

(4%) mengalami kecemasan. Dampak terburuk depresi dapat menyebabkan bunuh diri, setiap tahunnya lebih dari 700 ribu jiwa kehilangan nyawa karena bunuh diri, dan bunuh diri ini adalah penyebab kematian ke-4 pada anak muda usia 15-29 tahun.

Fransiska Kaligis (2021), riset yang melibatkan 393 orang muda berusia 16-24 tahun yang dilakukan oleh Divisi Psikiatri Anak dan Remaja, Fakultas Kesehatan Universitas Indonesia tahun 2020, hasil risetnya yaitu mereka pernah mengalami gejala kecemasan (95,4%) dan depresi (88%). Cara mereka menyelesaikan masalahnya dengan menyakiti diri sendiri (51,4%), putus asa serta ingin mengakhiri hidup (57,8%). Wuarmanuk (2017), kisah orang muda Katolik di Paroki Gereja Santo Thomas Morus, Maumere, NTT, mengisahkan seorang pemabuk bernama Yopi yang dahulu hidupnya menyakiti orang disekitarnya. Ia telah bertobat, ia bersedia menjadi pemeran Yesus saat tidak ada orang muda Katolik yang bersedia memerankan tokoh Yesus dalam drama visualisasi Jalan Salib. Saat memerankan visualisasi, para orang muda Katolik yang mengambil peran sebagai algojo membalas perbuatan Yopi di masa lalu dengan melakukan hal di luar naskah yaitu mengejeknya, menendang, memukul hingga badannya menjadi lebam dan tulang rusuk kirinya retak sehingga ia kesulitan bernafas selama 2 bulan.

Menurut Dokpen KWI (2016), populasi orang muda Katolik Indonesia menempati 60% dari total seluruh umat Katolik Indonesia dan menurut Databoks (2021) dalam Kusnandar (2021), populasi umat Katolik di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 8,42 juta jiwa. Dalam dokumen “Kristus Hidup” bab 7, Paus Fransiskus (2019), keterlibatan lembaga-lembaga Gereja, komunitas Katolik yang terbuka, tak lupa kehadiran keluarga diharapkan dapat mendampingi orang muda agar tetap bertumbuh dalam iman, terlebih terhadap permasalahan luka batin.

Dalam menyikapi permasalahan luka batin yang dialami orang muda Katolik, seperti yang dikemukakan oleh Romo Paulus Erwin Sasmito (2020) dalam Hermina Wulohering (2020), lembaga keagamaan dapat memberi perhatian pada aspek spiritual moral. Gereja dan komunitas Katolik dapat mengambil peran dalam upaya promotif, preventif, kuratif dan rehabilitatif. Membutuhkan usaha panjang yaitu dengan lebih dulu melakukan upaya promotif dan preventif hingga nantinya mencapai upaya kuratif yang artinya dapat memulihkan batin yang terluka. Sebagai contoh, upaya promotif dapat memberikan edukasi dasar dan upaya preventif dapat memberikan materi mengenai penyembuhan luka batin.

Gereja dan komunitas sekarang ini semakin menyadari permasalahan luka batin dan melakukan upaya seperti memberi layanan konseling, mengadakan acara-acara dengan

topik luka batin dan penyembuhan luka batin. Ada pun peranan komunikasi visual yang digunakan berupa media promosi seperti poster ataupun video yang diunggah pada media sosial Instagram untuk menyampaikan informasi mengenai adanya konseling ataupun acara mengenai luka batin.

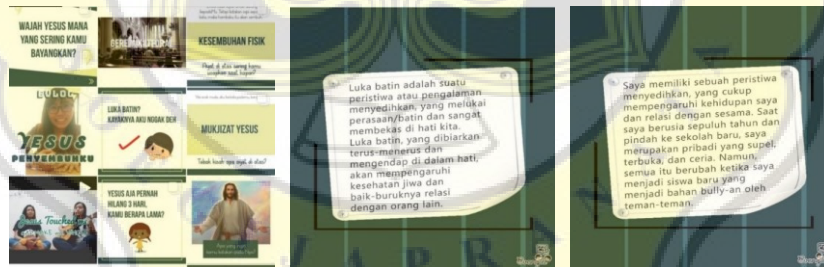


Gambar 2. Media Promosi Mengenai Luka Batin

Sumber : @sahabatktm, 14 Agustus 2020 (kiri);

