

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Subjek perancangan mengenai layanan kesehatan mental di Student Support Universitas Multimedia Nusantara adalah sebagai berikut:

1) Demografis

a. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

b. Usia : 18–25 tahun

Student Support UMN merupakan layanan kesehatan mental yang disediakan untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Prevalensi depresi tertinggi menurut Survei Kesehatan Indonesia (SKI) ada pada kelompok usia 15—24 tahun (Badan Kebijakan Pembangunan Kesehatan—Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2023). Mahasiswa aktif di Universitas Multimedia Nusantara memiliki kisaran umur 18-25 tahun.

c. Pendidikan : minimal lulusan SMA/SMK

d. Pekerjaan : Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

e. SES : A3

Menurut hasil kuesioner yang peneliti sebar, sebanyak 80,4% mahasiswa UMN menyatakan pengeluaran mereka dalam sebulan adalah sejumlah Rp4.250.000–Rp7.000.000. Angka pengeluaran ini menurut Perhimpunan Riset Pemasaran Indonesia termasuk kepada golongan SES A3 (Amel, 2018).

2) Geografis

Universitas Multimedia Nusantara yang berlokasi di Gading Serpong, Tangerang.

3) Psikografis

a. Mahasiswa yang rentan dalam menghadapi tekanan akademik maupun sosial.

- b. Mahasiswa yang memiliki kebutuhan dukungan emosional.
- c. Mahasiswa yang menunjukkan kecenderungan rasa enggan dan keraguan dalam mengakses layanan kesehatan mental.
- d. *Neuroticism*. *Neuroticism* adalah salah satu *personality* dari *The Big Five Factor of Personality*. *Personality* ini merujuk kepada individu yang mudah cemas, pemalu, dan takut melakukan kesalahan (Datau et al., 2019).

Dengan mempertimbangkan aspek demografis, geografis, dan psikografis tersebut, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa UMN menjadi kelompok utama yang relevan untuk dijadikan subjek perancangan. Karakteristik mereka yang rentan terhadap tekanan akademik maupun sosial menegaskan pentingnya pendekatan kampanye interaktif yang sesuai dengan kebutuhan dan perilaku audiens agar layanan kesehatan mental lebih mudah diakses serta dimanfaatkan secara optimal.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan *Advertising by Design* yang dikembangkan oleh Landa (2019), yang berfokus kepada proses berpikir kreatif dalam perancangan proyek *advertising*. Dalam bukunya yang berjudul *Advertising by Design*, Landa (2010, h.14-21) memaparkan 6 tahap perancangan: *overview*, *strategy*, *ideas*, *design*, *production*, dan *implementation*. Keenam tahap tersebut dijabarkan sebagai berikut.

3.2.1 Overview

Pada tahap *overview*, peneliti akan mengumpulkan data dan informasi. Masalah keraguan akan layanan kesehatan mental Student Support UMN akan diuji urgensitasnya melalui pra-kuesioner yang disebar peneliti kepada beberapa mahasiswa. Kemudian, studi eksisting akan dilakukan demi memvalidasi masalah desain. Pemahaman mengenai latar belakang masalah akan ditelusuri oleh peneliti dari sudut pandang Student Support UMN, maupun sudut pandang mahasiswa sebagai target perancangan. Untuk

mendapatkan pemahaman tersebut, teknik yang dilakukan adalah melalui wawancara, kuesioner, serta observasi.

3.2.2 Strategy

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti akan diolah pada tahap *strategy*. Analisa hasil digunakan untuk memetakan *insight*, serta penentuan tujuan komunikasi kampanye. Dengan perumusan tersebut, dirancang inti pesan kampanye serta strategi yang efektif untuk mengubah persepsi buruk mahasiswa terhadap Student Support UMN dan mendorong penggunaan layanan kesehatan mental yang disediakan.

