

Analysis of the Instagram Account @APDCIndonesia as a Mental Health Campaign Platform

[Analisa Akun Instagram @APDCIndonesia sebagai Platform Kampanye Kesehatan Mental]

Pramegista Dewanti Maharani¹⁾, Ainur Rochmania^{*,2)}

¹⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: : ainur@umsida.ac.id

Abstract. As awareness of the importance of mental health has increased, social media platforms such as Instagram have become effective channels for spreading information and providing mental health-related support. One of the accounts that stands out in providing mental health services on Instagram is @APDCIndonesia. The purpose of this study is to analyze the content of mental health campaigns posted by @APDCIndonesia accounts in a certain period. This study uses Social Media Theory as an analytical framework to gain in-depth knowledge about the content of mental health campaigns posted by @APDCIndonesia Instagram accounts. This study uses a qualitative descriptive approach with an emphasis on literature research. The analysis process includes observation of the content campaign strategy, the content posted, and the selection of content that is considered representative to be analyzed. Data analysis techniques used refer to the Miles and Huberman models. Based on the results of the content analysis shared by the @APDCIndonesia account, researchers found that the @APDCIndonesia account has successfully utilized social media to reach a wide and diverse audiences, raising awareness and support for mental health, showing that with the right strategy, social media can be a very effective tool in mental health campaigns.

Keywords - Campaign, Mental, Health

Abstrak. Kesehatan mental menjadi perhatian yang semakin mendalam, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kesehatan mental, platform media sosial seperti Instagram telah menjadi saluran yang efektif untuk menyebarkan informasi dan menyediakan dukungan terkait kesehatan mental. Salah satu akun yang menonjol dalam menyediakan layanan kesehatan mental di Instagram adalah @APDCIndonesia (APDC Indonesia). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa konten kampanye kesehatan mental yang dibagikan oleh akun @APDCIndonesia pada periode tertentu. Penelitian ini menggunakan Teori Media Sosial sebagai kerangka analisa untuk mendapatkan pengetahuan yang mendalam mengenai konten kampanye kesehatan mental yang dibagikan oleh akun Instagram @APDCIndonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan penekanan pada penelitian kepustakaan. Proses analisa mencakup pengamatan terhadap strategi kampanye konten, konten yang dibagikan, dan pemilihan konten yang dianggap representatif untuk dianalisa. Teknik analisis data yang digunakan mengacu pada model Miles dan Huberman. Berdasarkan hasil analisa konten yang dibagikan oleh akun @APDCIndonesia, peneliti menemukan bahwa akun @APDCIndonesia telah berhasil memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens yang luas dan beragam, meningkatkan kesadaran dan dukungan kesehatan mental, menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam kampanye kesehatan mental.

Kata Kunci - Kampanye, Mental, Kesehatan

I. PENDAHULUAN

Kesehatan mental kita adalah bagian mendasar dari kesehatan dan kesejahteraan kita secara keseluruhan (UNICEF, 2022). Pernyataan tersebut menggaris bawahi pentingnya kesehatan mental dalam menjaga kesejahteraan kita secara keseluruhan, kesehatan mental memiliki peran yang sama pentingnya seperti kesehatan fisik dalam memastikan kualitas hidup yang baik. Oleh karena itu kesehatan mental merupakan kondisi kesejahteraan emosional, psikologis, dan sosial seseorang yang memungkinkannya untuk menangani tekanan kehidupan sehari-hari, berkontribusi pada masyarakat, dan menjalani kehidupan.

Kesehatan mental merupakan aspek penting dari kesejahteraan individu yang tidak boleh diabaikan (Hayati et al., 2023). Menurut definisi tersebut kesehatan jiwa bukan hanya tentang ketiadaan penyakit mental, tetapi juga mencakup keadaan sejahtera secara fisik, mental, dan sosial. Kesehatan mental melibatkan penilaian subjektif terhadap kesejahteraan psikologis, kemampuan individu untuk mengatasi stres, efikasi diri, otonomi, dan kemampuan untuk

mewujudkan diri. Seseorang dapat dianggap memiliki kesehatan mental yang baik jika mereka mampu mengenali potensi diri, mengatasi stres sehari-hari, menjadi produktif, dan memberikan kontribusi positif bagi orang lain.

Masa remaja adalah periode penting untuk mengembangkan kebiasaan sosial dan emosional yang penting untuk kesejahteraan mental. Berdasarkan definisi tersebut, maka masa remaja merupakan fase penting dalam perkembangan individu, di mana mereka mengalami banyak perubahan fisik, emosional, dan sosial. Fase ini adalah saat di mana kebiasaan sosial dan emosional yang dibentuk dapat memiliki dampak besar pada kesejahteraan mental mereka di masa dewasa (WHO, 2023).

Remaja yang mengalami gangguan mental seringkali mengalami hambatan atau kesulitan dalam menjalani kehidupan sehari-harinya (Wilopo, 2022). Hal ini disebabkan oleh gejala gangguan mental yang mereka alami, yang dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan mereka, mulai dari interaksi sosial, belajar, hingga kesehatan fisik dan emosional. Sedangkan remaja yang memiliki kesehatan mental yang baik, mereka cenderung lebih bahagia, tenang, dan stabil secara emosional. Lebih mudah bergaul dengan teman sebaya dan menjalin hubungan sosial yang positif.

Terjadi peningkatan kasus gangguan kesehatan mental di Indonesia. Gangguan kesehatan mental atau depresi menjadi masalah yang umum terjadi pada remaja. Data menunjukkan bahwa sekitar 6,1% dari penduduk Indonesia yang berusia 15 tahun ke atas mengalami gangguan kesehatan mental (KEMENKES, 2023). Berdasarkan data tersebut gangguan kesehatan mental menjadi tantangan serius dalam upaya menjaga kesejahteraan mental masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan remaja.

Terdapat paradoks dalam kesehatan remaja meskipun secara fisik masa remaja seringkali dianggap sebagai periode kehidupan yang paling sehat dalam hal kekuatan dan kemampuan fisik, namun angka kesakitan dan kematian meningkat hingga 200% pada masa remaja akhir ini (KEMENKES, 2023). Berdasarkan data tersebut maka salah satu penyebabnya adalah kesulitan dalam mengendalikan perilaku dan emosi, yang dapat mengakibatkan masalah kesehatan serius.

Indonesia tercatat ada sekitar 9.162.886 kasus depresi dengan prevalensi sebesar 3,7 persen dari total penduduk. Jumlah penduduk Indonesia setiap tahun terus bertambah, mencapai lebih dari 3 juta jiwa, dengan total penduduk saat ini mencapai 278.16.661 jiwa . Dengan demikian, kemungkinan angka penduduk yang mengalami depresi juga akan meningkat secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa masalah depresi merupakan tantangan serius yang perlu diperhatikan secara lebih mendalam di Indonesia.

