

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kesedihan adalah hal yang normal bagi setiap orang pada saat-saat yang penuh tegangan dan menyedihkan. Kehilangan atau ketidakhadiran orang yang disayang, banyaknya pekerjaan atau kurangnya penghasilan dapat memengaruhi suasana hati secara negatif. Namun, perasaan sedih biasanya dapat membuat lega setelah mengangis, melampiaskan dan dapat berlalu seiring waktu. Jika fase ini telah dilewati 2 minggu, maka ada kemungkinan orang tersebut menderita depresi. Sekarang, depresi semakin hilang arti makna aslinya khususnya hilang di ranah sosial media. Penelusuran tagar *#depressed* di Instagram menghasilkan lebih dari 12 juta postingan. Banyak diantaranya memperlihatkan foto foto wanita dan lelaki bersedih ditambahi filter *black and white* tidak lupa disertai tulisan tulisan sakit hati karena cinta menjadi sebuah tren. Nyata sekali bahwa sekarang depresi tidak dianggap serius oleh banyak orang terutama remaja dengan banyaknya akun-akun instagram yang membuat konten seperti itu menyalah artikan dan menganggap sepele gangguan mental depresi.

Menurut Aditi Verma, Seorang ahli psikolog tren ini menjadi penyebab adanya lonjakan diagnosis symptom gangguan mental sebesar 71 persen antara dewasa berusia 18-25 selama 10 tahun terakhir berdasarkan *National Survey on Drug Use and Health* oleh Dr. Elinore F. McCanceKatz. Terkait dengan hal ini, Pelatihan Penanggulangan Pertama terhadap Gangguan Jiwa di Kalangan Mahasiswa *Mental Health First Aid* (MHFA) yang digelar di Gedung Sate, Jalan Diponegoro Kota Bandung oleh Teddy Hidayat mengungkapkan bahwa Lebih kurang 40% kelompok usia 18-25 tahun selama 2 sampai 4 tahun berada di lingkungan perguruan tinggi, dan sebagian besar gangguan mental mulai terlihat sebelum usia ini, sehingga perguruan tinggi merupakan tempat yang ideal untuk mengidentifikasi adanya gangguan kesehatan mental. Jumlah warga negara Indonesia yang terkena depresi yang berujung dengan bunuh diri yaitu sebanyak 6,1 persen atau setara dengan 11 juta orang. Angka itu untuk prevalensi warga negara berusia 15 tahun keatas. Menurut anggota Perhimpunan Dokter Spesialis

Kedokteran Jiwa Indonesia Teddy Hidayat, hasil itu merupakan riset kesehatan dasar (riskesdas) Kementerian Kesehatan pada tahun 2018. Teddy mengatakan sedangkan untuk penderita serupa di Jawa Barat mencapai lebih dari 2 juta orang. Namun Teddy mengatakan, yang diobati hanya sebesar sembilan persen dan 91 persen lagi belum tertangani dengan baik.

Dalam usaha mengurangi angka depresi dikarenakan kesalah pahaman remaja terhadap depresi penulis memutuskan membuat kampanye sosial tentang bahayanya *self-diagnose*, melabeli diri dengan depresi dan juga pentingnya konsultasi untuk kesehatan mental. Banyaknya remaja yang berasumsi memiliki penyakit depresi tidak tahu dampak buruknya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Depresi menjadi trend yang keren dan biasa saja, hal itu membuat remaja gampang berasumsi dirinya depresi demi dianggap keren dan mendapat perhatian.
2. Banyaknya orang yang terindikasi depresi, tapi tidak melakukan penyembuhan medis dan konsultasi.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- Bagaimana cara menginformasikan depresi bukan hal yang bisa disepelekan?
- Bagaimana cara menginformasikan pentingnya awareness terhadap depresi dan perlunya konsultasi?

## **1.4 Batasan Masalah**

- Penelitian berfokus pada dunia sosial media.
- Meneliti pada pemahaman orang orang terhadap depresi.

