

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahap kehidupannya, manusia mengalami proses perkembangan fisik dan psikologis. Mulai dari masa anak-anak, remaja, dewasa hingga lanjut usia. Tiap tahapan perkembangan, terdapat proses pembelajaran. Tentunya tahap ini dipengaruhi oleh proses komunikasi yang membentuk pemikiran manusia. Tahap peralihan dari masa remaja ke dewasa di era globalisasi ini menuntut keterbukaan pemikiran untuk dapat menemukan solusi dari permasalahan yang mungkin akan dihadapi. Tahap ini dikenal dengan istilah *emerging adulthood* yang dicetuskan Arnett (2001). Arnett mengatakan bahwa fase ini akan dilewati semua individu pada kisaran usia penghujung 18 tahun sampai 25 tahun.

Proses adaptasi dari perubahan-perubahan yang terjadi pada *emerging adulthood* tersebut sebagai tanda terjadinya *quarter life crisis*. *Quarter life crisis* dikemukakan pertama kali oleh Alexandra Robbins dan Abby Wilner pada tahun 2001 yang merupakan kebingungan Wilner akan masa depannya setelah lulus dari perguruan tinggi. Masalah yang dihadapi seputar kehidupan pekerjaan, karier serta hubungan percintaan dengan lawan jenis. Robbins dan Wilner memberi julukan “*twentysomethings*” kepada kaum muda, yakni individu yang baru saja meninggalkan kenyamanan hidup sebagai remaja dan mulai memasuki *real-life* (Robbins & Wilner, 2001, p. 52). Dilatarbelakangi oleh teori tahapan perkembangan

kehidupan atau lebih dikenal dengan teori psikososial Erikson, masih jarang ditemukan penelitian yang berfokus pada masa dimana seorang remaja mengalami transisi sebelum memasuki masa dewasa awal sebagai masa yang penting.

Fenomena *quarter life crisis* adalah bentuk respon manusia terhadap ketidakstabilan yang muncul karena keraguan akan diri sendiri, takut bila gagal, dihadapkan dengan banyak pilihan yang juga disusul perubahan yang terus menerus. Hal ini juga akan menimbulkan rasa panik ketika manusia merasa tidak berdaya. WHO menyebutkan, di usia 20-an tahun, manusia rentan terkena gangguan mental dikarenakan banyaknya penyesuaian dan perubahan hidup yang terjadi karena faktor psikologis, emosional dan finansial.

Arnett juga menjelaskan terdapat lima faktor dari dalam diri individu atau internal dan juga tiga faktor dari luar diri individu atau eksternal yang mempengaruhi *quarter life crisis*. Faktor internal yaitu, *identity exploration, instability, being self-focused, feeling in between, the age of possibilities*. Faktor eksternal yaitu, teman, percintaan, dan relasi dengan keluarga, kehidupan pekerjaan dan karir, serta tantangan di bidang akademis. Individu satu dan individu lainnya memiliki hubungan interpersonal yang membutuhkan bantuan atau dukungan sosial. Bentuk dukungan ini dapat berupa informasi, tingkah laku tertentu, ataupun materi yang dapat menjadikan individu yang menerima bantuan merasa disayangi, diperhatikan dan bernilai.

Di era generasi Z, media sosial yang kini lekat dengan generasi ini, menjadi salah satu pengaruh kesehatan mental. Media sosial seolah menciptakan standar gaya hidup baru yang 'harus dianut'. Media sosial sebagai aplikasi berbasis internet memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Motivasi pengguna media sosial amat beragam. Menurut data GlobalWebIndex, sebanyak 61 persen responden penduduk Indonesia menggunakan media sosial untuk mengisi waktu luang, dan 54 persen lainnya untuk mencari konten hiburan. Durasi masyarakat Indonesia dalam mengakses media sosial juga semakin lama. App Annie melaporkan pada tahun 2020, aplikasi bertukar pesan, Whatsapp, menunjukkan rata-rata tertinggi yang digunakan selama 30.8 jam. Disusul Instagram yang rerata lama aksesnya hingga 15 jam. Pandemi COVID-19 yang melanda dunia juga memunculkan kenaikan pengguna media digital karena adanya tuntutan beraktivitas di dalam rumah untuk menekan penularan virus. Berdasarkan data dari YouGov, terdapat kenaikan 38 persen masyarakat kawasan Asia Tenggara yang menggunakan media sosial.

