

## PERANCANGAN INFOGRAFIS DIGITAL PADA INSTAGRAM SMCC UNESA UNTUK EDUKASI MANAJEMEN STRES MAHASISWA TINGKAT AKHIR

Hikmal Abror Fiqh<sup>1</sup>, Nova Kristiana<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya  
email: [hikmal.21020@mhs.unesa.ac.id](mailto:hikmal.21020@mhs.unesa.ac.id)

### Abstrak

Mahasiswa tingkat akhir kerap menghadapi tekanan akademik yang tinggi, terutama dalam proses penyelesaian tugas akhir. Tekanan ini berisiko menimbulkan stres yang berdampak negatif terhadap performa akademik dan kesehatan mental mereka. Universitas Negeri Surabaya melalui Subdirektorat Mitigasi *Crisis Center* (SMCC) menyediakan layanan dukungan psikologis, namun penyebaran informasinya dinilai belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media infografis digital di Instagram sebagai sarana edukasi manajemen stres yang komunikatif dan sesuai dengan karakteristik mahasiswa Gen Z. Perancangan dilakukan dengan metode 5W+1H, serta pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil perancangan berupa sembilan konten infografis digital (6 statis dan 3 dinamis), brosur cetak, serta poster kampus. Desain yang dihasilkan mengikuti preferensi visual mahasiswa dan menerapkan prinsip desain komunikasi visual untuk meningkatkan keterlibatan audiens di media sosial. Diharapkan media ini dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya manajemen stres dan mendorong pemanfaatan layanan SMCC secara lebih luas dan proaktif.

**Kata kunci:** infografis; stres; mahasiswa; Instagram; edukasi

### Abstract

*Final-year university students often face high academic pressure, particularly during the completion of their final projects. This pressure can lead to stress, which negatively impacts academic performance and mental health. Universitas Negeri Surabaya, through its Sub-directorate of Mitigation Crisis Center (SMCC), has provided psychological support services; however, the dissemination of this information remains suboptimal. This study aims to design digital infographic content on Instagram as an educational medium for stress management that is engaging and tailored to Gen Z students. The design process applied the 5W+1H method, with data collected through interviews, observation, and literature review. The result includes nine infographic contents (6 static and 3 dynamic), a printed brochure, and campus posters. The designs are aligned with student visual preferences and apply visual communication design principles to enhance engagement on social media. This medium is expected to raise awareness among final-year students about the importance of stress management and to facilitate better access to SMCC services.*

**Keywords:** infographic; stress; student; Instagram; education

## PENDAHULUAN

Mahasiswa tingkat akhir di perguruan tinggi kerap dihadapkan pada tekanan akademik yang cukup tinggi, terutama saat menyelesaikan tugas akhir sebagai syarat kelulusan. Tekanan ini tidak hanya berasal dari beban akademik semata, tetapi juga dari ekspektasi lingkungan, ketidakpastian masa depan, hingga tuntutan pribadi. Kondisi ini menjadi penyebab munculnya stres akademik yang dapat berdampak pada kesehatan mental maupun performa akademik mahasiswa. Berdasarkan penelitian oleh Marfuatunnisa dan Sandjaja (2023) yang dirujuk

## “Perancangan Infografis Digital Pada Instagram SMCC Unesa Untuk Edukasi Manajemen Stres Mahasiswa Tingkat Akhir”

dalam studi ini, stres akademik yang tidak dikelola dengan baik dapat menurunkan performa akademik dan kesejahteraan psikologis mahasiswa.

Data dari Aloysius dan Salvia (2021) menunjukkan bahwa 60% mahasiswa tingkat akhir di Indonesia mengalami stres signifikan menjelang ujian akhir dan kelulusan, menjadikan kelompok ini sangat rentan terhadap gangguan kesehatan mental. Beberapa faktor penyebab keterlambatan kelulusan meliputi penurunan motivasi dalam menyelesaikan skripsi, kesulitan metodologis, keterbatasan akses ke dosen pembimbing, serta tekanan dari luar seperti pekerjaan dan kondisi ekonomi.

Di lingkungan Universitas Negeri Surabaya (Unesa), kampus telah membentuk Subdirektorat Mitigasi *Crisis Center* (SMCC) sebagai lembaga pendamping psikologis untuk mahasiswa. Lembaga ini menyediakan layanan konseling, edukasi kesehatan mental, serta kelas pendampingan psikologis lainnya. Namun, dari hasil wawancara dan observasi lapangan, diketahui bahwa keberadaan layanan ini belum diketahui secara luas oleh mahasiswa, terutama mereka yang sedang menjalani masa-masa krusial penyelesaian studi. Hal ini disebabkan oleh belum optimalnya strategi komunikasi visual yang digunakan, serta kurangnya media edukatif yang disesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa generasi Z yang cenderung lebih menyukai informasi visual yang komunikatif dan mudah diakses melalui media sosial.

