

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Pengertian terkait desain komunikasi visual ialah proses pembuatan serta pengaturan elemen-elemen visual. Contohnya warna, bentuk, gambar, dan tipografi. Hal ini ditujukan agar penyampaian pesan atau konsep tertentu dapat terlaksana dengan efektif kepada audiens. Desain Komunikasi Visual tidak hanya mempertimbangkan estetika, tetapi juga memperhatikan fungsi, kejelasan informasi sehingga dapat dikomunikasikan secara jelas dan sesuai dengan kebutuhan target audiens (Myskill, 2023). Hal ini melibatkan penggunaan prinsip-prinsip desain, seperti keseimbangan, proporsi, kontras, dan ritme, untuk menciptakan karya yang menarik, mudah dipahami, dan mempengaruhi secara emosional atau intelektual. Desain visual sering digunakan dalam berbagai konteks, termasuk branding, periklanan, publikasi, dan komunikasi visual lainnya, untuk mencapai tujuan tertentu, seperti meningkatkan kesadaran, mempromosikan produk atau layanan, atau mengubah sikap dan perilaku. Dengan memanfaatkan elemen-elemen visual dengan bijak, desain visual memiliki potensi besar untuk memengaruhi persepsi, emosi, dan tindakan dari orang-orang yang terpapar olehnya (Nathalia, 2018).

2.1.1 Prinsip Desain

Pengertian yang disusun terkait prinsip dasar desain yaitu seperangkat pedoman atau aturan yang digunakan untuk menciptakan karya desain yang efektif, menarik, dan berfungsi dengan baik. Prinsip-prinsip ini membantu desainer dalam mengatur elemen-elemen visual seperti warna, bentuk, ruang, dan tekstur agar mencapai hasil akhir yang diinginkan. Berikut adalah beberapa prinsip dasar desain yang umum digunakan (Rosmalia, 2023):

1) Format

Konsep yang ada terkait format mencakup berbagai interpretasi dan prinsip yang diterapkan. Format sendiri ialah parameter yang menetapkan terkait batasan dalam desain. Format berkaitan dengan media atau platform tertentu, seperti selembar kertas, layar gawai seperti telepon seluler, papan iklan berukuran besar, dan lain sebagainya.



Gambar 2.1 Contoh Format

Sumber: https://ayuprint.co.id/contoh-desain-company-profile-19-file-jpg-untuk-download/contoh-desain-company-profile-download-format-jpeg-05-sumber-dariwww-think360studio-com_/

2) Keseimbangan (*Balance*):

Keseimbangan menekankan pada distribusi visual berat dari elemen-elemen desain di dalam karya sehingga tidak terasa cenderung ke satu arah saja. Ada dua jenis keseimbangan: keseimbangan simetris (elemen-elemen di kedua sisi sumbu sentral karya memiliki berat visual yang sama) dan keseimbangan asimetris (elemen-elemen memiliki berat visual yang berbeda tetapi terasa seimbang).

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



Gambar 2.2 *Symmetrical Balance*

Sumber: <https://s3.eu-west>

[.amazonaws.com/img.creativepool.com/files/candidate/portfolio/_w680/583968.png](https://s3.eu-west-1.amazonaws.com/img.creativepool.com/files/candidate/portfolio/_w680/583968.png), 2013

Di sisi lain, keseimbangan asimetris mencapai distribusi bobot visual dengan menyeimbangkan antara satu elemen dengan yang lainnya tanpa adanya mirroring atau refleksi yang sama pada kedua sisi dari poros tengah.



Gambar 2.3 *Asymmetrical Balance*

Sumber: <https://d3ui957tjb5bqd.cloudfront.net/uploads/2014/11/asymmetrical-designs-4.jpg>, 2021

Adanya keseimbangan radial mampu dicapai dengan menggabungkan keseimbangan baik secara horizontal maupun vertikal, sehingga elemen pada desain terlihat mengalami persebaran dari titik tengah komposisi.



Gambar 2.4 *Radial Balance*

Sumber: <https://www.quora.com/What-is-radial-balance-in-art>

3) Hierarki Visual (*Visual Hierarchy*)

Konsep yang ada terkait hierarki visual mengacu pada pengorganisasian serta penempatan elemen pada desain grafis. Empasis mengacu pada pengorganisasian elemen visual berdasarkan kepentingan relatifnya, dengan tujuan untuk menonjolkan elemen tertentu dibandingkan elemen lainnya. Sebuah tindakan yang menciptakan titik fokus dalam sebuah desain disebut sebagai empasis. *Focal point* atau titik fokus suatu desain merupakan elemen yang paling mendapatkan perhatian atau ditekankan dibandingkan elemen lainnya. Berikut ini ialah beberapa metode yang tersedia untuk menekankan sesuatu atau memberi empasis:

- a. Melakukan isolasi pada suatu elemen ataupun juga pada bentuk (*emphasis by isolation*)
- b. Melakukan penempatan sebuah elemen grafis sehingga dapat berada pada letak-letak tertentu yang telah ditentukan (*emphasis by placement*)
- c. Melakukan pengaturan ukuran terkait elemen grafis yang ada

(*emphasis through scale*)

- d. Melakukan pemberian kontras antara satu elemen dengan yang lainnya (*emphasis through contrast*)
- e. Mempergunakan sebuah elemen layaknya sebuah panah (*emphasis through directions and pointers*)
- f. Mempergunakan struktur yang berbentuk diagram (*emphasis through diagrammatic structures*)



Gambar 2.5 Contoh *Empasis*

Sumber: <https://www.adforum.com/creative-work/ad/player/46527/save-water/venfield, 2005>

Struktur dengan bentuk diagram yang terkait dengan empasis, dapat dilihat seperti yang telah ditunjukkan pada gambar di bawah ini. Empasis ini lebih menekankan kepada kontras antara kedua ide yang digabungkan menjadi satu kesatuan. Namun masih memberi informasi mengenai kedua ide yang sangat berbeda.



Gambar 2.6 *Empasis Melalui Struktur Diagram*

Sumber: <https://image.adsoftheworld.com/9vp8m2bkl1uj2xcwm1avnyo3xrmk, 2012>

4) Ritme (*Rhythm*):

Ritme yang terdapat pada desain mengacu pada pengaturan berulang dari elemen-elemen visual dalam suatu pola atau urutan tertentu. Ritme dapat menciptakan aliran visual yang dinamis, membimbing mata pemirsa melalui karya, dan memberikan kesan gerakan atau keberlanjutan. Di sisi lain, pengertian yang ada terkait variasi mengacu pada modifikasi pola atau karakteristik suatu elemen, seperti warna, bentuk, ukuran, jarak, posisi, atau bobot visual.