Tingginya prevalensi gangguan jiwa di Indonesia terdapat sekitar 1 dari 5 penduduk, artinya sekitar 20% populasi Indonesia memiliki potensi masalah kesehatan jiwa (Tirto.id, 2023). Berdasarkan data tersebut, masih terdapat kendala dalam penanganan, seperti terbatasnya sarana prasarana, kurangnya sumber daya manusia profesional, serta stigma dan diskriminasi terhadap orang dengan gangguan jiwa. Kondisi kesehatan mental yang mendesak di Indonesia saat ini, terdapat peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Media sosial adalah fenomena yang menarik perhatian banyak orang di era digital saat ini. Para ahli telah memberikan berbagai definisi tentang teknologi ini, yang merupakan bagian penting dari kehidupan masyarakat modern. Menurut B.K Lewis media sosial merujuk pada teknologi digital yang memungkinkan semua orang untuk terhubung, berinteraksi, memproduksi, dan berbagi pesan (Databoks, 2024). Hal ini memberikan potensi besar bagi terciptanya hubungan antarindividu dan antarkelompok. Chris Brogan menggambarkan media sosial sebagai alat komunikasi yang memungkinkan terciptanya berbagai bentuk interaksi baru (Databoks, 2024). Media sosial memberikan peluang untuk interaksi yang dinamis dan fleksibel antara individu dan kelompok. Sementara itu, Dave Kerpen mendefinisikan media sosial sebagai tempat di mana beragam konten seperti gambar, video, tulisan, dan interaksi antara individu dan kelompok tersedia dalam jaringan (Databoks, 2024).

Media sosial sebagai alat atau layanan komunikasi yang memfasilitasi hubungan antarindividu dengan tujuan memiliki kepentingan yang sama. Situs jejaring sosial pertama kali muncul pada tahun 1995, dengan dua model berbasis kepercayaan dan pertemanan pada tahun 1999 (Nadia, 2023). Seiring perkembangan waktu, jejaring sosial telah berkembang menjadi lebih dari sekadar menunjukkan hubungan antarindividu, tetapi juga memberikan pengguna kontrol yang lebih besar terhadap konten dan hubungan mereka.

Media sosial memiliki beragam fungsi yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Fungsi utamanya adalah sebagai sarana komunikasi yang memungkinkan interaksi antarindividu tanpa batasan waktu dan geografis (KOMINFO, 2023). Media sosial juga berperan dalam proses branding. Pengguna dapat menggunakan media sosial untuk membangun citra diri atau merek mereka. Melalui desain dan konten yang unik, mereka dapat menarik perhatian pengguna lain dan membangun identitas yang kuat di platform tersebut.

Media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu kesehatan mental, mengedukasi tentang pentingnya kesehatan mental, dan memberikan informasi tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia.

Melalui kampanye-kampanye yang diselenggarakan di media sosial, orang dapat berbagi pengalaman, cerita, dan saran tentang kesehatan mental, sehingga membantu mengurangi stigma dan meningkatkan pemahaman tentang kondisi tersebut. Selain itu, platform media sosial juga dapat menyediakan ruang bagi individu untuk mencari

dukungan dari sesama yang mengalami masalah kesehatan mental serupa, serta mendapatkan saran dan bimbingan dari profesional kesehatan mental yang kompeten (Fakhriyani, 2019).

Memanfaatkan media sosial secara efektif, kampanye kesehatan mental dapat mencapai audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang mungkin sulit dijangkau oleh program-program konvensional (Adiensya, 2022). Hal ini mempermudah penyebaran informasi yang lebih cepat dan lebih mudah, serta memfasilitasi interaksi dan dukungan antar individu dalam komunitas yang terhubung secara online (WHO, 2023).

Salah satu platform media sosial yang paling populer saat ini yaitu Instagram. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan, Instagram telah menjadi bagian integral dari kehidupan digital banyak orang di seluruh dunia. Instagram tentunya sangat mempengaruhi cara kita berinteraksi, berbagi konten, dan membangun citra dalam ranah digital (Appelrouth & Edles, 2008).

Instagram telah menjadi aplikasi yang tren pada tahun 2024. Menurut (Databoks, 2024) Instagram telah menduduki urutan ke-2 sebagai 10 aplikasi media sosial yang paling banyak dipakai pengguna internet di Indonesia pada Januari 2024 dengan proporsi pengguna 85,3% (Ema & Nayiroh, 2024). Platform Instagram memainkan peran penting dalam mendukung upaya tersebut. Salah satu akun yang menonjol dalam menyediakan layanan kesehatan mental di platform ini adalah @APDCIndonesia.

Analisa Development Personality Center (APDC Indonesia) merupakan pusat pelatihan (training center) untuk pelayanan kesehatan mental. Didirikan oleh Analisa Widyaningrum, M.Psi pada tahun 2015 dan berpusat di Yogyakarta. Mereka menawarkan bimbingan tatap muka dan melalui media sosial. Mulai dari platform web, Instagram, dan seminar. Penelitian ini akan berfokus pada strategi kampanye media sosial pada platform akun Instagram @APDCIndonesia. Kampanye yang dilaksanakan bertujuan untuk membantu seseorang mengeksplorasi dan mengembangkan potensi mereka dalam mencapai kesejahteraan mental yang optimal (Atkin & Rice, 2009). Melalui konten-konten yang disajikan, akun ini menginspirasi pengikutnya untuk mengambil langkah-langkah positif dalam merawat diri mereka sendiri.

Dukungan yang diberikan oleh @APDCIndonesia tidak hanya sebatas informasi, tetapi juga meliputi sumber daya, dukungan, dan inspirasi. Dengan menyediakan akses ke informasi tentang layanan kesehatan mental, akun ini membantu mengurangi stigma seputar topik tersebut dan mendorong individu untuk mencari bantuan ketika diperlukan.

@APDCIndonesia juga menggunakan platform Instagram untuk menghubungkan individu dengan psikolog yang berkualitas. Dengan memiliki 23 psikolog berlisensi dan kerjasama dengan berbagai mitra, akun ini memberikan akses yang mudah bagi individu untuk mendapatkan bantuan profesional dalam menangani masalah kesehatan mental mereka. Dengan 2,328 postingan dan lebih dari 213K pengikut, @APDCIndonesia telah berhasil membangun komunitas yang kuat di platform Instagram. Melalui konten-konten yang informatif dan inspiratif, akun ini terus memperluas jangkauannya dan memberikan dampak positif bagi kesehatan mental remaja dan masyarakat luas.

