

PERANCANGAN MEDIA VISUAL KAMPANYE SOSIAL DUKUNGAN KELUARGA UNTUK MENCEGAH DEPRESI PADA LANSIA

Designing Visual Media Social Campaigns Family Support to Prevent Depression in The Elderly

Ulayya Mefafitria Dipraja, Bijaksana Prabawa S.Ds.,M.M, Siti Hajar K, S.Pd.,MM.³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹ulayya09@gmail.com

ABSTRAK

Depresi menyebabkan penurunan kualitas hidup seseorang. Lansia sangat rentan resiko terkena depresi karena adanya faktor perubahan yang tidak dimiliki usia lainnya. Selain itu, lansia beresiko salah diagnosa dan kurang perawatan karena beberapa gejala mereka dapat salah dikaitkan dengan penyakit, pengobatan, ataupun perubahan sosial lainnya. Kurangnya media yang digunakan dalam kampanye sosial menyebabkan kurangnya pemahaman masyarakat tentang depresi pada lansia. Perancangan visual media kampanye ini ditujukan untuk masyarakat di kota Bandung yang merupakan salah satu penduduk daerah terpadat di Indonesia. Perancangan kampanye ini menggunakan metode kualitatif wawancara, observasi dan kuesioner, studi pustaka dan studi pustaka digital. Setelah dikumpulkan melalui metode kualitatif, data kemudian dianalisis dengan menggunakan matriks perbandingan. Hasil perancangan visual media kampanye ini adalah berupa Poster, X-Banner, Flyer, Brosur dan Media Sosial (Poster Digital). Perancangan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan masyarakat di Kota Bandung mengenai informasi pencegahan depresi pada lansia melalui dukungan keluarga dengan visual media kampanye sosial yang menarik berbasis desain komunikasi visual.

Kata kunci: *Pencegahan Depresi, Lansia, Dukungan Keluarga, Media Visual Kampanye Sosial*

ABSTRACT

Depression decreases the quality of life of a person. Elderly is especially vulnerable to the risk of suffering from depression due to changing factor which does not happen to the other age groups. Besides, elderly also faces a risk of getting misdiagnosed and receiving lack of treatment because some of their depression symptoms are similar to the other illnesses, medications, or social changes. The lack of media which is used in social campaign causes lack of understanding from the people about depression on elderly. The design of this visual media campaign aims to the people living in Bandung which is one of the city in Indonesia with high population. The design of this campaign uses qualitative methods; interview, observation, questionnaire, library research, and digital library research. After compiled through qualitative method, the data is analysed using comparative matrix. The products of this media campaign visual design are Poster, X-Banner, Flyer, Brochure and Social Media (Digital Poster). This design aims to give knowledge about the preventive action towards depression on elderly through family support using social campaign visual media which is based on visual communication design.

Keywords: *Prevention of Depression, Elderly, Family Support, Visual Media Social Campaign*

1. Pendahuluan

Lansia merupakan proses secara alami yang dihadapi oleh manusia. Proses penuaan ini mengakibatkan penurunan kemampuan daya untuk hidup seperti mengalami penurunan kesehatan fisik dan psikis yang pada akhirnya akan memengaruhi kehidupan sosial maupun ekonomi lansia. Menurut penelitian, depresi merupakan gangguan mental yang sering ditemukan pada berusia 60 tahun keatas. Hal ini disebabkan karena faktor yang mempengaruhi depresi pada usia lansia lebih banyak dari usia lain. Faktor tersebut terjadi karena proses penuaan pada lansia yang menyebabkan penurunan kemampuan pada fisik, sosial, dan juga mental.