Gambar 2.7 *Rhythm*

Sumber: https://nenga-kazoku.com/design/detail?category=illustr&dispatch_design_category_id=17&design_detail_id=59018, 2022

1. Tatanan (*Unity*): Tatanan mengacu pada kesatuan atau keterkaitan antara semua elemen dalam karya desain. Tatanan menciptakan hubungan yang konsisten antara elemen-elemen tersebut, sehingga karya terasa sebagai sebuah keseluruhan yang utuh dan terpadu.



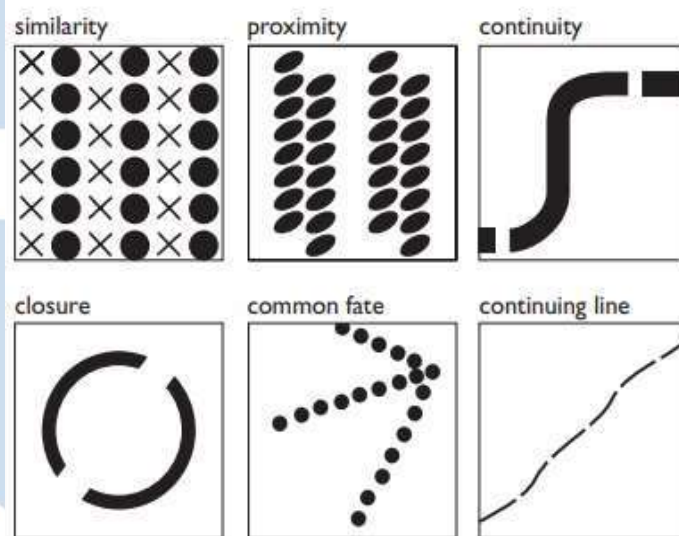
Gambar 2.8 Unity

Sumber: <https://mir-s3-cdn->

[cf.behance.net/project_modules/1400_opt_1/63f93d47954189.5889ec44c93c8.png](https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/1400_opt_1/63f93d47954189.5889ec44c93c8.png), 2017

2. Terdapat sebuah aturan perseptual (*Laws of Perceptual Organization*): Berikut ini ialah aturan-aturan yang terkandung di dalamnya:
 - a. *Similarity* (kemiripan), didefinisikan sebagai elemen grafis yang dianggap berkorelasi karena memiliki ciri khas yang mirip satu sama lain.
 - b. *Proximity* (kedekatan), dapat didefinisikan sebagai elemen visual yang letaknya dekat satu sama lain diyakini saling berkorelasi.
 - c. *Continuity* (kontinuitas), dapat diartikan sebagai kondisi dimana elemen-elemen dianggap berkorelasi satu sama lain jika memberikan kesan berkelanjutan dari elemen yang ada sebelumnya, sehingga menimbulkan kesan seperti terdapat gerakan.
 - d. *Closure* (penutupan), istilah ini memiliki arti bahwasannya pikiran manusia mempunyai kecenderungan untuk mengkorelasikan elemen-elemen individu sehingga membentuk suatu pola atau bentuk yang menyeluruh.
 - e. *Common fate*, dapat didefinisikan bahwasannya ketika elemen-elemen bergerak dalam arah yang sama, maka elemen-elemen tersebut biasanya dianggap sebagai satu kesatuan unit.
 - f. *Continuing line* (garis yang berkelanjutan), ialah sebuah istilah

yang memiliki arti bahwasannya jika terdapat sebuah garis yang berbentuk putus-putus namun tetap ada kelanjutannya, pengamat akan tetap memandangnya secara keseluruhan sebagai sebuah garis; namun, hal ini berupa suatu pandangan secara implisit dan bukan secara eksplisit.



Gambar 2.9 *Law of Perceptual Organization*
Sumber: Landa (2013)

2.1.2 Elemen Desain

Dari teori yang diungkapkan oleh Landa (2018) dapat dijadikan sebuah dasar, bahwasannya elemen desain terdiri dari unsur dua dimensi garis, bentuk, warna dan tekstur. Melalui unsur-unsur yang telah disebutkan, seorang desainer dapat menciptakan berbagai macam gambar, pola, bentuk-bentuk huruf dan hubungan desain lainnya agar dapat menyampaikan konsep secara visual (hlm. 19).

1) Garis (*Line*)

Titik (*point*) ialah suatu komponen yang paling kecil yang ada pada garis dengan bentuk seperti lingkaran-lingkaran kecil. Bedanya ketika berada pada dimensi digital yang menggunakan format pixel, Landa (2018) mendeskripsikan titik lebih berbentuk seperti kotak daripada lingkaran. Garis merupakan kumpulan titik

yang bergerak dan memanjang. Garis yang diciptakan bisa merepresentasikan berbagai arti seperti tebal, berelok-elok atau tipis. Kumpulan dari garis-garis yang sudah dibuat nantinya dapat menciptakan sebuah bentuk atau batas pada area media yang digunakan.



Gambar 2.10 Garis

Sumber: <https://www.creatopy.com/blog/wp-content/uploads/2020/03/mcdonalds-creative-lines-design-414x600.jpg>, 2020

2) Bentuk (*Shape*)

Bentuk merupakan kumpulan garis yang saling terhubung. Bentuk biasanya terlihat secara dua dimensi jika diciptakan dari kumpulan beberapa garis atau juga di isi dengan warna dan tekstur, yang di dalam komponennya terdiri dari tinggi dan lebar.

Bentuk- bentuk dasar dua dimensi terdiri dari kotak, segitiga, dan juga lingkaran. Dari bentuk-bentuk dasar tersebut bisa dibuat menjadi tiga dimensi dengan perpaduan berbagai bentuk dasar, seperti kubus, piramida dan bulat.



Gambar 2.11 Bentuk Dasar

Sumber: https://3.bp.blogspot.com/J3OgqxiwFi4/TuelBK1ZLUI/AAAAAAAAA7w/1BjP8U_Stcc/s1600/nicholsongfree.jp.g, 2011

1. *Figure/Ground*: Objek dan latar belakang pada desain saling berkesinambungan. Objek merupakan fokus utama yang ingin ditonjolkan oleh desainer, dengan menggunakan latar belakang sebagai informasi pendukung pesan yang ingin disampaikan. Objek, atau positive space, dideskripsikan sebagai bentuk, gambar, maupun teks. Sedangkan latar belakang, atau negative space, merupakan area disekitar objek yang berperan sebagai latar pendukung yang tetap berhubungan dengan objek.



