



PERAN KESEHATAN MENTAL DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU SELF-HARM PADA GENERASI Z MELALUI KONTEN VISUAL STUDIO DJIWA

Murran Asdisya Noor

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan
Desain, Institut Teknologi Complete, Kota Bandung, Jawa Barat
Email: murran.asdisyanoor@gmail.com

ABSTRACT

Visual content on social media is increasingly being used as a means of communication to convey mental health issues to the younger generation. Studio Djiwa is one of the accounts that consistently presents reflective content with a visual approach that emphasizes individual emotional experiences. This research aims to analyze the semiotic modes used in Studio Djiwa's visual content and how the coherence between these modes is structured to effectively convey messages and communication objectives. The research method used is a qualitative approach with multimodal discourse analysis. The analysis was conducted with reference to the social semiotics theory of Kress and van Leeuwen, which emphasizes the relationship between written language, illustrations, and color in shaping visual meaning. The research data consists of a series of visual content from Studio Djiwa uploaded through the social media platform Instagram. The research results indicate that three main semiotic modes are used, namely written language, illustrations, and color. Bahasa tulis digunakan secara singkat dan reflektif dengan penempatan spasial mengikuti konsep ideal-real dan given-new untuk membangun hierarki informasi. Illustrations function as visual representations of abstract emotional conditions, making it easier for the audience to identify themselves. Meanwhile, colors are used as emotional codes to create an atmosphere, ranging from representations of inner turmoil to tranquility and hope. The coherence between semiotic modes is built through consistent visual composition, the interconnection of information between content, and symbolic dialog that invites the audience to engage in self-reflection. Thus, Studio Djiwa's content can be understood as an effective visual communication medium in conveying messages about mental health and emotional awareness to a young audience.

Keywords : Mental Health, Social Support, Self-Harm, Media and Visual Communication.

ABSTRAK

Konten visual di media sosial semakin banyak digunakan sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan isu kesehatan mental kepada generasi muda. Studio Djiwa merupakan salah satu akun yang secara konsisten menghadirkan konten reflektif dengan pendekatan visual yang menekankan pengalaman emosional individu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis moda-moda semiotik yang digunakan dalam konten visual Studio Djiwa serta bagaimana koherensi antar moda tersebut disusun untuk menyampaikan pesan dan tujuan komunikasi secara efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis wacana multimodal. Analisis dilakukan dengan merujuk pada teori semiotika sosial Kress dan van Leeuwen, yang menekankan hubungan antara bahasa tulis, ilustrasi, dan warna dalam membentuk makna visual. Data penelitian berupa rangkaian konten visual Studio Djiwa yang diunggah melalui media sosial Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga moda semiotik utama yang digunakan, yaitu bahasa tulis, ilustrasi, dan warna. Bahasa tulis digunakan secara singkat dan reflektif dengan penempatan ruang yang mengikuti konsep ideal–real dan given–new untuk membangun hierarki informasi. Ilustrasi berfungsi sebagai representasi visual dari kondisi emosional yang bersifat abstrak, sehingga memudahkan audiens melakukan identifikasi diri. Sementara itu, warna digunakan sebagai kode emosional untuk membangun suasana, mulai dari representasi tekanan batin hingga ketenangan dan harapan. Koherensi antar moda semiotik dibangun melalui komposisi visual yang konsisten, keterkaitan informasi antar konten, serta dialog simbolik yang mengajak audiens untuk melakukan refleksi diri. Dengan demikian, konten Studio Djiwa dapat dipahami sebagai media komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan pesan kesehatan mental dan kesadaran emosional kepada audiens muda.

Kata Kunci : Kesehatan Mental, Dukungan Sosial, Self-Harm, Media dan Komunikasi Visual

PENDAHULUAN

Perilaku self-harm di kalangan Generasi Z kini menjadi fenomena krusial yang menuntut perhatian serius. Sebagai digital native, Generasi Z memiliki akses luas terhadap informasi, namun secara paradoks mengalami peningkatan tekanan emosional dan kesepian yang signifikan. Emosi negatif yang tertekan serta lemahnya dukungan sosial menjadi faktor utama pemicu perilaku melukai diri sebagai mekanisme koping maladaptif (Wrycza & Susilawati, n.d.). Di tengah situasi ini, media sosial berperan ganda; sebagai sumber tekanan melalui perbandingan sosial, sekaligus ruang untuk mencari validasi emosional (Fardouly et al., 2015).