Melihat kenaikan penggunaan media sosial, tidak salah bila media sosial menjadi salah satu elemen penting dalam kehidupan masyarakat modern, secara terkhusus bagi generasi Z. Media kini menjadi pengganti interaksi tatap muka dalam komunikasi ke platform interaksi sosial yang berpengaruh pada kehidupan sehari-hari. Pepatah “menjauhkan yang dekat dan mendekatkan yang jauh” atau “Sandang, Pangan, Wi-Fi” seolah

menjadi fenomena yang sudah melekat bagi generasi Z. Media sosial memunculkan kebiasaan baru seperti posting foto yang disertai *caption* menarik, menanti siapa saja yang akan *like* foto atau video yang diunggah, dan saling berbalas komentar. Berdasarkan teori generasi, generasi Z lebih mendominasi penggunaan internet. Generasi Z adalah mereka yang lahir pada tahun 1995 hingga 2014. Generasi ini dikenal sebagai karakter serba bisa, lebih individual dan global serta lebih ramah teknologi dibanding generasi sebelumnya. Generasi Z di Indonesia memiliki karakteristik memilih media sosial sebagai akses informasi (35,2%), menghabiskan 3-5 jam untuk akses internet (90%). Media sosial yang paling banyak diakses yaitu LINE dan Instagram.

Beberapa hal yang cenderung negatif kerap muncul ketika menggunakan media sosial seperti adanya perasaan cemas atau ketergantungan bila tidak menggunakan media sosial. Dalam sehari, tidak mungkin tidak membuka media sosial. Kebanyakan millennial saat ini akan merasa tertinggal atau merasa kurang *update* bila dalam sehari tidak bermedia sosial. Kemudian timbul kecenderungan membandingkan hidup kita dengan orang lain, atau biasa disebut *social comparison*, yaitu proses seseorang menilai hal-hal yang dimiliki dalam dirinya dengan yang dimiliki orang lain. Istilah kekinian saat ini, muncul '*insecurity*'.

Dengan semakin banyaknya konten dan informasi yang dikonsumsi, rawan memunculkan kecemasan dan kegelisahan karena mulai mempertanyakan arah dan tujuan hidupnya di masa depan.

Dukungan sosial dirasa sangat perlu untuk membawa dan mengeksplorasi jati diri agar terhindar dari rasa cemas berlebihan. Istilah dukungan sosial secara umum digunakan mengacu pada penerimaan rasa aman, peduli, penghargaan atau bantuan yang diterima seseorang dari orang lain atau kelompok. Dinamika psikologis dukungan sosial merupakan serangkaian sikap yang dimiliki individu untuk mempertahankan kehidupan, mengontrol setiap peristiwa yang menekan serta usaha untuk mengubah setiap permasalahan dalam hidup sebagai tantangan yang harus diselesaikan dalam menjalankan peran dan tanggung jawabnya. Individu yang menerima dukungan sosial penuh secara positif akan terbentuk harga diri dan cenderung memandang segala sesuatu secara positif serta optimistik dalam kehidupannya. Sebaliknya, individu yang kurang mendapat dukungan sosial akan merasa tidak puas dengan kehidupannya.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik yang dilakukan adalah produksi karya visual dan audio-visual di media sosial Instagram tentang *Quarter Life Crisis*.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

Tujuan kerja praktik untuk mengetahui cara proses produksi karya visual dan audio-visual yang efisien.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

