

BAB II

TINJAUAN UMUM

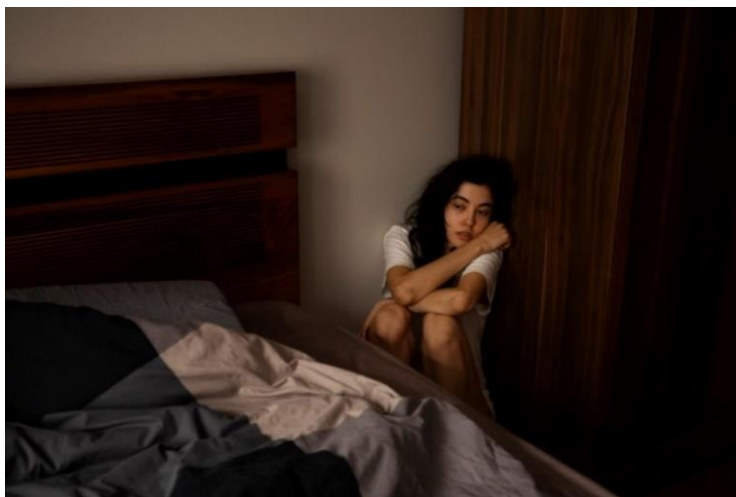
2.1 Depresi

1.1.1. Pengertian Depresi

Depresi merupakan salah satu gangguan Kesehatan mental yang dipicu oleh perasaan atau mood yang ditandai dengan kemurungan, kesedihan berlebih, kehilangan gairah hidup, perasaan yang tidak ada semangat, dan merasa tidak berdaya dalam menghadapi kehidupan dan putus asa (Yosep, 2007) Kondisi tersebut dapat berubah menjadi kronis dan terjadi secara berulang kali, dan secara substansial dapat mengganggu kemampuan seseorang dalam menjalankan kehidupan dan tanggung jawab sehari-hari. Di tingkat depresi yang paling parah, depresi dapat menyebabkan tindakan bunuh diri atau perasaan ingin mengakhiri hidup sendiri. (WHO, 2012)

Depresi dapat terjadi pada orang normal dan pada kasus patologis. Depresi yang terjadi pada orang normal merupakan keadaan kemurungan atau kesedihan berlebih yang ditambah dengan perasaan-perasaan lain yang tidak pasti, menurunnya tingkat produktivitas, dan sikap pesimisme dalam menghadapi masa yang akan datang.

Sedangkan pada kasus patologis, depresi merupakan ketidakmauan ekstrim untuk menghadapi situasi yang terjadi disertai menurunnya nilai diri, delusi akan sesuatu yang tidak pasti dan ketidakmampuan seseorang dalam mengerjakan sesuatu sehingga merasa putus asa. (Chaplin, 2002)



*Gambar 1. Penderita Depresi
(Sumber: Freepik)*

Berdasarkan beberapa definisi yang sudah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa depresi merupakan masalah Kesehatan mental atau gangguan emosional yang ditandai dengan suasana hati yang buruk, merasa putus harapan dalam hidup, perasaan ingin menyalahkan diri sendiri yang tak kunjung berakhir. 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.

2.1.2 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

Depresi mayor merupakan gangguan kesehatan mental yang muncul dengan adanya gejala perasaan sedih yang berlebihan, kehilangan minat beraktivitas dan gejala-gejala umum depresi yang lainnya. Depresi mayor dapat berlangsung selama 2 minggu hingga lebih lama.

2. Distimia

Distimia merupakan gejala depresi yang sudah menjadi kronis, distimia termasuk dalam jenis depresi mayor yang sudah terjadi dalam jangka waktu yang sangat lama, mulai dari 2 tahun hingga lebih lama. Distimia biasa disebut sebagai gangguan depresi presisten, distimia dapat secara signifikan menyebabkan berbagai permasalahan dalam hubungan penderita distimia dengan kegiatannya sehari-hari.

3. Gangguan Bipolar

Gangguan Bipolar merupakan masalah dari suasana hati seseorang yang muncul dengan perubahan emosi dan suasana dalam hati yang drastis pada dua rentang waktu. Gangguan bipolar dapat diderita seumur hidup sehingga mempengaruhi aktivitas penderitanya. Gangguan bipolar dapat diringankan dengan obat-obatan dan psikoterapi.

4. Depresi *postpartum*

Depresi *postpartum* hanya dialami oleh wanita saja dan sangat umum terjadi pada ibu-ibu yang baru melahirkan atau memulai hidup baru sebagai seorang ibu. Kondisi ini terjadi dengan gejala-gejala depresi yang berlangsung kurang lebih selama 1 tahun setelah melahirkan. Berbeda dengan *baby blues*, depresi *postpartum* berlangsung lebih lama dan merupakan bentuk depresi yang lebih parah. Ibu yang mengalami depresi *postpartum* perlu mendapatkan perawatan atau terapi untuk mengurangi gejala depresi dan membantu membangun ikatan dengan bayi yang baru lahir.

5. *Premenstrual Dysphoric Disorder* (PMDD)

Selain depresi *postpartum*, PMDD juga merupakan gangguan kesehatan mental yang hanya dialami oleh Wanita aja. PMDD biasa terjadi sekitar satu minggu sebelum menstruasi, kemudian mereda dalam 2 sampai 3 hari setelah menstruasi dimulai. Berbeda dengan PMS atau *premenstrual syndrome*, PMDD menimbulkan perubahan mood yang lebih parah sehingga mengganggu kehidupan sosial penderitanya.

6. Depresi Atipikal

Depresi atipikal muncul dengan berbagai gejala depresi yang tidak khas atau gejala depresi yang sangat umum terjadi seperti hipersomnia, rasa sedih yang berlebihan, kenaikan berat badan dan menolak untuk bersosialisasi. Namun penderita depresi atipikal apabila mengalami kejadian atau suasana yang menyenangkan atau positif, gejala depresi atipikal dapat dengan mudah mereda, dengan kata lain penderita depresi atipikal dapat dengan mudah mengalami reaktivitas suasana hati.

7. Psychotic Depression

Psychotic depression atau depresi psikotik merupakan jenis depresi paling berat yang diikuti gejala depresi psikosis seperti delusi, halusinasi dan permasalahan dalam pola pikir. Contohnya penderita dari depresi psikotik percaya bahwa orang-orang di sekitarnya akan menyakitinya atau berbuat jahat kepadanya, kemudian percaya bahwa dirinya tidak berharga. Contoh paling umumnya yaitu mendengar suara-suara misterius, merasakan sentuhan pada tubuhnya disaat tidak ada yang menyentuhnya dan melihat hal-hal yang sebenarnya tidak ada.

2.1.3 Gejala Depresi

Biasanya seseorang yang mengalami depresi atau penderita depresi menunjukkan gejala-gejala yang khas dan dapat dilihat. Beberapa orang memperlihatkan gejala yang minim karena disengaja, beberapa orang lainnya memperlihatkan gejala yang lebih banyak. Tinggi rendahnya gejala depresi dapat berkurang atau bertambah dari waktu ke waktu. (Association, 2001)



*Gambar 2. gejala depresi
(sumber: freepik)*

Menurut Institut Kesehatan Jiwa Amerika Serikat (NIMH) Anggapan bahwa seseorang sedang mengalami depresi dapat ditegaskan apabila seseorang tersebut sudah sedikitnya mengalami 5 dari gejala-gejala depresi dibawah ini, dan juga gejala-gejala tersebut telah dialami dalam jangka waktu 2 minggu atau lebih. Gejala umum depresi adalah sebagai berikut:

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.