Gambar 2.12 Contoh *Figure and Ground*

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/19855955/Peter-and-the-Wolf>, 2014

2. *Typographic Shapes*: Dalam desain baik grafis, huruf, angka, maupun tanda baca dianggap sebagai elemen atau bentuk visual. Berdasarkan tinjauan yang ada mengklasifikasikan bentuk ini sebagai figure, sedangkan negative space diklasifikasikan sebagai ground.

3. Warna (*Color*): dapat didefinisikan sebagai elemen yang terdapat pada desain yang memiliki sifat yang kuat dan mampu memprovokasi. Kemampuan warna untuk memantulkan cahaya inilah yang membuatnya terlihat. Berikut ini ialah klasifikasi dari elemen warna:

- a. *Hue*, merupakan penyebutan dari warna dengan nama seperti merah, hijau, dan kuning. *Hue* mengacu pada persepsi rona sebagai hangat atau dingin dan dapat diartikan juga sebagai *temperature*.
- b. *Value*, dapat diartikan sebagai tingkat terang dan gelap yang dimiliki suatu warna, seperti biru muda atau hijau tua. Dalam hal nilai atau *value*, ada beberapa elemen berbeda yang perlu dipertimbangkan yakni *shade*, *tone*, dan *tint*.
- c. *Saturation*, dapat diartikan sebagai derajat kecerahan atau kekusaman pada suatu warna.
- d.



Gambar 2.13 *Hue*, *Saturation*, dan *Value*

Sumber: <https://www.virtualartacademy.com/wp-content/uploads/2018/12/hue-saturation-value.png> / n.d.

Pada saat kita mendesain media berbasis layar, warna primer yang digunakan adalah merah, hijau, dan biru yang disebut juga RGB. Merah, hijau, dan biru, dikenal sebagai warna primer yang bersifat aditif. Proporsi yang sama dari warna-warna ini bercampur untuk menciptakan cahaya putih.



Gambar 2.14 *Additive Color System*.
Sumber: Landa (2013)

Ketika suatu permukaan, seperti tinta di atas kertas, memantulkan cahaya, kita akan dapat mengamati warna subtraktif. Suatu permukaan secara selektif akan menyerap atau memantulkan panjang gelombang cahaya tertentu, sehingga hanya akan memperlihatkan warna yang dapat terlihat oleh mata manusia. Warna primer dalam konteks ini ialah merah, kuning, dan biru. Kita tidak dapat membuat warna-warna ini dengan memadukan warna lain, tetapi kita dapat membuat warna tambahan dengan memadukan ketiga warna primer tersebut.

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



Gambar 2.15 *Subtractive Color System*
Sumber: Landa (2013)

4. Tekstur: istilah ini diartikan sebagai karakteristik dari sentuhan pada suatu permukaan. Seni visual mencakup dua bentuk tekstur yang berbeda yakni sentuhan dan visual. Tekstur sentuhan dapat dirasakan melalui sentuhan nyata menggunakan indera manusia, seperti yang digambarkan pada gambar di bawah.



Gambar 2.16 *Tactile Texture*
Sumber: <https://unsplash.com/photos/Sr-aIjkgMpE>, 2019

2.1.3 Tipografi

Menurut Landa (2018), typeface terdiri dari huruf, simbol, angka, lambang, tanda baca dan lainnya. Font merupakan kumpulan typeface yang

digunakan desainer dalam mendesain teks visual. Pada zamannya, font dibuat dengan menggunakan besi (metal type) yang sudah diukir sesuai font untuk kemudian dicetak. Di era teknologi sekarang ini, font dapat dengan mudah didapat secara digital, dengan kumpulan family font yang lengkap (hlm. 35).



Gambar 2.17 Font
Sumber: Ambrose & Harris (2011)

2.1.3.1 Anatomi Huruf

Huruf ialah suatu simbol dengan makna di dalamnya. Masing-masing huruf memiliki ciri khas nya tersendiri, yang membuat pembaca dapat memahami makna dari informasi visual yang dibuat. Berikut adalah jenis-jenis anatomi huruf.

1. *Ascender* ialah sebutan bagi bagian huruf kecil yang melampaui titik tertinggi *x-height*. Contoh dari huruf yang terdapat *ascender* adalah b, d, f, h, k, dan lain sebagainya.
2. *Descender* ialah sebutan bagi bagian dari huruf kecil yang melewati titik batas terbawah *x-height*. Contoh dari huruf yang terdapat *descender* adalah g, j, p, q, dan y.
3. *Terminal* merupakan bagian pada ujung huruf yang di dalamnya tidak mempunyai serif.
4. *X-height* merupakan bagian yang terlihat sebagai sesuatu yang tinggi yang terdapat pada huruf kecil, diluar konteks *ascender* dan *descender*.

2.1.4 Grid

Grid, alat bantu visual yang terdiri dari garis-garis horizontal dan vertikal yang berpotongan, berfungsi sebagai alat panduan. Struktur

komposisi yang dalam konteks ini ialah garis akan memisahkan format menjadi kolom dan margin (Landa, 2013, hlm. 174). Ketika merancang sebuah desain untuk surat kabar, buku, atau situs web, alat bantu ini bertujuan untuk membangun struktur yang konsisten di beberapa halaman. Hal ini tentunya akan membuat khalayak yang menikmati desain tersebut merasa nyaman dalam memperoleh informasi. Landa (2013, hlm. 175) mengkategorikan tipe grid ke dalam tiga kategori berbeda:

1. *Single-Column Grid*

Jenis ini dicirikan oleh struktur yang bersifat fundamentalnya. Margin kiri, kanan, atas, dan bawah mengelilingi satu kolom teks dalam jenis ini. Orang juga menyebut jenis ini sebagai “*manuscript grid*”. Meskipun umum digunakan dalam *textbook*, jenis ini lebih cocok untuk layar gawai seperti telepon seluler yang berukuran lebih kecil yaitu 1920 x 1080 px.



Gambar 2.18 *Single-column grid*

Sumber:

https://id.pinterest.com/pin/267682771578096524/?nic_v1=1a8h5xm0b9NT8uNziZ8pYSTExFIds0uRHZvUL45vpAwx%2FVGJ27Y%2FQF%2B22pXVOsDZrs

2. *Multicolumn Grid*

Garis pada jenis ini berfungsi untuk menjaga kesejajaran, yang mana berbeda fungsi dengan jenis yang telah dijelaskan sebelumnya. Batasan grid akan menjaga susunan terstruktur dari

konten yang telah didesain. Namun, hal ini bergantung pada dimensi dan proporsi format *canvas*, serta kuantitas dan susunan kolom. Kita dapat melakukan semua tindakan ini untuk memuat *headline* dalam ukuran font yang lebih besar. Tablet, komputer desktop, dan layar ponsel sering kali menggunakan jenis ini.



