

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) merupakan suatu unit layanan yang hadir sebagai upaya preventif dan promotif yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas keluarga melalui edukasi dan konseling bagi keluarga, orang tua dan anak. PUSPAGA merupakan salah satu program unggulan yang berada di bawah naungan dan dalam pengelolaan Bidang Pemberdayaan Perempuan dan Pengarusutamaan Gender dari Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Semarang. DP3A Kota Semarang dalam tugasnya bertanggung jawab dalam pemberdayaan perempuan, perlindungan anak, serta merumuskan kebijakan dan mengkoordinasikan program-program untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. DP3A juga memberikan perlindungan hukum kepada kelompok rentan, termasuk dengan melakukan pembinaan, pengawasan, evaluasi, hingga monitoring program, salah satunya adalah program layanan konseling kesehatan mental yang disediakan oleh PUSPAGA.

PUSPAGA saat ini telah tersebar pada 301 lokasi di seluruh Indonesia, termasuk 18 PUSPAGA di tingkat provinsi, dan 283 di tingkat kabupaten/kota. PUSPAGA berfokus pada pencegahan dan penanganan masalah keluarga dan psikososial melalui pendekatan yang menyediakan berbagai layanan seperti layanan konseling, layanan rujukan lebih lanjut, bimbingan kepada masyarakat, penjangkauan, maupun layanan konsultasi psikologis dengan tenaga ahli dibidangnya secara *offline* maupun *online*. Sasaran pelayanan PUSPAGA diberikan kepada semua kelompok usia, baik anak, remaja, dewasa, hingga lansia. Latar belakang penerima layanannya juga beragam, mencakup pelajar, mahasiswa, pekerja, hingga ibu rumah tangga dengan berbagai kategori keluhan yang berbeda.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari PUSPAGA Kota Semarang, PUSPAGA mengelompokkan keluhan tersebut dalam empat kategori utama yaitu pengasuhan, pernikahan, pendidikan, dan kesehatan. Kategori pengasuhan

mencakup permasalahan kesulitan dalam mendidik anak dan menentukan pola asuh yang tepat. Pada kategori pernikahan, keluhan yang sering timbul mencakup buruknya komunikasi dan konflik antar pasangan. Kategori pendidikan mencakup keluhan kurangnya motivasi belajar, kebingungan dalam menentukan minat dan tujuan, kurangnya dukungan orang tua dalam studi, dan adaptasi sosial di lingkungan sekolah. Sedangkan dalam kategori kesehatan mencakup keluhan seperti kecemasan berlebih, stres, dan berbagai tuntutan yang menyebabkan tekanan psikologis menjadi faktor permasalahan yang paling dominan. PUSPAGA mendapati banyaknya pengguna layanan yang mengeluhkan permasalahan yang berat sehingga menyebabkan individu mengisolasi diri hingga melakukan tindakan yang menyakiti atau melukai diri sendiri dengan sengaja. Pengalaman-pengalaman tersebut menjadi bukti nyata bahwa berbagai layanan yang disediakan oleh PUSPAGA seperti edukasi dan konseling dengan tenaga profesional sangat dibutuhkan oleh masyarakat terutama bagi mereka yang menghadapi berbagai tekanan hidup hingga berdampak pada kehidupan sehari-hari serta kesehatan fisik maupun kesehatan mentalnya.

