

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia sebagai individu mengalami beberapa tahap perkembangan dalam menjalani kehidupannya, mulai dari bayi hingga lanjut usia. Menurut Anshory, Yayuk, dan Worowirastrri (dalam Habibie, Syakarofath, & Anwar, 2019, p. 129), setiap tahap yang dijalani oleh individu memiliki karakter dan tugas yang berbeda-beda dalam mengeksplorasi diri dengan lingkungannya. Tidak hanya berubah secara fisik tetapi mental dan karakter pun juga turut berkembang seiring dengan pengembangan sistem atau nilai pada diri individu (Papalia & Feldman dalam Habibie, Syakarofath, & Anwar, 2019, pp. 129-130). Setiap individu akan memberikan respons yang berbeda-beda dalam menghadapi lingkungannya dengan memutuskan apa yang dianggap sesuai dan benar untuk dijalani. Perbedaan respons tersebut terlihat dari bagaimana perasaan individu dalam menanggapi. Individu yang tidak mampu menghadapi seluruh tahap perkembangannya dan menghadapi berbagai persoalan dengan baik memiliki kemungkinan untuk mengalami permasalahan psikologis dengan adanya rasa terancam, cemas, dihadapkan dengan ketidakpastian, dan krisis secara emosional.

Jika krisis emosional direspons dengan positif, merasa senang, dan antusias menjalaninya karena menganggap bahwa kehidupan baru adalah sebuah tantangan, hal ini dapat mendorong individu untuk melakukan perubahan yang lebih baik dalam mencari tujuan hidup. Namun, bila individu memilih untuk mengalah dan menyerah pada tekanan yang kompleks dapat menimbulkan stres dan depresi yang mengakibatkan konsekuensi negatif pada kehidupan (Nash & Murray dalam Habibie, Syakarofath, & Anwar, 2019, p. 130).

Hal ini menjadi sesuatu yang penting untuk diperhatikan karena berkaitan dengan kesehatan mental individu. Kesehatan mental yang baik memungkinkan individu untuk menyadari dan mengenali potensi yang mereka miliki menuju ke

arah kehidupan yang lebih baik sehingga dapat melakukan pekerjaan secara produktif dan memberikan kontribusi yang optimal dalam menjalani hidup. Selain itu, kesehatan mental juga diperuntukkan kepada cara individu mengeksplor dirinya sendiri dalam berinteraksi dengan lingkungan di sekitarnya (Fakhriyani, 2017, p. 13).

Laporan survei kesehatan mental masyarakat oleh Into the Light Indonesia bersama Charge.org (2021) menyatakan bahwa 98 persen responden dari masyarakat Indonesia mengalami kesepian dan sekitar 39,3 persen di antaranya mengaku memiliki keinginan untuk melukai diri sendiri karena gangguan mental. Fakta lain juga ditemukan bahwa masih banyak masyarakat yang memandang negatif dan menstigma perilaku bunuh diri karena penanganan kesehatan mental yang masih tergolong buruk. Melalui penjelasan yang telah dipaparkan tersebut, terlihat bahwa menjaga kesehatan mental menjadi sangat penting untuk dilakukan agar dapat menciptakan pengembangan diri masyarakat ke arah yang lebih baik supaya mampu menghadapi berbagai tantangan kehidupan. Oleh karena itu, saat ini banyak bermunculan komunitas atau lembaga nonprofit yang memiliki fokus utama untuk membantu masyarakat di Indonesia dalam mengatasi permasalahan kesehatan mental di kehidupan sehari-hari agar dapat mewujudkan kesehatan secara menyeluruh. Salah satu organisasi nonprofit yang fokus terhadap kesehatan mental masyarakat Indonesia adalah Yayasan Merajut Hati.

Berdasarkan situs *merajuthati.org*, Yayasan Merajut Hati merupakan sebuah organisasi nonprofit yang bergerak di bidang kesehatan mental dan kerap memberikan informasi dan edukasi yang kredibel dari pakarnya mengenai kesehatan mental melalui pengelolaan konten di media sosial Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, dan *website* resmi Yayasan Merajut Hati serta kegiatan kampanye sosial yang melibatkan seluruh anggotanya untuk mencapai tujuan yang lebih baik. Organisasi ini berfokus pada perilaku kesehatan mental dan mengadakan program kampanye sosial melalui media digital.

Menurut Indrawan, Bramantijo, & Pratama (2013, p. 2), kampanye sosial adalah serangkaian tindakan komunikasi yang sudah direncanakan untuk mencapai

tujuan yang telah ditetapkan agar dapat menghasilkan suatu efek pada masyarakat dalam kurun waktu tertentu dan terjadi secara berkelanjutan. Kampanye sosial dirancang untuk menciptakan komunikasi efektif dalam menyelesaikan permasalahan yang ada pada kehidupan masyarakat luas di bidang sosial (*problem solving*) serta dilakukan dengan kemampuan menyampaikan pesan kepada target audiens (Indrawan, Bramantijo, & Pratama, 2013, p. 2).



Gambar 1.1 Kampanye Digital oleh Yayasan Merajut Hati
Sumber: Yayasan Merajut Hati (2022)

Yayasan Merajut Hati melakukan kampanye sosial melalui media digital untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas dan fleksibel. Tema yang diangkat pada kampanye ini berkaitan dengan permasalahan-permasalahan mental yang seringkali dialami oleh banyak orang terutama pada usia remaja dan dewasa awal. Yayasan Merajut Hati pun membutuhkan strategi komunikasi yang baik dan tepat agar dapat mempersuasi dan mengajak target audiens terlibat dalam pelaksanaan kampanye serta mencapai tujuan bersama untuk membuat suatu perubahan dan pengembangan dalam diri masyarakat.

Selain mengemas pesan secara informatif, Yayasan Merajut Hati kerap menggunakan tagar #TidakSendiriLagi pada setiap konten ataupun kampanye digital yang dilakukan khususnya di media sosial untuk meningkatkan kualitas pesan yang telah dirancang. Tagar #TidakSendiriLagi pun menjadi pesan utama yang diangkat dalam setiap konten edukasi ataupun kampanye yang dijalankan oleh

Yayasan Merajut Hati untuk mengajak masyarakat Indonesia saling mendukung satu sama lain agar mereka tahu bahwa mereka tidak sendiri dalam berjuang menghadapi permasalahan mental atau tantangan hidup yang masih penuh dengan stigma.

Menurut Meladia, Nadjib, dan Akbar (2017, p. 22), kampanye digital di media sosial menjadi cara yang paling efektif untuk membangkitkan kesadaran masyarakat mengenai isu-isu dengan menginformasikan situasi dan menyebarkan pesan-pesan karena media sosial menyediakan sebuah tempat untuk membuat konten, sudut pandang, dan opini yang dapat langsung dibagikan kepada orang lain. Manusia juga memiliki hubungan dan koneksi sehingga komunikasi dan berbagi informasi lebih mudah dilakukan (Meladia, Nadjib, & Akbar, 2017, p. 242).

Pelaksanaan kampanye digital seringkali berhubungan dengan adanya tagar atau *hashtag*. Penggunaan tagar merupakan suatu bentuk adaptasi modern dari intertekstualitas yang berguna sebagai tanda baca ekspresi (Page dalam Damanik, 2018, p. 167). Bruns dan Burgess (dalam Meladia, Nadjib, & Akbar, 2017, p. 242) mengatakan bahwa tagar menjadi suatu alat yang digunakan sebagai strategi untuk memaksimalkan pelaksanaan kampanye digital. Tagar memiliki fungsi untuk mengelompokkan konten atau informasi yang sejenis agar memudahkan dalam menemukannya kembali dan berguna untuk menarik perhatian audiens di media sosial sehingga tagar menjadi sebuah atribut penting yang perlu dikelola dengan baik dalam menyebarkan pesan atau informasi (Noprianto dan Prakoso, 2019, pp. 55-56).

Penelitian ini akan membahas mengenai kampanye sosial yang dilakukan oleh Yayasan Merajut Hati di media digital khususnya media sosial Instagram yang memiliki jangkauan target audiens secara luas. Peneliti ingin mengetahui bagaimana kampanye kesehatan mental di media digital terbentuk dan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan dalam menyebarkan pesan kampanye menggunakan tagar kepada masyarakat mengenai pentingnya menjaga kesehatan mental. Penelitian ini dilakukan karena pada saat ini masih jarang adanya kesadaran

dari masyarakat atau lembaga yang mengangkat isu kesehatan mental serta masih sering dianggap remeh tanpa mengetahui bahwa kesehatan mental memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan diri individu di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Saat ini masih terdapat masyarakat yang meremehkan pentingnya menjaga kesehatan mental. Gangguan mental sering dianggap sebagai hal yang negatif sehingga adanya diskriminasi atau stigma yang buruk. Berdasarkan penjabaran masalah di atas, inti permasalahan yang ada adalah masyarakat masih kurang mendapatkan edukasi mengenai kesehatan mental dan masih banyak masyarakat yang menganggap remeh pentingnya kesehatan mental sehingga menyebabkan krisis emosional yang dapat menghambat keberlangsungan kehidupan sehari-hari. Pentingnya edukasi dan pengelolaan secara menyeluruh mengenai informasi kesehatan mental menjadi faktor penting dalam menjalani tahap pengembangan diri ke arah yang lebih baik supaya mampu menghadapi berbagai tantangan yang ada.

Di era perkembangan teknologi yang makin pesat, Yayasan Merajut Hati menyebarkan informasi dan pesan serta dukungan moral di media sosial melalui kampanye digital dengan memberikan berbagai konten dan menggunakan tagar. Hal ini dilakukan agar dapat memberikan edukasi mengenai kesehatan mental kepada masyarakat dalam rangka menciptakan kesehatan secara menyeluruh dan mengajak masyarakat melakukan perubahan secara positif di setiap aspek pengembangan diri. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas mengenai strategi komunikasi kampanye digital yang digunakan oleh Yayasan Merajut Hati untuk mempersuasi dan membujuk target audiens agar dapat terlibat dalam setiap proses menuju kesehatan mental dengan respons yang baik.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti menyusun pertanyaan penelitian sebagai berikut, bagaimana strategi kampanye digital yang dilakukan oleh Yayasan Merajut Hati dalam meningkatkan kesadaran kesehatan mental?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas adalah untuk menganalisis strategi kampanye digital yang dilakukan oleh Yayasan Merajut Hati dalam meningkatkan kesadaran kesehatan mental.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan, komunikasi, dan menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya terkait dengan penerapan strategi komunikasi dalam pelaksanaan kampanye sosial di media digital.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada komunitas, organisasi, atau lembaga nonprofit mengenai strategi komunikasi dalam pelaksanaan kampanye sosial di media digital dengan perencanaan komunikasi yang efektif agar mampu memberikan informasi dan edukasi, dukungan moral, serta mempersuasi target audiens untuk menciptakan suatu perubahan dan pengembangan diri dalam lingkungan masyarakat. Selain itu juga dapat menjadi rekomendasi bagi Yayasan Merajut Hati dalam menjalankan program kampanye sosial selanjutnya.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini berguna untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan kehidupan sosial masyarakat, melihat bahwa kehidupan sosial masyarakat saat ini sangat berkaitan dengan kesehatan mental. Analisis strategi pada penelitian ini dapat digunakan bagi komunitas, organisasi, atau lembaga nonprofit yang memiliki fokus pada kegiatan sosial khususnya kesehatan mental untuk memberikan informasi dan edukasi yang tepat dan efektif sekaligus menjadi penanda untuk masyarakat bahwa kesehatan mental itu harus dan penting untuk dijaga sehingga kesehatan mental tidak lagi dianggap remeh atau menjadi hal yang tabu. Hubungan sosial di lingkungan masyarakat pun diharapkan dapat membawa perubahan ke arah yang lebih baik lagi dan mendorong untuk menuju kesejahteraan sosial masyarakat.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan secara teknis karena adanya keterbatasan ruang gerak dalam proses memperoleh data dilakukan di masa pandemi COVID-19 sehingga seluruh kegiatan penelitian dilakukan secara daring. Proses wawancara dalam penelitian ini pun juga dilakukan melalui aplikasi *video call* dan tidak dilakukan secara tatap muka langsung.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A