

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Kesehatan adalah keadaan suatu badan yang sejahtera dari badan dan jiwa seseorang yang memungkinkan mereka hidup secara produktif. (UU Kesehatan No 23,1992). Oleh karena itu manusia berlomba-lomba untuk mendapatkan tubuh yang sehat agar kehidupan mereka selalu produktif. Kesehatan adalah hal penting yang harus selalu dijaga dan dimiliki oleh setiap orang agar dapat melakukan aktivitas dan kegiatan yang baik. Sehat biasanya dipersepsikan dari segi fisik saja, berat badan ideal, tubuh yang bugar biasanya menjadi patokan bahwa orang tersebut sehat. Padahal sehat juga menyangkut tentang kesehatan jiwa yang sering terlupakan, kesehatan jiwa dianggap sepele dibandingkan kesehatan fisik. Menurut Pusat Data dan Informasi (PUSDATIN) di Indonesia gejala kecemasan sudah diidap oleh anak sejak usia 15 tahun. Data Riskesdas tahun 2018 menunjukkan prevalensi gangguan mental emosional pada penduduk usia 15 tahun ke atas di Jawa Barat mencapai 12%. Baru baru ini kesehatan mental merupakan topik yang sedang hangat dibicarakan, khususnya di media sosial seperti Instagram dan Twitter, dilatar belakangi oleh tayangnya film berjudul JOKER pada bulan Oktober lalu yang dimana sang tokoh utama memiliki gangguan mental. Setelah film tersebut rilis di Indonesia masyarakat mulai membicarakan tentang kesehatan mental dan juga penyakit penyakit di dalamnya.

Terdapat berbagai macam gangguan kesehatan mental adalah penyakit gangguan kecemasan (*Anxiety Disorder*). Anxiety Disorder merupakan gangguan kecemasan yang tidak wajar, penderita biasanya sering kali merasakan kecemasan dan kekhawatiran tentang peristiwa buruk yang akan terjadi meskipun tidak ada hal buruk yang sebenarnya terjadi. Anxiety Disorder biasanya ditandai dengan dirasakannya sesak nafas, detak jantung yang tidak teratur, cemas, khawatir, tegang, tidak tenang, rasa tidak enak di ulu hati (Hawari, 2011:67).

Seseorang dengan penyakit Anxiety biasanya memiliki pemikiran yang sangat negatif sesak nafas sakit jantung serta tangan bergetar yang dirasakannya disangka mereka memiliki penyakit jantung, ataupun pemikiran negatif lain seperti takut dengan masa depan, takut dengan pendidikannya, bahkan takut dengan kematian,

itu semua bisa menciptakan serangan panik. Penyakit ini tentunya sangat mengganggu pengidap yang di mana jika penyakit ini tidak ditangani dengan baik dapat mengganggu kehidupan penderita seperti terbatasnya kemampuan seseorang untuk bekerja, berhubungan dengan orang lain, dan hubungan dengan keluarga, yang lebih parahnya lagi beresiko untuk melakukan tindakan bunuh diri. Kebanyakan masyarakat tidak tahu dan kurang memahami penyakit-penyakit mental seperti ini, alhasil banyak penderitanya tidak mendapatkan penanganan yang benar dari profesional yang malah dapat memperburuk kondisi si penderita. Oleh karena itu penting sekali masyarakat untuk mengenal dan paham tentang penyakit gangguan kecemasan ini karena lingkungan sosial pengidap merupakan salah satu hal yang sangat mempengaruhi emosi dan kesembuhannya.

Penderita Anxiety selain membutuhkan tenaga profesional untuk menangani penyakitnya mereka juga membutuhkan dukungan dari orang terdekat seperti keluarga, sahabat dan lainnya. Sebagai orang terdekat penderita, mereka harus peduli dan tahu tentang penyakit yang sedang dialami, dengan begitu orang-orang terdekat akan lebih perhatian dengan si penderita dan menciptakan lingkungan yang nyaman. Sebagai orang terdekat penderita, terdapat langkah awal penanganan yang tepat dilakukan untuk mendampingi penderita yaitu dengan metode ALGEE, ALGEE merupakan langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk memberikan pertolongan pertama bagi orang-orang yang mengalami gangguan mental (Sehatmental, 2019). ALGEE terdiri dari seperti *Approach* atau dekati, dekati orang tersebut agar mau membicarakan kekhawatirannya dan apa yang dirasakannya, lalu *Listen* atau dengarkan dan jangan menghakimi apa yang dia ceritakan dan jangan menyepikan apa yang sedang dia rasakan, *Give* atau berikan masukan- masukan yang membangun juga informatif bahwa apa yang dirasakannya dapat disembuhkan, *Encourage* dorong, bantu ajak dan temani mereka untuk bertemu dengan profesional kesehatan jiwa, *Encourage* yang terakhir adalah dorong mereka untuk menjalani pemulihan serta kehidupan yang lebih baik.