2.1.4 **Penyebab depresi**

Depresi yang dialami seseorang dapat disebabkan oleh beberapa faktor pemicu, Adapun faktor – faktor penyebab depresi tersebut terbagi menjadi 3 bagian, yaitu: faktor biologi, faktor psikologis seperti permasalahan pada kepribadian dan faktor sosial.

1. Faktor biologis

Faktor biologis terjadi karena adanya perubahan hormon, gangguan pada mood seseorang, penyakit fisik berkepanjangan sehingga menyebabkan stress yang berujung pada depresi. Rasa sakit pada fisik yang berlebihan dan berkelanjutan dapat menyebabkan depresi, terutama pengidap penyakit-penyakit yang kronis seperti kanker, diabetes, Parkinson.

2. Faktor psikologis atau kepribadian

Memiliki harga diri yang rendah, tidak asertif, pemikiran tidak rasional, pesimis, apatis. Seseorang yang memiliki sikap pesimis cenderung merasa tidak semangat, percaya bahwa dirinya akan gagal dan ingin menyerah sebelum melakukan sesuatu, hingga berakhir dengan kesedihan mendalam. Selain itu seseorang yang merasa kewalahan dengan mudah dan merasa kesulitan dalam menghadapi situasi sulit lebih rentan mengalami depresi.

3. 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. 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.

4. Gangguan pola makan

Orang yang mengalami depresi dapat mengalami gangguan pola makan. Terdapat dua kecenderungan umum terkait gangguan pola makan yaitu kehilangan selera makan dan makan secara berlebihan atau keinginan untuk makan yang terus meningkat. Perubahan berat badan yang signifikan dan

berlebihan dapat mempengaruhi Tingkat kepercayaan diri seseorang dan dapat mengganggu kehidupan sosial pengidap depresi.

5. Perilaku menyimpang

Orang yang mengalami depresi dapat memiliki perilaku yang merusak diri sendiri dan mempengaruhi orang di sekitar seperti perilaku agresif yang cenderung mengarah ke kekerasan, penggunaan obat-obatan terlarang untuk menyenangkan diri sendiri dan melupakan kesedihan untuk sesaat dan merokok secara berlebihan sehingga membahayakan Kesehatan diri sendiri dan orang lain yang menghirup asap rokok tersebut.



*Gambar 3. gejala depresi
(sumber:istock)*

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. Psikoterapi

Setelah melakukan konsultasi bersama psikolog, psikolog dapat memberikan rekomendasi psikoterapi untuk kasus depresi ringan hingga berat. Contohnya jenis terapi *cognitive behavior therapy* (CBT), Terapi psikodinamis. Adapun terapi-terapi tersebut bertujuan untuk mengatasi gangguan depresi.



Gambar 4. Konsultasi
(sumber:istock)

3. *Healing* atau rekreasi

Mengembalikan suasana hati dengan berjalan-jalan di daerah yang sejuk dan asri dapat membantu pikiran dan tubuh menjadi lebih rileks dan nyaman. Apapun kegiatan yang digemari oleh penderita depresi yang dapat mengembalikan suasana hati baik.

4. Penggunaan obat-obatan

Dokter dapat memberikan resep obat antidepresan untuk membantu menyeimbangkan ketidakseimbangan unsur kimia pada otak yang menjadi salah satu dari faktor pemicu depresi. Penggunaan obat psikotropika sangat diharuskan untuk disertakan dengan resep dokter, karena obat-obatan tersebut tidak memiliki efek samping atau pengaruh apapun pada orang yang tidak mengalami kelainan/permasalahan mental.

5. Perawatan mandiri

Perawatan mandiri yang dimaksud yaitu kesadaran untuk berubah, rajin berolahraga, mengatur pola makan dan pola tidur, rajin berdoa dan melakukan hal-hal positif, memiliki keberanian untuk berubah, menghindari konsumsi alcohol dan merokok, menjaga kebersihan lingkungan sekitar.



Gambar 5. Shealing
(sumber:istock)

2.1.7 Pencegahan Gejala depresi

Hingga saat ini, para ahli belum mengetahui dengan pasti terkait apa aja langkah-langkah yang dianggap bekerja dengan baik untuk mencegah munculnya gejala depresi. Namun apabila depresi sudah terlanjur dialami, alangkah lebih baik untuk menangani dan mencegah kekambuhan gejala depresi. berikut ini merupakan beberapa langkah pencegahan kambuhnya gejala depresi:

1. Bersikap lebih realistis

Selalu bersikap lebih realistis terhadap kemampuan diri sendiri, dan apa yang kita harapkan. Mengabaikan segala tuntutan yang dinilai tidak realistis untuk dipaksakan.

2. 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.

3. 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.
4. Meminta pertolongan atau *support* dari orang di sekitar
Support atau dukungan semangat dari orang-orang di sekitar terutama dukungan dari keluarga dapat mencegah kambuhnya gejala depresi, menghindarkan perasaan kesepian dan meningkatkan kepercayaan diri berkat kasih sayang orang-orang di sekitar.
5. Rutin melakukan olahraga
Olahraga memiliki banyak manfaat bagi penderita gangguan Kesehatan mental terutama depresi, olahraga dapat meningkatkan sirkulasi darah ke otak dan kerja HPA (Hypothalamic pituitary adrenal axis) yang berpengaruh terhadap beberapa bagian otak yang mengontrol suasana hati, emosional dan memori. Selain itu olahraga dapat merangsang produksi hormon endorphen yang memiliki peran sebagai Pereda rasa nyeri dan meningkatkan rasa kebahagiaan.
6. Tidak menyendiri atau menjauh dari kehidupan sosial
Menarik diri dari kehidupan sosial atau menyendiri hanya akan membawa rasa kesedihan yang mendalam dan mengembalikan gejala depresi. maka dari itu perlu diusahakan untuk membuka diri dan melakukan aktivitas dengan lingkungan sekitar.
7. Mengikhlaskan apa yang sudah terjadi
Waktu tidak dapat diputar Kembali, apa yang sudah terjadi tidak bisa dirubah dan hanya bisa diikhlaskan dan dipelajari. Selalu percaya bahwa semua yang telah terjadi memiliki alasan tertentu dan semua bisa menjadi lebih baik suatu hari nanti.
8. Mendekatkan diri kepada tuhan

Berdoa dapat membantu seseorang untuk mengendalikan emosi dan perilaku. Kepercayaan dalam agama masing-masing dapat mencegah perasaan putus asa, mengembalikan harapan serta semangat dalam diri.

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 alami. World Health Organization (WHO) melaporkan bahwa bunuh diri merupakan penyebab kematian kedua terbanyak pada individu yang berusia 15-29 tahun dan kelompok korban Tindakan bunuh diri pada usia ini merupakan Masyarakat yang berasal dari negara-negara berpendapatan rendah dan menengah (Gusmunardi, Sarfika, & Sasmita, 2023).



Gambar 6. bunuh diri (sumber:istock)

Di Indonesia sejak awal 2023, Polri pada website resminya menyebutkan sebanyak 451 aksi bunuh diri terjadi di seluruh Indonesia. Jumlah tersebut tentunya cenderung meningkat dari Januari hingga April 2023. (Polri, 2023).