. Keluarga, teman, maupun tenaga medis sering mengira bahwa depresi pada lansia adalah hal yang wajar dalam proses penuaan. Lansia seringkali ditinggalkan oleh keluarga mereka yang sibuk karena pekerjaan, jarang dijenguk, hingga ditiptkan ke panti jompo. Karena itu, peran keluarga merupakan peran utama untuk membantu proses penyembuhan karena mampu menciptakan suasana yang hangat bagi orang tuanya (Suryo Dharmono, SpKJ(K) , Kompas 2008)

Dibandingkan dengan negara maju, perhatian dari masyarakat dan pemerintah Indonesia mengenai kesehatan lansia masih sangat kurang. Pentingnya pengetahuan mengenai depresi pada lansia perlu diberitahukan kepada masyarakat agar lansia mendapat perhatian dan dukungan dari lingkungan sosial khususnya keluarga supaya dapat mengatasi perubahan yang terjadi pada mereka seperti perubahan keadaan fisik dan perubahan keadaan mental. Media informasi yang ada belum optimal sehingga kepedulian masalah kesehatan mental pada lansia masih minim sehingga masalah kesehatan pada lansia kian bertambah dan pelayanan kesehatan bagi lansia masih belum memadai. (Pusat Penelitian Kependudukan LIPI,2015)

2. Dasar Teori

2.1. Teori Kontekstual

Fungsi komunikasi massa secara umum menurut Effendy 1993 (Ardianto dkk,2015 : 3) adalah sebagai fungsi informasi, fungsi pendidikan, dan fungsi memengaruhi. Komunikasi massa digunakan untuk memproduksi bentuk bentuk pesan dalam komunikasi dalam kampanye. Jenis kampanye yang dilakukan adalah *Ideologically or Cause Oriented Campaign*. Kotler menyebut kampanye jenis ini sebagai *social change campaign*, yaitu kampanye yang berorientasi untuk mengubah sikap atau perilaku publik pada masalah-masalah sosial (Venus, 2009)

Untuk menyampaikan pesan-pesan yang akan disampaikan dibutuhkan perencanaan media untuk meminimalkan biaya yang dikeluarkan namun dapat memberikan dampak yang optimal (Morissan, 2007 : 138). Langkah-langkah untuk menentukan cara yang baik dalam perencanaan media melalui penyampaian pesan, yaitu : menentukan audiens target sasaran, menentukan tujuan media, menetapkan strategi media dan menetapkan jadwal media. (Morissan:2007). Dalam kampanye diperlukan iklan untuk dapat meningkatkan *awareness* target sasaran. Pengertian iklan menurut Klepper dalam Suryanto (2015: 440), iklan berasal dari bahasa Latin, *ad-vere*, yang memiliki arti mengalihkan suatu pikiran maupun gagasan kepada pihak lain.

2.2. Desain Komunikasi Visual

Dalam pandangan Sanyoto (2006:8) desain komunikasi visual memiliki pengertian secara menyeluruh, yaitu rancangan sarana komunikasi yang bersifat kasat mata untuk untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak umum melalui elemen-elemen visual yang ditampilkan, yaitu : warna, tipografi, ilustrasi, layout, dll.

Kampanye sosial membutuhkan logo untuk membantu memberikan nilai identitas. Logo merupakan simbol suatu perusahaan ataupun organisasi yang mempresentasikan citra perusahaan dan memberikan kepercayaan kepada publik. (Supriyono, 2010 :101). Elemen visual pada perancangan kampanye memperhatikan pemilihan warna untuk dapat merangsang kepekaan indera penglihatan sehingga dapat memberikan perasaan senang, sedih, semangat pada seseorang yang melihatnya (Kusrianto, 2007:46). Pemilihan tipografi untuk memilih

karakter huruf dan cara pengelolaannya bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada pembaca secara cepat, mudah dan menyenangkan (Supriyono,2010:23). Ilustrasi dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual (Kusrianto, 2007: 140). Perancangan media visual depresi pada lansia menggunakan ilustrasi dalam bentuk foto untuk menyampaikan pesan/ide dengan mendokumentasikan suatu momen atau peristiwa penting (Sudarma,2014:2). Membuat tata letak yang baik dengan memperhatikan prinsip-prinsip layout menurut Tom Lincy dalam “Design Principle for Desktop Publishing” dalam Kusrianto (2007:277-285) adalah : proposi, keseimbangan, fokus,

3. Metode Penelitian

Untuk dapat membuat perancangan yang baik, dibutuhkan data-data yang tepat untuk dapat dianalisis. Metode penelitian yang dilakukan yaitu wawancara sebagai proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dengan bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan” (Supardi, 2006 : 99), observasi : agar dapat melakukan pengamatan secara langsung di lingkungan penelitian, kuesioner : mengumpulkan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada subjek yang diteliti Kusumah dan Dwitagama (2011:78) dan melakukan studi pustaka cetak maupun studi pustaka digital.

