

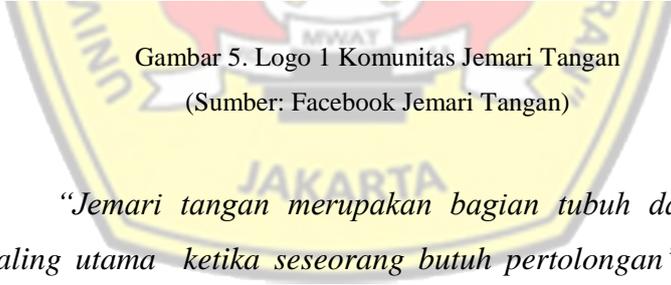
BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan analisis penguraian secara mendetail mengenai penelitian untuk memberikan jawaban atau solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambaran kemampuan penulis dalam memecahkan masalah.

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Tentang Komunitas Jemari Tangan



Gambar 5. Logo 1 Komunitas Jemari Tangan
(Sumber: Facebook Jemari Tangan)

“Jemari tangan merupakan bagian tubuh dari manusia yang paling utama ketika seseorang butuh pertolongan”. Begitu menurut salah satu inisiator komunitas Jemari Tangan, beliau berharap komunitas Jemari Tangan dapat mempunyai fungsi yang sama seperti halnya jemari tangan dalam anggota tubuh manusia. Mengulurkan bantuan kepada mereka yang butuh pertolongan dalam masalah kesehatan mental.

Komunitas Jemari Tangan merupakan komunitas yang mengkampanyekan kesehatan mental di Indonesia khususnya daerah Ibu Kota Jakarta. Berdiri sejak Oktober tahun 2016, komunitas ini kini memiliki empat ratus (400) anggota. Berawal dari kepedulian para anggota terhadap isu dan masalah kesehatan mental di Indonesia yang

kurang diperhatikan dan seolah masalah kesehatan mental bukanlah sesuatu yang penting bagi masyarakat, maka tergeraklah para anggota untuk membuat komunitas Peduli kesehatan mental dengan nama Jemari Tangan.

Tangan merupakan bagian yang paling sering digunakan oleh manusia. Bagian tangan ini sering dipakai untuk menyentuh. Jemari tangan, sesuai artinya menggambarkan bagian tubuh pertama yang kita gunakan untuk berinteraksi dengan orang lain. Jemari tangan juga ingin menjadi barisan terdepan untuk dapat “merangkul” masyarakat secara luas agar dapat lebih *aware* terhadap kesehatan jiwa mereka yang sama pentingnya dengan kesehatan fisik. Maksud “Jemari Tangan” ini ingin menyentuh hari orang, agar sadar dan lebih peduli terhadap isu dan masalah kesehatan mental atau jiwa masyarakat.¹

Komunitas Jemari Tangan memiliki sebuah platform sosial seperti instagram, facebook dan website. Komunitas Jemari Tangan ini percaya bahwa dengan kekuatan media sosial dapat menyebarkan *awarness* tentang kesehatan jiwa dengan lebih luas.

Didirikan oleh dosen psikologi dan tenaga psikolog di salah satu Yayasan Kesehatan. Mereka hadir dengan tujuan untuk memasyarakatkan isu kesehatan mental. Mereka sepakat bahwa isu mempunyai dampak yang sangat besar, namun banyak masyarakat yang tidak menyadarinya. Literasi dan pengetahuan masyarakat mengenai masalah kesehatan jiwa atau mental ini sangat rendah, padahal isu ini sangat diperhatikan di luar negeri. “Bagi saya pribadi dan teman-teman yang lain, sebenarnya kita bangun komunitas ini pengen *do something* yang bermanfaat intinya itu, tapi juga *happy*, tidak ada yang membebani intinya. Selain itu juga kita bangun ini sebagai ajang kolaborasi dan

¹ Website Jemari Tangan <https://jemaritanganid.wixsite.com>

sosial support. Dan sebenarnya nih bisa juga jadi *support system* untuk teman-teman psikolog lainnya”. (FA, M.Psi)

4.1.2 Visi dan Misi Komunitas Jemari Tangan

4.1.2.1 Visi Komunitas

1. Menumbuhkan dan memperluas *awarness* mengenai kesehatan mental
2. Menciptakan kepedulian masyarakat mengenai kesehatan jiwa bukan hanya raga

4.1.2.2 Misi Komunitas

1. Turun lapangan mengkampanyekan kesehatan mental
2. Mengikuti dan mengadakan kegiatan psiko edukasi
3. Semangat kolaborasi
4. Sebagai *system support*

4.1.3 Inisiator Komunitas Jemari Tangan

Tabel 3. Nama-nama inisiator komunitas Jemari Tangan

No.	Nama	Profesi	Email
1.	Anastasia Satriyo, M.Psi	Psikolog	Anastasia.satriyo@gmail.com
2.	Cantyo Dannis, M.Psi	Psikolog	Cantyo.dannis@gmail.com
3.	Felicia Ilona, M.Psi	Psikolog	Felicia.ilona@yahoo.com
4.	Fadhilah Amalia, M.Psi	Psikolog	Fadhilah.amalia@gmail.com
5.	Addam Zein, S.Sos	PR Agency	addamzein@gmail.com

4.2 Hasil Penelitian

Penelitian yang peneliti telah lakukan adalah untuk mendapatkan hasil yang relevan mengenai judul yang peneliti teliti yakni, strategi kampanye peduli kesehatan mental komunitas Jemari Tangan (studi kasus pada kampanye yang diselenggarakan komunitas Jemari Tangan). Penulis melakukan *depth interview* atau wawancara secara mendalam dengan narasumber yang berkompeten dalam memberikan informasi yang kuat dan akurat mengenai penelitian yang peneliti lakukan sehingga dapat membantu peneliti untuk menyelesaikan penelitian.

Hasil penelitian yang peneliti lakukan ialah untuk menjawab beberapa tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui alasan komunitas Jemari Tangan melakukan kampanye peduli kesehatan mental, untuk mengetahui strategi keberhasilan kampanye peduli kesehatan mental yang dilakukan komunitas Jemari Tangan dan untuk mengetahui faktor penting yang menjadi fokus strategi pelaksanaan kampanye peduli kesehatan mental yang dilakukan oleh komunitas Jemari Tangan.

Tahap awal yang peneliti lakukan adalah melihat dan mengamati pelaksanaan kampanye komunitas Jemari Tangan ini melalui sosial media instagram kemudian peneliti juga melihat secara langsung bagaimana kampanye di lapangan saat hari *car free day* untuk memahami dan memilah informasi yang akan peneliti gunakan. Dalam tahap awal yang peneliti lakukan tidak mendapatkan informasi yang cukup, maka peneliti melakukan wawancara secara mendalam kepada para inisiator, anggota maupun *volunteer* dalam pelaksanaan kampanye peduli kesehatan mental ini. Peneliti melakukan wawancara mendalam (*depth interview*) untuk mendapatkan informasi yang akurat untuk kebutuhan penelitian.

Wawancara mendalam dilakukan peneliti dengan para inisiator atau pendiri komunitas Jemari Tangan yakni kepada informan 1 selaku inisiator komunitas Jemari Tangan, informan 2 selaku inisiator komunitas Jemari

Tangan, informan 3 selaku anggota komunitas Jemari Tangan, informan 4 *volunteer* kegiatan komunitas Jemari Tangan, dan informan 5 kolaborator kampanye komunitas Jemari Tangan. Kegiatan wawancara dilakukan di klinik Satelit Universitas Indonesia, Fakultas Psikologi Universitas Indonesia dan café X. Sebelum perencanaan wawancara, agar dapat melakukan wawancara dengan para informan, peneliti melakukan kontak terlebih dahulu kepada komunitas Jemari Tangan melalui email komunitas Jemari Tangan serta melalui sosial media instagram via *direct message* untuk perizinan penelitian.

Berbagai tahapan penelitian telah dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi dan data dari para informan yang dibutuhkan dalam penelitian, hingga sampailah peneliti melakukan kontak dengan para informan untuk penetapan jadwal wawancara. Peneliti melakukan kontak melalui *direct message* di media sosial instagram para informan dalam komunitas Jemari Tangan, kemudian berlanjut sampai personal chat via whatsapp untuk kejelasan waktu dan tempat pelaksanaan wawancara.

Wawancara pertama dilakukan dengan informan 1 selaku inisiator dari komunitas Jemari Tangan. Wawancara ini dilakukan di klinik satelit Universitas Indonesia pada tanggal 2 April pukul 6 sore hari dan berlangsung selama kurang lebih 90 menit. Tempat dan waktu pelaksanaan wawancara ditentukan sendiri oleh informan 1. Pada wawancara pertama ini, peneliti menetapkan salah satu inisiator komunitas Jemari Tangan sebagai informan 1, yakni DA yang berprofesi sebagai psikolog di klinik satelit Universitas Indonesia. Peneliti menetapkan beliau sebagai informan 1 guna menguatkan dan pemberian informasi secara jelas sebagai kebutuhan penelitian mengenai strategi kampanye komunitas Jemari Tangan ini. Beliau juga menjelaskan profil komunitas dan alasan mengapa para inisiator membangun komunitas Jemari Tangan ini, serta awal mula mulai mengadakan kampanye peduli kesehatan mental yang dilakukan komunitas Jemari Tangan. Di luar itu, beliau juga menjelaskan mengenai keadaan kesehatan mental yang saat ini terjadi di Indonesia khususnya generasi milenial.

Wawancara kedua dilakukan setelah satu minggu pada jadwal wawancara pertama dikarenakan kesibukan inisiator. Pada wawancara kedua, peneliti menetapkan inisiator 2, CD sebagai informan 2 guna memperoleh penguatan informasi untuk kebutuhan penelitian. Jadwal pelaksanaan ditentukan sendiri oleh informan 2, yakni di Gedung Fakultas Psikologi Universitas Indonesia pada siang hari dan berlangsung selama 40 menit. Wawancara kedua ini mendapatkan hasil informasi mengenai strategi yang dilakukan komunitas Jemari Tangan dalam mengkampanyekan masalah kesehatan mental kepada masyarakat melalui kegiatan di lapangan maupun melalui *social platform*.

Wawancara ketiga dan keempat dilakukan pada tanggal 13 April 2019 pada sore hari di Café X daerah Depok. Wawancara berlangsung selama 60 menit. Waktu dan tempat pelaksanaan wawancara ditetapkan atas kesepakatan antara informan dan peneliti. Wawancara ketiga ini peneliti menetapkan KS, anggota komunitas sebagai informan 3 guna mendapatkan data dan informasi mengenai strategi pada pelaksanaan kampanye komunitas Jemari Tangan ini. Selain itu pada wawancara kali ini peneliti juga menetapkan informan 4, yakni MT yang juga merupakan anggota komunitas Jemari Tangan yang ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan kampanye komunitas Jemari Tangan.

Wawancara kelima dilakukan peneliti dengan informan 5 yakni MHA selaku perwakilan dari *volunteer* dalam pelaksanaan kampanye peduli kesehatan mental yang dilakukan komunitas Jemari Tangan. Wawancara dilakukan di café X Depok pada tanggal 27 April. Wawancara berlangsung selama 40 menit mengenai strategi yang dilakukan dalam pelaksanaan kampanye komunitas Jemari Tangan ini dalam perspektif *volunteer* yang ikut andil dalam kegiatan kampanye ini.

Wawancara yang peneliti lakukan bersama para informan mendapatkan hasil wawancara berupa data dan informasi sebagai kebutuhan penelitian yang peneliti lakukan, yaitu strategi kampanye peduli kesehatan mental komunitas Jemari Tangan (studi kasus pada kampanye yang diselenggarakan komunitas

Jemari Tangan). Data dan informasi yang diperoleh peneliti dari para informan diolah dan dijadikan sebagai bahan penelitian guna menjawab tujuan peneliti, yaitu alasan pengadaan kampanye peduli kesehatan mental, strategi kampanye peduli kesehatan mental dan faktor penting yang menjadi fokus strategi pada pelaksanaan kampanye peduli kesehatan mental Komunitas Jemari Tangan.

4.2.1 Alasan Komunitas Jemari Tangan melakukan Kampanye Peduli Kesehatan Mental



Gambar 6. Foto komunitas Jemari Tangan
Sumber: Dokumentasi komunitas Jemari Tangan

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan dari para informan, kegiatan kampanye peduli kesehatan mental merupakan kampanye sosial yang dilakukan komunitas Jemari Tangan guna memperluas pemahaman dan *awarness* masyarakat mengenai masalah kesehatan mental. Dalam wawancara dengan informan 1 sebagai berikut:

“Kita membangun komunitas dan melakukan kampanye ini supaya orang lebih aware lagi terhadap masalah kesehatan mental”².

² Wawancara dengan FA tanggal 2 April 2019

Pandangan yang sama dijelaskan oleh informan 5, berikut dalam wawancara:

“Komunitas yang mengkampanyekan kesehatan mental ke masyarakat luas dengan tujuan buat memperluas awarness dan kepedulian masyarakat mengenai kesehatan mental”³.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dilihat bahwa informan 1 dan informan 5 mempunyai pendapat yang sama mengenai kampanye komunitas Jemari Tangan dengan informan 4 sebagai berikut:

“Komunitas ini wadah buat para psikolog buat memperluas awarness masyarakat mengenai mental health dan sebagai sosial support juga dan apa ya, support sisystem juga bagi para psikolog⁴”.