Seorang Psikolog klinis dan Co-Founder di Ohana Space, Veronica Adesla telah menyatakan bahwa tingginya angka tindakan bunuh diri di negara Indonesia merupakan tanda bahwa adanya kedaruratan kesehatan mental di masyarakat. Masyarakat perlu mendapatkan edukasi dan penanganan lebih lanjut terkait permasalahan Kesehatan mental. Dokter spesialis kedokteran jiwa, Jiemi Ardian menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab atau memengaruhi kenaikan angka

bunuh diri di Indonesia. Namun ada kemungkinan bahwa angka Tindakan bunuh diri yang ditemukan tersebut bukanlah angka Tindakan bunuh diri yang sebenarnya, melainkan sebenarnya jauh lebih banyak. seperti Tingkat *underreporting* bunuh diri di Indonesia yang ada pada website resmi Asosiasi Pencegahan Bunuh Diri di Indonesia, yaitu minimal 303% (rata-rata dunia yang dilaporkan adalah 0-50%)

Adapun alasan dari beberapa kasus *underreporting* tersebut disebabkan oleh pihak keluarga yang melaporkan kematian korban bunuh diri tanpa keterangan Tindakan bunuh diri demi menghindari sanksi sosial seperti komentar negatif, anggapan buruk dan lain sebagainya.

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 Pancasila, 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.

2.2 Kampanye



Gambar 7. Kampanye (sumber:freepik)

Kampanye merupakan aktivitas untuk berkomunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi untuk mendidik, meyakinkan dan mempengaruhi individu atau Masyarakat. Kampanye pada prinsipnya bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Dalam KBBI, kata “kampanye” juga berarti gerakan, tindakan untuk melawan, mengadakan aksi, dan sebagainya.

2.2.1 Jenis-Jenis Kampanye

Tujuan kampanye bermacam-macam, sehingga kebutuhan dan perencanaannya pun berbeda, Kampanye dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan tujuan dan medianya. Berikut ini adalah beberapa jenis kampanye berdasarkan tujuannya, yaitu:

1. Kampanye sosial

Kampanye sosial merupakan kampanye yang menyampaikan pesan-pesan yang berisi permasalahan sosial dan bersifat non komersial. Adapun tujuan dari kampanye sosial adalah menumbuhkan kesadaran Masyarakat akan permasalahan tersebut dan gejala-gejala sosial yang sedang terjadi.

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. Kampanye ini biasanya dilakukan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin.

4. Kampanye politik

Kampanye politik merupakan kampanye yang menyampaikan pesan-pesan kepada Masyarakat dan memberikan informasi tentang apa dan bagaimana suatu program, partai dan visi misinya. Tujuannya agar Masyarakat memahami dengan baik tujuan dari partai dan dapat menentukan pilihan.

2.2.2 Jenis-Jenis Media Kampanye

Di era modern ini, banyak media-media canggih yang dapat memudahkan pelaksanaan kampanye, Berikut ini adalah beberapa jenis kampanye berdasarkan medianya, yaitu:

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.

2. Kampanye elektronik

Kampanye elektronik merupakan kampanye yang dilakukan dengan memanfaatkan media elektronik yang ada seperti televisi. Seiring

dengan berkembangnya zaman, media-media yang lebih canggih bermunculan seperti media sosial Instagram, tiktok, facebook, twitter, youtube dan lainnya.

3. Kampanye cetak

Kampanye cetak hingga saat ini masih sangat sering dimanfaatkan dan dinilai masih efektif. Contoh dari kampanye cetak adalah poster, brosur, baliho, spanduk, koran dan lain sebagainya.

2.3 Media Sosial



Gambar 8. 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).

2.3.1 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 berjejaring dengan semua orang.
4. Tidak ada lagi hambatan komunikasi.
5. Dapat menemukan berbagai peluang bisnis.

2.3.2 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*. Menurut laporan We Are Social, jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,6 miliar pada tahun 2023, sementara negara Indonesia merupakan salah satu dari 5 negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia.

2. Whatsapp

Whatsapp adalah aplikasi perpesanan untuk smartphone yang memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan tanpa dikenakan biaya SMS karena whatsapp dapat digunakan menggunakan paket data internet dan Wifi.

3. Youtube

Youtube adalah situs untuk berbagi video nomor satu di dunia. Youtube merupakan media sosial berbasis video. Youtube merupakan situs pertama yang dikunjungi apabila seseorang ingin mempublikasikan video dan membutuhkan video tertentu.



Gambar 9. logo Instagram

2.1.15 Media Pendukung



Gambar 10. 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.

2.4 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.



Gambar 11. Mitra media (sumber:freepik)

2.4.1 Manfaat memiliki mitra media

Manfaat dari memiliki kedua mitra media Riliv & Dinas Kesehatan Kota Tangerang Selatan ini adalah meningkatkan visibilitas dari kampanye ini dan jangkauan audiens yang lebih luas terutama Masyarakat Kota Tangerang Selatan. Selain itu Masyarakat Kota Tangerang Selatan dapat memperoleh informasi yang lebih akurat dan terpercaya dalam menyembuhkan gejala depresi, sehingga dapat meningkatkan peluang keberhasilan tujuan utama dari kampanye ini yaitu untuk mencegah depresi dan Tindakan bunuh diri di Kota Tangerang Selatan.

2.4.2 Keuntungan mitra media

Institusi dan Lembaga yang diajak untuk menjadi mitra media dari kampanye ini tentunya harus memperoleh keuntungan, Adapun keuntungan yang dijanjikan untuk kedua mitra media ini yaitu:

Keuntungan Riliv:

1. Menghasilkan lebih banyak unduhan aplikasi Riliv.
2. Memperoleh lebih banyak penghasilan dari pesanan layanan konsultasi.
3. Memperoleh lebih banyak pelanggan VIP pada aplikasi untuk akses fitur yang lebih banyak.
4. Memperoleh lebih banyak *followers* di media sosial.
5. Memperoleh rating aplikasi yang lebih baik.

Keuntungan Dinas Kesehatan Kota Tangerang Selatan:

1. Memperoleh lebih banyak *followers* di media sosial.
2. Memperoleh lebih banyak pengunjung di Lokasi Dinkes.
3. Memperoleh feedback yang lebih baik dari masyarakat Kota Tangerang Selatan.
4. Memperoleh penilaian positif dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Dengan adanya keuntungan-keuntungan yang dijanjikan tersebut, diharapkan kedua mitra media tersebut menerima tawaran untuk menjadi mitra media kampanye ini dan berkolaborasi untuk mencapai tujuan yang positif dan keuntungan bersama.

2.4.3 Tanggung jawab mitra media

setelah menerima tawaran untuk menjadi mitra media dari kampanye ini, ada beberapa tanggung jawab yang akan disepakati bersama dan harus dilakukan mitra media dalam jangka waktu yang ditentukan. Adapun tanggung jawab yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

Tanggung jawab mitra media Riliv:

1. *Me-repost* beberapa konten kampanye ini melalui media sosial resmi Riliiv.
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.

2.5 Tinjauan Teori

2.5.1 Teori Design Thinking

Pada penelitian untuk perancangan kampanye ini, peneliti perlu memahami target audiens dengan lebih mendalam, mendefinisikan kembali masalah dalam upaya mengidentifikasi strategi dan solusi yang tidak langsung terlihat dalam tingkat awal pemahaman dan menemukan Solusi pemecahan masalah yang dibutuhkan. Maka dari itu peneliti menggunakan design thinking sebagai teori penelitian yang dilakukan.



Gambar 3 Idesign 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. *Design Thinking* pada penelitian ini berkaitan dengan minat yang mendalam peneliti dalam mengembangkan pemahaman dari target audiens atau orang-orang yang menjadi tujuan pembuatan kampanye ini.