Pemilihan @APDCIndonesia sebagai pembahasan didasarkan pada sejumlah alasan yang signifikan. Pertama, akun ini menonjol dalam menyediakan layanan kesehatan mental yang beragam dan berkualitas. Dengan memiliki 23 psikolog berlisensi, @APDCIndonesia (APDC Indonesia) menawarkan akses yang mudah bagi individu untuk mendapatkan bantuan profesional dalam menangani berbagai masalah kesehatan mental.

Kemudian akun @APDCIndonesia (APDC Indonesia) memiliki jumlah postingan yang signifikan (2,279 postingan) dan pengikut yang besar (lebih dari 214K pengikut). Hal ini menunjukkan bahwa akun ini telah membangun komunitas yang kuat di platform Instagram, yang memungkinkannya untuk memiliki dampak yang besar dalam menyebarkan informasi dan menyediakan dukungan terkait kesehatan mental.

@APDCIndonesia (APDC Indonesia) juga menawarkan berbagai layanan seperti pelatihan dan kelas-kelas untuk membantu individu mengembangkan potensi mereka dalam mencapai kesejahteraan mental yang optimal. Ini menunjukkan komitmen akun tersebut dalam memberikan dukungan yang holistik dan menyeluruh bagi pengikutnya. @APDCIndonesia (APDC Indonesia) menjadi pilihan yang tepat untuk dibahas karena kontribusinya yang signifikan dalam mempromosikan kesehatan mental dan memberikan layanan yang bermanfaat bagi masyarakat, khususnya remaja, di platform Instagram.

Analisa dilakukan dengan memanfaatkan Teori Media Sosial. Teori media sosial adalah teori yang menggambarkan bagaimana media sosial berfungsi dan berpengaruh pada individu dan masyarakat. Media sosial merupakan sebuah sarana atau wadah yang digunakan untuk mempermudah interaksi diantara sesama pengguna, dan mempunyai sifat komunikasi dua arah (Nadia, 2023). Teori media sosial banyak digunakan untuk memahami pengaruh motivasi online konsumen terhadap niat beli online, sikap konsumen terhadap pemasaran media sosial, dan bagaimana media sosial mempengaruhi perilaku dan persepsi individu (Nadia, 2023).

Media sosial juga dapat digunakan sebagai sumber penghasilan karena dalam menggunakan media sosial dapat menampilkan berbagai macam iklan, menerima sponsor dari pihak lain, menjual produk sendiri, membuat konten-konten kreatif, dan ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini. Penggunaan media sosial juga dapat dilihat dari tiga hal, yaitu jumlah waktu, frekuensi, dan tingkat penggunaan (Sugardo & Suherman, 2022).

Teori Media Sosial menjadi landasan untuk memahami bagaimana @APDCIndonesia menggunakan platform Instagram sebagai alat untuk mengkomunikasikan pesan-pesan dan menyebarkan kampanye terkait kesehatan mental kepada audiensnya (Tanupabrusun, 2018). Fokusnya adalah pada interaksi dan keterlibatan pengguna dengan konten yang dibagikan.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri dalam bentuk feed dan Story (Ichsan et al., 2023). Instagram dikatakan menyerupai Twitter, dimana kita bisa mengikuti (follow) akun orang lain dan sebaliknya. Selanjutnya kita bisa saling menyukai setiap apa yang mereka posting baik foto maupun video (Prabowo & Hartanto, 2024). Instagram juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah seperti Stories, Reels, IGTV, dan Live (Prabowo & Hartanto, 2024).

Dengan platform Instagram, @APDCIndonesia menyebarkan kampanye kesehatan mental. Kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dan sistematis yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada masyarakat melalui proses komunikasi (KOMINFO, 2024). Kampanye memiliki fungsi sebagai suatu penyalur informasi bagi masyarakat agar lebih tanggap terhadap pesan yang disampaikan dalam kampanye (KOMINFO, 2024).

Kajian yang digunakan juga berbasis pada beberapa artikel terdahulu yang sudah diteliti sebelumnya, yang mana memiliki hubungan mengenai topik yang akan dibahas. Pertama, artikel oleh (Ndolu, 2023) dengan judul “Strategi Komunikasi Akun Instagram @APDCIndonesia Dalam Meningkatkan Kesadaran Pengikutnya Mengenai Kesehatan Mental” menyatakan bahwa strategi komunikasi oleh akun @APDCIndonesia untuk meningkatkan kesadaran mengenai kesehatan mental adalah dengan membuat konten visual yang informatif, edukatif, dan variatif tentunya dengan mengoptimalkan fitur Instagram. Akun tersebut dapat dikatakan berhasil menciptakan interaksi audiens dengan antusiasme mereka dalam mengikuti program dan layanan yang disediakan oleh APDC Indonesia (APDCIndonesia., 2024).

Kedua, artikel oleh (Ana Fitriani & Syaifulah, 2024) dengan judul (Peningkatan Kesadaran Kesehatan Mental Pada Remaja Melalui Promosi Kesehatan Mental | PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora, n.d.) menyatakan bahwa dengan adanya promosi mengenai kesehatan mental, remaja dapat mendapat wawasan yang lebih luas sehingga diharapkan mereka dapat lebih sadar akan pentingnya kesehatan mental. Pada hasil penelitiannya, terdapat gambaran alasan pentingnya menjaga kesehatan mental, yaitu dapat mengontrol gaya hidup, mewujudkan kebahagiaan, pemikiran yang positif, mendorong kesehatan fisik, serta menumbuhkan kepercayaan diri.

Ketiga, artikel oleh (Fitria & Utari, 2024) yang berjudul "Kampanye Public Relations Bravetogether Komunitas Universitas Indonesia Sehat Mental Mengenai Perubahan Stigma Kesehatan Mental Remaja Indonesia" menyatakan bahwa komunitas Universitas Indonesia Sehat Mental mewujudkan kampanye public relations #BraveTogether untuk menyebarkan pesan kesehatan mental terkait ingin mengubah stigma masyarakat. Terdapat 3 saluran komunikasi yang digunakan, yaitu menggunakan metode media massa (talkshow, iklan, radio), metode media sosial (Instagram, Twitter, Tiktok, Youtube, Website), serta metode tatap muka dalam kegiatan #BraveTalk (mendatangi mahasiswa UI).

Keempat, artikel oleh (Rakhman et al., 2024) yang berjudul "Peran Media Sosial Dalam Mendorong Diskusi Terbuka Tentang Kesehatan Mental" mengemukakan bahwa media sosial menjadi alat informasi dalam mengurangi stigma masalah kesehatan mental, media sosial memiliki karakteristik yang berbeda di setiap platform, dampak interaktivitas media sosial dapat memperkuat komunitas online, media sosial sebagai katalis perubahan dapat mendukung kontribusi audiens, serta media sosial sebagai wadah edukasi dan dukungan.

