

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Surabaya sebagai salah satu kota metropolitan terbesar di Indonesia, yang sering menghadapi berbagai tantangan sosial dan ekonomi yang kompleks. Salah satunya adalah meningkatnya kasus bunuh diri, yang menjadi perhatian serius bagi pemerintah daerah, masyarakat, dan organisasi kesehatan mental. Bunuh diri sendiri adalah suatu tindakan seseorang yang sengaja mengakhiri hidupnya. Dalam buku *Hygiene Mental* yang dirilis Kartini Kartono menjelaskan, Bunuh diri merupakan salah satu cara untuk melarikan diri dari dunia nyata, lari dari sesuatu yang tidak bisa dikendalikan atau sudah cukup buruk. Sehingga muncul bentuk regresi ingin mendapatkan ketentraman kenyamanan dan juga ketenangan. Bunuh diri karena kehilangan motivasi dan keinginan untuk hidup juga dapat terjadi pada seseorang.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya bunuh diri pada mahasiswa diantaranya yaitu, Faktor demografi yang berkaitan dengan gender dan kondisi ekonomi, Permasalahan Psikologi seperti depresi, perfeksionis, kecanduan alkohol dan narkoba serta Permasalahan Adaptasi, tekanan akademik serta perundungan, Permasalahan Sosial seperti isolasi sosial, enggan untuk meminta pertolongan karena adanya stigma serta kurangnya fasilitas layanan konseling untuk mahasiswa serta adanya pengalaman percobaan bunuh diri yang telah dilakukan sebelumnya dan bunuh diri yang menular (Urme,2022). Depresi salah satu contoh faktor yang sering menjadi alasan para korban melakukan tindakan bunuh diri. Kasus terbaru tercatat pada tanggal 18 September 2024 seorang mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya melakukan bunuh diri, dari banyaknya kasus yang terjadi di Surabaya maka penulis merancang kampanye edukasi *Self Reward* untuk menyadarkan pentingnya menghargai diri sendiri untuk menjaga kesehatan mental.

Kebanyakan remaja yang mengalami *mental illness* adalah pengidap gangguan jiwa yang belum selesai tentang siapa dirinya. Kondisi keluarga yang tidak harmonis, pengasuhan yang keras dan otoriter, kurangnya keteladanan orang tua, hubungan buruk dengan teman, masalah ekonomi, dan gambaran yang salah yang diberikan media biasanya mempengaruhi remaja. Mereka mudah terpengaruh oleh mode dan didikte oleh gaya hidup liberal dan hedonis. Kemudian untuk Perempuan Muslimah sendiri dipilih karna kebanyakan sampel atau audiens yang menjadi anggota di *ladies class* adalah Perempuan Muslimah serta Perempuan Muslimah juga tak luput dari stress, depresi, dan lain-lain.

Perempuan Muslimah lebih rentan mengalami depresi karena beberapa faktor utama. salah satunya adalah perubahan hormon selama menstruasi, kehamilan, dan menopause. Perubahan hormon ini dapat mempengaruhi suasana hati dan meningkatkan risiko depresi. Selain itu, tekanan sosial dan budaya juga berperan besar, di mana ekspektasi tinggi terhadap peran perempuan dalam keluarga dan masyarakat dapat menyebabkan stres berlebih. Selain faktor biologis dan sosial, kesehatan mental menghalangi perempuan untuk mendapatkan bantuan. Banyak orang menahan diri untuk berbicara atau mencari pertolongan karena mereka takut dikucilkan atau dianggap tidak beriman. Oleh karena itu, meningkatkan kesadaran dan dukungan terhadap kesehatan mental sangat penting untuk membantu perempuan Muslimah mengatasi depresi dengan lebih baik.