3.2.3 Ideas

Tahap ini merupakan proses eksplorasi ide kreatif melalui *brainstorming* dan juga *mind mapping* dari turunan strategi yang sudah ditentukan pada tahap *strategy*. Peneliti akan mengumpulkan ide-ide dan mengembangkannya. Proses eksplorasi ini menghasilkan solusi desain berupa *big idea* dan konsep demi menjawab masalah.

3.2.4 Design

Tahap *design* dilakukan peneliti dengan visualisasi *big idea* dan konsep yang telah terpilih. Eksekusi ide ini dikerjakan sebagai media interaktif yang solutif, dengan mempertimbangkan aspek desain dan fungsionalitas serta relevansi dengan target perancangan.

3.2.5 Production

Pada tahap *production*, desain aset dan visual disempurnakan dari kampanye. File desain disiapkan sebagai bentuk media interaktif *final* yang sudah layak untuk didistribusikan. Media cetak pada tahap ini juga dieksekusi melalui proses pencetakan.

3.2.6 Implementation

Tahap *implementation* merupakan tahap akhir dari proses perancangan. Hasil desain diimplementasikan dalam bentuk *prototype* dan diuji (*alpha testing*) melalui acara *Prototype Day* yang diselenggarakan oleh

program studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara. Pada kegiatan ini *prototype* disimulasikan secara nyata kepada pengunjung, dosen juga mahasiswa, yang kemudian akan memberikan *feedback*. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar pertimbangan untuk perbaikan dan penyempurnaan perancangan.

Secara ringkasnya, tahapan ini dimulai dari *overview* yang dilakukan dengan pengumpulan informasi untuk mendapatkan pengetahuan mengenai latar belakang proyek. Setelah merefleksikan data, dilanjutkan tahap *strategy* yang mulai menemukan dan merencanakan arah solusi, kemudian mencari dan mengembangkan ide di tahap *ideas*. Pada tahap *design*, dilakukan visualisasi ide dengan proses desain, dilanjut tahap *production* dimana hasil visual diproduksi pada media yang dituju, dan akhirnya didistribusikan serta dilakukan evaluasi di tahap *implementation*.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Penelitian ini akan mengumpulkan data dengan *mixed method* (kualitatif dan kuantitatif). Metode kualitatif dapat memberikan gambaran kompleksitas akan suatu situasi yang prosesnya biasanya melibatkan pertanyaan dan prosedur, sehingga analisa data dapat dilakukan dari interpretasi peneliti (Creswell, 2009). Metode kuantitatif adalah penelitian yang menghubungkan antar variabel dan instrumen penelitian dengan pengukuran numerik dan menghasilkan data statistik (Creswell, 2009). Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan kuesioner untuk memahami pendalaman informasi, persepsi, serta kebutuhan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara terhadap layanan kesehatan mental Student Support UMN. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang hambatan yang dihadapi mahasiswa dalam mengakses layanan, serta menemukan pendekatan media kampanye interaktif yang relevan dan efektif untuk menyampaikan inti pesan kampanye.

3.3.1 Wawancara

Pelaksanaan wawancara dilakukan secara tatap muka, maupun telepon antara peneliti dengan peserta (Creswell, 2009). Dalam prosesnya, wawancara menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang umumnya bersifat terbuka dan tidak terstruktur guna memperoleh pandangan juga pendapat dari peserta. Wawancara dalam proses penelitian ini akan dilakukan dengan konselor Student Support sebagai pihak eksternal, ketua Crewmates yang secara langsung membantu pelaksanaan program dari Student Support, ahli kampanye untuk mendapat strategi kampanye menurut pandangan ahli, dan dua mahasiswa pengguna layanan Student Support.

