

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesehatan mental telah menjadi permasalahan yang erat dilingkup masyarakat sekarang. Demikian pula, isu-isu berkaitan dengan kesehatan mental telah membawa kasus seperti korban belum didiagnosa, bahkan anak-anak muda sekarang telah mengalami permasalahan kesehatan mental. Secara global, permasalahan kesehatan mental berkontribusi 13% dalam beban penyakit dengan 10-20% bersumber dari anak muda dan anak remaja (Brooks et al., 2019). Berdasarkan dari 13%, diestimasikan bahwa 6% bersumber dari remaja, yang berdampak setiap tahun (Brooks et al., 2019). Di Indonesia sendiri, berdasarkan data kumulatif yang dikumpulkan dari provinsi-provinsi dengan angka tertinggi, terdapat setidaknya 859,10% angka yang tidak dilaporkan, per 100.000 individu, dengan data yang menunjukkan bahwa dari setiap 772 kasus bunuh diri, terdapat setidaknya 7,78 percobaan. Namun, data ini secara langsung bertentangan dengan data nasional yang tersedia, di mana angka percobaan bunuh diri berada pada 2,25 per 100.000 individu, yang mengindikasikan bahwa terdapat persentase yang lebih tinggi dari yang ditampilkan secara nasional (Onie et al., 2024). Dalam pengelolaan pemerintah sekarang, 1% dari total anggaran kesehatan (sekitar 3% dari PDB negara) untuk pelayanan kesehatan mental (Kadir & Fadillah, 2023). Temuan dalam penelitian lain, menunjukkan bahwa sekitar 450.000 khalayak berusia 15-29 tahun, terdiagnosis dengan gangguan kesehatan mental berat, dengan depresi menjadi penyebab utama (Sagita et al., 2020).

Salah satu solusi yang paling layak untuk mengatasi permasalahan terkait kesehatan mental adalah melalui kampanye, atau yang dikenal sebagai kampanye kesehatan mental. Salah satu bentuk kampanye tersebut adalah kampanye media, yang kerap digunakan untuk mengarahkan opini publik terhadap isu tertentu dengan tujuan memengaruhi atau membujuk masyarakat (Ibrahim, 2021). Namun demikian, tidak semua kampanye memiliki pendekatan yang seragam. Beberapa

kampanye justru menunjukkan metode yang tidak konvensional seperti penggunaan media sosial. Berdasarkan temuan dari Draganidis, Fernando, West, & Sharp (2024), kekuatan diseminasi media sosial dan efektivitasnya terbukti signifikan, dengan salah satu faktor utamanya adalah kemampuan konten yang disesuaikan menjangkau audiens yang tepat berdasarkan platform media sosial yang digunakan.

Kampanye dalam konteks kesehatan mental pun beroperasi dengan logika yang serupa. Program “The ABCs of Mental Health” di Denmark menunjukkan keberhasilan dalam memberikan panduan terkait penyebab gangguan mental, yang menyerupai pendekatan promosi kesehatan. Hasil lanjutan dari program tersebut juga menunjukkan peningkatan pemahaman dalam isu kesehatan lainnya (Hinrichsen et al., 2020). Studi serupa oleh de Aguiar, et. al., (2022) juga mencatat keberhasilan yang sama melalui intervensi berbasis mindfulness (*Mindfulness-Based Intervention/MBI*), yang memperlihatkan penurunan risiko gangguan suasana hati pada individu. Di Inggris, kampanye pemasaran sosial “*Time to Change*” menggunakan pendekatan yang lebih eksplisit dengan, dengan tujuan utama menghilangkan stigma serta memberikan alat, informasi, dan materi pendukung bagi mereka yang mengalami isu kesehatan mental (Gonzalez-Sanguino et al., 2019).