@komkk.kaj, 16 Juni 2021 (tengah); @bpkpkk.kas, 15 Juni 2021 (kanan)

Peranan media komunikasi visual lain terkait luka batin ialah berupa konten *feed* Instagram. Terdapat 3 akun media sosial Instagram komunitas orang muda Katolik yang pernah mengunggah konten mengenai luka batin. Konten tersebut diantaranya ada konten informatif, edukatif, dan hiburan, juga konten kesaksian (*sharing*). Konten tersebut tidak menjadi unggahan berkala, baik itu *monthly*, *weekly*, ataupun *daily* sehingga akan cukup menyulitkan pengguna untuk menemukan konten tersebut karena bercampur dengan konten-konten yang lain.



Gambar 3. Konten Informatif dan Kesaksian mengenai Luka Batin

Sumber : @evangili.id, 17 Juli 2019



Gambar 4. Konten Hiburan Mengenai Luka Batin

Sumber : @katolikvidgram, 9 Agustus 2021



Gambar 5. Konten Edukatif dan Kesaksian Mengenai Luka Batin

Sumber : @sahabatktm, 31 Agustus 2020 (tengah); 5 Agustus 2020 (kanan)

Maka, berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa permasalahan luka batin ini merupakan permasalahan yang krusial bagi orang muda Katolik sehingga membutuhkan perhatian intensif. Peranan komunikasi visual dapat membantu untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, namun belum banyak komunikasi visual yang ditemui. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya edukasi dan preventif melalui peranan komunikasi visual yang lebih efektif sehingga menjadi satu kesatuan yang semakin komprehensif. Artinya, media komunikasi visual tersebut nantinya diharapkan dapat memberikan pemahaman secara mendalam kepada orang muda Katolik mengenai luka batin serta bagaimana cara menyembuhkan luka tersebut agar tidak menjadi luka yang semakin parah. Hal ini juga dimaksudkan agar dirinya mampu bertumbuh dalam iman akan Kristus dan menanggapi panggilan hidupnya sebagai orang muda di dalam Gereja, komunitas, keluarga, dan masyarakat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa pentingnya untuk memberi pemahaman kepada orang muda Katolik mengenai luka batin sehingga ketika ia terluka, ia dapat mengatasi luka batinnya. Inti permasalahan yang ada di dalam latar belakang dirangkum ke dalam identifikasi masalah. Berikut merupakan uraian identifikasi masalah :

1. Luka batin menjadi permasalahan hidup bagi orang muda Katolik yang jika dibiarkan akan merusak dirinya sendiri dan berdampak pada relasi dengan orang-orang yang ada di sekitarnya, terlebih relasi dengan Tuhan.
2. Populasi orang muda Katolik melebihi setengah dari populasi umat Katolik di Indonesia sehingga lebih membutuhkan pendampingan, terutama terhadap permasalahan luka batin.
3. Gereja dan komunitas Katolik sudah melakukan upaya terhadap permasalahan luka batin yang dialami orang muda Katolik dan menggunakan peranan desain komunikasi

visual dalam menyampaikan informasi mengenai luka batin, namun hanya sebatas media promosi dan mengunggah konten yang terbilang minim.

4. Diperlukan adanya perancangan media komunikasi visual yang efektif untuk mengenalkan dan mengedukasi mengenai penyembuhan luka batin kepada orang muda Katolik.

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan perancangan diperlukan untuk menjaga lingkup perancangan agar tidak menyimpang dan tetap fokus. Batasan-batasan yang ada dalam perancangan ini sebagai berikut :

1. Target Sasaran

a. Geografis

- Orang muda Katolik yang berada di wilayah Indonesia
- Daerah perkotaan

b. Demografis

- Usia 16-24 tahun (primer), 25-35 tahun (sekunder)
- Jenis kelamin perempuan dan laki-laki
- Pelajar SMA/SMK, mahasiswa, pekerja
- Belum menikah
- Strata ekonomi menengah ke atas

c. Psikografis

- Pernah mengalami peristiwa atau perlakuan orang lain yang melukai hati

2. Perancangan

Berfokus untuk menyediakan media komunikasi visual mengenai penyembuhan luka batin bagi orang muda Katolik sehingga dapat membantu mengatasi luka batin yang dialaminya melalui informasi dalam perancangan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah hingga pembatasan masalah yang ada, maka didapatkan rumusan masalah yaitu bagaimana merancang media komunikasi visual yang efektif mengenai penyembuhan luka batin bagi orang muda Katolik?