Informan di atas menyatakan bahwa komunitas Jemari Tangan mengkampanyekan peduli kesehatan mental merupakan komunikasi mempunyai tujuan untuk memperluas *awarness* masyarakat terhadap masalah kesehatan mental. Selain itu, informan 1 juga menambahkan bahwa komunitas Jemari Tangan membangun komunitas ini ialah untuk memperkenalkan kepada masyarakat mengenai profesi psikolog. Berikut dalam wawancara:

“Sekaligus kita mau mengenalkan tentang profesi psikolog karena gak semua orang tau bahwa profesi psikolog ini bisa ngebantuin mereka yang punya masalah kesehatan mental⁵”.

Berdasarkan pernyataan di atas, informan 5 juga menambahkan dalam wawancara sebagai berikut:

³ Wawancara dengan MHA tanggal 27 April 2019

⁴ Wawancara dengan MT tanggal 13 April 2019

⁵ Wawancara dengan FA tanggal 2 April 2019

“Serta memperkenalkan kepada masyarakat profesi psikolog dan itu semua udah tercapai”.⁶

Informan 1 juga menyatakan bahwa komunitas Jemari Tangan ini juga dijadikan wadah bagi para psikolog untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Berikut pernyataan informan 1 dalam wawancara:

“Bagi ku pribadi dan teman-teman yang lain, sebenarnya kita bangun komunitas ini pengen do something yang bermanfaat intinya itu, tapi juga happy, tidak ada yang membebani intinya”.⁷

Pernyataan informan 1 juga diperkuat oleh pernyataan dari informan 2, berikut dalam wawancara :

“komunitas yang terdiri dari para psikolog-psikolog muda galau, apa yang kita mau lakukan nih, karena sebagai fresh graduate s2 psikolog itu, klien juga tidak semudah itu dapetnya. Dari kebingungan itu kita bikin bareng-bareng support group itulah, gimana caranya supaya masyarakat juga tau, akhirnya yaudah kita mau jemput bola. Kita gak mau diem aja, tapi kita juga mau mengedukasi masyarakat. Komunitas yang berfungsi sebagai wadah buat menyalurkan minat si para psikolog yang berubah haluan. Nah komunitas ini jadi penyalur minat mereka juga supaya ada pengalaman klinis juga, konselingnya ada gitu”.⁸

Berdasarkan pernyataan dari para informan di atas, komunitas Jemari Tangan juga menjadikan kampanye ini sebagai *support system*.

Support system merupakan sebuah dukungan dari berbagai elemen, dapat berupa barang dan jasa yang berguna untuk seseorang. Semua elemen yang dapat mendukung seseorang untuk melakukan sesuatu

⁶ Wawancara dengan MHA tanggal 27 April 2019

⁷ Wawancara dengan FA tanggal 2 April 2019

⁸ Wawancara dengan CD tanggal 10 April 2019

dalam berbagai hal, sehingga orang yang didukung itu merasa mempunyai kekuatan.

Kehidupan yang semakin modern membuat seseorang hidup individualis. Pola hubungan yang seperti ini rentan dengan rasa kesepian. Rasa sepi dapat dihindarkan ketika seseorang mempunyai system support baik dari dalam maupun luar lingkungan.

Berdasarkan pendapat informan 1 dan 2 di atas, pendapat yang sama juga dijelaskan oleh informan 3, berikut dalam wawancara:

*“Komunitas Jemari Tangan itu wadah bagi para psikolog buat bisa jadi bermanfaat bagi orang lain. Komunitas yang isinya para psikolog hebat, intinya di sini gak beban masuk komunitas ini. Kita seneng aja bisa bantu masyarakat mengenai masalah mental healthnya mereka lewat project-project yang diadakan komunitas”.*⁹

Informan 5 juga berpendapat bahwa komunitas Jemari Tangan merupakan wadah bagi para psikolog untuk *sharing* pengetahuan mengenai masalah psikologi kepada target komunikasi komunitas Jemari Tangan ini, berikut dijelaskan oleh informan 5 dalam wawancara:

*“komunitas Jemari Tangan menurut saya itu komunitas yang menaungi atau yang memberikan wadah bagi para psikolog buat *sharing* dan membagi ilmunya ke masyarakat luas secara langsung”.*¹⁰

Komunitas Jemari Tangan dalam melakukan kampanye ini juga mempunyai tujuan sebagai *social support* masyarakat yang membutuhkan tempat untuk menampung keluh kesah cerita mereka serta menempatkan diri sebagai orang yang mampu mengerti dan memahami

⁹ Wawancara dengan KS tanggal 13 April 2019

¹⁰ Wawancara dengan MHA tanggal 27 April 2019

bentuk *emotional* seperti yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat. Berikut pernyataan informan 1 dalam wawancara:

“Selain itu juga kita bangun ini sebagai ajang kolaborasi dan sosial support bagi masyarakat buat nyampein keluhan kesah mereka dan sebagai macem cerita mereka”.¹¹

Pernyataan dari para informan di atas ialah alasan terbentuknya komunitas Jemari Tangan ialah sebagai wadah bari para psikolog untuk melakukan hal yang bermanfaat sesuai dengan profesi psikolog itu sendiri yaitu yang berkaitan dengan masalah kesehatan mental. Selain bermanfaat bagi masyarakat, peneliti juga menarik kesimpulan bahwa kampanye peduli kesehatan mental yang diselenggarakan oleh komunitas ini mempunyai tujuan salah satunya ialah sebagai tempat *sharing* para mereka yang berprofesi sebagai psikolog atau sebagai *support system* bagi sesama profesi.

Berdasarkan pernyataan dari para informan, dapat disimpulkan bahwa kampanye peduli kesehatan mental komunitas Jemari Tangan merupakan suatu bentuk komunikasi dari komunikator yakni komunitas Jemari Tangan dengan komunikan yakni target sasaran khalayak komunitas agar tercipta suatu efek yakni *awarness* dan pengetahuan target komunikasi terhadap pesan yang disampaikan komunitas yakni permasalahan mengenai kesehatan mental. Kampanye peduli kesehatan metal ini dapat dinyatakan sebagai kampanye sosial, dikaitkan dengan konsep yang diambil tentang kampanye.

Menurut Venus (2018) mendefinisikan kampanye sebagai: “Kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan efek tertentu kepada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.”¹²

¹¹ Wawancara dengan FA tanggal 2 April 2019

¹² Venus, A. (2018). Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Berdasarkan perspektif narasumber yang dikaitkan dengan konsep, dapat dijelaskan bahwa kampanye ialah kegiatan komunikasi antara komunikator kepada khalayak untuk mencapai efek yang diharapkan. Dengan perspektif Informan 1 dan 5 mengenai kampanye peduli kesehatan mental sebagai orang yang mempunyai peranan yang penting dalam pelaksanaan serta keberhasilan kampanye ini dan dikaitkan kembali dengan konsep mengenai kampanye, bahwa kampanye peduli kesehatan mental masuk ke dalam kategori *Ideological or Cause-Oriented Campaigns*,

Kampanye peduli kesehatan mental dilakukan untuk membangun kesadaran dan pemahaman tentang kesehatan mental. Mengingat pada tahun 2018 Indonesia menempati urutan ke-7 dunia dalam jumlah terbanyak penderita gangguan kesehatan mental dengan gejala depresi menurut *World Health Organization (WHO)*. Untuk mengurangi jumlah penderita yang banyak maka perlu adanya kegiatan komunikasi guna berfungsi sebagai pencegahan terhadap masalah *mental health*.

Kampanye peduli kesehatan mental menggiatkan kegiatan kampanye secara langsung lewat konsultasi gratis pada pagelaran *car free day*. Konsultasi menurut KBBI merupakan perundingan antara pemberi dan penerima layanan kesehatan yang bertujuan mencari penyebab timbulnya penyakit dan menentukan cara pengobatannya. Penggiatan konsultasi gratis dilakukan untuk menimbulkan efek kepedulian, kesadaran dan pengetahuan masyarakat penderita maupun bukan penderita tentang masalah metal.

Kegiatan konsultasi gratis ini merupakan salah satu solusi untuk kegiatan *preventif* terhadap tingginya jumlah penderita gangguan mental. Harapan efek konsultasi gratis ini sangat tinggi dikarenakan diisi oleh para profesional di bidang psikologi yang terlatih. Penggratisan kegiatan konsultasi ini merupakan daya tarik bagi para masyarakat yang berkeinginan untuk pergi ke psikolog tetapi terkendala biaya. Diisi oleh

para psikolog handal, komunitas Jemari Tangan ini diakui mempunyai kelebihan seperti yang dipaparkan oleh informan 1, berikut dalam wawancara:

“kita semua psikolog, kita terdiri dari psikolog-psikolog muda yang merasa penting untuk berbagi pengetahuan soal kesehatan mental itu si, dan bahkan kalo perlu kita terjun langsung kuratifnya, pengobatannya. Menurutku banyak komunitas kesehatan mental yang isinya kadang banyak penggiat-penggiatnya entah itu survivor atau memang orang psikolog juga, tapi memang sebenarnya kita gak menutup kemungkinan toh salah satu inisiator kita itu orang sosial salah satunya karena pasti dia pasti lebih pintar buat bikin media campaign. Tapi kalo ditanya soal keunikan itu, kita semua psikolog profesional, kita semua terlatih dan punya pemahaman tentang kesehatan mental terlebih untuk memberikan konsultasi psikolog gratis dan yang bisa turun ke jalan juga, memberikan pelayanan”.¹³

Pernyataan informan 1 juga dinyatakan oleh informan 2, sebagai berikut dalam wawancara:

“Kita menghadirkan banyak psikologi di situ dan psikolog yang kita hadirkan itu yang udah lulus sekitar 75% udah lulus, sisanya lagi nyelesain s2nya. Jadi mereka itu kredibel untuk mnegurus masalah-masalah kesehatan mental. yang lain, nggak”.¹⁴

Informan 3 juga menyatakan dalam wawancara:

*“Iya, sebenarnya yang jadi pembedanya itu, kita semua psikolog rata-rata bahkan hampir semua”*¹⁵

Informan 4 juga menambahkan pernyataan sebagai berikut:

¹³ Wawancara dengan FA tanggal 2 April 2019

¹⁴ Wawancara dengan CD tanggal 10 April 2019

¹⁵ Wawancara dengan KS tanggal 13 April 2019

*“Kita semua psikolog, terlatih dibidangnya dan kita ada anak komunikasi buat masarin campaign komunitas ini. Jadi semua di bidangnya masing-masing walaupun ga nutup bakal bantu sama lain gitu tapi kalo pembeda itu sih, kita semua psikolog. Kita tau dan terlatih gimana cara nanganin kasus ini itu masalah yang mereka cerita pun kita keep ke diri kita sendiri”.*¹⁶

Pernyataan di atas juga ditambahkan oleh informan 5 dalam wawancara sebagai berikut:

*“Menurut saya komunitas ini yang jadi pembedanya adalah isinya semua psikolog handal. Dan komunitas dengan title yang pas gitu, komunitas ini tergerak di bidang kesehatan mental dan isinya ya bener-bener psikolog. Jadi pesan yang dikampanyekannyapun ya dapay dipercaya sama masyarakat ya karena memang ahli dibidangnya”.*¹⁷

Berdasarkan pernyataan dari para informan di atas, dapat dinyatakan bahwa komunitas Jemari Tangan terdiri dari para psikolog profesional yang mempunyai pemahaman kesehatan jiwa.

Para psikolog profesional ini mempunyai niat untuk bisa menyadarkan betapa pentingnya kesehatan jiwa itu sama seperti halnya kesehatan raga, seperti yang dinyatakan oleh informan 1 dalam wawancara, sebagai berikut:

“kita melihat bahwa apa nih yang bisa kita lakukan sebagai psikolog nantinya untuk kesehatan mental itu, dengan pandangan bahwa apakah orang akan melakukan hal yang sama ketika mereka jiwanya terluka sebagaimana mereka mengobati luka pada tangannya, karena luka pada tangan seperti yang kita tahu, orang

¹⁶ Wawancara dengan MT tanggal 13 April 2019

¹⁷ Wawancara dengan MHA tanggal 27 April 2019

*akan cepat mengobati tangan tersebut dengan first aid atau pertolongan pertama lain seperti hansaplas atau sebagainya”.*¹⁸

Berdasarkan pernyataan informan 1 di atas, informan 2 juga menyatakan hal sebagai berikut:

*“Nah, tujuannya itu untuk mengedukasi masyarakat si, membuat masyarakat lebih aware terhadap isu-isu masalah kesehatan mental, karena idealnya adalah raga yang sehat merupakan jiwa yang sehat. Seperti slogan Jemari Tangan, “yang dijaga bukan hanya raga tapi juga jiwa”.*¹⁹

Informan 4 juga menyatakan dalam wawancara sebagai berikut:

*“Jadi tempat kita buat turun ke jalan mengkampanyekan masalah mental health di jalan gitu supaya masyarakat tersentuh langsung dengan pesan yang komunitas sampein. Kita sentuh mereka yang mungkin takut buat ke psikolog lewat kegiatan kampanye offline ini”.*²⁰

Berdasarkan informan di atas, informan 5 juga sependapat dalam wawancara sebagai berikut:

*“Komunitas yang mengkampanyekan kesehatan mental ke masyarakat luas dengan tujuan buat memperluas awarnessdan kepedulian masyarakat mengenai kesehatan mental”.*²¹

Kesadaran akan pentingnya kesehatan jiwa membantu pengurangan jumlah penderita gangguan jiwa. Namun nyatanya masih banyak masyarakat yang kurang peduli dengan masalah ini, bahkan banyak pandangan bahwa datang ke psikolog merupakan hal yang buruk, seperti pada pernyataan informan 1 dalam wawancara sebagai berikut:

¹⁸ Wawancara dengan FA tanggal 2 April 2019

¹⁹ Wawancara dengan CD tanggal 10 April 2019

²⁰ Wawancara dengan MT tanggal 13 April 2019

²¹ Wawancara dengan MHA tanggal 27 April 2019

*“Tapi ternyata orang-orang masih dibatasi dengan stigma bahwa datang ke psikolog itu negatif atau buruk. Kita gak mau stigma negatif itu terus ada, makanya kita coba gimana caranya orang untuk aware lagi terhadap masalah kesehatan mental meskipun waktu itu awarness masyarakat itu udah mulai banyak tapi di sini kita-kita mau meningkatkan lagi secara lebih luas awarness orang-orang terhadap kesehatan mental. Sekaligus kita mau mengenalkan tentang profesi psikolog karena gak semua orang tau bahwa profesi psikolog ini bisa ngebantuin mereka yang punya masalah kesehatan mental”.*²²

Berdasarkan pernyataan informan 1 di atas, stigma negatif terhadap penderita masih sering ditemui. Pandangan-pandangan negatif terhadap penderita akan berkurang dengan adanya tindakan komunikasi, penyampaian pesan secara benar dan berkala hingga mendapatkan pemahaman mengenai urgensi masalah yang disampaikan akan mengurangi stigma-stigma negatif itu sendiri.