Masalah utama muncul ketika tingginya paparan media tidak dibarengi dengan literasi emosional, sehingga media sering kali menormalisasi rasa sakit melalui representasi visual yang kurang tepat. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan Desain Komunikasi Visual (DKV) yang mampu mengubah narasi visual menjadi sarana

edukatif dan preventif. Salah satu platform yang secara konsisten menyuarakan isu kesehatan mental adalah akun Instagram Studio Djiwa. Platform ini menggunakan elemen visual untuk membangun empati dan keterhubungan sosial bagi audiensnya.

Penelitian ini mengkaji konten Studio Djiwa menggunakan lensa Semiotika Visual, mengingat elemen desain seperti bentuk, warna, dan tipografi berperan aktif dalam membentuk persepsi serta respon afektif individu (Zhu, 2025). Secara semiotik, tanda visual bukan sekadar penghias, melainkan alat produksi makna yang dipengaruhi konteks sosial-budaya (Van Leeuwen, 2005). Melalui pendekatan Semiotika Multimodal, penelitian ini membedah bagaimana koherensi antara elemen visual dan verbal dalam konten Studio Djiwa bekerja untuk meningkatkan kesadaran kesehatan mental (Hidayat et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana strategi komunikasi visual Studio Djiwa mampu memberikan dukungan sosial dan memitigasi perilaku self-harm pada Generasi Z. Secara teoretis, studi ini memperkuat peran DKV dalam kajian kesehatan mental, sementara secara praktis menjadi panduan dalam merancang media komunikasi visual yang sensitif, ilmiah, dan relevan dengan kondisi psikososial saat ini.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotika multimodal. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak hanya berfokus pada teks verbal, tetapi juga mengeksplorasi bagaimana berbagai moda komunikasi (visual, tipografi, dan warna) bekerja sama dalam akun Instagram Studio Djiwa untuk mengonstruksi pesan dukungan sosial dan kesehatan mental bagi Generasi Z.

Objek dan Data Penelitian

Objek Penelitian: Konten visual pada akun Instagram @studiodjiwa, khususnya unggahan yang berkaitan dengan pencegahan self-harm, regulasi emosi, dan dukungan sosial dalam kurun waktu tertentu (misalnya satu tahun terakhir). Data Penelitian: Berupa tangkapan layar (screenshot) dari unggahan carousel atau single post yang mengandung elemen tanda visual (ilustrasi, warna, tata letak) dan verbal (headline, caption, tipografi).

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui teknik observasi digital dan dokumentasi. Peneliti melakukan observasi terhadap feed Instagram Studio Djiwa, kemudian melakukan purposive sampling untuk memilih konten yang paling representatif terhadap isu self-harm dan kesehatan mental yang memiliki keterlibatan (engagement) tinggi dari

audiens Generasi Z.

Teknik Analisis Data (Semiotika Multimodal)

Analisis data merujuk pada kerangka kerja Kress dan Van Leeuwen (2006) yang membagi analisis ke dalam tiga level metafungsi tanda:

1. Representational Meaning (Makna Representasional): Menganalisis bagaimana partisipan (figur/objek dalam konten) dan aktivitas digambarkan. Apakah merepresentasikan isolasi diri atau kehadiran dukungan sosial?
2. Interactive Meaning (Makna Interaktif): Menganalisis hubungan antara konten dengan audiens. Hal ini mencakup penggunaan angle kamera (kontak mata), jarak visual (close-up untuk keintiman emosional), dan aspek warna yang mempengaruhi afeksi audiens (Zhu, 2025).
3. Compositional Meaning (Makna Komposisional): Menganalisis tata letak menggunakan prinsip Information Value (kiri-kanan/atas-bawah), Saliency (elemen yang paling menonjol), dan Framing (keterhubungan antar elemen visual).