1.5 Tujuan Perancangan

Sebuah perancangan tentunya dibuat dengan tujuan agar dapat menjadi solusi dari permasalahan yang ada. Tujuan dari perancangan media komunikasi visual ini bagi orang muda Katolik yaitu memberi edukasi dan kesadaran mengenai penyembuhan luka batin batin agar terhindar dari situasi luka batin yang semakin parah melalui pendekatan spiritualitas Katolik.

1.6 Manfaat Perancangan

Sebuah perancangan media komunikasi visual dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak terkait. Manfaat yang diperoleh dari perancangan ini diuraikan sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

- Meningkatkan wawasan dan pendalaman iman penulis mengenai penyembuhan luka batin melalui pendekatan spiritualitas Katolik.
- Mengaplikasikan ilmu desain komunikasi visual dan mengembangkan kreativitas penulis dalam melakukan perancangan media komunikasi visual sekaligus bentuk partisipasi penulis sebagai orang muda Katolik bagi Gereja, komunitas, dan sesama di tengah peradaban dunia masa kini.
- Menemukan *problem solving* dari permasalahan yang ada berdasarkan keilmuan desain komunikasi visual untuk merancang media komunikasi visual yang efektif.

2. Bagi Gereja, Komunitas, dan Umat Katolik

- Meningkatkan peran komunikasi visual bagi Gereja dan komunitas melalui perancangan media komunikasi visual yang lebih komprehensif, sebagai salah satu upaya dalam membantu mengenalkan dan mengedukasi mengenai penyembuhan luka batin kepada orang muda Katolik.
- Perancangan media komunikasi visual yang efektif dapat memberi edukasi kepada umat Katolik khususnya kaum muda mengenai penyembuhan luka batin sehingga pada akhirnya mereka mampu mengatasi luka batin yang dialaminya.

3. Bagi Institusi Pendidikan

- Menambah arsip perancangan tugas akhir pada perpustakaan universitas khususnya bagi program studi Desain Komunikasi Visual.
- Menambah arsip karya desain bagi program studi Desain Komunikasi Visual.

- Memberikan referensi literatur dan desain untuk membantu menemukan *problem solving* dalam melakukan perancangan media komunikasi visual serupa yang akan diadakan di kemudian hari.

1.7 Metode Perancangan

1.7.1 Metode *Design Thinking*

Dalam melakukan perancangan media komunikasi visual, metode perancangan yang akan digunakan ialah metode *design thinking*. Yanti (2020:11) mengemukakan bahwa *design thinking* merupakan metode desain berdasarkan solusi untuk menyelesaikan permasalahan. *Design thinking* adalah bagaimana melihat keseluruhan masalah dengan berpusat pada manusia (*human centered*). Yanti (2020:13) menjelaskan langkah-langkah metode *design thinking* yang digunakan oleh Hasso Plattner Institute of Design at Stanford dan Interaction Design Foundation. Berikut merupakan penjabaran langkah-langkah metode *design thinking* (Yanti, 2020:15-16) :

- *Empathize*

Tahap *empathize* merupakan proses desainer dalam memahami permasalahan yang dialami khalayak sasaran dengan melibatkan pikiran serta perasaan (empati) untuk memberikan sudut pandang yang baru. Berempati artinya desainer mencoba menempatkan dirinya sebagai khalayak sasaran. Tahap ini dapat dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber sehingga desainer tidak berasumsi atau menyimpulkan pengetahuannya menurut pemikiran atau pengalaman pribadi. Di sini, keterlibatan desainer adalah yang utama untuk memahami apa yang menjadi kebutuhan khalayak sasaran sehingga dapat memberikan solusi yang inovatif.

