

## ABSTRAK

Permasalahan kejiwaan remaja bukan sekadar stres atau kesedihan biasa. Sebaliknya, ini serius dan bisa memengaruhi perilaku, emosi, dan pikiran mereka. Perhatian serius dari orangtua diperlukan karena bisa berkembang menjadi depresi yang lebih dalam jika tidak diatasi. Dampak buruk dari permasalahan kejiwaan ini sangat besar pengaruhnya, oleh sebab itu diperlukan suatu kampanye sosial yang tepat salah satunya dengan mengedukasi melalui sosial media instagram. Kampanye sosial pada dasarnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Penelitian ini bertujuan mengetahui kampanye sosial tentang pencegahan depresi di kalangan remaja. Konsep yang digunakan adalah strategi kampanye sosial yang meliputi analisis situasi dalam perencanaan, menentukan tujuan, pemilihan publik dalam target yang dituju, Menyusun pesan di media sosial, penerapan strategi, merancang dalam menjalankan taktik, menentukan skala waktu, sumber daya yang dibutuhkan, evaluasi yang bersifat internal, serta *review* dalam *layout* desain. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam terhadap beberapa narasumber, yaitu : Yayasan Pulih dan Remaja. Paradigma yang akan diterapkan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivisme dan Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye sosial yang di terapkan Yayasan Pulih tentang pencegahan depresi di kalangan remaja yang berkonsentrasi terhadap media sosial Instagram @yayasanpulih sebelum menentukan strategi kampanye sosialnya, mereka mempunyai tahapan dalam menganalisis terlebih dahulu dalam perencanaan membuat konten di *feed* Instagram yang akan diimplementasikan dengan tujuan informasi yang diberikan terkait pencegahan depresi dapat di pahami oleh para remaja.

Kata kunci : Kampanye sosial, Instagram, Yayasan Pulih, depresi, remaja

## ABSTRACT

Adolescent mental problems are not just ordinary stress or sadness. Instead, they are serious and can affect their behaviour, emotions and thoughts. Serious attention from parents is needed as it can develop into deeper depression if not addressed. The adverse impact of these mental problems is huge, hence the need for an appropriate social campaign, one of which is to educate through social media Instagram. Social campaign is basically a process of individual or group communication activities carried out institutionally and aims to create a certain effect or impact. This research aims to find out the social campaign on the prevention of depression among adolescents. The concept used is a social campaign strategy which includes analysing the situation in planning, determining objectives, selecting the public in the intended target, composing messages on social media, implementing strategies, designing in carrying out tactics, determining time scales, resources needed, internal evaluation, and reviewing in design layout. The approach used in this research is a qualitative approach with a case study method. The data collection technique was carried out by means of in-depth interviews with several sources, namely: Yayasan Pulih and Youth. The paradigm that will be applied in this research is the post-positivism paradigm and the results of the study show that the social campaign strategy implemented by Yayasan Pulih on the prevention of depression among adolescents who concentrate on Instagram social media @yayasanpulih before determining their social campaign strategy, they have stages in analysing in advance in planning to create content on Instagram feeds that will be implemented with the aim that the information provided regarding depression prevention can be understood by teenagers.

Keywords: Social campaign, Instagram, Yayasan Pulih, depression, teenagers