Gambar 2.19 *Multicolumn grid*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature/article/how-to-use-grid-systems>

3. *Modular Grid*

Jenis ini ialah grid yang terdiri dari modul dan unit yang dibuat oleh bagian dari kolom dan flowlines. Jenis ini bertujuan untuk menawarkan fleksibilitas dalam melakukan organisasi konten dan informasi, sekaligus menjaga hierarki visual dan keterbacaan. Tulisan atau gambar juga dapat mengisi satu atau lebih modul.



Gambar 2.20 *Modular Grid grid*

Sumber: <https://www.tiny.cloud/blog/a-guide-to-grids-blog-design/>

2.1.5 Lingkup Desain

Lingkup desain mencakup berbagai aspek yang harus dipertimbangkan oleh seorang desainer dalam menciptakan karya yang efektif dan berdaya tarik. Berikut adalah beberapa area penting yang termasuk dalam lingkup desain (Rangkuti, 2023):

1. Desain grafis melibatkan penciptaan elemen-elemen visual seperti poster, brosur, logo, dan kemasan produk. Ini mencakup penggunaan warna, tipografi, gambar, dan grafik untuk menyampaikan pesan secara visual.
2. Desain visual digital berkaitan dengan pembuatan konten digital seperti situs web, aplikasi mobile, animasi, dan konten multimedia. Ini mencakup aspek-aspek seperti tata letak halaman, navigasi, interaksi pengguna, dan konsistensi merek secara digital.
3. Desain produk melibatkan pengembangan bentuk, fungsi, dan estetika dari produk fisik, seperti peralatan rumah tangga, perangkat elektronik, atau furnitur. Ini mencakup elemen-elemen seperti ergonomi, material, produksi, dan pengalaman pengguna.
4. Desain interior berkaitan dengan penataan ruang dalam sebuah bangunan untuk menciptakan lingkungan yang fungsional, estetis, dan nyaman. Ini mencakup pemilihan furnitur, pencahayaan, warna, tekstur, dan elemen dekoratif lainnya untuk mencapai tujuan desain yang diinginkan.
5. Desain mode dan tekstil melibatkan penciptaan pakaian, aksesori, dan kain-kain yang digunakan dalam industri fashion. Ini mencakup aspek-aspek seperti pola, bahan, tekstur, warna, dan detail desain untuk menciptakan produk yang menarik dan fungsional.
6. Desain komunikasi mencakup pengembangan elemen-elemen visual untuk menyampaikan pesan-pesan yang kompleks, seperti ilustrasi, diagram, dan grafik. Ini mencakup penggunaan simbol, skema warna, dan tata letak untuk membuat informasi menjadi lebih mudah dipahami dan menarik.
7. Desain lingkungan berkaitan dengan pembangunan ruang-ruang publik dan perkotaan, taman, dan landscape. Ini mencakup penggunaan tanaman,

material, struktur, dan elemen desain lainnya untuk menciptakan ruang yang indah, fungsional, dan berkelanjutan.

8. Desain pengalaman pengguna (UX design) fokus pada penciptaan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna saat berinteraksi dengan produk atau layanan tertentu, seperti situs web, aplikasi, atau perangkat digital lainnya. Ini mencakup aspek-aspek seperti navigasi, responsif, dan kemudahan penggunaan.
9. Desain identitas merek mencakup pengembangan elemen-elemen visual yang merepresentasikan identitas dan citra merek suatu organisasi atau produk. Ini mencakup logo, warna merek, tipografi, dan elemen desain lainnya yang membentuk citra merek secara keseluruhan.

2.2 Kampanye

Kampanye merupakan serangkaian kegiatan yang direncanakan dan dilaksanakan secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Kampanye seringkali dilakukan dalam konteks sosial, politik, atau komersial, dan bertujuan untuk mempengaruhi pendapat, sikap, atau perilaku sasaran tertentu. Kampanye bisa berupa upaya persuasif, edukatif, atau advokasi, yang dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media massa, media sosial, acara langsung, atau metode lainnya. Tujuan dari kampanye dapat bervariasi, mulai dari meningkatkan kesadaran akan suatu isu, mengubah perilaku, memperjuangkan suatu kebijakan, hingga mempromosikan produk atau layanan (Venus, 2004).

Salah satu elemen penting dalam sebuah kampanye adalah perencanaan yang matang. Perencanaan kampanye meliputi identifikasi tujuan yang jelas, penentuan target audiens, pengembangan strategi komunikasi, pemilihan pesan yang tepat, serta penentuan saluran dan metode komunikasi yang efektif. Selain itu, dalam perencanaan juga perlu dipertimbangkan anggaran, waktu, dan sumber daya lain yang diperlukan untuk melaksanakan kampanye dengan sukses.

Kampanye dapat memiliki berbagai macam tujuan, tergantung pada konteks dan kepentingan yang ada. Salah satu tujuan umum dari kampanye adalah meningkatkan kesadaran atau pengetahuan tentang suatu isu atau masalah

tertentu. Misalnya, kampanye kesehatan masyarakat dapat bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan bahaya merokok atau pentingnya vaksinasi. Tujuan lain dari kampanye bisa berupa perubahan sikap atau perilaku masyarakat (Rizkana, 2018). Kampanye dapat diukur keberhasilannya melalui berbagai metode evaluasi. Beberapa indikator yang sering digunakan untuk mengukur keberhasilan kampanye antara lain adalah tingkat kesadaran atau pengetahuan yang meningkat di kalangan target audiens, perubahan sikap atau perilaku yang diinginkan, jumlah partisipasi atau dukungan yang diterima, atau dampak positif yang dihasilkan dalam jangka panjang (Maharani, 2013).

2.2.1 Jenis-Jenis Kampanye

Kampanye dapat dibagi menjadi berbagai jenis, tergantung pada tujuan, konteks, dan target audiensnya. Berikut adalah beberapa jenis kampanye yang umum dilakukan (Puspita et al, 2022):

1) Kampanye Kesadaran (*Awareness Campaigns*)

Kampanye kesadaran bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan atau pemahaman masyarakat tentang suatu isu atau masalah tertentu. Contohnya adalah kampanye kesadaran tentang kesehatan mental, kampanye anti-narkoba, atau kampanye kesadaran lingkungan.