²² Wawancara dengan FA tanggal 2 April 2019

Berdasarkan pernyataan informan 1, pernyataan serupa dikeluarkan oleh informan 2 sebagai berikut:

*“Gimana caranya supaya masyarakat juga tau, akhirnya yaudah kita mau jemput bola. Kita gak mau diem aja, tapi kita juga mau mengedukasi masyarakat. Untuk komunitas kesehatan mental kan sekarang banyak yah. Jadi saya rasa, kami yang bener turun ke jalan gitu yang lainnya gak turun ke jalan”.*²⁴

*“Masyarakat yang kita sasar, masyarakat yang disitu dan kegiatan-kegiatan kita juga banyak yang langsung ke lapangan, yang langsung menysasar grassroot. Kita bikin di cfd, cerita-cerita juga, atau kita bikin diskusi di tempat publik si, gitu”.*²⁵

Offline campaign dilaksanakan pada hari minggu di daerah Gelora Bung Karno ataupun daerah bunderan HI sebagai wujud kepedulian komunitas terhadap kesehatan mental. wujud kepedulian ini merupakan hasil akhir dari kampanye komunitas Jemari Tangan yang menyangkut dengan tujuan dan sasaran komunitas. Cara agar hasil akhir itu terealisasi adalah denganmelakukan komunikasi yang terstrustuk dan terencana yaitu melakukan kampanye peduli kesehatan mental ini. Sepeeti yang tertera dalam konsep penelitian mengenai strategi.

Dalam rukajat (2018:42) strategi merupakan cara-cara yang digunakan untuk mencapai tujuan, strategi tidak hanya sekedar perencanaan, tetapi lebih dari tiu yakni perencanaan menyeluruh, komprehensif, dan integral. Menyeluruh artinya melibatkan semua bagian atau unit kerja yang ada dalam perusahaan secara bersama-sama. Komprehensif berarti mencakup semua aspek utama organisasi. Integral artinya semua bagian dari perencana harus saling terkat satu dengan lainnya.

²⁴ Wawancara dengan CD tanggal 10 April 2019

²⁵ *Ibid*

Konsep di atas merupakan teori dari pernyataan yang informan 1 sampaikan, berikut dalam wawancara:

“Sebelum ngadain itu, kita planning dulu, siapin siapa yang bakal turun ke kerumunan orang buat masarin acara kita itu, kita utus dua atau tiga orang buat masarin atau speak ke orang-orang yang lagi cfd an mengenai kampanye dan konsultasi gratis kita itu. Kita adain konsultasi gratis ini juga sering dibantu sama temen-temen dari komunitas lain yang juga latar belakangnya psikolog walaupun sebenarnya kita gak nutup ruang buat mereka yang buka seorang psikolog buat ikut acara kita.”²⁶

Informan 4 juga menyatakan pendapatnya sebagai berikut dalam wawancara:

“Kita buat planning dulu misal ada acara apa gitu ya, atau kita mau adain kegiatan apa. Pasti selalu ada omongan dulu dari jauh-jauh hari, komunitas nentuin siapa aja orang-orangnya yang bakal ngatur regis, ngatur testi, ngatur eval, sediain medianya juga gitu, iya walaupun udah ada job desknya masing-masing, tapi kita tetep bantu sama lain gitu, kadang ganti-ganti. Mengalir gitu aja juga sih. Komunitas juga bakal tentuin tanggal, biasanya inisiator itu yang ngatur itu itunya segala macam dari jauh-jauh hari. Saya dan teman-teman lainnya itu nanti dikasih tau tempat sama tanggalnya dan jam berapa mulainya, kumpul di titik itu dan kita mulai deh kampanyenya”.²⁷

Informan 4 juga menambahkan pendapatnya dalam wawancara sebagai berikut:

“Ada yang muter dulu buat narik perhatian, nanti mereka yang unjukin stand kita di mana sebelah mana. Komunitas juga suka ada

²⁶ Wawancara dengan FA tanggal 2 April 2019

²⁷ Wawancara dengan MT tanggal 13 April 2019

*yang nyediain media buat narik masyarakat buat lihat pesan-pesan kampanye komunitas. Kalo udah tertarik terus konsul deh gratis 15-20 menit. Komunitas juga suka bawain tulisan-tulisan quotes yang teman saya bilang, macem-macem kayak banner atau standing banner buat narik perhatian masyarakat. Udah ya abis itu eval".*²⁸

Pandangan yang sama disampaikan oleh informan 2 dalam wawancara sebagai berikut:

*"Kalo tahap perencanaannya untuk konsultasi gratis. Biasanya kita cari schedule kita cari waktu, kita bisa kapan, kita rencanain ya 3 minggu sampe 1 bulan sebelumnya. Oke bisanya kapan dan tanggal berapa dan apa aja yang harus disiapkan.".*²⁹

Berdasarkan pernyataan di atas dipaparkan oleh pernyataan dari informan 3, berikut dalam wawancara:

*"Strateginya kita buat planning dulu misal ada acara apa gitu ya, atau kita mau adain kegiatan apa. Pasti selalu ada omongan dulu dari jauh-jauh hari, kita tentuin siapa SDMnya, nanti kita tempatin dia di bagian apa apanya, sebenarnya mengalir gitu aja juga sih, kita komunitas ya gak kaku banget gitu kayak aharus ada syarat apa gitu enggak. Abis tu kita tentuin tanggal, biasanya inisiator itu yang ngatur itu itunya segala macem. Anggota itu kayak saya nanti dikasih tau tempat sama tanggalnya dan jam berapa mulainya. Nanti kumpul di titik itu dan kita mulai dibagiin sih tugas masing-masingnya di tempat juga kadang-kadang".*³⁰

Selain itu, informan 2 menambahkan dalam wawawancara sebagai berikut:

²⁸ *Ibid*

²⁹ Wawancara dengan CD tanggal 10 April 2019

³⁰ Wawancara dengan KS tanggal 13 April 2019

*“Kita ada juga banner-banner Jemari Tangan, kayak slogan kami kan “yang harus dijaga bukan hanya raga tapi juga jiwa” jadi itu juga yang kita pampang juga. Nah, salah satu cara yang kita pake, yaitu dengan cara banner atau poster gitu, atau kayak “ayo yang mau cerita gratis sama psikolog” gitu, itu kita pporach langsung. Biasanya kalo udah ada yang mulai ngeliat-ngeliat itu kita samperin gitu, emang harus gatau malu juga sih. Jadi itu sih, selain poster kita harus approach langsung”.*³¹

Berdasarkan pernyataan di atas, informan 3 juga berpendapat hal yang sama sebagai berikut:

*“Sebelum itu kita juga rembukin, media apa nih buat narik perhatian masyarakat ini, kita bawain deh tulisan-tulisan quotes gitu macem kayak banner atau pamflet semacamnya. Terus ada yang diutus buat masarin kegiatan kita di kerumunan tuh nyebar lima orangan kira-kira sih. Abis acara selesai kita evaluasi kegiatan sih paling, kayak mulainya nanti tepat waktu soalnya biar gaet masyarakat lebih banyak lagi. Atau cara gaet yang lebih banyak lagi, caranya hendaknya seperti apa, gitu sih”.*³²

Berdasarkan pernyataan di atas strategi merupakan perencanaan untuk mencapai tujuan. Perencanaan menyeluruh melibatkan semua bagian dalam komunitas Jemari Tangan yakni inisiator, anggota sampai *volunteer* dan kolaborator. Semua anggota yang ada di komunitas ikut andil dalam emnggiatkan pelaksanaan kampanye peduli kesehatan mental ini. Masing-masing bagian mendapat tugasnya sendiri dan saling terkait satu sama lainnya.

Perencanaan secara menyeluruh ini juga disampaikan secara detail oleh informan 2 sebagai berikut:

³¹ Wawancara dengan CD tanggal 10 April 2019

³² Wawancara dengan KS tanggal 13 April 2019

*“biasanya booking tempat, karena kita di depan gedung UOB, terus biasanya kadanag-kadang kalo gak di booking itu dipake sama pedagang-pedagang distu. Kita kan ada kenalan gitu ya, terus kenalan kita itu titip satpam yang di depan gedung itu buat booking tempat kita di situ, apagi-pagi kita minta jagain gitu”.*³³

Pada pernyataan ini informan 2 juga menambahkan sebagai berikut:

“Seminggu sebelum kita melakukan koordinasi sama satpam terus bawa apa. Dah, pagi kita dateng ke situ jam 6, kita udah gelar tiker semacamnya, volunteer-volunteernyina udah dateng kita briefing dulu. Karena kita sifatnya volunteer dis, jadi volunteer yang sekarang ikut belum tentu kegiatan yang besok itu bisa ikut juga.

Nah jadi, ketika sesi konseling tuh, normalnya adalah 1 sampai 1,5 jam, 1 jam lah itu udah paling normal. Tapi, karena ini di pinggir jalan jadi kita gak mungkin menghadirkan 1 jam beneran gitu, sedangkan orang tuh banyak. Kita tuh sekali itu bisa sampai 50-70 an orang dalam waktu 2-3 jam. Jadi sebenarnya cukup banyak, jadi kalo misalkan 1 orang itu 1 jam, 1 jam itu gak akan ke kejar. Makanya kita selalu briefing di awal kita kasih waktu 15-20 menit dan ada time keepernya. Ada juga yang tuags foto-foto, terus kalo hgak kita ajak temen-temen s1 psikologi kita bantu kita jadi timekeeper kita, setelah 15 menit kasih tau, 15 menit kasih tau gitu”.

³⁴

Kenyamanan klien merupakan salah satu strategi komunitas dalam memperhatikan kliennya dalam kampanye ini, sebagaimana dijelaskan oleh informan 2 dalam wawancara sebagai berikut:

³³ Wawancara dengan CD tanggal 10 April 2019

³⁴ *Ibid*

"Kita pun ngatur posisi duduknya, posisi duduknya adalah, di UOB itu, kadang-kadang kita pernah di patung sudirman, kalo di UOB tuh turunan gitu jadi gak rata, kita selalu meminta untuk psikolognya yang selalu ada di posisi turunan itu, karena itu posisi yang paling gak nyaman. Kita mau klien yang lebih merasa nyaman, gitu. Kita selalu menghadirkan tissue juga gitu ya, kita kira kan bakal "siapa juga sih yang mau nangis di pinggir jalan" dan malahan ternyata banyak banget yang sampe nangis gitu. Bahkan dalam waktu 15-20 menit uth mereka bisa negluarin air mata kayak gitu. Terus kalo di tempat yang rata, kita maunya di kliennya yang tidak menghadap jalanan karena kita mau klien kuta tuh fokus sama si psikologinya. Itu kita briefing terus apa aja yang bakal kita lakukan. Nah setelah setelah selesai itu kita punya satu spot, untuk mereka nulis kesan pesan dan bisa foto juga di situ. Nah kita juga sedian charger di situ bisa buat para volunteer ataupun klien kita. Abis itu selesai sekitar 2-3 jam, matahari udah mulai panas, abis itu kita udah stop sekitaran jam 10 itu kita udah stop".³⁵

Waktu konseling gratis tidak sama dengan waktu saat konseling klinik, informan 2 menyampaikan sebagai berikut:

"Biasanya kita punya 15-20 psikolog yang ready di situ, jadi 1 orang bisa nanganin 3 samapi 4 orang dalam waktu 2-3 jam itu, padahal baisanya kalo di klinik kalo praktek sehari 3 aja itu udah capek, tapi karena di singkat waktunya 15-20 menit jadi lebih memungkinkan. Dan biasanya ganti-gantian, kadang-kadnag kan cape gitu ya terus-terusan gitu ya, jadi "oke lu udah berpa kali", "gua udah 2", oh yaudah "istirahat dulu yah". Gitu paling duduk aja atau bantuin manggil-manggilin orang".³⁶

³⁵ *Ibid*

³⁶ *Ibid*

Berdasarkan pernyataan di atas, informan 1 juga mempunyai pernyataan yang sama sebagai berikut:

*“Waktunya kan Cuma lima belas sampai dua puluh menit untuk konsultasi itu. Tapi setidaknya mereka merasa lega, merasa ada orang yang mendengarkan”.*³⁷

Selain melakukan kegiatan konsultasi gratis, komunitas Jemari Tangan jug aktif menjadi narasumber di berbagai acara yang mnegandung tema psikologi. Berikut pernytaan yang nytakan oleh informan 1, sebagai berikut:

*“Selain itu, kita juga sering jadi narasumber diberbagai acara atau ikut di berbagai kegiatan psiko edukasi. Selain itu, kita juga sering kolaborasi dengan komunitas lain atau organisasi lain seperti bounce back.id, into the light dsb, kita disitu ngomongin tentang mental health seperti ketangguhan anak remaja, dan segala macem. Beberapa kali pernah ngobrol di festival film, film-film dengan tema mental health. Intinya kita berjejaring dengan berbagai psikolog”.*³⁸

Pernyataan informan 1, juga dijelaskan oleh informan 2 dalam wawancara sebagai berikut:

“Kalo ada yang mengundang kita, kita pasti akan ladenin deh, kalo ada diskusi atau diminta jadi pembicara itu kita akan kasih”.