4. Pembahasan

- a) Depresi merupakan gangguan suasana hati yang serius ditandai dengan perasaan cemas dan sedih.
- b) Depresi sering dianggap sama dengan perasaan sedih pada umumnya.
- c) Lansia sangat rentan resiko terkena depresi karena adanya faktor perubahan pada lansia yang tidak dimiliki usia lainnya.
- d) Depresi pada lansia sering dikaitkan dengan penyakit, pengobatan, atau perubahan kehidupan lainnya, sehingga banyak yang menganggap bahwa depresi merupakan proses normal dari penuaan.
- e) Penyebab depresi pada lansia umumnya disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu : faktor fisik, faktor isolasi sosial dan ditinggalkan oleh orang-orang terdekat mereka.
- f) Gejala depresi yang paling umum pada lansia (*Mood Disorder of Society Canada* , 2010)
- g) Dampak Depresi
- h) Pengobatan depresi pada lansia secara efektif dapat melalui beberapa pendekatan (Hurley, 2018)
- i) Pencegahan melalui dukungan keluarga dapat membantu penderita depresi untuk:

4.1. Analisis Data

Hasil dari data dan analisis data dapat disimpulkan bahwa penyakit mental menjadi hal yang disampingkan dimasyarakat. Permasalahan depresi masih dianggap tabu karena masih adanya stigma yang buruk di masyarakat sehingga penderita tidak mendapatkan penanganan yang tepat. Dibutuhkan kampanye sosial mengenai depresi pada lansia untuk meningkatkan kepedulian masyarakat khususnya keluarga sebagai bentuk dukungan mencegah depresi pada lansia. Dalam menyebarkan informasi kampanye sosial dibutuhkan media yang cocok dengan target audience usia 35-50 tahun. Media sosial seperti facebook dan instagram merupakan media sosial yang digunakan untuk mencari informasi dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini juga didukung pada hasil kuesioner dominan responden memilih media sosial yaitu facebook dan instagram. Selain itu, hasil kuesioner dari responden menyatakan media informasi mengenai depresi masih minim dari segi kejelasan informasi dan visual yang ditampilkan.

4.2. Segmentasi

Usia : 35- 50 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-Laki dan Perempuan
Pekerjaan : Pekerja kantoran dan Wiraswasta
Pendidikan : Sekolah Menengah Atas, S1, S2
Geografis : Kota besar seperti Bandung
Behaviour : Sibuk dengan kehidupan perkotaan.

4.3. Konsep Pesan

Lansia yang depresi cenderung kekurangan perhatian, terasingkan dan kurangnya ikatan dengan keluarganya. Maka dari alasan tersebut dalam perancangan media kampanye dipilih big idea “Kebersamaan Keluarga dengan Memberikan Waktu untuk Lanjut Usia”. Tujuan pesan perancangan kampanye ini agar dapat meningkatkan kepeduliannya terhadap perubahan yang dialami lansia dengan meluangkan waktu mereka dengan menemani lansia untuk mencegah depresi pada lansia. Perancangan kampanye menggunakan metode AISAS karena tidak hanya informatif mengenai depresi pada lansia tetapi juga dapat menumbuhkan rasa empati terhadap keluarga mereka yang lanjut usia sehingga dapat melakukan pencegahan dengan memperhatikan orang tua mereka. Tagline yang digunakan sebagai *reminder* adalah “Sadari, Temani, Hindari Depresi”

4.4. Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada target sasaran adalah dengan *emotional approach* (pendekatan emosional) dan *visual approach* (pendekatan visual). Pendekatan visual menggunakan jenis fotografi human interest karena dapat menggambarkan suasana/mood kehidupan seseorang dan menimbulkan simpati dari orang yang melihatnya. Sedangkan, pendekatan emosional dapat menampilkan fenomena perubahan sosial yang merupakan faktor penyebab depresi pada lansia dan ekspresi lansia yang sedang sedih. Selain itu, diberikan teks sebagai pendukung verbal untuk memperkuat visual.