1. Wawancara *Student Support Officer*

Wawancara dilakukan dengan Yanuar Lurisa Aldio S.Psi, Student Support Officer UMN, sebagai narasumber selaku pihak internal. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan wawasan mengenai layanan kesehatan mental yang disediakan oleh Student Support UMN. Kemudian, pengalaman dan tantangan yang dihadapi dari pihak Student Support mengenai interaksi antara mahasiswa dengan layanan kesehatan mental juga dicari tahu peneliti. Teknik ini dipilih guna mendapatkan perspektif psikolog profesional dari pihak penyedia layanan. Wawancara *Student Support officer* direncanakan pada Selasa, 9 September 2025. Pelaksanaanya dilakukan secara tatap muka di *Student Support Office*, ruangan C2, Universitas Multimedia Nusantara. Berikut pertanyaan wawancara yang diajukan:

- a. Perkenalan diri
- b. Menurut pengalaman Anda, bagaimana gambaran umum kondisi kesehatan mental mahasiswa UMN saat ini? Masalah apa yang paling sering mereka alami?
- c. Apa peran dan tujuan utama dari layanan Student Support untuk mahasiswa?

- d. Bisa diceritakan layanan kesehatan mental apa saja yang disediakan oleh Student Support UMN saat ini?
- e. Bagaimana antusiasme atau tingkat pemanfaatan layanan ini oleh mahasiswa?
- f. Apa saja kendala atau tantangan yang sering dihadapi dalam menjangkau mahasiswa?
- g. Apakah ada keraguan yang pernah Anda dengar dari mahasiswa tentang Student Support?
- h. Menurut Anda, kapan waktu yang tepat bagi mahasiswa untuk mencari bantuan ke psikolog atau konselor?
- i. Apa saja upaya atau program yang sudah dilakukan Student Support untuk menarik mahasiswa agar lebih berani mengakses layanan? Bagaimana bentuk sosialisasinya, media apa yang digunakan?
- j. Apakah Student Support pernah mengadakan kampanye kesehatan mental sebelumnya? Jika iya, bisa diceritakan bentuk kampanyenya dan bagaimana efektivitasnya?
- k. Menurut Anda, pendekatan seperti apa yang bisa membuat mahasiswa merasa lebih nyaman dan percaya?

Wawancara ini dapat memberikan gambaran mengenai kondisi kesehatan mental mahasiswa UMN serta peran penting Student Support dalam menyediakan layanan bantuan profesional. Peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai tantangan, kebutuhan, serta peluang pengembangan layanan agar semakin relevan bagi mahasiswa. Data yang didapat dari wawancara akan menjadi pertimbangan dalam merancang strategi komunikasi dan pemilihan media kampanye yang lebih efektif.

2. Wawancara Ketua Crewmates

Selain wawancara dengan pihak internal Student Support UMN, peneliti juga melakukan wawancara dengan pihak Crewmates, yaitu organisasi mahasiswa yang berada di bawah naungan *Internal Student Affairs*. Organisasi ini terbentuk untuk membantu serta

berkolaborasi dengan Student Support dalam menyuarakan tentang kesehatan mental di lingkungan kampus.

Wawancara ini dilakukan peneliti dengan tujuan untuk memahami bagaimana kegiatan Crewmates berjalan dan pengalaman mereka menyuarakan isu kesehatan mental di Universitas Multimedia Nusantara. Peneliti juga ingin menggali strategi yang telah Crewmates jalankan dalam aspek komunikasi serta aspek kreatif. Rencana wawancara dilaksanakan pada Senin, 8 September 2025, secara tatap muka di Library Universitas Multimedia Nusantara. Pertanyaan yang diajukan untuk wawancara sebagai berikut:

- a. Perkenalan diri
- b. Apa peran Crewmates dalam mendukung kegiatan Student Support UMN?
- c. Apa saja kegiatan yang dijalankan Crewmates dalam menyuarakan isu kesehatan mental?
- d. Media atau platform apa saja yang digunakan untuk menjangkau mahasiswa UMN dan apa yang menurutmu paling efektif?
- e. Bagaimana respon mahasiswa sejauh ini terhadap konten maupun kegiatan yang dibuat Crewmates?
- f. Menurut pengalaman Anda, konten atau kegiatan apa yang paling banyak menarik perhatian dan engagement dari mahasiswa?
- g. Menurut Anda, pendekatan seperti apa yang bisa membuat mahasiswa lebih tertarik dengan isu kesehatan mental?
- h. Apa tantangan yang biasa dihadapi Crewmates dalam menyampaikan pesan kesehatan mental kepada mahasiswa?
- i. Bagaimana biasanya Crewmates menentukan gaya visual (warna, ilustrasi, tipografi, *tone*) dalam membuat konten kesehatan mental?