Validitas Data

Untuk menjamin validitas, penelitian ini menggunakan triangulasi teori, yaitu mengaitkan hasil analisis semiotika dengan literatur psikologi kesehatan mental dan data perilaku Generasi Z yang telah dipaparkan pada bagian pendahuluan, guna memastikan interpretasi visual sejalan dengan kebutuhan psikososial target audiens.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas hasil analisis semiotika visual terhadap konten visual Studio Djiwa sebagai objek penelitian. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi moda-moda semiotik yang digunakan dalam menyampaikan makna, serta bagaimana koherensi antar moda tersebut disusun sehingga pesan dan tujuan komunikasi dapat diterima secara utuh oleh audiens. Pendekatan yang digunakan adalah analisis wacana multimodal dengan merujuk pada teori semiotika sosial Kress dan van Leeuwen.

Konten Studio Djiwa dipilih karena secara konsisten mengangkat isu refleksi emosional dan kesehatan mental melalui visual di media sosial, khususnya Instagram. Oleh karena itu, konten ini tidak hanya berfungsi sebagai media estetis, tetapi juga sebagai media komunikasi sosial yang memuat nilai-nilai psikologis dan emosional.

Analisis Wacana Multimodal Konten Visual Studio Djiwa

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap keseluruhan rangkaian konten visual Studio Djiwa, ditemukan tiga moda semiotik utama yang digunakan untuk membangun makna, yaitu bahasa tulis, ilustrasi, dan warna. Ketiga moda tersebut

saling berkaitan dan tidak berdiri sendiri, melainkan membentuk satu kesatuan makna visual.

Selfharm

Self-harm dalam konteks kajian Peran Kesehatan Mental dan Dukungan Sosial terhadap Perilaku Self-Harm pada Generasi Z melalui Media dan Komunikasi Visual dipahami sebagai perilaku menyakiti diri sendiri secara sengaja sebagai bentuk pelampiasan emosi, mekanisme koping maladaptif, atau respons terhadap tekanan psikologis yang tidak tertangani dengan baik, tanpa selalu disertai niat untuk mengakhiri hidup. Pada Generasi Z, perilaku self-harm sering kali berkaitan erat dengan kondisi kesehatan mental seperti stres kronis, kecemasan, depresi, perasaan kesepian, rendahnya harga diri, serta kesulitan dalam mengekspresikan emosi secara verbal. Paparan media digital yang intens, termasuk media sosial, turut membentuk cara Generasi Z memaknai diri dan lingkungannya, di mana standar sosial yang tidak realistis, budaya perbandingan, serta normalisasi konten emosional yang ekstrem dapat memperkuat kerentanan psikologis. Dalam konteks ini, self-harm tidak hanya menjadi persoalan individual, tetapi juga fenomena sosial dan kultural yang dipengaruhi oleh lingkungan komunikasi visual yang dikonsumsi setiap hari, sehingga pemahaman terhadap perilaku ini harus melihat keterkaitan antara kondisi mental individu, dinamika sosial, serta pesan-pesan visual yang beredar di ruang digital.

Media dan komunikasi visual memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk persepsi Generasi Z terhadap self-harm, baik secara positif maupun negatif, tergantung pada cara pesan tersebut dikonstruksi dan disampaikan. Di satu sisi, representasi visual yang tidak sensitif atau romantisasi self-harm berpotensi memperkuat perilaku tersebut dan menciptakan efek penularan (*contagion effect*), terutama bagi individu dengan kondisi mental yang rentan. Namun di sisi lain, komunikasi visual yang dirancang secara empatik, edukatif, dan bertanggung jawab dapat menjadi sarana penting dalam meningkatkan kesadaran kesehatan mental, mendorong pencarian bantuan, serta memperkuat dukungan sosial. Visual kampanye kesehatan mental, ilustrasi naratif, video edukasi, dan konten media sosial yang menekankan validasi emosi, pentingnya dukungan sosial, serta akses terhadap bantuan profesional dapat membantu Generasi Z memahami bahwa self-harm bukan solusi, melainkan sinyal adanya kebutuhan emosional yang belum terpenuhi. Dengan demikian, dalam perspektif komunikasi visual, self-harm perlu diposisikan sebagai isu kesehatan mental yang membutuhkan pendekatan preventif, berbasis empati, dan kolaboratif antara media, komunitas, serta sistem dukungan sosial, agar Generasi Z dapat membangun mekanisme koping yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Bahasa Tulis

Bahasa tulis dalam konten Studio Djiwa berperan penting dalam menyampaikan pesan secara langsung kepada audiens. Penggunaan teks cenderung singkat, reflektif, dan personal, sehingga mudah dipahami oleh audiens muda. Teks tidak digunakan untuk menjelaskan secara panjang lebar, melainkan sebagai pemantik pemikiran dan perasaan.