Kesenjangan antara ketersediaan layanan pendampingan psikologis dengan pemanfaatannya oleh mahasiswa tingkat akhir inilah yang menjadi dasar kegelisahan penulis. Meskipun layanan sudah ada, aksesibilitas dan efektivitas penyampaiannya belum maksimal. Informasi tentang manajemen stres masih jarang dikemas dalam bentuk yang menarik dan sesuai dengan gaya konsumsi media mahasiswa masa kini. Padahal, generasi Z memiliki karakteristik *visual-oriented* dan lebih responsif terhadap media sosial seperti Instagram dibandingkan dengan komunikasi formal atau tekstual.

Untuk menjawab tantangan tersebut, diperlukan perancangan infografis digital yang dapat membantu menyebarkan informasi mengenai layanan SMCC secara lebih efektif kepada mahasiswa tingkat akhir. Infografis digital merupakan salah satu media komunikasi visual yang mampu menyampaikan informasi secara ringkas, menarik, dan mudah dipahami. Berdasarkan buku dari Krum (2013), infografis yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan pemahaman audiens terhadap informasi yang kompleks hingga 65% lebih efektif dibandingkan dengan teks biasa. Dengan adanya perancangan ini, diharapkan mahasiswa tingkat akhir Unesa dapat lebih memahami pentingnya mengelola stres akademik serta memanfaatkan layanan SMCC sebagai solusi dalam menyelesaikan studinya tepat waktu.

Berdasarkan penjabaran permasalahan di atas maka rumusan masalah yang muncul adalah Bagaimana proses perancangan infografis digital pada instagram SMCC Unesa untuk mengedukasi manajemen stres mahasiswa tingkat akhir? Bagaimana wujud perancangan infografis digital pada instagram SMCC Unesa untuk mengedukasi manajemen stres mahasiswa tingkat akhir? Bagaimana penerapan perancangan infografis digital pada instagram SMCC Unesa untuk mengedukasi manajemen stres mahasiswa tingkat akhir?

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk mendeskripsikan proses, wujud visual, serta penerapan infografis digital dalam mendukung edukasi kesehatan mental, khususnya dalam konteks manajemen stres akademik. Dengan adanya media ini, diharapkan mahasiswa tidak hanya lebih sadar terhadap kondisi psikologis

mereka, tetapi juga terdorong untuk secara aktif memanfaatkan layanan pendampingan yang disediakan oleh pihak kampus.

Penelitian ini dilakukan untuk merancang media infografis digital yang mampu mengedukasi mahasiswa tingkat akhir dalam mengelola stres akademik. Tujuan utama dari penulisan ini adalah menciptakan media komunikasi visual yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara estetis dan sesuai dengan kebutuhan audiens sasaran. Melalui pendekatan perancangan berbasis data lapangan dan teori desain komunikasi visual, diharapkan perancangan ini dapat memperkuat fungsi SMCC dalam menjangkau mahasiswa serta meningkatkan kesadaran mereka terhadap pentingnya menjaga kesehatan mental selama proses akademik.

## **KERANGKA TEORETIS**

### **Infografis Digital**

Infografis digital merupakan media komunikasi visual yang menyampaikan informasi kompleks secara sederhana dan menarik melalui kombinasi narasi, visualisasi data, dan elemen desain. Menurut Krum (2013), infografis yang efektif harus menggabungkan tiga komponen utama, yaitu narasi yang membangun alur cerita, visualisasi data untuk menyederhanakan isi, dan desain visual yang mengikat keduanya secara komunikatif. Infografis digital sangat relevan dalam konteks komunikasi di media sosial karena memanfaatkan kekuatan visual untuk menarik perhatian audiens yang memiliki keterbatasan waktu dan konsentrasi, seperti mahasiswa generasi Z.

### **Manajemen Stres**

Dalam psikologi, teori stres yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan Lazarus dan Folkman (1984), yang menyatakan bahwa stres adalah hasil penilaian individu terhadap suatu situasi yang dianggap menekan atau melebihi kemampuannya. Individu merespons stres dengan dua strategi utama, yaitu *problem-focused coping* dan *emotion-focused coping*. *Problem-focused coping* dilakukan dengan menghadapi dan mengubah situasi penyebab stres, sementara *emotion-focused coping* bertujuan untuk mengatur respons emosional terhadap tekanan tersebut.

