BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam situasi pandemi Covid-19, berbagai organisasi atau lembaga yang berkembang di era digital perlu melakukan fungsi Public Relations guna meningkatkan dan mempertahankan reputasinya di hadapan publik, salah satunya melalui aktivitas kampanye. Kampanye Public Relations merupakan serangkaian proses komunikasi yang dilakukan secara intensif selama jangka waktu yang berkelanjutan dengan tujuan untuk dapat meningkatkan kesadaran dan juga pengetahuan masyarakat atau publik yang menjadi sasaran dari kampanye tersebut (Ruslan, 2013, p. 66).

Kampanye dalam Public Relations juga berlaku bagi organisasi non-profit seperti platform kesehatan mental yang selama beberapa tahun terakhir mulai bermunculan di Indonesia seiring dengan pembahasan isu kesehatan mental yang secara perlahan sudah mulai menjadi pembicaraan penting di tengah masyarakat. Aktivitas kampanye yang dilaksanakan oleh organisasi non-profit dilakukan demi memperoleh perhatian dan menumbuhkan suatu pemikiran atau opini yang bersifat positif dalam benak target sasaran kampanye terhadap suatu organisasi atau lembaga tertentu agar tercipta suatu citra positif dari sasaran kampanye terhadap lembaga atau organisasi yang bersangkutan tersebut (Ruslan, 2013, p. 66).

Dengan perkembangan digital di era modern ini, berbagai bentuk platform yang bergerak dalam bidang kesehatan mental juga semakin bertambah. Lembaga sosial atau non-profit semakin bertambah jumlahnya dan bervariasi bentuknya mulai dari layanan psikologi, konseling, wadah edukatif, *support group*, dan lain sebagainya. Dalam upaya untuk meningkatkan kualitas hidup penderita, lembaga sosial masyarakat swasta memiliki peran penting untuk mengelola dan mendukung orang-orang yang membutuhkan dampingan (Surahmiyati, Yoga, & Hasanbasri, 2017, p. 405).

Dalam mengatasi permasalahan mental di Indonesia, banyak lembaga sosial yang ikut membantu pemerintah dalam upaya menyebarkan edukasi dan membantu masyarakat yang mengalami gangguan mental. Lembaga ini semakin bertambah jumlahnya setiap tahun, khususnya dalam kondisi pandemi Covid-19, yang menyebabkan meningkatnya kasus permasalahan mental di Indonesia. Salah satu lembaga sosial yang bergerak dalam isu kesehatan mental dan cukup dikenal oleh masyarakat yaitu Into the Light yang merupakan komunitas orang muda untuk advokasi, kajian, dan edukasi pencegahan bunuh diri dan kesehatan jiwa di Indonesia (intothelightid.org, 2022).

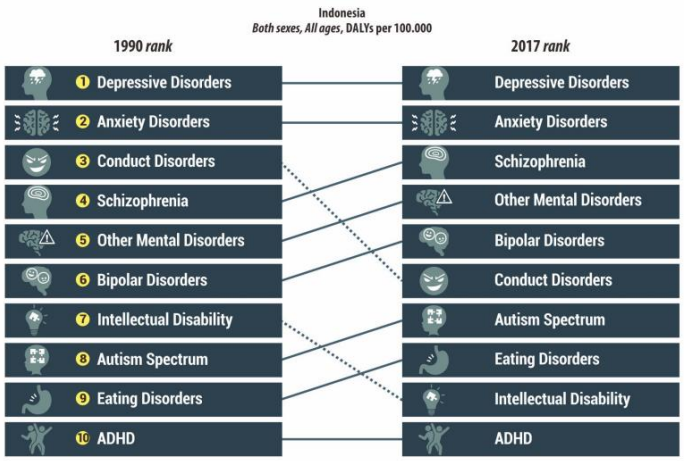
Layanan yang diberikan oleh Into the Light kebanyakan disalurkan melalui Instagram. Berbagai bentuk layanan yang disediakan antara lain edukasi melalui konten Instagram, webinar, podcast, seminar, hingga berbagai event atau kampanye yang bertemakan isu kesehatan mental dan pencegahan bunuh diri. Salah satu kampanye terbaru yang diadakan oleh Into the Light adalah kampanye #IniKisahku bersama dengan DengarkanAku.org yang dilaksanakan melalui sosial media Instagram pada Mei 2021. Kampanye ini dilaksanakan secara *online* dengan membagikan kisah individu terkait dengan pengalamannya dalam berjuang dengan suatu kondisi mental tertentu. Selain itu, Into the Light juga kerap menyelenggarakan webinar serta live Instagram untuk menyebarkan pemahaman terkait tema-tema tertentu yang berkaitan dengan kesehatan mental (intothelightid, 2021).