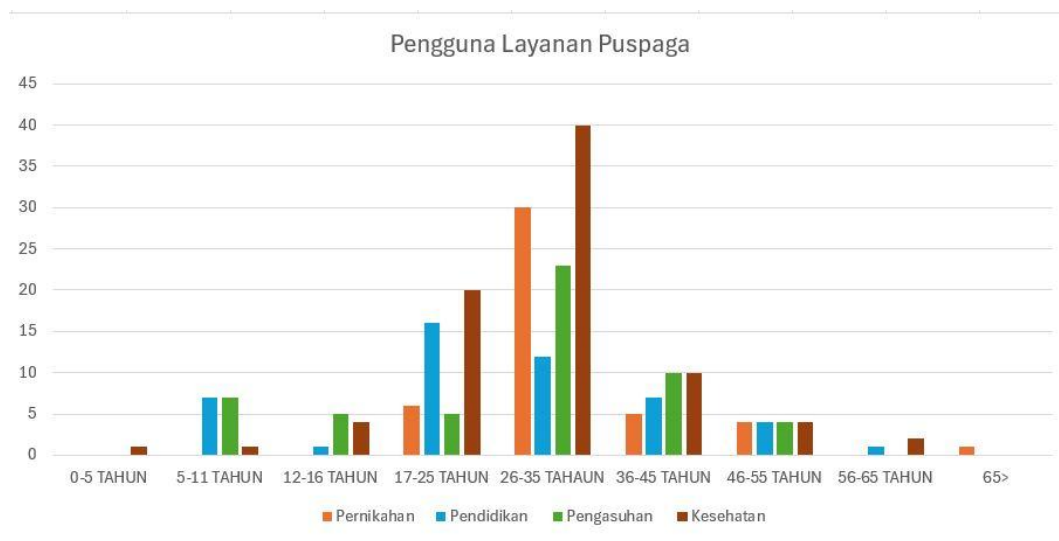
Kesehatan mental merupakan salah satu aspek fundamental dari kesejahteraan manusia (Zakiah, 2025). Menurut World Health Organization (2022), kesehatan mental didefinisikan sebagai kondisi kesejahteraan mental yang memungkinkan seseorang mampu mengatasi tekanan hidup, menyadari kemampuan mereka untuk belajar dan bekerja dengan baik, dan dapat berkontribusi pada komunitasnya. Pentingnya menjaga kesehatan mental setara dengan menjaga kesehatan fisik, karena individu dengan kondisi kesehatan mental yang baik akan lebih mampu mengoptimalkan potensi dirinya dalam menghadapi permasalahan hidup serta menjalin hubungan positif dengan orang lain (Caesaria dkk, 2024). Selain itu, Institute for Health Metrics and Evaluation melaporkan prevalensi faktor resiko gangguan kesehatan mental tahun 2019 mencapai 6,76% pada kelompok usia dewasa awal di Indonesia (dalam Putri & Ariana, 2022).

Dilihat dari aspek perkembangan biologis dan sosial, usia dewasa awal (*emerging adults*) merupakan usia yang paling rentan mengalami *stress*, depresi, dan kecemasan. Hal ini terjadi karena kelompok tersebut mengalami peralihan yang

signifikan dari masa remaja yang masih bergantung pada orang tua menuju dewasa yang *independent*. Fase ini merupakan masa ketika individu memiliki kondisi emosional yang tidak stabil, diiringi konflik dan berbagai tuntutan, serta mudahnya perubahan pada suasana hati. Artinya, fase dewasa awal dapat meningkatkan kerentanan individu terhadap gangguan kesehatan mental karena fase tersebut penuh dengan ketidakstabilan dan tekanan (Sari & Susmiatin, 2023).

Transisi dan tantangan yang dihadapi oleh dewasa awal meliputi berbagai aspek seperti hubungan pasangan, dinamika keluarga, hingga perjalanan memulai karir atau pekerjaan yang kerap menimbulkan tekanan psikologis signifikan. Alvionita *et al.*, (2024) menemukan bahwa 69% kelompok dewasa awal khususnya pekerja muda mengalami *stress* kerja lebih tinggi karena pada fase ini tanggung jawab hidup semakin besar sehingga memengaruhi keseimbangan psikologis dan kesehatan secara menyeluruh.

Sehubungan dengan hal tersebut, dilampirkan data pengguna layanan PUSPAGA Kota Semarang terhitung satu tahun sejak PUSPAGA Kota Semarang diresmikan, dimulai dari April 2024 sampai dengan April 2025 yang menunjukkan bahwa kategori kesehatan merupakan kategori permasalahan utama, yang paling banyak dikeluhkan oleh pengguna layanan PUSPAGA Kota Semarang, khususnya para pekerja muda.