II. METODE

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa konten kampanye kesehatan mental yang dibagikan oleh akun @APDCIndonesia pada periode tertentu. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan penekanan pada penelitian kepustakaan. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang lebih mengutamakan data numerik, penelitian kualitatif ini lebih berfokus pada pemahaman mendalam terhadap konten yang ada.

Proses penelitian dimulai dengan pengamatan cara kampanye akun @APDCIndonesia mulai dari beberapa postingan yang dibagikan. Menganalisa visual dan estetika, edukasi, interaksi, dan cara penyampaian pesan melalui konten. Lalu, menganalisa cara kampanye melalui highlight story, agar pengguna yang sebelumnya tidak mengikuti akun ini, mereka tetap dapat mendapatkan informasi yang telah dibagikan meskipun dalam kurun waktu yang lama, serta pengikut akun juga dapat mengakses konten yang dibagikan di highlight story kapan saja tanpa batas waktu. Kemudian, kampanye melalui kerjasama brand untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Serta, menyediakan forum konsultasi offline maupun online. Lewat zoom maupun sesi tanya jawab untuk memberikan ruang diskusi ke pengguna agar mereka mendapatkan bantuan dengan cara yang efektif.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model Miles dan Huberman. Model ini menekankan pada aktivitas interaktif dan berkesinambungan dalam menganalisa data kualitatif hingga selesai. Tahapan utama dalam model ini mencakup reduksi data, penyajian data, analisa data dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Wanto, 2020).

Reduksi data merupakan langkah awal dalam analisa, di mana peneliti memilih data yang akan digunakan, data yang akan dihilangkan, serta pola rangkuman yang dianggap penting. Proses reduksi ini mencakup pemilihan, pemusatan, penyederhanaan, dan penataan ulang data yang terkumpul, sehingga memungkinkan peneliti untuk merumuskan kesimpulan yang lebih jelas (Wanto, 2020).

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan penyajian informasi yang telah tersusun, memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Metode yang sering digunakan dalam penyajian data kualitatif adalah teks naratif, yang memfasilitasi pemahaman dan perencanaan tindakan selanjutnya berdasarkan pemahaman yang telah diperoleh dari data (Wanto, 2020).

Selanjutnya tahap penarikan kesimpulan/verifikasi merupakan kegiatan utama terakhir dalam analisa data. Peneliti harus mengambil inisiatif sejak awal untuk menghindari data yang tidak bermakna. Kesimpulan yang diambil harus didukung oleh bukti yang valid dan konsisten. Kesimpulan awal bersifat sementara dan dapat berubah seiring dengan penambahan bukti yang kuat dari tahap pengumpulan data berikutnya. Jika kesimpulan awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap kredibel (Wanto, 2020).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Heading number two

Naskah manuskrip yang sudah memenuhi petunjuk penulisan UMSIDA Preprints Server (dalam format MS Word/Openoffice Writer) harus dikirimkan melalui Online Submission System di portal archive UMSIDA Preprints Server (<https://archive.umsida.ac.id>) setelah mendaftarkan sebagai Penulis di bagian “Register”. Penulis diharapkan menggunakan template yang telah disediakan. Petunjuk pengiriman manuskrip secara daring dapat dilihat di bagian Petunjuk Submit Online di dokumen ini dan dari situs UMSIDA Preprints Server. Naskah manuskrip yang tidak sesuai petunjuk penulisan UMSIDA Preprints Server akan dikembalikan ke Penulis terlebih.

Naskah yang ditulis harus mengandung komponen-komponen artikel ilmiah berikut, yaitu: (a) Judul Artikel, (b) Nama Penulis (tanpa gelar), (c) Alamat Afiliasi Penulis, (d) Abstrak dan Kata Kunci, (e) Pendahuluan, (f) Metode Penelitian, (g) Hasil dan Pembahasan, (h) simpulan, (i) Ucapan terima kasih (jika ada), dan (j) Referensi.

Penulisan bab di bagian isi artikel, yaitu Pendahuluan, Metode dan Bahan, Hasil dan Pembahasan, dan simpulan, harus diberi nomor urut format angka Romawi berurut dimulai dari angka satu. Bab ditulis dengan huruf tebal dengan format Title Case dan disusun rata tengah tanpa garis bawah.

Teori Media Sosial menyoroti peran platform digital dalam mendistribusikan informasi dan membentuk perilaku sosial pengguna. Dalam konteks kampanye kesehatan mental, Instagram menjadi alat yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas melalui berbagai format konten seperti postingan, highlight story, dan endorsement. Akun Instagram @APDCIndonesia memanfaatkan beragam fitur ini untuk meningkatkan kesadaran dan memberikan dukungan terkait kesehatan mental.

Analisis Cara Kampanye

1.Postingan

Pada periode analisis, @APDCIndonesia secara konsisten membagikan postingan yang informatif dan edukatif mengenai kesehatan mental. Postingan ini sering kali dilengkapi dengan infografis yang menarik, kutipan yang menggugah, dan panduan praktis untuk mengelola kesehatan mental. Konten visual yang kuat ini membantu menarik perhatian pengguna dan meningkatkan pemahaman mereka mengenai topik yang dibahas. Terlampir pada gambar 1.1 berikut :



Gambar 1.1 Salah-satu postingan infografis di instagram @apdcindonesia

Gambar yang diunggah dari akun Instagram @APDCIndonesia menunjukkan sebuah postingan yang berjudul "Resep Menjaga Kewarasannya dari Masalah Kehidupan". Postingan ini merupakan contoh yang baik dari bagaimana akun tersebut menggunakan konten visual untuk menyampaikan pesan kesehatan mental yang penting. Berikut adalah analisis mendetail mengenai strategi kampanye melalui postingan ini :

A. Visual dan Estetika

Postingan ini menggunakan ilustrasi yang menarik dan estetis untuk menyampaikan pesan. Penggunaan warna-warna lembut dan ilustrasi yang bersahabat membuat konten ini mudah dicerna dan menyenangkan untuk dilihat. Desain visual yang menarik adalah elemen kunci dalam menarik perhatian pengguna Instagram, yang sering kali cepat menggulir konten di beranda mereka. Dengan tampilan yang menarik, postingan ini memiliki peluang lebih besar untuk dilihat dan dibaca oleh pengguna.

B. Konten Edukatif

Isi dari postingan ini memberikan panduan praktis mengenai cara menjaga kesehatan mental. Dengan menggunakan metafora resep, postingan ini menjelaskan komponen-komponen penting yang dibutuhkan untuk menjaga kewarasannya, seperti self-awareness, istirahat, afirmasi positif, validasi emosi, batasan, dan fokus pada hal-hal yang dapat dikontrol. Pendekatan ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membuatnya mudah diingat dan diimplementasikan oleh pengikut.