*“Selain itu, kalo kita dapet undangan juga buat isi diskusi-diskusi untuk bahas sesuatu contohnya diskusi film, kita bahas dari sudut pandang psikologi”.*³⁹

Berdasarkan pernyataan di atas, komunitas Jemari Tangan sangat giat dan aktif dalam mencapai efek yang diharapkan komunitas ini.

³⁷ Wawancara dengan FA tanggal 2 April

³⁸ Wawancara dengan FA tanggal 2 April 2019

³⁹ *Ibid*

Selain melakukan kegiatan kampanye sosial komunitas ini juga ikut andil dalam mengisi berbagai *event* yang diselenggarakan organisasi lain.

Adapun komunitas ini melakukan *online campaign* melalui aktivitas sosial media seperti instagram dan facebook. Kegiatan *online campaign* dilakukan setiap komunitas mengikuti berbagai acara untuk memperlihatkan aktivitas komunitas ini. Selain memposting aktivitas komunitas, media sosial ini juga aktif memposting berbagai informasi dan *quotes* mengenai kesehatan mental. seperti yang dinyatakan oleh informan 1, berikut dalam wawancara:

*“Kalo online campaign, kita mulai dari tahap perencanaan untuk postingan di media sosial itu kita buat semacam timeline secara weekly yang dibuat oleh inisiator kita yang latar belakangnya anak komunikasi itu. Kapan akan kita turunkin foto-foto kegiatan kita, hari-hari apa aja dan jam-jam berapa aja foto atau video itu kita posting. Kita butuh kayak pemanasan dulu, misalnya di h-6, h-3 ngapain dan h-1 ngapain. Setiap ada kegiatan kita posting, dan sebelum acara itu berlangsung kita posting dulu h-seminggu untuk memberitahukan followers kita mengenai kegiatan yang akan komunitas adakan atau hadir atau salah satu dari kita akan bicara dimana-dimana itu akan kita kasih tau dulu lewat posting. Kita juga suka live dan kita masukin insta story saat kita ada kegiatan atau kita jadi narasumber dimana kita pasti live. Dan setelah acarapun kita juga akan repost lagi di instagram itu”.*⁴⁰

Berdasarkan pernyataan di atas, pernyataan yang sama juga dijelaskan oleh informan 2 sebagai berikut:

⁴⁰ *Ibid*

“Instagram itu kita targetkan intens, kita tiap mau ada acara kita post. Atau setelahnya kita share gitu apa yang kita lakukan gitu-gitu”.⁴¹



Gambar 8. Isi postingan instagram Jemari Tangan

Sumber: Hasil Screenshot penulis di instagram Jemari Tangan

Pernyataan tersebut juga diperkuat dengan pernyataan dari informan 3, berikut dalam wawancara:

“Komunitas Jemari Tangan itu ada facebook, instagram dan websitenya. Cuma komunitas lebih fokus ke instagram karena kan sekarang IG itu minatnya banyak banget ya bahkan sampe ibu, kakek nenek, bapak-bapak aja pake. Biar pesan yang dikomunikasiin menyeluruh aja walaupun target kita sih milenial. Apalagi kaum milenial atau remaja itu pasti deh aku yakin gak ada yang gak punya IG”.⁴²

⁴¹ Wawancara dengan CD tanggal 10 April 2019

⁴² Wawancara dengan KS tanggal 13 April 2019



Gambar 9. Postingan instagram Jemari Tangan
Sumber: *Screenshot* penulis di instagram Jemari Tangan

Berdasarkan pernyataan para informan dalam wawancara di atas, alasan penggunaan media sosial instagram oleh komunitas Jemari Tangan dalam menggiatkan kampanyenya ialah karena dengan menggunakan media sosial di era teknologi yang maju saat ini terlebih dengan hadirnya berbagai macam pilihan sosial media, seperti salah satunya instagram ini menawarkan media yang murah dan praktis namun efektif dalam penggunaan sebagai penyampai pesan. Cakupan dari sosial media merupakan cakupan yang sangat besar dibanding dengan *offline campaign* dalam kerumunan orang. Disamping itu, jumlah pengguna instagram juga semakin meningkat setiap tahunnya, bahkan Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna instagram tertinggi di dunia. Bukan hanya kaum milenial, kini instagram sudah menyentuh berbagai kalangan dimacam-macam usia.

Media sosial instagram dinilai berkontribusi cukup besar dalam kegiatan *online campaign* komunitas ini sebagai saran penyampaian pesan kepada khalayak dengan praktis. Jumlah yang terpapar akan semakin besar mengingat jumlah pengguna instagram di masyarakat Indonesia sangat besar, maka tujuan yang dicapai komunitas inipun akan semakin besar pula efeknya. *Awareness* dan pengetahuan mengenai kesehatan mental yang menjadi tujuan utama komunitas Jemari Tangan ini dinilai berhasil dengan adanya pula testimonial dari pengguna instagram dan juga hadir dalam *offline campaign* dalam permasalahan kesehatan mentalnya.

Selain pada penggunaan media sosial, kegiatan *offline campaign* yang dilakukan komunitas Jemari Tangan ialah dengan rutinitas dalam mengadakan konsultasi gratis di berbagai *event* baik yang dilaksanakan dari komunitas itu sendiri maupun *event* kesehatan yang berlangsung di luar komunitas. Seperti yang diungkapkan oleh informan 1 sebagai berikut:

“kita semua psikolog, kita terdiri dari psikolog-psikolog muda yang merasa penting untuk berbagi pengetahuan soal kesehatan mental itu si, dan bahkan kalo perlu kita terjun langsung kuratifnya, pengobatannya”.

“Kita aktif turun ke jalan ngadain konsultasi gratis sekitar 2 kali dalam sebulan, kita manfaatin pagelaran car free day buat mengkampanyekan kesehatan mental ini”.

“Selain itu, kita juga sering jadi narasumber diberbagai acara atau ikut di berbagai kegiatan psiko edukasi. Selain itu, kita juga sering kolaborasi dengan komunitas lain atau organisasi lain seperti bounce back.id, into the light dsb, kita disitu ngomongin tentang mental health seperti ketangguhan anak remaja, dan segala macem. Beberapa kali pernah ngobrol di festival film, film-film dengan tema

mental health. Intinya kita berjejaring dengan berbagai psikolog”.

43

Pandangan yang sama dijelaskan oleh informan 2 dalam wawancara sebagai berikut:

“kita itu yang langsung turun ke jalan gitu. Kita buat masyarakat buat lebih aware sama isu-isu kesehatan mental itu. Jadi turun langsung ke lapangan ke grass root, kita jemput bola. Jadi kita bukan yang diem, nunggu klien datang karena selama ini psikolog seperti itu kebanyakan, diem di klinik, nunggu kalo ada yang mau dateng. Tapi kita gak mau kayak gitu, kita mau untuk approach juga”.

*“Selain itu, kalo kita dapet undangan juga buat isi diskusi-diskusi untuk bahas sesutau contohnya diskusi film, kita bahas dari sudut pandang psikologi”.*⁴⁴

Kegiatan konsultasi dan *event* kesehatan merupakan bentuk dari komunikasi kesehatan. Komunikasi kesehatan merupakan segala aspek komunikasi yang berkenaan dengan kesehatan. Kegiatan ini mencakup dalam konsep penelitian penulis yaitu mengenai komunikasi kesehatan.

Dalam Wilujeng dan Handaka (2017:7) komunikasi kesehatan meliputi segala studi dan penggunaan strategi dan penggunaan strategi komunikasi untuk menginformasikan dan mempengaruhi pengetahuan individu dan masyarakat, sikap dan perilaku untuk memikirkan kesehatan dan perawatan kesehatan⁴⁵. Komunikasi kesehatan dapat berkontribusi untuk seluruh aspek penanggulangan penyakit dan promosi kesehatan.

⁴³ Wawancara dengan FA tanggal 2 April 2019

⁴⁴ Wawancara dengan CD tanggal 10 April 2019

⁴⁵ Wilujeng, Catur Saptaning, dan Tatag Handaka. (2017). Komunikasi Kesehatan : Sebuah Pengantar . Malang: UB Press.

Konsultasi psikologi dilakukan dalam rangka menyampaikan tujuan komunitas untuk mencapai efek yang diharapkan. Kesadaran, pengetahuan dan perilaku individu terhadap isu-isu kesehatan mental merupakan efek yang dicapai komunitas ini. Interaksi antara psikolog dan individu yang menjadi klien kesehatan dalam konsultasi ini menjadi sebuah proses penyampaian pesan kesehatan dalam rangka kesejahteraan kesehatan. Seperti yang nyatakan oleh informan 1 sebagai berikut:

*“Sebetulnya kita psikolog juga sama kayak dokter, dokter pengen pasien sembuh dan malah gak seneng kalo banyak pasien gitu kan. Kita psiskolog juga gak pengen nih sebetulnya masyarakat semakin banyak yang cari psikolog, itu artinya brarti makin banyak juga dong yang menderita gangguan kesehatan mental itu”.*⁴⁶

Konsultasi komunitas Jemari Tangan diadakan selama pagelaran *car free day* di daerah Senayan, Jakarta. Individu yang ingin berkonsultasi di kenakan biaya sebesar Rp.0,00 alias gratis. Berlangsung selama 15-20 menit setiap individu melakukan konsultasi dengan para ahli psikologi.

⁴⁶ Wawancara dengan FA tanggal 2 April 2019



Gambar 10. Konsultasi antara psikolog dengan individu

Sumber: dokumentasi Jemari Tangan

Komunikasi antara individu dengan praktisi psikolog merupakan bagian utama dalam pelayanan kesehatan komunitas Jemari Tangan dalam mengupayakan pengetahuan dan *awarness* masyarakat. Komunikasi efektif merupakan sesuatu yang sangat esensial, agar para psikolog memahami permasalahan yang dihadapi pasien dan juga memahami persepsi pasien atas permasalahan tersebut. Memberi penjelasan pada individu yang melakukan konsultasi, bagaimana efek jangka panjang penyakit mental dan bagaimana menangani penyakit mental yang diderita saat ini juga memerlukan komunikasi yang efektif.

Selain konsultasi gratis, komunitas Jemari Tangan juga memfokuskan strategi kamapnyenya pada ajang kolaborasi antar komunitas *mental health*. Seperti yang dinyatakan oleh informan 1 sebagai berikut:

“Selain itu, kita juga sering kolaborasi dengan komunitas lain atau organisasi lain seperti bounce back.id, into the light dsb, kita disitu

*ngomongin tentang mental health seperti ketangguhan anak remaja, dan segala macem. Beberapa kali pernah ngobrol di festival film, film-film dengan tema mental health. Intinya kita berjejaring dengan berbagai psikolog”.*⁴⁷

Pendapat ini juga ditambahkan oleh informan 3 dalam wawancara sebagai berikut:

*“Menurut ku kalau kita perbesar lagi dan bareng-bareng sama kolaborator dari komunitas atau organisasi lain dan dibantu sama pemerintah, aku rasa bakalan efektif ya”.*⁴⁸



Gambar 11. Kolaborasi antara Jemari Tangan dan Bounceback.id

Sumber: *Screenshot* instastory Jemari Tangan

⁴⁷ *Ibid*

⁴⁸ Wawancara dengan KS tanggal 13 April 2019

Pernyataan di atas diperkuat oleh pernyataan tambahan dari informan 3, berikut dalam wawancara:

*“kita manfaatin kolaborator, jadi kalo upload kadang kita repost dari sosmed kolaborator komunitas. Dan mungkin ngatasinnya ngarus ada komitmen yang kuat sih itu aja. Dan kalo kegiatan offlinenya itu kita inisiatif buat nyadarin yang lain “besok, datengnya pagian ya” atau kita ngajak malem-malemnya buat ingetin besok kita ada kegiatan pagi-pagi”.*⁴⁹

Pandangan yang sama juga disampaikan oleh informan 2 sebagai berikut dalam wawancara:

*“Kita juga buat kerjasama sih akhirnya, kayak logo kita yang sekarang itu lumayan baru tuh itu. Itu karena kita kerjasama sama BEM psikologi UI ini, mereka minta kit aisi acara. Kita udah kerjasama selama 2 tahun. Kerjasama buat isi konseling gratis di cfd. Oke, kita sanggupi tapi ada timbal baliknya, nah salah satunya minta bikin logo”,*⁵⁰

Berdasarkan pernyataan di atas, informan 3 juga menambahkan dalam wawancara:

*“Kita manfaatin kolaborator, jadi kalo upload kadang kita repost dari sosmed kolaborator komunitas”.*⁵¹

Informan 5 juga menyatakan dalam wawancara sebagai berikut:

“Dan setiap kegiatan itu biasanya komunitas berkolaborasi dan berjejaring buat ngerekrut massa buat ngampanyein ini supaya efeknya itu lebih maksimal karena dengan adanya kolaborasi itu

⁴⁹ *Ibid*

⁵⁰ Wawancara dengan CD tanggal 10 April 2019

⁵¹ Wawancara dengan KS tanggal 13 April 2019

*komunitas bisa ngedapeting massa lebih banyak lagi, sehingga efeknya itu bisa lebih luas dan menyebar”.*⁵²

Kolaborasi merupakan suatu bentuk kerjasama antar elemen baik itu individu atau elemen lainnya untuk mencapai tujuan yang sama dan saling memberikan manfaat dalam kegiatan yang dilakukan.

