

Abstrak

Strategic planner memiliki tanggung jawab untuk merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi kampanye yang efektif, terutama dalam kampanye yang ditujukan untuk menyelesaikan sebuah permasalahan sosial. Laporan ini memaparkan pelaksanaan *Memaknai Duka*, sebagai kampanye komunikasi yang dikerjakan dalam tim beranggotakan tiga orang bersama Biro Psikologi Intuisi, khususnya dari perspektif *strategic planner*. Kampanye ini diadakan untuk menanggapi kedukaan sebagai isu kesehatan mental yang penting namun jarang diperhatikan oleh masyarakat. Alhasil, kampanye *Memaknai Duka* hadir untuk menemani masyarakat mengenali, memahami, dan menghadapi duka. Implementasi karya ini dilandasi oleh rangkaian metode riset, seperti kajian literatur, observasi media daring, survei, hingga wawancara. Hasil penelitian dari kampanye yang diadakan pada ini menunjukkan bahwa *Memaknai Duka* berhasil melampaui sekian targetnya sekaligus memperoleh tanggapan yang berkesan dari para audiensnya. Kampanye komunikasi ini berhasil berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat di Indonesia terhadap pentingnya isu kedukaan, sekaligus cara menghadapinya secara sehat. Perumusan strategi kampanye yang dilandaskan kepada penelitian, substansi kampanye yang berorientasi terhadap kebutuhan audiens, hingga luaran kampanye yang mencapai target, menjadi sekian wujud partisipasi *strategic planner* dalam keberhasilan kampanye *Memaknai Duka*.

Kata kunci: *strategic planner*, kampanye komunikasi, strategi kampanye, isu kedukaan

Abstract

Strategic planner plays an important role in planning, executing, and evaluating an effective campaign strategy, especially on a campaign that is created to tackle a certain social problem. This report presents the process of “Memaknai Duka”, a communication campaign done by a team of three with Biro Psikologi Intuisi, specifically from the perspective of a strategic planner. This campaign is aimed to address grieving as a mental health issue that is important, but rarely noticed by the public. Therefore “Memaknai Duka” is present to accompany people in recognizing, understanding, and coping with grief. Research was done to support the production of this work, including literature studies, online media observation, surveys, and interviews. Results of this campaign shows that “Memaknai Duka” managed to excel all of its targets while receiving tons of meaningful feedbacks from its audiences at the same time. This communication campaign successfully contributed to increasing public awareness in Indonesia regarding the importance of the issue of grief, as well as how to cope with it in a healthy manner. Research-based campaign strategies, audience-oriented campaign messages, to target-exceeding campaign outputs, become some of the many involvement outcomes of strategic planner in the success of “Memaknai Duka” communication campaign.

Keywords: strategic planner, communication campaign, campaign strategy, grief matters