### **Desain Komunikasi Visual**

Perancangan juga mengacu pada teori desain komunikasi visual sebagaimana dikemukakan oleh Rustan (2014). Ia menyatakan bahwa unsur desain seperti garis, bentuk, warna, ruang, dan tipografi harus diatur berdasarkan prinsip keseimbangan, irama, penekanan, proporsi, dan kesatuan. Prinsip ini menjadi dasar dalam menyusun media visual yang komunikatif, fungsional, dan estetis. Dalam perancangan infografis digital, elemen visual harus mendukung penyampaian pesan agar mudah dipahami audiens.

### **Warna dan Tipografi**

Warna dan tipografi merupakan aspek penting dalam komunikasi visual. Lidwell, Holden, dan Butler (2010) menjelaskan bahwa warna memengaruhi persepsi dan emosi pengguna. Warna kuning, misalnya, menimbulkan semangat dan optimisme, sementara warna biru dan hijau memberikan ketenangan dan rasa aman. Tipografi, menurut Ambrose dan Harris (2011), berfungsi untuk meningkatkan keterbacaan dan mengarahkan

perhatian audiens dalam menyerap informasi. Pemilihan tipografi yang tepat akan mendukung hirarki visual dan kenyamanan membaca, terutama pada media digital seperti Instagram.

### **Media Visual**

McQuail (2010) mendefinisikan media visual sebagai bentuk komunikasi yang menggunakan elemen visual seperti gambar, warna, tipografi, dan tata letak untuk menyampaikan pesan. Media visual berperan penting dalam menarik perhatian, menyampaikan pesan secara langsung, dan menciptakan efek emosional terhadap audiens.

### **Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian terdahulu menjadi acuan dalam perancangan ini. Penelitian oleh Widjaya, Erna, dan Wardaningsih (2020) merancang kampanye edukasi kesehatan mental untuk mahasiswa di Jabodetabek melalui akun Instagram @healthy\_mind. Kampanye ini menggunakan media visual berupa poster digital dan video pendek. Hasilnya, akun tersebut menjangkau lebih dari 5.000 pengguna dan mendapatkan respons dalam bentuk komentar maupun pesan langsung. Namun, kampanye tersebut belum menargetkan mahasiswa tingkat akhir secara spesifik, serta pendekatan visualnya masih bersifat statis dan kurang naratif.

Penelitian lain dilakukan oleh Estetika (2021), yang merancang media digital untuk merespons glorifikasi gangguan mental di media sosial. Penelitian ini menghasilkan media berupa ilustrasi digital dan konten edukatif untuk Instagram dan Twitter. Tujuannya adalah memberikan edukasi dan mengurangi penyalahgunaan simbol gangguan mental dalam percakapan daring. Meskipun berhasil menjangkau ribuan pengguna, pendekatan tersebut lebih berfokus pada stigma sosial daripada strategi coping praktis.

Dari dua studi tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai kanal edukasi psikologis, namun masih terdapat ruang untuk pengembangan dari sisi segmentasi audiens, pemilihan format konten, dan kekuatan narasi visual. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan fokus pada mahasiswa tingkat akhir sebagai audiens utama dan dengan pendekatan visual yang disesuaikan dengan preferensi generasi Z.

### **METODE PERANCANGAN**

Perancangan ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai permasalahan komunikasi visual pada Subdirektorat Mitigasi *Crisis Center* (SMCC) Universitas Negeri Surabaya. SMCC merupakan lembaga layanan psikologis di bawah naungan Direktorat Kemahasiswaan Unesa yang menyediakan fasilitas konseling, edukasi kesehatan mental, dan forum diskusi mahasiswa. Namun, berdasarkan temuan observasi dan wawancara, komunikasi visual SMCC dinilai masih konvensional dan belum menjangkau mahasiswa secara optimal, khususnya mereka yang berada di tahap akhir studi.

Sasaran penelitian ini adalah mahasiswa tingkat akhir Unesa yang berusia antara 20–24 tahun dan tergolong sebagai bagian dari generasi Z. Kelompok ini dikenal sebagai digital native yang mengakses informasi melalui media sosial, memiliki preferensi tinggi terhadap konten visual, dan cenderung lebih responsif terhadap informasi yang disajikan secara ringkas, interaktif, dan personal. Dalam konteks kampus, mahasiswa tingkat akhir menghadapi beban akademik tinggi akibat tuntutan penyelesaian skripsi, ketidakpastian masa depan, serta tekanan emosional dari lingkungan keluarga maupun sosial.

Oleh karena itu, perancangan media yang komunikatif dan sesuai karakter target menjadi sangat penting dalam menjawab kebutuhan informasi dan pendampingan psikologis mereka.