Design Thinking membantu peneliti dalam proses bertanya terkait masalah depresi, mempertanyakan asumsi terkait stigma negatif Masyarakat terkait depresi, dan mempertanyakan Solusi yang diinginkan. *Design Thinking* pada penelitian ini juga melibatkan eksperimen yang sedang berjalan yaitu pembuatan sketsa desain visual utama dan pendukung. Berikut merupakan tahapan *design thinking*:

1. *Empathize*

Empathize merupakan langkah pertama dimana peneliti mencari pemahaman empatik terkait permasalahan depresi. Peneliti melibatkan ahli konsultasi untuk mencari tahu lebih banyak terkait depresi, Tindakan bunuh diri dan hal-hal terkait lainnya. Tahapan ini memiliki peran yang sangat penting karena kampanye ini memiliki proses desain yang berpusat pada manusia, tahapan ini juga memungkinkan peneliti untuk mengesampingkan asumsi sendiri tentang depresi dan Tindakan bunuh diri untuk mendapatkan wawasan lebih dalam tentang penderita depresi dan kebutuhan mereka.

2. *Define*

Pada tahap ini, peneliti mencari dan mengumpulkan informasi-informasi dan data yang telah diamati dan dikumpulkan selama tahap *Empathize*. Peneliti kemudian menganalisa pengamatan dan menentukan permasalahan inti yang telah diidentifikasi. Tahap *ini* membantu peneliti dalam mengumpulkan ide untuk merancang sebuah kampanye yang akan memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah depresi dan Tindakan bunuh diri.

3. *Ideate*

Apabila peneliti sudah memahami dan mengidentifikasi permasalahan dengan jelas, peneliti sudah siap untuk menghasilkan ide dan dapat memasuki tahap yang ketiga yaitu *ideate*. Peneliti akan memberikan ide dan solusi kepada target

audiens penderita depresi tentang masalah yang dihadapi dengan merancang media kampanye pencegahan depresi dan Tindakan bunuh diri.

4. *Prototype*

Setelah mendapatkan ide-ide dan inovasi pada tahap sebelumnya, peneliti sudah siap untuk merealisasikan atau memvisualisasikan ide-ide tersebut dalam bentuk visual. Desain yang dirancang pada tahap ini adalah desain yang akan digunakan untuk kebutuhan eksperimental, dan tujuannya adalah untuk mengidentifikasi apakah desain tersebut dapat berfungsi sebagai solusi terbaik untuk setiap masalah yang sudah diidentifikasi. Desain akan satu per satu diselidiki, diperiksa ulang, dan diperbaiki berdasarkan respon pengguna. Pada akhir tahap ini, peneliti akan memiliki pandangan yang lebih jelas tentang bagaimana audiens yang sebenarnya akan berperilaku, berpikir, dan rasakan ketika berinteraksi dengan kampanye ini.

5. Test

Setelah peneliti membuat *prototype* maka penulis baru bisa memasuki tahap atau fase *test*, yang dimana fase ini peneliti melakukan pengujian keseluruhan secara ketat. Pada tahap ini peneliti melakukan berbagai jenis pengujian terkait desain visual kampanye untuk mendapatkan feedback dari audiens yang ditargetkan. Hasil yang dihasilkan selama fase *testing ini* kemudian digunakan untuk mengkonfirmasi pemahaman dari pengguna, kondisi penggunaan, bagaimana orang berpikir, berperilaku, dan merasakan, dan berempati.

2.5.2 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. Ilustrasi telah menjadi sumber visualisasi pikiran seseorang dan penuangan ide serta juga menjadi cara untuk mempengaruhi audiens dalam hal keyakinan dan trend (Witabora, 2012).



Gambar 12. ilustrasi
(sumber:freepik)

Karakteristik ilustrasi

Ilustrasi memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut:

1. Komunikasi

Ilustrasi merupakan sebuah gambar yang bertujuan untuk mengkomunikasikan sebuah konsep, ide, gagasan atau pesan.

2. Hubungan antara kata-kata dan gambar

Ilustrasi berfungsi sebagai unsur pelengkap dari sebuah teks. Namun sejalan dengan perkembangan ilustrasi, kini ilustrasi sudah jauh lebih berkembang dan memiliki peran atau fungsi yang lebih luas dari sekedar pelengkap teks.

3. Faktor menggugah

Ilustrasi memiliki faktor yang dapat membuat audiens merasakan sesuatu, membangkitkan emosi, dan membuat audiens merasakan adanya keterikatan dengan ilustrasi. Hal tersebutlah yang akan menentukan apakah ilustrasi itu telah berhasil atau tidak.

4. Produksi massal dan media cetak

Ilustrasi dibuat dengan tujuan tertentu dan ditempatkan pada suatu media untuk memastikan pesan tersebut sampai kepada audiens.

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. Ilustrasi merupakan media instruksi yang baik karena informasi dapat lebih mudah dicerna ketika disampaikan secara visual.

2. Ilustrasi sebagai opini

Peran yang kedua adalah untuk menjadi media opini pada permasalahan yang sedang terjadi. Opini dapat disalurkan menggunakan ilustrasi berbetuk humor contohnya *political cartoon*.

3. Ilustrasi sebagai alat untuk bercerita

Peran yang ketiga adalah ilustrasi sebagai alat untuk bercerita seperti buku cerita anak-anak yang banyak kita jumpai di toko buku. Ilustrasi narasi pada buku cerita banyak mengandung fantasi.

4. Ilustrasi sebagai alat persuasi

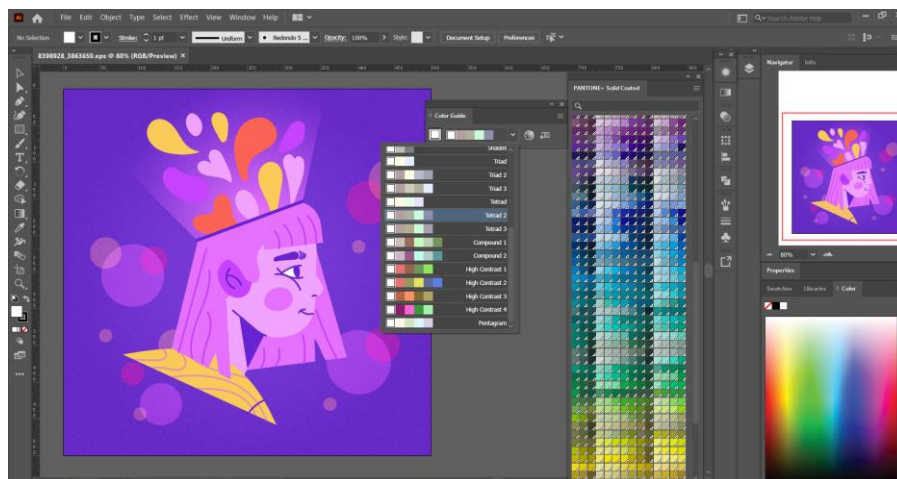
Ilustrasi digunakan dalam dunia advertising, ilustrasi menjadi sarana efektif untuk menyebarkan pesan dan mempengaruhi audiens.

Ilustrasi digital

Ilustrasi digital merupakan teknik menggambar atau pembuatan ilustrasi dengan cara menggunakan software atau jenis *tools* alat digital untuk membuat karya visual. Teknik menggambar ini sangat berbeda dengan teknik konvensional yang harus menggunakan cat kuas dan kertas sebagai media fisiknya untuk menghasilkan karya seni atau karya ilustrasi. Ilustrasi digital dilakukan menggunakan komputer atau menggunakan berbagai software desain, contohnya Adobe Illustrator, Photoshop.