Gambar 1. 1 Data Pengguna Layanan PUSPAGA Kota Semarang
(Sumber: PUSPAGA Kota Semarang, 2025)

Data diagram pada Gambar 1.1 di atas merupakan data pengguna layanan PUSPAGA Kota Semarang yang menunjukkan bahwa kategori kesehatan merupakan kategori permasalahan yang paling banyak dikeluhkan, yaitu ada di angka 40 konsultasi. Kategori Kesehatan tersebut mencakup keluhan utama seperti kecemasan berlebih akibat tekanan dalam pekerjaan yang berdampak pada kesehatan mental mereka. Dari data tersebut, diketahui pula rentang usia 26-35 tahun merupakan kelompok pengguna tertinggi yang mengakses layanan konseling PUSPAGA Kota Semarang. Menurut Al Amin (Hakim, 2020), klasifikasi usia menurut Kementerian Kesehatan sebagai berikut: 1) Masa Balita: 0–5 Tahun; 2) Masa Kanak-Kanak: 5–11 Tahun; 3) Masa Remaja Awal: 12–16 Tahun; 4) Masa Remaja Akhir: 17–25 Tahun; 5) Masa Dewasa Awal: 26–35 Tahun; 6) Masa Dewasa Akhir: 36–45 Tahun; 7) Masa Lansia Awal: 46–55 Tahun; 8) Masa Lansia Akhir: 56–65 Tahun; dan 9) Masa Manula: > 65 Tahun. Artinya, kelompok pengguna layanan PUSPAGA Kota Semarang paling tinggi adalah kelompok usia dewasa awal. Setelah ditinjau lebih lanjut, kelompok dewasa awal yang menggunakan layanan PUSPAGA dengan keluhan tertinggi yaitu pada masalah kesehatan mental berasal dari para pekerja muda, karena tekanan yang bersumber dari pekerjaan maupun kehidupan personal nya.

Guna menggali data lebih dalam, penulis menyebarkan survei kuesioner yang dibagikan pada 101 responden dengan karakteristik kelompok dewasa awal berusia 26-35 tahun, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, dan berdomisili di Kota Semarang. Hasil dari kuesioner tersebut sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Kondisi Kelompok Dewasa Awal yang Merasa Tertekan oleh Tuntutan Pekerjaan atau Karir

Hasil survei kuesioner pada Gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa mayoritas usia dewasa awal di Kota Semarang, yaitu sebanyak 74 responden (73,3%) dari 101 responden merasa sering tertekan oleh tuntutan pekerjaan atau karir. Sementara itu, 9,9% menyatakan jarang, 7,9% merasa kadang-kadang, 5% merasa sangat sering, dan 4% merasa tidak pernah mengalami. Tuntutan dalam pekerjaan seperti beban kerja berlebih dan relasi kurang sehat dengan rekan kerja dapat memicu stress jika berlangsung terus-menerus. Jika tidak segera ditangani, kondisi tersebut dapat memperburuk tingkat stress individu, berdampak negatif pada kinerja hingga kesehatan mental dan kualitas hubungan dalam kehidupan sehari-hari.

Mengetahui kondisi kesehatan mental dewasa awal sangat penting untuk dilakukan agar segera mendapatkan penanganan dini yang merupakan upaya pencegahan dampak buruk yang memengaruhi kualitas hidup seseorang. Jika hal tersebut tidak diperhatikan dengan serius maka dapat berpengaruh negatif pada berbagai aspek seperti pekerjaan, keluarga, maupun kehidupan pribadi (Cahyo *et*

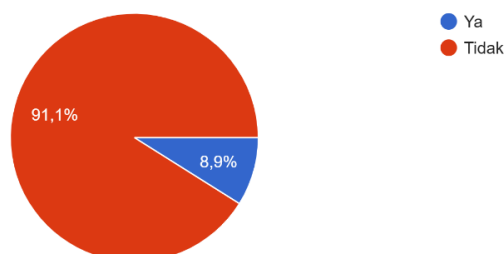
al., 2024). Dalam hal ini, dukungan sosial yang datangnya dari berbagai sumber seperti orang tua, keluarga, teman, sahabat, maupun lembaga atau komunitas sekitar sangat dibutuhkan (Setyorini *et al.*, 2025). Dukungan tersebut dapat berupa memberikan edukasi, ruang aman mengekspresikan emosi, serta akses ke tenaga profesional yang dikemas dalam bentuk kelas konseling kesehatan mental.

