

ABSTRAK

Kampanye *Memaknai Duka* dilatarbelakangi oleh minimnya eksistensi pembicaraan tentang kedukaan sebagai isu kesehatan mental dan cara menghadapi duka secara sehat dalam diskursus umum. Sebagai respon dari isu tersebut, kampanye komunikasi *Memaknai Duka* diselenggarakan sebagai entitas yang bertujuan untuk membantu audiens dalam mengenali, memahami, dan menghadapi duka. Dalam sebuah kampanye komunikasi, *media planner* memiliki peran penting dalam menyusun rencana media, mengelola media, dan mengevaluasi media pada seluruh tahapan kampanye. *Media planner* dalam kampanye *Memaknai Duka* bertanggung jawab dalam memastikan setiap konten media yang didistribusikan dapat mengomunikasikan pesan mengenai kedukaan sebagai isu kesehatan mental dalam bentuk informasi, edukasi, maupun penghubung akses bantuan psikologis kepada audiens.

Kampanye ini dilaksanakan secara kolaboratif bersama Biro Psikologi Intuisi sebagai mitra kampanye melalui strategi kampanye media sosial dan pelaksanaan webinar. Dalam penyusunan karya, digunakan metode observasi media daring, kajian literatur, serta survei dan wawancara sebagai landasan pelaksanaan kampanye. Hasil pelaksanaan kampanye menunjukkan kampanye komunikasi *Memaknai Duka* mencapai objektif yang ditentukan dan memperoleh respon positif dari audiens. Dengan demikian, kampanye *Memaknai Duka* berhasil mengomunikasikan kedukaan dan berkontribusi dalam peningkatan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap kedukaan sebagai isu kesehatan mental.

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

ABSTRACT

Memaknai Duka campaign is rooted in the lack of conversation surrounding grief as a mental health issue and healthy grieving practices in public discourse. In response to this issue, Memaknai Duka communication campaign is organized as an entity that helps audiences in recognizing, understanding, and navigating grief. Within a communication campaign, media planner plays a crucial role in developing media plans, managing media, and evaluating media across all phases of the campaign. In Memaknai Duka campaign, media planner is responsible for ensuring that every distributed media content effectively communicates messages about grief as a mental health issue in the form of information, education, and facilitating access to professional psychological assistance content for the audience.

This campaign is collaboratively conducted with Biro Psikologi Intuisi as a campaign partner through two strategies, a social media campaign and a webinar. Throughout the conception of this campaign, online media observation, literature reviews, also survey and interview methods were utilized as the groundwork for campaign implementation. The results indicate that Memaknai Duka communication campaign achieved its objectives and received positive responses from the audience. Thus, the Memaknai Duka campaign successfully communicates about grief and contributes to increasing awareness among Indonesian society regarding grief as a mental health issue.

Key words: media planner, media strategy, communication campaign, grief campaign