Dari wawancara yang dilakukan dengan ketua Crewmates, peneliti dapat mengetahui lebih lanjut media dan pendekatan apa saja yang telah dilakukan Student Support. Hal ini menjadi bahan

pertimbangan peneliti dalam mengadaptasi pendekatan yang sudah efektif atau meningkatkan aspek yang masih kurang.

3. Wawancara Ahli Kampanye

Peneliti akan melakukan wawancara dengan seorang ahli kampanye yang memiliki pengalaman dalam merancang strategi komunikasi dan kampanye. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan mengenai pendekatan, strategi, serta teknik kampanye yang efektif untuk isu kesehatan mental di kalangan mahasiswa. Wawancara dilakukan dengan Ryan Fitra Mahardhika yang berprofesi sebagai *art director* di Dentsu Creative pada Jumat, 12 September 2025. Pelaksanaan wawancara dilaksanakan secara daring melalui aplikasi Zoom. Pertanyaan wawancara adalah sebagai berikut:

- a. Perkenalan diri
- b. Bagaimana proses kreatif yang biasanya Anda lakukan ketika merancang kampanye?
- c. Apa yang perlu diperhatikan dalam perancangan kampanye sosial khususnya dalam isu kesehatan mental?
- d. Bagaimana cara memahami target audiens mahasiswa (gen z) agar kampanye lebih tepat sasaran?
- e. Bagaimana supaya pesan kampanye bisa relevan, persuasif, dan berdampak kepada sikap dan tindakan audiens?
- f. Media apa saja yang biasanya paling efektif untuk menjangkau mahasiswa? Bagaimana peran dari penggunaan media interaktif? Bagaimana pendapat Anda dengan penggunaan ambient media dan media imersif?
- g. Teknik atau pendekatan kampanye apa yang efektif untuk isu sensitif seperti kesehatan mental? Adakah contoh *best practice* yang bisa menjadi referensi?
- h. Insight penelitian saya menunjukkan bahwa mahasiswa ragu mengakses Student Support karena merasa masalah mereka tidak cukup serius. Adakah saran strategi atau pendekatan dari Anda

supaya kampanye yang dirancang bisa *approachable* dan mengubah persepsi mahasiswa?

- j. Bagaimana cara mengukur efektivitas kampanye sosial dalam mengubah persepsi atau perilaku audiens? Indikator apa yang bisa digunakan?

Wawancara dengan ahli kampanye diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi kampanye yang tepat untuk isu kesehatan mental di kalangan mahasiswa. Peneliti dapat memperoleh wawasan berharga berdasarkan pengalaman dan cara pandang seorang ahli yang dapat menjadi acuan dan juga referensi peneliti ketika merancang kampanye sehingga dapat memberikan dampak nyata pada mahasiswa.

4. Wawancara Mahasiswa Pengguna Layanan

Peneliti melakukan wawancara kepada 2 mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang sudah pernah mengakses layanan kesehatan mental. Dengan wawancara ini, peneliti mencari tahu sudut pandang mahasiswa berdasarkan pengalaman mereka. Tujuan peneliti dalam melakukan wawancara ini adalah untuk mencari tahu motivasi, hambatan, dan apa yang mahasiswa rasakan ketika mengakses layanan kesehatan mental Student Support. Peneliti melakukan wawancara secara daring melalui aplikasi Zoom. Wawancara ini direncanakan pada hari Sabtu, 14 September 2025 pada jam yang berbeda disesuaikan dengan ketersediaan mahasiswa. Pertanyaan wawancara yang diajukan kepada mahasiswa adalah sebagai berikut:

- a. Perkenalan diri
- b. Bagaimana cara kalian pertama kali mengetahui layanan Student Support, dan apa yang akhirnya membuat kalian memutuskan untuk mencoba?
- c. Ceritakan pengalaman kalian saat pertama kali datang ke Student Support. Apa yang menurut kalian paling berkesan?