2) Kampanye Pendidikan (*Educational Campaigns*)

Kampanye pendidikan berfokus pada penyampaian informasi dan pengetahuan kepada masyarakat untuk membantu mereka memahami suatu isu atau masalah dengan lebih baik. Kampanye ini dapat mencakup penyuluhan, seminar, atau workshop untuk meningkatkan pemahaman tentang topik tertentu.

3) Kampanye Perubahan Sikap (*Attitude Change Campaigns*)

Jenis kampanye ini bertujuan untuk mengubah sikap atau persepsi masyarakat terhadap suatu isu atau masalah. Misalnya, kampanye anti-rasisme atau kampanye untuk mempromosikan kesetaraan gender bertujuan untuk mengubah sikap dan perilaku diskriminatif.

4) Kampanye Perubahan Perilaku (*Behavior Change Campaigns*)

Kampanye ini bertujuan untuk mengubah perilaku atau kebiasaan masyarakat dalam hal tertentu. Contohnya adalah kampanye anti-merokok, kampanye untuk mendorong gaya hidup sehat, atau kampanye pengurangan penggunaan plastik sekali pakai.

5) Kampanye Advokasi (*Advocacy Campaigns*)

Kampanye advokasi bertujuan untuk mempengaruhi kebijakan publik atau memperjuangkan hak-hak tertentu. Kampanye ini seringkali dilakukan oleh organisasi non-pemerintah (NGO), kelompok advokasi, atau masyarakat sipil untuk mendukung perubahan kebijakan atau legislasi.

6) Kampanye Politik (*Political Campaigns*)

Jenis kampanye ini bertujuan untuk mempengaruhi hasil pemilihan umum atau mendukung kandidat atau partai politik tertentu. Kampanye politik melibatkan berbagai strategi komunikasi untuk mempengaruhi pendapat dan perilaku pemilih.

7) Kampanye Komersial (*Commercial Campaigns*)

Kampanye ini bertujuan untuk mempromosikan produk atau layanan tertentu kepada konsumen. Kampanye komersial seringkali dilakukan oleh perusahaan atau merek untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan pembelian produk mereka.

8) Kampanye Kesehatan Masyarakat (*Public Health Campaigns*)

Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat atau mengurangi risiko penyakit dan kondisi kesehatan tertentu. Contohnya adalah kampanye vaksinasi, kampanye pencegahan penyakit menular, atau kampanye kesehatan reproduksi.

2.2.2 Fungsi Kampanye

Kampanye memiliki beragam fungsi yang sangat penting dalam berbagai konteks sosial, politik, dan komersial. Berikut adalah beberapa fungsi utama dari kampanye (Alamin et al, 2022):

1. Salah satu fungsi utama dari kampanye adalah meningkatkan kesadaran masyarakat tentang suatu isu atau masalah tertentu. Kampanye kesadaran

bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang pentingnya isu tersebut, potensi dampaknya, dan langkah-langkah yang dapat diambil untuk mengatasinya.

2. Kampanye edukasi bertujuan untuk menyediakan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat tentang topik tertentu. Ini dapat mencakup penyebaran informasi, penyuluhan, atau pelatihan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam hal tertentu, seperti kesehatan, lingkungan, atau hak asasi manusia.
3. Kampanye seringkali digunakan untuk menggalang dukungan dari masyarakat, baik untuk tujuan politik, sosial, atau komersial. Kampanye ini bertujuan untuk memobilisasi individu atau kelompok untuk mendukung suatu isu, kandidat politik, produk, atau layanan tertentu.
4. Kampanye dapat membantu mengubah sikap atau persepsi masyarakat terhadap suatu isu atau masalah tertentu. Dengan menyajikan argumen yang kuat, data yang relevan, atau cerita yang menginspirasi, kampanye dapat mempengaruhi cara orang memandang isu tertentu dan merangsang perubahan sikap yang positif.
5. Kampanye dapat berperan dalam mengubah perilaku masyarakat, seperti mengurangi kebiasaan yang tidak sehat atau merugikan, atau mempromosikan perilaku yang lebih positif. Dengan menyampaikan pesan yang persuasif dan relevan, kampanye dapat memotivasi individu untuk mengubah kebiasaan atau tindakan mereka.
6. Beberapa kampanye bertujuan untuk mempengaruhi kebijakan publik atau legislasi. Kampanye advokasi seringkali dilakukan oleh kelompok-kelompok masyarakat sipil atau organisasi non-pemerintah untuk mendesak pemerintah atau badan legislatif untuk mengambil tindakan tertentu atau mengesahkan Undang-Undang baru.
7. Kampanye dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses sosial atau politik. Kampanye politik, misalnya, dapat memotivasi warga untuk menggunakan hak pilih mereka dalam pemilihan umum, sementara

kampanye sosial dapat menginspirasi individu untuk berpartisipasi dalam aksi-aksi sosial atau aktivitas komunitas.

8. Dalam konteks komersial, kampanye digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan tertentu kepada konsumen. Melalui kampanye pemasaran yang kreatif dan efektif, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran, minat, dan pembelian produk mereka.

2.2.3 Media Kampanye

Agar kampanye dapat dilaksanakan dengan baik, tentunya diperlukan beberapa jenis media kampanye yang tepat agar pesan kampanye dapat disampaikan ke audiens dengan baik. Pemilihan media memiliki berbagai karakteristik yang berbeda-beda antar satu dan lainnya. Buku yang berjudul "Spin Sucks: Communication and Reputation Management in the Digital Age" ditulis oleh Dietrich (2014) menjelaskan empat bentuk media kampanye yang berbeda yakni:

1. *Paid Media*: Jenis media ini ialah iklan yang melibatkan *brand* atau perusahaan yang membayar tempat di surat kabar, majalah, TV, radio, papan reklame, dan media lainnya. Jenis ini mahal dan sulit diukur. Media ini dapat dengan cepat dan efisien menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Jenis ini merupakan yang terbaik untuk komunikasi massa. Iklan media berbayar yang benar dapat dikaitkan secara efisien dengan media lain, sehingga memberikan *exposure* jangka panjang secara maksimum pada *brand* atau organisasi.
2. *Owned Media*: Jenis ini ialah jenis media milik *brand* atau perusahaan. Media yang dimiliki dapat dikontrol sepenuhnya dan menyebarkan pesan suatu *brand* atau perusahaan. Jenis ini, seperti situs web, memerlukan pembaruan secara berkala karena ke depan media sosial dapat kehilangan relevansinya.
3. *Earned Media*: Jenis ini disebut media relations. Media gratis ini berasal dari relasi. Relasi ini bergantung pada berita yang layak diberitakan atau komunikasi yang telah disesuaikan.