Kolaborasi komunitas Jemari Tangan dengan organisasi lain merupakan salah satu bentuk strategi kampanye komunitas untuk memperoleh individu yang menjadi target komunikasi kampanye komunitas.

Target kampanye komunitas Jemari Tangan diantaranya dewasa muda, namun berkenaan pada pelaksanaan kegiatan di lapangan, individu yang tersentuh merupakan dari berbagai kalangan pada *range* umur. Berikut pernyataan dari informan 1 dalam wawancara:

*“Target kita basicly remaja muda, milenial dan orang dewasa. Walaupun pas kita di lapangan mengkampanyekan kesehatan mental itu banyak menyentuh dari kalangan orang tua, ibu-ibu bawa anak atau bahkan anak sekolah dan kakek-nenek tapi secara basicly target kita adalah remaja, kaum-kaum milenial yang kadang sekarang itu suka self diagnosis mengenai depresi dan dewasa”.*⁵³

Berdasarkan pernyataan dari informan 1 di atas, informan 2 juga mengatakan hal yang sama sebagai berikut:

“Tujuan awalnya sebenrnya dewasa muda, mungkin sekitar, kalo diumurin ya, 18 sampai 28, 30 lah maksimal. Awalnya tema pertama yang kita angkat adalah quarter life crisis waktu itu, umur-umur 25 an, 23, 24 yang masih bingung nih baru lulus, atau baru kerja dan gak sesuai passion atau sebagainya. Karena waktu itu kan masih

⁵² Wawancara dengan MHA tanggal 27 April 2019

⁵³ Wawancara dengan FA tanggal 2 April 2019

*jadi psikolog muda, jadi kita juga masih lekat juga dengan isunya jadi lebih in cage”.*⁵⁴

Informan 2 juga menambahkan bahwa :

*“Selain itu, kalo kita dapet undangan juga buat isi diskusi-diskusi untuk bahas sesutau contohnya diskusi film, kita bahas dari sudut pandang psikologi gitu, itu rata-rata memang mahasiswa dan dewasa muda, jadi yang ke grab lagi-lagi itu. Dan kita pernah isi di tokopedia walaupun udah pada kerja tapi kan start up rata-rata masih muda-muda, dan lagi-lagi yang ke grab itu, gitu”.*⁵⁵

Berdasarkan pernyataan di atas, informan 3 juga menambahkan dalam wawancara, sebagai berikut:

*“Target kampanye komunitas Jemari Tangan itu sebenarnya remaja milenial sih, yang rentang banget sama paparan masalah kesehatan mental, ntah itu quarter life crisis atau percintaan dan sebagainya. Tapi kita sebenarnya gak nutup lapisan masyarakat kita juga sih buat dijadiin target komunikasi buat buat kampanye mental health ini”.*⁵⁶

Informan 5 juga menambahkan pernyataan yang sama dengan informan sebelumnya, berikut dalam wawancara:

*“Target komunikasinya ya masyarakat dari berbagai lapisa itu ya, dan siapa aja yang terpapar masalah kesehatan mental. tapi kalo lebih utamanya komunitas nargetin remaja dan usia-usia muda gitulah yang rentan banget sama masalah kesehatan mental, misalnya lagi ngadepin quarter life crisis atau masalah percintaan, mereka itu kan rentan banget yah”.*⁵⁷

⁵⁴ Wawancara dengan CD tanggal 10 April 2019

⁵⁵ *Ibid*

⁵⁶ Wawancara dengan KS tanggal 13 April 2019

⁵⁷ Wawancara dengan MHA tanggal 27 April 2019



Gambar 12. Kolaborasi dengan Tokopedia
Sumber: *Screenshot instastory* Jemari Tangan

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi fokus strategi komunitas Jemari Tangan dalam melaksanakan kampanyenya ialanya dengan rutin melakukan kegiatan konsultasi secara gratis di daerah Senayan, Jakarta dan ikut aktif berpartisipasi dalam *event-event* kesehatan yang diselenggarakan baik oleh komunitas maupun organisasi lain guna mencapai target komunikasi komunitas Jemari Tangan yaitu dewasa muda.

4.3 Pembahasan

Setelah peneliti mendapatkan jawaban dari para informan penelitian mengenai strategi kampanye peduli kesehatan mental komunitas Jemari Tangan, peneliti melakukan pembahasan dengan cara menganalisa dengan konsep-konsep yang peneliti gunakan. Fokus penelitian peneliti ialah strategi kampanye peduli kesehatan mental yang diselenggarakan komunitas Jemari Tangan. Kesehatan mental merupakan kondisi kejiwaan yang ada pada seseorang. Kondisi jiwa dapat terganggu akibat tekanan maupun kondisi psikologi sejak lahir. Kondisi psikologi yang sehat sejak lahir perlu dijaga agar tidak mengakibatkan gangguan yang disebut gangguan mental. Gangguan mental merupakan kondisi dimana mental tidak lagi sehat yaitu keadaan zat kimia di otak yang tidak seimbang.

Dalam penelitian ini ada beberapa hal yang peneliti temukan dalam meneliti strategi kampanye peduli kesehatan mental komunitas Jemari Tangan. Terkait dengan hasil penelitian penulis mengenai strategi kampanye peduli kesehatan mental, bahwa komunitas Jemari Tangan melakukan serangkaian tindak komunikasi kepada individu yang menjadi target komunikasinya dengan tujuan menciptakan *awarness* dan pengetahuan masyarakat mengenai isu-isu kesehatan mental. Serta mengenalkan kepada masyarakat tentang profesi psikolog. Hal ini sesuai dengan konsep kampanye menurut Venus (2018:9) ialah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu⁵⁸.

4.3.1 Alasan komunitas Jemari Tangan mengadakan kampanye peduli kesehatan mental

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan komunitas Jemari Tangan, bahwa alasan komunitas Jemari Tangan

⁵⁸ Venus, A. (2018). Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

mengkampanyekan kesehatan mental ialah dikarenakan kurangnya *awarness* dan pengetahuan masyarakat mengenai masalah kesehatan mental. Selain itu, komunitas juga ingin memperkenalkan profesi psikolog kepada masyarakat dengan cara terjun langsung ke lapangan menjemput klien. Stigma negatif penderita yang datang ke psikolog terkadang menjadi hambatan penderita untuk melakukan kegiatan kuratif. Selain itu, komunitas ingin menyentuh kalangan bawah yang sedikit sekali mempunyai pengetahuan mengenai psikolog.

Para peneliti yang berasal Harvard Medical School mengenai kesehatan mental menemukan, setengah dari kasus gangguan mental (*mental illne*) ditemukan mulai dari usia yang sangat muda, yaitu dari umur 14 tahun hingga 24 tahun.

Mary Gilibert selaku direktur eksekutif National Alliance on Mental Illness (NAMI) mengatakan bahwa 1 dari 5 remaja mengalami gangguan kesehatan mental tetapi kurang dari separuhnya yang memutuskan untuk mencari bantuan atau datang ke psikolog.

Hal di atas memperkuat alasan komunitas Jemari Tangan untuk mengkampanyekan kesehatan mental di lingkungan Jakarta ini. Selain stigma negatif masyarakat terhadap mereka yang datang untuk kegiatan kuratif tetapi juga dari mereka yang mengidap enggan untuk melakukan penyembuhan baik itu lewat konsultasi di psikolog atau mencari support sistem terpercaya di lingkungan internal mereka.

Komunitias Jemari Tangan berinisiatif untuk “menjemput bola”, maksudnya ialah terjun langsung ke lapangan untuk menjemput klien, bukan hanya sekedar menunggu klien di dalam klinik psikologinya. “Menjemput bola” yang dilakukan komunitas Jemari Tangan diantaranya ialah dengan melakukan kampanye peduli kesehatan mental di berbagai kesempatan acara dan tempat keramaian yang mudah untuk menemukan individu-individu yang dimaksud.



Gambar 13. *Offline campaign* melalui konsultasi gratis

Sumber: Dokumentasi Jemari Tangan

Selain itu, komunitas Jemari Tangan juga mempunyai alasan di balik kampanye ini yaitu untuk mewadahi para psikolog untuk mencurahkan minat mereka. Terutama bagi para psikolog yang telah berubah haluannya atau mereka yang tidak menjadi psikolog di klinik psikologi namun mempunyai latar belakang pendidikan psikologi. Karena lahan untuk para psikolog dapat dibidang masih sempit, maka dari itu banyak dari teman-teman psikolog terutama teman-teman komunitas Jemari Tangan yang dahulunya merupakan sarjana dan magister psikolog yang berubah menjadi orang yang berdedikasi untuk sebuah perusahaan bukan di klinik, untuk itu kampanye ini merupakan sebuah wadah dan system support bagi para mereka yang tidak dapat menikmati minat dan hobby mereka di bidang psikologi sebagai konsulter.

Komunitas Jemari Tangan ingin menjadikan kampanye peduli kesehatan mental ini juga sebagai *system support* bagi para psikolog di se seluruh Indonesia khususnya daerah Jakarta.

4.3.2 Strategi kampanye peduli kesehatan mental yang diselenggarakan komunitas Jemari Tangan

Efek yang diciptakan komunitas Jemari Tangan dalam pelaksanaan kampanye peduli kesehatan mental adalah *awariness* dan edukasi masyarakat tentang kesehatan mental serta pengetahuan mengenai profesi psikolog; jumlah khalayak sasaran besar yakni pada semua golongan strata sosial dengan rentang umur 15-30 tahun; dipusatkan dalam kurun waktu tertentu yakni pada tahun 2016-2018; melalui kegiatan *offline campaign* yaitu konsultasi gratis dan menjadi narasumber dalam acara psiko edukasi serta *online campaign* di media sosial Instagram dan facebook serta website secara terorganisir. Hal ini sesuai dengan konsep kampanye yakni ada beberapa ciri pokok kampanye, dalam Venus (2004:7) ciri pokok kampanye adalah tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu; jumlah khalayak sasaran besar; biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu; melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi⁵⁹.

Di samping ciri pokok di atas, kampanye juga memiliki karakteristik lain, yaitu sumber yang jelas pada penelitian penulis kampanye ini dilakukan oleh sumber yang jelas yaitu oleh komunitas Jemari Tangan. Komunitas yang kredibel dengan apa yang dikomunikasikan kepada khalayak sarannya karena terdiri dari para profesional psikolog terlatih dan mempunyai keahlian masing-masing di bidangnya seperti spesialis psikolog klinis anak, dewasa, pendidikan dan klinis psikologi industri.

Kampanye komunitas Jemari Tangan sepenuhnya ditujukan untuk kepentingan dan kesejahteraan umum dalam hal kesejahteraan kesehatan mental. karena sejatinya raga yang sehat adalah raga yang mempunyai jiwa yang sehat. Seperti pada slogan komunitas Jemari Tangan ialah

⁵⁹ Venus, Antar. (2004). Manajemen Kampanye. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

“yang dijaga bukan hanya raga tapi juga jiwa”. Karena sifat kampanyenya yang terbuka, dalam melakukan kegiatan komunikasi dalam mengampanyekan masalah kesehatan mental ini, target sasaran dari komunitas Jemari Tangan tidak memerlukan adanya paksaan dalam upaya mempengaruhinya.

Kampanye peduli kesehatan mental komunitas Jemari Tangan ini mempunyai tujuan yang berkaitan dengan aspek pada konsep peneliti yaitu pengetahuan mengenai isu-isu kesehatan mental, cara untuk mengetahui individu tersebut terkena penyakit mental atau tidak, cara untuk menangani dan pengobatannya, serta pengetahuan mengenai profesi psikologi. Tujuan kedua berkaitan dengan sikap (*attitude*) yakni pada kampanye peduli kesehatan mental, komunitas Jemari Tangan mengharapkan adanya sikap dari para target kampanye untuk lebih *aware* terhadap isu kesehatan mental. aspek ketiga yakni perilaku (*behavioral*), komunitas Jemari Tangan mengharapkan adanya perubahan pada perilaku target yang terpapar langsung pada kampanye kesehatan mental ini, diharapkan merak yang sudah sadar akan pentingnya kesehatan mental, secara bertahap melakukan proses kuratif kepada psikolog terlatih untuk mencari solusi. Tidak lagi memandang bahwa pergi ke psikolog merupakan hal buruk, tetapi merupakan jalan untuk ke arah kesejahteraan kesehatan terhadap mental mereka. Penjelasan berikut terkait dengan konsep kampanye bahwa pelaksanaan kampanye mempunyai tujuan, apapun tujuannya upaya pelaksanaan kampanye selalu terkait dengan tiga aspek, dalam Venus (2018:13) yakni aspek pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavioural*)⁶⁰.

Menurut Ross dalam (Venus, 2018:19) kemudian mengembangkan istilah “*four primary persuasive orientation of campaign*” yang

⁶⁰ Venus, A. (2018). Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

kemudian membagi kampanye menjadi empat jenis yaitu: *effort to elect candidate, the selling of product or service, social reform to improve the image of organization or person, effort to improve the image of organization or person*⁶¹. Bila dikaitkan dengan hasil penelitian yang penulis dapatkan kampanye peduli kesehatan mental menggunakan jenis kampanye *social reform to improve the image of organization or person*, yang dalam istilah lain yang sering disebut *cause oriented campaign* yaitu dimana jenis kampanye tersebut bertujuan bersifat khusus dan berdimensi dalam perubahan sosial (*social change campaigns*) pada bidang kampanye kesehatan.

