagram yang dibuat dan dipublikasikan harus diupload dengan urutan yang sesuai yaitu informatif, reminder dan persuasif. Audiens perlu mengetahui lebih dahulu tentang apa itu depresi dan informasi lainnya seputar depresi sebelum diberikan pesan-pesan serta ajakan untuk melakukan hal positif dalam pencegahan depresi, oleh sebab itu konten urutan pertama adalah informatif. 2. Instagram story Instagram Story atau Instastory adalah fitur Instagram yang dapat digunakan untuk berbagi konten kampanye. Fitur instagram seru yang terdapat pada instastory juga dapat digunakan untuk membuat kampanye lebih menarik, seperti fitur penambahan musik, fitur polling untuk melakukan tanya jawab dengan pengikut / followers, fitur hashtag untuk menambahkan tagar ke story mereka untuk meningkatkan jangkauan dan visibilitas. Berkolaborasi dengan Riliv: kampanye ini mendapatkan izin untuk berkolaborasi dengan aplikasi Riliv untuk membuat konten Instastory yang dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu dapat berguna bagi audiens yang membutuhkan informasi terkait konsultasi masalah kesehatan mental. 3. Highlights Instagram Highlights Instagram adalah fitur Instagram yang dapat membuat Instagram Story / instastory bertahan hingga lebih dari 24 jam dan dapat dilihat oleh followers pada profil dengan cara menambahkannya dari arsip. Dengan fitur ini kampanye bisa memberikan highlights (sorotan konten) agar dapat mudah dilihat oleh followers. Gambar 4. insta highlights, sumber:istock Cover highlight

berperan penting supaya tampilan utama profil menjadi lebih menarik, cover yang memiliki desain senada membuat tampilan highlight menjadi rapi dan nyaman untuk dilihat. Cover yang dibuat untuk highlight dibuat dengan desain visual kepala karakter sesuai dengan topiknya. 4. Logo kampanye Logo kampanye ini merupakan logo berjenis logogram, Logotype dan penggabungan dari logogram dan logotype. dirancang menggunakan gabungan dari beberapa key words yang diperoleh selama penelitian berlangsung yaitu Reach Out, Care dan Prevent. Beberapa key words tersebut divisualisasikan dan digabungkan untuk menjadi sebuah logo yang memiliki makna keberanian untuk meminta pertolongan, kepedulian dan adanya harapan yang akan didapat. Logo kampanye ini dibuat menjadi 3 variasi yaitu logo utama atau primary logo, varian yang dapat beradaptasi dengan berbagai media kampanye yaitu secondary logo logo dan tertiary logo. Pembagian logo menjadi 3 variasi ini bertujuan untuk mempermudah penempatan logo pada berbagai media kampanye ini. Primary logo dan secondary logo logo dilengkapi dengan nama kampanye "Reach Out For Hope sementara tertiary logo tidak dilengkapi dengan nama kampanye karena tertiary logo akan diaplikasikan pada media kampanye yang akan dicetak dan berukuran kecil seperti stiker dan lainnya. 5. Logo Mitra Media Keterlibatan beberapa mitra media dalam kampanye ini mengharuskan adanya penempatan logo mitra media dalam setiap desain yang akan dipublikasikan. Hal ini merupakan salah satu kesepakatan dalam bermitra. Dengan tujuan supaya mitra media mendapatkan keuntungan balik seperti yang sudah dibahas pada bab 3. Logo-logo mitra media digabungkan dalam satu bidang berbentuk persegi Panjang dengan ujung yang melengkung dan diberi warna putih supaya logo-logo tetap dapat terlihat dengan jelas, tidak bertabrakan dengan desain konten. Kemudian logo-logo ini akan diaplikasikan pada pojok atas desain konten kampanye ini. Gambar di atas merupakan tampilan media sosial kampanye Reach Out For Hope pada layar smartphone dan layar komputer. Tampilan utama pada home instagram menampilkan puzzle feed dan beberapa highlights sesuai dengan topiknya.