Namun, kampanye di Indonesia belum menunjukkan tingkat keberhasilan yang signifikan. Menurut Draganidis, et. al., (2024), meskipun penggunaan media sosial sebagai alat kampanye terbukti efektif, penelitian lain seperti Sujarwato, et. al., (2019) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial justru meningkatkan masalah kesehatan mental sebesar 9%. Organisasi *Into The Light Indonesia* (ITL), yang didirikan pada tahun 2013 dengan tujuan utama pencegahan bunuh diri dan penghapusan stigma, menyoroti adanya permasalahan dalam media baru, khususnya dalam penyebaran makna. Pendekatan langsung yang digunakan kepada audiens menyebabkan terjadinya eksklusi terhadap kelompok yang tidak memiliki akses terhadap media tersebut (Pratiwi & Perdana, 2019). Forum *Community Caucus Caring for Mental Health*, sebuah forum komunitas nirlaba yang didirikan di Indonesia pada tahun 2023 dengan fokus pada pencegahan dan mitigasi masalah

kesehatan mental, menyatakan bahwa akar permasalahan yang lebih luas, yaitu kurangnya prioritas serta keterbatasan akses layanan kesehatan dan perlindungan terhadap hak asasi manusia (Basrowi et al., 2024).

Secara garis besar, faktor umum dalam prevalensi masalah kesehatan mental mengarah pada isu stigma. Menurut studi yang dilakukan oleh Koschorke, et. al., (2022), stigma terhadap gangguan kesehatan mental paling banyak ditemukan di negara-negara berpendapatan rendah. Saat ini, kebijakan kesehatan di Indonesia telah berupaya mengimplementasikan berbagai kebijakan untuk mengurangi gangguan kesehatan mental pada tingkat makro. Namun demikian, hambatan seperti kekurangan obat-obatan, ketidakcukupan pelaporan data, serta keterbatasan integrasi dalam sistem layanan kesehatan masih menjadi tantangan yang dihadapi (Koschorke et al., 2022; Yusrani et al., 2023).

Selain itu, stigma yang muncul sering kali berkaitan dengan pandangan negatif terhadap individu dengan gangguan kesehatan mental, yang dihubungkan dengan pikiran, emosi, dan perilaku negatif (Gonzalez-Sanguino et al., 2019). Disabilitas mental sering dipersepsikan sebagai beban bagi individu, keluarga, dan masyarakat, yang pada akhirnya menimbulkan gejala-gejala yang mengganggu, gangguan kognitif, serta tantangan sosial jangka panjang (Drake et al., 2011). Kondisi ini memperkuat kecenderungan individu untuk tidak mengungkapkan pengalaman pribadi terkait kesehatan mental, karena stigma menjadi faktor utama yang menghambat keterbukaan tersebut. Saat ini, terdapat sedikitnya satu dari delapan individu di seluruh dunia yang hidup dengan salah satu bentuk gangguan kesehatan mental. Kawasan Asia Tenggara menjadi salah satu wilayah dengan angka tertinggi, dengan sekitar 80% individu yang tidak terdiagnosis maupun tidak mendapatkan perawatan akibat stigma, tradisi, dan norma budaya (Brooks et al., 2019; Onie et al., 2024; Singleton et al., 2024).

Hal ini memperkuat pandangan bahwa literasi kesehatan mental di kalangan masyarakat luas masih sangat terbatas. Berdasarkan definisi dari Jorm, et. al., (1997), literasi kesehatan mental didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam mengakses, memahami, dan menerapkan informasi untuk kesejahteraan mental

yang baik, termasuk pula kemampuan mengenali, menyadari, serta mencari informasi terpercaya guna mengurangi faktor risiko gangguan mental. Namun, informasi semata tidaklah cukup karena definisinya sangat bergantung pada sudut pandang literatur. Negara seperti India, misalnya, mendefinisikan kesehatan mental sebagai “seseorang dengan gangguan fisik, mental, intelektual, atau sensorik jangka panjang yang menghambat partisipasinya dalam masyarakat” (Balakrishnan et al., 2019). Sementara itu, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mendefinisikan kesehatan mental sebagai kondisi kesejahteraan dimana individu menyadari kemampuannya, mampu mengatasi tekanan hidup, produktif dalam bekerja, dan berkontribusi terhadap komunitas (Hinrichsen et al., 2020).

Dengan sifat kampanye yang cenderung volatil, hasilnya tidak dapat diprediksi dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, maka film dapat menjadi alternatif yang layak untuk menyampaikan pesan kampanye. Dalam studi Mavrodieva, Rachman, Harahap, & Shaw (2019), ditunjukkan bahwa film dokumenter *Before the Flood* memicu lonjakan signifikan dalam tren pencarian Google terkait perubahan iklim. Studi lain oleh Aslett (2024), dalam konteks mutilasi alat kelamin perempuan, menunjukkan bahwa film *Kenya* (2022), yang menggunakan prinsip persuasi dari Robert Cialdini, efektif dalam mengubah persepsi publik dan mendorong dialog.