- d. Menurut kalian, seberapa mudah atau sulit proses untuk mengakses layanan ini?
- e. Selama menggunakan layanan Student Support, apa hal yang paling membantu atau bermanfaat bagi kalian secara pribadi?
- f. Adakah hambatan atau keraguan yang sempat kalian rasakan sebelum atau selama mengakses layanan?
- g. Bagaimana pandangan kalian terhadap cara Student Support berkomunikasi dengan mahasiswa? (sosialisasi, konten, visual)
- h. Menurut kalian, media atau pendekatan kampanye seperti apa yang dapat meningkatkan ketertarikan mahasiswa untuk berani datang ke Student Support?
- k. Menurut pendapat kalian, hal apa yang sebaiknya ditingkatkan dari Student Support supaya lebih dikenal, *approachable*, dan interaktif?

Melalui wawancara dengan mahasiswa yang pernah mengakses layanan Student Support, peneliti dapat memperoleh pandangan yang lebih personal dari pengalaman nyata pengguna layanan. Data berupa motivasi, hambatan, serta sisi emosional mahasiswa ketika berinteraksi dengan layanan Student Support dapat memperlihatkan pemahaman lebih dalam mengenai kebutuhan dan persepsi mereka. Data yang diperoleh dapat menjadi acuan untuk merancang kampanye yang relevan dengan target, lebih empatik dan menjawab permasalahan yang mereka alami.

Wawancara dilakukan guna mendapatkan data dari berbagai sudut pandang narasumbernya. Wawancara dengan Student Support memberikan sudut pandang penyelenggara layanan kesehatan, kemudian ketua Crewmates yang memberikan strategi komunikasi dan desain yang telah dilakukan. Pendapat mengenai strategi kampanye yang sesuai juga didapat menurut pandangan ahli kampanye dan pendapat serta persepsi nyata mahasiswa pengguna layanan. Semua temuan data akan menjadi landasan peneliti dalam menentukan strategi kampanye yang relevan sesuai kebutuhan mahasiswa dan

yang mampu mendorong mahasiswa UMN untuk lebih percaya dan nyaman dalam mengakses layanan Student Support.

3.3.2 Observasi

Peneliti akan melakukan teknik observasi dengan pengamatan terfokus pada media yang telah digunakan oleh Student Support Universitas Multimedia Nusantara. Teknik ini peneliti lakukan untuk melihat aspek visual, pesan, dan interaksi dari media cetak dan digital Student Support UMN. Untuk mengamati media cetak, peneliti melakukan pengamatan di lingkungan kampus Universitas Multimedia Nusantara.

3.3.3 Kuesioner

Kuesioner dilakukan dengan teknik *non random sampling* kepada 100 mahasiswa UMN untuk mencapai titik jenuh. Responden berasal dari berbagai jurusan dan semester untuk mendapatkan data terkait tingkat pengetahuan, persepsi, dan minat mereka terhadap layanan kesehatan mental Student Support. Teknik kuesioner dipilih karena menjadi teknik yang efisien untuk menjangkau lebih banyak responden dalam waktu yang fleksibel. Selain itu, kuesioner juga akan menanyakan seputar preferensi dan pola perilaku para responden mengenai media kampanye interaktif. Pertanyaan Kuesioner yang dibagikan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kuesioner Biodata Responden

Bagian 1: Biodata Responden			
Tujuan: Mengetahui data profil responden			
No	Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
1.	Fakultas	<i>Multiple Choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Teknik & Informatika • Bisnis • Ilmu Komunikasi • Seni & Desain
2.	Angkatan	<i>Multiple Choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 2019 - 2021 • 2022 • 2023

			<ul style="list-style-type: none"> • 2024 • 2025
3.	Usia	<i>Multiple Choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 18 – 19 • 20 – 21 • 22 – 23 • 25
4.	Berapa rata-rata total pengeluaran Anda per bulan?	<i>Multiple Choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 4.250.000 – 7.000.000 • 7.000.000 – 11.000.000 • > 11.000.000

Kuesioner bagian pertama berisi pertanyaan mengenai biodata responden. Pertanyaan ini digunakan peneliti untuk mendapatkan informasi profil dan mengidentifikasi SES dari target perancangan. Hasil data yang diperoleh menjadi acuan peneliti dalam merancang dengan subjek perancangan yang relevan.