Penelitian ini dilaksanakan di Kampus Universitas Negeri Surabaya, lokasi Ketintang, pada bulan Maret hingga Juni 2025. Informan dalam penelitian terdiri dari lima mahasiswa tingkat akhir serta satu pengelola akun Instagram resmi SMCC. Informan dipilih secara purposif berdasarkan kedekatan langsung dengan persoalan stres akademik serta keterlibatan mereka dalam konsumsi dan distribusi konten media sosial kampus. Penelusuran dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi langsung di area kampus, serta telaah media daring yang dimiliki oleh SMCC.

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini mencakup stres akademik sebagai kondisi psikologis akibat tekanan studi yang melebihi kemampuan adaptasi individu, infografis digital sebagai media visual berbasis teks dan ilustrasi yang disusun untuk menyampaikan informasi secara komunikatif dan menarik, serta desain komunikatif sebagai bentuk visual yang disusun berdasarkan prinsip desain komunikasi visual agar mampu menyampaikan pesan secara efektif.

Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulatif melalui tiga sumber utama, yaitu wawancara, observasi, dan studi pustaka. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman personal mahasiswa dan persepsi terhadap layanan SMCC, sedangkan observasi dilakukan terhadap akun Instagram @official.smccunesa serta kondisi ruang publik kampus. Studi pustaka digunakan untuk melengkapi dan menguatkan data dengan mengacu pada jurnal, artikel, serta dokumentasi visual lembaga. Teknik analisis data menggunakan pendekatan 5W+1H (*What, Where, When, Why, Who, dan How*), untuk memetakan kebutuhan komunikasi secara menyeluruh.

Perancangan ini mengikuti model proses desain komunikasi visual yang dimodifikasi dari proses perancangan konvensional, meliputi tahapan identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis data, penyusunan strategi komunikasi, eksplorasi visual, validasi desain, hingga finalisasi karya. Adaptasi dilakukan dengan menambahkan proses naratif visual dan optimalisasi konten untuk media sosial berbasis carousel dan video pendek. *Output* dari perancangan berupa sembilan konten digital (enam infografis statis dan tiga *reels*), brosur cetak, serta satu poster kampus. Seluruh konten dirancang untuk meningkatkan literasi manajemen stres serta memperkuat peran SMCC sebagai lembaga pendamping psikologis yang inklusif dan mudah diakses oleh mahasiswa.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

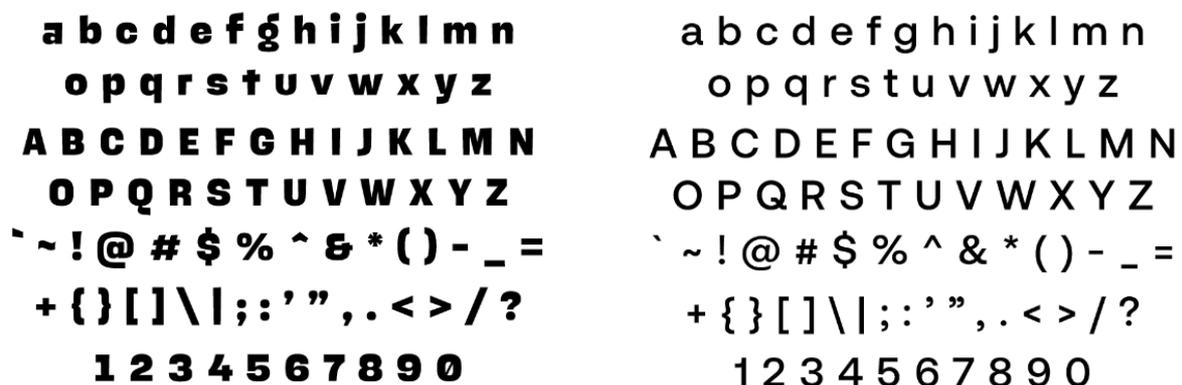
Subdirektorat Mitigasi *Crisis Center* (SMCC) Universitas Negeri Surabaya merupakan lembaga kampus yang berada di bawah Direktorat Kemahasiswaan dan berfokus pada pelayanan psikologis, seperti konseling, edukasi mental health, dan pendampingan krisis mahasiswa. Meskipun telah memiliki layanan aktif dan akun Instagram resmi (@official.smccunesa), hasil observasi menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi visual yang digunakan SMCC masih dominan bersifat dokumentatif dan formal. Kontennya berupa laporan kegiatan, pengumuman, dan kutipan motivasi, tanpa struktur visual edukatif yang dirancang untuk menysasar mahasiswa tingkat akhir secara khusus.