Di Bandung sendiri, sudah pernah dilakukan kampanye tentang kesehatan mental oleh lembaga Switch Up bekerja sama dengan YSMI atau Yayasan Sehat Mental Indonesia. Namun, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui kampanye tersebut, dari data dan fenomena yang penulis dapatkan, penulis mengangkat tema

penanganan Anxiety Disorder yang ditujukan untuk keluarga agar mereka dapat melakukan langkah-langkah penanganan yang tepat ketika keluarga dan orang terdekatnya mengalami gangguan kecemasan. Penulis mengangkat metode ALGEE dari *Mental Health First Aid* yang dapat membantu penderita dengan langkah awal yang dapat diberikan. Penulis berasumsi untuk membuat sebuah perancangan kampanye yang menggunakan media digital dan konvensional untuk mengkomunikasikan pesan kepada masyarakat dan sebuah aplikasi yang dapat membantu keluarga saat mendampingi penderita gangguan kecemasan, Kampanye ini diharapkan dapat meningkatkan kepedulian dan kesadaran masyarakat khususnya di Kota Bandung bahwa penyakit gangguan kecemasan atau Anxiety Disorder bukan masalah sepele dan hal yang memalukan serta diharapkan masyarakat yang memiliki keluarga atau sahabat yang terindikasi mengalami gangguan kecemasan dapat melakukan penanganan dan langkah awal untuk penderita, sehingga penderita mendapatkan penanganan yang baik sehingga terhindar dari resiko depresi dan bunuh diri.

1.2 Identifikasi Masalah

Mengacu pada latar belakang di atas, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah:

1. Prevalensi gangguan mental emosional pada penduduk usia 15 tahun ke atas di Jawa Barat mencapai 12% di mana angka ini mengalami peningkatan, 9% pada tahun 2013.
2. Kurang pengetahuan dan penanganan yang tidak tepat dapat memperburuk kondisi si penderita bahkan beresiko pada tindakan bunuh diri.
3. Kampanye yang pernah dilakukan oleh Switch Up masih kurang efektif karena masyarakat masih banyak yang belum tahu.

1.3 Rumusan Masalah

Dengan begitu rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan strategi kreatif kampanye yang tepat untuk memberikan pengetahuan langkah awal penanganan penyakit gangguan kecemasan Anxiety Disorder kepada masyarakat Kota Bandung?

1.4 Ruang Lingkup

Agar penelitian ini terarah dan pembahasan tidak meluas, penulis menggunakan ruang lingkup yang membatasi penelitian ini. Penulis akan merancang kampanye kesehatan langkah awal penanganan penyakit gangguan kecemasan Anxiety Disorder di Kota Bandung .

Kegiatan perancangan kampanye ini menasar pada para keluarga inti atau keluarga yang terdiri dari ayah ibu dan anak-anaknya yang masih remaja atau sudah dewasa yang tinggal di Kota Bandung khususnya mereka yang memiliki keluarga dengan gangguan kesehatan mental. Orang-orang ini yang perlu diedukasi karena mereka adalah orang-orang yang sering berinteraksi langsung dengan pengidap.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka solusi untuk fenomena tersebut yaitu dengan merancang sebuah kampanye kreatif yang sesuai dengan *target audience* yang dituju. Promosi kreatif ini akan didukung dengan merancang media kreatif dan interaktif yang tepat untuk masyarakat Kota Bandung agar pesan dapat tersampaikan dengan baik.

1.5 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah di atas, maka dengan begitu tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Terancangnya strategi kreatif kampanye yang tepat di Kota Bandung agar target audiens dapat mengetahui langkah awal penanganan Anxiety Disorder.
2. Terancangnya konsep media visual ini yang akan diaplikasikan menjadi media kreatif dan informatif untuk keluarga yang tinggal di Kota Bandung khususnya mereka yang memiliki keluarga dengan penyakit *anxiety disorder* sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat khususnya keluarga dan orang terdekat penderita Anxiety Disorder di Kota Bandung

tentang bagaimana langkah awal penanganan yang baiknya dilakukan untuk penderita.