4.5. Konsep Visual

Perancangan media visual ini menggunakan logo berjenis logogram dan logotype. Logogram merupakan representasi dari karakteristik lansia yaitu badan lansia yang membungkuk dan juga tongkat sebagai alat bantu lansia. Sedangkan logotype berisi tulisan mengenai gerakan kampanye agar pesan dapat langsung terlihat oleh khalayak sasaran. Jenis fotografi yang digunakan adalah human interest bertujuan untuk menimbulkan perasaan simpati maupun empati dapat memperlihatkan fenomena sisi kehidupan yang dialami lansia. Tipografi yang digunakan untuk headline adalah Sans Serif. Jenis ini memberikan kesan santai dan ringan sehingga mudah dibaca dan mudah dipahami. Dalam perancangan visual kampanye ini menggunakan *picture window layout* karena penyajian visual atau gambar yang besar menjadi ciri utama tata letak, kemudian diikuti dengan headline, teks hanya memiliki porsi yang kecil. Pemilihan warna menggunakan warna grayscale yang merupakan gradasi dari warna hitam hingga warna putih. Warna hitam memberikan citra gelap, suram dan juga menakutkan, yang mana warna abu-abu juga memberikan kesan kusam dan melambangkan depresi dalam penelitian Peter Whorwell, *University Hospital South Manchester*

4.6. Konsep Media

Konsep media dibuat berdasarkan hasil dari konsep kreatif dan konsep komunikasi/konsep pesan. Dalam penyampaian pesan maka media poster dibagi menjadi 3 seri yaitu mengenai gejala depresi yang timbul pada lansia, fenomena lansia yang depresi dan solusi pencegahan maupun pengobatan depresi pada lansia. Media yang digunakan dalam perancangan visual kampanye ini adalah poster digital dan poster cetak sebagai

media utama sedangkan untuk media pendukung menggunakan media seperti brosur, flyer, x-banner dan media sosial..

4.7. Konsep Bisnis

Perancangan media visual kampanye sosial bekerjasama dengan Klinik Rs.Hurip Waluya yang ada di Kota Bandung agar kampanye dapat berjalan dengan baik. Adapun unsur kerjasama yang dijalankan :

a. Promosi

Penulis dan Klinik Rs.Hurip Waluya akan melakukan promosi kampanye dengan menyebarkan brosur dan flyer pada Car Free Day yang ada diBandung. Selain itu, penulis juga akan melakukan promosi secara online melalui media sosial seperti instagram dan facebook.

b. Dana/Biaya

Klinik Rs.Hurip Waluya akan menyiapkan dana untuk merealisasikan media visual yang telah dirancang oleh penulis agar dapat disebarakan kepada target audience.

c. Dokumentasi

Penulis akan menyebarkan dokumentasi yang telah dilakukan kedalam media sosial seperti instagram dan facebook

Tabel 4. 1 Konsep Bisnis

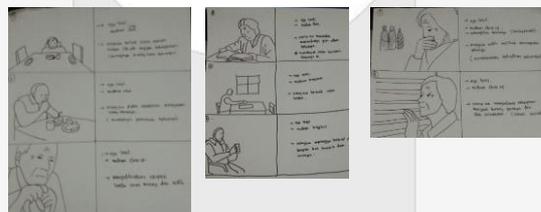
Media	Harga	Keterangan	Quantity	Jumlah
Poster Seri 1	5.000	A3ArtPaper, 210 gr, 1 sisi	45	675.000
Poster Seri 2	5000	A3ArtPaper, 210 gr, 1 sisi	150	750.000
Poster Seri 3	5000	A3ArtPaper, 210 gr, 1 sisi	150	750.000
Brosur	4.000	A4 Art Paper , Full Colour, 120gr, 2 sisi	4000	16.000.000
Flyer	1.000	A5hvs, Black and white, 120gr, 1 sisi	2600	2600.000
X-Banner	100.000	Ukuran 60x160cm, Bahan Flexi	5	500.000
Poster Infografis	5000	A3ArtPaper, 210 gr, 1 sisi	300	1.500.000
Desainer				6.000.000
Total				24.825.000