Menurut Kress dan van Leeuwen (2006), makna dalam teks visual dapat dianalisis melalui penempatan ruang, yaitu konsep idealreal, givennew, dan centralmargin. Konsep ini membantu memahami bagaimana pembuat konten mengatur prioritas informasi dalam sebuah desain visual.

Dalam konten Studio Djiwa, teks yang ditempatkan pada bagian atas visual umumnya berfungsi sebagai ideal, yaitu inti pesan atau gagasan utama. Kalimat-kalimat reflektif yang muncul di bagian atas berfungsi untuk menarik perhatian audiens dan mengarahkan fokus pada isu emosional tertentu, seperti kelelahan mental, kesedihan, atau kebutuhan untuk beristirahat secara emosional.

Sementara itu, teks yang ditempatkan pada bagian bawah visual berfungsi sebagai real, yaitu informasi yang lebih membumi dan realistis. Bagian ini biasanya berisi penegasan, afirmasi, atau penjelasan singkat yang membantu audiens memahami pesan utama secara lebih konkret. Penempatan ini menunjukkan bahwa Studio Djiwa berupaya menyeimbangkan pesan ideal dengan kondisi nyata yang dialami audiens.

Konsep given-new juga terlihat dalam struktur teks yang digunakan. Informasi yang bersifat umum dan dekat dengan pengalaman sehari-hari audiens, seperti perasaan lelah atau merasa tidak baik-baik saja, ditempatkan sebagai informasi yang diasumsikan sudah diketahui (given). Sementara itu, ajakan untuk menerima emosi, melakukan refleksi diri, atau memberi ruang bagi diri sendiri ditampilkan sebagai informasi baru (new) yang ingin ditekankan.

Teks yang ditempatkan di bagian tengah visual berfungsi sebagai central, yaitu pusat perhatian yang menegaskan pesan utama. Elemen teks di bagian pinggir berfungsi sebagai margin, yakni informasi tambahan yang memperkuat makna inti. Pola ini menunjukkan bahwa bahasa tulis dalam konten Studio Djiwa dirancang secara strategis untuk membangun hierarki informasi yang jelas.

Ilustrasi

Ilustrasi dalam konten Studio Djiwa berfungsi sebagai representasi visual dari kondisi emosional dan psikologis yang bersifat abstrak. Melalui ilustrasi, emosi seperti sedih, lelah, dan cemas divisualisasikan dalam bentuk karakter manusia dengan gestur tertentu, seperti menunduk, diam, atau menyendiri.

Menurut Jewitt (2009), ilustrasi dalam teks multimodal tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga sebagai pembawa makna yang setara dengan teks.

Dalam konteks ini, ilustrasi Studio Djiwa berperan untuk membantu audiens memahami pesan emosional tanpa harus membaca teks secara mendalam.

Karakter ilustrasi yang digunakan cenderung bersifat netral dan tidak memiliki identitas spesifik. Hal ini memungkinkan audiens untuk melakukan identifikasi diri (self-identification), sehingga pesan terasa lebih personal dan relevan. Pendekatan ini sejalan dengan pendapat O'Halloran (2011) yang menyatakan bahwa visual yang bersifat universal lebih mudah diterima oleh audiens yang beragam.

Latar yang digunakan dalam ilustrasi umumnya sederhana dan minim detail. Latar kosong atau abstrak dapat dimaknai sebagai ruang refleksi internal, yang menekankan bahwa konflik yang diangkat bersifat psikologis dan berasal dari dalam diri individu. Penghilangan detail latar juga membantu audiens untuk lebih fokus pada ekspresi dan kondisi emosional karakter.

Warna

Warna menjadi salah satu moda semiotik yang paling dominan dalam membangun suasana dan emosi dalam konten Studio Djiwa. Menurut Kress dan van Leeuwen (2006), warna memiliki potensi semiotik yang kuat karena dapat menyampaikan makna emosional dan sosial tanpa harus dijelaskan secara verbal.