2. Dapat menerapkan ilmu desain komunikasi visual ke dalam ruang lingkup masalah kesehatan mental sehingga dapat memberikan manfaat dan dampak positif bagi bidang keilmuan tersebut.
3. Dapat membantu Yayasan Sehat Mental Indonesia dan lembaga Switch Up dalam memberikan penyuluhan dan edukasi mengenai masalah kesehatan mental dalam bentuk rancangan kampanye yang kreatif untuk disampaikan kepada masyarakat di Kota Bandung

1.7 Metodologi Penelitian

Pada penelitian berikut ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif “Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya bentuk tindakan, perilaku, motivasi dan persepsi, dengan cara medeskripsi sebuah bentuk kata-kata dan bahasa, mengacu pada memanfaatkan berbagai konteks khusus dalam bentuk alamiah” (Moleong, 2005: 6).

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa:

1. Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2006:162), “Kuesioner adalah sebuah teknik untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan secara tertulis kepada beberapa orang untuk mendapatkan jawaban dari mereka”. Penulis melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada target audiens yaitu pria dan wanita usia 20-35 tahun di Kota Bandung dengan tingkat ekonomi menengah ke atas.

2. Wawancara

Kahija (Rokhmah dkk., 2019:32) mengemukakan bahwa “Wawancara adalah suatu metodu untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan pertanyaan ke orang lain baik itu dengan berhadapan langsung (*face to face*), berbicara lewat telepon, atau berhadapan lewat layar”. Penulis

melakukan wawancara kepada target audiens dan tenaga ahli di bidang kesehatan mental, agar mendapatkan data yang tepat.

3. Studi Pustaka

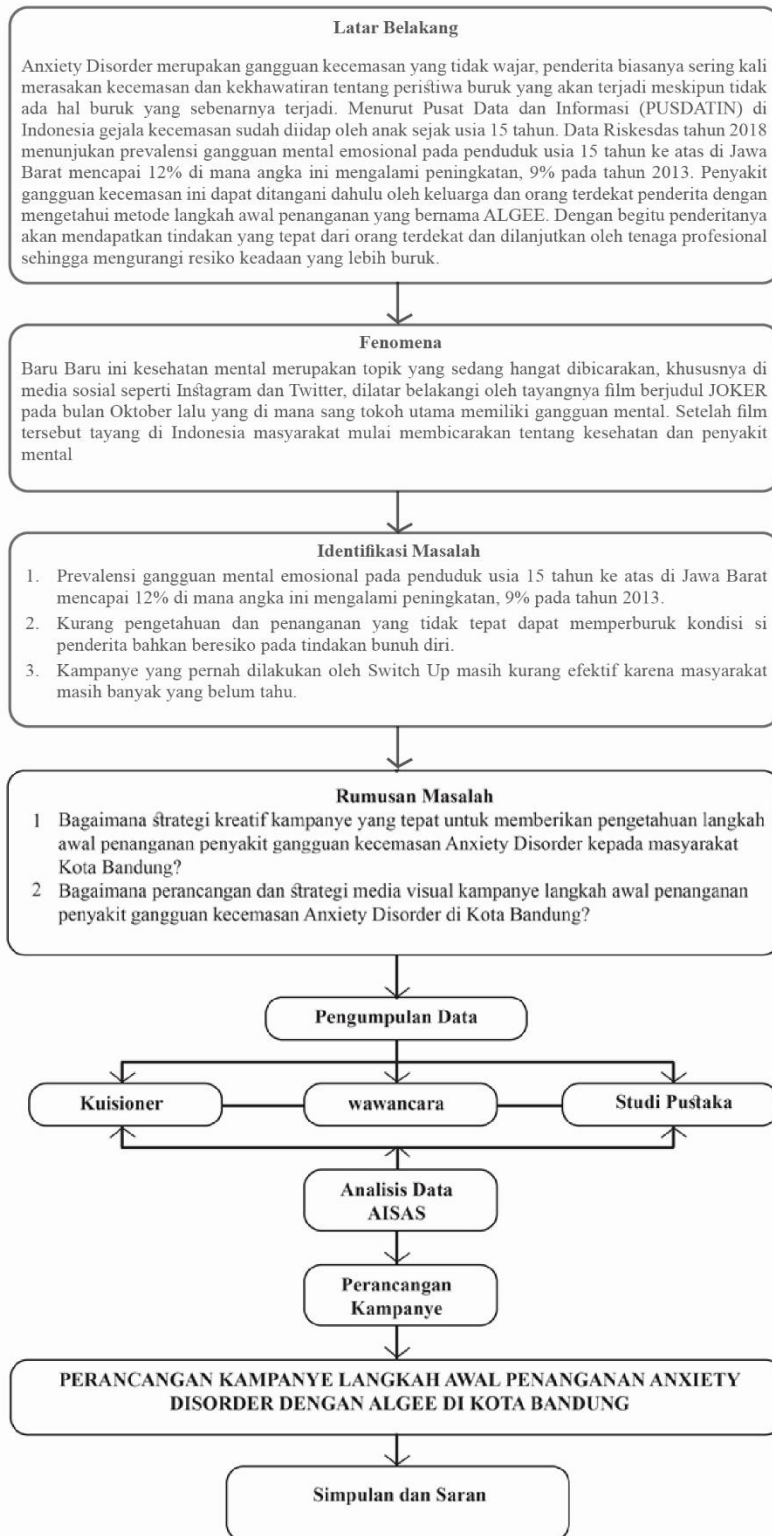
Studi pustaka dilakukan untuk memberikan penggambaran yang lebih jelas dengan cara mempelajari buku, jurnal, laporan sejenis, ataupun referensi lainnya untuk menyelesaikan laporan penelitian ini dengan baik.