World Health Organization (WHO) menyatakan bahwa banyak masalah kesehatan mental yang muncul pada akhir masa kanak-kanak dan awal remaja. Studi terbaru menunjukkan bahwa masalah kesehatan mental, khususnya depresi, merupakan penyebab terbesar dari beban penyakit di antara individu pada usia awal (WHO, 2016). Data dari WHO juga menunjukkan bahwa depresi merupakan penyebab utama dari penyakit dan kecacatan yang dialami remaja, dengan tindakan bunuh diri sebagai penyebab ketiga kematian terbesar (WHO, 2014). Data-data tersebut menunjukkan bahwa saat ini semakin banyak remaja yang mengalami depresi.

Meningkatnya kasus gangguan jiwa berat di Indonesia dari tahun ke tahun mengindikasikan perlunya pengukuran tingkat kerentanan kesehatan mental masyarakat sebagai langkah deteksi dini. Dalam rentang waktu antara tahun 2013 sampai dengan 2018, jumlah kasus gangguan jiwa berat di Indonesia meningkat sebesar 5.3%. Menurut data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) pada tahun 2013, jumlah kasus gangguan jiwa berat pada penduduk Indonesia adalah 1.7% dan pada tahun 2018 mencapai 7% (Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan RI, 2018). Depresi, kecemasan, dan stres merupakan tiga jenis gangguan jiwa yang banyak ditemukan di Indonesia terutama di kota-kota metropolitan seperti Surabaya. Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Riskesdas pada tahun 2013, jumlah keseluruhan kasus gangguan jiwa emosional dengan gejala-gejala depresi dan kecemasan mencapai sekitar 6% (Kusumadewi & Wahyuningsih, 2020).

Survei YouGov pada tahun 2019 menunjukkan bahwa sebanyak 27% penduduk Indonesia pernah memiliki pikiran bunuh diri (suicidal thoughts) (Priyambodo, 2019). Survei tersebut juga menunjukkan bahwa kelompok usia 18 hingga 24 tahun adalah yang paling rentan mengalami gangguan kesehatan mental. Hampir serupa dengan data-data tersebut, laporan World Health Organization pada tahun 2019 menegaskan bahwa angka kematian

akibat bunuh diri tertinggi sekarang ini berasal dari negara-negara Eropa dan Asia Tenggara (Santika, 2023). Yang lebih memprihatinkan, kasus-kasus kematian akibat bunuh diri tersebut paling banyak terjadi pada kelompok usia dewasa awal, yaitu usia 20-24 tahun, 25-29 tahun, dan 30-39 tahun.

Bagaimana caranya kita menjaga kesehatan mental? Salah satu caranya ialah dengan menghargai diri sendiri melalui *self reward*. Hal ini adalah cara paling sederhana menghargai diri sendiri karena *self reward* merupakan suatu hal kecil namun berdampak besar bagi kesehatan mental. Contoh *self reward* yang dapat dilakukan sendiri ada banyak salah satunya adalah dengan membeli makanan favorit atau barang yang diinginkan sejak lama.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Renda Trinada Nurbaiti dan Muhamad Uyun dalam jurnal berjudul "*Impact of Self-Reward Understanding and Stress Coping Strategies on Student Success in Completing Final Project*". Dijelaskan bahwa hasil validitas dari skala self-reward yang terdiri dari 61 butir aitem dan terbagi menjadi empat aspek, menunjukkan bahwa dari 61 butir terdapat 25 butir aitem yang gugur dan 36 item yang valid dan didapatkan nilai alpha sebesar 0.969 sehingga dalam hal ini skala self-reward dinyatakan sangat andal.

Self Reward adalah sebuah tindakan berupa memberi penghargaan kepada diri sendiri. Penghargaan tersebut dilakukan untuk mendapatkan kesenangan dan kepuasan karena telah mencapai sesuatu tindakan yang telah direncanakan dengan matang sebelumnya. Dalam era modern digital banyak orang yang sering kali mengabaikan pentingnya memberikan penghargaan kepada diri sendiri. Menurut Ayesha (2022:14), *Selfreward* mungkin terdengar sepele, tetapi penting untuk dilakukan. Selain sebagai bentuk penghargaan terhadap diri sendiri, *selfreward* merupakan sebuah sarana untuk mengurangi kegelisahan diri. Dengan begitu, akan siap menghadapi dan mengapresiasi diri sendiri atas perjuangan dan pencapaian yang telah di raih.

