

## **ABSTRAK**

Menurut Persatuan Dokter Spesialis Kesehatan Jiwa Indonesia (PDSKJI), usia 18-29 tahun menjadi usia paling banyak terdapat pikiran kematian. Pada 2021, UNICEF memperbarui kerjasama mereka dengan BTS untuk kampanye kesehatan mental. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kampanye kesehatan mental melalui video YouTube BTS (방탄소년단) *Speech at 75th UN General Assembly* terhadap perubahan perilaku subscriber remaja channel BANGTANTV di masa pandemi COVID-19. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji korelasi dan uji regresi sederhana. Hasilnya, variabel Kampanye dan variabel Perubahan Perilaku memiliki korelasi sebesar 0,828 yang artinya merupakan hubungan yang sangat kuat positif. Uji regresi menunjukkan ada pengaruh variabel Kampanye Kesehatan terhadap variabel Perubahan Perilaku sebesar 68,5%. Dapat dikatakan bahwa munculnya Perubahan Perilaku sebagai hasil dari suatu kampanye akan banyak dipengaruhi oleh seberapa efektif kampanye tersebut dibuat.

**Kata kunci** : kampanye, kesehatan mental, UNICEF, perubahan, remaja