Dalam konteks kesehatan mental, representasi melalui film terbukti mampu menggambarkan kelompok marginal, dimana film menjadi alat untuk membentuk representasi kesehatan mental. Namun demikian, representasi ini tidak selalu menghasilkan perubahan sikap atau perilaku masyarakat yang positif (Henderson, 2017). Walaupun beberapa film mungkin terlalu menekankan sensasi dalam menggambarkan masalah kesehatan mental, tujuan utamanya adalah memperkuat stereotip dan stigma untuk meningkatkan kesadaran, bukan sebaliknya (Nordhal-Hanse et al., 2018). Namun, representasi ini sering kali tidak mampu menangkap kompleksitas dan pengalaman nyata, sehingga dibutuhkan pendekatan yang lebih bernuansa dalam meningkatkan pemahaman publik (Nordhal-Hanse et al., 2017).

Studi lainnya menunjukkan bahwa film yang menampilkan karakter dengan gangguan seperti depresi, gangguan bipolar, gangguan identitas disosiatif (DID),

dan gangguan stres pascatrauma (PTSD) memiliki kemampuan untuk memberikan edukasi kepada penonton lintas usia. Melalui film, audiens dapat memahami gejala emosional dan perilaku dari gangguan mental, sehingga meskipun cerita tersebut didramatisasi, tetap mampu mendorong empati dan perubahan sosial (Ghazali et al., 2021). Hal ini juga menandakan bahwa film dapat berfungsi sebagai bentuk psikoterapi atau *cinematic therapy*, yang memungkinkan penonton untuk merefleksikan emosi, trauma, dan proses penyembuhan pribadi. Film-film yang mengangkat isu kesehatan mental memberikan gambaran tentang dinamika kekuasaan dalam perawatan dan pengalaman manusia, serta membantu menghapus mitos tentang gangguan mental (Kalra et al., 2018; Sigamani et al., 2024).

Salah satu organisasi di Indonesia menonjol dalam penerapan metode penggunaan film sebagai alat kampanye, yaitu *Rumpun Nurani*. *Rumpun Nurani* adalah sebuah organisasi non-pemerintah, secara aktif berupaya menghapus stigma terhadap kesehatan mental melalui forum yang bertujuan mengenali disabilitas mental untuk meningkatkan kualitas hidup, pribadi, dan keluarga, serta memberikan pembelajaran komunitas terkait isu kesehatan mental. Dalam upaya terbarunya, bekerja sama dengan yayasan afiliasinya, *Lembaga Advokasi Keluarga Indonesia*, serta para sineas muda dari *Cakra Visual*, mereka memproduksi empat film pendek sebagai media kampanye kesehatan mental pada remaja. Menggunakan data dari *Survei Nasional Kesehatan Mental Remaja Indonesia*, film-film ini menunjukkan bahwa medium film dapat digunakan untuk menyebarkan kesadaran dan menceritakan pengalaman hidup dalam memberikan perspektif yang lebih luas terhadap isu yang dihadapi (Rumpun Nurani, 2023; Mulyana, 2024).

Berdasarkan hasil data pra-riset oleh peneliti, *#connecttocare* dibuat pada masa puncak Pandemi Covid-19. Selain itu, *#connecttocare* merupakan respons terhadap menurunnya kesehatan mental anak-anak akibat isolasi selama pandemi. Sebagai tindak lanjut, Rumpun Nurani mengembangkan berbagai program di bawah kampanye *#connecttocare*, salah satunya adalah *school-based mental health program* yang bertujuan untuk melakukan penilaian serta memberikan konseling kepada peserta didik di berbagai sekolah (R. Chrisdiana, wawancara 8 Desember

2024). Data pendukung dari berbagai penelitian menunjukkan adanya peningkatan tingkat *psychological distress* (tekanan psikologis) yang terjadi terutama pada kelompok rentan, baik pada individu yang telah maupun yang baru didiagnosis dengan gangguan mental. Selain itu, individu dengan kebutuhan khusus dan mereka yang memiliki riwayat gangguan mental serta terpapar media secara terus-menerus lebih rentan mengalami kecemasan (Panchal et al., 2021).