Self reward adalah istilah yang digunakan saat seseorang memberikan hadiah untuk dirinya sendiri. Di tengah tuntutan hidup yang semakin meningkat, banyak orang yang sering lupa untuk merayakan pencapaian kecil mereka. Hal ini penting dalam menjaga keseimbangan antara kerja keras dan waktu untuk diri sendiri, serta menjaga keseimbangan kesehatan mental yang baik, Menurut Siti Nur Aeni (2022).

Self Reward merupakan apresiasi kepada diri sendiri karena sudah bekerja dan secara tidak sadar dilakukan secara berulang-ulang untuk kesenangan atas segala aktivitas yang mereka lakukan. Dikalangan perempuan muslimah, Kesehatan mental menjadi salah satu masalah yang penting. Banyak orang terlalu terbebani dengan ekspektasi yang tinggi sehingga

mereka tidak memiliki waktu untuk menikmati kemajuan kecil yang telah mereka lakukan. *Self reward* dapat memberikan dampak positif, meskipun begitu beberapa orang tidak menyadari betapa pentingnya tindakan ini. Terlepas dari setiap pencapaian ataupun kerja keras yang dilakukan, berhak untuk memberikan apresiasi terhadap diri sendiri. Apresiasi tersebut merupakan tanda bahwa mencintai diri sendiri dan merasa Bahagia. Banyak yang menganggap *self reward* bentuk dari kemalasan atau pemborosan, namun ketika dilakukan dengan benar akan meningkatkan produktivitas dalam jangka panjang. *Self reward* juga dapat memberikan kesenangan dan suka cita. Biasanya dapat membeli makanan kesukaan, membeli barang yang diinginkan, pergi ke tempat yang ingin dikunjungi, dan lain sebagainya, Aprilia (2021).

Self reward digunakan saat memberikan penghargaan kepada diri sendiri atas kerja keras. Melakukannya karena ingin membuang pikiran negatif dan kegelisahan. Mulailah dengan memahami diri sendiri (*self awareness*) dan mencintai diri sendiri (*self love*). Dengan demikian, akan memiliki keinginan untuk mengapresiasi diri sendiri (*self reward*) atas hal yang telah dilalui dalam mencapai tujuan. *Self reward* dapat dilakukan setelah pencapaian atau menuntaskan tugas atau pekerjaan yang banyak dan sulit. Banyak orang yang menyepelekan atau tidak menganggap penting *self reward*. Biasanya, mereka yang memiliki intensitas kerja padat menganggap *self reward* sebagai suatu hal yang egois, melenakan, dan mengganggu produktivitas. Padahal, menghadahi diri sendiri itu baik untuk Kesehatan mental. Menurut penelitian dari beberapa sumber, orang yang melakukannya justru lebih termotivasi untuk mencapai target lain. Rasa senang ketika mendapatkan hadiah atau apresiasi akan mendorong dirinya untuk lebih semangat dalam bekerja, Ayesha (2022).

Pada dasarnya, melakukan *self reward* bukanlah suatu hal yang salah. Selama dilakukan dalam batas-batas yang aman, *self reward* itu baik untuk menjaga Kesehatan mental, meningkatkan motivasi, dan meningkatkan performa kerjamu. Namun, harus mampu mengontrolnya, jangan sampai *self reward* dijadikan sebagai alasan untuk melakukan hal-hal yang menghabiskan uang. Ada banyak bentuk *self reward* dan setiap orang memiliki cara yang berbeda-beda untuk menerapkannya. Salah satu bentuk yang umum digunakan ialah membeli barang-barang mewah yang tidak sesuai dengan kebutuhan, melainkan hanya berdasarkan keinginan. Alhasil, *self reward* sering disebut sebagai pemborosan. Padahal, ini termasuk salah satu upaya untuk menghargai diri sendiri atas keberhasilan yang sudah dicapai agar lebih bersemangat dalam melakukan segala hal yang akan datang. Salah satu praktik *self-reward* ialah *me-time* (seseorang menikmati waktunya sendiri) seperti jogging, menonton film, membaca buku, berendam di air hangat, atau menghibur diri dengan karaoke. Ada juga orang yang menghadahi dirinya dengan makan di restoran yang mahal, melakukan spa, berbelanja online,