Melalui wawancara dengan lima mahasiswa tingkat akhir, diketahui bahwa mayoritas dari mereka mengalami tekanan tinggi dalam menyelesaikan skripsi, kehilangan motivasi, kecemasan akan masa depan, hingga gejala psikosomatis. Mahasiswa menyampaikan bahwa mereka lebih tertarik pada konten media sosial yang komunikatif, praktis, dan ringan secara visual. Observasi juga menunjukkan tidak adanya media cetak atau visual di area publik kampus yang menjangkau mahasiswa secara langsung, seperti poster atau pamflet SMCC.

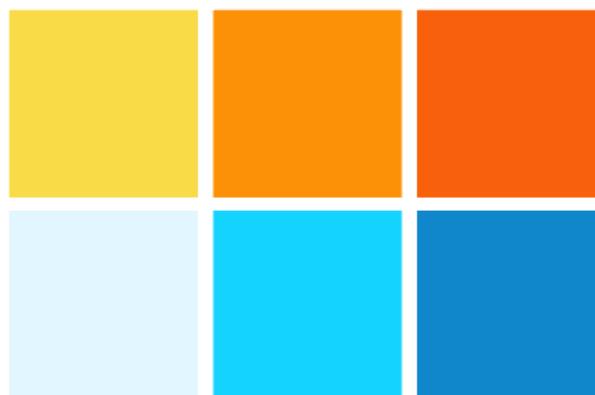
Dari analisis menggunakan pendekatan 5W+1H, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa

membutuhkan media yang menjelaskan stres akademik, memberikan solusi, serta mengarahkan mereka untuk mengakses layanan kampus. Media yang sesuai adalah infografis digital di Instagram dengan gaya visual yang disesuaikan dengan karakter generasi Z, yaitu *visual-oriented*, terbiasa dengan *carousel* informatif, serta menyukai narasi singkat yang langsung pada inti.

Konsep visual yang dikembangkan merespons temuan tersebut. Warna utama yang digunakan adalah kuning cerah (#F9DB47), yang sesuai dengan warna institusi SMCC sekaligus mewakili semangat dan optimisme, sebagaimana dijelaskan oleh Lidwell et al. (2010). Warna biru (#1187CB) dan putih kebiruan digunakan sebagai warna penyeimbang untuk menciptakan ketenangan visual. Pemilihan tipografi menjadi bagian penting dalam menyusun pesan visual yang komunikatif. Font Palmilla digunakan untuk elemen judul karena karakteristiknya yang ekspresif, humanis, dan bersahabat. Palmilla membangun kedekatan emosional dan tampil menarik di layar digital. Sementara itu, untuk teks isi digunakan font Aeonik, sebuah sans-serif modern yang bersih dan sangat terbaca. Aeonik dipilih agar pesan-pesan edukatif tetap bisa dicerna dengan baik oleh mahasiswa dalam format carousel Instagram maupun reels. Kombinasi kedua tipografi ini menciptakan kontras visual yang menarik sekaligus memastikan keterbacaan tinggi, sejalan dengan prinsip tipografi dari Ambrose dan Harris (2011) mengenai hirarki dan kejelasan dalam desain informasi.



Gambar 1. Font Palmilla dan Aeonik  
Sumber: Creative Fabrica



Gambar 2. Palet Warna  
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Ilustrasi yang digunakan berbentuk karakter sederhana dengan ekspresi yang menggambarkan kondisi mahasiswa, mulai dari rasa panik, gelisah, hingga merasa lebih tenang setelah mendapatkan informasi. Layout disusun secara hirarkis menggunakan prinsip desain Rustan (2014) dengan titik fokus

pada ajakan atau solusi. Carousel Instagram dirancang dalam ukuran 1080x1350 px, menyesuaikan standar optimal Instagram agar konten terbaca jelas tanpa kehilangan estetika visual.

Salah satu hasil karya utama dapat dilihat pada Gambar 3, yaitu infografis carousel bertema “Kenali Tanda Stres Akademik”. Konten ini memuat empat panel: definisi stres akademik, data statistik, gejala stres, dan ajakan untuk lebih sadar terhadap kondisi psikologis diri sendiri. Secara naratif, carousel ini disusun untuk membangun pemahaman bertahap dengan gaya bahasa ringan, visual yang ramah, serta ilustrasi yang tidak intimidatif.

#### a. Single Image

Salah satu kategori infografis digital yang dirancang dalam bentuk *single image* adalah konten berjudul “Tips Jaga Semangat Skripsi” (lihat Gambar 3). Infografis ini memuat empat poin motivasi yang dikemas dalam bentuk *bubble chat* layaknya percakapan pribadi. Pilihan visual ini diambil untuk menciptakan nuansa empatik dan personal, agar pesan terasa lebih dekat dan tidak menggurui. Format *single image* dipilih untuk menyampaikan informasi secara cepat dan instan, sesuai dengan karakteristik mahasiswa Gen Z yang cenderung menyukai konten singkat namun emosional.