## 1.5 Maksud dan Tujuan

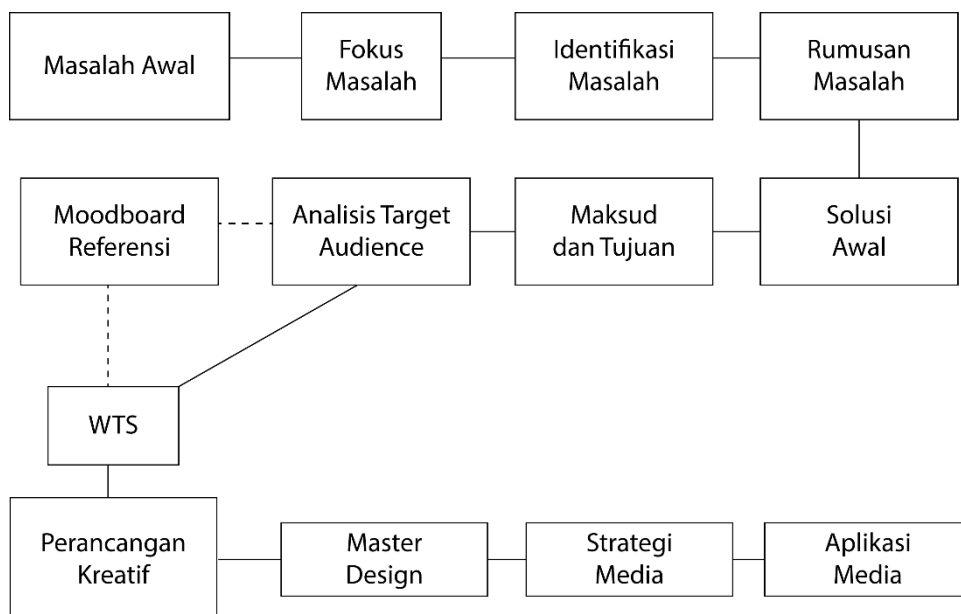
Maksud dari perancangan ini ialah:

- Angka pengidap depresi berkurang dikarenakan penyembuhan yang cepat dan orang-orang lebih peka dalam cara yang perlu dilakukan dalam menghadapi depresi.

Tujuan dari perancangan ini ialah:

- Mengedukasi orang-orang tentang bahayanya depresi.
- Pentingnya peran psikolog dan penyembuhan medis lain bila terindikasi penyakit mental.
- Menginformasikan depresi hanya bisa didiagnosa dan diberi proses medis oleh Ahli Psikolog (Psikolog/Psikiater)

## 1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Mind Mapping

## 1.7 Metodologi

### 1.7.1 Metoda Penelitian

Menggunakan Metode penelitian kuantitatif Menurut J. Richie (Sugiyono, 2014) mengemukakan, “penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti”. Dengan demikian penggunaan metode kualitatif lebih mengutamakan kemampuan peneliti untuk fokus terhadap permasalahan yang diteliti. Adapun instrumen yang digunakan adalah sebagai berikut:

- **Kuesioner**

Mendapatkan insight melalui patokan dari sebuah pertanyaan dengan cepat

- **Wawancara**

Wawancara dibutuhkan sebagai bahan penelitian lebih mendalam untuk mengetahui sejauh mana insight target terhadap penelitian yang sedang dilakukan.

- **Observasi**

Dilakukan dengan memperhatikan *behavior* dan *insight* orang-orang terhadap depresi di Sosial Media.

### 1.7.2 Metoda Perancangan

Metode Perancangan yang digunakan ialah AISAS dari The Dentsu Way. AISAS merupakan singkatan dari *Attention*, *Interest*, *Search*, *Action* dan *Share* dimana seorang konsumen yang memperhatikan produk, layanan, atau iklan (*Attention*) dan menimbulkan ketertarikan (*Interest*) sehingga muncul keinginan untuk mengumpulkan informasi (*Search*) tentang barang tersebut. Konsumen kemudian membuat penilaian secara keseluruhan berdasarkan informasi yang dikumpulkan, kemudian membuat sebuah keputusan untuk melakukan pembelian (*Action*). Setelah pembelian, konsumen menjadi penyampai informasi dengan berbicara pada orang lain atau dengan mengirim komentar dan tayangan di Internet (*Sharing*). Sugiyono dan Andree (2011:79)

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran yang mengandung setiap bab, diuraikan sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini menjelaskan masalah ini di angkat dan alasan masalah ini menjadi penting, dengan menjelaskan dengan latar belakang lalu pengidentifikasian masalah serta rumusan masalah dari permasalahan ini. Lalu masalah tersebut perlu dibatasi agar tidak keluar jalur dan tepat sasaran, sehingga maksud dan tujuan dapat terpenuhi dengan baik.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini mengemukakan teori – teori yang digunakan dan menjadi landasan penelitian ini, seperti teori mengenai kampanye sosial, visual, gangguan jiwa, depresi.

### **BAB III: DATA DAN ANALISA**

Dalam bab ini membahas tentang data dan Analisa yang telah dilakukan, seperti hasil wawancara, observasi dan kuesioner. Semua hasil yang didapat tersebut dianalisis secara seksama dan menyeluruh. Selain itu terdapat Analisa 5W+1H, *consumer journey*, dan *what to say*.

### **BAB IV: KONSEP PERANCANGAN**

Dalam bab ini akan menjelaskan cara bagaimana merancang media yang akan dikerjakan mulai dari awal sampai akhir, media ini dirancang sesuai data yang telah didapat sebelumnya agar sesuai dan pesan yang ingin disampaikan dalam media tersebut dapat tersampaikan dengan baik dan tepat sasaran.

### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Di bagian ini akan dijelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran terhadap penelitian ini, dan diharapkan penulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.