1.7.2 Metode AISAS

Untuk mendapatkan strategi promosi yang baik dan tepat, penulis melakukan metode analisis AISAS (*attention, interest, search, action, share*). Sugiyama dan Andree (2011:79) mengatakan bahwa “AISAS adalah sebuah model yang dibuat dan dirancang untuk melakukan pendekatan kepada target audiens secara efektif dengan memperhatikan perubahan perilaku yang terjadi khususnya terkait dengan kemajuan teknologi internet.” Mengacu akan hal tersebut metode analisis ini dapat membantu penulis dalam melakukan pendekatan secara efektif kepada target audiens di era modern ini di mana masyarakat banyak mengakses informasi melalui internet. AISAS dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. **Attention**, yaitu perhatian, di mana target audiens mulai memperhatikan suatu produk, layanan, atau iklan dari produk atau layanan tersebut.
2. **Interest**, atau ketertarikan di mana mulai munculnya ketertarikan pada target audiens setelah mereka memperhatikan produk, jasa atau iklan
3. **Search**, atau mencari, di mana target audiens mulai mengumpulkan informasi tentang produk, jasa, atau iklan yang telah menarik perhatian mereka.
4. **Action**, atau aksi yaitu target audiens memberikan penilaian keseluruhan berdasarkan informasi yang sebelumnya sudah dikumpulkan tentang produk atau jasa tersebut, lalu membuat keputusan pembelian.
5. **Share**, atau membagi yaitu setelah target audiens melakukan aksi (pembelian), mereka akan membagikan pengalaman mereka menggunakan produk atau jasa tersebut kepada orang lain dengan memberikan komentar, foto, atau tayangannya di internet.

1.8 Kerangka Penelitian



1.9 Pembabakan

1 BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, dijelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan metode pengumpulan data, kerangka penelitian, dan pembabakan laporan penelitian.

2 BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai dasar teori yang relevan sebagai pijakan untuk membuat laporan penelitian, kerangka teori, serta asumsi.

3 BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab ini akan diuraikan hasil pencarian data terkait penelitian dari berbagai sumber dan analisis masalah secara terstruktur dan siap diuraikan. Data yang diambil merupakan hasil wawancara dari narasumber dan kuisisioner. Lalu menguraikan hasil analisis yaitu dengan metode AISAS.

4 BAB IV KONSEP DAN HASIL PERACANGAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai konsep dan visual dari promosi yang dilakukan serta bagaimana strategi kreatif dan perancangannya dari awal hingga akhir eksekusi kampanye.

5 BAB V PENUTUP

Berupa simpulan akhir mengenai hasil dari laporan penelitian dan saran yang berkaitan dengan penulisan laporan penelitian.