4. *Shared Media*: Jenis ini, juga dikenal sebagai media sosial, secara langsung menjangkau khalayak yang akan dituju. Ketika media sosial terus berkembang dan dunia usaha semakin mahir dalam menggunakannya, penyebaran, keterlibatan, dan penerimaan pesan yang relevan menentukan publisitas audiens secara luas.

2.2.4 Perancangan Kampanye

Perancangan kampanye adalah proses yang terstruktur dan sistematis untuk merencanakan, mengembangkan, dan melaksanakan kampanye dengan tujuan tertentu. Berikut adalah tahapan-tahapan dalam perancangan kampanye (Agustin, 2020):

1. Penetapan Tujuan (*Goal Setting*): Tahapan awal dalam perancangan kampanye adalah menetapkan tujuan yang jelas dan spesifik dari kampanye tersebut. Tujuan harus dapat diukur, dapat dicapai, dan relevan dengan isu atau masalah yang ingin ditangani. Contohnya, tujuan kampanye bisa berupa meningkatkan kesadaran akan pentingnya perawatan mental di kalangan Gen-Z atau meningkatkan partisipasi dalam program perawatan mental yang disediakan oleh BPJS Kesehatan.
2. Identifikasi Target Audiens (*Audience Identification*): Penting untuk memahami siapa target audiens kampanye Anda. Identifikasi karakteristik demografis, perilaku, dan kebutuhan mereka akan membantu Anda menyusun pesan dan strategi komunikasi yang tepat. Misalnya, dalam konteks kampanye perawatan mental untuk Gen-Z, target audiens dapat meliputi remaja dan dewasa muda yang rentan terhadap masalah kesehatan mental.
3. Riset dan Analisis (*Research and Analysis*): Melakukan riset dan analisis tentang isu atau masalah yang ingin ditangani oleh kampanye Anda adalah langkah penting. Ini dapat mencakup analisis tren, survei, wawancara, atau tinjauan literatur untuk memahami lebih dalam tentang konteks, penyebab, dan dampak dari isu tersebut. Hasil riset ini akan membantu Anda merancang pesan dan strategi komunikasi yang relevan dan efektif.

4. Pengembangan Pesan (*Message Development*): Berdasarkan hasil riset dan analisis, Anda dapat mengembangkan pesan-pesan yang kuat dan relevan untuk disampaikan kepada target audiens. Pesan-pesan ini haruslah jelas, konsisten, dan dapat memotivasi perubahan sikap atau perilaku yang diinginkan. Dalam kampanye perawatan mental, pesan-pesan ini bisa berfokus pada pentingnya merawat kesehatan mental, menghilangkan stigma, atau mempromosikan aksesibilitas perawatan melalui BPJS Kesehatan.
5. Pemilihan Saluran Komunikasi (*Communication Channel Selection*): Setelah pesan-pesan dikembangkan, langkah berikutnya adalah memilih saluran komunikasi yang tepat untuk menyampaikannya kepada target audiens. Ini dapat mencakup media massa seperti televisi, radio, dan surat kabar, media sosial seperti Facebook dan Instagram, acara langsung atau kegiatan komunitas, atau metode komunikasi langsung seperti surat atau panggilan telepon. Pemilihan saluran komunikasi harus didasarkan pada karakteristik target audiens, kebiasaan komunikasi mereka, dan anggaran yang tersedia.
6. Pengembangan Materi dan Kreativitas (*Material Development and Creativity*): Kampanye seringkali menggunakan materi-materi kreatif, seperti poster, video, infografis, atau kampanye digital, untuk menyampaikan pesan-pesan kepada target audiens. Pengembangan materi kreatif ini harus mempertimbangkan karakteristik target audiens, pesan-pesan yang ingin disampaikan, dan saluran komunikasi yang dipilih. Materi-materi kreatif ini haruslah menarik, informatif, dan memotivasi untuk berpartisipasi dalam kampanye.
7. Pelaksanaan dan Evaluasi (*Implementation and Evaluation*): Setelah semua persiapan dilakukan, kampanye dapat diluncurkan dan dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Selama pelaksanaan kampanye, penting untuk terus memonitor dan mengevaluasi kinerja kampanye, baik dari segi pencapaian tujuan, respons target audiens, maupun efektivitas strategi komunikasi yang digunakan. Evaluasi ini akan membantu Anda memahami

apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki untuk kampanye berikutnya.

2.3 Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS)

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) merupakan lembaga pemerintah di Indonesia yang bertanggung jawab untuk menyelenggarakan program jaminan sosial bagi seluruh penduduk Indonesia. BPJS dibentuk sebagai hasil dari penggabungan antara dua lembaga jaminan sosial sebelumnya, yaitu PT Askes Indonesia dan PT Jamsostek, untuk menyediakan layanan jaminan kesehatan, ketenagakerjaan, dan jaminan sosial lainnya dalam satu entitas yang terintegrasi.



Gambar 2.21 Logo BPJS

Salah satu program unggulan dari BPJS adalah program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) yang bertujuan untuk memberikan akses pelayanan kesehatan yang merata dan terjangkau bagi seluruh rakyat Indonesia. Melalui program ini, peserta BPJS JKN mendapatkan manfaat berupa pelayanan kesehatan mulai dari pemeriksaan kesehatan, pengobatan, rawat inap, hingga tindakan medis yang lebih kompleks, dengan biaya yang ditanggung oleh BPJS (Salangka, 2023).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.22 Brosur daftar layanan public

Sumber: <https://indonesiabaik.id/infografis/daftar-layanan-publik-yang-wajibkan-syarat-bpjs-kesehatan>

BPJS juga menyelenggarakan program jaminan sosial lainnya, seperti Jaminan Ketenagakerjaan (JK), yang mencakup program perlindungan tenaga kerja dan keluarganya dalam berbagai situasi, seperti kecelakaan kerja, cacat, atau kematian. Program-program ini dijalankan dengan kontribusi dari peserta dan pemerintah, serta pengelolaan yang profesional dan transparan oleh BPJS. Sebagai lembaga penyelenggara jaminan sosial, BPJS memiliki peran penting dalam mewujudkan perlindungan sosial bagi seluruh masyarakat Indonesia. Melalui program-programnya, BPJS berupaya untuk meningkatkan aksesibilitas dan kualitas pelayanan kesehatan, meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja, serta meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam program jaminan sosial. Meskipun demikian, BPJS juga dihadapkan dengan sejumlah tantangan, termasuk masalah keuangan, kapasitas layanan, dan peningkatan efisiensi operasional agar dapat memberikan pelayanan yang optimal bagi masyarakat (Makisurat, 2018).