atau staycation ke tempat yang mahal. Akibatnya, *self-reward* sering menjadi pembenaran dari kebiasaan konsumtif dan boros. Sebaiknya menghadahi diri sendiri dengan hal-hal positif dan pada saat yang sama dengan tidak menghukum kesalahan diri sendiri, Menurut buku Ayesha (2022:108-109).

Mondelez Indonesia menemukan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia mencari camilan untuk memberikan Kesehatan mental dan sebagai hadiah untuk diri mereka sendiri. (*self reward*) pada masa pandemi covid-19. Berdasarkan survey bertajuk “*The State of Snacking*”, sebanyak 72% masyarakat mengakui motivasi utama mereka dalam memilih camilan ialah sebagai *self reward*. Bahkan, kegiatan ngemil dianggap sebagai waktu untuk melepaskan diri dari beban mental yang mengelilingi setiap hari Dimana 61% dari responden setuju bahwa camilan memang seharusnya ditujukan untuk kebahagiaan atau kepuasan diri. Kebutuhan akan ngemil memang muncul untuk meredam stres. Ngemil juga merupakan cara untuk mencari kenyamanan yang dibutuhkan Ketika jeda atau menyelesaikan pekerjaan, terutama bagi kalangan milenial dan Gen Z. Hal itu sangat mungkin karena secara biologis perilaku makan atau ngemil dapat menyalakan reward system di dalam otak yang menghasilkan hormon Bahagia (dopamin), Ayesha (2022:98),

Perempuan adalah orang (manusia) yang mempunyai puka, dapat menstruasi, hamil, melahirkan anak dan menyusui. Sedangkan menurut The Great Muslimah karya Hanny Dewanti dan Titis Adinda (2019), Pengertian muslimah adalah wanita yang menganut ajaran agama Islam dan menjalankan seluruh kewajiban serta perintah dari Allah SWT sebagaimana yang disebutkan dalam agama Islam, Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),

Perempuan Muslimah yaitu adalah wanita yang memeluk agama Islam dan menjalankan ajarannya. Islam memberikan kedudukan dan kehormatan yang tinggi kepada perempuan, baik dari segi hukum ataupun dari masyarakat sendiri. Ketika Islam datang ke dunia ini, ia telah mengangkat posisi perempuan ke derajat yang lebih tinggi, memberikan kebebasan, kehormatan, dan hak pribadinya secara merdeka, Buku Kartini Nyantri ditulis Oleh Amirul Ulum dalam Resni Yulwika Putri, (2021),

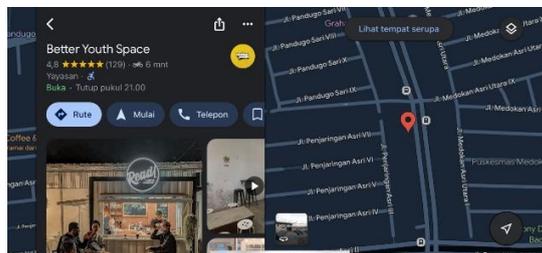


Gambar 1.1 Logo Better Youth Fondation

(sumber: Dokumen Better Youth Foundation)

Better Youth didirikan pada tahun 2018 diawali dari kegelisahan terhadap fenomena degradasi moral di kalangan pemuda, terutama pada muslim di Indonesia. Meningkatnya angka aborsi, seks bebas, penggunaan narkoba, dan lain sebagainya. *Better Youth* sendiri menjadi wadah untuk para kalangan pemuda terutama muslim di Indonesia. Ustad Zayyin Achamd, Chief Executive Officer (CEO) *Better Youth Foundation*, menjelaskan kepada Kanal24 pada Jumat (29/09/2024) bahwa yayasan ini bukan sekadar komunitas, melainkan sebuah gerakan besar yang bertujuan untuk menemani pemuda dalam menyelesaikan berbagai persoalan yang mereka hadapi. “Kami hadir untuk memberikan solusi dan memfasilitasi kebutuhan pemuda dalam menjalani kehidupan yang lebih bermakna, melalui program-program yang bersifat sosial, edukatif, dan spiritual,” ujar ustad Zayyin. *Better Youth* adalah contoh bagaimana sebuah gerakan yang dimulai dari hal kecil, seperti kajian masjid, dapat tumbuh jadi yayasan besar yang memberi dampak positif bagi ribuan pemuda di Indonesia.

Ladies Class adalah sebuah program dari *Better Youth Foundation* khusus perempuan yang berfokus pada peningkatan ketaatan dalam ajaran islam dan pengembangan diri. Dengan motto "Ta'at itu Cantik", Program ini mengajak para anggotanya untuk menjadi shalihah hingga mencapai Jannah (surga). *Better Youth Foundation* yang berlokasi di Jl. Penjaringan Sari PS II no. D-25, Penjaringan Sari, Kecamatan Rungkut, Surabaya, Jawa Timur.



Gambar 1 2 Tata Letak *Better Youth*
(Sumber: Google Maps, 2024)

Menurut Rogers dan Storey (1987) dalam Fatimah (2018), Kampanye adalah sejumlah tindakan komunikasi terencana yang bertujuan menciptakan akibat atau efek tertentu kepada khalayak dalam jumlah yang besar dan dikerjakan secara terus menerus pada waktu tertentu. Beberapa ahli komunikasi mengakui bahwa definisi yang diberikan Rogers dan Storey adalah yang paling populer dan banyak diterima para ilmuwan komunikasi. Sehingga, pada dasarnya kampanye adalah hal yang lumrah yang kerap ditemukan. Bahkan pada saat tertentu, realisasi atau penerapan proses kampanye sangat sering tidak sesuai dengan peraturan yang telah diregulasikan.

Kampanye Edukasi adalah serangkaian tindakan komunikasi yang direncanakan yang dimaksudkan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang suatu masalah atau topik tertentu. Jenis kampanye edukasi bervariasi, termasuk kampanye sosial yang bertujuan menumbuhkan kesadaran akan masalah sosial atau lingkungan, kampanye melalui media digital yang memanfaatkan platform seperti media sosial atau aplikasi, serta kampanye tatap muka yang melibatkan interaksi langsung dengan audiens.

Perancangan kampanye edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat, serta bagi Perempuan Muslimah mengenai pentingnya *self reward*. Diharapkan dapat mendorong gaya hidup yang seimbang dan lebih menghargai diri sendiri atas pencapaian kecil dalam kehidupan sehari-hari. Kampanye edukasi ini juga bertujuan untuk mengubah pandangan *negative* tentang *self reward* menjadi sesuatu yang *positif* dan menginspirasi melalui visual yang lebih menarik dan edukatif dan diharapkan dapat memotivasi untuk lebih menghargai usaha dan pencapaian yang telah mereka raih, sekecil apapun itu.

Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan rasa percaya diri, dan dapat mendukung kesejahteraan psikologis. Kurangnya pemahaman tersebut menjadikan perlunya kampanye edukasi yang mengajarkan cara melakukan *self reward* secara seimbang. Kampanye edukasi ini menekankan pentingnya penggunaan media visual yang tepat, kreatif, dan edukatif yang dapat menyampaikan pesan dengan lebih mudah dipahami oleh audiens.