Warna gelap seperti hitam, abu-abu, dan cokelat tua banyak digunakan untuk merepresentasikan suasana muram, berat, dan reflektif. Warna-warna ini berasosiasi dengan kondisi psikologis yang tidak stabil atau kelelahan emosional. Monica dan Luzar (2011) menjelaskan bahwa warna gelap sering dikaitkan dengan keseriusan, kedalaman emosi, dan kondisi batin yang kompleks.

Selain warna gelap, Studio Djiwa juga menggunakan warna hangat seperti oranye atau cokelat muda. Warna-warna ini memberikan kesan empati, kehangatan, dan kedekatan emosional. Warna hangat berfungsi sebagai penyeimbang dari suasana gelap, sehingga konten tidak terasa terlalu menekan secara emosional.

Warna hijau atau warna lembut lainnya digunakan sebagai simbol ketenangan dan harapan. Menurut Yogananti (2015), warna hijau memiliki efek menenangkan dan sering diasosiasikan dengan pemulihan. Dalam konteks konten Studio Djiwa, warna hijau dapat dimaknai sebagai fase solusi atau penenangan setelah audiens diajak menyadari kondisi emosional yang berat.

Koherensi Moda-Moda Semiotik dalam Konten Studio Djiwa

Koherensi merujuk pada keterpaduan antar elemen dalam suatu wacana sehingga membentuk makna yang utuh (Hanafiah, 2014). Dalam konten Studio Djiwa, koherensi dibangun melalui hubungan antara bahasa tulis, ilustrasi, dan warna. Mengacu pada Van Leeuwen (2005), koherensi dalam teks multimodal dapat dibangun melalui komposisi, keterkaitan informasi, dan dialog.

Dukungan Sosial

Dukungan sosial dalam kajian Peran Kesehatan Mental dan Dukungan Sosial terhadap Perilaku Self-Harm pada Generasi Z melalui Media dan Komunikasi Visual dipahami sebagai keberadaan, kualitas, dan akses terhadap relasi interpersonal yang memberikan rasa diterima, dipahami, dihargai, serta didukung secara emosional, informasional, dan instrumental bagi individu Generasi Z yang rentan terhadap tekanan psikologis. Dukungan sosial dapat berasal dari berbagai sumber, seperti keluarga, teman sebaya, komunitas, tenaga profesional kesehatan mental, hingga jejaring digital di media sosial, yang masing-masing memiliki peran penting dalam membentuk rasa aman dan kelekatan sosial. Dalam konteks Generasi Z yang sangat dekat dengan media digital, komunikasi visual menjadi medium strategis untuk menyalurkan dukungan sosial melalui pesan-pesan empatik, representasi pengalaman yang validatif, serta kampanye kesehatan mental yang inklusif dan tidak menghakimi. Dukungan sosial yang kuat terbukti mampu menurunkan risiko perilaku self-harm karena membantu individu merasa tidak sendirian dalam menghadapi masalah, mendorong kemampuan mengekspresikan emosi secara sehat, serta memperkuat kepercayaan diri untuk mencari bantuan ketika mengalami distress psikologis. Sebaliknya, minimnya dukungan sosial, relasi yang toksik, atau lingkungan digital yang penuh stigma dapat memperburuk kondisi mental dan mendorong self-harm sebagai bentuk pelarian emosional. Oleh karena itu, melalui pendekatan media dan komunikasi visual yang sensitif, suportif, dan bertanggung jawab, dukungan sosial dapat diperkuat sebagai faktor protektif utama dalam pencegahan perilaku self-harm pada Generasi Z, sekaligus membangun budaya peduli kesehatan mental yang berkelanjutan di ruang sosial maupun digital.

Komposisi

Komposisi visual dalam konten Studio Djiwa menunjukkan keterpaduan antara teks, ilustrasi, dan warna. Ukuran teks yang dominan dipadukan dengan ilustrasi sederhana dan palet warna emosional untuk mengarahkan perhatian audiens pada pesan utama. Tata letak yang konsisten antar konten juga membantu audiens mengenali identitas visual Studio Djiwa. Komposisi ini memudahkan audiens dalam memahami pesan karena tidak terdapat elemen visual yang berlebihan. Hal ini sejalan dengan Bateman (2014) yang menyatakan bahwa kesederhanaan komposisi dapat meningkatkan efektivitas komunikasi visual.

