

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena kehilangan anak merupakan pengalaman yang dapat berpengaruh besar terhadap kondisi fisik dan mental bagi orang tua. Dukungan berbasis emosional dan komunitas dianggap sebagai salah satu metode paling efektif yang dapat membantu orang-orang yang sedang mengalami masa kedukaan Cacciatore et al. (2021). *Heaven is for Real* merupakan salah satu komunitas tersebut. Komunitas yang berbasis di Indonesia ini menyediakan *grief support* secara emosional dan spiritual, dan beranggotakan khusus orang tua yang berduka (Shieny, 2017). *Heaven is for Real* memiliki visi untuk menguatkan iman dari keluarga-keluarga yang kehilangan anak untuk dapat menghadapi hidup dengan mental yang sehat, dan misinya adalah untuk melayani orang-orang yang kehilangan anaknya, dan menjadi wadah terbuka bagi keluarga untuk saling menguatkan.

Komunitas ini menyediakan dukungan berbasis komunitas spiritual dan emosional, dengan cara perkumpulan persekutuan seluruh anggota, penguatan melalui kunjungan rumah, dan pertemuan kelompok kecil untuk saling menguatkan. Berdasarkan observasi awal pada tanggal 1 Agustus 2025, 9 Oktober 2025, dan 14 Oktober 2025 terhadap ketiga kegiatan utama tersebut, didapatkan bahwa profil anggota sebagian besar terdiri dari orang tua berusia 35-64 tahun, diikuti dengan orang tua lansia berusia 65 tahun keatas berdasarkan klasifikasi usia Kementerian Kesehatan. Kegiatan yang dilakukan sesuai dengan kriteria *grief support* yang memadai menurut Cacciatore et al. (2021), yang memenuhi kebutuhan orang yang berduka terhadap komunitas dan dukungan emosional.

Maka dari itu, berdasarkan jabaran di atas, komunitas *Heaven is for Real* memiliki berpotensi menjadi wadah untuk memberikan dukungan kepada orang tua yang mengalami kehilangan, dan membantu menumbuhkan layanan *Bereavement*

Care yang dibutuhkan di Indonesia (Kustanti & Yunitri, 2025), dan relawan aktif dalam komunitas masih terbatas pada keluarga *founder* dan konselor komunitas. Sehingga ditemukan bahwa masalah yang dialami oleh komunitas terletak pada kesulitannya memperoleh anggota baru dan aktif untuk keberlanjutan operasi komunitas. Cara komunitas melakukan promosi saat ini masih mengandalkan penyebaran *Word-of-Mouth* untuk mencari dan menemukan anggota-anggota baru, dan tidak menggunakan metode promosi yang aktif selain melalui siaran radio, yang dilaksanakan lebih dari beberapa tahun yang lalu. Oleh karena itu, diperlukan media yang disiarkan melalui *platform* untuk menjangkau target audiens yang sesuai dengan profil komunitas saat ini.

Menurut riset yang dilakukan oleh Kairam et al. (2012) mengenai faktor pertumbuhan sebuah komunitas sosial, ditemukan bahwa komunitas sosial yang bergantung pada *diffusion* (yaitu pengenalan anggota baru melalui hubungan lingkungan sosial anggota-anggota dalam komunitas) memiliki peluang lebih besar untuk berhenti berkembang, dan pada akhirnya gagal. Sementara itu, pertumbuhan komunitas sosial melalui anggota yang tidak memiliki hubungan dengan orang-orang di dalam komunitas ditunjukkan untuk berkembang lebih cepat dan bertahan lebih lama. Oleh sebab itu, terdapat urgensi yang besar untuk menemukan anggota-anggota komunitas baru bagi komunitas *Heaven is for Real*.

Untuk menjawab kedua masalah tersebut, diperlukan sebuah promosi untuk meningkatkan jangkauan audiens bagi komunitas *Heaven is for Real*. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan dari permasalahan tersebut yaitu perancangan sebuah promosi untuk memperkenalkan dan membantu orang tua yang berduka melalui komunitas *grief support Heaven is for Real*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, masalah yang ditemukan dapat dijabarkan sebagai berikut, yaitu:

1. Kurangnya jangkauan komunitas *grief support Heaven is for Real* untuk menyediakan dukungan sosial terhadap kedukaan yang dialami.

2. Tidak terdapatnya media yang menyediakan *platform* untuk menjadi wadah promosi bagi komunitas *grief support Heaven is for Real*.

Oleh karena itu, rumusan masalah yang terbentuk yaitu sebagai berikut: bagaimana perancangan promosi untuk komunitas *grief support “Heaven is for Real”*?

1.3 Batasan Masalah

Untuk menyusun lingkupan permasalahan yang sesuai, penulis menetapkan batasan masalah penelitian sebagai berikut. Perancangan ini ditujukan kepada dewasa tengah umur 35-64 tahun, SES B-C, berdomisili Bandung yang telah mengalami kehilangan anak, menggunakan metode promosi. Ruang lingkup perancangan dibatasi seputar topik pengenalan dan partisipasi orang dewasa yang mengalami kehilangan anak terhadap komunitas *grief support “Heaven is for Real”*.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dinyatakan pada bagian sebelumnya, tujuan tugas akhir dinyatakan sebagai berikut. Tujuan tugas akhir yaitu membuat perancangan promosi untuk komunitas *grief support “Heaven is for Real”*.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

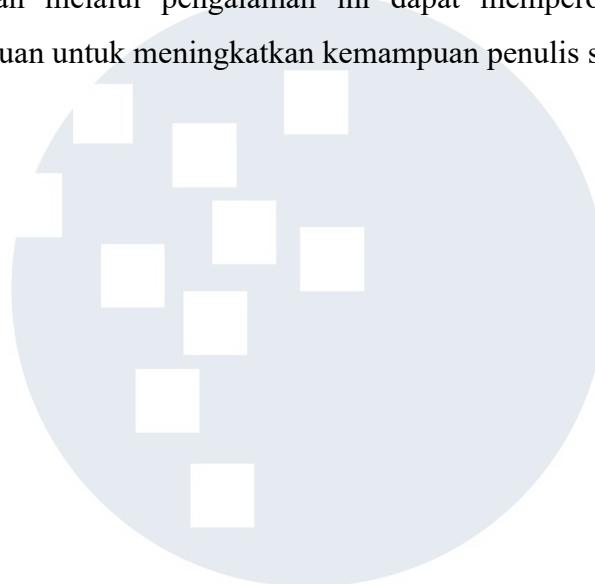
Terdapat beberapa manfaat dari perancangan promosi untuk komunitas *grief support*, yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini yaitu meningkatkan kesadaran dan partisipasi terhadap dukungan sosial untuk orang dewasa yang mengalami keduakan akibat kehilangan anak melalui media promosi. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memberikan kontribusi positif terhadap penerapan teori desain dalam promosi dan memberikan tambahan wawasan bagi pengembangan topik riset di bidang ini.

2. Manfaat Praktis

Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menambah kesadaran serta wawasan mengenai topik serupa. Bagi universitas, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan acuan dan referensi bagi karya mahasiswa/i Desain Komunikasi Visual selanjutnya. Untuk penulis, diharapkan melalui pengalaman ini dapat memperoleh wawasan dan pengetahuan untuk meningkatkan kemampuan penulis sebagai desainer.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA