

## ABSTRAK

### PERANCANGAN KAMPANYE MENINGKATKAN KEPEKAAN MASYARAKAT TERHADAP PERMASALAHAN BUNUH DIRI

Oleh  
**Devina Astrella Hadi**  
**1464024**

Bunuh diri merupakan sebuah tindakan yang dengan sengaja dilakukan untuk menyebabkan kematian diri sendiri. Bunuh diri dapat terjadi dengan latar belakang permasalahan yang bermacam-macam, tetapi jika dikenali secara tepat, penyebab bunuh diri dan pencegahannya dapat dideteksi. Masih adanya stigma negatif mengenai permasalahan ini pada masyarakat membuat permasalahan ini penting untuk diangkat. Hal-hal yang seringkali tidak disadari ternyata dapat menjadi penyebab bunuh diri.

Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah untuk membuat masyarakat, terutama remaja, peka terhadap adanya permasalahan bunuh diri di lingkungan mereka serta mengerti cara pencegahannya yang disampaikan melalui media yang tepat. Sehingga dapat ditarik tujuan akhir dari perancangan ini adalah untuk mengurangi bahkan menghilangkan stigma negatif mengenai permasalahan bunuh diri serta meminimalisir angka kematian karena bunuh diri di Indonesia.

Metode yang digunakan yaitu melalui sebuah kampanye yang menggunakan media sosial, yaitu *Instagram*, *Line*, dan *Facebook*, sebagai media utama penyebarannya dan menggunakan *awareness*, *informing*, dan *reminding* sebagai tahapan kampanyenya. Pada tahapan *informing* akhir diadakan sebuah *event* yang dilengkapi dengan *gimmick* berupa pin *acrylic*, *tote bag*, *notepad*, *mug*, serta *T-shirt* untuk mendukung *event* ini.

Kata kunci: bunuh diri; generasi muda; kampanye; stigma sosial

## **ABSTRACT**

### **CAMPAIGN DESIGN TO ENHANCE PEOPLE'S AWARENESS TOWARDS SUICIDE PROBLEMS**

*Submitted by*  
**Devina Astrella Hadi**  
**1464024**

*Suicide is an intentional action that causes the death of oneself. Suicide can be done with various kinds of reasons, but if it recognizable properly, the causes of suicide and the preventive action towards suicide can be detected. Negative stigma about this problem that exists in society made this matter important to be discussed, because unrecognized things are often be the cause of suicide.*

*The goal of this campaign design is to make society, especially teenagers, aware to suicide problems that exist in their surroundings and also to make them know the right preventive action which told by the right media. Therefore the ultimate goal of this campaign design is to reduce or even to eliminate the negative stigma about suicide problems and also to minimalize the rate of suicidal death in Indonesia.*

*The method is a campaign which uses social media, such as Instagram, Line, and Facebook, as the main media; and awareness, informing, reminding as the campaign stages. At the end of informing stage, there is an event which completed by gimmick in the form of acrylic pin, tote bag, notepad, mug, and also T-shirt to support this event.*

*Keywords: campaign; negative stigma; suicide; young generation*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN .....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan .....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan .....	4
BAB II : LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Bunuh Diri.....	5
2.1.1 Fenomena Bunuh Diri .....	5
2.1.2 Faktor Pemicu Bunuh Diri .....	5
2.1.3 Tanda-Tanda Orang Akan Melakukan Bunuh Diri.....	10
2.2 Perkembangan Remaja.....	10
2.2.1 Pengertian Remaja .....	10
2.2.2 Fase Perkembangan Remaja .....	11
2.2.3 Karakter Remaja.....	12
2.3 Teori Fotografi .....	13
2.4 Teori Tipografi .....	13
2.5 Teori Warna .....	14

2.6	Teori Kampanye.....	15
2.6.1	Jenis-Jenis Kampanye .....	15
2.6.2	Tujuan Kampanye Sosial .....	16
2.6.3	Media Kampanye Sosial .....	17
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....		18
3.1	Data dan Fakta.....	18
3.1.1	Lembaga Terkait .....	18
3.1.2	Wawancara dan Kuesioner.....	20
3.1.3	Fenomena yang Terjadi Mengenai Bunuh Diri.....	30
3.1.4	Tinjauan Terhadap Karya Sejenis .....	32
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta .....	34
3.2.1	Analisis SWOT Kampanye Permasalahan Bunuh Diri.....	35
3.2.2	Analisis SWOT Media Kampanye.....	35
3.2.3	Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i> .....	36
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH .....		38
4.1	Konsep Komunikasi .....	38
4.2	Konsep Kreatif .....	38
4.2.1	Konsep Verbal.....	38
4.2.2	Konsep Visual .....	39
4.3	Konsep Media .....	39
4.4	Hasil Karya.....	40
4.4.1	Logo Kampanye.....	40
4.4.2	Poster.....	41
4.4.3	Media Sosial.....	45
4.4.4	Event .....	54
4.4.5	<i>Budgeting</i> .....	58
BAB V : PENUTUP .....		59
5.1	Kesimpulan .....	59
5.2	Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA .....		61
LAMPIRAN.....		63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Font Avenir Next LT Pro Regular</i> .....	14
Gambar 2.2	<i>Font Montserrat</i> .....	14
Gambar 2.3	<i>Font Euphemia</i> .....	14
Gambar 3.1	Logo Kementerian Kesehatan Republik Indonesia .....	18
Gambar 3.2	Data WHO Mengenai Angka Bunuh Diri di Indonesia .....	30
Gambar 3.3	Fakta Mengenai Tindakan Bunuh Diri di Indonesia .....	32
Gambar 3.4	Karya Sejenis yang Membahas Mengenai Bunuh Diri .....	33
Gambar 3.5	Karya Sejenis yang Membahas Mengenai Bunuh Diri .....	34
Gambar 4.1	<i>Timeline</i> Kampanye .....	39
Gambar 4.2	Logo Kampanye .....	40
Gambar 4.3	Poster <i>Awareness</i> Tahap 1 .....	41
Gambar 4.4	Poster <i>Awareness</i> Tahap 2 .....	42
Gambar 4.5	Poster <i>Awareness</i> Tahap 3 .....	42
Gambar 4.6	Poster <i>Informing</i> Tahap 1 .....	43
Gambar 4.7	Poster <i>Informing</i> Tahap 2 .....	43
Gambar 4.8	Poster <i>Informing</i> Tahap 3 .....	44
Gambar 4.9	Poster <i>Reminding</i> .....	45
Gambar 4.10	Akun <i>Instagram</i> Resmi .....	46
Gambar 4.11	Akun <i>Instagram</i> Resmi yang Meng- <i>upload Awareness</i> .....	
	Tahapan Pertama .....	47
Gambar 4.12	Akun <i>Instagram</i> Resmi yang Meng- <i>upload Awareness</i> .....	
	Tahapan Kedua .....	47
Gambar 4.13	Akun <i>Instagram</i> Resmi yang Meng- <i>upload Awareness</i> .....	
	Tahapan Ketiga .....	48
Gambar 4.14	Akun <i>Instagram</i> Resmi yang Meng- <i>upload Informing</i> .....	
	Tahapan Pertama .....	48
Gambar 4.15	Akun <i>Instagram</i> Resmi yang Meng- <i>upload Informing</i> .....	
	Tahapan Kedua .....	49
Gambar 4.16	Akun <i>Instagram</i> Resmi yang Meng- <i>upload Informing</i> .....	
	Tahapan Ketiga .....	49

Gambar 4.17	Akun <i>Instagram</i> Resmi yang Meng- <i>upload</i> Tahapan <i>Reminding</i> .....	50
Gambar 4.18	Fitur <i>Instastory</i> Pada Tahapan <i>Awareness</i> .....	50
Gambar 4.19	Fitur <i>Instastory</i> Pada Tahapan <i>Informing</i> .....	51
Gambar 4.20	Fitur <i>Instastory</i> Pada Tahapan <i>Reminding</i> .....	51
Gambar 4.21	Iklan <i>Instagram</i> Tahapan <i>Awareness</i> .....	52
Gambar 4.22	<i>Line News Article</i> Tahapan <i>Awareness</i> .....	52
Gambar 4.23	<i>Line News Article</i> Tahapan <i>Informing</i> .....	53
Gambar 4.24	Tampilan Akun <i>Facebook</i> Resmi.....	53
Gambar 4.25	Poster <i>Event</i> .....	54
Gambar 4.26	<i>Stage Event</i> .....	54
Gambar 4.27	<i>X-banner Event</i> .....	55
Gambar 4.28	<i>Nametag Panitia</i> .....	55
Gambar 4.29	<i>Acrylic Pin</i> .....	56
Gambar 4.30	<i>Tote Bag</i> .....	56
Gambar 4.31	<i>Notepad</i> .....	57
Gambar 4.32	<i>Mug</i> .....	57
Gambar 4.33	<i>Tshirt</i> .....	57
Gambar 4.34	<i>Budgeting Kampanye</i> .....	58

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1	Jenis Kelamin Responden .....	23
Diagram 3.2	Umur Responden.....	24
Diagram 3.3	Pekerjaan Responden .....	24
Diagram 3.4	Pengetahuan Responden akan Ciri-Ciri Orang yang akan .....	
	Melakukan Bunuh Diri.....	25
Diagram 3.5	Pengetahuan Responden akan Perbedaan dari Orang yang .....	
	Serius Ingin Melakukan Bunuh Diri dan Hanya Ancaman.....	26
Diagram 3.6	Pengetahuan akan Fakta Kejadian Bunuh Diri .....	26
Diagram 3.7	Pengetahuan akan Penyebab Bunuh Diri yang Sering Terjadi ...	27
Diagram 3.8	Pengetahuan akan Cara Pencegahan pada Orang yang Ingin .....	
	Bunuh Diri.....	27
Diagram 3.9	Pengetahuan akan Cara Penanganan pada Orang yang Pernah/ ..	
	Hampir Melakukan Bunuh Diri .....	28
Diagram 3.10	Persepsi Mengenai Stigma Sosial yang Ada Pada Masyarakat ..	
	Tentang Bunuh Diri.....	29
Diagram 3.11	Media yang Sering Digunakan Responden untuk Memperoleh ..	
	Informasi .....	30

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Sketsa Logo Kampanye.....	63
Lampiran B	Sketsa Manual <i>Awareness, Informing</i> .....	67
Lampiran C	Sketsa Manual <i>Reminding</i> .....	68
Lampiran D	Sketsa Manual <i>Final Awareness, Informing</i> .....	69
Lampiran E	Sketsa <i>Digital Awareness, Reminding</i> .....	70
Lampiran F	Sketsa <i>Digital Informing</i> .....	71