Manfaat yang dihasilkan oleh kerja praktik ini dapat dirasakan oleh dua pihak yaitu khalayak dan penulis. Manfaat yang didapat oleh khalayak yaitu mendapatkan edukasi tentang *Quarter Life Crisis*, sehingga khalayak dapat mengetahui ciri-cirinya dan menjadikan hal ini sebagai bentuk *awareness*. Begitu juga manfaat bagi penulis yaitu agar dapat mengerti bagaimana proses produksi karya visual dengan efisien

I.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Proses Produksi Karya Visual

Kata produksi secara linguistik berasal dari bahasa Inggris yaitu “*production*” yang berarti penghasilan. Secara umum, produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau aktivitas untuk dapat menciptakan, menghasilkan dan menambah nilai guna terhadap suatu barang ataupun jasa yang lantas nantinya dikonsumsi oleh konsumen. Karya visual atau *visual arts* memiliki arti “seni yang terlihat”. Seseorang atau seniman yang mengeluarkan karya seni akan menuangkan ekspresi, keindahan dan kecintaannya pada satu media yang dapat dilihat oleh mata. Produksi karya visual dapat diartikan sebagai informasi yang berisi paduan berbagai media seperti teks, gambar, animasi dan video, sehingga informasi yang tersaji akan lebih menarik.

Siklus proses produksi konten dibagi menjadi 3 sub proses, diantaranya:

1. Pra-produksi

Pada prinsipnya, di tahap ini meliputi perencanaan ide dan konsep terkait dengan kelayakan, tujuan karya itu dibuat dan khalayak yang menjadi sasaran. Pre-produksi juga termasuk mempersiapkan data untuk kemudian diolah menjadi suatu informasi. Maka, data yang diperlukan haruslah data yang akurat karena nantinya akan dikonsumsi oleh khalayak (Holroyd, 2019, p. 27).

2. Produksi

Di tahap ini, mulai menjalankan rencana yang sudah disusun di tahap sebelumnya, seperti proses pembuatan konten yang diperlukan, yakni membuat desain. Desain diperlukan untuk mengkomunikasikan karya secara visual dengan estetik. Meskipun membutuhkan sentuhan estetik, jangan sampai mengorbankan pesan atau informasi di dalamnya. Untuk itu, apabila desain atau konten yang sudah dibuat belum sesuai dengan apa yang sudah direncanakan, atau ada perubahan lain, maka bisa dilakukan revisi.

3. Pasca Produksi

Tahap ini adalah proses publikasi karya ke media yang dituju. Setelah dipublikasikan, akan muncul berbagai respon dan tanggapan dari khalayak yang melihat karya visual. Dari respon dan tanggapan itu, dapat pula dijadikan evaluasi untuk karya visual berikutnya.

Tahapan pra produksi memegang sebagian besar peran dari keseluruhan proses sebanyak 75% karena meliputi konsep, media, ide, data, revisi, dan *final artwork* (FA). Dilanjutkan dengan tahap berikutnya yaitu, produksi dan pasca produksi.

1. Konsep, merupakan pemikiran mengenai penetapan tujuan, kelayakan, dan target/segmentasi yang dituju. Pengambilan konsep ini nantinya akan dituangkan dalam visual seperti, warna, tipografi, bentuk, dan sebagainya.
2. Media, untuk mendapatkan kriteria target/segmentasi yang dituju maka diperlukan studi kelayakan media yang dirasa cocok dan efektif untuk mencapai tujuan. Media dapat berupa media cetak (koran, majalah, tabloid, dan sebagainya), media elektronik (TV, radio, internet, dan sebagainya), media luar ruangan (billboard, spanduk, poster dan sebagainya), dan lain - lain.
3. Ide atau Gagasan. Pada proses pencarian ide yang kreatif juga diperlukan studi banding, literatur wawasan yang luas diskusi, wawancara, dan sebagainya supaya desain dapat efektif diterima oleh target/sasaran hingga membangkitkan kesan yang sulit dilupakan.