Sumber : Penulis

5. Hasil Perancangan

a. Ilustrasi Foto

Sketsa Foto



Gambar 5. 1 Sketsa Foto

Sumber : Dokumentasi Penulis

b. Poster

Poster dibuat berseries untuk mengelompokkan informasi kepada khalayak sasaran. Seri satu tentang pengenalan tanda tanda depresi, seri dua tentang lansia yang sudah terkena depresi, dan solusi untuk pencegahan depresi apabila terjadi pada lansia



Gambar 5.2 Poster Seri Satu

Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 5.3 Poster Seri Dua

Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 5.4 Poster Seri Dua

Sumber : Dokumentasi Penulis

c. Infografis

Infografis dibuat dalam bentuk poster yang dibagi menjadi tiga bagian, yaitu : data depresi, gejala depresi, dan pencegahan serta pengobatan depresi



Gambar 5.5 Poster Infografis

Sumber : Dokumentasi Penulis

d. Brosur

Brosur dibuat untuk memberikan informasi lebih lanjut secara mendalam tentang depresi kepada khalayak sasaran



Gambar 5.6 Brosur Kampanye

Sumber : Dokumentasi Penulis

e. Flyer

Flyer dibuat untuk memberikan informasi mengenai event kampanye dan kegiatan kampanye, sebagai salah satu media promosi kampanye.



Gambar 5.7 Flyer Kampanye

Sumber : Dokumentasi Penulis

d. X-Banner

Berfungsi untuk pengingat kampanye berlangsung dan informasi mengenai kegiatan kampanye.

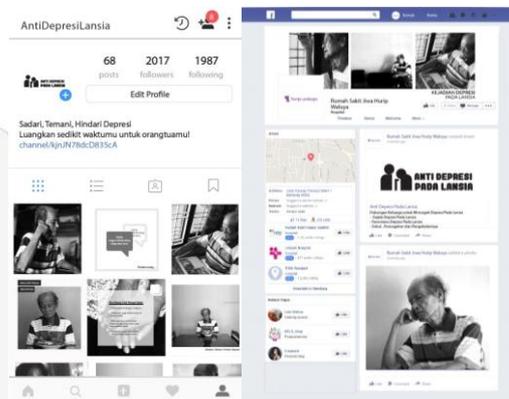


Gambar 5.8 X-Banner Kampanye

Sumber : Dokumentasi Penulis

e. Sosial Media

Sosial Media digunakan untuk membagikan informasi mengenai kampanye yang akan dilakukan. Selain itu, sosial media juga dapat menjadi tempat dokumentasi kegiatan kampanye yang telah dilakukan.



Gambar 5.9 Sosial Media Kampanye

Sumber : Dokumentasi Penulis

6. Kesimpulan

Depresi pada lansia semakin hari dapat meningkat pada kota-kota besar seperti Kota Bandung apabila penyebab dan gejala depresi tidak diketahui oleh masyarakat umum. Lansia memiliki faktor penyebab depresi yang tidak dimiliki oleh usia lainnya sehingga lansia lebih risiko untuk menderita depresi. Kurangnya kesadaran dan perhatian masyarakat terhadap keadaan lansia diakibatkan karena kurangnya media informasi yang edukatif mengenai depresi pada lansia dan juga cara pencegahannya.

Dalam suatu merancang sebuah media visual kampanye sosial perlu memahami target sasaran, tujuan kampanye, dan media kampanye yang dipilih. Media kampanye ditentukan dengan memperhatikan segmentasi target sasaran dari segi geografis, psikografis, demografi dan behaviour. Agar lansia mendapat perhatian dan dukungan dari lingkungan sosial khususnya oleh keluarga mereka, maka dibuatlah media kampanye yang telah disesuaikan oleh sasaran dengan menggunakan AISAS yaitu : Attention (media brosur dan flyer sebagai promosi , poster seri 1) , Interest (poster seri 2 tentang kejadian depresi), Search (melalui sosial media) , Action (poster seri 3 tentang pencegahan dan dukungan depresi pada lansia), Share (dokumentasi yang akan dipublikasi melalui sosial media).

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro dkk., 2015 . *Komunikasi Massa*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Arsyad, Azhar. 2003. *Media Pembelajaran* . Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Darmawan, Ferry. 2009. *Dunia dalam Bingkai Dari Fotografi Film hingga Fotografi Digital*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Darmojo dan Martono. 2006. *Geriatry*. Jakarta : Yudistira.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Hardywinoto & Setiabudhi. 1999 . *Panduan Gerontologi Tinjauan dari Berbagai Aspek: Menjaga Keseimbangan Kualitas Hidup Para Lanjut Usia* . Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Kusumah, Wijaya dan Dedi Dwitagama. 2011. *Mengenal Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta : PT Indeks.
- Langford, Michael & Philips Andrews. 2007. *Langford's Starting Photography: The guide to great images with digital or film Fifth Edition*. Kanada : Focal Press
- Morissan, Alexander 2007 .*Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Ramdina Prakarsa.
- Potter, P. A & Perry, A. G. (2006), *Buku Ajar Fundamental Keperawatan: Konsep, Proses dan Praktik*. Jakarta : EGC
- Pujianto. 2013 . *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Riduwan . 2004. *Metode Riset*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Shimp, Terence A. 2004. *Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu..* Jakarta: Erlangga
- Sudarma, I Komang. 2014. *Fotografi*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Supardi, M.d . 2006 . *Metodologi Penelitian*. Mataram : Yayasan Cerdas Press
- Supriyono, Rakhmat . 2010. *Teori Dan Aplikasi Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : C.V Swasty, Wirania. 2017 . *Serba Serbi Warna Penerapan Pada Desain* . Bandung. PT Rosdakarya
- Venus, Antar. 2009. *Manajemen Kampanye*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Sumber Website :
- Hurley,Katie.2018. *Depression in Elderly*
<https://www.psych.com/psychcentral/elderly.html> [di akses 24 Februari 2018, 21.09]
- Kementrian Kesehatan Republik Indonesia . 2013. *Populasi Lansia Diperkirakan Terus Meningkat Hingga Tahun 2020*.
<http://www.depkes.go.id/pdf.php?id=13110002> [di akses 21 Februari 2018 16:05 WIB]
- Kompas . 2008 . *Waspada Depresi pada Lansia*
<https://nasional.kompas.com/read/2008/06/26/1912429/Waspada.Depresi.pada.Lansia> [di akses 21 Februari 2018 12:09 WIB]
- Mathers & Loncar. 2006. *Projections of Global Mortality and Burden of Disease from 2002 to 2030*. <http://journals.plos.org/plosmedicine/article?id=10.1371/journal.pmed.0030442>
 [di akses 31 Januari 2018, 15:45]
- Mood Disorder of Society Canada . 2010
<https://mdsc.ca/documents/Consumer%20and%20Family%20Support/Depression%20in%20Elderly%20edited%20Dec16%202010.pdf> [di akses 2 Februari 2018 20:05]
- National Institutes of Health . 2016 . *Depression Basics*
<https://www.nlm.nih.gov/health/publications/depression/index.shtml#pub2> [di akses 1 Februari 2018, 14:03]
- Our World In Data . 2018
<https://ourworldindata.org/mental-health> [di akses 2 Mei 2018 , 15:08]
- Pusat Penelitian Kependudukan . 2016 . *Menjadi Lansia Saat Ini : Beban atau Dibebani?*

<http://kependudukan.lipi.go.id/id/kajian-kependudukan/dinamika-kependudukan/317-menjadi-lansia-saat-ini-beban-atau-dibebani> [di akses 22 Febuari 12:09]

World Health Organization . 2018 . *Depression*

<http://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/depression> [di akses 30 Mei 2018, 1:24]

