



EVALUASI PROGRAM KAMPANYE KESEHATAN MENTAL BERBASIS DIGITAL DI KALANGAN MAHASISWA JURUSAN ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS MATARAM

Rahma Talitha*, Efan Yudha Winata, Hema Alini Manihuruk
Universitas Mataram, Indonesia
E-mail: rahmatalitha@staff.unram.ac.id

Abstrak: Kesehatan mental mahasiswa menjadi isu yang semakin penting, terutama dalam menghadapi tekanan akademik dan sosial. Kampanye kesehatan mental berbasis digital di Jurusan Ilmu Pendidikan Universitas Mataram dirancang untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang pentingnya kesehatan mental dan memberikan akses informasi yang lebih mudah. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi efektivitas kampanye ini dalam meningkatkan kesadaran mahasiswa, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat, serta memberikan rekomendasi strategis untuk pengembangan program di masa depan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian campuran (*Mixed Method*) yang menggabungkan survei dan analisis kualitatif. Data dikumpulkan dari 123 mahasiswa yang berpartisipasi dalam kampanye melalui kuisioner dan pertanyaan terbuka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 94,3% mahasiswa menilai materi kampanye bermanfaat, 92,7% tertarik dengan penggunaan hashtag, dan 91% merasa sesi tanya jawab memberikan wawasan baru dalam memahami dan mengelola stres. Faktor pendukung utama adalah relevansi materi dan interaksi langsung dengan pemateri, sedangkan faktor penghambat meliputi desain visual yang masih dapat ditingkatkan dan jangkauan program yang terbatas pada satu fakultas. Rekomendasi strategis meliputi peningkatan kualitas visual media kampanye, keberlanjutan program dengan integrasi ke dalam kebijakan kampus, perluasan jangkauan melalui kolaborasi lintas fakultas, serta penguatan layanan konseling berbasis digital. Dengan evaluasi berbasis TOC, penelitian ini memberikan landasan bagi pengembangan kampanye kesehatan mental yang lebih efektif dan inklusif di lingkungan perguruan tinggi.

Kata-kata Kunci: Kesehatan mental, kampanye digital, Theory of Change, mahasiswa, evaluasi program

EVALUATION OF DIGITAL-BASED MENTAL HEALTH CAMPAIGN PROGRAM AMONG EDUCATION STUDENTS AT MATARAM UNIVERSITY

Abstract: Collage students' mental health has become an increasingly crucial issue, especially in facing academic and social pressures. A digital-based mental health campaign at the Faculty of Education, Mataram University, was designed to improve collage students' awareness of the importance of mental health and provide easier access to information. This study aims to evaluate the effectiveness of the campaign, identify supporting and inhibiting factors, and provide strategic recommendations for future program development. This research employs the Theory of Change (TOC) approach using a Mixed Method that integrates surveys and qualitative analysis. Data were collected from 123 collage students participating in the campaign through questionnaire and open-ended questions. The findings indicate that 94.3% of collage students found the campaign material beneficial, 92.7% were attracted to the use of hashtags, and 91% considered the Q&A session insightful in understanding and managing stress. Key supporting factors include the relevance of the material and direct interaction with facilitators, while challenges include the need for improved visual design and limited program outreach confined to a single faculty. Strategic recommendations involve enhancing visual quality, ensuring program sustainability through campus policy integration, expanding outreach through interfaculty collaboration, and strengthening digital-based counseling services. Using TOC-based evaluation, this study provides a framework for developing more effective and inclusive mental health campaigns in higher education settings.

Keywords: Mental health, digital campaign, Theory of Change, students, program evaluation

Kesehatan mental mahasiswa

PENDAHULUAN

merupakan isu penting yang dapat memengaruhi kualitas akademik, relasi sosial, dan pengembangan diri mereka. Berdasarkan data di Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Mataram, terdapat sejumlah kasus gangguan emosional pada mahasiswa, seperti perubahan mood yang tidak terkendali dan reaksi emosional berlebihan. Penelusuran lebih lanjut menunjukkan bahwa faktor pemicu berasal dari tekanan keluarga dan permasalahan personal. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa stres pada mahasiswa sering dipicu oleh tuntutan akademik yang tinggi, kurangnya waktu istirahat, serta minimnya dukungan sosial (Azwar, 2022). Tekanan akademik, harapan keluarga, dan kemampuan adaptasi terhadap lingkungan belajar turut berkontribusi signifikan terhadap tingkat stres mahasiswa (Yusuf & Yusuf, 2020). Di sisi lain, (Kesyha et al., 2024) menunjukkan bahwa stigma kesehatan mental menjadi penghalang utama bagi mahasiswa untuk mencari bantuan profesional. Sehingga dalam hal ini diperlukan sebuah solusi yang efektif utamanya dalam memberikan edukasi dan meningkatkan kesadaran di kalangan mahasiswa bahwa kesehatan mental itu penting.

Menjawab tantangan tersebut, kampanye kesehatan mental berbasis digital dirancang sebagai upaya meningkatkan kesadaran dan pengetahuan mahasiswa Jurusan Ilmu Pendidikan Universitas Mataram mengenai pentingnya menjaga kesehatan mental. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kampanye kesehatan mental berbasis digital efektif dalam menjangkau audiens yang luas dan mengurangi stigma terhadap kesehatan mental (KPIN, 2015). Program literasi digital di Surabaya telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat, termasuk mahasiswa, terhadap pentingnya menggunakan teknologi dengan bijak untuk mendukung kesehatan mental. Program ini mencakup pelatihan dan diskusi yang dirancang untuk menciptakan

ruang digital yang aman dan sehat (Diskominfo_Jatim, 2023). Selain itu, Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Jawa Timur aktif menyelenggarakan kampanye melalui siaran radio dan media sosial untuk meningkatkan literasi digital dan kesadaran kesehatan mental, terutama di kalangan mahasiswa (PKBI Jawa Timur, 2023). Namun, di wilayah Nusa Tenggara Barat, penelitian serupa belum banyak dilakukan, sehingga belum ada data konkret mengenai keberhasilan program ini dalam konteks lokal.

Kampanye kesehatan mental berbasis digital di kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Pendidikan Universitas Mataram berlangsung selama satu bulan pada November 2024. Konten disebarakan melalui Instagram penulis dan Himpunan Mahasiswa PGSD dan PGPAUD, Facebook Himpunan PGSD, dan situs web program studi PGPAUD. Konten mencakup tanda-tanda gejala stres, dan tips mengelola stres. Serta tantangan untuk mahasiswa yaitu berbagi pengalaman melalui media sosial menggunakan tagar *#MentalHealthAwarenessUNRAM* dan twibbon yang dibuat khusus untuk kampanye. Mereka menulis pengalaman mereka pribadi sebagai refleksi dan memberikan tips kepada pengguna instagram lainnya sebagai tindakan nyata dalam kampanye ini.

Sebagai bagian dari kampanye, sesi konseling daring juga dilakukan melalui Instagram penulis, dengan topik pengelolaan stres yang disampaikan langsung oleh penulis. Antusiasme mahasiswa yang terlibat cukup tinggi, dengan partisipasi 123 orang, namun efektivitas program ini belum sepenuhnya dievaluasi, terutama terkait sejauh mana program ini secara efektif meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap kesehatan mental. Evaluasi awal telah dilakukan melalui umpan balik menggunakan *Google Forms*, namun diperlukan analisis mendalam untuk mengidentifikasi faktor pendukung, penghambat dan keberhasilan program. Sehingga untuk mengevaluasi program ini,

penelitian menggunakan kerangka *Theory of Change (ToC)*, yang memungkinkan pemetaan hubungan sebab-akibat antara aktivitas program dan perubahan yang diinginkan.

Menurut (Weiss, 1972), *Theory of Change* membantu mengidentifikasi jalur logis yang menghubungkan *input*, *output*, *outcome*, dan *impact* dari sebuah program. Patton (2008) menekankan bahwa evaluasi berbasis *Theory of Change* memastikan program dirancang sesuai kebutuhan audiens, dengan pendekatan yang terukur dan efektif (Newby, T. J., 2010). Panduan dari *Center for Theory of Change (2022)* juga merekomendasikan penggunaan indikator keberhasilan yang jelas untuk memantau dampak program secara bertahap. Penelitian serupa yang menggunakan *Theory of Change* menunjukkan hasil positif. Misalnya, (Sabina et al., 2021) menggunakan *Theory of Change* untuk mengevaluasi program pencegahan bunuh diri berbasis digital di India, yang berhasil meningkatkan pengetahuan remaja tentang tanda-tanda depresi serta mendorong mereka mencari bantuan profesional. Studi lain oleh (Harper & Snowden, 2020) di Universitas Inggris menemukan bahwa pendekatan *Theory of Change* efektif dalam mengurangi stigma kesehatan mental dan meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam program dukungan psikologis.

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi sejauh mana kampanye kesehatan mental berbasis digital di Universitas Mataram secara efektif berhasil meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya kesehatan mental, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat keberhasilan program, serta memberikan rekomendasi strategis untuk pengembangan program di masa depan. Dengan menggunakan pendekatan *Theory of Change*, penelitian ini juga bertujuan menemukan solusi untuk mengatasi keterbatasan layanan konseling di kampus, sekaligus memberikan panduan bagi institusi pendidikan dalam merancang kampanye kesehatan mental berbasis digital yang lebih

efektif (Johns & Mewhort, 2009).

Manfaat penelitian ini mencakup kontribusi teoritis terhadap pengembangan strategi kampanye kesehatan mental serta manfaat praktis berupa rekomendasi yang dapat digunakan Universitas Mataram dan institusi pendidikan lainnya. Dengan mengintegrasikan pendekatan digital, budaya lokal, dan kerangka *Theory of Change*, penelitian ini diharapkan mampu mengisi kesenjangan dalam strategi kampanye kesehatan mental yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa di Universitas Mataram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Theory of Change (TOC)* dengan metode penelitian campuran (*Mix Method*) untuk mengevaluasi efektivitas kampanye kesehatan mental berbasis digital. Pendekatan ini memungkinkan pengumpulan data kuantitatif untuk mengukur hasil spesifik dan dampak program, serta data kualitatif untuk memahami pengalaman dan persepsi mahasiswa secara mendalam. *Theory of Change* digunakan untuk memetakan hubungan logis antara *input*, *output*, *outcome*, dan *impact* dari suatu program (Vogel, 2012). Sementara itu, metode campuran dipilih karena mampu memberikan analisis komprehensif melalui integrasi data kuantitatif dan kualitatif, sehingga memperkuat validitas hasil penelitian (Creswell & Plano Clark, 2011).

Kampanye kesehatan mental berbasis digital ini dilaksanakan secara daring selama 1 bulan penuh pada bulan November 2024. Dalam prosedur penelitian ini, data bersumber dari responden yang berjumlah 123 mahasiswa dari Jurusan Ilmu Pendidikan Universitas Mataram (PGSD dan PGPAUD). Data primer berupa hasil pengisian dari kuisioner dan jawaban dari pertanyaan terbuka.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa survei, menggunakan kuisioner skala likert untuk mendapatkan

data terstruktur tentang manfaat, relevansi, dan kepuasan responden terhadap kegiatan. Berikutnya melalui pertanyaan terbuka untuk menyediakan ruang bagi responden untuk menyampaikan pendapat dan rekomendasi mereka terkait hal yang perlu dipertahankan, diperbaiki, dan diharapkan dari program.

Pendekatan *Theory of Change (TOC)* diterapkan untuk teknik analisis data pada penelitian ini untuk mengevaluasi hubungan logis antara *input*, *output*, *outcome*, dan *impact* suatu program. Berikut adalah langkah-langkah analisis data menggunakan *Theory of Change* yang dilakukan:

1. Pemetaan Logika Program

Komponen utama program, seperti *input* (sumber daya dan kegiatan), *output* (hasil langsung), *outcome* (hasil jangka pendek dan menengah), dan *impact* (hasil jangka panjang), diidentifikasi.

2. Analisis Kuantitatif

Data survei kuantitatif dianalisis untuk mengukur hasil spesifik dan indikator keberhasilan program, seperti tingkat partisipasi, manfaat, atau kepuasan. Lalu penghitungan persentase distribusi data dilakukan untuk mengevaluasi capaian output dan outcome.

3. Analisis Kualitatif

Jawaban dari pertanyaan terbuka dianalisis untuk memahami pengalaman, persepsi, dan rekomendasi partisipan. Berikutnya metode analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola atau tema utama dari data kualitatif.

4. Pemantauan Rantai Hasil (*Outcome Mapping*)

Hubungan antara *input*, *output*, dan *outcome* dievaluasi untuk memastikan bahwa rantai hasil berjalan sesuai rencana. Selanjutnya gap atau hambatan yang menghalangi tercapainya dampak jangka panjang diidentifikasi.

5. Penarikan Kesimpulan dan Rekomendasi

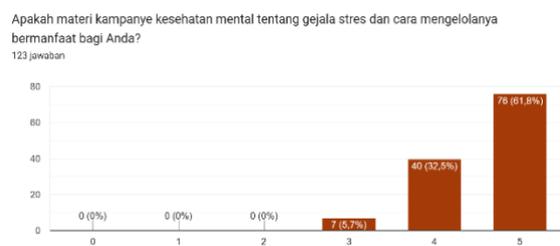
Hasil analisis kuantitatif dan kualitatif digabungkan untuk memberikan evaluasi komprehensif. Terakhir, rekomendasi

perbaikan dan strategi keberlanjutan program disusun berdasarkan hasil analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berikut ini adalah hasil pengolahan data kuantitatif yang berasal dari jawaban mahasiswa dalam bentuk presentase jawaban peraitem dari skala 1 – 5, sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Aitem pertanyaan berjumlah 14 dengan total jawaban adalah 123 per aitem.



Gambar 1. Jawaban pertanyaan kesatu

Berdasarkan jawaban 123 responden, sebanyak 116 orang atau 94.3% setuju konten materi dalam kampanye kesehatan mental memberikan manfaat bagi diri mereka.

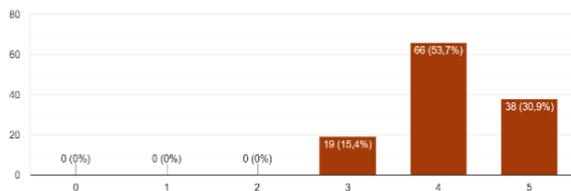


Gambar 2. Jawaban pertanyaan kedua

Berdasarkan jawaban 123 responden, sebanyak 116 orang atau 94.4% setuju materi mengenai mengenali gejala stres, dan tips dalam mengelola stres di kalangan mahasiswa relevan dengan kebutuhan mereka.

Apakah infografis yang disediakan menarik secara visual?

123 jawaban

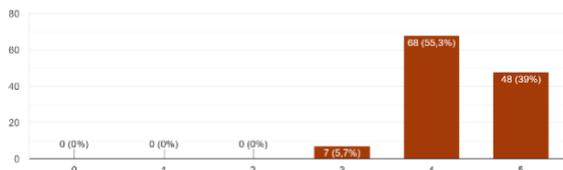


Gambar 3. Jawaban pertanyaan ketiga

Berdasarkan jawaban 123 responden, sebanyak 104 orang atau 84.6% setuju bahwa infografis yang disajikan menarik perhatian mereka.

Apakah infografis memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami?

123 jawaban

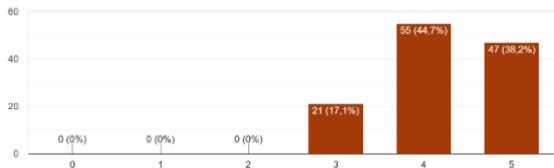


Gambar 4. Jawaban pertanyaan keempat

Berdasarkan jawaban 123 responden, sebanyak 116 orang atau 94.3% setuju bahwa informasi yang terdapat di infografis, jelas dan mudah untuk dipahami oleh mereka.

Apakah tantangan membuat konten sharing dan tips menarik untuk diikuti?

123 jawaban

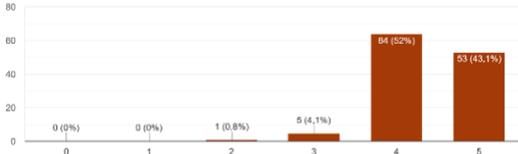


Gambar 5. Jawaban pertanyaan kelima

Berdasarkan jawaban 123 responden, sebanyak 102 orang atau 94.4% setuju kegiatan membuat konten kesehatan mental di media sosial instagram menarik untuk diikuti.

Apakah hashtag #MentalHealthAwarenessUNRAM yang digunakan relevan dengan kampanye?

123 jawaban

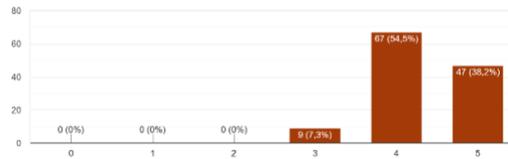


Gambar 6. Jawaban pertanyaan keenam

Berdasarkan jawaban 123 responden, sebanyak 117 orang atau 95.1% setuju penggunaan hastag relevan dalam kampanye kesehatan mental berbasis digital di Instagram.

Apakah hashtag yang digunakan menarik perhatian Anda untuk berpartisipasi?

123 jawaban

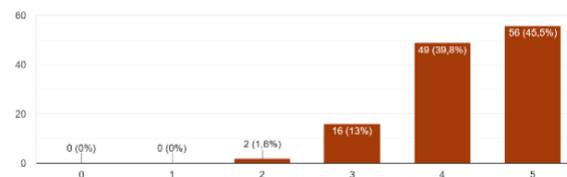


Gambar 7. Jawaban pertanyaan ketujuh

Berdasarkan jawaban 123 responden, sebanyak 114 orang atau 92.7% setuju hastag kampanye kesehatan mental menarik perhatian mereka untuk turut berpartisipasi.

Apakah desain twibbon menarik secara visual?

123 jawaban

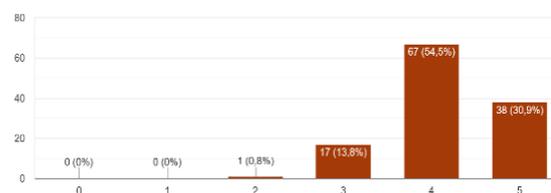


Gambar 8. Jawaban pertanyaan kedelapan

Berdasarkan jawaban 123 responden, sebanyak 105 orang atau 85.3% design twibbon menarik secara visual bagi mereka.

Apakah topik diskusi dalam sesi tanya jawab menarik perhatian Anda?

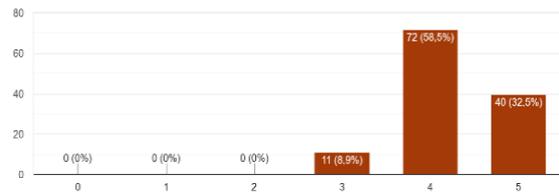
123 jawaban



Gambar 9. Jawaban pertanyaan kesembilan

Berdasarkan jawaban 123 responden, sebanyak 105 orang atau 85.4% setuju topik diskusi yang diangkat dalam sesi konseling daring menarik perhatian mereka.

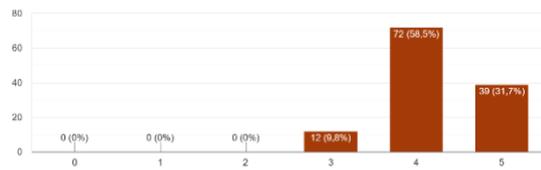
Apakah sesi tanya jawab memberikan manfaat yang signifikan bagi Anda?
123 jawaban



Gambar 10. Jawaban pertanyaan kesepuluh

Berdasarkan jawaban 123 responden, sebanyak 112 orang atau 91% setuju bahwa sesi tanya jawab dalam konseling daring memberikan manfaat bagi mereka.

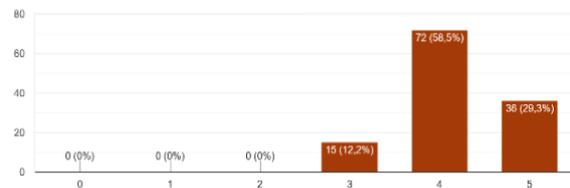
Apakah pemateri memberikan jawaban yang memuaskan selama sesi tanya jawab?
123 jawaban



Gambar 11. Jawaban pertanyaan kesebelas

Berdasarkan jawaban 123 responden, sebanyak 11 orang atau 91% setuju bahwa respon atas pertanyaan pada saat sesi konseling daring memuaskan bagi mereka.

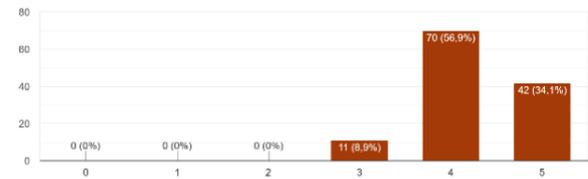
Apakah platform yang digunakan untuk bertanya efektif dan memudahkan partisipasi Anda?
123 jawaban



Gambar 12. Jawaban pertanyaan keduabelas

Berdasarkan jawaban 123 responden, sebanyak 108 orang atau 87.8% setuju pemilihan platform instagram yang digunakan dalam sesi konseling dari efektif dan memudahkan mereka dalam berpartisipasi.

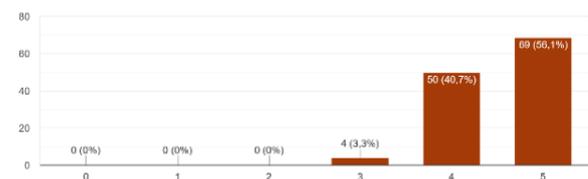
Apakah kegiatan ini secara keseluruhan memuaskan bagi Anda?
123 jawaban



Gambar 13. Jawaban pertanyaan keduabelas

Berdasarkan jawaban 123 responden, sebanyak 112 orang atau 91.1% setuju bahwa kegiatan kampanye kesehatan mental berbasis digital secara keseluruhan memuaskan untuk mereka.

Apakah kegiatan ini meningkatkan kesadaran dan kepedulian Anda terhadap kesehatan mental?
123 jawaban



Gambar 14. Jawaban pertanyaan keempat belas

Berdasarkan jawaban 123 responden, sebanyak 119 orang atau 97.7% setuju bahwa kegiatan kampanye kesehatan mental berbasis digital ini meningkatkan kesadaran dan kepedulian mereka terhadap kesehatan mental.

Berikut adalah hasil pengolahan data kualitatif dari aitem pertanyaan terbuka yang dijawab oleh mahasiswa. Aitem pertanyaan berjumlah tiga butir yaitu pertanyaan kesatu: *Hal apa yang perlu dipertahankan dalam kegiatan kampanye mental health awareness unram ini?*, pertanyaan kedua: *hal apa yang menurut anda perlu diperbaiki Kegiatan Mental Health Awareness di UNRAM?*, pertanyaan ketiga: *Apa harapan Anda terhadap Kegiatan Serupa di Masa Mendatang?*

Setelah dilakukan proses coding terhadap jawaban mahasiswa, berikut adalah tema yang ditemukan dari jawaban responden disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 1. Hal yang Perlu Dipertahankan dalam Kegiatan *Mental Health*

Awareness di UNRAM

No	Tema	Jawaban Responden
1	Konsistensi Penyelenggaraan	Kegiatan perlu diadakan secara rutin (bulanan, semesteran, atau tahunan).
2	Edukasi dan Informasi	Materi harus edukatif, relevan, dan mudah dipahami; kampanye perlu memberikan informasi mengenai gejala, pencegahan, dan pengelolaan kesehatan mental.
3	Interaktivitas dan Partisipasi	Mahasiswa dilibatkan secara aktif melalui survei, diskusi, atau sesi berbagi pengalaman; penyediaan platform digital yang efektif.
4	Kolaborasi dan Dukungan Ahli	Bekerja sama dengan profesional kesehatan mental seperti psikolog atau konselor; menciptakan suasana yang nyaman bagi mahasiswa untuk berbagi dan mencari solusi.
5	Pemanfaatan Media Sosial	Media sosial digunakan untuk menyebarluaskan edukasi dan menghilangkan stigma; penggunaan twibbon dan hashtag.
6	Aksesibilitas Layanan	Penyediaan layanan konseling yang mudah diakses baik secara online maupun offline.
7	Peningkatan Kesejahteraan Mahasiswa	Fokus pada masalah stres akademik dan memberikan solusi praktis dalam menjaga kesehatan mental.
8	Pendekatan Holistik dan Suportif	Pendekatan empatik tanpa stigma yang memperhatikan aspek emosional, sosial, dan psikologis mahasiswa.

No	Tema	Jawaban Responden
9	Keberlanjutan Program	Evaluasi berkelanjutan dan pembaruan konten dan kolaborasi dengan komunitas untuk keberlanjutan program.

Tabel 2. Hal yang Perlu Diperbaiki dalam Kegiatan *Mental Health Awareness* di UNRAM

No	Tema	Jawaban Responden
1	Tidak Ada Perbaikan	Sebagian besar responden menilai kegiatan sudah baik dan tidak perlu perbaikan.
2	Peningkatan Konten dan Desain	Materi promosi perlu lebih menarik dan relevan untuk mahasiswa generasi Z; penyebaran informasi di berbagai platform diperluas.
3	Durasi dan Interaktivitas	Menambah durasi diskusi agar peserta lebih leluasa bertanya; sesi Q&A dibuat lebih panjang atau dalam format sharing session.
4	Jangkauan dan Pelibatan	Perluasan audiens ke kelompok yang kurang terjangkau; melibatkan dosen dan fakultas lain untuk mendorong partisipasi mahasiswa.
5	Format Kegiatan	Pelaksanaan kegiatan offline untuk meningkatkan efektivitas; seminar lebih praktis seperti teknik relaksasi.
6	Fokus pada Keberlanjutan	Kampanye perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk dampak yang lebih luas.
7	Aksesibilitas	Memastikan kampanye dapat diakses oleh kelompok dengan keterbatasan akses teknologi dan menyediakan materi dalam format yang lebih inklusif.
8	Saran Lain	Promosi acara perlu

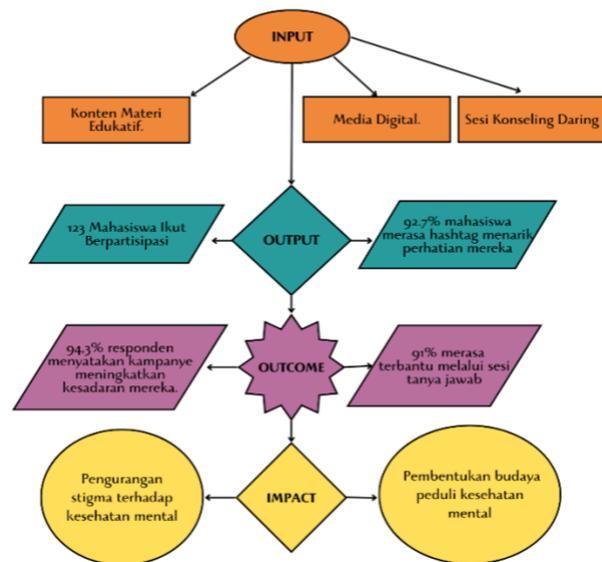
No	Tema	Jawaban Responden
		ditingkatkan; menambahkan elemen praktis dan solusi nyata kegiatan.

Tabel 3. Harapan terhadap Kegiatan Serupa di Masa Mendatang

No	Tema	Jawaban Responden
1	Keberlanjutan Kegiatan	Kegiatan harus rutin dilakukan dan tidak hanya setahun sekali; kampanye harus berkelanjutan.
2	Jangkauan yang Lebih Luas	Menjangkau lebih banyak mahasiswa dan masyarakat umum; mengadakan kegiatan di daerah terpencil agar lebih inklusif.
3	Fokus pada Edukasi yang Mendalam	Memberikan pemahaman lebih dalam mengenai stres, manajemen emosi, dan literasi kesehatan mental.
4	Pendekatan yang Lebih Holistik dan Inovatif	Menggunakan teknologi digital seperti aplikasi kesehatan mental; format hybrid (offline dan online) agar lebih inklusif.
5	Dukungan Layanan Kesehatan Mental	Penyediaan konsultasi gratis dengan psikolog; meningkatkan akses layanan kesehatan mental, terutama di daerah terpencil.
6	Peningkatan Kesadaran dan Partisipasi	Mengurangi stigma kesehatan mental dan meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam kegiatan serupa.

Berikut ini adalah hasil analisis pengolahan data menggunakan pendekatan *theory of change* dalam bentuk ilustrasi gambar.

THEORY OF CHANGE FRAMEWORK
KAMPANYE KESEHATAN MENTAL BERBASIS DIGITAL



Gambar 15. Kerangka *Theory Of Change* Kampanye Kesehatan Mental Berbasis Digital

Gambar tersebut menggambarkan kerangka *Theory of Change* (TOC) dari program kampanye kesehatan mental berbasis digital. Diagram alir ini menjelaskan hubungan antara berbagai elemen program, mulai dari input hingga dampak. Setiap komponen diberi nama sesuai tahapannya, yakni *Input*, *Output*, *Outcome*, dan *Impact*, dengan penambahan data kuantitatif berdasarkan hasil penelitian.

Keterangan: *Input* mencakup: Konten materi edukatif, media digital seperti hashtag kampanye dan sesi konseling daring. *Output* menampilkan hasil langsung: 123 mahasiswa berpartisipasi dalam kampanye dan 92,7% merasa hashtag menarik perhatian mereka. *Outcome* mencatat perubahan signifikan: 94,3% menyatakan kesadaran mereka terhadap pentingnya kesehatan mental meningkat dan 91% merasa sesi tanya jawab memberikan manfaat dalam memahami dan mengelola stres akademik. *Impact* menunjukkan dampak jangka panjang: Pengurangan stigma terhadap kesehatan mental dan pembentukan budaya peduli kesehatan mental di lingkungan kampus.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi

sejauh mana program kampanye kesehatan mental berbasis digital efektif dalam meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya kesehatan mental, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat keberhasilan program, serta memberikan rekomendasi strategis untuk pengembangan program di masa depan. Dengan menggunakan pendekatan *Theory of Change (TOC)*, penelitian ini menghubungkan *input, output, outcome*, dan *impact* dari program untuk memahami efektivitas kegiatan serta peluang perbaikan.