Berdasarkan pengamatan peneliti dari hasil wawancara secara umum 9 dari 10 perempuan muslimah belum mengerti tentang pemahaman *self reward*. Mereka memahami bentuk *self reward* adalah menghambur-hamburkan uang atau hedonisme bentuk memanjakan diri dan bentuk pemborosan sehingga mereka menganggap *self reward* tidak penting dan merugikan. Peneliti merancang kampanye edukasi guna memberikan pemahaman tentang *self reward* yang benar dan tepat. Kemudian ada contoh kasus perempuan muslimah depresi akibat tekanan sehingga dirinya mengurung diri untuk tidak bersosialisasi. Hal ini dialami oleh salah satu siswa di Yogyakarta yang dipaksa untuk mengenakan hijab oleh gurunya.

Dampak *self reward* bisa dirasakan ketika cara dan penyampaian *self reward* sudah benar. *Self reward* juga tak hanya perihal membeli barang contoh lain dari bentuk *self reward* itu sendiri bisa dengan melakukan ke tempat yang disukai atau belum pernah dikunjungi. Menggemari pemandangan alam pergi ke pegunungan atau perbukitan. Menggemari suasana tenang air laut pergi ke pantai. Dampak yang di dapat ketika kita mampu menghargai diri sendiri atau memberikan reward terhadap diri sendiri adalah kita mampu mengatur emosional yang negatif sehingga diri kita secara alami akan membangkitkan energi-energi positif yang mendorong motivasi, menghilangkan stres, membangun kepercayaan diri, dan menjaga

kesehatan mental dari depresi. Berdasarkan paparan diatas mengenai dampak-dampak perilaku self reward maka peneliti menyimpulkan bahwa pentingnya self reward ialah untuk menjaga kesehatan mental manusia sehingga terhindar dari hal-hal negatif yang mengarah untuk menyakiti diri sendiri bahkan sampai melakukan bunuh diri.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari permasalahan yang telah dibahas dalam latar belakang dapat disimpulkan memberikan penghargaan kepada diri sendiri dapat mencakup beberapa aspek, diantaranya:

Kurangnya Kesadaran tentang Pentingnya Self Reward

Berdasarkan beberapa studi, kurangnya pemahaman dan prioritas terhadap *self reward* dan *self care* sering terjadi, terutama di kalangan perempuan. Penelitian menunjukkan bahwa perempuan cenderung mengabaikan kebutuhan mereka sendiri karena beban sosial. Dalam situasi seperti ini, sekitar 32% dari orang tua merasa kesulitan meluangkan waktu untuk perawatan diri, dan hampir 39% merasa bersalah saat melakukannya. Selain itu, survei yang telah saya buat menunjukkan bahwa 91% dari masyarakat merasa memerlukan edukasi lebih tentang pentingnya *self reward*.

Tingkat stres di kalangan Perempuan usia 19-24 tahun. Studi WHO (2022), mencatat bahwa kelompok perempuan muda lebih rentan mengalami stres, burnout, dan kecemasan karena tekanan akademik, pekerjaan, dan tuntutan sosial. Kurangnya praktik self-reward memperburuk kondisi mental mereka.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut.

- a. Bagaimana merancang kampanye edukasi secara efektif dalam upaya memahami perempuan muslimah usia 19-24 tahun terhadap pentingnya self reward?

1.4. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah dan rumusan masalah di atas, dapat disimpulkan batasan masalah sebagai berikut.

- a. **Wilayah Geografis**

Fokus kampanye edukasi ini hanya dikhususkan untuk Perempuan Muslimah yang

berdomisili di kota Surabaya dan sekitarnya, Pemilihan kota Surabaya sebagai lokasi kampanye edukasi, Hal ini dapat dilakukan untuk menyesuaikan materi atau pendekatan edukasi yang relevan dengan kebutuhan, budaya, atau nilai-nilai lokal yang spesifik.

b. Pengumpulan Data

Penelitian ini memakai beberapa proses pengumpulan data yang dilakukan, antara lain Observasi, Wawancara, dan Kuisioner.

1.5. Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disusun tujuan dari perancangan kampanye edukasi ini adalah sebagai berikut.