Keterkaitan Informasi

Koherensi juga dibangun melalui keterkaitan informasi antar konten. Rangkaian konten Studio Djiwa membentuk alur naratif yang dimulai dari pengenalan emosi negatif, pengakuan atas perasaan tersebut, hingga ajakan untuk menerima dan merawat diri.

Alur ini menunjukkan bahwa Studio Djiwa tidak hanya menampilkan masalah, tetapi juga menawarkan ruang refleksi dan solusi emosional. Menurut O'Halloran (2011), struktur naratif yang berurutan membantu audiens membangun pemahaman secara bertahap.

Dialog

Dialog dalam konten Studio Djiwa dibangun melalui penggunaan kalimat reflektif dan ilustrasi yang memancing respons emosional audiens. Meskipun komunikasi berlangsung satu arah, konten ini menciptakan dialog simbolik antara pembuat pesan dan audiens. Pertanyaan reflektif dan pernyataan afirmatif mendorong audiens untuk melakukan evaluasi diri. Hal ini sejalan dengan pendapat Jewitt (2009) bahwa teks multimodal dapat menciptakan interaksi sosial meskipun tanpa komunikasi langsung.

Karakteristik Generasi Z

Karakteristik Generasi Z dalam konteks kajian Peran Kesehatan Mental dan Dukungan Sosial terhadap Perilaku Self-Harm pada Generasi Z melalui Media dan Komunikasi Visual ditandai oleh kedekatan yang sangat intens dengan teknologi digital dan media sosial sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang serba cepat, visual, dan terhubung secara global, sehingga memiliki kecenderungan untuk mengekspresikan diri, membangun identitas, serta mencari validasi melalui ruang digital. Di satu sisi, Generasi Z dikenal lebih terbuka dalam membicarakan isu kesehatan mental, lebih sadar akan pentingnya kesejahteraan psikologis, dan berani mengekspresikan emosi serta pengalaman personal yang sebelumnya dianggap tabu. Namun di sisi lain, karakteristik ini juga membuat mereka lebih rentan terhadap tekanan sosial, budaya perbandingan, fear of missing out (FOMO), serta ekspektasi sosial yang dibentuk oleh representasi visual ideal di media sosial. Kondisi tersebut dapat memicu stres, kecemasan, dan perasaan tidak cukup baik, yang jika tidak diimbangi dengan dukungan sosial dan literasi kesehatan mental yang memadai, berpotensi mendorong perilaku coping negatif seperti self-harm sebagai bentuk pelampiasan emosi atau upaya mengendalikan rasa sakit psikologis.

Melalui media sosial, karakteristik Generasi Z semakin terlihat dalam cara mereka berinteraksi, mengonsumsi informasi, dan memaknai isu kesehatan mental, di mana komunikasi visual menjadi medium utama yang membentuk persepsi, sikap, dan perilaku mereka. Platform seperti Instagram, TikTok, dan X (Twitter) tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga ruang curhat, pencarian identitas, dan komunitas dukungan, di mana narasi visual tentang kesehatan mental dapat berperan ganda sebagai sumber empati maupun risiko. Konten visual yang bersifat edukatif, suportif, dan representatif dapat memperkuat rasa keterhubungan sosial serta mendorong

perilaku mencari bantuan, sementara konten yang menormalisasi penderitaan ekstrem atau menampilkan self-harm secara tidak sensitif dapat memperburuk kerentanan psikologis. Oleh karena itu, dalam konteks komunikasi visual, pemahaman terhadap karakteristik Generasi Z menjadi kunci untuk merancang pesan kesehatan mental dan dukungan sosial yang tepat sasaran, empatik, dan bertanggung jawab. Media sosial, apabila dimanfaatkan secara bijak, dapat menjadi sarana strategis untuk membangun kesadaran, memperluas dukungan sosial, dan menumbuhkan mekanisme koping yang sehat bagi Generasi Z dalam menghadapi tekanan psikologis di era digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis semiotika visual terhadap konten Studio Djiwa, dapat disimpulkan bahwa konten tersebut memanfaatkan pendekatan multimodal dalam menyampaikan pesan kesehatan mental dan refleksi emosional kepada audiens muda. Tiga moda semiotik utama yang digunakan, yaitu bahasa tulis, ilustrasi, dan warna, berperan saling melengkapi dalam membangun makna dan narasi visual yang utuh.