2.4 Kesehatan Mental

Kesehatan mental adalah aspek penting dari kesejahteraan seseorang yang mencakup keseimbangan emosional, psikologis, dan sosial. Ini tidak hanya melibatkan absennya gangguan mental atau penyakit, tetapi juga melibatkan kemampuan seseorang untuk mengatasi stres, menyesuaikan diri dengan perubahan kehidupan, menjalin hubungan yang sehat, dan merasa baik tentang diri sendiri. Berbagai factor tentu mempengaruhi kesehatan mental, contohnya faktor genetik, lingkungan fisik dan sosial, pengalaman masa kecil, serta faktor biologis dan psikologis lainnya (Burhanudian, 1999).

Gangguan mental dapat mempengaruhi individu dari segala usia, latar belakang, dan status sosial. Ini bisa berkisar dari gangguan mood seperti depresi dan gangguan kecemasan seperti kecemasan sosial, hingga gangguan psikotik seperti skizofrenia. Gangguan makan, gangguan tidur, dan gangguan kepribadian juga merupakan contoh lain dari masalah kesehatan mental yang sering dihadapi oleh banyak orang. Penting untuk diingat bahwa gangguan mental bukanlah tanda kelemahan atau kegagalan pribadi, tetapi merupakan kondisi medis yang membutuhkan perawatan dan dukungan yang tepat (Moeljono, 2005).

Salah satu aspek penting dari kesehatan mental adalah kesadaran diri tentang kebutuhan dan perasaan pribadi. Ini melibatkan kemampuan untuk mengenali dan mengelola emosi, mengembangkan keterampilan komunikasi yang sehat, dan menetapkan batasan yang tepat dalam hubungan interpersonal. Kesadaran diri juga melibatkan kemampuan untuk mengidentifikasi faktor pemicu stres dan mengembangkan strategi untuk mengatasi mereka. Selain itu, dukungan sosial juga memainkan peran penting dalam menjaga kesehatan mental seseorang. Hubungan yang mendukung dan membangun, baik dengan keluarga, teman, atau komunitas, dapat membantu mengurangi tingkat stres dan meningkatkan rasa kesejahteraan secara keseluruhan. Melibatkan diri dalam kegiatan sosial dan mendapatkan dukungan dari orang lain juga dapat membantu mengurangi risiko isolasi sosial, yang dapat memperburuk masalah kesehatan mental (Burhanudian, 1999).



Gambar 2.23 Kesehatan mental

Sumber: https://www.google.com/search?sca_esv=850edfa7a76475f6&sxsrf=ACQVn09-ggD53PVYs_5DiPyGQiqVCK4ULw:1709816976896&q=kesehatan+mental&tbm=isch&source=lms&sa=X&ved=2ahUKEwjppafMnOKEAxXF1jgGHRZzAXEQ0pQJegQIERAB&biw=792&bih=742&dpr=1.22#imgre=31FScFf2SRuSzM

Penting untuk diingat bahwa kesehatan mental tidak selalu statis; itu dapat berfluktuasi seiring waktu dan dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal dan internal. Oleh karena itu, penting untuk memiliki strategi yang efektif dalam mengelola stres dan mengatasi tantangan kehidupan sehari-hari. Ini mungkin termasuk rutinitas sehari-hari yang sehat, seperti tidur yang cukup, pola makan yang seimbang, dan latihan fisik teratur. Peran olahraga dalam menjaga kesehatan mental juga tidak bisa diabaikan. Aktivitas fisik telah terbukti secara konsisten mengurangi tingkat stres dan kecemasan, meningkatkan suasana hati, dan meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan. Olahraga juga dapat membantu meningkatkan tidur dan energi, yang dapat memiliki dampak positif pada kesehatan mental seseorang. Selain itu, praktik meditasi dan relaksasi juga dapat menjadi alat yang berguna dalam menjaga kesehatan mental. Meditasi telah terbukti membantu mengurangi stres, meningkatkan konsentrasi, dan mempromosikan rasa kesejahteraan secara keseluruhan. (Burhanudian, 1999).

Penting untuk menyadari bahwa kesehatan mental tidak hanya tentang menghindari gangguan atau penyakit, tetapi juga tentang mencari bantuan dan dukungan ketika diperlukan. Ini bisa termasuk mencari bantuan dari profesional kesehatan mental seperti psikolog atau psikiater, atau mengikuti program dukungan kelompok. Terapi adalah alat yang efektif dalam mengatasi berbagai masalah kesehatan mental, mulai dari depresi dan kecemasan hingga gangguan

makan dan trauma. Meskipun ada stigma yang terkait dengan mencari bantuan untuk masalah kesehatan mental, penting untuk mengubah persepsi ini dan mengakui pentingnya perawatan yang tepat. Dengan menyediakan lingkungan yang mendukung dan membuka percakapan tentang kesehatan mental, kita dapat memecah stigma dan mendorong individu untuk mencari bantuan ketika diperlukan. Pencegahan juga merupakan aspek penting dari menjaga kesehatan mental. Ini melibatkan pendidikan tentang kesehatan mental sejak dini, mengajarkan keterampilan coping yang sehat kepada anak-anak dan remaja, dan mempromosikan lingkungan yang mendukung kesehatan mental di lingkungan sekitar. (Moeljono, 2005).

Dalam banyak kasus, tindakan kecil sehari-hari dapat memiliki dampak besar pada kesehatan mental seseorang. Mendengarkan musik yang menenangkan, membaca buku yang menginspirasi, atau berbagi waktu dengan hewan peliharaan juga dapat membantu mengurangi stres dan meningkatkan suasana hati. Penting untuk mengenali apa yang bekerja untuk Anda secara pribadi dan mengintegrasikan kebiasaan sehat ke dalam rutinitas harian Anda. Kesehatan mental adalah bagian integral dari kesejahteraan seseorang yang mempengaruhi semua aspek kehidupan. Dengan mengakui pentingnya menjaga kesehatan mental dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk merawatnya, kita dapat memastikan bahwa kita dapat mencapai potensi penuh kita dan menjalani kehidupan yang seimbang dan memuaskan secara keseluruhan.

2.5 Generasi Z

Generasi Z adalah kelompok demografis yang terdiri dari individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, menjadikan mereka generasi penerus setelah Generasi Y (Millennials). Generasi Z seringkali dianggap sebagai generasi yang tumbuh dalam era teknologi digital yang berkembang pesat, sehingga sering disebut sebagai "digital natives". Mereka tumbuh dengan internet, media sosial, dan perangkat pintar seperti smartphone dan tablet sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka (Bencsik, 2016).