C. Interaksi dan Keterlibatan

Di bagian bawah gambar, terdapat ajakan kepada pengikut untuk menambahkan "rasa tidak peduli pada perkataan orang lain tentang dirimu." Ini adalah contoh ajakan untuk berinteraksi, yang dapat mendorong pengikut untuk berpartisipasi dalam diskusi atau refleksi pribadi. Selain itu, dengan adanya tombol "Suka", "Bagikan", dan "Komentar" di bagian bawah, pengikut diberi kemudahan untuk berinteraksi dengan konten tersebut. Hal ini meningkatkan engagement rate dan membantu menyebarluaskan pesan lebih luas melalui fitur bagikan.

D. Penyampaian Pesan yang Jelas

Pesan utama dari postingan ini disampaikan dengan sangat jelas. Menggunakan format resep, pesan yang ingin disampaikan menjadi terstruktur dan mudah dipahami. Setiap elemen yang disebutkan (self-awareness, istirahat, afirmasi positif, dll.) diberi penjelasan singkat namun padat, sehingga pengguna dapat dengan cepat memahami dan mengingatnya. Penyampaian pesan yang efektif ini penting dalam kampanye kesehatan mental, di mana seringkali informasi yang banyak dan kompleks perlu disederhanakan agar mudah diakses oleh semua orang.

2. Highlight Story

Highlight story di akun @APDCIndonesia berfungsi sebagai arsip yang mudah diakses oleh pengikut. Berbagai highlight story mencakup topik-topik seperti tips kesehatan mental, informasi tentang layanan konsultasi, dan testimoni dari individu yang telah mendapatkan manfaat dari layanan APDC. Penggunaan highlight story memungkinkan konten yang penting tetap terlihat dan dapat diakses kapan saja oleh pengguna. Seperti terlihat pada gambar dibawah :



Gambar 1.2 Salah-satu Highlight Instastory bertajuk “Konseling APDC”

Gambar yang diunggah dari akun Instagram @APDCIndonesia menampilkan highlight story bertajuk "Konseling Karir" yang dipublikasikan pada 22 Maret 2022. Highlight story ini adalah contoh yang baik tentang bagaimana @APDCIndonesia menggunakan fitur arsip story untuk menyimpan dan menyajikan informasi penting yang dapat diakses kapan saja oleh pengikutnya. Berikut adalah analisis mendetail mengenai strategi kampanye melalui highlight story ini.

Highlight story ini memberikan informasi yang jelas dan padat tentang layanan konseling karir yang ditawarkan oleh APDC Indonesia. Dalam satu tampilan, pengguna dapat mengetahui berbagai layanan yang disediakan, termasuk memfasilitasi pengembangan karir, mengidentifikasi potensi diri, mengatasi kendala karir seperti motivasi dan problem-solving, serta membantu mengidentifikasi pikiran dan tingkah laku yang menghambat perkembangan. Informasi ini disajikan dalam format yang mudah dibaca dan dicerna, yang sangat penting untuk mempertahankan minat pengguna di media sosial.

Visual dalam highlight story ini didesain dengan gaya yang profesional dan bersih. Warna-warna yang digunakan adalah netral dan menenangkan, yang cocok dengan tema konseling dan pengembangan diri. Terdapat juga gambar-gambar yang menggambarkan sesi konseling, memberikan visualisasi nyata tentang layanan yang ditawarkan. Ini membantu pengikut untuk lebih memahami dan membayangkan manfaat dari layanan konseling tersebut.

Fitur highlight story memungkinkan konten ini disimpan secara permanen di profil @APDCIndonesia, sehingga pengikut dapat mengaksesnya kapan saja. Ini adalah strategi yang sangat efektif untuk memastikan informasi penting selalu tersedia, tanpa harus digulir kembali di feed utama. Dengan menempatkan highlight story tentang "Konseling Karir" di profil, @APDCIndonesia memastikan bahwa layanan penting ini mudah ditemukan oleh pengguna baru maupun lama.

Bagian bawah highlight story ini menyediakan opsi untuk mengirim pesan, yang mendorong pengguna untuk berinteraksi langsung dengan akun tersebut. Ini adalah cara yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan pengguna, karena memungkinkan mereka untuk bertanya lebih lanjut atau memulai proses konsultasi dengan mudah. Fitur ini memperlihatkan komitmen @APDCIndonesia untuk terhubung secara langsung dengan pengikutnya dan menyediakan dukungan yang mereka butuhkan.

Highlight story ini menunjukkan tingkat profesionalisme yang tinggi dari @APDCIndonesia dalam menyampaikan layanan mereka. Konsistensi dalam branding, desain visual, dan penyampaian pesan mencerminkan kualitas dan kredibilitas organisasi. Ini penting dalam membangun kepercayaan dengan pengikut dan calon klien, serta memperkuat reputasi APDC Indonesia sebagai penyedia layanan kesehatan mental yang terpercaya.

Highlight story "Konseling Karir" dari akun Instagram @APDCIndonesia merupakan contoh yang efektif dari penggunaan fitur highlight untuk menyimpan dan menyajikan informasi penting dengan cara yang mudah diakses oleh pengikut. Melalui konten yang informatif, visual yang efektif, dan fitur interaktif, @APDCIndonesia berhasil memanfaatkan highlight story untuk mendukung kampanye kesehatan mental mereka. Strategi ini tidak hanya

meningkatkan kesadaran tentang layanan konseling karir yang ditawarkan tetapi juga mendorong keterlibatan aktif dari pengikut, menciptakan saluran komunikasi yang terbuka dan mendukung antara penyedia layanan dan penggunanya.

3. Endorse dan Kerjasama Brand

@APDCIndonesia juga terlibat dalam kerjasama dengan influencer dan brand yang memiliki visi yang sejalan. Kolaborasi ini merupakan strategi yang sangat efektif untuk memperluas jangkauan kampanye dan memperkenalkan akun kepada audiens yang lebih luas. Dalam era digital saat ini, influencer memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengikut mereka, dan kerjasama dengan mereka memungkinkan @APDCIndonesia untuk menjangkau kelompok demografis yang mungkin sulit dijangkau melalui cara-cara konvensional. Seperti terlampir pada gambar :



Gambar 1.3 Kolaborasi dengan Psikolog Terkemuka

Salah satu keunggulan utama dari kerjasama dengan influencer adalah kemampuan mereka untuk memberikan autentisitas pada kampanye kesehatan mental. Influencer sering kali membagikan pengalaman pribadi mereka terkait kesehatan mental, baik dalam bentuk cerita, video, atau postingan di media sosial mereka. Pengalaman pribadi ini tidak hanya membuat kampanye terlihat lebih nyata dan relatable, tetapi juga membantu menghilangkan stigma seputar kesehatan mental. Ketika pengikut melihat bahwa orang yang mereka kagumi juga mengalami tantangan kesehatan mental dan mencari bantuan, mereka mungkin merasa lebih terdorong untuk melakukan hal yang sama.