Bahasa tulis digunakan secara singkat dan reflektif dengan penempatan ruang yang mengikuti konsep ideal-real dan given-new, sehingga mampu mengarahkan perhatian audiens pada pesan utama sekaligus memberikan konteks emosional yang relevan dengan pengalaman sehari-hari. Ilustrasi berfungsi sebagai representasi visual dari kondisi psikologis yang bersifat abstrak, seperti kelelahan mental dan refleksi diri, yang memungkinkan audiens melakukan identifikasi secara personal. Sementara itu, warna digunakan sebagai kode emosional untuk membangun suasana visual, mulai dari nuansa muram yang merepresentasikan tekanan batin hingga warna lembut yang menandakan ketenangan dan harapan.

Koherensi antar moda semiotik dalam konten Studio Djiwa dibangun melalui komposisi visual yang konsisten, keterkaitan informasi antar konten, serta dialog simbolik yang mendorong audiens untuk melakukan refleksi diri. Koherensi ini menjadikan pesan yang disampaikan tidak hanya mudah dipahami, tetapi juga mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens.

Dengan demikian, konten Studio Djiwa dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan isu kesehatan mental di media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian desain komunikasi visual, khususnya dalam pemanfaatan semiotika visual sebagai pendekatan untuk memahami peran desain dalam menyampaikan pesan sosial dan emosional.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Nasir, N. I. A., Mohd Lazim, N. A., Omar, M., Mohd Muslim Tan, E., & Ishak,

- S. N. (2024). Visual Analysis Study of Motion Graphic Effect as Visual Communication for Mental Health Empowerment. *Idealogy Journal*, 9(2)
- Angga Reza, Y. (2025). PSIKOLOGI BENTUK DALAM DESAIN GRAFIS: BAGAIMANA BENTUK MEMPENGARUHI PERSEPSI DAN MAKNA. In *Communication & Design Journal e* (Vol. 2, Number 1).
- Enjelita Moenandar, V., Adi Wibowo, K., & Fuady, I. (2022). ANALISIS KONTEN KESEHATAN MENTAL PADA INSTAGRAM STUDIO DJIWA. *Versi Cetak*, 6(2), 583–591. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v6i2.19183>
- evaluasi hubungan media sosial*. (n.d.).
- Firdausiyah, H., & Syahreni, J. M. (n.d.). KAMPANYE ANTI BULLYING PADA KONTEN INSTAGRAM @PEACEGENID: ANALISIS SEMIOTIKA MULTIMODAL KRESS DAN VAN LEEUWEN ANTI-BULLYING CAMPAIGN ON THE INSTAGRAM CONTENT OF @PEACEGENID: KRESS AND VAN LEEUWEN'S SEMIOTIC MULTIMODAL ANALYSIS. *Introducing Multimodality*. (n.d.).
- Introducing Social Semiotics*. (n.d.).
- Kurniawan, G., & Ditto, A. (2025). Designing an Information Media on the Impact of Excessive Social Media Use on Adolescents' Mental Health Disorders. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(3), 1–7.
- Rezky Elvira, S., Sakti, H., & Soedarto Tembalang Semarang, J. S. (n.d.). Eksplorasi Pengalaman Nonsuicidal Self-Injury (Nssi) Pada Wanita Dewasa Awal: Sebuah Interpretative Phenomenological Analysis. In *Jurnal Empati* (Vol. 10, Number 5).
- Yusa, I. M. M., Ardhana, I. K., Putra, I. N. D., & Pujaastawa, I. B. G. (2023). EMOTIONAL DESIGN: A REVIEW OF THEORETICAL FOUNDATIONS, METHODOLOGIES, AND APPLICATIONS. *Journal of Aesthetics, Design, and Art Management*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.58982/jadam.v3i1.308>