Hasil yang didapatkan oleh penulis kampanye peduli kesehatan mental adalah kampanye mengenai kesehatan, mengajak masyarakat untuk lebih *aware* terhadap permasalahan kesehatan mental yang merupakan permasalahan urgen di dunia bukan hanya di Indonesia. Jika dikaitkan dengan model yang peneliti gunakan yaitu model kampanye Nowak dan Warneryd yang terdapat tujuh elemen kampanye yang harus diperhatikan yaitu *intended effect* (efek yang diharapkan), *competing communication* (persaingan komunikasi), *communication object* (objek komunikasi), *target population & receiving group* (populasi target dan kelompok penerima), *the channel* (saluran), *the message* (pesan) dan *the communicator/sender* (komunikasi/pengirim pesan). Hasil penelitian peneliti memenuhi beberapa elemen yang terdapat pada model Nowak dan Warneryd yaitu pada efek yang diharapkan yakni *awarness* dan psiko edukasi masyarakat semakin meluas dengan diadakannya kampanye peduli kesehatan mental ini. Elemen kedua yaitu pada *competing communication* (persaingan komunikasi) tidak terdapat pada temuan dari penelitian yang dilakukan peneliti, kemudian elemen ketiga yaitu *communication object* (objek komunikasi) yakni mengenai kesehatan

⁶¹ Venus, A. (2018). Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

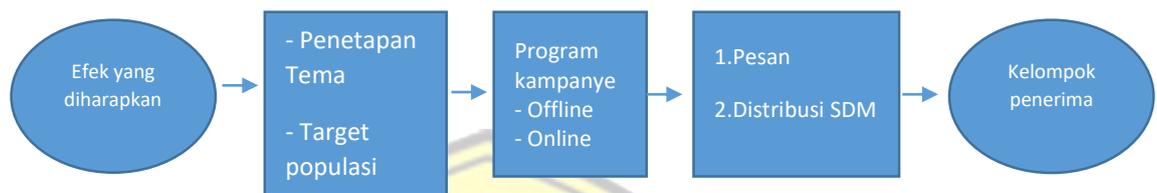
mental dan yang berakitan dengan mental seperti gangguan mental namun dalam kasus ini objek penelitian telah ada sejak terbentuknya komunitas Jemari Tangan ini. Elemen keempat meliputi *target population & receiving group* (populasi target dan kelompok penerima) yakni masyarakat Jakarta khususnya remaja milenial karena remaja milenial adalah individu yang sangat rentan dengan gangguan mental. Terakhir, *the communicator/sender* (komunikator/pengirim) tentu yang berperan sebagai komunikator dalam kegiatan kampanye ini ialah komunitas Jemari Tangan, komunitas yang *concern* terhadap kesehatan mental. Jadi beberapa elemen yang ada pada model kampanye Nowak dan Warneryd yaitu persaingan komunikasi, objek komunikasi, target populasi dan pesan masuk ke dalam elemen perencanaan pada hasil temuan perencanaan yang peneliti lakukan.

Kampanye yang dilakukan komunitas Jemari Tangan merupakan kampanye terencana dari para ahli dibidang yang akan dikampanyekan. Dalam pelaksanaannya, kampanye ini memerlukan adanya sebuah strategi. Strategi dalam Oliver (2001:2) merupakan cara untuk mencapai sebuah hasil akhir. 'Hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi'⁶². Cara komunitas Jemari Tangan ialah dengan melakukan *offline* dan *online campaign*. Cara ini yang dilakukan komunitas Jemari Tangan untuk mencapai hasil akhir berupa efek *awarness* dan psiko edukasi yang diharapkan yang juga merupakan tujuan dan sasaran organisasi dalam melakukan kampanye ini. Komunitas Jemari Tangan terjun langsung ke lapangan dengan para profesional psikolog untuk langsung menyebarkan pesan kampanye di kerumunan orang, ratusan hingga ribuan orang agar semua lapisan baik menengah ke atas, tengah bahkan bawah semua tergapai.

Konsultasi umumnya dilakukan di sebuah klinik psikologi. Prosesnya ialah psikolog menunggu klien datang. Tetapi, komunitas

⁶² Oliver, Sandra. (2001). Strategi Public Relations. London: KOGAN PAGE LTD.

Jemari Tangan ingin menjemput klien dengan mendatangi tempat-tempat yang biasa ramai dengan khalayak sasaran seperti pagelaran *car free day*, atau *event* yang berkaitan dengan kesehatan mental. Strategi *offline* dan *online campaign* komunitas Jemari Tangan dapat tergambarkan dengan model sebagai berikut:



Gambar 14. Model kampanye komunitas Jemari Tangan

Sumber: Dikonstruksi dari hasil penelitian

1. Efek yang diharapkan

Efek yang dicapai telah dirumuskan dengan jelas oleh komunitas yakni *awarness* dan pengetahuan masyarakat mengenai kesehatan mental. Efek yang diharapkan telah ditetapkan melalui penglihatan dan analisis komunitas Jemari Tangan mengenai kondisi masyarakat tentang kesehatan mental. Melalui *awarness* dan psiko edukasi ini, Jemari Tangan mengharapkan adanya perubahan pada kesejahteraan pada kondisi masyarakat Jakarta khususnya mengenai gangguan mental. Perubahan ini bersifat afektif, kognitif, sampai kepada tahap perubahan perilaku (*behavior*). Pada kampanye peduli kesehatan mental melalui kegiatan konseling diharapkan dapat menjadikan langkah awal masyarakat mengenali isu kesehatan mental. Efek yang diharapkan melalui tahapan analisis dari kacamata psikologi itu sendiri, inisiator mengenali ruang lingkup masalah yang terjadi pada masyarakat. Mereka menganggap ada yang perlu dibenahi dari masyarakat dalam hal kesehatan mental. Tentu para inisiator melakukan pengamatan dan mengetahui seputar gaya hidup, tingkat pendidikan dan perilaku sosial masyarakat. Hal ini sejalan dengan konsep analisis masalah pada tahap

perencanaan kampanye menurut Venus (2018:230) yang mengatakan bahwa titik tolak merancang suatu perubahan lewat kampanye adalah dengan membuat perencanaan. Sementara langkah awal suatu perencanaan adalah dengan melakukan analisis masalah. Pada temuan penelitian, peneliti menganalisa bahwa Jemari Tangan menggunakan analisis PEST yang secara khusus mempertimbangkan empat aspek, salah satunya ialah aspek sosial.

2. Penetapan Tema

Kampanye yang dilakukan merupakan kampanye mengenai kesehatan mental. Kesehatan mental merupakan kondisi dimana individu bebas dari segala gejala-gejala gangguan mental. Gangguan mental ini bermacam-macam bentuknya seperti gangguan kecemasan (*anxiety*), depresi ringan, depresi berat, stress, obsesi, phobia, panic dan sebagainya.

Dari berbagai macam bentuk gangguan mental, komunitas akan berdiskusi mengenai tema apa yang akan di angkat dalam pelaksanaan kegiatannya. Mulai dari 3 minggu sampai 1 bulan sebelum kegiatan dilaksanakan, tema sudah siap untuk di bahas. Team yang diangkat komunitas Jemari Tangan juga masih berkaitan dengan hal-hal yang sedang hangat atau baru-baru ini sedang menjadi *trending topic*. Contohnya tema *quarter life crisis* yang pada tahun 2016 sedang hangat dibicarakan. Atau diskusi mengenai film yang dibahas melalui sudut psikologi, salah satu contohnya adalah film TAMARA. Salah satu contoh lainnya adalah membahas film pada *event* yang diadakan bonceback.id dengan tema ketangguhan anak remaja.

Tema-tema inilah yang akan menentukan bagaimana isis pesan akan disampaikan kepada khalayak. Tema kegiatan kampanye komunitas Jemari Tangan ditentukan komunitas biasanya dilihat dari apa yang sedang diminati masyarakat luas. Tema didapatkan melalui riset para

inisiator kepada target komunikasi yang menjadi tujuan pelaksanaan kampanye peduli kesehatan mental ini. Bila dilihat sekarang sedang banyak tersedia seminar atau *workshop* mengenai revolusi industri 4.0, maka yang akan jadi tema dari kegiatan kampanye komunitas Jemari Tangan ialah mengenai kondisi mental masyarakat dalam menghadapi era revolusi industri 4.0 ini.



Gambar 15. Diskusi film pada 100% Manusia film Festival
Sumber: Dokumentasi Jemari Tangan

Berdasarkan gambar di atas, komunitas Jemari Tangan menjadi narasumber dari festival film 100% manusia. Komunitas Jemari Tangan dalam festival ini komunitas Jemari Tangan menghadirkan salah satu inisiator sebagai pembicara yang membicarakan film “Wonder” dari sudut pandang psikolog. Penentuan tema kampanye ini sejalan dengan konsep perencanaan kampanye poin menentukan pesan (Venus:237) yakni pada tahap perencanaan pesan. Dalam konsep tersebut menyebutkan bahwa tema merupakan ide utama yang bersifat umum dan dapat dikatakan sebagai induk dari berbagai pesan yang akan disampaikan kepada sasaran.

3. Target Populasi

Target populasi komunitas Jemari Tangan ialah pada rentang umur 15-30 tahun yang merupakan remaja milenial. Remaja milenial sangat rentan dengan keluhan masalah mental. Hal ini dibuktikan dengan data yang peneliti peroleh bahwa para peneliti yang berasal Harvard Medical School mengenai kesehatan mental menemukan, setengah dari kasus gangguan mental (*mental illne*) ditemukan mulai dari usia yang sangat muda, yaitu dari umur 14 tahun hingga 24 tahun. Penetapan remaja milenial sebagai target kampanye menjadikan komunitas Jemari Tangan mengambil tema dan pesan yang sednag trend dikalangan kaum milenial. Namun hal ini tidak menjadikan komunitas Jemari Tangan menutup jalan untuk para khalayak lain agar dapat terterpa pesan dari kampanye yang dilakukan. Selain kaum milenial, Jemari Tangan juga mengatakan bahwa yang menjadi khalayak dari kampanye ini juga mereka yang tinggal diperkotaan dalam berbagai rentang umur. Selanjutnya dalam menentukan target disesuaikan dengan keberadaan ahli klinis psikolog yang tersedia yang akan mempermudah penyampaian pesan kepada target yang dikehendaki. Secara simpulnya, komunitas Jemari Tangan menetapkan target yang ditentukan berdasarkan demografinya. Hal ini sejalan dengan konsep identifikasi dan segmentasi sasaran dalam (Venus, 2018: 236) yang mengatakan bahwa pemilihan publik yang akan dijadikan sasaran dapat dilaksanakan dnegan melakukan segmentasi berdasarkan beberapa aspek, salah satunya ialah *demographic segmentation*.

4. Program kampanye

Program merupakan suatu rancangan kegiatan tertentu yang dilakukan dalam rangka pelaksanaan kampanye. Program kampanye yang ada dalam komunitas Jemari Tangan adalah program kampanye *online* dan *offline*. Program kampanye online Jemari Tangan ini berkaitan dengan pemanfaatan teknologi internet, yaitu menggunakan media sosial

facebook, instagram dan website sebagai. Program *offline* kampanye komunitas Jemari Tangan ialah dengan mengadakan kegiatan konsultasi gratis dan event mengenai kesehatan mental. program kampanye juga dapat disebut sebagai taktik kampanye, taktik yang digunakan ini disesuaikan dengan sasaran kampanye peduli kesehatan mental. *Online* ditentukan berdasarkan target sasaran anak remaja milenial yang lekat dengan sosial media saat ini.

1. *Online*

Online merupakan kondisi atau keadaan ketika seseorang sedang terhubung dengan internet, baik itu terhubung melalui sosial media, website atau platform internet lainnya. Komunitas Jemari Tangan menggunakan beberapa media sosial sebagai salah satu program *online* kampanye yang dilakukannya, sebagai berikut:

a. Facebook

Facebook merupakan salah satu media sosial yang paling populer yang diunduh oleh setiap orang di berbagai belahan dunia. Mulai dari anak-anak hingga lansia, rata-rata mereka mempunyai akun facebooknya sendiri. Mulai dari kalangan bawah hingga kalangan menengah ke atas, dari pejabat hingga pada pekerjaan yang lebih rendah sudah menggunakan facebook. Para pengguna facebook rata-rata untuk menjalin komunikasi, menjalin pertemanan dengan berbagai orang di macam-macam daerah di dunia.

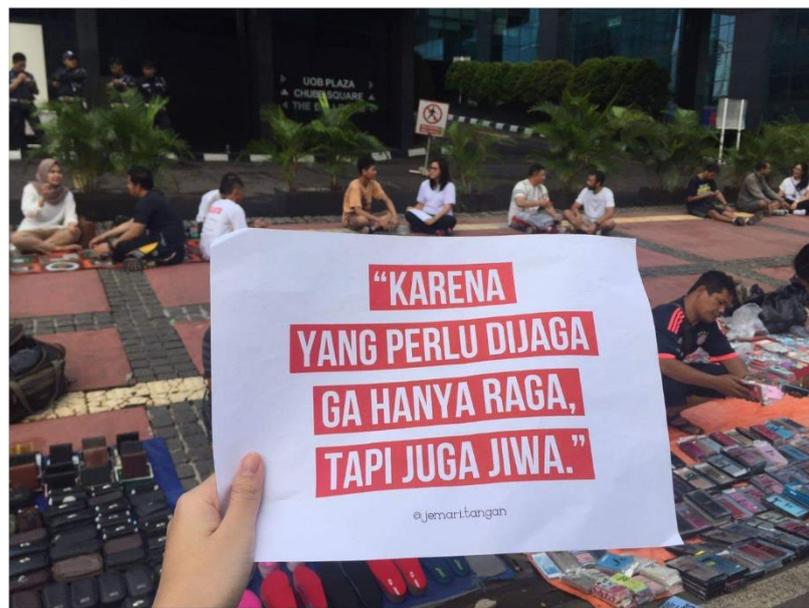
Facebook merupakan salah satu sosial platform yang dipakai komunitas Jemari Tangan untuk menyebarkan jargon-jargon dan *quotes* yang berkaitan dengan masalah kesehatan mental seperti sebagai berikut:

Jemari Tangan

Jemari Tangan bersama Arta Fanti dan 8 lainnya. ...