REPORT #22045279

Gambar 5. mockup Instagram page kampanye reach out for hope Konten informatif Berikut merupakan desain konten kampanye yang memiliki unsur informatif. Desain konten ini didominasi oleh warna ungu dan biru, berisikan informasi tentang apa saja yang perlu diketahui oleh target audiens. Desain konten ini dilengkapi dengan karakter-karakter pendukung sesuai kebutuhan desain. BAB II PENUTUP 2.1 Kesimpulan Dari hasil perancangan kampanye “Reach Out For Hope ini, dapat diambil beberapa Kesimpulan, yaitu: Perilaku dan kurangnya kesadaran Masyarakat tentang gangguan kesehatan mental dan gangguan depresi merupakan permasalahan yang kompleks. Kurangnya pengetahuan dan munculnya stigma-stigma negatif terkait depresi menjadi faktor utama dalam permasalahan minimnya upaya penyembuhan yang dilakukan oleh penderita depresi di Indonesia, terutama remaja di Kota Tangerang Selatan. Rendahnya upaya penyembuhan dan kesadaran untuk melakukan konsultasi bersama tenaga kerja profesional dalam bidang Kesehatan mental dapat berakibat fatal bagi penderita depresi, depresi yang tidak ditangani bisa berujung dengan Tindakan bunuh diri. Saran Untuk menjadi desainer yang baik, seseorang perlu memiliki kepekaan yang baik terhadap lingkungan sekitar dan berusaha untuk memilili wawasan yang luas terkait perkembangan teknologi pada masa ini, sehingga desainer dapat memberikan alternatif Solusi untuk menciptakan desain dengan visual yang kreatif.



REPORT #22045279

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>1.38%</b> id.wikipedia.org <a href="https://id.wikipedia.org/wiki/Depresi_(psikologi)">https://id.wikipedia.org/wiki/Depresi_(psikologi)</a>	●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>0.97%</b> www.gramedia.com <a href="https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-gambar-ilustrasi/">https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-gambar-ilustrasi/</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>0.83%</b> journal.unm.ac.id <a href="https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M/article/download/122/113">https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M/article/download/122/113</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.61%</b> www.halodoc.com <a href="https://www.halodoc.com/kesehatan/depresi">https://www.halodoc.com/kesehatan/depresi</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.48%</b> digilib.uinsgd.ac.id <a href="https://digilib.uinsgd.ac.id/62184/4/4_bab%201.pdf">https://digilib.uinsgd.ac.id/62184/4/4_bab%201.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.45%</b> media.neliti.com <a href="https://media.neliti.com/media/publications/85624-ID-perancangan-kampanye...">https://media.neliti.com/media/publications/85624-ID-perancangan-kampanye...</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.44%</b> repository.stei.ac.id <a href="http://repository.stei.ac.id/5651/2/BAB%201.pdf">http://repository.stei.ac.id/5651/2/BAB%201.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.41%</b> ejournal.uit-lirboyo.ac.id <a href="https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/psikologi/article/download/235/447/">https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/psikologi/article/download/235/447/</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.39%</b> media.neliti.com <a href="https://media.neliti.com/media/publications/167371-ID-peran-dan-perkembang...">https://media.neliti.com/media/publications/167371-ID-peran-dan-perkembang...</a>	●





REPORT #22045279

INTERNET SOURCE

10. **0.33%** ista.ac.id

[https://ista.ac.id/files/jurtek/19-1/15-30\\_Jurnal\\_Teknologi\\_Ateng\\_Setiawan\\_Vo...](https://ista.ac.id/files/jurtek/19-1/15-30_Jurnal_Teknologi_Ateng_Setiawan_Vo...)



INTERNET SOURCE

11. **0.33%** repository.unpas.ac.id

<http://repository.unpas.ac.id/40806/4/6.%20BAB%20II%20-%20Landasan%20Te..>



INTERNET SOURCE

12. **0.28%** staffnew.uny.ac.id

<https://staffnew.uny.ac.id/upload/198606242015042003/pendidikan/KAMPANYE...>



INTERNET SOURCE

13. **0.26%** www.bola.com

<https://www.bola.com/ragam/read/5310823/jenis-jenis-kampanye-yang-perlu-d...>