Meningkatkan kesadaran serta memberikan pemahaman pentingnya self reward kepada masyarakat, terutama di kalangan perempuan muslimah.

Menarik perhatian dan mampu menyampaikan pesan pentingnya self-reward dengan cara yang mudah dipahami oleh target audiens, melalui elemen visual kampanye, termasuk poster, infografis, dan media sosial.

Mendorong kalangan perempuan muslimah untuk mulai menerapkan self reward secara konsisten sebagai bagian dari keseimbangan hidup melalui pesan- pesan yang disampaikan dalam kampanye edukasi.

Mengubah pandangan negatif yang ada di perempuan muslimah terkait self reward, yang sering dianggap sebagai tindakan tidak produktif atau pemborosan, menjadi pandangan yang lebih positif dan bermanfaat.

1.6. Manfaat Hasil Perancangan

Adapun manfaat dari perancangan kampanye edukasi ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Komunitas Ladies Class Dan Perempuan Muslimah

Agar Komunitas dapat menjadi contoh bagi komunitas lain dengan mendukung kesehatan mental dan emosional. Dengan adanya pemahaman yang lebih baik, self reward akan dilihat sebagai kebutuhan penting dalam menjaga keseimbangan hidup, bukan sebagai bentuk kemalasan atau perilaku boros. Serta untuk perempuan muslimah self reward bisa menjadi bentuk penghargaan diri sendiri atas pencapaian yang diperoleh.

b. Bagi Masyarakat Umum

Agar memberikan energi positif serta dapat memahami bahwa tidak hanya kesehatan

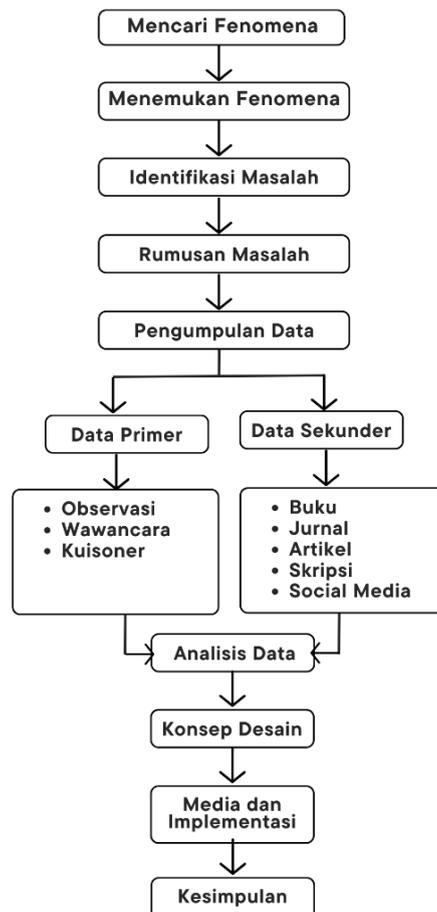
fisik yang perlu di perhatikan akan tetapi juga kesehatan mental juga perlu di perhatikan. Diharapkan selanjutnya dapat membantu masyarakat mengurangi stres, burnout, serta kelelahan mental, sehingga mereka bisa lebih produktif dan termotivasi dalam menjalani kegiatan sehari-hari.

c. Bagi Mahasiswa

Agar perancangan ini diharapkan menjadi sumber informasi dan referensi bagi mahasiswa khususnya program studi Desain Komunikasi Visual, yang menginspirasi dan memotivasi dalam perancangan kampanye edukasi serta bertumbuhnya ide-ide kreatif yang inovatif.

1.7. Kerangka Perancangan

Pada kerangka pembuatan Tugas Akhir ini disusun berdasarkan tahap demi tahap guna untuk mendapatkan hasil pengerjaan yang optimal. Adapun tahapan demi tahapan dibuat ke dalam bagan yang dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 1.3 Kerangka Perancangan

(Sumber: Dokumen pribadi, 2024)