Selain bekerjasama dengan influencer, @APDCIndonesia juga menjalin kemitraan dengan brand yang memiliki visi yang sejalan. Brand partnership ini bisa berupa kolaborasi dalam acara, produk bersama, atau kampanye bersama di media sosial. Kerjasama dengan brand-brand yang sudah memiliki basis pelanggan yang kuat dapat membantu memperluas jangkauan kampanye kesehatan mental. Misalnya, brand yang fokus pada produk kesehatan atau gaya hidup sehat sering kali memiliki audiens yang sudah tertarik pada topik kesehatan, termasuk kesehatan mental. Melalui kolaborasi ini, @APDCIndonesia dapat menyampaikan pesan-pesan mereka kepada audiens yang relevan dan memperkuat dampak kampanye mereka.

Contoh nyata dari kolaborasi yang sukses dapat dilihat dari berbagai kampanye bersama yang dilakukan oleh @APDCIndonesia. Misalnya, mereka pernah bekerjasama dengan brand olahraga untuk mengadakan acara lari bersama yang sekaligus menjadi ajang untuk menyebarkan kesadaran tentang pentingnya kesehatan mental. Dalam acara tersebut, influencer dan brand ambassador berbagi cerita pribadi mereka tentang bagaimana olahraga membantu mereka menjaga kesehatan mental. Acara ini tidak hanya menarik banyak peserta tetapi juga mendapatkan perhatian media, yang semakin memperluas jangkauan pesan kampanye.

Kerjasama dengan influencer dan brand juga membantu membangun komunitas yang lebih peduli dan sadar akan kesehatan mental. Melalui kolaborasi ini, @APDCIndonesia dapat menciptakan lingkungan yang mendukung di mana individu merasa aman untuk berbagi cerita mereka dan mencari bantuan. Influencer dan brand yang terlibat dalam kampanye ini juga sering kali melibatkan pengikut mereka dalam diskusi tentang kesehatan mental, baik melalui komentar, sesi tanya jawab, atau postingan interaktif. Interaksi ini memperkuat rasa kebersamaan dan mendukung komunitas yang lebih besar dalam upaya meningkatkan kesadaran kesehatan mental.

Melalui strategi endorsement dan kerjasama brand, @APDCIndonesia berhasil memperluas jangkauan dan dampak kampanye kesehatan mental mereka. Kolaborasi dengan influencer dan brand yang memiliki visi yang sejalan tidak hanya membantu dalam menjangkau audiens yang lebih luas tetapi juga memberikan autentisitas dan memperkuat pesan kampanye. Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital, kerjasama seperti ini menjadi sangat penting untuk menciptakan perubahan positif dalam masyarakat dan mendukung kesehatan mental.

4.Konsultasi Offline dan Online

Selain kampanye digital, @APDCIndonesia menyediakan layanan konsultasi baik secara offline maupun online. Informasi mengenai layanan ini sering kali dibagikan melalui postingan dan highlight story. Pendekatan ini memungkinkan pengikut untuk mendapatkan dukungan yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Seperti gambar terlampir :



Gambar 1.4 Konsultasi di Platform ZOOM dari CEO APDC Indonesia

Selain kampanye digital yang aktif, @APDCIndonesia juga menyediakan layanan konsultasi yang komprehensif baik secara offline maupun online. Informasi mengenai layanan ini sering kali dibagikan melalui postingan dan highlight story di akun Instagram mereka, sehingga pengikut dapat dengan mudah mengetahui dan mengakses layanan tersebut. Pendekatan ini memungkinkan pengikut untuk mendapatkan dukungan yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan mereka, yang sangat penting dalam konteks kesehatan mental.

Layanan konsultasi yang disediakan oleh @APDCIndonesia memainkan peran vital dalam memberikan bantuan langsung kepada individu yang membutuhkan. Konsultasi ini bisa berupa sesi tatap muka di lokasi tertentu atau melalui platform online seperti Zoom, yang memberikan fleksibilitas bagi mereka yang mungkin tidak bisa hadir secara fisik. Dengan menyediakan opsi konsultasi offline dan online, @APDCIndonesia memastikan bahwa bantuan dan dukungan dapat diakses oleh semua orang, terlepas dari lokasi atau keterbatasan fisik mereka.

Salah satu keunggulan dari menyediakan layanan konsultasi online adalah meningkatnya aksesibilitas. Banyak orang mungkin merasa lebih nyaman berbicara tentang masalah pribadi mereka dari kenyamanan rumah mereka sendiri. Selain itu, konsultasi online mengurangi hambatan logistik seperti perjalanan dan waktu, yang bisa menjadi penghalang bagi beberapa orang untuk mencari bantuan. Dengan memanfaatkan teknologi, @APDCIndonesia dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan layanan yang fleksibel dan nyaman.

Sebagai contoh, salah satu postingan di akun Instagram @APDCIndonesia mengumumkan sesi konsultasi khusus yang diadakan oleh CEO APDC Indonesia melalui platform Zoom. Bertajuk "Embrace 2024: Self Reflection, Reset Goals, Reinvent Yourself," sesi ini dirancang untuk membantu peserta dalam melakukan refleksi diri, menetapkan tujuan baru, dan menciptakan kembali diri mereka untuk tahun 2024. Postingan tersebut tidak hanya memberikan informasi mengenai waktu dan cara mendaftar, tetapi juga menekankan manfaat dari sesi tersebut, sehingga menarik minat dan partisipasi pengikut.

Sesi khusus seperti "Embrace 2024" memiliki dampak yang signifikan dalam memberikan motivasi dan bimbingan kepada peserta. Dengan dipandu oleh CEO APDC Indonesia, sesi ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk belajar langsung dari ahli, serta mendapatkan wawasan dan strategi yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Sesi ini juga menawarkan ruang untuk diskusi dan tanya jawab, sehingga peserta dapat mengatasi keraguan dan mendapatkan jawaban atas pertanyaan mereka secara real-time.

Untuk memastikan bahwa informasi tentang layanan konsultasi tetap tersedia dan mudah diakses, @APDCIndonesia menggunakan fitur highlight story di Instagram mereka. Highlight story ini berfungsi sebagai arsip permanen yang dapat diakses kapan saja oleh pengikut, memberikan mereka informasi lengkap mengenai jenis layanan yang tersedia, cara mendaftar, dan manfaat dari setiap layanan. Dengan demikian, highlight story menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas layanan konsultasi yang ditawarkan.