Kelas konseling merupakan bentuk bantuan dukungan psikologis yang membantu individu menghadapi persoalan emosional, pribadi, dan sosial. Selain dilakukan secara individu, konseling juga bisa dilaksanakan secara berkelompok, yang memungkinkan adanya saling berbagi pengalaman, dukungan, serta pembelajaran dari sudut pandang orang lain. Pendekatan berbasis psikologi positif seperti terapi kelompok, konseling individual dan pelatihan keterampilan sosial berperan penting dalam membantu individu membangun strategi koping adaptif terhadap tekanan atau *stress* (Hasibuan *et al.*, 2025).

Selain memberi dukungan utama dalam bentuk kelas konseling kesehatan mental, terdapat kegiatan pendukung berupa workshop lilin aromaterapi yang berisi kegiatan praktik pembuatan lilin aromaterapi sebagai inovasi atau gagasan baru. Kegiatan ini merupakan aktivitas kreatif yang dapat dilakukan audiens sebagai sarana relaksasi dan pelepas *stress*. Mengatasi tingginya keluhan kesehatan mental dari pekerja muda melalui kegiatan kelas konseling kesehatan mental dan workshop kreatif tidak hanya bermanfaat untuk membekali pekerja muda mengenai kesehatan mental saja, tetapi juga memberi pengalaman kepada peserta dengan praktik relaksasi sederhana yang bisa dilakukan dengan mudah melalui media lilin aromaterapi. Dalam hal ini, memberikan layanan berupa Kelas Konseling kepada masyarakat merupakan salah satu tugas dari PUSPAGA Kota Semarang.

Apakah Anda mengetahui PUSPAGA SEMAR Kota Semarang menyelenggarakan kegiatan Kelas Konseling?

101 jawaban

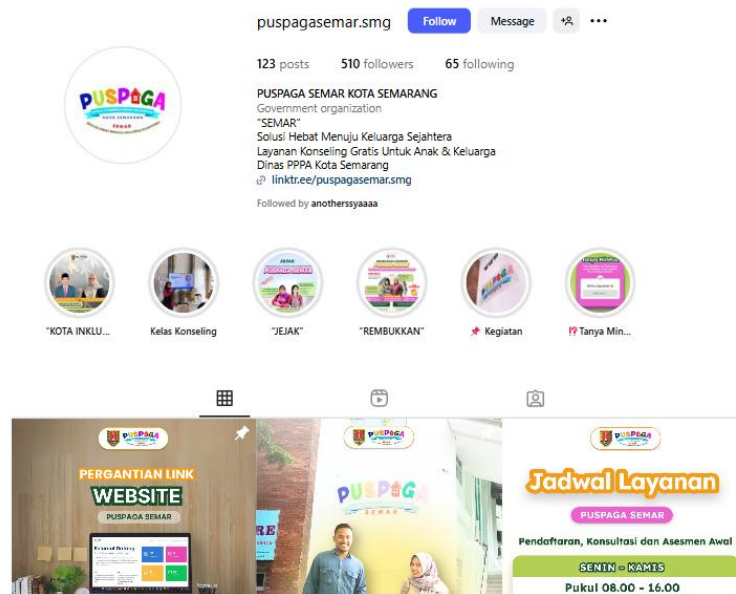


Gambar 1. 3 Hasil Survei Dewasa Awal Mengenai Pengetahuan Kegiatan Kelas Konseling Bersama PUSPAGA Kota Semarang

Meskipun data pengguna layanan PUSPAGA Kota Semarang pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa kelompok dewasa awal berusia 26-35 tahun merupakan pengguna layanan tertinggi, namun berdasarkan hasil survei kuesioner yang disebarikan oleh penulis kepada 101 responden kelompok dewasa awal dengan mayoritas responden adalah pekerja muda di Kota Semarang seperti pada Gambar 1.3, menghasilkan bahwa hanya sebanyak 8,9% dari 101 responden, yakni 9 responden yang menjawab Ya atau mengetahui bahwa PUSPAGA Kota Semarang mengadakan kegiatan Kelas Konseling. Sisanya, sebanyak 91,9% dari 101 responden, yakni sebanyak 92 responden menyatakan tidak mengetahui bahwa PUSPAGA Kota Semarang mengadakan kegiatan Kelas Konseling. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan kelompok dewasa awal atau mayoritas pekerja muda di Kota Semarang mengenai Kelas Konseling yang diadakan oleh PUSPAGA Kota Semarang masih rendah. Walaupun pada kenyataannya, PUSPAGA Kota Semarang telah melakukan beberapa upaya untuk menginformasikan mengenai layanan dan kegiatan kelas konseling yang diadakan, yaitu melalui media informasi konvensional seperti *leaflet*, dan media digital, yaitu media sosial seperti Instagram PUSPAGA Kota Semarang.

PUSPAGA Kota Semarang sebelumnya telah berupaya mengenalkan layanan dan kegiatan kelas konseling nya melalui media digital yaitu media sosial Instagram @puspagasemar.smg. Namun, berdasarkan hasil wawancara yang

dilakukan penulis bersama Ibu Ratin, Kepala Administrasi PUSPAGA Kota Semarang (5 Mei 2025), saat ini strategi menginformasikan kegiatan kelas konseling utama nya masih dengan cara datang ke instansi atau perusahaan untuk kerja sama menyelenggarakan *event* tersebut. Selain itu, PUSPAGA Kota Semarang juga menggunakan media sosial Instagram, namun penggunaannya masih belum optimal karena keterbatasan sumber daya seperti tidak ada tim hubungan masyarakat khusus untuk melakukan publikasi. Hal ini menyebabkan informasi mengenai kegiatan kelas konseling maupun pendaftarannya masih belum dipublikasikan secara optimal. Misalnya, terdapat kegiatan kelas konseling yang hanya bisa dipublikasi dalam bentuk video *reels* pasca-acara atau *feeds* carousel *report* kegiatan setelah acara berlangsung saja, tanpa posting informasi atau flyer acara sebelum pelaksanaannya. Karena strategi penjangkauan yang dilakukan masih secara langsung di lapangan dan penggunaan sosial media Instagram yang belum dimaksimalkan untuk menginformasikan kegiatan kelas konseling, maka jangkauan penyebaran informasi tentang kegiatan masih terbatas, tidak seluas jika mengoptimalkan penggunaan media sosial. Hal tersebut menyebabkan minimnya pengetahuan masyarakat mengenai keberadaan kegiatan kelas konseling bersama PUSPAGA Kota Semarang.



Gambar 1. 4 Akun Instagram PUSPAGA Kota Semarang

Gambar 1.4 merupakan akun Instagram @puspagasemar.smg yang dimanfaatkan sebagai media untuk membagikan informasi mengenai layanan maupun kegiatan yang dilaksanakan oleh PUSPAGA Kota Semarang. Berikut merupakan hasil publikasi kegiatan yang telah dilakukan Puspaga Kota Semarang untuk menginformasikan kegiatan kelas konselingnya:

Tabel 1. Hasil Audit Konten Informasi Kelas Konseling pada Instagram PUSPAGA

(Sumber : Instagram PUSPAGA Kota Semarang)

No	Konten	Tanggal Posting	Like	Comment	Share	Views	Media Sosial	Keterangan
1.	Video <i>After Event</i> Kelas Konseling Kesehatan Mental Bersama PT Marimas Putra Kencana.	20 Juni 2025	36	0	0	838	Reels Instagram	Collab dengan Instagram DP3A
2.	Flyer Kelas Konseling Kesehatan Mental Bersama PT Marimas Putra Kencana	18 Juni 2025	29	0	0	958	Reels Instagram	Collab dengan Instagram DP3A
3.	Flyer Kelas Konseling Kesehatan Mental Bersama PT Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal	16 Juni 2025	8	0	0	-	Feeds Instagram	Tidak collab dengan Instagram DP3A
4.	Video <i>After Event</i> Konseling dan Parenting Bersama	28 Mei 2025	26	0	0	664	Reels Instagram	Collab dengan Instagram DP3A

	PUSPAGA di SMPN 27 Semarang							
5.	Report kegiatan : Kelas Konseling Perempuan Rentan di Pondok Boro	23 Maret 2025	32	0	1	-	Feeds Instagram	Collab dengan Instagram DP3A
6.	Report kegiatan : Kelas Konseling Mahasiswa	22 Maret 2025	33	2	5	-	Feeds Instagram	Collab dengan Instagram DP3A
7.	Video <i>After Event</i> : Kelas Konseling di Desa Anak SOS Day 3	25 Februari 2025	19	0	0	557	Reels Instagram	Collab dengan Instagram DP3A
8.	Video <i>After Event</i> : Kelas Konseling di Desa Anak SOS Day 2	21 Februari 2025	20	0	0	599	Reels Instagram	Collab dengan Instagram DP3A

Berdasarkan Tabel 1. Hasil Audit Konten Informasi Kelas Konseling PUSPAGA Kota Semarang, konten *feeds* dan *reels* Instagram menunjukkan interaksi tertinggi. *Feeds* informatif tentang *report* kegiatan Kelas Konseling Kesehatan Mental bagi Mahasiswa memiliki jumlah interaksi tertinggi yang mencapai 33 *likes*, 2 komentar, dan 5 *shares*. Kemudian disusul dengan *reels After Event* Kelas Konseling Kesehatan Mental Bersama PT Marimas Putra Kencana yang memperoleh 36 *likes*. Sementara mengenai konten dengan jangkauan paling tinggi ada di konten Flyer Kelas Konseling Kesehatan Mental Bersama PT Marimas Putra Kencana dengan *likes* mencapai 29, dan 958 *views*. Ketiga konten tersebut juga memanfaatkan fitur kolaborasi dengan akun Instagram milik DP3A Kota Semarang, sehingga interaksi maupun jangkauannya lebih luas. Sebaliknya, konten *feeds* mengenai Flyer Kelas Konseling Kesehatan Mental Bersama PUSPAGA

Kota Semarang dengan PT Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal hanya memperoleh sebanyak 8 *likes*, tanpa komentar dan *shares*, serta postingan tersebut tidak memanfaatkan fitur kolaborasi akun. Dari perbandingan ini, dapat disimpulkan bahwa konten *feeds* ataupun *reels* Instagram yang memanfaatkan fitur kolaborasi akun antara akun instagram milik PUSPAGA Kota Semarang dengan DP3A Kota Semarang memiliki interaksi dan jangkauan yang lebih luas, serta mendapat respons yang lebih baik dari masyarakat, terutama ketika disajikan dalam bentuk visual yang ringkas dan mudah diakses.

Namun, berdasarkan hasil analisis konten informasi Kelas Konseling yang dipublikasi di Instagram PUSPAGA Kota Semarang, didapati bahwa pemanfaatan fitur kolaborasi akun masih terbatas hanya dengan akun resmi DP3A Kota Semarang. Padahal, peluang kolaborasi dengan media partner lain belum dioptimalkan, sehingga jangkauan penyebaran informasi belum maksimal. Selain itu, variasi media promosi masih minim, terdapat konten yang belum memanfaatkan fitur kolaborasi, serta publikasi di media sosial Instagram belum dilakukan secara konsisten. Kondisi ini menunjukkan bahwa upaya pemberian informasi mengenai Kelas Konseling Kesehatan Mental masih kurang optimal dan berdampak pada rendahnya pengetahuan masyarakat, khususnya pekerja muda yang termasuk dalam kelompok dewasa awal di Kota Semarang, terkait kegiatan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi pemasaran yang lebih terarah, termasuk pemanfaatan sosial media dan media partner, agar persebaran informasi lebih luas, konsisten, dan interaktif.

Saat ini media sosial merupakan sumber informasi utama bagi kalangan muda. Dilansir dari data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021, tercatat 91,33% masyarakat Jawa Tengah, khususnya di Kota Semarang, menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Platform yang paling sering di akses meliputi Instagram, Whatsapp, Facebook, dan aplikasi lainnya. Selain itu, menurut Alfaran dkk (2022), hasil riset tim Marketeers yang dilakukan pada 18 kota besar di Indonesia turut menunjukkan bahwa Kota Semarang menempati urutan ke-9 dengan angka akses internet harian sebesar 32,49%, lebih tinggi dari rata-rata nasional yang hanya 31,28%. Menurut Cutlip & Center (2006) dalam Farida &

Rahman (2025), media partner merupakan salah satu strategi penting dalam praktik *public relations* yang menjalin kerja sama dengan pihak media untuk mencapai tujuan yang selaras. Bentuk kolaborasi ini bersifat saling menguntungkan, tujuannya untuk meningkatkan jangkauan publikasi sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa diperlukan implementasi strategi *marketing communication* yang tepat untuk mendukung promosi dan publikasi kegiatan Kelas Konseling Kesehatan Mental dan Workshop Lilin Aromaterapi bagi Pekerja Muda bersama PUSPAGA Kota Semarang. Hal ini penting agar informasi mengenai kegiatan dapat tersampaikan secara maksimal kepada target audiens, sehingga mampu meningkatkan kesadaran dan partisipasi pekerja muda dalam mengikuti kegiatan yang diselenggarakan PUSPAGA Kota Semarang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi suatu rumusan masalah yaitu: diperlukan strategi *marketing communication* yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi kelompok dewasa awal khususnya pekerja muda dalam *event* kelas konseling kesehatan mental dan workshop lilin aromaterapi, serta perlunya pemanfaatan maksimal media sosial Instagram, beserta fitur kolaborasi akun dan kerja sama dengan media partner yang sangat penting untuk memperluas jangkauan promosi dan publikasi *event* kepada masyarakat, khususnya target audiens yaitu pekerja muda kelompok usia dewasa awal di Kota Semarang.

1.3 Tujuan

Tujuan proyek Tugas Akhir ini adalah untuk merancang dan mengimplementasikan strategi *marketing communication* melalui produksi serta publikasi konten promosi di Instagram, termasuk pemanfaatan fitur kolaborasi akun dan kerja sama dengan media partner, guna meningkatkan kesadaran dan partisipasi pekerja muda kelompok dewasa awal di Kota Semarang terhadap *event* kelas

konseling kesehatan mental dan workshop lilin aromaterapi bersama PUSPAGA Kota Semarang.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

Proyek tugas akhir ini diharap dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan bagi penelitian sejenis di bidang *marketing communication*, khususnya terkait strategi komunikasi pemasaran *event* yang berfokus pada isu kesehatan mental. Proyek ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa mengenai pemanfaatan media sosial, fitur kolaborasi akun, serta peran media partner dalam memperluas jangkauan promosi pada era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penerapan strategi *marketing communication* pada kegiatan kelas konseling kesehatan mental dan workshop lilin aromaterapi dapat menjadi tolak ukur keberhasilan promosi *event* dalam menjangkau dan meningkatkan partisipasi audiens sasaran.

a. Bagi Mahasiswa

Pelaksanaan proyek tugas akhir ini diharap dapat menjadi sarana pembelajaran untuk mengasah keterampilan dalam merancang, memproduksi, sekaligus mengimplementasikan strategi *marketing communication* melalui media sosial khususnya Instagram dan memaksimalkan kolaborasi.

b. Bagi Masyarakat (Pekerja Muda Kelompok Usia Dewasa Awal)

Diharapkan penerapan strategi *marketing communication* pada kegiatan ini dapat memudahkan masyarakat khususnya pekerja muda yang menjadi target audiens utama dalam memperoleh informasi yang menarik dan mudah diakses, sehingga mendorong keterlibatan audiens dalam *event* sekaligus meningkatkan kesadaran terhadap isu kesehatan mental.

c. Bagi PUSPAGA Kota Semarang

Diharapkan proyek tugas akhir ini dapat menjadi referensi dalam mengoptimalkan penerapan strategi *marketing communication* untuk kegiatan sejenis, baik melalui pemanfaatan media sosial maupun kerja sama dengan media partner, sehingga jangkauan publikasi semakin luas dan efektif.

1.5 Luaran Program Kegiatan

Adapun luaran dari proyek tugas akhir ini adalah pelaksanaan kegiatan kelas konseling dan workshop, didukung dengan *output* dari penerapan strategi *marketing communication* yaitu: flyer digital, video *reels* dan video *after event* yang dipublikasikan melalui Instagram, serta spanduk kegiatan dalam bentuk cetak.