Selain itu, lembaga non-profit lainnya yang bergerak dalam bidang kesehatan mental dan cukup dikenal oleh masyarakat yaitu Alpas Mental Health Indonesia. Sama seperti Into the Light, Alpas.id juga merupakan komunitas kesehatan mental dan psikologi yang menyediakan berbagai bentuk layanan terkait dengan kesehatan mental di Indonesia. Alpas.id juga kebanyakan memberikan layanan melalui media sosial Instagram untuk mengedukasi masyarakat terkait kesadaran dan kesehatan mental melalui konten *awareness*, webinar, diskusi melalui live Instgram, hingga kampanye kesadaran mental. Salah satu kampanye terbaru yang diselenggarakan

oleh Alpas.id yaitu kampanye "3 Days of Gratitude" bersama dengan Majour.id pada November 2021 (Alpas.id, 2021).

Dalam upaya meningkatkan kesadaran mental Indonesia di tengah situasi pandemi seperti sekarang ini, dilakukan penyesuaian dengan mengalihkan bentuk kegiatan *offline* menjadi *online* seperti melalui kegiatan webinar, kampanye *online*, diskusi live Instagram, dan lain sebagainya. Rumah Sandyakala sebagai salah satu lembaga non-profit yang bergerak dalam bidang kesehatan mental juga ikut melakukan penyesuaian agar tetap dapat menyebarkan edukasi guna meningkatkan kesadaran mental masyarakat di Indonesia, khususnya di masa pandemi. Rumah Sandyakala merupakan salah satu platform yang bergerak dalam bidang kesehatan mental dengan tujuan untuk memberikan ruang yang nyaman dan aman bagi orang-orang yang sedang membutuhkan. Dalam upayanya untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan strategi agar dapat bersaing dengan berbagai platform kesehatan mental lainnya dan tetap menjadi platform yang memiliki kelebihan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh audiens dari Rumah Sandyakala (Sandyakala, 2021).

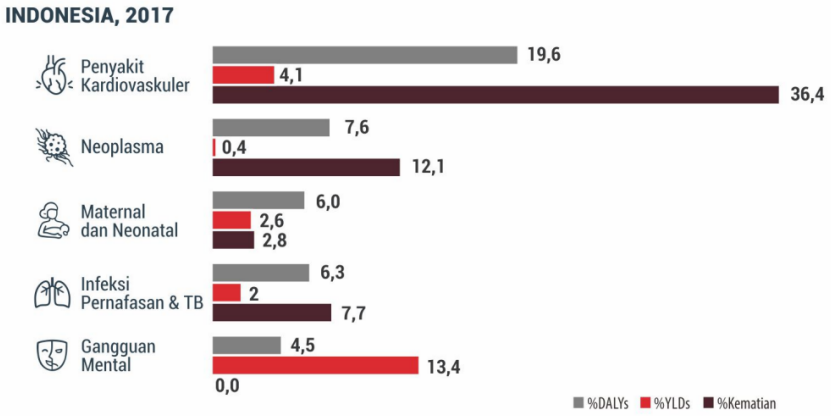
Salah satu strategi yang dilakukan oleh Rumah Sandyakala dalam mencapai tujuannya adalah dengan melakukan aktivitas kampanye yang berkaitan dengan edukasi kesehatan mental bagi masyarakat Indonesia. Kampanye ini dilakukan secara berkala dan berkelanjutan secara daring dengan mengundang berbagai pembicara ahli untuk menyampaikan edukasi terkait isu-isu kesehatan mental yang cenderung asing ataupun berstigma negatif di tengah masyarakat. Melalui kampanye yang dilakukannya, Rumah Sandyakala memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran mental dan menghapus stigma buruk isu kesehatan mental yang melekat di masyarakat Indonesia (Sandyakala, 2021).



Sumber: *Institute for Health Metrics and Evaluation* 2017 (IHME)

Gambar 1.1 Besar Penyakit *Mental Disorders* Indonesia Tahun 2017

Menurut *Institue for Health Metrics and Evaluation* (IHME) pada tahun 2017, beberapa jenis gangguan jiwa yang diprediksi dialami oleh penduduk Indonesia antara lain adalah depresi, cemas, gangguan perilaku, bipolar, autis, skizofrenia, gangguan perilaku makan, cacat intelektual, dan ADHD. Dalam riset tersebut disebutkan bahwa dalam tiga dekade terakhir (1990 – 2017), depresi menempati urutan pertama dalam persentase gangguan mental tertinggi yang dialami oleh penduduk Indonesia (GDB Compare Vizhub, 2017).



