Dokumen	:	Kliping Berita Universitas Dinamika
Media	:	Website Undika - D'Media
Judul	:	Ragam Kreativitas Mahasiswa DKV dalam Kegiatan Kampanye Sosial
Waktu	:	2024-01-16 11:07:36

D’Media, (16/01/2024) – Di era saat ini yang serba digital,terdapat banyak sekali peluang untuk menjadikan sebuah media sosial menjadi *platform-platform* yang membantu manusia. Beberapa contoh diantaranya adalah *platform* penyedia jasa dan *marketplace*. Banyak sekali masyarakat yang terbantu dengan keberadaan *platform* tersebut. Melihat hal itu, para mahasiswa DKV Universitas Dinamika pun turut memanfaatkan *platform* media sosial untuk kampanye sosial.

Kampanye sosial ini adalah sebuah gerakan yang memberikan *awareness* tentang isu-isu yang saat ini sering terdengar di kalangan masyarakat, beberapa diantaranya adalah isu *mental health* dan *revenge porn*. Kampanye ini dilakukan dalam berkelompok yang tiap kelompok berisi 4-6 mahasiswa.

Kelompok yang membahas tentang isu *mental health* adalah HOPE (*Holding Onto Positive Emotions*). Ghea Sonja, perwakilan dari HOPE, menjelaskan bahwa tujuan utama dari kampanye HOPE adalah untuk mengedukasi masyarakat mengenai *anxiety disorder*. “*Anxiety*

disorder adalah gangguan rasa kecemasan yang berlebihan. Kami ingin mengedukasi mengenai pengertian, penyebab, dan cara menghadapi saat ada orang yang memiliki *anxiety*.”, ujar Ghea.

Sebelum mengedukasi masyarakat luas, Ghea mengatakan bahwa tim HOPE melakukan wawancara terlebih dahulu terhadap dua pihak psikiater dan konselor kesehatan, sehingga materi dan data yang didapat berdasarkan dari pihak profesional yang biasa menangani *mental health*. “HOPE ingin mendorong masyarakat untuk berpegang pada emosi positif dan optimisme sebagai kekuatan untuk menjalankan kehidupan.”, ucap Ghea. HOPE sendiri memiliki target yang disasar, yaitu usia dewasa awal (19-25 tahun).

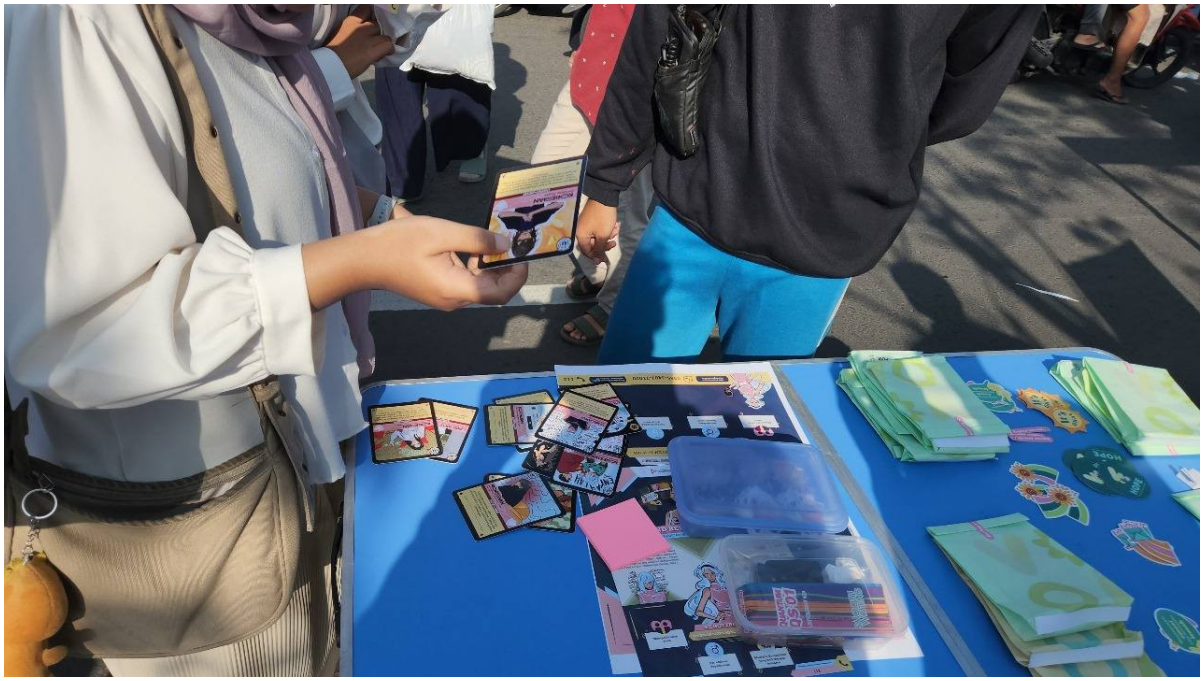
Terdapat beberapa media yang digunakan sebagai sarana edukasi bagi masyarakat, yaitu boneka beruang ‘Huggy’, *package* berisi kartu ucapan dengan kata-kata positif, *QR code* ‘CeMas’ (cerita masyarakat), edukasi offline dan online. Ghea mengungkapkan bahwa saat kampanye sosial offline, masyarakat tertarik untuk memeluk ‘Huggy’. “Kami menyediakan boneka beruang tersebut agar masyarakat bisa memeluknya untuk merasa lebih tenang, karena pelukan dapat menimbulkan rasa nyaman.”, kata Ghea. Sedangkan untuk QR *code* ‘CeMas’ yang terdapat di kartu ucapan bisa di-*scan* dan masyarakat bisa menceritakan uneg-uneg yang selama ini

disimpan secara anonim.

Selain HOPE, terdapat kelompok Bestari. Bestari yang memiliki kepanjangan Berilmu dengan Semangat Mentari tersebut mengedukasi masyarakat mengenai *revenge porn*. Perwakilan dari Bestari, Hazim Nur Malih menjelaskan bahwa ia bersama tim melihat banyak sekali kasus-kasus *revenge porn* dalam media sosial, khususnya di X. “Ada banyak korban yang takut atau bingung untuk melaporkan karena adanya ancaman dari pelaku.”, ungkap Hazim.

Menurut Hazim, *revenge porn* adalah sebuah tindakan yang menyebarkan gambar atau video eksplisit seseorang yang diunggah ke internet karena dendam dengan sang korban. “Motifnya biasanya karena cemburu atau tidak terima saat korban memutuskan hubungan dengan pelaku. Hal itu dilakukan agar bisa memanipulasi korban supaya korban ‘jera’.”, ucap Hazim.

Media yang digunakan Bestari untuk edukasi adalah brosur, poster, filter Instagram, dan yang utama adalah *card game*. *Card game* ini terdiri dari delapan kartu yang berisi narasi mengenai *revenge porn*, seperti tanda *revenge porn* dan tindakan yang perlu dilakukan saat menjadi korban. Masyarakat yang bermain kartu ini harus mencocokkan kartu ofensif dan kartu defensif untuk memenangkan permainan tersebut.



Kegiatan kampanye sosial yang dilakukan oleh para mahasiswa ini adalah *project* dari mata kuliah kampanye sosial yang ada di program studi DKV Universitas Dinamika. “Gerakan ini ditujukan untuk masyarakat luas agar bisa lebih *aware* dengan isu-isu yang ada dengan memperhatikan unsur-unsur desain komunikasi visual.”, ujar Dhika Yuan Yurisma, dosen pengampu mata kuliah kampanye sosial.

“Semoga dengan dilaksanakannya kampanye sosial ini bisa meningkatkan kreativitas mahasiswa untuk bisa membuat karya-karya yang secara desain dan visual menarik serta pesannya dapat tersampaikan dengan baik.”, pungkas Dhika. (**tta**)