Melalui kombinasi layanan konsultasi offline dan online, @APDCIndonesia berhasil menyediakan dukungan yang personal dan fleksibel bagi pengikut mereka. Pendekatan ini memastikan bahwa semua orang dapat mendapatkan bantuan yang mereka butuhkan, kapan pun dan di mana pun mereka berada. Contoh postingan seperti "Embrace 2024: Self Reflection, Reset Goals, Reinvent Yourself" menunjukkan bagaimana @APDCIndonesia secara aktif mengkomunikasikan layanan mereka dan mendorong partisipasi pengikut. Dengan menggunakan fitur seperti highlight story, mereka memastikan bahwa informasi penting selalu tersedia dan mudah diakses, sehingga mendukung upaya mereka dalam meningkatkan kesadaran dan memberikan dukungan terkait kesehatan mental.

5. Bentuk Campaign kepada Pengikut Akun & Pengguna Instagram

Akun Instagram @APDCIndonesia menjalankan berbagai bentuk kampanye yang interaktif dan melibatkan pengikut mereka secara langsung. Salah satu metode yang sering digunakan adalah sesi tanya jawab (Q&A) yang diadakan di Instagram Stories. Seperti terlampir pada gambar :



Gambar 1.5 sesi tanya jawab (Q&A)

Dalam sesi ini, pengikut diberi kesempatan untuk mengajukan pertanyaan seputar kesehatan mental, yang kemudian dijawab oleh para ahli dari APDC Indonesia. Aktivitas ini tidak hanya memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pengikut tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih personal antara akun dan pengikutnya, membuat mereka merasa didengar dan didukung (Jastika, 2021).

Selain sesi tanya jawab, @APDCIndonesia juga menggunakan survei di Instagram Stories untuk mengumpulkan pendapat dan pengalaman pengikut tentang berbagai isu kesehatan mental. Survei ini membantu APDC Indonesia memahami kebutuhan dan kekhawatiran pengikut mereka, yang kemudian dapat digunakan untuk menyusun konten yang lebih relevan dan bermanfaat. Misalnya, dengan mengetahui isu-isu spesifik yang dihadapi oleh pengikut, APDC Indonesia dapat merancang kampanye yang lebih tepat sasaran dan efektif dalam memberikan dukungan.

Tantangan (challenges) adalah bentuk lain dari kampanye interaktif yang dijalankan oleh @APDCIndonesia. Tantangan ini sering kali dirancang untuk mendorong pengikut melakukan tindakan positif yang dapat meningkatkan kesehatan mental mereka. Contoh tantangan mungkin termasuk "30 Days of Gratitude," di mana pengikut diajak untuk menuliskan hal-hal yang mereka syukuri setiap hari selama sebulan. Tantangan semacam ini tidak hanya mendorong partisipasi aktif tetapi juga membantu pengikut membangun kebiasaan positif yang dapat berkontribusi pada kesejahteraan mental mereka.

Kampanye interaktif lainnya mencakup penggunaan hashtag khusus yang memungkinkan pengikut untuk berbagi pengalaman mereka dan merasa bagian dari komunitas yang lebih besar. Misalnya, dengan menggunakan hashtag seperti #MentalHealthAwareness atau #SelfCareTips, pengikut dapat menemukan dan terhubung dengan orang lain yang memiliki minat atau pengalaman serupa. Hal ini membantu menciptakan rasa kebersamaan dan dukungan di antara pengguna, yang sangat penting dalam upaya meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang kesehatan mental.

Melalui berbagai bentuk kampanye interaktif ini, @APDCIndonesia berhasil meningkatkan keterlibatan pengikut dan memperkuat komunitas yang mendukung kesehatan mental. Interaksi langsung dengan pengikut tidak hanya membuat kampanye lebih menarik dan bermanfaat tetapi juga membantu membangun hubungan yang lebih erat dan saling mendukung antara akun dan pengikutnya. Ini menunjukkan bahwa media sosial, ketika digunakan dengan strategi yang tepat, dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam mendukung kesehatan mental dan menciptakan perubahan positif di masyarakat (Mayun, 2023).

Dari hasil diatas didapatkan bahwa kampanye kesehatan mental yang dijalankan oleh akun Instagram @APDCIndonesia menunjukkan bagaimana media sosial dapat berfungsi sebagai alat yang kuat untuk meningkatkan

kesadaran dan menyediakan dukungan terkait kesehatan mental. Di era digital, Instagram menjadi platform yang sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Dengan berbagai strategi kampanye, seperti postingan, highlight story, serta kerjasama dengan influencer dan brand, serta layanan konsultasi, @APDCIndonesia mampu mencapai dan membantu banyak individu yang membutuhkan dukungan kesehatan mental. Setiap strategi ini dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna dan menyampaikan pesan-pesan penting dengan cara yang menarik dan mudah dipahami.

Salah satu strategi utama yang digunakan oleh @APDCIndonesia adalah memanfaatkan postingan dan highlight story untuk menyebarkan informasi. Highlight story berfungsi sebagai arsip informasi yang dapat diakses kapanpun oleh pengikut. Misalnya, highlight story tentang "Konseling Karir" memberikan informasi lengkap tentang layanan konseling yang ditawarkan, mulai dari memfasilitasi pengembangan karir hingga membantu mengatasi kendala karir seperti motivasi dan problem-solving. Dengan menyimpan highlight story, @APDCIndonesia memastikan bahwa informasi penting selalu tersedia dan mudah diakses oleh siapa saja yang membutuhkan.

Kerjasama dengan influencer dan brand terkemuka menjadi bagian penting dari strategi kampanye mereka. Dengan berkolaborasi dengan tokoh yang memiliki pengikut besar, @APDCIndonesia dapat memperluas jangkauan kampanye mereka dan meningkatkan kredibilitas di mata audiens. Influencer sering kali membagikan pengalaman pribadi mereka terkait kesehatan mental, yang dapat memberikan dampak positif dan memperkuat pesan kampanye.

Layanan konsultasi, baik online maupun offline, merupakan aspek lain dari kampanye @APDCIndonesia yang sangat penting. Melalui layanan ini, pengikut dapat menerima dukungan langsung dari profesional kesehatan mental, yang dapat membantu mereka mengatasi masalah yang dihadapi. Konsultasi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pengembangan karir hingga masalah pribadi, yang semuanya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan mental individu. Dengan menyediakan layanan konsultasi, @APDCIndonesia tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga memberikan bantuan praktis yang dapat diakses oleh pengikut.

Teori Media Sosial memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami dampak dari berbagai strategi kampanye yang digunakan oleh @APDCIndonesia. Teori ini menyoroti bagaimana platform digital dapat digunakan untuk mendistribusikan informasi, membentuk perilaku sosial, dan mempengaruhi cara pandang individu terhadap isu-isu tertentu. Dalam konteks kampanye kesehatan mental, teori ini membantu menjelaskan bagaimana strategi-strategi yang digunakan oleh @APDCIndonesia dapat menciptakan perubahan positif di masyarakat dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya kesehatan mental.

Dengan memanfaatkan strategi kampanye yang beragam dan pendekatan analisis yang komprehensif, @APDCIndonesia berhasil menciptakan kampanye kesehatan mental yang efektif dan berdampak. Hasil dari penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan berharga tentang praktik terbaik dalam kampanye kesehatan mental tetapi juga menawarkan panduan bagi organisasi lain yang ingin menjalankan inisiatif serupa. Media sosial, dengan segala kelebihannya, membuktikan diri sebagai alat yang sangat berdaya guna dalam mendukung kesehatan mental dan menciptakan perubahan positif di masyarakat.

VII. SIMPULAN

Aspek kunci dari kampanye ini adalah strategi konten yang beragam dan interaktif. Postingan yang informatif dan edukatif memberikan wawasan mendalam tentang berbagai topik terkait kesehatan mental, sementara highlight story berfungsi sebagai arsip yang mudah diakses, memastikan bahwa informasi penting selalu tersedia bagi pengikut. Interaksi langsung melalui sesi tanya jawab, survei, dan tantangan mengundang partisipasi aktif dari pengikut, sehingga memperkuat ikatan komunitas dan membuat kampanye lebih personal dan relevan bagi individu. Kesimpulannya, @APDCIndonesia telah berhasil memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan dukungan kesehatan mental, menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam kampanye kesehatan mental.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Allah SWT yang memberikan kelancaran dan kemudahan untuk saya menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih kepada Dosen Pembimbing yang selalu memberikan pemahaman dan wawasan dalam setiap tahapan penyusunan penelitian. Terimakasih kepada Dosen Pengaji yang telah merevisi dan memberikan solusi agar jurnal penelitian saya selesai sesuai dengan ketentuan yang ada. Terimakasih kepada keluarga, teman, dan pasangan saya yang selalu memberi motivasi serta dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan jurnal ini tepat waktu.

REFERENSI

- Adiensya, V. F. (2022). *Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram bagi Komunitas 1001 Cita dalam Meningkatkan Eksistensi di Kalangan Generasi Z* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- APDCIndonesia. (2024). @APDCIndonesia. [Online] [Diakses Pada 6 April 2024]. <Https://Www.Instagram.Com/Apdcindonesia/?Hl=en>.
- Appelrouth, S., & Edles, L. D. (2008). *Claasical and Contemporary Sociological Theory*. Pine Forge Press.
- Atkin, C. K., & Rice, R. E. (2009). *Theory and Principles of Public Communication Campaigns*. Sage Publication.
- Databoks. (2024). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. <Https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2024/03/01/Ini-Media-Sosial-Paling-Banyak-Digunakan-Di-Indonesia-Awal-2024>.
- Ema, & Nayiroh, L. (2024). Komunikasi Media Sosial Sebagai Alat Mobilisasi Gerakan Sosial Di Indonesia. *Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi*, 9(1), 221–238.
- Fakhriyani, D. V. (2019). *Kesehatan Mental*. Duta Media Publishing.
- Hayati, L., Tamara, D., Fitriani, K., & Freskila, B. (2023). Analisis Jaringan Sosial Dalam Penerapan Probio FM pada Peternak di Bangka. *JSHP : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 7(1), 67–75. <https://doi.org/10.32487/jshp.v7i1.1440>
- Ichsan, M., Irawan, A., & Safira, Y. (2023). Analisis Komodifikasi Media Sosial Instagram terhadap Citra Partai Politik Menjelang Pemilihan Calon Presiden 2024. *JSHP : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 7(1), 76–90.
- Jastika, A. (2021). *Analisis Strategi Impression Management dalam Membentuk Personal Branding Selebgram melalui Media Sosial Instagram*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- KEMENKES. (2023). *Menjaga Kesehatan Mental Para Penerus Bangsa*. <Https://Www.Kemkes.Go.Id/Id/Rilis-Kesehatan/Menjaga-Kesehatan-Mental-Para-Penerus-Bangsa>.
- KOMINFO. (2023). *Media Sosial, Demokrasi, dan Radikalisme*. [Online] [Diakses Pada 6 April 2024]. Https://Www.Kominfo.Go.Id/Content/Detail/9744/Media-Sosial-Demokrasi-Dan-Radikalisme/0/Sorotan_media.
- KOMINFO. (2024). *Rencana Strategis 2020-2024 Kementerian Komunikasi dan Informatika*. [Online] [Diakses Pada 6 April 2024]. <Https://Web.Kominfo.Go.Id/Sites/Default/Files/Lampiran%202020Rancangan%20Rencana%20Strategis%20Kemenkominfo%202020-2024.Pdf>.
- Mayun, A. A. A. S. P. (2023). *Manajemen Impresi 2 Selebgram Perempuan Pegiat Kesehatan Mental Melalui Instagram* [Skripsi]. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Nadia, D. (2023). *Peran Media Sosial Dalam Mewujudkan Pendidikan Politik Untuk Generasi Z (Studi Kasus Kota Banda Aceh)* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh.
- Prabowo, D. A. A., & Hartanto, E. (2024). Pengaruh Kredibilitas Dan Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @Seatodaynews Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Followers. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(01), 30–35.
- Sugardo, A., & Suherman. (2022). Manajemen Impresi Penyiar Radio Players Bandung. *Jurnal Unisba*, 2(1).
- Tanupabrungsun, S. (2018). *Microcelebrity Practices: A Cross-Platform Study Through a Richness Framework*. Syracuse University.

- Tirto.id. (2023). *Info Data Kesehatan Mental Masyarakat Indonesia Tahun 2023*. [Online] [Diakses Pada 6 April 2024]. <Https://Tirto.Id/Info-Data-Kesehatan-Mental-Masyarakat-Indonesia-Tahun-2023-GQRT>.
- UNICEF. (2022). *Mental health and well-being*. [Online] [Diakses Pada 6 April 2024]. <Https://Www.Unicef.Org/Indonesia/Mental-Health>.
- Wanto, A. H. (2020). Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City. *Journal of Public Sector Innovations*, 2(1), 39–43.
- WHO. (2023). *Kesehatan Mental Remaja*. [Online] [Diakses Pada 6 April 2024]. <Https://Www.Who.Int/News-Room/Fact-Sheets/Detail/Adolescent-Mental-Health>.
- Wilopo, S. A. (2022). *Hasil Survei I-NAMHS: Satu dari Tiga Remaja Indonesia Memiliki Masalah Kesehatan Mental*. [Online] [Diakses Pada 6 April 2024]. <Https://Ugm.Ac.Id/Id/Berita/23086-Hasil-Survei-i-Namhs-Satu-Dari-Tiga-Remaja-Indonesia-Memiliki-Masalah-Kesehatan-Mental/>.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.