Gambar 13. logo adobe illustrator dan photoshop



Gambar 14. screenshot adobe illustrator

Dalam Teknik menggambar konvensional terdapat banyak jenis gaya gambar, sama halnya dengan teknik menggambar dengan cara digital. Banyak seniman yang berkreasi dan menciptakan berbagai jenis gaya gambar digital yang unik dan kreatif.

Bahkan saat ini sudah banyak fitur digital yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan karya seni yang terlihat sangat mirip dengan Teknik konvensional, contohnya seperti pembuatan karya seni digital dengan gaya *watercolor*. Teknik menggambar digital dianggap lebih praktis dibandingkan dengan Teknik konvensional.

Teknik ilustrasi digital

Beberapa Teknik ilustrasi digital sebagai berikut:

1. Vector

Teknik vector ini merupakan Teknik ilustrasi digital yang paling sering ditemui, Teknik ini menggunakan tools yang biasa disebut dengan *pen tool* untuk menciptakan sejumlah garis dan kurva untuk membuat suatu gambar Ilustrasi dengan gaya tertentu. Teknik vector dapat digunakan dengan software seperti corel draw dan adobe illustrator.

2. *Digital Painting*

Digital painting merupakan Teknik gambar yang memindahkan sketsa manual kedalam komputer, kemudian melakukan proses pemberian outline atau biasa disebut dengan tracing, kemudian berlanjut ke coloring dan editing. Teknik ini dapat dilakukan dengan menggunakan software seperti adobe illustrator dan adobe photoshop.

3. Ilustrasi Berbasis Pixel

Teknik ini dapat dibidang mirip dengan Teknik vector, namun bedanya Teknik ini menghasilkan wujud visual yang merupakan sekumpulan titik yang akan terkumpul dan membentuk objek di layar komputer. Teknik ini dapat dilakukan dengan menggunakan software piksel, aseprite, Pro Motion NG.

4. Ilustrasi 3D

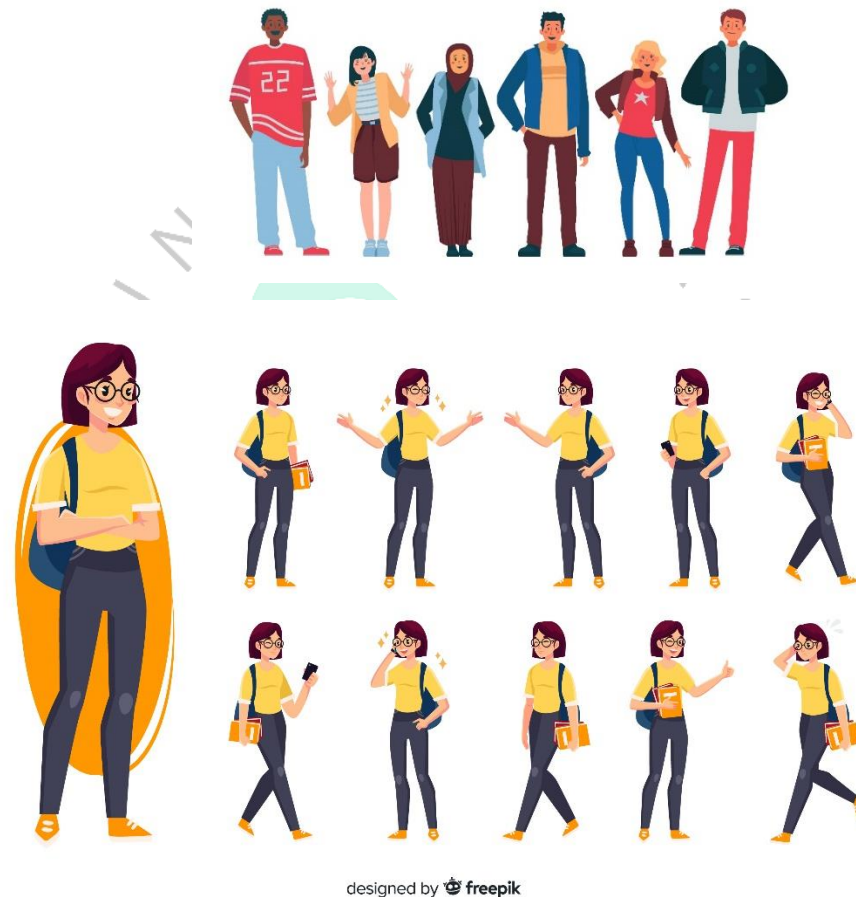
Wujud dari ilustrasi 3D memiliki Panjang, tinggi dan lebar. Teknik ilustrasi 3D dapat dilakukan menggunakan software seperti blender 3D, Adobe Illustrator, Vectary.



Gambar 15. vector style design (sumber:freepik)

2.4.2.2 Karakter

Desain karakter adalah suatu rancangan tokoh yang biasa digunakan untuk berbagai kepentingan jenis hiburan, karakter mewakili peran suatu konsep atau cerita tertentu. Selain itu karakter juga digunakan untuk media ekspresi kreator. Karakter dapat dimanfaatkan sebagai penyampai pesan yang lebih menarik dan seru untuk kampanye di media sosial.



Gambar 16. desain karakter (sumber:freepik)

Konsep karakter lebih di khususkan untuk pembuatan desain karakter yang cocok dengan tema kampanye. Konsep desain karakter berfokus pada karakteristik karakter seperti gender, atribut kostum, anatomi, warna dan yang lainnya (Rori & Wahyudi, 2015). Adapun karakter yang di desain harus menyatu dengan dunia dimana karakter tersebut ditempatkan.

Ada beberapa hal dasar yang harus diingat saat mendesain sebuah karakter, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Prespektif

Terdapat tiga jenis prespektif yaitu prespektif 1 titik hilang, 2 titik hilang dan 3 titik hilang.

2. Anatomi tubuh

Anatomi tubuh cukup penting karena anatomi tubuh dapat disesuaikan dengan konsep usia, gender dan unsur fisik lainnya. Apabila sudah dipahami lebih dalam, modifikasi anatomi karakter akan menjadi lebih mudah.

3. Gesture drawing

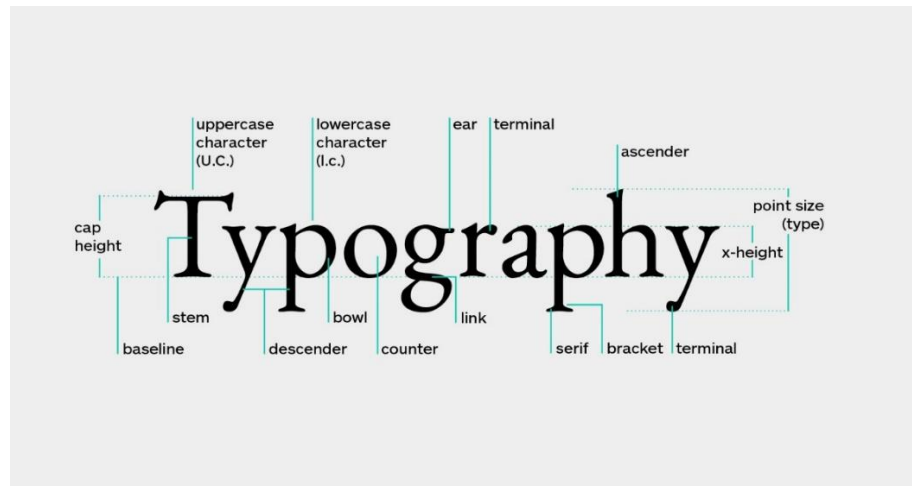
Beberapa hal yang dapat membantu dalam pembuatan desain karakter adalah gestur dari karakter, gestur dari karakter harus sesuai dengan latar suasana, emosi dan *personality* karakter tersebut.