Sumber: *Institute for Health Metrics and Evaluation* 2017 (IHME)

Gambar 1.2 Beban Penyakit Indonesia Tahun 2017

Dalam riset yang dilakukan oleh *Institue for Health Metrics and Evaluation* (IHME) pada tahun 2017, beban penyakit masyarakat Indonesia meliputi penyakit kardiovaskuler, neoplasma, maternal dan neonatal, infeksi pernafasan, serta gangguan mental. Meskipun penyebab kematian terbanyak di Indonesia merupakan penyakit kardiovaskuler, namun tingkat *years lived with disability* (YLDs) tertinggi penduduk Indonesia disebabkan oleh gangguan mental (GDB Compare Vizhub, 2017).

Sebuah survei yang dipublikasikan oleh Into the Light bersama dengan Change.org pada Mei – Juni 2021 menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih banyak yang belum memiliki pemahaman terkait dengan isu kesehatan mental beserta layanannya di Indonesia (intothelightid.org, 2022). Hasil survei menunjukkan bahwa 68% partisipan mengakses layanan kesehatan mental melalui aplikasi daring atau website. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman terkait dengan isu kesehatan mental masih sangat minim di Indonesia, sehingga edukasi dan literasi kesehatan mental masih sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, hasil survei juga menunjukkan bahwa sebagian besar dari partisipan memilih media digital sebagai sarana untuk mengakses hal-hal yang terkait dengan kesehatan mental (Prawira, Magdalena, Siandita, Rachmadianti, & Liem, 2021, p. 178).

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dilaksanakannya praktik kerja magang adalah sebagai berikut.

1) Untuk mengasah *hardskill* dengan mempraktikkan ilmu kampanye humas dalam menjalani praktik kerja magang.
2) Untuk mengasah kemampuan *soft skill* dalam menjalankan pekerjaan yang ada yaitu dalam hal yang berkaitan dengan komunikasi.
3) Untuk menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa mengenai ilmu kampanye humas yang dipraktikkan selama periode magang sebagai *campaign officer* di Rumah Sandyakala.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang dilaksanakan sesuai dengan peraturan yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara yaitu selama tiga bulan atau setara dengan 60 hari kerja. Kerja magang sebagai *campaign officer intern* di Rumah Sandyakala dimulai sejak 1 Juni – 30 November 2021, namun berdasarkan ketentuan kampus yang menghitung periode kerja setelah dikeluarkannya KM-02, maka absensi kerja yang terhitung adalah sejak 19 Agustus 2021. Praktik kerja magang ini dilaksanakan secara *remote* atau *Work From Home* (WFH) dikarenakan oleh situasi pandemi Covid-19 yang sedang terjadi sekarang ini. Waktu kerja magang yang diberikan oleh perusahaan berupa laporan tugas dan pekerjaan harian dan mingguan kepada Supervisor lapangan.

1.3.2 Prosedur Praktik Kerja Magang

Prosedur praktik kerja magang terbagi dalam beberapa tahapan antara lain sebagai berikut.

1) Melakukan persiapan pengajuan kerja dengan mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) ke beberapa perusahaan, salah satunya dengan mengisi form lamaran kerja magang ke Rumah Sandyakala pada 29 April 2021 dan diumumkan lolos ke tahap *interview* pada 8 Mei 2021. Pada 27 Mei 2021, penulis dinyatakan lolos dan diterima setelah melewati tahap seleksi *interview*.
2) Surat pernyataan magang dikeluarkan pada tanggal 31 Mei 2021 dan mulai aktif bekerja sejak 1 Juni 2021 sampai dengan 30 November 2021.
3) Menyampaikan KM-01 untuk praktik kerja magang di Rumah Sandyakala kepada Universitas Multimedia Nusantara pada 17 Agustus 2021.
4) Pihak Universitas mengeluarkan surat izin kerja magang (KM-02) yang tertuju pada Rumah Sandyakala pada 19 Agustus 2021.
5) Mengisi *form* magang di situs MyUMN dengan menyertakan surat pernyataan magang di Rumah Sandyakala.

6) Melakukan bimbingan magang dengan dosen pembimbing magang secara berkala untuk berkonsultasi perihal pelaksanaan dan laporan kerja magang.
7) Menyelesaikan praktik kerja magang di Rumah Sandyakala dan menyusun laporan kerja magang.