1.5.2 Podcast

Salah satu layanan *streaming* dalam bentuk siaran suara atau audio yang kini tengah diminati adalah podcast. Podcast menjadi cara baru untuk menikmati konten audio. Podcast adalah salah satu contoh dari konvergensi media. Aplikasi ini memungkinkan seseorang untuk membuat weblog yang berisi mengenai lagu, suara, dan tulisan tentang apa saja, mulai dari yang bersifat personal, hingga publik. Podcast awalnya diperkenalkan Apple untuk siaran atau broadcasting melalui perangkat iPod di tahun 2001. Podcast bisa dibilang sebagai —iPod broadcasting alias siaran dengan menggunakan iPod. Berbeda dengan radio FM/AM konvensional, podcast tidak menyiarkan siarannya secara linear.

Podcast diproduksi dalam bentuk inovatif seperti *talkshow*, *monolog*, *review*, hingga dokumenter, dan banyak pula digunakan untuk memberikan informasi, karena menghibur dengan warna tersendiri karena digarap dengan kemasan yang unik. Dengan iklan yang tidak begitu banyak atau bahkan hampir tidak ada, dan hanya membutuhkan sambungan internet melalui kuota atau Wi-Fi, *podcast* dapat dinikmati baik secara *online* maupun *offline*.

Podcast menjangkau lebih dari 155 negara dengan lebih dari 18,5 juta episode. Di Indonesia, podcast mulai naik daun sejak tahun 2018. Dilansir dari Kumparan.com pengguna Spotify yang mendengarkan podcast lebih dari 20% setiap bulan menjadikan pendengar *podcast* di Indonesia menjadi yang paling banyak di Asia Tenggara. Pertumbuhan

terus berlanjut hingga saat ini. Selain karena persyaratan teknologi yang minimum, aksesibilitas dan ketersediaan podcast juga semakin menyebar luas

Kemudahan lainnya bukan hanya dari segi pendengar *podcast*, melainkan juga dari pembuat *podcast*, sudah banyak media yang digunakan untuk membuat *podcast* tanpa memerlukan biaya mahal untuk menampilkan audio. Sudah cukup banyak pula media aplikasi penyedia *podcast* dengan konten yang sangat beragam dan mudah saat akan didengarkan. Aplikasi yang sering digunakan adalah SoundCloud, Apple Cast, Spotify, Joox serta Youtube yang menampilkan tidak hanya audio melainkan juga menampilkan visual. Meski aplikasi *podcast* bermacam-macam tetapi untuk soal kemudahan mereka tetap mudah diakses. Bahkan podcast tidak hanya yang berbahasa Indonesia melainkan juga terdapat bahasa-bahasa lain yang bisa didengarkan misalnya *podcast* berbahasa Inggris.

Banyak alasan yang membuat khalayak mulai beralih ke podcast, pengguna dapat menciptakan pengalaman mendengar yang lebih privat dan personal daripada mendengarkan radio, karena kita dapat memilih apa yang ingin kita dengar. Podcasters juga dipandang sebagai teman, jadi lebih nyaman untuk didengar. Dengan segmentasi konten yang jelas, dan pemilihan temanya, khalayak beralih ke podcast karena lebih praktis. seperti mereka yang dapat memilih musik sebelum adanya podcast.

Podcast juga bisa menutupi kekurangan radio, yakni selintas konten yang telah disiarkan tidak bisa diulang lagi sesuai keinginan pendengarnya.

Berdasarkan data yang tersedia di Spotify dan Apple Podcast saat ini, peringkat atas Podcast yang didengarkan pendengar Indonesia kini didominasi podcast-podcast dalam negeri dengan tema komedi, olahraga, horor, keluarga hingga yang paling diminati, hubungan percintaan. Beberapa podcast populer di Indonesia saat ini antara lain: Rapot, yang berisi obrolan keseharian yang mengundang gelak tawa, Do You See What I See, berisi kumpulan kisah nyata yang menakutkan, Box2BoxID, bincang-bincang ringan mengenai sepak bola, Obrolan Babibu, yang menceritakan seputar rumah tangga serta Teman Tidur, dengan kisah-kisah romansa pengantar tidur.