16 Oktober 2016 pukul 15.54 · 🌐

"Jemari Tangan" di Car Free Day, 16 Oktober 2016 dalam rangka peringatan Hari Kesehatan Mental Sedunia.



Gambar 16. Halaman facebook komunitas Jemari Tangan

Sumber: *Screenshot* penulis di laman facebook Jemari Tangan

Selain mengupdate jargon-jargon kesehatan, facebook juga dipakai komunitas Jemari Tangan untuk mengupdate setiap kegiatan kampanye yang akan dan sedang dilaksanakan komunitas, seperti sebagai berikut:



Gambar 17. Halaman facebook komunitas Jemari Tangan
 Sumber: *Screenshot* penulis di laman facebook Jemari Tangan



Gambar 18. Halaman facebook komunitas Jemari Tangan
 Sumber: *Screenshot* penulis di laman facebook Jemari Tangan



Gambar 19. Halaman facebook komunitas Jemari Tangan
Sumber: *Screenshot* penulis di laman facebook Jemari Tangan

b. Instagram

Saat ini, instagram merupakan sosial media yang paling populer di kalangan milenial. Bahkan banyak orang-orang yang tidak segan untuk mengunjungi tempat artistik demi feed instagram. Selain menjadikan sosial platform, instagram juga berguna sebagai ajang untuk mencari bisnis, contohnya adalah bisnis endorse.

Komunitas Jemari Tangan menggunakan instagram secara aktif, mulai dari fitur upload foto, video dan instastory untuk menyebarkan jargon-jargon kesehatan mental. selain menyebarkan jargon-jargon kesehatan mental, instagram juga dipakai untuk mengupdate kegiatan kampanye komunitas Jemari Tangan. Fitur live pada instagram juga memungkinkan para followers komunitas Jemari Tangan untuk dapat menikmati kegiatan yang dilakukan komunitas. Paparan atas komunikasi melalui live juga secara tidak langsung menyampaikan pesan kampanye, meskipun individu tersebut tidak mengikuti kegiatan *offlinenya*.



Gambar 20. Instagram story komunitas Jemari Tangan

Sumber: Screenshot penulis di Ig Jemari Tangan



Gambar 21. Halaman instagram komunitas Jemari Tangan

Sumber: Screenshot penulis di laman ig Jemari Tangan



Gambar 22. *Instagram story* komunitas Jemari Tangan

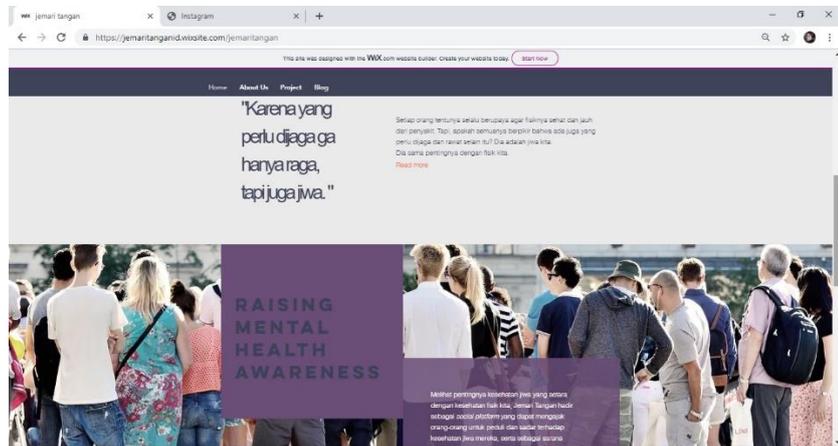
Sumber: *Screenshot* penulis di Ig Jemari Tangan

c. Website

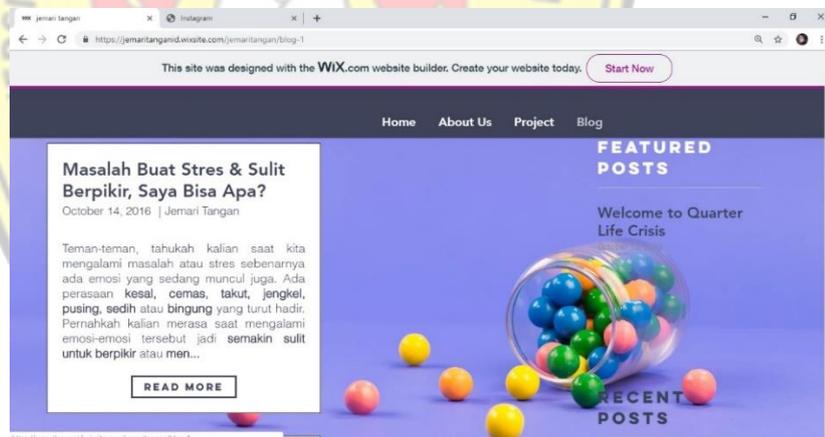
Website merupakan alat komunikasi atau penyampai pesan secara online yang menggunakan media internet. Website adalah sebuah halaman yang dapat diakses melalui internet yang menampilkan data berupa angka, teks, gambar, video, maupun audio. Penggunaan website bermacam-macam fungsi dan jenisnya. Ada website perusahaan, komunitas, pribadi dan lainnya.

Komunitas Jemari Tangan menggunakan website untuk menyebarkan pesan kampanyenya dengan alamat <https://jemaritanganid.wixsite.com>. Di dalam website komunitas Jemari Tangan terdapat kolom home, project, blog dan about us. Kolom project berisikan kegiatan yang akan dan sudah dilakukan komunitas dalam menggalakan kampanye kesehatan mental. kolom home berisikan jargon komunitas Jemari Tangan dan awal mula sejarah berdirinya komunitas Jemari Tangan. Kolom about us

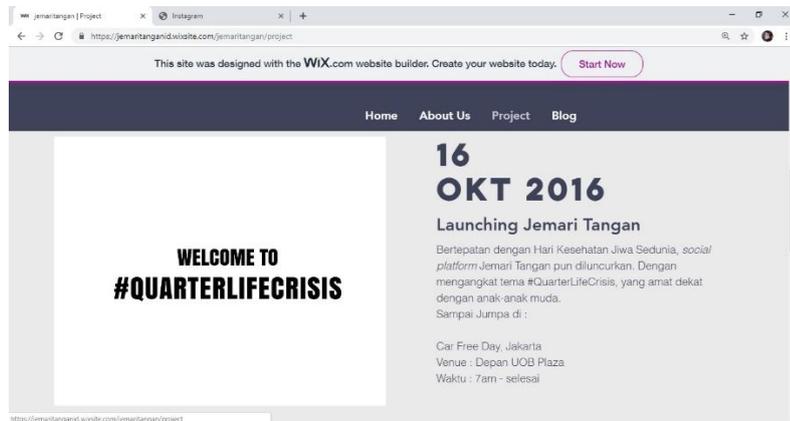
berisikan kontak profil para inisiator. Dan kolom blog berisikan tulisan-tulisan karya inisiator mengenai kesehatan mental.



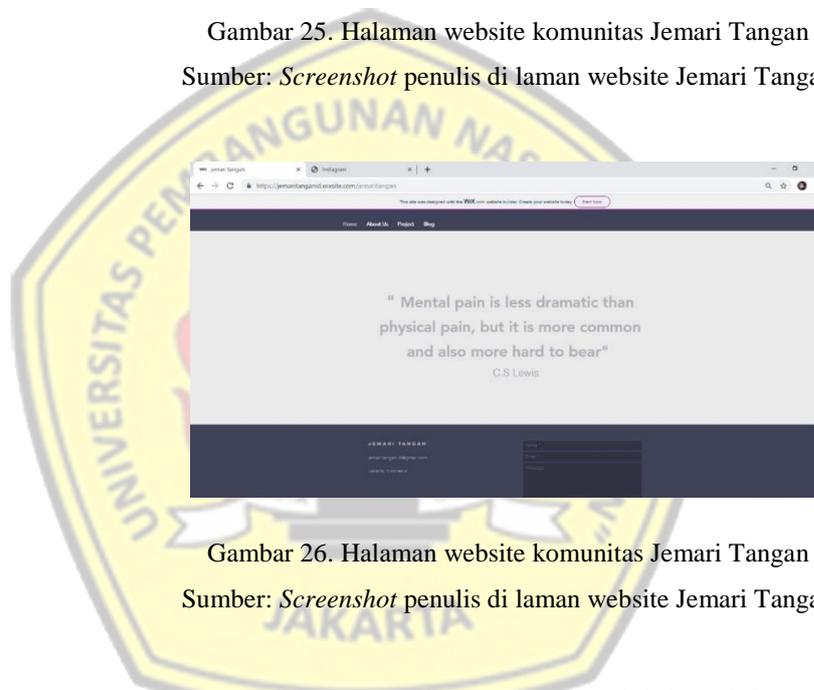
Gambar 23. Halaman website komunitas Jemari Tangan
Sumber: *Screenshot* penulis di laman website Jemari Tangan



Gambar 24. Halaman website komunitas Jemari Tangan
Sumber: *Screenshot* penulis di laman website Jemari Tangan



Gambar 25. Halaman website komunitas Jemari Tangan
 Sumber: *Screenshot* penulis di laman website Jemari Tangan



Gambar 26. Halaman website komunitas Jemari Tangan
 Sumber: *Screenshot* penulis di laman website Jemari Tangan

Semua pesan yang disampaikan melalui sosial media dalam rangka penyampaian pesan yang terorganisir mengenai kepedulian terhadap ke sehatan mental oleh komunitas Jemari Tangan rata-rata ialah untuk memposting yang berkaitan dengan kegiatan *offline campaign*.

Postingan yang dimuat dalam laman semua sosial media yang dipakai komunitas Jemari Tangan adalah foto-foto kegiatan dan hasil kegiatan. Gambar dimuat biasanya untuk menjadi pengingat para pengikut dan volunteer komuniats Jemari Tangan mengenai kampanye yang akan dilaksanakan beserta dengan

temanya. Selain itu komunitas juga akan merepost postingan dari para kolaborator yang terlibat kerjasama dengan komunitas.

2. *Offline*

Offline merupakan kondisi ketika individu tidak terhubung dengan internet, *offline* dapat diartikan sebagai program di dunia nyata yang disajikan kepada target sasaran secara langsung. Program *offline* kampanye komunitas Jemari Tangan meliputi dua hal yaitu pada program utama konseling gratis di pagelaran *car free day* Senayan dan *event* kesehatan mental.

Kegiatan konseling gratis dilakukan komunitas Jemari Tangan sebagai taktik untuk mengkomunikasikan pesan kampanye secara langsung kepada masyarakat, karena dinilai ketika terjun langsung akan menciptakan dampak yang lebih maksimal. Selain itu kegiatan konseling gratis ini juga merupakan bagian dari kegiatan kuratif kesehatan mental. Konseling gratis dapat meyakinkan target sasaran karena pesan yang disampaikan tidak bertentangan dengan hal yang seharusnya. Yaitu ketika seseorang sedang mempunyai pikiran negatif dan memerlukan tempat untuk bercerita seharusnya langkah yang ia ambil adalah dengan melakukan curhat kepada orang yang ia percayai. Dalam hal ini komunitas Jemari Tangan menempatkan diri sebagai orang yang dapat dipercayai oleh target sasaran, disamping itu, komunitas Jemari Tangan juga telah mempunyai *title* yang berkembang di masyarakat sebagai profesional yang ahli dalam kegiatan tersebut.

Pada pelaksanaannya, kegiatan konseling gratis diadakan selama 2 kali dalam sebulan setiap hari minggu di pagelaran *car free day* Senayan, Jakarta tepat di depan gedung UOB dan patung senayan. Pelaksanaan kegiatan *offline campaign* komunitas Jemari Tangan sangat dinamis, tergantung pada bagaimana situasi yang

dialami. Pelaksanaan konsultasi gratis tidak harus tepat pada waktu tertentu tetapi lebih melihat kesiapan dari jumlah psikolog yang telah hadir. Pada hari pelaksanaan para anggota pelaksana diberi arah terlebih dahulu oleh para inisiator, setelah *briefing* selesai barulah *offline campaign* dilakukan. Jumlah klien akan dibatasi sesuai dengan waktu yang tersedia, waktu yang tersedia biasanya mulai dari pukul 7 pagi hingga pukul 10 pagi ketika matahari masih bersahabat. Jika hari semakin panas, komunitas Jemari Tangan khawatir akan mengurangi konsentrasi para psikolog maupun klien. Setelah selesai pelaksanaan para anggota pelaksana akan dikumpulkan untuk melakukan evaluasi kegiatan yang telah dilakukan.

5. Pesan

Pesan merupakan apa yang disampaikan kepada komunikan dengan maksud untuk menumbuhkan kesadaran, mempengaruhi serta memperteguh dan meyakinkan penerima pesan. Pesan yang disampaikan dalam kampanye kesehatan mental ini adalah mengenai masalah kesehatan mental yang harus diperhatikan sebagai masalah vital serta rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat mengenai masalah kesehatan mental ini. Pesan yang disampaikan juga dalam bentuk *advice* (nasihat) dalam sesi konsultasi untuk mengurangi gejala gangguan mental.