Tabel 3.2 Kuesioner Layanan Kesehatan Mental Student Support

Bagian 2: Layanan Kesehatan Mental Student Support			
Tujuan: Mengetahui pemahaman, sikap, dan hambatan mahasiswa terhadap layanan kesehatan mental Student Support			
No.	Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
1.	Apakah Anda pernah dengar mengenai Student Support UMN?	<i>Multiple Choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
2.	Dari mana Anda pertama kali mengetahui Student Support?	<i>Multiple Choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Teman • Dosen • Media Kampus • Acara kampus • OMB

3.	Apa layanan yang disediakan oleh Student Support?	<i>Multiple Choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Perizinan kuliah • Pelaporan SKKM • Layanan konseling • Pendampingan Kompetisi • Penemuan dan pengembalian barang hilang • Tidak tahu
4.	Apakah Anda pernah menggunakan layanan kesehatan mental Student Support?	<i>Multiple Choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
5.	Layanan apa yang pernah Anda gunakan?	<i>Check box</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Psikotes • Konseling Individual • Konseling Kelompok • Konselor Sebaya • Psikoedukasi (workshop/ seminar) • Ruang Berkisah • Layanan Kedukaan • Belum pernah
6.	Pernahkah Anda merasa butuh bantuan atau dukungan emosional selama kuliah?	<i>Multiple Choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak pernah • Pernah, tapi cukup ditangani sendiri • Pernah, tapi cerita ke teman/keluarga • Pernah, tapi ragu/tidak tahu harus ke mana

			<ul style="list-style-type: none"> • Pernah, dan pernah mengakses layanan Student Support
7.	Apa alasan utama Anda merasa enggan atau ragu dalam menggunakan layanan Student Support?	<i>Multiple Choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak tahu prosedur atau cara mengakses layanan Student Support • Takut dinilai negatif oleh sekitar • Malu untuk cerita masalah pribadi ke orang lain • Merasa masalah yang dialami tidak cukup serius untuk dibawa ke psikolog • Ragu apakah layanan Student Support bisa membantu • Takut cerita pribadi saya tersebar ke orang lain • Belum ada testimoni dari mahasiswa lain yang pernah menggunakan layanan ini • Tidak punya waktu • Takut suasana terlalu formal/ kaku

			<ul style="list-style-type: none"> • Tidak merasa enggan atau ragu
8.	Mengakses layanan kesehatan mental bisa membuat saya dianggap lemah oleh orang lain.	<i>Likert</i>	Skala 1: Tidak Setuju Skala 4: Setuju
9.	Saya khawatir informasi yang saya ceritakan bisa tersebar ke dosen, teman, atau pihak kampus lainnya.	<i>Likert</i>	Skala 1: Tidak Setuju Skala 4: Setuju
10.	Layanan kesehatan mental hanya diperlukan bagi orang yang memiliki masalah serius.	<i>Likert</i>	Skala 1: Tidak Setuju Skala 4: Setuju
11.	Menurut saya, menjaga kesehatan mental sama pentingnya dengan menjaga kesehatan fisik.	<i>Likert</i>	Skala 1: Tidak Setuju Skala 4: Setuju
12.	Jika ada kampanye atau kegiatan tentang kesehatan mental di kampus, saya akan tertarik untuk mengikutinya.	<i>Likert</i>	Skala 1: Tidak Setuju Skala 4: Setuju