Gambar 2.24 Kelompok berbagai jenis generasi

Sumber: <https://linimassa.id/macam-macam-generasi-yang-harus-kamu-tahu/>

Salah satu ciri khas Generasi Z adalah keterampilan teknologi yang kuat dan kemampuan mereka dalam mengakses, mengolah, dan berbagi informasi dengan cepat melalui platform digital. Mereka cenderung memiliki tingkat literasi digital yang tinggi, mampu menguasai teknologi dengan cepat, dan terbiasa berkomunikasi secara online melalui pesan instan, media sosial, dan aplikasi digital lainnya. Generasi Z juga dikenal sebagai generasi yang penuh dengan kreativitas, keingintahuan, dan semangat untuk mengubah dunia. Mereka tumbuh dalam era ketidakpastian ekonomi dan lingkungan, yang membentuk sikap mereka terhadap pekerjaan, karier, dan kehidupan secara umum. Generasi Z seringkali dianggap sebagai individu yang mandiri, ingin memiliki pengaruh positif dalam masyarakat, dan mencari cara baru untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi perubahan.

Generasi Z sering disoroti karena keterampilan teknologi dan semangat inovasinya, mereka juga dihadapkan dengan sejumlah tantangan unik, termasuk tekanan sosial media, gangguan digital, dan ketidakpastian masa depan. Banyak yang mengalami tekanan akademik, kekhawatiran tentang lingkungan, dan perubahan sosial yang cepat. Dalam konteks kampanye sosial atau pemasaran yang ditargetkan pada Generasi Z, penting untuk memahami karakteristik, nilai, dan preferensi mereka. Strategi komunikasi yang efektif perlu mempertimbangkan preferensi mereka terhadap media digital, keterlibatan yang aktif dalam konten

yang relevan dan berarti, serta nilai-nilai sosial dan lingkungan yang mereka dukung (Maudisha, 2022).

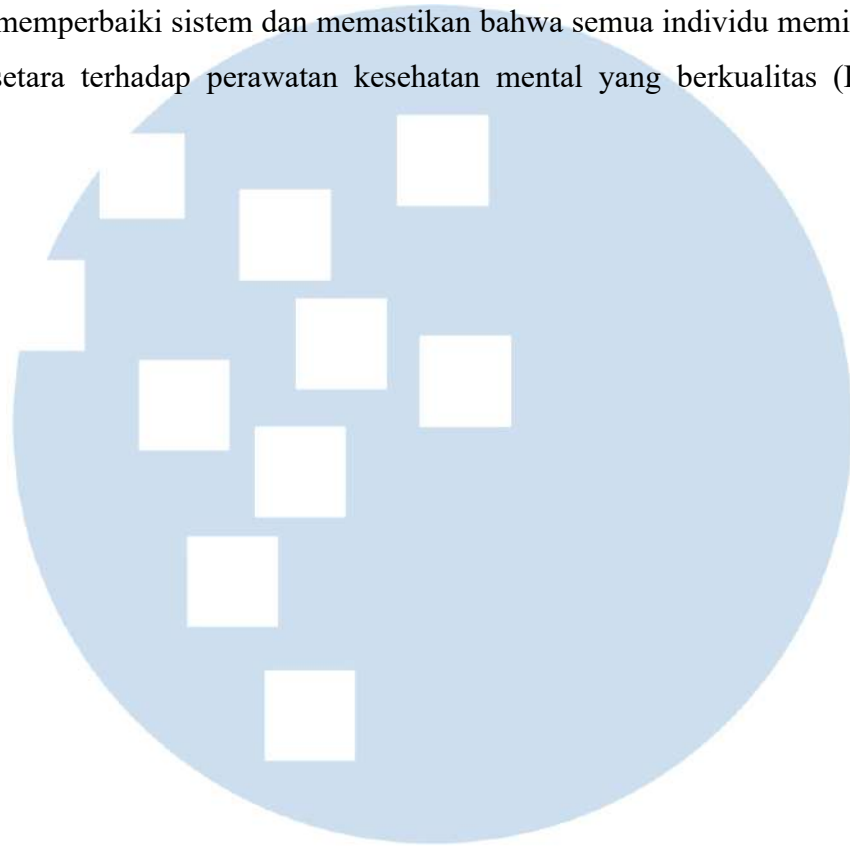
2.6 Peran BPJS dalam Peningkatan Aksesibilitas Kesehatan Mental

Peran Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) dalam peningkatan aksesibilitas kesehatan mental di Indonesia memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran, akses, dan pelayanan bagi individu yang membutuhkan perawatan mental. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kesehatan mental, BPJS telah memainkan peran penting dalam beberapa aspek seperti BPJS memberikan jaminan kesehatan yang mencakup pelayanan kesehatan mental kepada peserta Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Ini mencakup layanan konsultasi psikologis, terapi, pengobatan, dan perawatan rawat inap di fasilitas kesehatan yang telah bekerja sama dengan BPJS (Solechan, 2019).

BPJS juga memberikan informasi dan edukasi kepada peserta JKN tentang pentingnya kesehatan mental, gejala gangguan mental, dan cara mengakses layanan kesehatan mental yang tersedia. Hal ini membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kesehatan mental dan mengurangi stigma terhadap gangguan mental. BPJS bekerja sama dengan berbagai fasilitas kesehatan mental, termasuk rumah sakit jiwa, pusat kesehatan jiwa, dan klinik psikologis, untuk meningkatkan aksesibilitas terhadap pelayanan kesehatan mental di seluruh Indonesia. Dengan meningkatnya jumlah fasilitas kesehatan mental yang bekerja sama dengan BPJS, peserta memiliki lebih banyak opsi untuk mendapatkan perawatan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

BPJS juga terlibat dalam pengembangan program pencegahan gangguan mental dan intervensi awal untuk mencegah kemunculan kondisi-kondisi mental yang lebih serius. Hal ini termasuk program-program kesehatan mental di sekolah, tempat kerja, dan komunitas, serta penyediaan layanan dukungan psikologis bagi individu yang membutuhkan. Melalui peran tersebut, BPJS memiliki dampak yang positif dalam meningkatkan aksesibilitas dan kualitas pelayanan kesehatan mental di Indonesia. Meskipun masih ada tantangan dalam implementasi dan

peningkatan layanan kesehatan mental secara keseluruhan, BPJS terus bekerja untuk memperbaiki sistem dan memastikan bahwa semua individu memiliki akses yang setara terhadap perawatan kesehatan mental yang berkualitas (Khodijah, 2018).



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA