https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v10i3
P-ISSN : 2654-5721
E-ISSN : 2654-7546

Kampanye Digital Kesadaran Kesehatan Mental Melalui Media Sosial Bagi Remaja Di Jakarta

Christina Arsi Lestari[1], Sandy Permata[2], Yuliawati [3], Wulansari Budiastuti[4]

Universitas Mercu Buana[1,2,3,4]
Email: christina.arsi@mercubuana.ac.id [1], sandy.permata@mercubuana.ac.id [2]

ABSTRAK

Masa transisi dari Sekolah Menengah Pertama (SMP) ke Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan tahap penting dalam pertumbuhan belajar dan aspek psikososial remaja. Siswa yang baru masuk ke SMK menghadapi berbagai kesulitan, seperti memperkenalkan diri ke lingkungan belajar yang berbeda, menyesuaikan diri dengan tuntutan belajar yang lebih tinggi, serta menghadapi perubahan dalam cara berinteraksi dengan teman dan guru. Ditambah kondisi saat ini yang membuat siswa terpapar media baru hasil digitalisasi. SMKN di Jakarta Utara sebagai lembaga pendidikan di wilayah DKI Jakarta menghadapi tantangan yang sama seperti yang lain. Kegiatan Pengabdian ini menggunakan metode pelatihan dengan teknik diskusi, ceramah, demonstrasi konten media sosial yang diselingi dengan games. Sehingga tidak menjemukan bagi peserta, dan mereka dapat berkreasi menciptakan karya digital sebagai bentuk memanfaatkan teknologi media digital. Hasil kegiatan memberikan edukasi kepada siswa tentang kampanye melalui media sosial untuk Kesehatan mental untuk mencoba memproduksi konten Kampanye Digital Kesehatan Mental khususnya pada bidang pariwisata

Kata kunci : Kampanye Digital, Kesehatan Mental, Media Sosial, Remaja

ABSTRACT

The transition from junior high school (SMP) to vocational high school (SMK) represents a critical phase in an adolescent's educational development and psychosocial growth. Students entering vocational high school encounter various challenges, such as adapting to a new learning environment, meeting higher academic demands, and navigating shifts in how they interact with peers and teachers. Furthermore, the current landscape exposes students to new forms of media resulting from digitalization. Vocational high schools (SMKN) in North Jakarta, as educational institutions within the Special Capital Region of Jakarta, face these same challenges. This community service initiative employed a training approach incorporating discussions, lectures, and demonstrations of social media content, interspersed with games to keep the participants engaged. This ensured the sessions remained dynamic, allowing students to explore their creativity by producing digital content—a practical application of digital media technology. The program educated students on conducting social media campaigns focused on mental health, guiding them to create digital content centered on mental health awareness, with a specific emphasis on the tourism sector.

Keywords: ***Digital Campaigns, Mental Health, Social Media, Adolescents***

P-ISSN : 2654-5721
E-ISSN : 2654-7546 https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v10i3

1. PENDAHULUAN

Kampanye digital adalah cara menyampaikan pesan atau ide melalui media maya dengan tujuan mengubah pandangan publik dalam jangka waktu tertentu. Dalam era digital saat ini, kampanye digital dianggap lebih efektif dan efisien dibandingkan metode konvensional karena memiliki cakupan yang luas, cepat, dan mampu mencapai banyak orang tanpa dibatasi oleh lokasi tertentu. Fenomena kampanye digital menarik perhatian khalayak karena mudah diakses (Ramadhan & Triwardhani, 2021). Kemampuan menggali pesan yang menarik, memanfaatkan visual yang kuat, serta memilih saluran yang tepat dalam menyebarkan konten adalah kunci keberhasilan kampanye digital.

Kesejahteraan mental membuat seseorang lebih bersemangat bekerja, bisa mengambil keputusan yang tepat, serta mampu menjalin komunikasi dan hubungan yang baik. Dengan demikian, peserta didik dapat terhindar dari berbagai gangguan mental dan tumbuh lebih optimal. Kesehatan mental adalah bagian penting yang membantu menjaga kesejahteraan seseorang secara keseluruhan. Kesehatan mental tidak hanya tentang tidak ada masalah psikologis, tetapi juga tentang menjaga keadaan emosional yang seimbang, kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan, serta memiliki ketenangan batin yang stabil (Pertiwi & Sihotang, 2023).

Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, atau YouTube, pelaku kampanye bisa berkomunikasi dua arah, membangun komunitas digital, serta memengaruhi perilaku audiens dengan cara naratif, emosional, dan informatif (Revolusi, 2024). Selain itu, kampanye digital bisa dinilai efektivitasnya menggunakan fitur analitik dan insight media sosial, sehingga strategi bisa disesuaikan secara terus menerus selama proses berlangsung (Dwi, Zulfiqar, & Zubaidah, 2024).
Hasil penelitian Anggraeni (2024) tentang kesehatan dan kesejahteraan remaja selama masa remaja dan dewasa bergantung pada mencegah masalah, mengembangkan kemampuan belajar sosial dan emosional, serta memastikan akses ke layanan kesehatan mental. Dampak negatif pada kesehatan mental remaja semakin bertambah karena mereka menghadapi lebih banyak faktor yang berpotensi menyebabkan masalah. Kesulitan, tekanan dari teman sebaya, serta pencarian identitas diri bisa menjadi penyebab stres yang sering dialami saat masa remaja (Odja, Bataona, & Welin, 2025).

Masa transisi dari Sekolah Menengah Pertama (SMP) ke Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan tahap penting dalam pertumbuhan belajar dan aspek psikososial remaja. Siswa yang baru masuk ke SMK menghadapi berbagai kesulitan, seperti memperkenalkan diri ke lingkungan belajar yang berbeda, menyesuaikan diri dengan tuntutan belajar yang lebih tinggi, serta menghadapi perubahan dalam cara berinteraksi dengan teman dan guru. Kondisi ini bisa membuat siswa merasa sangat stres, yang bisa memengaruhi negatif kesehatan mental mereka, prestasi belajar, serta kualitas hidup secara umum. Stres yang dialami oleh remaja, terutama siswa baru di SMK, telah menjadi perhatian utama dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian menunjukkan bahwa stres yang berlebihan bisa menyebabkan berbagai masalah kesehatan mental, seperti kecemasan dan depresi. Di Indonesia, lebih dari 60% siswa baru di SMK mengalami stres sedang hingga tinggi selama tahun pertama mereka di sekolah (Aulia, Hamidi, & Syafriani).

Masyarakat kini semakin sadar akan pentingnya kesehatan mental, sehingga membicarakan overthinking menjadi semakin penting. Remaja kini lebih banyak terpapar informasi dan harapan yang terlalu tinggi di era internet sekarang, di mana media sosial sering kali menciptakan tekanan tidak langsung agar tampil sempurna. Supini et al (2024) menambahkan bahwa penelitian yang dilakukan UNICEF Indonesia tahun 2021 menyatakan bahwa lebih dari 1 dari 3 remaja, yaitu sekitar 37%, merasa stres karena membandingkan diri sendiri dengan orang lain di media sosial. Ini berdampak besar terhadap kebiasaan berpikir berlebihan (Odja, Bataona, & Welin, 2025).

SMKN di Jakarta Utara sebagai lembaga

pendidikan di wilayah DKI Jakarta menghadapi tantangan yang sama seperti yang lain. Siswa-siswi di daerah ini juga terpengaruh oleh media sosial dan berbagai dinamika psikososial yang bisa berdampak pada kesehatan mental mereka. Menurut pemikiran Indrasari dan Miftahuddin (2022), kesehatan mental telah menjadi salah satu isu kesehatan masyarakat yang sangat penting dan mendesak di berbagai negara di dunia. Tantangan ini membutuhkan pendekatan yang terpadu dan menyeluruh untuk mengatasi masalah penyakit mental. sekaligus mendorong kesejahteraan mental di berbagai kalangan masyarakat (Odja, Bataona, & Welin, 2025). Oleh karena itu, pelaksanaan kampanye digital di SMKN wilayah Jakarta Utara tidak hanya sesuai, tetapi juga sangat penting dalam mengatasi masalah kesehatan mental remaja di masa kini yang serba digital. Pendekatan ini sesuai dengan visi pendidikan yang menyeluruh dan ramah semua kalangan.

Berdasarkan uraian diatas tergambarkan bahwa kecanduan akan teknologi komunikasi digital dapat menimbulkan efek pada Kesehatan baik secara fisik maupun mental. Kemudahan akses ke segala hal yang diinginkan dengan menggunakan ponsel dan internet, menimbulkan kecenderungan ketergantungan pada smartphone semakin hari semakin tinggi. Ketergantungan tersebut pada akhirnya menjadikan pola hubungan sosial di masyarakat modern pun menjadi berubah (Davis, 2012). Tentunya hal ini sudah sangat menyimpang dari fungsi teknologi komunikasi yang seharusnya memberikan kebermanfaatan.

Menurut Riskesdas (2018), salah satu kelompok yang rentan mengalami masalah kesehatan mental adalah remaja. Remaja berada dalam masa mencari identitas diri dan sering kali mengalami perasaan serta pengalaman yang perlu mereka diskusikan. Di seluruh dunia, satu dari tujuh anak yang berusia 10 hingga 19 tahun mengalami gangguan kesehatan mental, dengan persentase sebesar 14%. Angka ini terus meningkat setiap tahunnya, baik secara global maupun di dalam negeri (WHO, 2021). Di Indonesia, sekitar 9,8% remaja yang berusia 15 tahun ke atas mengalami Gangguan Mental Emosional (GME), yang setara dengan lebih dari 19 juta orang. GME menurut Riskesdas adalah adanya gejala depresi dan juga gejala cemas. Data prevalensi depresi pada remaja berusia 15 tahun ke atas adalah 6,1%, yang setara dengan sekitar 12 juta orang (Winokan, Rahman, & Kolibu, 2025).

2. PERMASALAHAN

Analisis situasi yang dijelaskan pada pendahuluan, dapat dilihat bahwa solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, adalah dengan melahirkan generasi muda yang mampu menerapkan budaya literasi media siber khususnya dalam hal kampanye Kesehatan metal. Melalui metode penyuluhan dengan mempertontonkan video atau konten media sosial yang menggambarkan dampak dari kecanduan akan teknologi komunikasi yang menimbulkan efek Kesehatan mental. Diharapkan peserta mampu menciptakan suasana berinteraksi sosial sesuai dengan kondisi dan situasi yang dihadapi. Sehingga kegiatan ini dapat melihat langsung kemampuan peserta dalam mengaplikasikan penerapan penggunaan media sosial untuk kampanye Kesehatan mental.

Kebermanfaatan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini mampu menciptakan generasi muda yang menerapkan prinsip komunikasi Kesehatan, khususnya Kesehatan mental yang dapat dikampanyekan secara positif di media sosial. Sehingga teknologi media yang dikonsumsi tidak menciptakan kecanduan dan perilaku yang mengganggu Kesehatan mental. Sedangkan mereka bisa lebih produktif dalam menggunakan media sosial seperti untuk memproduksi konten kampanye Kesehatan mental, diharapkan remaja di Jakarta Utara mampu melakukan tahapan literasi media sampai mampu menyampaikan pesan kampanye Kesehatan di media sosial mereka. Untuk itu masalah yang diangkat dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Bagaimana Penerapan Kampanye Digital Kesehatan Mental Melalui Media Sosial Bagi Remaja Di Jakarta Utara?

P-ISSN : 2654-5721
E-ISSN : 2654-7546 https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v10i3

3. METODOLOGI

Mitra dalam kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini adalah Suku Dinas Pendidikan Wilayah II Jakarta Utara yang tergolong ke dalam mitra tidak produktif, terkhusus pada bidang Pendidikan. Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini mengajarkan para siswa/i SMKN di Jakarta Utara dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi media digital dalam pembuatan konten kampanye Kesehatan mental. Teknologi Media Digital tidak lagi menjadikan mereka sebagai konsumen penikmat konten saja yang kecanduan akan gadget, tetapi juga bisa menjadi produsen yang membuat suatu karya kreatif yang bermutu. Untuk itu pada kegiatan ini akan memberikan pemaparan mengenai positif dan negatifnya keberadaan media sosial bagi Kesehatan fisik maupun mental.

Kegiatan Pengabdian ini menggunakan metode sebagai berikut:

a. Pelatihan dengan teknik diskusi, ceramah.
b. Demonstrasi konten media sosial yang diselingi dengan games. Sehingga tidak menjemukan bagi peserta, dan mereka dapat berkreasi menciptakan karya digital sebagai bentuk memanfaatkan teknologi media digital. Peserta juga diharapkan mampu untuk ikut serta memberikan persuasi positif bagi masyarakat disekitarnya.
c. Partisipasi mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah menyiapkan peserta kegiatan, yang merupakan siswa/i dari SMKN di Jakarta Utara. Mitra juga menyiapkan tempat untuk acara kegiatan.di masa selanjutnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan/Perencanaan

Kegiatan literasi media ini dilakukan pada, hari Selasa tanggal 23 April 2026 dari jam 08.00 s/d 12.00 wib, secara luring atau tatap muka langsung. Peserta berasal dari SMKN 33 Jakarta Utara.

Acara diawali dengan pengenalan tentang Kampanye Digital yang baik dan benar. kemudian mengacu kepada pentingnya Kesehatan mental dalam profesi Pariwisata.



Gambar 4.1 Diskusi Pentingnya Kesehatan Mental dalam Profesi Pariwisata

Implementasi Kegiatan

Edukasi yang dilakukan memperkenalkan konsep Kampanye Digital Kesehatan Mental, agar para remaja calon pekerja/pengusaha di bidang Pariwisata mampu memanfaatkan media sosial dengan lebih bermanfaat.



Gambar 4.2 Diskusi Tantangan Kesehatan Mental dalam Bidang Hospitality

Para peserta diberikan gambaran akan tantangan di bidang *Hospitality* yang membutuhkan kesabaran ekstra dalam menghadapi tamu yang ingin diberikan pelayanan spesial untuk memberikan kebahagian atau hiburan. Tips dan trik untuk menghadapi tamu atau *customer* sangat cocok sebagai bagian dari kampanye digital yang dapat mendukung mengenai Kesehatan Mental di bidang *Hospitality*.

https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v10i3
P-ISSN : 2654-5721
E-ISSN : 2654-7546



Gambar 4.3 Diskusi Mengenai Isi Konten Kampanye Digital dalam Bidang Hospitality

Hal ini membuka kesadaran masing-masing peserta bahwa dirinya telah terjun dalam profesi Pariwisata, dengan tuntutan keramahan (Senyum, Salam, Sapa) kepada customer-nya. Maka dengan kesadaran tersebut diharapkan para peserta mampu menjaga dan merawat Kesehatan Mental dirinya sendiri, agar mampu menjalankan profesionalisme dalam pekerjaan mereka.

Diskusi dilanjutkan dengan sharing mengenai pandangan para peserta akan pengalaman mereka dalam menjaga emosi saat menghadapi *customer* yang komplain. Banyak dari mereka yang masih terbawa emosi juga saat disimulisaikan untuk menghadapi *costomer* yang sedang komplain. Bahkan sampai memasukan ke hati mereka yang membuat mereka *overthinking* berhari-hari akan satu buah komplain. Padahal ada yang harus mereka sadari bahwa kemarahan dan kekecewaan *customer* atau tamu biasanya ditujukan pada situasi dan masalah yang terjadi, bukan ditujukan kepada personal para pekerja di bidang *hospitality* tersebut.



Gambar 4.4 Peserta Sharing Pengalaman dalam Menjaga Kesehatan Mental saat Menghadapi *Customer Complain*

Hal kecil seperti inilah yang harusnya digaungkan dalam konten untuk dikampanyekan sehingga mampu mendukung kesehatan mental khususnya dalam dunia Pariwisata. Di mana tujuan berwisata harusnya semuanya senang, baik para pekerja di bidang tersebut maupun para tamu yang berwisata.

Hasil Kegiatan

Pemetaan Sosial

a. Pada sesi ceramah dibuka kesempatan berdiskusi, di mana melihat pemahaman peserta mengenai Kampenye Digital Kesehatan Mental Melalui Media Sosial. Banyak dari siswa/i peserta sudah memahami mengenai bentuk kampanye digital, namun masih minim kesadaran untuk menggunakan media sosial sebagai media kampanye digital dalam ranah Kesehatan Mental pada profesi Pariwisata.

b. Sesi ceramah dan diskusi berjalan sangat kondusif, para peserta dengan antusias mengikuti sesi pelatihan Kampenye Digital Kesehatan Mental Melalui Media Sosial. Saat penjabaran tips and tricks, para peserta memperhatikan dan menanggapi dengan memberikan contoh dari setiap item tips and tricks yang dibahas dengan seksama.



Gambar 4.5 Para Peserta Antusias Mencari Contoh Konten Kampanye Digital Kesehatan Mental di Media Sosial

c. Pada sesi sharing peserta menjabarkan pengalaman mereka dengan menjawab pertanyaan yang diberikan dalam menerapkan pandangan para peserta akan pengalaman mereka dalam menjaga emosi saat menghadapi Customer yang komplain.Hasil diskusi menunjukan bahwa peserta masih rentan tersulut emosi saat dihadapkan pada situasi krisis seperti

customer complain. Kecenderungan untuk kehilangan senyuman di wajah, berbicara dengan nada tinggi juga, hal ini-lah yang menghambat sikap profesionalisme mereka saat menghadapi komplain dari customer.

d. Dari hasil diskusi tersebut menunjukan tingkat kesadaran yang rendah untuk menjaga Kesehatan Mental para peserta. Hal ini cukup mengkhawatirkan sebab para peserta merupakan generasi muda yang berkecimpung dalam dunia Pariwisata yang dituntut menghibur dan memberi refreshing pada customer-nya. Kegiatan Pangabdian Masyarakat ini masih tahap awal untuk membuka pemikiran dan kesadaran siswi SMKN 33 Jakarta Utara akan pentingnya memupuk Kesehatan Mental diri sendiri terlebih dahulu, sehingga dapat melayani customer dengan keramahan dalam situasi dan kondisi apapun. Untuk itu pengarahan penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye digital yang mensosialisasikan pentingnya Kesehatan Mental dalam profesi Hospitality menjadi trik awal yang menarik agar peserta tergerak mempromosikan lebih banyak tips and tricks dalam konten Kampanye Digital Kesehatan Mental.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang berupa Kampenye Digital Kesehatan Mental Melalui Media Sosial bagi siswa/i SMKN 33 Jakarta Utara, sangatlah dibutuhkan. Hal tersebut didasarkan pada peran serta siswa/i SMKN 33 sebagai generasi muda yang bergelut dalam profesi Pariwisata. Profesionalisme pekerja Pariwisata akan selalu menerima tuntutan keramahan (Senyum, Salam, Sapa) sehingga kesadaran akan Kesehatan Mental dalam diri para peserta harus dipupuk sejak dini. Melalui pendekatan literasi media, dapat memperdalam kemampuan para siswa/I SMKN 33 Jakarta Utara dalam hal softskill sehingga mampu menempatkan diri dalam menggunakan teknologi khususnya media sosial. Media sosial yang dekat dengan generasi Z dapat dimanfaatkan untuk mensosialisasikan Kesehatan Mental dengan konten kampanye digital.

Siswa/i SMKN 33 Jakarta Utara merupakan cikal bakal dari bibit generasi muda yang berkualitas. Tumbuh kembang generasi muda perlu dipersiapkan dengan mental yang sehat. Siswa/i sekolah yang terterpa dengan banyak rangsangan dari daya tarik dunia siber harus diarahkan untuk membuat kreativitas dan inovasi dibidang literasi penggunaan gadget. Menumbuhkan keterampilan Kampanye Digital Kesehatan Mental bagi siswa/i SMK dapat memancing tingkat kreativitas positif sehingga mereka akan terbiasa memanfaatkan teknologi bukan sekedar kecanduan akan teknologi. Kesadaran akan Kesehatan Mental diri sendiri melebihi kepentingan orang lainnya itu penting untuk diutamakan. Apalagi bagi profesi Pariwisata yang notabene harus menjadi garda terdepan dalam melayani customer-nya untuk terhibur dan merasakan healing. Jangan sampai pekerja hospitality malah terjebak dalam mental yang tidak sehat karena tuntutan tersebut.

Maka melalui kegiatan Kampanye Digital Kesehatan Mental ini membuka cakrawala pengetahuan para siswa/i SMKN 33 Jakarta Utara untuk membantu sosialisasi mengenai efek kampanye digital Kesehatan mental yang harus ditingkatkan terus menerus. Hasilnya cukup mengkhawatirkan, karena para siswa/i SMKN 33 Jakarta Utara yang menjadi peserta, masih belum terbentuk kesadaran akan Kesehatan Mental diri mereka sendiri, sehingga mereka terkesan terpaksa untuk menjalankan tuntutan “keramahan” dalam menghadapi *customer*.

DAFTAR PUSTAKA

Aulia, F., Hamidi, M. N., & Syafriani. (n.d.). Hubungan Antara Tingkat Aktivitas Fisik dengan Tingkat Stres Siswa Kelas X . *1*(3).

Davis, S. J. (2012). *Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future.* USA: Wadsworth, Boston.

Dwi, A., Zulfiqar, A. S., & Zubaidah, S. (2024). Pemanfaatan Media Sosial untuk Kampanye Sosial dan Keterlibatan Masyarakat: Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Palembang. *Prosiding: Resiliensi Indonesia dalam Pusaran Disrupsi Global.* Palembang: IAPA | Universitas Sriwijaya . doi:https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1058

Odja, N. H., Bataona, M. R., & Welin, E. D. (2025). IMPLEMENTASI KAMPANYE DIGITAL DALAM MENINGKATKAN

KESADARAN TENTANG MENTAL HEALTH PADA SISWA SISWI SMPN 3 NUBATUKAN SATAP PAUBOKOL. *8*(4). doi:http://dx.doi.org/10.29303/jppm.v8i4.9766

Pertiwi, A. E., & Sihotang, H. (2023). UPAYA SEKOLAH MENINGKATKAN KESEHATAN MENTAL PESERTA DIDIK DI ERA DIGITAL. *21*(2), 180-195. doi:10.25170/psikoedukasi.v21i2.4946

Ramadhan, G. A., & Triwardhani, I. J. (2021). Hubungan Antara Digital Kampanye# Localpride dengan Keputusan Pembelian. *7*, pp. 225-229. Bandung: Prosiding Manajemen Komunikasi. doi:http://dx.doi.org/10.29313/.v7i1.26648

Revolusi, P. R. (2024). PERSEPSI PUBLIK DAN MEDIA SOSIAL DALAM KAMPANYE DIGITAL PILPRES 2024. *5*(1), 32-44.

Winokan, S. R., Rahman, A., & Kolibu, F. K. (2025). HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN KESEHATAN MENTAL PESERTA DIDIK DI SMK NEGERI 1 SONDER. *6*(3).