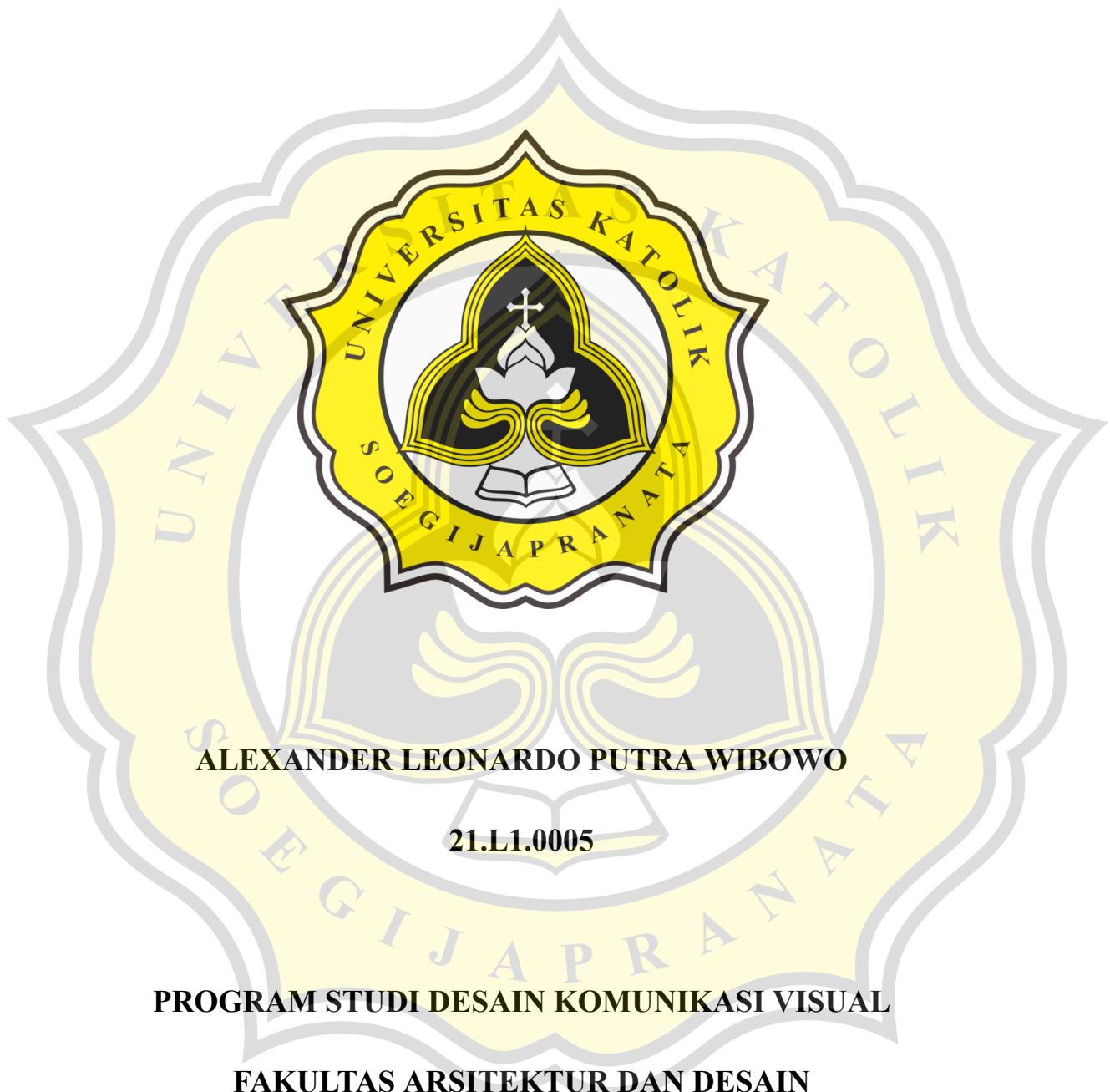


LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE UNTUK MENDUKUNG DAN
MEMOTIVASI MAHASISWA SEMARANG MENCEGAH SELF-HARM



UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

2025

ABSTRAK

Fenomena self-harm di kalangan remaja, khususnya mahasiswa usia remaja akhir, semakin meningkat dan seringkali tersembunyi di balik tekanan akademik, sosial, serta emosional. Kota Semarang menjadi salah satu wilayah dengan tingkat kecenderungan perilaku self-harm yang cukup tinggi, namun belum banyak kampanye yang secara langsung menyalurkan kelompok ini. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media kampanye sosial yang dapat memberikan edukasi, dukungan emosional, dan motivasi bagi mahasiswa agar mampu mengatasi kecenderungan melakukan self-harm.

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah pendekatan design thinking, yang mencakup tahap define, research, ideate, prototype, select, implement, dan learn. Data dikumpulkan melalui studi literatur, wawancara dengan ahli psikologi, serta pelaku self-harm, untuk memahami kebutuhan dan karakteristik target audiens. Kampanye ini menggunakan strategi komunikasi terpadu (Integrated Marketing Communication) berbasis model AIDA dengan media utama berupa booth interaktif serta didukung oleh media sosial, poster, video, dan merchandise.

Hasil perancangan menunjukkan bahwa pendekatan visual yang emosional dan ramah, dikombinasikan dengan pesan verbal yang hangat dan akrab, efektif dalam menjangkau audiens dan membangun keterlibatan emosional. Diharapkan kampanye ini dapat menjadi salah satu solusi dalam upaya pencegahan self-harm dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya kesehatan mental di kalangan mahasiswa.

Kata kunci:

self-harm, mahasiswa, kampanye sosial, desain komunikasi visual, kesehatan mental