Tahap ini penulis akan mengumpulkan informasi dengan metode pengumpulan data kualitatif menggunakan studi literatur, wawancara, dan observasi

- *Define*

Tahap *define* merupakan tahap menyeleksi dan menganalisis seluruh informasi yang telah didapatkan. Tujuannya untuk menghasilkan inti permasalahan mengenai apa yang memang menjadi kebutuhan khalayak sasaran guna memberi gambaran bagaimana solusi yang akan diciptakan.

Tahap ini penulis akan menganalisis informasi atau data yang telah diseleksi melalui studi literatur, wawancara, dan observasi untuk dipahami secara lebih mendalam yang dapat memberi gambaran bagaimana penyelesaian masalah yang ada dengan sebuah perancangan komunikasi visual.

- *Ideate*

Tahap *ideate* merupakan tahap untuk memunculkan berbagai alternatif ide sehingga dapat menghasilkan solusi yang paling efektif untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

Tahap ini penulis akan menyusun strategi komunikasi, strategi media, konsep verbal visual, hingga pada pembuatan desainnya.

- *Prototype*

Tahap *prototype* merupakan tahap untuk menguji dan meninjau lebih lanjut solusi yang telah diperoleh dalam model yang sederhana (prototipe), yaitu model yang diturunkan dari bentuk aslinya.

Tahap ini penulis akan memvisualkan rancangan yang telah dibuat ke dalam sebuah *mockup*.

- *Test*

Tahap *test* merupakan tahap pengujian solusi secara lengkap dan berulang. Pada tahap ini akan diketahui apakah solusi dirancang sudah seperti yang diharapkan oleh desainer, terlebih bagi khalayak sasaran.

Tahap ini penulis akan melihat secara langsung dan uji coba bagaimana rancangan yang telah dibuat di dalam alat atau media yang telah ditentukan untuk menampilkan rancangan.

1.7.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam perancangan ini menggunakan metode kualitatif yang kemudian dianalisis dalam bentuk deskriptif atau naratif. Pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai topik perancangan, permasalahan yang dialami khalayak sasaran, dan media perancangan. Pengumpulan data ini menjadi bagian utama dalam melakukan perancangan agar melalui data-data yang diperoleh dapat dikaji lebih lanjut guna memahami permasalahan yang ada dan menemukan solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Pengumpulan data yang akan digunakan dalam perancangan ini menggunakan cara sebagai berikut :

- Studi Literatur

Studi literatur akan dilakukan dengan mengkaji sumber tertulis melalui buku, jurnal, artikel, dan situs web web yang kredibel yang relevan dengan perancangan yang akan dirancang.

- Observasi

Pada bidang penelitian visual, observasi merupakan cara pengambilan data dengan cara mengamati, mencatat unsur-unsur visual untuk dapat diolah dan dipersepsikan yang kemudian dapat memberikan informasi (Soewardikoen, 2019:48-49). Observasi akan dilakukan secara daring dengan mengamati dan mempelajari informasi yang didapat melalui internet. Observasi untuk memahami permasalahan yang ada serta dapat digunakan untuk memberi gambaran perancangan nantinya.

- Wawancara

Wawancara akan dilakukan secara daring menggunakan obrolan WhatsApp. Teknik wawancara menggunakan *purposive sampling* yang mana cara pengambilan datanya dengan sudah terlebih dahulu menentukan kriteria yang spesifik berdasarkan tujuan penelitian (Soewardikoen, 2019:48). Wawancara merupakan cara pengambilan data dengan percakapan yang bertujuan untuk mendapatkan pandangan dari narasumber melalui pemikiran, pendirian, serta pengalaman pribadinya (Soewardikoen, 2019:53).

Narasumber yaitu orang muda Katolik dengan kriteria pernah mengalami luka batin, baik yang belum pernah mengalami penyembuhan luka batin maupun yang sudah. Wawancara permasalahan terkait permasalahan luka batin target, menanyakan referensi visual perancangan, serta apa saja yang mereka butuhkan.

Wawancara juga akan dilakukan kepada narasumber suster untuk memperoleh data-data yang akurat mengenai luka batin yang dialami orang muda Katolik serta hal apa yang bisa membantu orang muda Katolik untuk mengatasi luka batinnya.

Data wawancara dengan narasumber akan digunakan untuk pengembangan media perancangan lebih lanjut.