

DAMPAK KAMPANYE ‘*LOVE MYSELF*’ TERHADAP KESEHATAN MENTAL REMAJA DALAM KONTEKS SDGs 3

Oleh

Mellysa Indika Putri
NIM. 2205050026

Abstrak

Penelitian ini menganalisis dampak kampanye global ‘*Love Myself*’ yang diinisiasi oleh grup musik BTS dan organisasi internasional UNICEF terhadap kesehatan mental remaja dalam mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals*. Meskipun urgensi kesehatan mental semakin meningkat, tetapi masih banyak remaja yang enggan mencari bantuan profesional dikarenakan stigma sosial yang kuat dan keterbatasan layanan formal. Penelitian ini menggunakan teori *Transnational Advocacy Network* untuk menganalisis kolaborasi lintas negara melalui media digital yang dapat mendorong perubahan sosial, yang di mana sesuai dengan fokus penelitian ini yaitu menganalisis kerja sama antara BTS dan UNICEF sebagai aktor non-negara dalam melakukan upaya pencapaian target SDG 3.4 mengenai kesehatan mental dan kesejahteraan, serta menganalisis dampak dari kampanye dan peran diplomasi selebriti dalam pembangunan global dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan teknik triangulasi yang didapat melalui studi dokumentasi jejak digital dan wawancara mendalam secara daring dan tatap muka bersama lima informan dari komunitas penggemar BTS (ARMY) yang termasuk ke dalam kategori remaja akhir berusia 18-24 tahun yang berasal dari beberapa wilayah di Indonesia, serta satu informan ahli atau kunci dari Dinas Kesehatan Provinsi Kepulauan Riau. Temuan penelitian yang didapat menunjukkan bahwa kampanye ‘*Love Myself*’ memberikan dampak positif terhadap kondisi psikologis para informan dalam mengubah pikiran negatif untuk melakukan percobaan mengakhiri hidup karena keputusan, meningkatkan kepercayaan diri, serta mendorong perubahan perilaku para informan untuk meruntuhkan stigma terhadap kesehatan mental sehingga berani mengakses bantuan profesional. Dapat disimpulkan bahwa adanya kolaborasi transnasional berbasis budaya populer dan media sosial ini terbukti efektif sebagai sarana penyebaran informasi yang efektif untuk melengkapi keterbatasan layanan kesehatan formal dalam mewujudkan kesejahteraan mental generasi muda.

Kata Kunci: Kampanye ‘*Love Myself*’, Kesehatan Mental Remaja, SDG 3.4, *Transnational Advocacy Network*, ARMY.

THE IMPACT OF THE 'LOVE MYSELF' CAMPAIGN ON ADOLESCENT MENTAL HEALTH IN THE CONTEXT OF SDG 3

By

Mellysa Indika Putri
NIM. 2205050026

Abstract

This study analyzes the impact of the global 'Love Myself' campaign initiated by the music group BTS and UNICEF, on adolescents mental health in supporting the achievement of SDGs. Although the urgency of mental health issues is growing, many adolescents remain reluctant to seek profesional help due social stigma and limited formal services. This research utilizes the Transnational Advocacy Network theory to analyze crosss-national collaboration trough social media that can drive social change, which aligns with the study focus is analysing the collaboration between BTS and UNICEF as non-state actors in their efforts to achieve SDG 3.4 on mental health and well-being, as well as analyzing the impact of campaign and the role of celebrity diplomacy in global development using descriptive qualitative research methods and triangulation techniques derived from a study of digital footprints and in-depth interviews conducted both online and in person with five informants from BTS fan community (ARMY) who fall into the late adolescent category ages 18-24 and come from various regions in Indonesia, as well as one expert or key informant from Dinas Kesehatan Kepulauan Riau. The researce findings indicate that the 'Love Myself' campaign had a positive impact on the psychological well-being of the participants by helping them overcome negative thoughts that led them to attemp suicide out of despair, boosting their self-confidence, and encouraging behavioral changes to break down the stigma surrounding mental health, thereby empowering them to seek profesional help. It can be conclude that this transnational collaboration, rooted in popular culture and social media, has proven effective as a means of disseminating information to complement the limitations of formal health services in promoting the mental well-being of the younger generation.

Key Words: 'Love Myself' Campaign, Adolescent Mentaal Health, SDG 3.4, Transnational Advocacy Network, ARMY.