

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Riskesdas 2018 dalam artikel Kompas.com berjudul “90 persen kasus bunuh diri akibat depresi, pahami ciri-cirinya” mengatakan bahwa sebanyak 6,1% penduduk Indonesia mengalami depresi (Susanti, 2019). Serta menurut pakar kesehatan masyarakat, Prof. Siswanto Agus Wilopo dalam artikel Kompas.com berjudul “UGM: Medsos bisa jadi pemicu depresi remaja” mengatakan bahwa media sosial dapat menjadi salah satu pemicu depresi pada remaja (Harususilo, 2018). Menurut informasi dalam datareportal.com berjudul “Digital 2019: Indonesia” dan “Digital 2019: *Global Internet Use Accelerates*” bahwa pada tahun 2019 terdapat sebanyak 56% penduduk di Indonesia menggunakan media sosial dan Indonesia menjadi negara ke-4 yang menghabiskan waktu paling lama di media sosial (Kemp, 2019). Namun, banyaknya waktu yang digunakan dalam menggunakan media sosial menurut Boers, Afzali, Newton, & Conrod (2019) dapat mempengaruhi tingkat depresi seseorang. Pengguna media sosial yang berlebihan memiliki tingkat skala depresi 9% lebih tinggi (Surjawoto, Tampubolon, & Pierawan, 2019) serta memiliki lebih dari 2 media sosial lebih besar kemungkinannya mengalami depresi (Primack et al., 2017). Penulis mendapatkan data dari hasil kuesioner yang telah disebarakan sejak tanggal 5 September 2020, bahwa sebanyak 91 dari 100 responden memiliki lebih dari 2 media sosial dan menghabiskan waktu yang lama di media sosial. Namun, dari 91 responden tersebut sebanyak 71 responden memiliki kemungkinan depresi. Menurut pengukuran skala depresi yang penulis lakukan terhadap 2

kelompok pengguna media sosial; yang berlebihan dan yang tidak berlebihan, terlihat bahwa kelompok yang berlebihan menggunakan media sosial jauh lebih rentan depresi.

Namun, hal tersebut dapat dikurangi dengan melakukan *digital detox*. Menurut data yang penulis dapatkan dari situs [verywellmind.com](http://verywellmind.com) berjudul “*What is Digital Detox*”, *digital detox* merupakan suatu langkah untuk menjauh dari *gadget* untuk sementara waktu agar dapat lebih fokus pada interaksi sosial dalam dunia nyata (Cherry, 2020). Masalahnya, masih sedikit orang yang mengetahui apa itu *digital detox*. Hal tersebut terbukti dari 71 responden yang memiliki kemungkinan depresi tersebut bahwa sebanyak 55 responden tidak mengetahui dan tidak mengerti cara melakukan *digital detox*.

Blackman dalam Lubis (2016) mengatakan bahwa depresi seringkali tidak terdiagnosis pada remaja hingga akhirnya mengalami masalah yang serius dalam sekolah, pekerjaan, dan penyesuaian diri hingga dewasa. Jika depresi tidak segera ditangani, WHO dalam Lubis (2016) memprediksikan bahwa pada tahun 2020 depresi akan menjadi penyakit mental yang paling banyak dialami dan menjadi penyebab kematian kedua terbesar setelah serangan jantung.

Dengan adanya fenomena tersebut, maka penulis memutuskan untuk memberikan solusi yang dapat dilakukan masyarakat agar dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya melakukan *digital detox*. Solusi yang akan dilakukan yaitu dengan membuat kampanye sosial mengurangi depresi dengan *digital detox*.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana cara merancang kampanye sosial mengurangi depresi yang diakibatkan media sosial pada remaja berusia 18-24 tahun dengan *digital detox*?

## **1.3. Batasan Masalah**

Adapun penulis menentukan batasan masalah yang penulis tetapkan dalam perancangan kampanye ini:

### 1. Geografis

Seluruh Indonesia, urban (Risksedas, 2018).

### 2. Demografis

Laki-laki dan perempuan dengan SES B yang berusia 18-24 tahun dengan pendidikan minimal SMA. Usia 18-24 tahun dalam datareportal.com berjudul “Digital 2019: Indonesia” merupakan usia yang paling banyak menggunakan media sosial (Kemp, 2019).

### 3. Psikografis

Masyarakat yang merupakan sosok *follower*. Sosok *follower* merupakan sosok yang masih sedang mencari jati diri dan merupakan pengguna media sosial aktif (Gani & Yuswohady, 2015).

#### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Merancang kampanye sosial mengurangi depresi yang diakibatkan media sosial pada remaja berusia 18-24 tahun dengan *digital detox*.

#### **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

Dalam pembuatan tugas akhir, terdapat manfaat yang ditujukan bagi penulis, bagi orang lain, dan bagi universitas yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### **1.5.1. Manfaat Bagi Penulis**

Penulis dapat menerapkan apa yang telah penulis pelajari selama masa perkuliahan dalam perancangan tugas akhir ini. Selain itu, penulis juga dapat memperoleh gelar S.Ds. melalui perancangan tugas akhir ini.

##### **1.5.2. Manfaat Bagi Masyarakat**

Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya melakukan *digital detox* dengan mengurangi waktu dalam menggunakan media sosial agar dapat mengurangi depresi.

##### **1.5.3. Manfaat Bagi Universitas**

Dapat menjadikan perancangan tugas akhir ini sebagai referensi untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara khususnya mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) dalam mengerjakan tugas akhir.