4. Karakteristik karakter

Karakter dapat diberikan kostum, warna atau aksesoris lainnya untuk melengkapi desain karakter. Biasanya hal tersebut menjadi ciri khas dari karakter tersebut sehingga karakter dapat lebih mudah untuk dikenali audiens.

2.4.2.3 Tipografi

Tipografi merupakan unsur yang sering ditemui dalam hal-hal yang berhubungan dengan desain. Hal ini berkaitan pada peran tipografi yang sebagai pengantar komunikasi dari ide, tipografi menjadi pelengkap dalam desain. konsep, pesan yang ingin disampaikan kepada audience atau pembaca (Dirgantara.S T, M.Sn, 2020).



Gambar 17. tipografi (sumber: istock)

Suriyanto Rustan dalam bukunya yang berjudul “Font & Tipografi” menyebut bahwa tipografi memiliki hubungan yang erat dengan *setting* huruf dan percetakannya. Dalam ilmu Desain Komunikasi Visual, tipografi merupakan unsur desain yang sangat penting karena setiap bentuk tipografi dapat memiliki Makna tersendiri.



Gambar 18. style tipografi (sumber: istock)

a. Prinsip Tipografi

Steven Heller, menyebutkan dalam bukunya yang berjudul “*Stop, Think, Go, Do: How Typography and Graphic Design Influence Behavior*”, bahwa tipografi memiliki 8 prinsip sebagai berikut:

| 8 Prinsip Tipografi | |
|---------------------|--|
| Inform | bagaimana suatu diinformasikan hal kepada pembaca atau audien dengan mengangkat suatu topik masalah, esensi dari suatu hal. |
| Advocate | pembuatan pesan dimana pesan tersebut harus dapat menggugah keinginan audien untuk bisa mendukung, ikut terlibat, dalam suatu acara atau kegiatan. |
| Play | Prinsip yang biasanya digunakan oleh desainer untuk menghibur, mengekspresikan, serta memberi informasi kepada audien. |
| Caution | Prinsip ini digunakan dengan tujuan sebagai peringatan bagi audien. |
| Entertain | prinsip ini memiliki satu tujuan mendasar yaitu untuk membawa kesenangan bagi penikmatnya. |
| express | Merupakan prinsip yang sering digunakan saat ini dan mengalami pertumbuhan yang pesat, karena lebih banyak desainer menggunakan kata-kata dan slogan |
| Educate | Kombinasi dari seluruh prinsip yang telah dijelaskan diatas. Secara khusus memiliki fungsi sebagai pemberi pesan pengetahuan yang rinci kepada audien. |
| Transform | Permainan kata – kata visual dan manipulasi grafis untuk bisa masuk kepada sudut pandang audien. |

Gambar 19. prinsip tipografi

Klasifikasi Tipografi

Klasifikasi tipografi dapat membantu desainer untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendasar tentang tipografi dan memahami perbedaan signifikannya. (Design, 2022) Klasifikasi tipografi dibagi menjadi sebagai berikut:

1. *Serif*

Huruf jenis *Serif* memiliki tanda atau garis yang muncul di akhir guratan karakter, guratan yang memanjang pada ujung huruf dapat dideskripsikan sebagai ekstensi atau tonjolan. Jenis huruf *serif* memiliki kesan formal dan klasik namun memiliki Tingkat keterbacaan yang rendah. Contoh font serif adalah: Times New Roman, Georgia, Palatino.

Aa Bb Cc

Gambar 20. huruf serif

2. *San-serif*

Nama dari kategori huruf ini berasal dari kata Prancis “sans” yang artinya “tanpa”. Tidak seperti huruf serif, sans-serif tidak memiliki guratan pada ujung hurufnya. Sans-serif memiliki kesan sederhana, minimalis dan terlihat modern. Gaya yang minimalis membuat kategori huruf sans-serif lebih mudah untuk dibaca. Contoh jenis font sans-serif adalah: Poppins, Futura, Helvetica.



Aa Bb Cc

Gambar 21. huruf san serif

3. Script

Kategori huruf script memiliki gaya yang meniru tulisan tangan atau kaligrafi. Huruf jenis ini memiliki kesan yang romantis, elegan dan eksklusif. Kategori ini memiliki tingkat keterbacaan yang kurang baik. Contoh dari font Script: Backlash, Golden Youth, Allura.



Aa Bb Cc

Gambar 22. huruf script

4. Dekoratif

Huruf jenis dekoratif memiliki karakteristik yang unik, jenaka dan tidak biasa. Jenis huruf ini biasanya hampir tidak terbaca atau sangat sulit untuk

dibaca, jadi tidak bisa digunakan untuk penulisan teks berukuran kecil. Contoh jenis font dekoratif: Rosewood std, Ribeye, Bangers, Unical Anciqua.

Aa Bb Cc

Gambar 23. huruf dekoratif

2.4.2.4 Warna

Menurut teori Brewster (1831) warna-warna yang berbeda merupakan spektrum yang terbentuk dari cahaya putih saat melewati suatu medium seperti prisma atau tetesan air hujan. Penggunaan warna memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga keterlibatan audiens. Warna pada setiap unsur desain kampanye dapat membantu membangun suasana yang sesuai narasi.

Warna dapat membuat desain terlihat lebih hidup dan menjadi lebih memiliki banyak arti seperti emosi, pesan yang disampaikan dan menimbulkan minat. (Pradana, 2024) Teori warna sangat penting dalam perancangan desain kampanye ini, karena dengan adanya teori warna dapat membuat citra sebuah kampanye menjadi lebih baik.

Penggunaan warna dalam desain dapat memperoleh reaksi yang berbeda-beda dari audiens. Peneliti perlu mempelajari dan mengetahui terlebih dahulu warna-warna yang dianggap serasi, sesuai dengan pesan yang akan disampaikan, dan menggunakan teori skema warna sehingga dapat membantu peneliti dalam menemukan kombinasi warna yang tepat.

A. Skema Warna

Skema warna merupakan perpaduan warna yang digunakan untuk berbagai konteks seni dan desain. Skema warna berasal dari roda warna atau *color wheel* yang menghasilkan warna-warna harmonis (INTERIOR, 2021).

berikut ini adalah beberapa jenis skema warna:

1. *Monochromatic*

Skema warna ini hue atau satu warna. Dipengaruhi dengan *shades*, *tones* dan *tints*.

2. *Analogous*

Skema warna analogous terdiri dari tiga warna yang bersebelahan, kanan dan kiri. Adapun skema warna ini sering ditemukan pada warna yang ada di alam.

3. *Complementary*

Skema warna yang menciptakan perpaduan warna kontras ini terdiri dari dua warna yang saling berseberangan pada color wheel.