Gambar 3. *Single Image*

Sumber: Dokumen Penulis

Secara visual, *layout* didesain vertikal dengan latar gradasi kuning-oranye untuk membangun kesan hangat dan optimis. Tipografi Palmilla digunakan pada judul untuk membangkitkan semangat secara visual, sedangkan Aeonik digunakan pada isi teks untuk memastikan keterbacaan di layar *smartphone*. Pemakaian *emoji* pada setiap tips dipertimbangkan sebagai elemen pendukung yang mampu membangun ekspresi dan memperkuat konteks secara visual, tanpa membutuhkan ilustrasi tambahan.

Isi konten berfokus pada empat strategi sederhana menjaga motivasi selama mengerjakan skripsi: menuliskan tujuan pribadi, membagi tugas besar menjadi langkah kecil, memberi jeda saat lelah, dan merayakan progres sekecil apa pun. Keempat strategi tersebut sejalan dengan teori manajemen stres Lazarus dan Folkman (1984), khususnya dalam aspek *emotion-focused coping* yang bertujuan mengelola beban emosional secara positif. Strategi ini dipilih berdasarkan hasil wawancara yang menunjukkan bahwa mahasiswa sering mengalami kehilangan arah dan motivasi saat menghadapi tekanan tugas akhir.

Jika dibandingkan dengan karya-karya terdahulu, pendekatan *single image* ini menjadi keunggulan

tersendiri karena tidak membutuhkan interaksi pengguna seperti menggeser carousel tetapi tetap dapat menyampaikan pesan utuh dalam satu layar. Hal ini penting untuk meningkatkan keterjangkauan konten bagi pengguna Instagram yang cenderung *scrolling* cepat. Validasi terhadap konten ini menunjukkan bahwa mahasiswa menganggap tampilannya “nyata dan *relatable*,” dan mengingatkan mereka untuk memaknai ulang proses skripsi sebagai perjalanan, bukan beban semata.

### b. *Carousel*

Pada kategori *carousel*, salah satu konten yang dirancang berjudul “Kenali Tanda Stres Akademik” (lihat Gambar 4). *Carousel* ini terdiri atas empat panel visual yang membentuk alur naratif edukatif, dimulai dari pengantar visual (*cover*), data statistik, definisi stres akademik, hingga daftar gejala yang umum dialami mahasiswa tingkat akhir. Setiap panel dirancang dengan prinsip keterhubungan antar halaman, sehingga informasi dapat diterima secara bertahap, sejalan dengan karakter pengguna media sosial Instagram yang terbiasa menyerap konten secara linear dan visual.



Gambar 4. Carousel

Sumber: Dokumen Penulis

Konten ini dikembangkan berdasarkan data primer hasil wawancara dengan mahasiswa serta data sekunder dari penelitian Marfuatunnisa & Sandjaja (2023), yang menyebutkan bahwa 60,4% mahasiswa tingkat akhir mengalami stres sedang hingga berat. Angka tersebut menjadi titik tolak penting untuk membangun urgensi topik secara visual. Di dalam *carousel*, data ini disajikan dalam bentuk angka besar dan ruang visual yang lapang agar pesan dapat langsung tertangkap, sebagaimana prinsip infografis menurut Krum (2013) yang menyarankan visualisasi data dengan penekanan naratif dan desain sederhana.

Dari sisi desain, pemilihan warna jingga-kuning yang dominan diselaraskan dengan emosi energik

dan semangat, namun tetap nyaman dibaca. Visualisasi otak disertai kilatan petir menjadi metafora visual dari tekanan psikologis, sementara *bubble checklist* dan teks ringkas digunakan untuk memperkuat pemetaan gejala secara cepat. Ilustrasi dan tata letak mengacu pada prinsip desain Rustan (2014), yang menekankan keseimbangan bentuk dan *visual hierarchy*, serta pemanfaatan *white space* untuk memberikan ritme baca yang ringan.

Konten ini juga merepresentasikan pendekatan edukasi berbasis narasi visual yang diterima dengan baik oleh mahasiswa. Validasi terhadap lima responden menunjukkan bahwa urutan konten terasa alami dan mudah dipahami. Salah satu mahasiswa menyatakan bahwa ia "baru sadar gejala seperti sering menunda tugas dan susah tidur bisa jadi bagian dari stres akademik." Hal ini menunjukkan bahwa konten bukan hanya informatif, tetapi juga memicu refleksi personal.

Secara teoretis, materi ini mendukung prinsip *emotion-focused coping* dalam teori stres Lazarus & Folkman (1984), di mana kesadaran akan kondisi psikologis menjadi langkah awal untuk mengurangi dampak tekanan. Infografis ini membantu mahasiswa mengenali kondisi mereka secara mandiri sebelum mengambil langkah lanjutan seperti konseling atau mencari dukungan sosial. Pendekatan *carousel* terbukti efektif menyampaikan pesan edukatif secara mendalam namun tetap ringan.

### c. Animasi

Kategori ketiga dari hasil perancangan infografis digital ini adalah konten animasi (*reels*) yang berjudul "*Time Management Skripsi 101*" (lihat Gambar 5). Konten ini dikemas dalam format video pendek berdurasi 50 detik dan dirancang untuk memberikan edukasi mengenai manajemen waktu yang sering menjadi hambatan utama mahasiswa tingkat akhir. *Reels* ini dibuka dengan pernyataan kontekstual yang dekat dengan realitas audiens: "Skripsi nggak bakal selesai kalau cuma dipikirin," yang kemudian dilanjutkan dengan fakta bahwa 57,2% mahasiswa tingkat akhir mengalami prokrastinasi karena buruknya manajemen waktu (Marfuatunnisa & Sandjaja, 2023).



Gambar 5. Animasi  
Sumber: Dokumen Penulis

Animasi ini terdiri dari lima segmen visual yang mengalir secara transisi dinamis. Setiap segmen menampilkan satu pesan kunci yang mudah diingat, seperti “Teknik 4D” (*Do, Delay, Delegate, Drop*), tips membuat jadwal harian dan mingguan menggunakan aplikasi digital, serta pengingat bahwa skripsi bukan *sprint*, melainkan maraton. Strategi narasi visual dalam format *reels* ini dirancang untuk menarik perhatian sejak 3 detik pertama, mengikuti pola konsumsi konten Gen Z di Instagram yang sangat selektif dan cepat dalam menggulir layar.

Dari segi desain, palet warna jingga dan kuning tetap digunakan untuk menjaga konsistensi identitas visual dengan karya lain. Elemen animasi diperkuat dengan penggunaan ilustrasi sederhana seperti jam, kalender, dan garis *finish* yang menandakan *progress*, agar pesan dapat ditangkap secara intuitif. Tipografi Palmilla dan Aeonik tetap digunakan masing-masing untuk *headline* dan isi teks, dipadukan dengan transisi yang halus dan durasi tampil setiap elemen yang tidak lebih dari 4 detik untuk menjaga keterlibatan penonton.

*Reels* ini dirancang sebagai bentuk penerapan *problem-focused coping* dalam teori stres Lazarus & Folkman (1984), yaitu mengajak mahasiswa untuk menyusun solusi konkret terhadap tekanan skripsi, terutama dalam pengelolaan waktu. Strategi seperti membuat jadwal atau menyederhanakan tugas besar ke dalam bagian kecil merupakan bentuk adaptasi nyata terhadap beban akademik.

Validasi terhadap konten ini menunjukkan bahwa format video berhasil menarik perhatian lebih cepat dibandingkan format *carousel*. Beberapa mahasiswa menyebut bahwa konten ini “berasa kayak reminder yang bisa langsung bikin sadar,” dan “paling cocok buat dikirim ke teman yang lagi stuck ngerjain skripsi.” Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan visual berbasis animasi lebih efektif dalam menyorot mahasiswa dengan gaya belajar cepat, visual, dan interaktif.

Jika dibandingkan dengan konten video edukasi pada penelitian Widjaya et al. (2020), keunggulan *reels* ini terletak pada penggunaan gaya visual ringan, berbahasa kasual, serta didukung oleh pemetaan langkah praktis yang langsung bisa diaplikasikan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa infografis dalam bentuk animasi singkat dapat menjadi media edukatif yang bukan hanya informatif, tetapi juga mendorong perubahan sikap dan kebiasaan secara langsung.

#### **d. Tampilan Keseluruhan**

Sebagai bagian akhir dari hasil perancangan, seluruh konten infografis digital yang telah dirancang ditampilkan dalam bentuk susunan visual *feed* Instagram. Tampilan ini tidak hanya memperlihatkan isi dari masing-masing konten, tetapi juga menunjukkan bagaimana semua elemen desain disusun secara konsisten dalam satu identitas visual yang utuh. Pemilihan warna, tipografi, tata letak, dan ilustrasi disesuaikan agar setiap konten tetap memiliki karakter sendiri namun tetap menyatu sebagai bagian dari satu kampanye komunikasi visual.