Hasil survei yang dilakukan oleh Wood, et. al., (2022) menunjukkan bahwa para siswa pada masa tersebut mengalami berbagai masalah kesehatan mental, seperti rasa putus asa, kesepian, kesedihan, kecemasan, dan kemarahan, dengan total 81,6% responden melaporkan gejala kesehatan mental negatif. Studi lain juga menunjukkan bahwa berbagai lapisan masyarakat turut mengalami tekanan tambahan akibat wabah Covid-19, dimana beberapa kelompok mengalami gejala psikologis sebagai dampak langsung dari pandemi. Individu seperti pasien, orang yang menjalani karantina, tenaga medis, mahasiswa, ibu hamil, dan anak-anak memiliki kemungkinan yang lebih tinggi untuk mengalami gangguan psikologis (Shahyad & Mohammadi, 2020).

Berdasarkan studi literatur telah diuraikan, kebaruan (*novelty*) ingin disampaikan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah penggunaan media film sebagai alat kampanye dalam meningkatkan kesadaran kesehatan mental di Indonesia. Data statistik terkini menunjukkan bahwa kasus-kasus gangguan kesehatan mental yang tidak terdiagnosis di Indonesia masih menjadi permasalahan yang erat, dengan akibatnya seperti kehadiran stigma sosial, kurangnya literasi terhadap kesehatan mental dan sebagainya. Namun, dengan hadirnya Rumpun Nurani, melalui kampanye *#connecttocare* yang menggunakan film sebagai media utama dalam menyampaikan pesan kampanye kesehatan mental, pendekatan ini tidak hanya dapat dikategorikan sebagai strategi unik, akan tetapi sebagai pertimbangan pendekatan baru dengan memperhatikan budaya, tradisi, dan sebagainya. Upaya pendekatan yang dilakukan oleh Rumpun Nurani menjadi potensi strategis untuk meningkatkan kesadaran kesehatan mental khalayak. Studi penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif, khususnya deskriptif kualitatif

serta metode studi kasus. Fokus utama dalam penelitian adalah menganalisis upaya Rumpun Nurani memanfaatkan media film untuk menyampaikan pesan kampanye dalam meningkatkan kesadaran khalayak terhadap isu kesehatan mental.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi yang digunakan oleh Rumpun Nurani dalam pemanfaatan film dalam kampanye kesehatan mental *#connecttocare*?

1.3 Tujuan Penelitian

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, penelitian ini berfokus pada strategi Rumpun Nurani dalam memanfaatkan film sebagai media alternatif untuk kampanye kesehatan mental *#connecttocare*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsi strategi digunakan oleh Rumpun Nurani dalam pemanfaatan film dalam kampanye kesehatan mental *#connecttocare*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis

Film sebagai medium dan sebagai bidang kajian telah melahirkan berbagai penelitian mengenai relevansinya terhadap tema-tema sosial, stigma, serta representasi kelompok-kelompok terpinggirkan. Sejalan dengan itu, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi bagi bidang komunikasi strategis, komunikasi kesehatan, serta kajian film dan media. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada bidang komunikasi strategis dan komunikasi kesehatan, dengan harapan bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan akademik dalam pengembangan strategi berbasis film atau media. Selain itu, penelitian ini juga bermaksud memberikan kontribusi pada bidang kajian film dan media, dengan harapan temuan penelitian dapat dimanfaatkan sebagai rujukan akademik dalam mengeksplorasi penggunaan film sebagai media alternatif dan komunikatif, sehingga dapat meningkatkan efektivitas serta efikasinya.

Manfaat Praktis

Film sebagai medium memiliki potensi besar dalam menggambarkan kisah, pengalaman hidup, serta merepresentasikan kelompok-kelompok yang terpinggirkan. Dalam banyak kasus, film berfungsi sebagai alat komunikasi untuk menyuarakan emansipasi dan representasi kolektif. Sejalan dengan itu, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada bidang kampanye, program pemberdayaan masyarakat, dan industri film. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi bidang kampanye dan program pemberdayaan masyarakat, dengan harapan bahwa hasil penelitian dapat dijadikan dasar praktis dalam perumusan strategi kampanye serta pemanfaatan film sebagai media alternatif untuk menyampaikan tujuan-tujuan komunikatif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi industri film, dengan harapan bahwa penelitian ini dapat mendorong hadirnya film-film yang dapat digunakan sebagai media alternatif dalam membangun kesadaran sosial kolektif terhadap isu kesehatan mental sebagai masalah global.