

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi Z adalah generasi yang berada pada tahun kelahiran 1996- 2010 (Atika dkk., 2020). Saat ini, Generasi Z merupakan salah satu generasi yang mendominasi jumlah penduduk di Indonesia, yaitu sekitar 74,93 juta jiwa atau 27,94% dari total populasi (Jayani, 2021). Generasi Z inilah yang akan menjadi masa depan Indonesia untuk beberapa tahun ke depan. Dilansir dari laman Kemenkes, sebanyak 6,1% penduduk Indonesia berusia 15 tahun ke atas mengalami gangguan kesehatan mental. Dilansir dari Halodoc dan RSP Pespira pada tahun 2023, gangguan kesehatan mental merupakan penyakit yang nomor 1 yang paling rentan dialami oleh remaja berumur 19-25 tahun. I-NAMHS (Indonesia National Adolescent Mental Health Survey) pun mengadakan survey pada tahun 2022 yang menemukan, sekitar 1 dari 20 atau 5,5 persen remaja usia 10-17 tahun didiagnosis memiliki gangguan mental dalam 12 bulan terakhir. Namun hanya 2,6% dari remaja yang memiliki masalah kesehatan mental menggunakan fasilitas kesehatan mental atau konseling untuk membantu mereka (Siswanto, 2022). Masalah kesehatan mental ini jika tidak ditangani dalam jangka waktu yang lama akan mengakibatkan efek yang buruk seperti peningkatan risiko pengangguran, penyalahgunaan zat, prevalensi bunuh diri dan kualitas hidup yang buruk (Conroy, et al 2020). Dilansir dari hai.grid.id, beberapa faktor yang membuat remaja tidak menangani gangguan kesehatan mental mereka adalah karena stigma sosial dalam masyarakat. Masyarakat Indonesia sudah kerap menganggap kesehatan mental merupakan hal yang tabu, sehingga kebanyakan orang yang memiliki gangguan kesehatan mental ini tidak ingin menjadi bahan pembicaraan orang lain sebagai seorang yang menyimpang dari norma sosial. Yang kedua tentu adalah biaya. Mayoritas psikolog akan mengenakan biaya kurang lebih Rp 150.00 sebagai biaya konsultasi. Tidak semua orang dapat atau ingin mengeluarkan uang untuk konsultasi. Namun, BPJS Kesehatan dapat memberikan

akses psikolog di beberapa rumah sakit dan tentu ditanggung dengan asuransi sehingga biayanya tidak akan mahal atau bahkan gratis.

Saat ini, Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) merupakan lembaga yang berperan dalam memberikan jaminan kesehatan bagi masyarakat Indonesia termasuk kesehatan mental. BPJS mampu meringankan secara finansial biaya perawatan kesehatan penggunanya. Hal ini dapat menjadi salah satu solusi yang mampu menjembatani Generasi Z dengan perawatan yang dicarinya. Meskipun demikian, kesadaran dan pemahaman Generasi Z terkait aksesibilitas perawatan mental melalui BPJS masih perlu ditingkatkan. Namun, mayoritas Generasi Z ini mengalami masalah kesehatan mental yang bisa berdampak ke sosial dan ekonomi mereka secara berkepanjangan, serta merugikan kehidupan mereka di masa depan jika tidak ditangani dengan baik sejak dini (Naufal, 2024).

Diperlukan pendekatan desain yang mempertimbangkan preferensi visual serta gaya komunikasi yang efektif bagi target audiens ini, yang cenderung lebih terbiasa dengan konten visual yang dinamis dan cepat (Putra, 2024). Selain itu, harus adanya perhatian keseimbangan antara estetika yang menarik dengan kejelasan pesan, sehingga kampanye ini dapat disajikan secara efektif dalam mengkomunikasikan pentingnya aksesibilitas perawatan mental melalui BPJS bagi Generasi Z yang membutuhkannya.

Oleh karena itu, perancangan kampanye dengan pendekatan visual serta informasi yang akan dikomunikasikan secara informatif diharapkan dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman terhadap pentingnya menggunakan BPJS sebagai salah satu sarana aksesibilitas perawatan kesehatan mereka. Karena itu, penulis hendak meneliti dan merancang kampanye tersebut terkait pemanfaatan BPJS ini sebagai salah satu solusi dalam peningkatan aksesibilitas perawatan mental di kalangan Generasi Z. Melalui pendekatan visual yang menarik dan sesuai dengan preferensi Generasi Z ini, diharapkan kampanye ini mampu mencapai target audiens yang efektif dan terjadinya peningkatan aksesibilitas perawatan kesehatan mental di kalangan generasi ini.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah ditulis di atas, dalam perancangan ini dapat disimpulkan beberapa masalah sosial dan desain. Berikut adalah penjabarannya:

1. Masalah Desain: BPJS Kesehatan yang kurang memaksimalkan dalam menyebarkan informasi yang dapat menginformasikan dan mempersuasi Gen Z dalam menggunakan BPJS sebagai sarana penanganan kesehatan mental mereka. Oleh sebab itu dibutuhkan kampanye sosial berbasis komunikasi visual yang dapat mempersuasi target audiens untuk menangani kesehatan mental dengan BPJS Kesehatan.
2. Masalah Sosial: Rendahnya kesadaran Gen Z terkait aksesibilitas perawatan mental secara general karena faktor biaya dan juga di Indonesia masih dianggap hal yang tabu. Terdapat juga stigma negatif terhadap BPJS yang menganggap untuk menggunakan akses BPJS Kesehatan itu rumit.