Pesan yang termuat dalam kampanye peduli kesehatan mental komunitas Jemari Tangan telah disampaikan secara etis dan dapat dipercaya karena pesan disajikan oleh komunikator yang mempunyai *title* atau individu yang telah dikenal oleh publik dari sisi latar belakang belakang pendidikan yaitu psikolog. Hal ini sesuai dengan konsep pada ciri pesan kampanye, salah satunya ialah bersifat etis dan dapat dipercaya. Pemilih harus percaya pada apa yang dikatakan komunikator, pesan-pesan komunikator didukung oleh bukti-bukti yang bersumber dari pengalaman atau pengetahuan komunikator. Aspek kredibilitas

pesan yang disampaikan tidak muncul begitu saja, tetapi berkaitan langsung dengan rekam jejak komunikator. Dalam kegiatan kampanye peduli kesehatan mental ini, kegiatan konseling dilakukan oleh para ahli bahkan spesialis yang *expert* dibidang kesehatan mental. Hal ini sejalan dengan pada salah satu ciri pesan kampanye dalam Venus (2018:107) yang mengatakan bahwa pesan kampanye harus memberikan solusi dan arah tindakan. Tujuan perubahan tersebut menghendaki pesan kampanye yang ditawarkan solusi terbaik, termasuk tindakan yang perlu dilakukan.

Kaitannya dengan program *online* kampanye peduli kesehatan mental, pesan yang disampaikan sebagai berikut:



Gambar 27. Pesan Kampanye Jemari Tangan
Sumber: Instagram Jemari Tangan



Gambar 28. Pesan Kampanye Jemari Tangan

Sumber: Instagram Jemari Tangan

Berdasarkan gambar 28 dan 29, pesan yang dimuat dalam instagram komunitas Jemari Tangan memberikan arah tindakan yang harus dilakukan target sasaran. Pesan tersebut tertulis “olahraga sehatkan raga, cerita sehatkan jiwa” yang secara tidak langsung mempersuasi dan memberikan arah tindakan kepada sasaran untuk melakukan olahraga dan bercerita. Pesan ini juga ditujukan untuk mempromosikan program kegiatan konsultasi gratis pada pagelaran *cfid* yang mana tempat tersebut sering dijadikan sebagai lokasi berolahraga oleh target sasaran.

Pesan yang disajikan merupakan nasihat mengenai kesehatan mental, seluruh komunikasi diupayakan agar menciptakan efek maksimal pada target sasaran. Pesan-pesan yang terdapat dalam kampanye peduli kesehatan mental ini sejalan dengan konsep komunikasi kesehatan yakni bagian dari komunikasi antar manusia yang memiliki fokus pada bagaimana seorang individu dalam suatu kelompok/masyarakat menghadapi isu-isu yang berhubungan dengan kesehatan serta berupaya untuk memelihara kesehatannya.

6. Distribusi sumber daya manusia

Distribusi adalah sebuah proses penyaluran suatu barang atau jasa kepada sasaran khalayak. Pendistribusian sumber daya manusia dalam komunitas Jemari Tangan merupakan salah satu tugas inisiator. Pembagian jobdesk dengan keahliannya masing-masing.

Dalam komunitas Jemari Tangan terdapat orang yang berlatar belakang komunikasi, meski ini adalah komunitas yang terdiri psikolog tidak menutup adanya individu dari background pendidikan lain untuk ikut masuk dalam menggiatkan kampanye komunitas Jemari Tangan ini. Individu yang berlatarbelakang pendidikan komunikasi ditempatkan di media sosial *campaign* serta hal-hal yang berkaitan dengan penyampaian pesan baik dalam *online* maupun *offline campaign*. Pesan yang disampaikan dari psikolog diterjemahkan ke bahasa awam agar awam dapat mengerti pesan kampanye komunitas Jemari Tangan ini.

Pada program *online* pendistribusian SDM sangatlah sederhana, komunitas Jemari Tangan menempatkan salah satu inisiator dan anggota komunitas yang mempunyai latar belakang pendidikan di bidang komunikasi, selain itu komunitas juga menentukan waktu senggang, seseorang yang memiliki waktu lebih banyak untuk memegang kendali sosial media dan website komunitas akan ditunjuk sebagai admin sosial media.

Untuk program *offline*, sakitar sebulan sampai tiga minggu sebelum melakukan kegiatan *offline campaign*, inisiator telah menentukan jobdesk masing-masing, baik itu anggota maupun *volunteer*. Ada yang bertugas di bagian meja registrasi, meja testimonial, juga ada time keeper, dan para psikolognya.

Banyaknya individu yang datang, tidak memungkinkan untuk melakukan konsultasi selama umumnya waktu kosultasi di klinik psikologi. Setiap klien mendapat waktu 15-20 menit untuk menuangkan isi hati mereka. Komunitas Jemari Tangan dalam offline campaiq melalui kegiatan konsultasi gratis ini menyediakan 15-20 psikolog profesional.

Meski jumlahnya banyak, tetapi ini merupakan jumlah yang sedikit terhitung dari banyaknya *volunteer* dari psikolog lain yang ikut serta. Setiap psikolog nantinya akan bagikan jobdesk masing-masing sesuai dengan keahliannya. Psikologi klinis dewasa, anak hingga industri, semua disesuaikan dengan keluhan klien. Satu orang psikolog konsulter bisa menangani 3 sampai 4 klien dalam *offline campaign* ini.

Selain itu, komunitas Jemari Tangan ini juga membagikan jobdesk bagi para *volunteer* sebagai sie dokumentasi dan terbagi juga mereka yang ditugaskan untuk mencari klien dalam kerumunan orang banyak dengan menggunakan banner-banner maupun lewat ajakan langsung.



Gambar 29. Konsultasi gratis komunitas Jemari Tangan

Sumber: Dokumentasi Jemari Tangan

Dalam *offline campaign* di acara *event-event* pendistribusian sumber daya manusia lebih mudah di lakukan. Karena inisiator hanya akan meminta salah satu dari mereka untuk mengisi acara dan mengajak beberapa anggota atau *volunteer* sebagai sie dokumentasi. Pemilihan orang komunitas yang akan mengisi acara hanya dengan menyesuaikan jadwal masing-masing inisiator. Jadwal inisiator yang paling fleksibel biasanya akan terpilih untuk mengisi beberapa *event* kesehatan mental.

Salah satu strategi kampanye komunitas Jemari Tangan ialah dengan melakukan kolaborasi, baik itu organisasi yang *concern* terhadap

kesehatan mental maupun organisasi yang bukan fokus pada masalah kesehatan mental namun mempunyai event yang berhubungan dengan kesehatan mental. Dengan kolaborator memungkinkan untuk memberi wadah yang lebih besar kepada komunitas untuk mencapai efek yang lebih maksimal. Kolaborasi juga memungkinkan komunitas Jemari Tangan mendapatkan bantuan baik berupa jasa maupun barang. Contoh kolaborasi antar organisasi yang *concern* terhadap kesehatan mental ialah dengan bekerjasama dengan komunitas *in to the light*.



Gambar 30. Halaman instagram komunitas Jemari Tangan

Sumber: *Screenshot* penulis di laman Ig Jemari Tangan

Kolaborasi merupakan bentuk kerjasama antara suatu pihak dengan pihak lainnya dalam bidang tertentu. Tujuan utama dari adanya kolaborasi antara komunitas Jemari Tangan dengan berbagai organisasi lainnya adalah untuk memaksimalkan kegiatan yang diselenggarakan komunitas. Jika acara berjalan dengan maksimal, maka efek yang di dapat akan lebih luas. Efek yang dihasilkan dari kegiatan kampanye

peduli kesehatan ini adalah *awarness* dan pengetahuan masyarakat mengenai masalah kesehatan mental. Jika kolaborasi berhasil, maka *awarness* dan pengetahuan masyarakat mengenai masalah kesehatan mental akan semakin luas dan maksimal.

Kolaborasi juga menghadirkan *volunteer-volunteer* yang seringkali membantu komunitas untuk melakukan *offline campaign* di kegiatan konsultasi gratis. Kehadiran *volunteer* hasil dari kolaborasi antara komunitas Jemari Tangan dengan organisasi lain sangat membantu komunitas untuk lebih memaksimalkan penyampaian pesannya. Berkat hubungan yang saling menguntungkan di kedua belah pihak kegiatan kampanye peduli kesehatan mental dapat terlaksana dengan sangat baik.

Salah satu contoh bentuk kerjasama yang dilakukan komunitas Jemari Tangan dengan organisasi lain adalah kerjasama dengan BEM fakultas psikologi UI, saat *event* psiko edukasi mereka membutuhkan narasumber seorang psikolog yang cakap dalam *public speaking*. Imbalannya adalah logo Jemari Tangan yang baru.



Gambar 31. Kolaborasi komunitas Jemari Tangan
Sumber: *Screenshot* penulis di Ig Jemari Tangan



Gambar 32. Kolaborasi komunitas Jemari Tangan

Sumber: *Screenshot* penulis di Ig Jemari Tangan

Kolaborasi antara komunitas Jemari Tangan dengan berbagai organisasi lainnya baik yang bergerak di bidang kesehatan maupun yang tidak menghasilkan sebuah peningkatan efisiensi dan efektifitas dari komunitas Jemari Tangan. Dalam penyelenggaraan kegiatan kampanye peduli kesehatan mental, komunitas Jemari Tangan yakin bahwa dalam berkolaborasi komunitas harus sadar, setiap yang terlibat dalam kegiatan kolaborasi adalah bagian dari entitas yang saling melengkapi dalam mencapai tujuan kegiatan yang dilaksanakan.

Setiap kegiatan kolaborasi yang baik adalah dimana setiap individu sadar keberadaannya untuk berkontribusi dalam menyelenggarakan kegiatan kampanye peduli kesehatan mental ini. Maka perlu adanya koordinasi dari kedua belah pihak yang berkolaborasi yaitu pihak komunitas Jemari Tangan dan pihak lainnya yang terkait. Koordinasi merupakan hasil sebuah kesepakatan antara kedua belah pihak untuk melakukan suatu hal demi tercapainya hasil maksimal dari setiap

kegiatan yang dilakukan komunitas Jemari Tangan untuk mencapai tujuan komunitas.

Komunitas Jemari Tangan berkolaborasi dengan berbagai pihak, yang biasa komunitas Jemari Tangan sebut *volunteer* adalah mereka para relawan-relawan yang mengajukan dirinya sendiri. Komunitas menyediakan grup whatsapp untuk para *volunteer* yang ingin bergabung. Semua hal yang menyangkut kegiatan dijelaskan inisiator komunitas Jemari Tangan mulai dari tema kegiatan, perencanaan kegiatan baik itu waktu, tempat, tanggal dan transportasi yang akan digunakan pada hari pelaksanaan hingga data pembagian tugas individu yang terdaftar sebagai *volunteer*.

Hal yang komunitas lakukan ialah mendiskusikan kegiatan yang akan diadakan contohnya ialah pelaksanaan *offline campaign* dengan melakukan konsultasi gratis di pagelaran *car free day*. Kemudian inisiator menentukan tema apa yang sedang *trend* di masyarakat misalnya saja *quarter life crisis*. Selanjutnya inisiator akan meneruskan hasil diskusi bersama inisiator lainnya kepada grup whatsapp *volunteer*.

Hal yang pertama *volunteer* lakukan untuk menjadi *volunteer* kegiatan ialah meminta kepada teman sesama psikolog untuk masuk ke grup whatsapp *volunteer*. Biasanya *volunteer* datang berasal dari informasi yang berkembang dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*) dari rekan sesama psikolog atau rekan yang berteman dengan para inisiator. Selain dari mulut ke mulut, kekuatan relasi psikolog di seluruh Indonesia inilah yang juga menjadikan *volunteer-volunteer* berdatangan untuk membantu melakukan kegiatan kampanye peduli kesehatan mental komunitas Jemari Tangan ini.

Volunteer yang datang biasanya berasal dari sesama psikolog atau orang-orang yang *concern* dengan masalah kesehatan mental. *volunteer-volunteer* ini kemudian diberikan tugas masing-masing oleh inisiator. *Volunteer* yang berasal dari background psikologi biasanya akan ditaruh di bagian konseling, sedangkan mereka yang dari berbagai latar belakang

profesinya akan dibagikan sesuai dengan keahliannya. Mereka yang ahli dalam mempersuasi masyarakat biasanya akan diberikan tugas untuk memicu masyarakat dengan terjun langsung ke kerumunan orang-orang yang hadir dalam *cfp* tersebut. Mereka menyuarakan masalah kesehatan mental sekaligus mempromosikan kegiatan konsultasi gratis tersebut. Selain itu volunteer juga mempunyai kesempatan untuk menyampaikan hal-hal yang harus dievaluasi bersama anggota dan inisiator komunitas. Kegiatan evaluasi ini dapat berupa sebuah pemaparan dari hasil konsultasi seperti masalah apa yang dominan dihadapi mereka (masalah klien secara garis besar) tentu saja tanpa membeberkan masalah klien mereka. Misalnya adalah masalah yang sering muncul adalah masalah mengenai pekerjaan. Dari hasil evaluasi ini akan menentukan sejauh mana permasalahan yang masyarakat hadapi, dengan begitu kegiatan selanjutnya akan diarahkan kepada permasalahan yang sering muncul.

7. Kelompok Penerima

Kelompok penerima merupakan bagian dari target sasaran. Pada hasil temuan dalam kegiatan kampanye kesehatan mental yang mnejadi kelompok penerimanya ialah mereka yang membutuhkan pesan tersebut yakni mereka yang menderita gangguan kesehatan mental, cenderung kepada penderita dengan gejala ringan. Meskipun target populasi telah ditetapkan pada kampanye ini, namun penerima pesan dari Jemari Tangan sangat beragam, mencakup orang tua, lansia, remaja dan dewasa.