1.5.3 Media Sosial

Dalam proses pencarian informasi, media dapat menjadi saluran bagi individu untuk mengakses informasi yang dibutuhkan. Media yang digunakan pun beragam, mulai dari cara konvensional seperti media cetak, hingga media baru seperti media sosial yang ada pada internet. Media sosial adalah sebuah media *online*, dimana para penggunanya dapat dengan mudah berbagi dan menciptakan karya meliputi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu sudah bukan lagi masalah, lebih mudah dalam

mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat dengan biaya lebih murah. Adanya media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat. Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (*social relationship*) mempengaruhi sistem sosial, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat (Hermawan, 2018, p. 7).

Pada umumnya, seorang pembuat konten atau *content creator* akan menggunakan banyak sekali platform dalam menyebarkan konten yang sudah mereka produksi. Selain Instagram, Youtube, Facebook atau TikTok, mereka juga menggunakan blog, infografik dan juga ebook untuk bisa menyebarkan seluruh kontennya. Yang dimaksud *content creator* dalam hal ini bukan hanya selebriti ataupun *blogger*. Walaupun mereka memang tergolong orang yang mampu menciptakan konten, namun tidak semua orang yang bisa menciptakan konten termasuk tergolong selebriti ataupun *blogger* kenamaan.

1.5.3.1 Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengaplikasikan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk ke Instagram sendiri. Disusun dari dua kata, yaitu “*Insta*” dan “*Gram*”. Arti dari kata pertama diambil dari istilah “*instan*” atau serba cepat/mudah. Namun dalam sejarah penggunaan kamera foto, istilah “*instan*” merupakan

sebutan lain dari kamera Polaroid, sejenis kamera yang bisa langsung mencetak foto beberapa saat setelah membidik objek. Kata “*Gram*” diambil dari “*Telegram*” yang maknanya dikaitkan sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat.

Dari semua jenis media sosial yang ada, Instagram telah digunakan oleh jutaan *user* aktif. Pada pertengahan tahun 2016, Instagram tercatat memiliki 500 juta pengguna di seluruh dunia, dimana pertumbuhan meningkat dua kali lipat dalam kurun waktu dua tahun. Instagram merupakan salah satu bentuk kemajuan internet dan menjadi salah satu media sosial yang sangat digandrungi. Terbukti dari data pengguna, hingga kuartal 1 tahun 2021, pengguna aktif Instagram mencapai 1,07 miliar di seluruh dunia (kataboks.katadata.com).

Hal tersebut juga didukung fitur pada aplikasi Instagram. Fitur tersebut antara lain:

A) *Home page*, sebagai halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat *scroll* mouse di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi. Hanya foto-foto terbaru saja yang bisa dilihat dari *home page*.

B) *Explore*, merupakan fitur Instagram yang menampilkan foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram

menggunakan algoritma untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*.

C) Profil pengguna Instagram dapat diketahui secara detail, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah *follower* dan jumlah *following*

D) *Followers* dan *following*, fitur *followers* atau pengikut adalah sistem sosial dengan mengikuti (*follow*) sesama pengguna akun Instagram. Komunikasi antar followers dapat terjalin melalui fitur *likes* dan *comment* yang ada di setiap postingan. Followers menjadi unsur penting dan berpengaruh pada tingkat kepopuleran foto/post. Makin banyak *followers*, makin banyak pula *likes* dan *comment* yang bisa didapat.

E) Instagram Story, fitur ini sedikit mirip dengan Snapchat. Prinsipnya, pengguna Instagram bisa berbagi foto atau video namun akan ‘hilang’ secara otomatis dalam 24 jam. Pada Instagram Story, pengguna lain dapat memberikan komentarnya tanpa terlihat oleh pengguna lain, yang secara otomatis masuk sebagai *direct message*.

Selain fitur diatas, terdapat fitur pendukung yang dapat membuat konten foto atau video yang di posting ke Instagram menjadi lebih baik dan menarik secara estetik, antara lain :

a) Kemudahan mengunggah foto melalui kamera maupun foto pada album *handphone*. Instagram dapat dengan langsung memberikan

efek-efek untuk mengatur pencahayaan dan warna agar foto makin estetik.

- b) *Captions*, memberikan keterangan atau mengisi teks untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna. *Caption* dibuat ketika pembuat konten yang akan melakukan posting foto atau video. *Caption* juga dapat di ubah melalui tombol sunting (*edit*) yang dapat dilihat pada pilihan konten yang memiliki ikon 3 titik yang berada di atas konten.
- c) *Hashtag*, bersimbol tanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting sekaligus memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan *hashtag* tertentu.
- d) Fitur Lokasi, adalah fitur yang menampilkan lokasi. Pengguna memberikan informasi dimana pengambilan foto atau video. Meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna.

Untuk menciptakan interaksi antar pengguna, Instagram menyediakan fitur interaktif yang dapat digunakan, antara lain:

- a) *Like*, merupakan suatu fitur dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, simbol suka pada Instagram adalah simbol hati. Menyukai atau *like* konten dilakukan dengan cara menekan tombol *like* dibagian bawah

foto yang bersebelahan dengan komentar atau bisa juga dengan cara *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

- b) *Comment*, adalah fitur aktivitas memberikan komentar melalui kata-kata. Pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau bahkan kritikan.
- c) *Share*, fitur ini dapat membagikan kembali postingan ke sesama pengguna Instagram lain, dengan catatan akun tersebut tidak terkunci atau *private*. Fitur share sekarang juga semakin *update* setelah Instagram bekerjasama dengan Facebook dan Whatsapp, membuat fitur *share* tidak hanya bisa dilakukan ke sesama pemilik akun Instagram, tetapi juga ke non-Instagram selama tidak di *private*. Nantinya, foto dan video di Instagram yang akan di *share* ada opsi *link* untuk dibagikan ke pengguna non-Instagram.
- d) *Mention*, fitur ini adalah untuk menambah atau memanggil pengguna lain. Caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan nama akun instagram dari pengguna yang akan ‘dipanggil’.

1.5.4 Edukasi Kesehatan Mental

Edukasi dibutuhkan untuk memberikan informasi positif, membangun kesadaran serta pola pikir kritis. Dengan adanya edukasi dapat mempengaruhi individu lain, kelompok dan masyarakat untuk

melakukan pola hidup sehat. Bukan hanya kesehatan fisik saja yang perlu dijaga, tetapi juga kesehatan mental.

Kesehatan mental merupakan salah satu macam kesehatan yang penting untuk diperhatikan dalam kehidupan manusia. Secara etimologis kata mental berasal dari kata latin, yaitu *mens* atau *mentis* yang berarti jiwa, nyawa, sukma, ruh dan semangat. Selain itu, dipercaya pula sebagai nama Dewi kesehatan dari Yunani kuno yang mempunyai tugas mengurus masalah kesehatan manusia.

Kesehatan mental dapat diartikan sebagai kemampuan menyesuaikan diri baik dengan diri sendiri, dengan orang lain, dengan masyarakat maupun dengan lingkungan dimana seseorang itu berada. Berbagai bentuk gangguan mental seperti rendah diri, cemas, badan terasa lesu tanpa diketahui penyebabnya dan sebagainya merupakan efek dari gangguan mental yang sering dihadapi oleh individu sehingga berpengaruh pula terhadap proses berpikirnya. Untuk itulah dibutuhkan mental yang sehat agar seseorang mampu mengenal dirinya sendiri dan menerima kekurangan yang ada pada dirinya.

Berdasarkan pernyataan diatas, edukasi kesehatan mental sangat perlu dilakukan untuk menjaga dan mengoptimalkan kondisi mental sehari-hari. Edukasi kesehatan ini menyasar masyarakat khususnya kaum muda, sebagai individu yang memiliki pemikiran kritis dan terbuka, agar mendapat pemahaman yang tepat.