Untuk itu, berikut adalah pertanyaan penelitiannya. “Bagaimana perancangan media kampanye sosial mengenai menggunakan BPJS sebagai sarana meningkatkan aksesibilitas penanganan kesehatan mental Gen Z?”

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Geografis: Kota DKI Jakarta

Kota DKI Jakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki jumlah penduduk yang besar dan signifikan yang menggunakan BPJS Kesehatan. Menurut data dari Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan, kota DKI Jakarta merupakan salah satu dari daerah dengan jumlah peserta BPJS yang signifikan dengan capaian 85,55% dari total penduduk DKI Jakarta. (Databoks, 2021)

- b. Demografis:

Usia: 21 - 26 Tahun

Target usia ini diambil dari usia Generasi Z yang sudah bisa mendaftarkan diri untuk BPJS Kesehatan. Walaupun, saat seseorang telah mencapai usia 21 tahun, keanggotaan BPJS Kesehatannya akan terpisah dengan orang tua jika sebelumnya masih tergabung. (Kompas.com)

Kebangsaan: Indonesia.

Pendidikan: min. SMA

SES: B & C1

Pengeluaran: Rp 1,500,000 – Rp 3,000,000

Target responden adalah dari kelompok B & C1. Penentuan ini didasarkan pada klasifikasi SES yang umum digunakan di Indonesia (Nielsen.com). Kelompok B & C1 mencakup individu dengan tingkat pendapatan menengah, yang masih berada dalam kategori yang mampu menggunakan fasilitas kesehatan seperti BPJS (kemhan.go.id).

c. Psikografis:

1. Aktif dalam dunia digital (Menggunakan media digital untuk mendapatkan informasi)
2. Memiliki masalah kesehatan mental dan memiliki kecenderungan atau keraguan untuk menangani kesehatan mentalnya karena beberapa alasan.

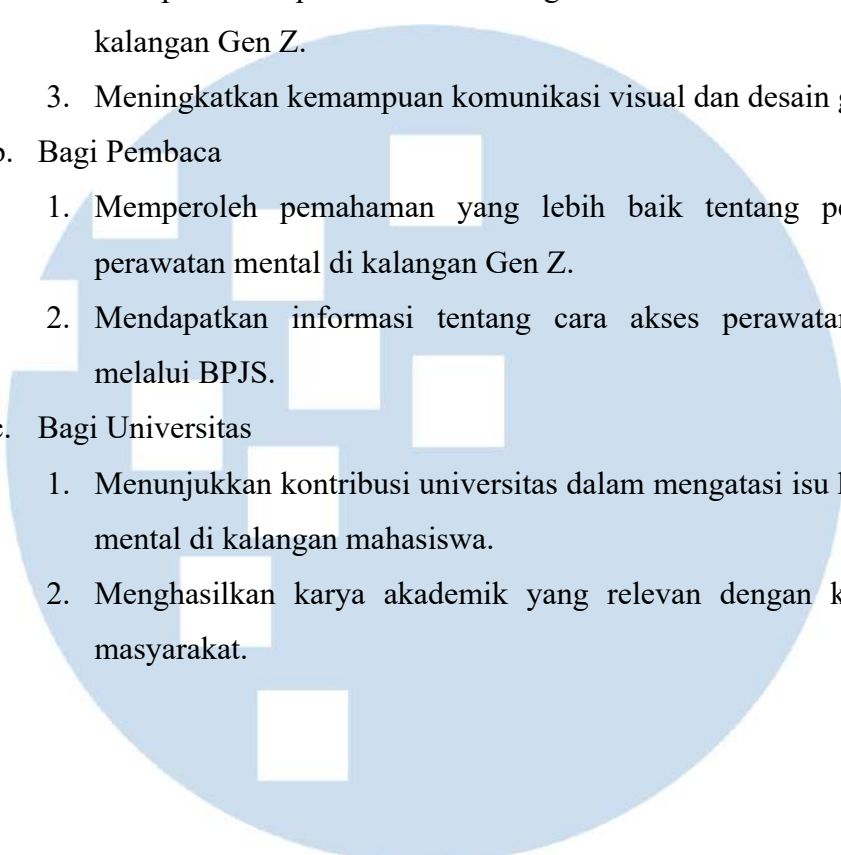
1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tugas akhir ini memiliki tujuan yaitu untuk merancang visual dari kampanye sosial yang dapat mengkomunikasikan informasi yang persuasif kepada Gen Z mengenai manfaat BPJS dan prosedur pendaftaran pelayanan tersebut sebagai alat yang mampu meningkatkan aksesibilitas penanganan kesehatan mental.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

a. Bagi Penulis

1. Mendapatkan pengalaman terkait pelaksanaan riset dan perancangan kampanye sosial.

- 
2. Memperdalam pemahaman tentang masalah kesehatan mental di kalangan Gen Z.
 3. Meningkatkan kemampuan komunikasi visual dan desain grafis.
- b. Bagi Pembaca
1. Memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya perawatan mental di kalangan Gen Z.
 2. Mendapatkan informasi tentang cara akses perawatan mental melalui BPJS.
- c. Bagi Universitas
1. Menunjukkan kontribusi universitas dalam mengatasi isu kesehatan mental di kalangan mahasiswa.
 2. Menghasilkan karya akademik yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA