

Perancangan Kampanye Sosial Mengenai *Burnout* Pada Mahasiswa

Mesy Meriyandani^{1*}, Ary Leo Bermana², Well Victory³

¹ Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

² Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

³ Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

¹mesymeriyandani16@gmail.com, ²aryleobermana@gmail.com, ³wllvctry@gmail.com

Abstrak

Burnout merupakan kondisi kelelahan fisik, emosional, dan mental yang sering dialami oleh mahasiswa akibat tekanan akademik, tuntutan organisasi, serta berbagai tanggung jawab yang harus dijalankan secara bersamaan. Kurangnya kesadaran dan pemahaman mengenai burnout menyebabkan banyak mahasiswa menganggap kondisi tersebut sebagai hal yang biasa sehingga sering mengabaikan dampaknya terhadap kesehatan mental dan kualitas hidup. Oleh karena itu, diperlukan media informasi yang mampu menyampaikan pesan secara menarik, mudah dipahami, dan dekat dengan kehidupan mahasiswa. Perancangan ini bertujuan untuk merancang media informasi mengenai burnout pada mahasiswa melalui motion graphic sebagai media utama dengan mengangkat kampanye sosial "Rehat Dulu". Metode yang digunakan dalam perancangan ini meliputi studi literatur, observasi, dokumentasi, serta analisis data menggunakan metode C.A.B untuk menentukan strategi komunikasi visual yang sesuai dengan target audiens. Hasil perancangan berupa motion graphic yang menjelaskan pengertian burnout, penyebab, dampak, serta pentingnya memberikan waktu istirahat bagi diri sendiri. Motion graphic tersebut didukung oleh berbagai media pendukung berupa poster, banner, konten media sosial Instagram, stiker, gantungan kunci, tumbler, totebag, dan t-shirt. Perancangan visual menggunakan ilustrasi karakter mahasiswa, warna krem, navy, dan abu-abu, serta tipografi Poppins dan Nunito untuk menciptakan kesan yang nyaman, komunikatif, dan mudah dipahami oleh audiens. Melalui perancangan media informasi ini diharapkan mahasiswa dapat lebih memahami burnout, mengenali gejalanya sejak dini, serta memiliki kesadaran untuk menjaga kesehatan mental dan keseimbangan antara aktivitas akademik dengan waktu istirahat.

Kata Kunci: Burnout, Mahasiswa, Motion Graphic, Kampanye Sosial, Media Informasi.

PENDAHULUAN

Fenomena kesehatan mental saat ini menjadi perhatian global, terutama setelah masa pandemi dan di tengah masyarakat yang menuntut pencapaian tinggi. World Health Organization (WHO) telah mengklasifikasikan burnout sebagai fenomena yang berkaitan dengan pekerjaan dalam International Classification of Diseases (ICD-11) (WHO, 2019: 1). Sebelum pandemi, hampir satu miliar orang di dunia telah mengalami gangguan mental, dan kondisi ini mengalami peningkatan sekitar 25% pada kasus kecemasan dan depresi sejak pandemi COVID-19 (WHO, 2022: 1). Tekanan untuk selalu produktif dan mampu bersaing menyebabkan banyak individu mengalami kelelahan mental yang berkepanjangan. Individu tidak hanya menghadapi tuntutan eksternal, tetapi juga tekanan internal untuk memenuhi ekspektasi sosial yang terus meningkat. Pola hidup serba cepat dan budaya overproduktif turut memperparah kondisi tersebut. Ahn Ju-yeon (2021: 45) menjelaskan bahwa burnout merupakan kondisi kelelahan emosional yang mendalam akibat tekanan yang berlangsung secara terus-menerus sehingga memengaruhi keseimbangan psikologis individu. Di Indonesia, kondisi kesehatan mental pada remaja dan dewasa muda menunjukkan tren yang mengkhawatirkan. Hasil Indonesia National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS) tahun 2022 menunjukkan bahwa satu dari tiga remaja di Indonesia mengalami masalah kesehatan mental (Kementerian Kesehatan RI, 2022: 5). Mahasiswa sebagai kelompok yang berada pada fase transisi menuju kedewasaan menjadi kelompok yang rentan terhadap tekanan psikologis. Beban tugas akademik, tuntutan organisasi, ekspektasi keluarga, serta kecemasan mengenai masa depan atau yang dikenal sebagai quarter-life crisis sering dianggap sebagai hal yang wajar. Kondisi tersebut, jika berlangsung secara terus-menerus tanpa manajemen stres yang baik, dapat berkembang menjadi burnout yang berdampak pada kemampuan kognitif, stabilitas emosi, serta produktivitas akademik. Kondisi tersebut sejalan dengan pendapat Maslach et al. (2001: 399) yang menyatakan bahwa burnout merupakan sindrom psikologis yang ditandai dengan kelelahan emosional, depersonalisasi, dan penurunan pencapaian diri akibat tekanan yang berkepanjangan.

Fenomena burnout juga ditemukan pada mahasiswa di Sumatera Barat. Berdasarkan data kuesioner online bulan Januari 2026 yang dilakukan terhadap 114 mahasiswa dari beberapa kampus di Sumatera Barat seperti UNAND, UNP, dan UIN, ditemukan bahwa mayoritas responden menunjukkan bahwa gejala burnout kategori sedang hingga tinggi. Data menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mengalami kelelahan emosional yang disertai dengan prokrastinasi akademik dan perilaku menarik diri dari lingkungan sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa burnout tidak hanya menurunkan performa akademik, tetapi juga merusak relasi sosial mahasiswa (Data Penelitian Kuisisioner, 2026). Kondisi ini sejalan dengan penelitian Ramadhan et al. (2022) yang menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa berada pada tingkat burnout kategori sedang, dengan gejala kelelahan emosional, depersonalisasi, serta penurunan efikasi akademik. Tekanan akademik yang berkelanjutan, budaya

kompetitif, serta beban tugas praktik menjadi faktor dominan pemicu burnout pada mahasiswa. Secara lebih spesifik, fenomena burnout juga ditemukan pada mahasiswa Institut Seni Indonesia Padang Panjang. Berdasarkan hasil kuesioner online terhadap 56 mahasiswa pada bulan Januari 2026, mengungkapkan bahwa mayoritas responden menunjukkan adanya gejala burnout dalam aktivitas akademik (Data penelitian kuisisioner, 2026). Responden mengaku mengalami kelelahan mental, kesulitan berkonsentrasi, gangguan tidur, serta perasaan tidak berdaya dalam menghadapi tekanan akademik. Faktor penyebab utama yang dominan adalah tugas akademik yang menumpuk, diikuti oleh masalah pribadi atau keluarga dan tekanan sosial dari lingkungan sekitar. Di sisi lain, sebagian besar mahasiswa mengaku belum pernah mendapatkan edukasi khusus mengenai burnout, serta menilai bahwa lingkungan kampus belum sepenuhnya menyediakan ruang yang memadai untuk mengelola stres secara sehat. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan mahasiswa terhadap edukasi kesehatan mental dengan fasilitas yang tersedia. Meskipun tingkat kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya isu kesehatan mental tergolong tinggi, yang ditunjukkan melalui pandangan bahwa pembahasan mengenai kelelahan mental merupakan hal yang penting serta adanya kesediaan untuk memanfaatkan layanan konseling apabila tersedia. Dalam konteks media edukasi, mahasiswa menunjukkan ketertarikan terhadap media visual seperti video atau animasi, serta media interaktif yang mampu memberikan pengalaman yang lebih menarik. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan visual dan interaktif memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan kampanye mengenai burnout kepada mahasiswa.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan strategi komunikasi visual yang mampu menjembatani kesenjangan informasi tersebut. Perancangan kampanye sosial mengenai burnout pada mahasiswa menjadi solusi yang relevan untuk meningkatkan kesadaran, membantu mahasiswa mengenali tanda-tanda dini. Dan mendorong perilaku pencarian bantuan (help-seeking behavior). Kampanye ini dirancang dengan pendekatan visual yang komunikatif, empatik, dan sesuai dengan karakter audiens mahasiswa, sehingga pesan kesehatan mental dapat diterima dengan baik dan memicu perubahan perilaku positif dalam mengelola stres akademik

METODE

1. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi pola aktivitas, interaksi sosial, serta beban akademik yang berpotensi memicu kelelahan mental pada mahasiswa. Menurut Sekaran dan Bougie, observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk memahami perilaku dalam konteks nyata (Sekaran & Bougie, 2017: 116). Hasil observasi menunjukkan bahwa mahasiswa menghadapi tuntutan akademik yang cukup tinggi, baik dari segi tugas perkuliahan, kegiatan organisasi, maupun ekspektasi pencapaian akademik. Kondisi tersebut memunculkan indikasi kelelahan mental yang terlihat dari penurunan fokus, kelelahan fisik, serta kecenderungan menunda pekerjaan akademik. Data observasi ini menjadi dasar dalam merancang pesan kampanye yang sesuai dengan realitas yang dialami oleh target audiens.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung kepada 15 mahasiswa Institut Seni Indonesia Padang Panjang sebagai target audiens utama, serta didukung oleh wawancara dengan dosen psikologi untuk memperoleh perspektif akademis terhadap fenomena burnout. Wawancara bertujuan untuk menggali pengalaman subjektif mahasiswa terkait tekanan akademik, kondisi emosional, serta strategi yang digunakan dalam menghadapi stres. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar responden pernah mengalami kejenuhan dan kelelahan mental dalam menjalani aktivitas perkuliahan. Gejala yang dirasakan tidak hanya terbatas pada aspek emosional, tetapi juga berdampak pada kondisi fisik, seperti meningkatnya asam lambung, vertigo, serta sakit kepala. Kondisi ini berdampak langsung terhadap penurunan performa akademik dan kualitas aktivitas sehari-hari mahasiswa. Temuan lain menunjukkan adanya perbedaan pola dalam menghadapi stres. Sebagian mahasiswa memilih untuk berbagi cerita dengan teman sebaya sebagai bentuk dukungan sosial, sementara sebagian lainnya cenderung memendam permasalahan yang dialami. Perbedaan tersebut menunjukkan adanya variasi kemampuan dalam mengelola stres (coping mechanism) di kalangan mahasiswa. Mayoritas responden juga menyatakan bahwa isu burnout perlu dibahas secara lebih terbuka dan komunikatif di lingkungan kampus. Mahasiswa mengharapkan adanya media edukasi yang mampu menyampaikan informasi secara ringan, empatik, dan mudah dipahami. Temuan ini memperkuat urgensi perancangan kampanye sosial berbasis media digital, seperti konten media sosial dan video edukasi, sebagai sarana komunikasi yang relevan dengan karakteristik mahasiswa.



Gambar 1. Wawancara Mahasiswa Isi Padang Panjang

c. Kusioner

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kusioner terstruktur kepada mahasiswa di Sumatera Barat untuk memperoleh data kuantitatif mengenai pengalaman dan dampak burnout dalam aktivitas akademik. Hasil kusioner terhadap 114 responden menunjukkan bahwa burnout cukup dominan terjadi pada mahasiswa. Sebanyak 62,3% responden mengalami kelelahan emosional, 57,9% menunjukkan kecenderungan menunda tugas (prokrastinasi), dan 54,4% cenderung menarik diri dari lingkungan sosial saat mengalami kelelahan mental. Temuan ini menunjukkan bahwa burnout tidak hanya berdampak pada aspek emosional, tetapi juga memengaruhi produktivitas akademik serta interaksi sosial mahasiswa. Data tersebut menjadi dasar dalam merancang kampanye sosial yang komunikatif dan relevan dengan kondisi mahasiswa. Berdasarkan hasil kusioner terhadap 56 mahasiswa Institut Seni Indonesia Padang Panjang, ditemukan bahwa fenomena burnout cukup dominan di kalangan mahasiswa. Sebagian besar responden mengalami kelelahan mental akibat perkuliahan, disertai kesulitan konsentrasi, gangguan tidur, serta perasaan tidak berdaya dalam menghadapi tekanan akademik. Kondisi tersebut juga berdampak pada penurunan motivasi belajar serta munculnya perilaku seperti prokrastinasi dan kecenderungan menarik diri dari lingkungan sosial. Faktor penyebab utama berasal dari beban tugas akademik, yang kemudian diperkuat oleh masalah pribadi serta tekanan sosial.

Di sisi lain, sebagian besar mahasiswa belum pernah mendapatkan edukasi khusus mengenai burnout dari pihak kampus, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan mahasiswa dengan fasilitas yang tersedia. Meskipun demikian, mayoritas responden memiliki kesadaran tinggi terhadap pentingnya kesehatan mental serta menunjukkan ketertarikan terhadap media edukasi berbasis visual seperti video dan konten digital.

d. Studi Literatur

Selain pengumpulan data primer di lapangan, perancangan ini juga didukung oleh studi literatur melalui pengkajian buku teks dan jurnal ilmiah yang relevan. Studi literatur digunakan untuk memahami konsep burnout, gejala dan dampaknya terhadap mahasiswa, serta teori komunikasi dalam kampanye sosial. Literatur buku dimanfaatkan untuk memperkuat landasan teori mengenai kesehatan mental dan prinsip komunikasi persuasif, sedangkan jurnal ilmiah digunakan untuk mengkaji efektivitas media digital, khususnya media sosial dan video edukasi, dalam menyampaikan pesan kepada generasi muda. Data dari studi literatur ini berfungsi sebagai dasar teoretis yang memastikan bahwa perancangan kampanye tidak hanya relevan secara visual, tetapi juga akurat secara ilmiah dan efektif dalam penyampaian pesan.

2. Metode Analisis Data

a. Analisis Target Audience

Metode analisis yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode C.A.B (Cognitive, Affective, Behavior). Metode ini merupakan pendekatan komunikasi yang digunakan untuk memahami bagaimana audiens menerima pesan melalui tiga tahapan, yaitu pengetahuan, emosi, dan tindakan. Pendekatan ini dipilih agar pesan kampanye tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu membangun keterlibatan emosional (emotional appeal) serta mendorong perubahan perilaku pada mahasiswa.

1) Cognition (Kognisi) - Tahap Pengetahuan

Tahap ini berfokus pada penyampaian informasi dasar mengenai burnout, termasuk pengertian, gejala, penyebab, serta dampaknya terhadap mahasiswa. Informasi disampaikan melalui media sosial seperti konten feed dan video edukasi dengan pendekatan visual yang sederhana, komunikatif, dan mudah dipahami. Tujuan tahap ini adalah meningkatkan kesadaran audiens terhadap isu kesehatan mental secara rasional sehingga mereka mampu mengenali kondisi yang dialami.

2) Affect (Afeksi) - Tahap Emosional

Tahap afeksi bertujuan membangun keterlibatan emosional audiens melalui pendekatan emotional appeal. Pesan disampaikan melalui narasi visual yang relatable dengan kehidupan mahasiswa, seperti ilustrasi kondisi kelelahan mental, tekanan akademik, serta perasaan tidak berdaya. Media yang digunakan berupa konten media sosial dan video edukasi yang menampilkan storytelling sederhana agar audiens merasa terwakili dan membangun empati terhadap isu yang diangkat.

3) Behavior (Perilaku) - Tahap Tindakan

Tahap ini bertujuan mendorong audiens untuk melakukan tindakan setelah memahami dan merasakan pesan kampanye. Tindakan yang diharapkan berupa kesadaran untuk mengelola stres, beristirahat tanpa rasa bersalah, serta memanfaatkan dukungan sosial atau layanan konseling. Penyampaian pesan dilakukan melalui ajakan (call to action) pada konten media sosial dan video edukasi, sehingga audiens terdorong untuk menerapkan langkah-langkah sederhana dalam kehidupan sehari-hari.

b. Segmentasi Target Audiens

Segmentasi target audiens dalam perancangan kampanye sosial ini difokuskan pada mahasiswa, khususnya mahasiswa Institut Seni Indonesia (ISI) Padang Panjang, dengan pembagian sebagai berikut :

1) Segmentasi Geografis

Target audiens berada di wilayah Kota Padang Panjang, dengan fokus pada lingkungan kampus ISI Padang Panjang sebagai lokasi utama aktivitas akademik dan sosial mahasiswa.

2) Segmentasi Demografis

Audiens merupakan mahasiswa aktif berusia 18–25 tahun, baik laki-laki maupun perempuan, dari berbagai program studi. Target ini mencakup mahasiswa yang sedang erada dalam fase perkembangan dewasa awal (emerging adulthood) dengan tuntutan akademik yang cukup tinggi.

3) Segmentasi Psikografis

Audiens memiliki karakter ambisius, produktif, dan berorientasi pada pencapaian. Mereka cenderung memiliki standar tinggi terhadap diri sendiri, namun sering mengalami tekanan, kelelahan emosional, serta penurunan motivasi akibat beban tugas dan ekspektasi lingkungan.

4) Segmentasi Perilaku

Audiens merupakan pengguna aktif media digital yang terbiasa mengakses informasi melalui smartphone. Mereka menyukai konten visual seperti video, animasi, dan media interaktif yang relatable, serta cenderung mencari solusi awal secara mandiri sebelum berkonsultasi dengan pihak profesional.

3. Konsep Verbal dan Visual

a. Verbal

Konsep verbal dalam perancangan kampanye sosial mengenai burnout pada mahasiswa ini berfokus pada penyampaian pesan yang komunikatif, empatik, dan dekat dengan pengalaman sehari-hari mahasiswa. Bahasa yang digunakan dirancang sederhana, tidak menggurui, serta mampu membangun kedekatan emosional sehingga audiens merasa dipahami, bukan dihakimi. Pesan utama yang ingin disampaikan adalah bahwa kelelahan mental merupakan kondisi yang nyata dan perlu disadari sejak dini, serta beristirahat bukan berarti menyerah, melainkan bagian dari menjaga kesehatan diri. Kampanye ini mengusung tema “Rehat Dulu” dengan tagline “Rehat Dulu, Bukan Berhenti”, yang mengajak mahasiswa untuk memberi ruang bagi diri sendiri tanpa merasa bersalah ketika membutuhkan jeda. Seluruh narasi pada media kampanye disusun menggunakan gaya bahasa yang reflektif dan persuasif. Kalimat-kalimat seperti “Kamu tidak harus kuat setiap saat,” “Tidak semua beban harus dipikul sendirian,” dan “Rehat dulu bukan berarti menyerah” dipilih untuk membangun rasa empati sekaligus meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya menjaga kesehatan mental di tengah tekanan akademik. Selain membangun kesadaran, konsep verbal ini juga bertujuan memberikan edukasi mengenai pengertian burnout, penyebab, tanda-tanda, dampak, serta langkah-langkah sederhana yang dapat dilakukan mahasiswa untuk mencegah dan mengatasinya. Dengan demikian, kampanye tidak hanya menyentuh sisi emosional audiens, tetapi juga memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

b. Visual

Konsep visual pada perancangan kampanye sosial ini mengedepankan gaya ilustrasi digital yang sederhana, hangat, dan mudah dipahami oleh mahasiswa sebagai target audiens. Visual dirancang dengan pendekatan yang humanis agar mampu merepresentasikan kondisi emosional seperti kelelahan, overthinking, tekanan akademik, hingga proses pemulihan secara lebih dekat dan relatable. Karakter utama yang digunakan merupakan representasi seorang mahasiswa yang mengalami dinamika kehidupan perkuliahan. Berbagai ekspresi dan gestur, seperti melamun, kelelahan, menangis, tersenyum, hingga kembali bersemangat, digunakan untuk menggambarkan perjalanan emosional seseorang yang mengalami burnout. Pendekatan ini diharapkan mampu membangun ikatan emosional antara audiens dengan pesan kampanye. Palet warna didominasi oleh warna-warna lembut seperti krem, navy, hijau dan abu-abu yang memberikan kesan tenang, nyaman, dan menenangkan.

Penggunaan warna tersebut juga bertujuan mengurangi kesan mengintimidasi sehingga isu kesehatan mental dapat diterima dengan lebih terbuka. Tipografi yang dipilih menggunakan jenis huruf sans serif modern, seperti Poppins, karena memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi pada media digital maupun cetak serta memberikan kesan sederhana, bersih, dan ramah. Tata letak (layout) dibuat minimalis dengan memanfaatkan ruang kosong (white space) secara proporsional agar informasi mudah dibaca dan tidak membebani perhatian audiens. Media visual diwujudkan dalam bentuk motion graphic sebagai media utama, yang didukung oleh berbagai media kampanye seperti poster, banner, feed Instagram berbentuk carousel, video pendek, kaos, tote bag, stiker, dan gantungan kunci. Keseluruhan media dirancang dengan identitas visual yang konsisten agar membentuk citra kampanye yang kuat dan mudah dikenali. Melalui perpaduan ilustrasi yang empatik, warna yang menenangkan, tipografi yang sederhana, serta komposisi visual yang bersih, konsep visual ini diharapkan mampu menyampaikan pesan kampanye secara efektif sekaligus meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya mengenali dan mencegah burnout.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Karya

a. Motion Graphic (Horizontal)

Media utama dalam kampanye sosial “Rehat Dulu” adalah motion graphic berjudul “Rehat Dulu, Bukan Berhenti” dengan format horizontal (16:9) yang ditujukan untuk platform seperti YouTube. Video berdurasi sekitar 105 detik ini mengangkat tema burnout pada mahasiswa melalui visual sederhana, emosional, dan mudah dipahami.

Alur cerita diawali dengan mahasiswa yang merasa lelah tanpa mengetahui penyebabnya, kemudian menampilkan rutinitas sehari-hari, tekanan akademik, serta komentar negatif dari lingkungan yang berujung pada burnout. Pada bagian akhir, video menyampaikan pesan bahwa beristirahat adalah hal yang wajar dan penting melalui slogan “Rehat Dulu, Bukan Berhenti.”



Gambar 2. Hasil Karya Motion Graphic

Analisis Pembuatan Motion yaitu menggunakan animasi sederhana yang berfokus pada gerakan karakter dan teks. Perubahan ekspresi, gerakan tubuh, serta animasi teks membantu memperkuat penyampaian emosi dan informasi. Pendekatan ini dipilih agar perhatian audiens tetap terfokus pada pesan kampanye tanpa efek visual yang berlebihan, sekaligus menciptakan suasana yang tenang dan reflektif.

Analisis Isi Motion disusun berdasarkan pengalaman yang dekat dengan kehidupan mahasiswa. Video diawali dengan pertanyaan reflektif, kemudian menggambarkan aktivitas, tekanan akademik, dan kelelahan yang mengarah pada burnout. Dengan bahasa yang sederhana, motion graphic menjelaskan bahwa kondisi tersebut bukanlah kemalasan, melainkan dampak dari tekanan berkepanjangan, sehingga mampu membangun empati dan mengurangi stigma terhadap burnout.

Analisis Penutup Motion, bagian akhir menampilkan suasana yang lebih cerah dengan karakter yang mulai pulih setelah beristirahat. Slogan "Rehat Dulu, Bukan Berhenti" menegaskan bahwa istirahat bukan berarti menyerah, tetapi langkah untuk memulihkan diri. Penutup ini bertujuan meninggalkan kesan positif serta mendorong audiens untuk lebih peduli terhadap kesehatan mental dan mengenali tanda-tanda burnout sejak dini.

b. Poster



Gambar 3. Hasil Karya Poster

Poster "Apa yang Terjadi Jika Burnout Diabaikan?" memberikan edukasi mengenai dampak burnout melalui susunan informasi yang mudah dibaca. Dampak yang disampaikan meliputi menurunnya prestasi akademik, stres berkepanjangan, gangguan kesehatan fisik, dan memburuknya hubungan sosial. Penekanan warna merah pada kata "BURNOUT" memperkuat fokus visual sekaligus menegaskan bahwa burnout bukan sekadar rasa lelah biasa. Dan Poster "#STOPBURNOUT" berfungsi sebagai awareness poster untuk menarik perhatian terhadap isu burnout pada mahasiswa. Headline "#STOPBURNOUT" menjadi fokus utama, didukung ilustrasi mahasiswa yang memikul beban sebagai simbol tekanan akademik, deadline, organisasi, ekspektasi, dan overthinking. Pesan "It's Okay To Not Be Okay" memberikan validasi bahwa merasa lelah adalah hal yang wajar serta membangun kesadaran bahwa burnout merupakan kondisi yang perlu diperhatikan. Poster membentuk alur komunikasi yang berkesinambungan, mulai dari membangun kesadaran, menjelaskan dampak, memberikan solusi, hingga dukungan emosional. Melalui ilustrasi, tipografi, warna, dan pesan yang relevan dengan kehidupan mahasiswa, seri poster ini diharapkan mampu meningkatkan kepedulian terhadap kesehatan mental serta mendorong pencegahan burnout sejak dini.

c. X-Banner

Banner menggunakan visual minimalis dengan ilustrasi karakter mahasiswa yang menggambarkan kelelahan mental akibat tekanan akademik. Headline "Burnout Tidak Selalu Terlihat" menjadi pesan utama untuk menegaskan bahwa burnout sering tidak tampak secara fisik, tetapi dirasakan secara psikologis. Banner juga dilengkapi QR Code yang mengarahkan audiens ke media edukasi kampanye untuk memperoleh informasi lebih lanjut.



Gambar 4. Hasil Karya X-Banner

Banner menerapkan prinsip hierarki visual melalui headline berukuran besar sebagai pusat perhatian. Penggunaan white space meningkatkan keterbacaan, sedangkan ilustrasi karakter dengan ekspresi murung dan postur tubuh tertutup memperkuat pesan mengenai kelelahan emosional akibat burnout. Warna dominan biru tua memberikan kesan tenang, reflektif, dan profesional, sementara abu-abu muda menciptakan keseimbangan visual sehingga desain terlihat bersih, nyaman, dan mudah dipahami.

d. Sticker



Gambar 5. Hasil Karya Sticker

Stiker dirancang untuk memperkuat penyebaran pesan kampanye melalui media yang dekat dengan kehidupan mahasiswa. Ilustrasi bergaya sederhana membuat pesan lebih ringan dan mudah diterima, sementara kombinasi warna cream dan navy menghadirkan kesan hangat, tenang, serta konsisten dengan identitas visual kampanye. Setiap desain memiliki makna yang berbeda, yaitu : Stiker Overthinking menggambarkan tekanan akibat tugas, nilai, organisasi, ekspektasi, dan deadline. Stiker Ekspresi Lelah merepresentasikan kelelahan emosional dan hilangnya motivasi. Stiker "Rehat Dulu" mengajak mahasiswa untuk tidak ragu beristirahat demi menjaga kesehatan mental. Stiker "Berat Ya?" menyampaikan empati kepada mahasiswa yang menghadapi banyak tekanan. Secara keseluruhan, stiker tidak hanya berfungsi sebagai merchandise, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan pesan kampanye secara singkat dan emosional. Kehadirannya diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mengenai burnout serta mengingatkan bahwa beristirahat merupakan bagian penting dari menjaga kesehatan mental.

e. Gantungan Kunci



Gambar 6. Hasil Karya Gantungan Kunci

Gantungan kunci dirancang sebagai media yang praktis sekaligus komunikatif. Ilustrasi bergaya sederhana dengan ekspresi karakter yang mudah dipahami membantu menyampaikan pesan kampanye secara emosional. Penggunaan warna cream, navy, dan cokelat, serta tipografi Poppins dan Nunito, mempertahankan identitas visual kampanye dan memberikan kesan hangat, tenang, serta modern. Setiap desain memiliki makna simbolis, yaitu logo "Rehat Dulu" sebagai identitas kampanye, ilustrasi mahasiswa yang membawa beban sebagai simbol tekanan akademik dan nonakademik, serta karakter yang sedang beristirahat untuk menegaskan bahwa mengambil jeda merupakan langkah

sehat, bukan bentuk kemalasan. Sebagai merchandise yang digunakan sehari-hari, gantungan kunci diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan brand awareness kampanye, sekaligus menjadi pengingat bagi mahasiswa untuk menjaga kesehatan mental dan tidak ragu meluangkan waktu untuk beristirahat.

f. T-Shirt



Gambar 7. Hasil Karya T-Shirt

Desain t-shirt mengutamakan kesederhanaan visual dengan tipografi sebagai fokus utama dan ilustrasi sebagai pendukung pesan. Kombinasi warna cream, navy, dan putih mempertahankan identitas visual kampanye, sementara penggunaan font Poppins meningkatkan keterbacaan. Ilustrasi mahasiswa yang tertidur di atas bantal dengan latar buku, laptop, dan berbagai beban pikiran menggambarkan kelelahan akibat tekanan akademik dan sosial. Penekanan pada kata "rest" memperkuat pesan bahwa budaya memaksakan diri hingga burnout perlu diubah menjadi budaya yang lebih peduli terhadap kesehatan mental.

g. Desain Totebag



Gambar 8. Hasil Totebag

Totebag dirancang sebagai media komunikasi visual yang memadukan fungsi praktis dengan penyampaian pesan kampanye. Sebagai barang yang sering digunakan mahasiswa, totebag berpotensi menjadi media promosi bergerak (mobile campaign media) yang dapat menjangkau audiens lebih luas. Penggunaan warna navy, cream, dan abu-abu muda menjaga konsistensi identitas visual kampanye, sedangkan tipografi Poppins Bold meningkatkan keterbacaan. Ikon wajah tersenyum dan sedih melambangkan kondisi emosional mahasiswa yang dipengaruhi tekanan akademik. Tagline "Stop Burnout" dan "Pulih Yuk" mengajak mahasiswa untuk lebih peduli terhadap kesehatan mental, mengenali tanda-tanda burnout, serta tidak ragu beristirahat dan memulihkan diri. Secara keseluruhan, totebag menerapkan prinsip simplicity, readability, dan brand consistency, sehingga mampu memperkuat identitas kampanye sekaligus meningkatkan kesadaran mahasiswa bahwa menjaga kesehatan mental sama pentingnya dengan meraih prestasi akademik.

h. Desain Tumbler & Mug



Gambar 9. Hasil Karya Tumbler & Mug

Tumbler dirancang sebagai media fungsional yang dapat digunakan sehari-hari sehingga memiliki nilai praktis sekaligus edukatif. Ilustrasi karakter yang sederhana namun ekspresif membantu menggambarkan tekanan akademik dan kelelahan mental yang dialami mahasiswa. Desain menggunakan clean layout dengan ruang kosong yang cukup agar pesan mudah dibaca. Kombinasi warna navy, cream, dan abu-abu muda menciptakan kesan tenang, hangat, dan selaras dengan tema pemulihan. Pesan "Produktif itu penting, Tapi sehat lebih penting" mengajak mahasiswa menjaga keseimbangan antara produktivitas dan kesehatan mental. Ilustrasi karakter yang memeluk lutut memperkuat makna burnout, kecemasan, dan overthinking yang sering dialami mahasiswa.

Mug dipilih karena merupakan benda yang sering digunakan dalam aktivitas sehari-hari sehingga pesan kampanye dapat terus terlihat oleh pengguna. Ilustrasi karakter menjadi focal point yang memperkuat hubungan emosional antara audiens dan pesan kampanye. Kalimat utama menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami mahasiswa sehingga pesan dapat diterima secara cepat. Penggunaan warna yang konsisten dengan identitas visual kampanye membantu menciptakan kesatuan visual antara media utama dan media pendukung.

KESIMPULAN

Burnout merupakan kondisi kelelahan fisik, emosional, dan mental yang banyak dialami oleh mahasiswa akibat tekanan akademik, tuntutan organisasi, ekspektasi lingkungan, serta kurangnya keseimbangan antara aktivitas dan waktu istirahat. Berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa masih banyak mahasiswa yang belum memahami tanda-tanda burnout serta menganggap kelelahan yang dialami sebagai hal yang wajar dalam kehidupan perkuliahan. Kondisi tersebut menyebabkan mahasiswa sering mengabaikan kesehatan mental dan fisik mereka hingga berdampak pada penurunan kualitas hidup maupun prestasi akademik. Melalui perancangan kampanye sosial "Rehat Dulu", penulis berupaya menghadirkan media yang mampu meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai burnout secara lebih menarik, komunikatif, dan mudah dipahami. Konsep kampanye yang digunakan menekankan bahwa istirahat bukanlah bentuk kemalasan, melainkan kebutuhan penting untuk menjaga kesehatan diri. Pesan utama yang diangkat adalah bahwa burnout bukan sesuatu yang harus dibanggakan, melainkan kondisi yang perlu dikenali dan ditangani sejak dini. Media yang dirancang terdiri atas media utama berupa media interaktif yang dilengkapi dengan elemen edukatif, serta didukung oleh berbagai media pendukung seperti poster, banner, totebag, tumbler, mug, stiker, gantungan kunci, dan konten media sosial. Seluruh media dirancang menggunakan pendekatan visual yang sederhana, modern, dan dekat dengan kehidupan mahasiswa melalui penggunaan ilustrasi karakter, tipografi yang mudah dibaca, serta warna-warna yang memberikan kesan tenang dan nyaman. Pemilihan elemen visual tersebut bertujuan agar pesan kampanye dapat diterima dengan baik oleh target audiens. Hasil perancangan menunjukkan bahwa penggunaan media visual dan media interaktif dapat menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan informasi mengenai burnout kepada mahasiswa. Materi yang disajikan tidak hanya memberikan pemahaman mengenai pengertian dan dampak burnout, tetapi juga menawarkan langkah-langkah sederhana yang dapat dilakukan untuk mencegah dan mengatasinya. Dengan demikian, kampanye sosial ini diharapkan mampu membantu mahasiswa untuk lebih peduli terhadap kondisi kesehatan mental mereka, berani beristirahat ketika dibutuhkan, serta mencari dukungan ketika mengalami tekanan yang berlebihan. Pada akhirnya, perancangan kampanye sosial "Rehat Dulu" diharapkan dapat menjadi salah satu media edukasi yang bermanfaat dalam meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai burnout. Selain itu, kampanye ini juga diharapkan mampu menumbuhkan budaya yang lebih sehat di lingkungan akademik, yaitu budaya yang tidak hanya menekankan produktivitas, tetapi juga menghargai pentingnya menjaga kesehatan mental dan keseimbangan hidup.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ilmiah yang berjudul *Perancangan Media Interaktif sebagai Sarana Kampanye Sosial Mengenai Burnout pada Mahasiswa*. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam proses penyusunan penelitian ini, khususnya kepada dosen pembimbing atas bimbingan, arahan, serta masukan yang diberikan, seluruh dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Padangpanjang atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama masa studi, serta keluarga dan sahabat yang senantiasa memberikan doa, motivasi, dan dukungan selama proses penelitian. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat serta menjadi kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahn, J. (2021). *Mengapa aku mengalami burnout?* (Terjemahan). Reneluv.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2011). *The Fundamentals of Graphic Design (2nd ed.)*.
- Anggraini, S., & Kirana, N. (2014). *Desain komunikasi visual: Dasar-dasar panduan untuk pemula*. Nuansa.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita.
- Eiseman, L. (2017). *The Complete Color Harmony, Pantone Edition*. Rockport Publishers.
- Evans, D. (2018). *Social Media Marketing. Cengage Learning*.
- Freudenberger, H. J. (1974). Staff burnout. *Journal of Social Issues*, 30(1), 159-165.
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. P. (2001). Job burnout. *Annual Review of Psychology*, 52, 397-422.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Nurudin. (2017). *Pengantar komunikasi massa*. Rajawali Pers.
- Pratama, R. A. (2018). Motion graphic sebagai media komunikasi visual. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(1).
- Putri, R. M., & Handayani, L. (2019). Stres Akademik Dan Burnout Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Insight*, 3(1), 45-55.
- Ramadhan, M. R., Rizal, G. L., & Fikry, Z. (2022). Tingkat burnout akademik pada mahasiswa jurusan psikologi Universitas Negeri Padang. *Attadib: Journal of Elementary Education*, 6(2), 255-264.
- Rustan, S. (2009). *Layout: Dasar dan penerapannya*. Gramedia.
- Rustan, S. (2017). *Mendesain Logo. PT Gramedia Pustaka Utama*.
- Rustan, S. (2020). *Layout Dasar dan Penerapannya. PT Gramedia Pustaka Utama*.
- Schaufeli, W. B., Maslach, C., & Leiter, M. P. (2009). Burnout: 35 years of research and practice. *Career Development International*, 14(3), 204-220.
- World Health Organization. (2022). *COVID-19 pandemic triggers 25% increase in prevalence of anxiety and depression worldwide*
- Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity : An Essential Guide for the Whole*
- Zeegen, L. (2013). *The Fundamentals of Illustration (2nd ed.)*. London : Bloomsbury Publishing.
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). *Extending the Internet Meme : Conceptualizing Technological Mimesis and Imitation Publics on the TikTok Platform*. *New Media & Society*, 24(8), 1872-1890.