13.	Menurut Anda, apa saran atau masukan yang bisa membuat mahasiswa/ mahasiswi UMN lebih nyaman dan berani mengakses layanan kesehatan mental Student Support?	<i>paragraph</i>	(isi sendiri)
-----	---	------------------	---------------

Pada bagian kedua, kuesioner berisi pertanyaan mengenai layanan kesehatan mental Student Support menurut pandangan mahasiswa. Pengetahuan dan sikap mahasiswa terhadap layanan, serta kendala yang mereka rasakan menjadi tujuan dari bagian ini. Data yang diperoleh berguna dalam memetakan dan memvalidasi masalah sosial dari perancangan. Selain itu, peneliti juga bertujuan untuk mencari tahu alasan utama keraguan mahasiswa sebagai isu utama yang akan diangkat dalam kampanye.

Tabel 3.3 Kuesioner Media

Bagian 3: Media			
Tujuan: Mengetahui preferensi media target perancangan			
No.	Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
1.	Dari media apa Anda pernah melihat informasi atau konten mengenai Student Support?	<i>Check box</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram • Tiktok • Youtube • Poster di papan pengumuman • <i>Website</i> resmi kampus (diakses lewat laptop)

			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Mobile site</i> kampus (diakses lewat hp) • Videotron • Email • <i>Booth</i> • <i>Event/ Talkshow</i> • Belum pernah lihat
3.	Platform apa yang paling sering Anda gunakan untuk mendapatkan informasi kampus?	<i>Check box</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Media Sosial • <i>Website</i> (diakses lewat laptop) • <i>Mobile Site</i> (diakses lewat hp) • Email • Papan pengumuman • Videotron • Union
4.	Jenis media interaktif apa yang menurutmu paling menarik?	<i>Check box</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> (diakses lewat laptop) • <i>Mobile Site</i> (diakses lewat hp) • Aplikasi • Videotron interaktif • Poster interaktif • Media sosial interaktif • AR • Buku interaktif
5.	Apakah kamu bersedia dihubungi untuk berpartisipasi pada diskusi	<i>Short Answer</i>	Jika bersedia, silakan tulis nomor kontak atau username

	kelompok (FGD) terkait penelitian ini?		instagram yang bisa dihubungi. Jika tidak, silakan isi dengan tanda (-).
--	--	--	--

Pada bagian ketiga, peneliti memberikan pertanyaan mengenai sikap dan kebiasaan responden terhadap media. Data ini dapat menjadi acuan peneliti mengidentifikasi preferensi target dan menentukan media yang relevan.

Kuesioner ini dibagikan kepada mahasiswa UMN sebagai target kampanye. Isi kuesioner diawali dengan biodata untuk memastikan target kampanye tersebar merata dari berbagai fakultas dan angkatan, juga untuk mengetahui SES mahasiswa. Bagian kuesioner selanjutnya berisikan pertanyaan mengenai layanan kesehatan mental Student Support untuk memvalidasi masalah kampanye. Kemudian, bagian terakhir kuesioner berguna untuk mendapatkan pola perilaku mahasiswa terhadap media sebagai salah satu pertimbangan penentuan media kampanye.

3.3.4 Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan sebagai salah satu proses pencarian data dalam pengerjaan perancangan kampanye interaktif. Studi eksisting dilakukan pada kampanye yang telah dilakukan oleh Student Support dan juga universitas lain. Data ini akan menjadi acuan bagi peneliti untuk menghindari masalah yang sama, meningkatkan aspek yang kurang, juga mengembangkan media interaktif yang lebih relevan dan solutif pada proses perancangan.

3.3.5 Studi Referensi

Dalam proses perancangan media kampanye interaktif yang relevan dengan tujuan meningkatkan kesadaran mahasiswa akan layanan kesehatan mental Student Support UMN, dibutuhkan adanya studi referensi. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati media-media kampanye interaktif maupun media serupa yang sudah ada. Media ini dianalisis sebagai inspirasi dalam hal pendekatan, bentuk media, maupun strategi penyampaian pesan dalam proses perancangan kampanye.