*Feeds* ini disusun dalam format kisi-kisi, mengikuti struktur umum tampilan beranda Instagram. Setiap konten memiliki proporsi visual yang seimbang, kombinasi warna kuning, jingga, dan biru digunakan secara berulang untuk menciptakan ritme visual yang konsisten. Pemilihan format *carousel*, *reels*, dan *single image* disusun secara selang-seling agar tidak monoton secara tampilan. Gaya ilustrasi, bentuk karakter, dan ikonografi dibuat seragam agar membentuk satu kesatuan identitas visual SMCC yang baru: lebih komunikatif, ringan, dan mendekat pada gaya komunikasi mahasiswa Gen Z.



**Gambar 6.** Tampilan Keseluruhan  
Sumber: Dokumen Penulis

Keseluruhan konten ini menunjukkan bagaimana desain tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan secara individual per konten, tetapi juga sebagai sistem komunikasi visual berkelanjutan yang mampu memperkuat citra lembaga di media sosial. Dengan menyusun *feed* secara strategis dan berkesinambungan, SMCC dapat membangun hubungan emosional dan edukatif dengan mahasiswa secara lebih konsisten dalam jangka panjang.

## SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan infografis digital pada Instagram SMCC Unesa dilakukan sebagai respons terhadap rendahnya tingkat pemanfaatan layanan pendampingan psikologis oleh mahasiswa tingkat akhir yang tengah menghadapi tekanan akademik. Melalui pendekatan visual yang sesuai dengan karakteristik generasi Z, media ini berhasil menyampaikan informasi edukatif tentang manajemen stres secara komunikatif dan menarik. Hasil perancangan meliputi sembilan infografis digital dengan tiga format utama, yaitu *single image*, *carousel*, dan *reels*, serta media cetak berupa brosur dan poster. Seluruh konten dirancang berdasarkan data lapangan dan teori desain komunikasi visual, dengan mempertimbangkan preferensi visual mahasiswa terhadap warna, tipografi, dan gaya ilustrasi. Validasi menunjukkan bahwa mahasiswa merasa konten yang dihasilkan lebih relevan, mudah dipahami, dan mendorong mereka untuk menyadari pentingnya menjaga kesehatan mental serta lebih terbuka terhadap penggunaan layanan SMCC.

Perancangan ini diharapkan dapat digunakan sebagai model strategi komunikasi visual oleh lembaga kampus lain dalam menyampaikan informasi psikologis kepada mahasiswa. Penerapan media serupa dapat memperluas jangkauan edukasi kesehatan mental secara lebih efektif, terutama di *platform* yang sudah familiar dengan target audiens. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan pengukuran kuantitatif terhadap dampak konten terhadap perubahan perilaku mahasiswa, serta memperluas format distribusi ke *platform* media sosial lain seperti TikTok atau YouTube Shorts agar menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, penting juga untuk terus memperbarui gaya visual mengikuti tren media digital agar pesan tetap relevan dan menarik secara jangka panjang.

## REFERENSI

- Aloysius, S., & Salvia, N. (2021). Analisis Kesehatan Mental Mahasiswa Perguruan Tinggi X pada Awal Terjangkitnya COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Citizenship Virtues*, 1(2), 83–97. <https://doi.org/10.37640/jcv.v1i2.962>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2011). *Typography Workbook: A Real-world Guide to Using Type in Graphic Design*. Rockport Publishers.
- Estetika, R. T. (2021). Perancangan Media Digital untuk Mencegah Glorifikasi Gangguan Mental di Media Sosial. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Indonesia*. <https://digilib.isi.ac.id/7611>
- Krum, R. (2013). *Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design*. Wiley.
- Lazarus, R., & Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal, and Coping*. New York: Springer.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal Principles of Design*. Rockport Publishers.
- Marfuatunnisa, N., & Sandjaja, M. (2023). Stres Akademik pada Mahasiswa yang Mengerjakan Skripsi di Indonesia Ditinjau dari Academic Help-seeking dan Resiliensi Akademik. *Jurnal Diversita*, 9(2), 101–112. <https://doi.org/10.31227/osf.io/xyz123>
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory: An Introduction (6th ed.)*. Sage Publications.
- Rustan, S. (2010). *Layout: Dasar dan Penerapannya*. Gramedia Pustaka Utama.
- Widjaya, R., Erna, T., & Wardaningsih, A. (2020). Kampanye Edukasi Kesehatan Mental IG@Healthy\_Mind untuk Mahasiswa Jabodetabek. *Jurnal Media Sosial dan Psikologi Indonesia*, 9(4), 120–130. <https://prosiding-pkmcsr.org/index.php/pkmcsr/article/download/961/549>