Program kampanye kesehatan mental berbasis digital ini berhasil meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya kesehatan mental, sebagaimana ditunjukkan oleh temuan berikut:

1. Manfaat Materi Kampanye

Mayoritas responden (94,3%) menyatakan bahwa materi kampanye memberikan manfaat bagi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan relevan dengan kebutuhan mahasiswa. Salah satu mahasiswa mencatat, "*Materi yang disampaikan sangat relevan, terutama tentang cara mengelola stres. Saya merasa lebih sadar bahwa kesehatan mental sama pentingnya dengan kesehatan fisik.*" (Mahasiswa, 2024). Temuan ini diperkuat oleh penelitian (Sabina et al., 2021) yang menunjukkan bahwa materi edukasi berbasis digital dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran tentang kesehatan mental di kalangan remaja.

2. Efektivitas Media Digital

Elemen digital seperti hashtag kampanye menarik perhatian 92,7% mahasiswa untuk berpartisipasi, meskipun desain twibbon dinilai kurang menarik oleh beberapa responden (85,3% menyatakan twibbon menarik secara visual). Seorang mahasiswa mengungkapkan, "*Saya suka konsep tagar kampanye, tetapi desain twibbonnya terasa kurang kreatif dan tidak sesuai dengan selera mahasiswa saat ini.*" (Mahasiswa, 2024). Penelitian (Harper & Snowden, 2020) menunjukkan bahwa penggunaan media

sosial dalam kampanye kesehatan mental efektif dalam meningkatkan keterlibatan audiens, terutama generasi muda yang akrab dengan platform digital.

3. Sesi Tanya Jawab

Sebanyak 91% responden merasa sesi tanya jawab dalam konseling daring memberikan manfaat bagi mereka. Salah satu mahasiswa menyatakan, "*Diskusi langsung dengan pemateri membantu saya memahami cara mengelola tekanan akademik, terutama di masa-masa sulit seperti saat ujian.*" (Mahasiswa, 2024). Penelitian (Creswell & Plano Clark, 2011) menekankan bahwa komunikasi interaktif adalah strategi efektif untuk meningkatkan pemahaman dan keterlibatan audiens dalam program berbasis edukasi.

Berikut ini adalah pembahasan dari hasil evaluasi berdasarkan TOC

Tahap 1: *Input* ke *Output*

Deskripsi: Pendekatan *Theory of Change (TOC)* menunjukkan bahwa sumber daya program, seperti materi edukatif dan media digital, berhasil diterjemahkan menjadi hasil langsung berupa partisipasi aktif mahasiswa.

Hasil *Output*: Sebanyak 123 mahasiswa berpartisipasi dalam kampanye secara aktif, 92,7% responden menyatakan bahwa hashtag kampanye menarik perhatian mereka untuk berpartisipasi dan 85,3% menilai twibbon menarik secara visual, tetapi masih ada ruang untuk perbaikan.

Penelitian (Vogel, 2012) menunjukkan bahwa desain program berbasis digital yang terstruktur mampu meningkatkan partisipasi audiens secara signifikan. Selain itu, (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2019) mengungkapkan bahwa layanan digital, seperti telemental health, efektif dalam memperluas akses dan meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap isu kesehatan mental.

Tahap 2: *Output* ke *Outcome*

Deskripsi: Tahap ini mengevaluasi sejauh mana hasil langsung (*output*) berkontribusi pada peningkatan kesadaran mahasiswa terhadap kesehatan mental.

Hasil Outcome: 97,7% responden menyatakan bahwa kampanye ini meningkatkan kesadaran mereka terhadap kesehatan mental, 91% merasa terbantu dengan adanya sesi tanya jawab yang memberikan mereka ruang untuk mendapatkan informasi langsung dari pemateri.

Penelitian (Yusuf & Yusuf, 2020) mengungkapkan bahwa pendekatan edukatif berbasis digital dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang stres akademik dan cara mengelolanya. Faktor pendukung lainnya adalah media digital, yang memudahkan akses ke konten kapan saja. Seorang mahasiswa menyatakan, "*Saya merasa materi kampanye sangat mudah diakses melalui Instagram.*" (Mahasiswa, 2024).

Namun, beberapa hambatan ditemukan, seperti desain visual twibbon yang dinilai kurang menarik. Sebuah penelitian oleh (Saheb et al., 2019) menyebutkan bahwa desain visual yang menarik dapat meningkatkan partisipasi audiens dalam program digital.

Tahap 3: *Outcome ke Impact*

Deskripsi: Tahap ini mengevaluasi dampak jangka panjang dari program, seperti pengurangan stigma dan pembentukan budaya peduli kesehatan mental di lingkungan kampus.

Dampak Jangka Panjang yang diharapkan:

1. Pengurangan Stigma: Kampanye ini diharapkan mendorong mahasiswa untuk lebih terbuka terhadap masalah kesehatan mental dan mencari bantuan profesional. Penelitian (Kesyha et al., 2024) menunjukkan bahwa strategi berbasis digital dengan elemen interaktif dapat secara signifikan mengurangi stigma terhadap kesehatan mental.
2. Pembentukan Budaya Peduli Kesehatan Mental: Kampanye ini menjadi langkah awal untuk menciptakan lingkungan kampus yang lebih inklusif dan mendukung kesehatan mental mahasiswa.

Dengan strategi yang lebih baik dalam

pengemasan visual dan keberlanjutan program, kampanye ini berpotensi menciptakan dampak jangka panjang yang lebih signifikan terhadap kesadaran, partisipasi, dan pengurangan stigma terkait kesehatan mental di lingkungan akademik.

PENUTUP

Simpulan

Program kampanye kesehatan mental berbasis digital telah berhasil meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya menjaga kesehatan mental. Faktor-faktor pendukung, seperti relevansi materi kampanye dan interaksi langsung melalui sesi tanya jawab, memberikan kontribusi signifikan terhadap keberhasilan program. Namun, beberapa keterbatasan ditemukan, seperti desain visual media kampanye yang kurang menarik dan jangkauan program yang terbatas pada kelompok mahasiswa tertentu. Melalui evaluasi menggunakan pendekatan *Theory of Change (TOC)*, penelitian ini berhasil memberikan solusi strategis untuk mengatasi keterbatasan layanan konseling di kampus sekaligus menyediakan panduan bagi institusi pendidikan dalam merancang kampanye kesehatan mental berbasis digital yang lebih efektif dan inklusif.

Saran

Saran penelitian ini mencakup beberapa langkah strategis untuk pengembangan kampanye kesehatan mental berbasis digital di masa depan. Pertama, peningkatan kualitas visual media kampanye perlu dilakukan dengan fokus pada desain yang lebih menarik untuk meningkatkan perhatian mahasiswa, seperti penggunaan elemen visual yang kreatif dan dinamis pada materi digital, misalnya twibbon dan video pendek. Kedua, program kampanye kesehatan mental sebaiknya dijalankan secara berkala dengan pembaruan materi dan format agar tetap relevan dengan kebutuhan mahasiswa. Ketiga, perluasan jangkauan kampanye melalui kolaborasi lintas fakultas

dan institusi diharapkan dapat menjangkau lebih banyak mahasiswa dan memperluas dampaknya. Keempat, penguatan layanan konseling berbasis digital menjadi hal yang krusial, seperti menyediakan layanan konseling yang mudah diakses melalui platform online, termasuk fitur obrolan dengan konselor dan sumber daya kesehatan mental interaktif. Terakhir, evaluasi berkelanjutan menggunakan pendekatan Theory of Change sangat diperlukan untuk memastikan program terus efektif dan berdampak positif bagi mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, B. (2022). Peran konseling realitas dalam mengurangi stres orang tua mendampingi anak belajar di rumah selama covid-19. *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 8(2), 170–183.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and conducting mixed methods research* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Diskominfo_Jatim. (2023). *Diskominfo Jatim dan Plato bahas bersama ciptakan ruang digital aman untuk anak*. <https://kominfo.jatimprov.go.id>
- Harper, M., & Snowden, J. (2020). Evaluating digital mental health campaigns in universities: A mixed-methods approach. *Journal of Educational Psychology*, 112(3), 456–472.
- Johns, E., & Mewhort, D. (2009). Test sequence priming in recognition memory. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 35, 1162–1174. <https://doi.org/10.1037/a0016372>
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2019). *Kesehatan mental di era digital: Peluang pengembangan layanan profesional psikolog*. <https://repository.badankebijakan.kekes.go.id>
- Kesyha, P., Br Tarigan, T., Wayoi, L., & Novita, E. (2024). Pengaruh stigma terhadap kesehatan mental mahasiswa di Indonesia. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 12(1), 34–48.
- KPIN. (2015). *Strategi pengembangan kesehatan mental di lingkungan kampus*. <https://buletin.k-pin.org>
- Newby, T. J., et al. (2010). *Educational technology for teaching and learning* (4th ed.). London: Pearson.
- PKBI Jawa Timur. (2023). *Program literasi digital untuk mahasiswa*. <https://www.instagram.com/pkbijawatimur>
- Sabina, R., Mohanty, A., Sharma, P., & Das, S. (2021). Theory of Change framework for evaluating digital suicide prevention programs in adolescents. *International Journal of Mental Health Promotion*, 23(4), 285–298.
- Saheb, S., Harsono, T., & Sudarmadi, A. (2019). *Optimalisasi layanan kesehatan mental di perguruan tinggi*.
- Vogel, I. (2012). *Review of the use of 'Theory of Change' in international development*.
- Weiss, C. H. (1972). *Evaluation research: Methods for assessing program effectiveness*. Prentice Hall.
- Yusuf, M., & Yusuf, A. (2020). Analisis faktor penyebab stres akademik mahasiswa. *Jurnal Kesehatan Mental*, 15(2), 123–135.