4. *Split complementary*

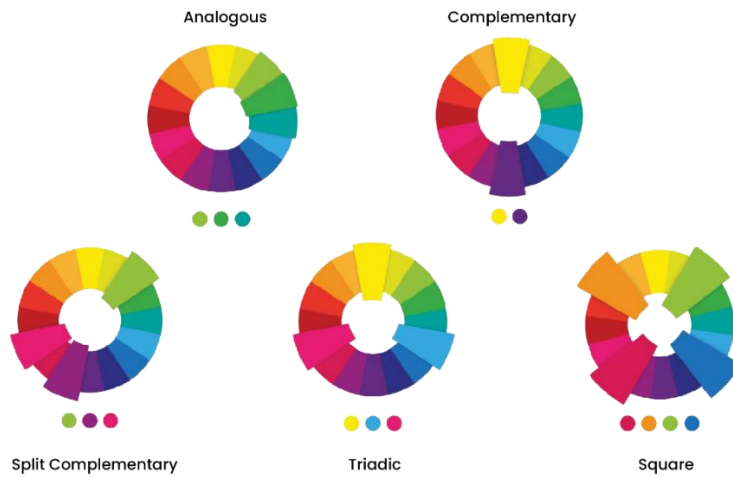
Skema warna ini terdiri dari komposisi warna yang kontras yang berseberangan dalam color wheel, dan dipilih warna analogous dari sisi kiri dan sisi kanan dari warna berseberangan tersebut.

5. *Triadic*

Skema warna terdiri dari tiga warna yang bertempat 120 derajat satu sama lain secara merata pada color wheel.

6. *Tetradic*

Empat warna yang tersusun dari dua pasangan dalam skema warna complementary membentuk skema warna tetradic.



Gambar 24. skema warna

B. Klasifikasi Warna

Warna terdiri dari beberapa jenis yaitu warna primer, warna sekunder, warna tersier, warna intermediate dan warna kuartar. Berikut ini merupakan penjelasan dari beberapa jenis klasifikasi warna tersebut:

1. Warna primer

Warna primer dalam klasifikasi warna merupakan jenis warna yang tidak dapat terbentuk dari warna yang lainnya dan warna ini terdiri dari tiga warna saja yaitu biru, kuning dan merah. Seseorang tidak bisa menciptakan ketiga warna ini dengan cara mencampur warna lain.

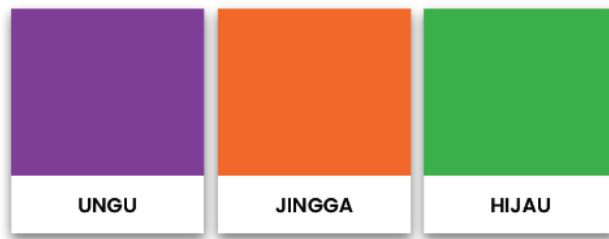


Gambar 25. warna primer

2. Warna sekunder

Warna sekunder adalah warna yang dapat dihasilkan dengan cara mencampur warna-warna primer. Contohnya apabila mencampur warna

biru dan warna kuning, maka akan menghasilkan warna hijau. Warna sekunder terdiri dari warna hijau, ungu dan jingga.



Gambar 26. warna sekunder

3. Warna tersier

Warna tersier merupakan warna yang dapat dihasilkan melalui dua warna sekunder yang dicampur, pencampuran warna sekunder tersebut dapat menghasilkan warna tersier yang merupakan warna coklat, coklat kemerahan dan warna coklat kebiruan.



Gambar 27. warna tersier

C. Makna Simbolis Warna

Louis B.Wexner pada tahun 1945 melakukan penelitian terkait hubungan antara warna dan suasana hati, beliau menyimpulkan bahwa setiap warna memiliki makna simbolis yang melambangkan suasana hati dan memiliki aura tertentu yang dapat dirasakan audiens.

| Warna | | Makna Simbolis |
|-------|---------|--|
| ● | Merah | keberanian, kekuatan, gairah, energi, serta kegembiraan untuk melakukan suatu kegiatan. Selain itu, merah juga dapat melambangkan kehebatan, atau lambing keburukan yang identik dengan kekerasan. |
| ● | Orange | kehangatan dan semangat. Warna orange juga merupakan perwujudan dari simbol petualangan, kepercayaan diri, kemampuan bersosialisasi, serta ketenangan. |
| ● | Kuning | Warna kuning memiliki aura kehangatan, optimism, semangat, keceriaan, dan rasa bahagia yang mampu membantu penalaran manusia berjalan logis dan analitis. |
| ● | Biru | Dalam dunia medis, biru mampu mengatasi insomnia, kecemasan, migrain, hingga tekanan darah tinggi. sementara biru cerah cenderung melambangkan rasa sedih, kesendirian, refleksi, serta kesunyian. |
| ● | Hijau | Dunia psikologis menggunakannya untuk membantu seseorang agar memiliki keseimbangan emosi dan keterbukaan komunikasi karena warna hijau mampu memberikan efek relaksasi. |
| ● | Hitam | Warna hitam memiliki makna misteri, keanggunan, kemakmuran, dan kecanggihan. |
| ○ | Putih | Putih melambangkan kebebasan, keterbukaan, dan bebas dari apapun. Warna ini dapat digunakan untuk terapi mengurangi rasa nyeri, sakit kepala, dan mata lelah. |
| ● | Cokelat | Dalam dunia psikologi, warna coklat digunakan untuk melambangkan arti kuat, mampu diandalkan, serta pondasi kekuatan hidup. |
| ● | Pink | Warna pink melambangkan suasana romantis, feminisme kuat, kepedulian, serta aura kelembutan. Umumnya, warna ini juga digunakan untuk menunjukkan kasih sayang. |
| ● | Ungu | Dalam dunia psikologi, warna ungu melambangkan kebijakan spiritualitas. |

Gambar 28. makna simbolis warna

2.4.2.5 Logo

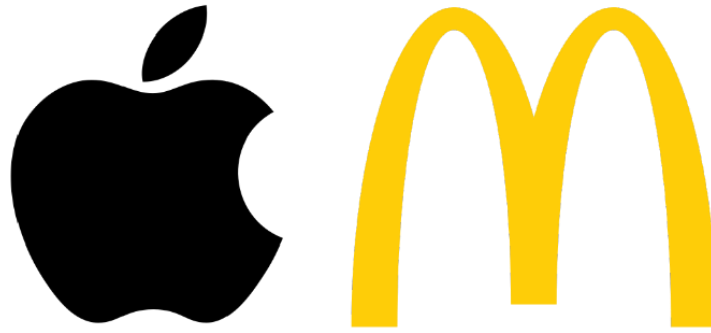
Logo merupakan sebuah elemen grafis yang berbentuk ideogram, simbol, emblem, ikon yang digunakan sebagai lambang dari sebuah brand (Oscario, 2013). Logo adalah sebuah identitas visual yang sangat penting dalam membentuk identitas brand atau usaha, Adapun logo tersebut harus mencerminkan jiwa, visi dan misi dari suatu brand tersebut.

A. Jenis Logo

Logo dapat terbagi menjadi beberapa tipe yaitu sebagai berikut:

1. Logogram

Logogram merupakan jenis logo yang mewakilkan makna tertentu, logogram dapat menjadi visual yang cukup kuat dan mencolok, mudah untuk diingat oleh Masyarakat. Logogram merupakan logo yang tidak menyertakan nama brand. Namun dari segi visual dan makna, Masyarakat sudah mengetahui bahwa logo tersebut merupakan logo dari suatu usaha atau brand, terutama apabila usaha tersebut sudah terkenal.



Gambar 29. contoh logogram (apple & Mcdonalds)

2. Logotype

Logotype merupakan sebagai logo yang merupakan hasil modifikasi atau pengolahan secara kreatif dari suatu font. Logotype hanya memanfaatkan visual dari suatu font namun masih memiliki keunikan dan biasanya menunjukkan keindahan atau formalitas. Beberapa brand yang menggunakan logo tipe logotype adalah Coca-Cola dan Air Asia.



Gambar 30. contoh logotype (coca-cola & air asia)

3. Pencampuran antara logogram dan logotype

Jenis logo ini merupakan pencampuran antara jenis logogram dan logotype untuk menjadi suatu kesatuan. Ada unsur visual yang menggambarkan visi atau karakteristik usaha dan ada font yang telah diolah menjadi kesatuan logo. contohnya adalah logo dari TvOne dan Kino.



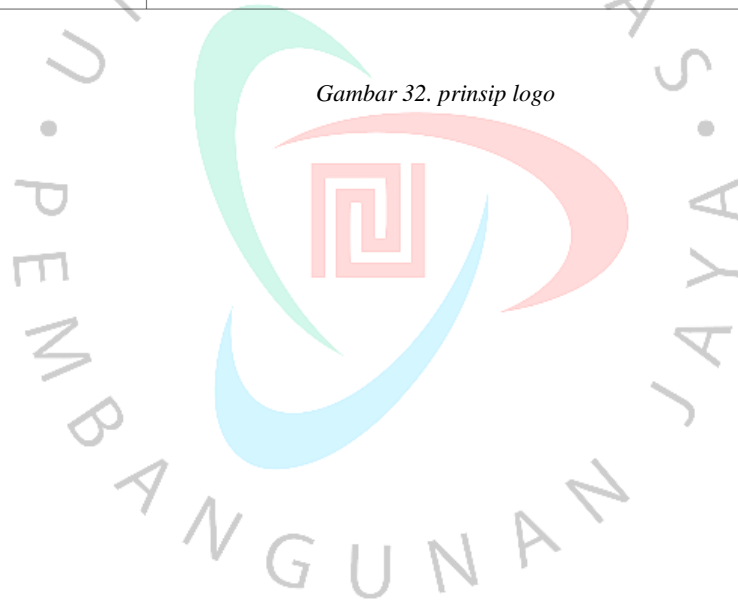
Gambar 31. Contoh logo (TvOne & Kino)

B. Prinsip Logo

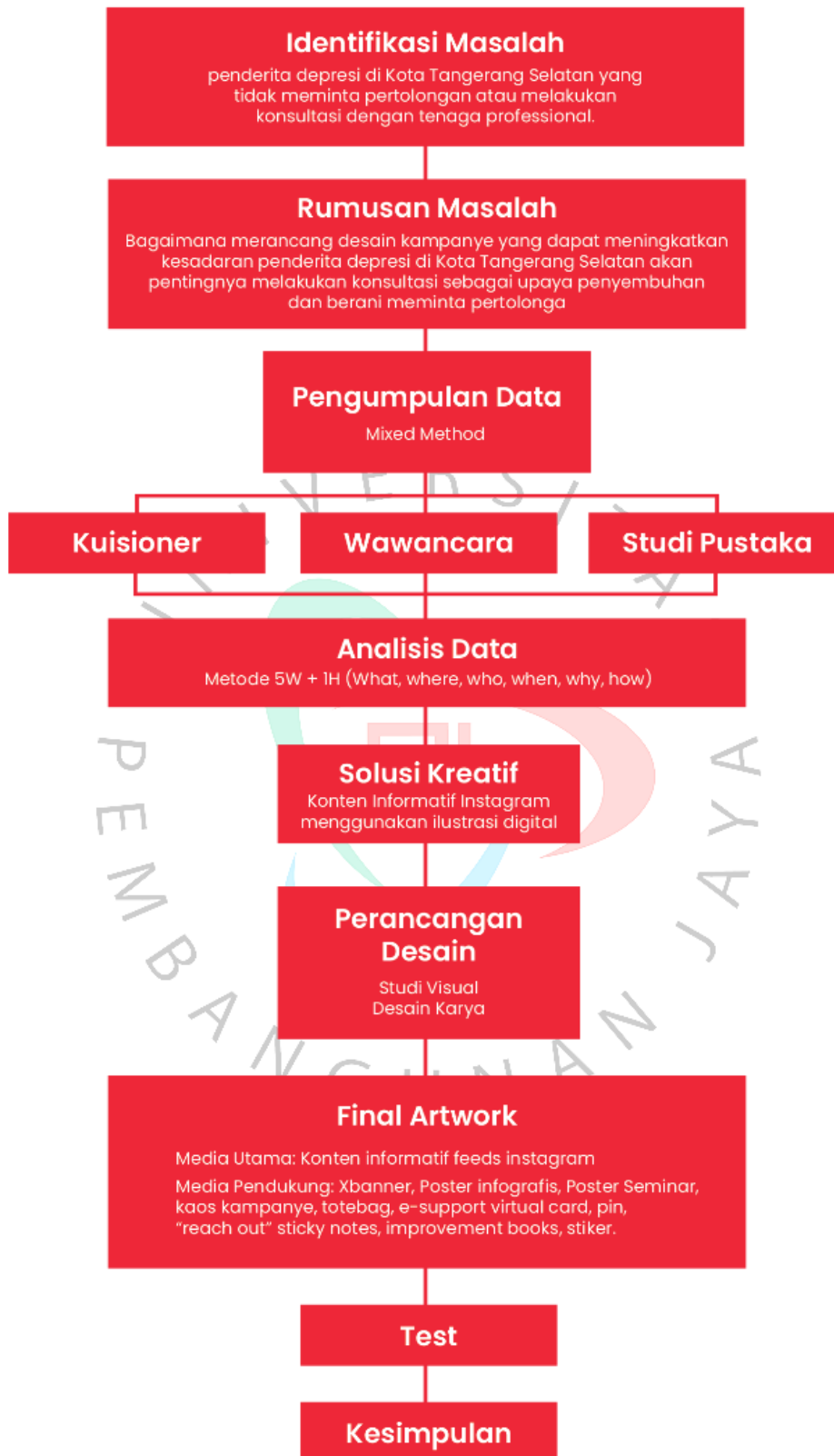
Ada beberapa prinsip logo yang harus diketahui untuk merancang sebuah logo yang baik sebagai identitas visual yang digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu, yaitu sebagai berikut:

| 5 Prinsip Logo | |
|----------------|---|
| Simple | Logo yang baik merupakan logo yang simple atau sederhana. Logo yang sederhana akan memudahkan audiens untuk mengenalinya. Terutama ketika logo diaplikasikan dalam sebuah billboard di pinggir jalan. |
| Memorable | Sebuah logo yang efektif adalah logo yang gampang diingat. Hal tersebut diperoleh dari prinsip logo sebelumnya yaitu logo yang simple. Logo yang sederhana dan mudah diingat. |
| Timeless | Logo yang baik merupakan logo yang tak lekang oleh waktu. |
| Versatile | Sebuah logo yang efektif harus dapat diaplikasikan diberbagai medium. Oleh karena itu logo seharusnya bersifat fungsional, bisa ditempatkan baik secara vertical maupun horizontal. Dapat juga diletakkan di media cetak maupun media elektronik. |
| Appropriate | logo tersebut harus pantas. Yang dimaksud dengan pantas disini adalah logo tersebut sudah mampu mewakili perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan. |

Gambar 32. prinsip logo



2.6 Kerangka Berpikir



Gambar 33. kerangka berpikir