

**INCREASING AWARENESS OF DEPRESSION IN ADOLESCENTS AND  
CHILDREN THROUGH ONLINE CAMPAIGN ACTIVITIES**

**PENINGKATAN KESADARAN TERHADAP DEPRESI PADA REMAJA DAN  
ANAK MELALUI KEGIATAN KAMPANYE DARING**

Aloysia Ayfen Senjaya<sup>1</sup>, Vivia Inayah Hadi<sup>1</sup>, Hasna Rosyada Fajrin<sup>1</sup>,  
Wahyu Nur Latifah<sup>1</sup>, Cempaka Puspa Kencana<sup>1</sup>, Asri Adiningtyas<sup>1</sup>, Tiara Diah  
Sosialita<sup>1</sup>, Nur Ainy Fardana Nawangsari<sup>1</sup>

<sup>\*1</sup> Fakultas Psikologi, Universitas Airlangga

\*e-mail: [tiarasosialita@psikologi.unair.ac.id](mailto:tiarasosialita@psikologi.unair.ac.id)<sup>1</sup>

**Abstract**

*Cases of depression in children and adolescents show high rates in Indonesia. According to Riskesdas (2018) adolescents (15–24 years) in Indonesia have a percentage of depression around 6.2% and according to the Yogyakarta branch of Ikatan Dokter Anak Indonesia or Indonesian pediatrician association revealed that 3% of school-aged children and 6% of adolescents experience major depressive disorder. This sizable number comes from the assumption of the public that depression does not occur in children and adolescents. Therefore, the provision of information that increases public knowledge about depression in children and adolescents must be carried out so that both early and curative interventions can be carried out so that in the long run, the prevalence of depression in children and adolescents is reduced. This effort uses two methods 1) disseminating information through Instagram content @semicolonial.id, and 2) digital campaigns via Instagram of each campaign participant. The increase in knowledge of campaign participants (N = 21, Range age = 14–50 years, Mage = 23.5) was measured using pre-test and post-test. The data processing used a descriptive statistical data analysis through SPSS version 25. The results shows an increase in participants' knowledge before (Range = 40–100, Mean = 71.9) and after (Range = 60–110, Mean = 91.9) the campaign. In conclusion, this campaign was successful in increasing the knowledge of campaign participants about depression in children and adolescents.*

**Keywords:** Depression; Child; Adolescent; Digital Campaign; Online Campaign; Instagram.

**Abstrak**

*Kasus depresi pada anak dan remaja menunjukkan angka yang tinggi di Indonesia. Menurut Riskesdas (2018) usia remaja (15–24 tahun) memiliki persentase depresi sebesar 6,2% dan menurut Ikatan Dokter Anak Indonesia cabang Yogyakarta mengungkapkan bahwa gangguan depresi berat dialami oleh 3% anak usia sekolah dan 6% remaja. Angka yang cukup besar ini bersumber dari anggapan publik bahwa depresi tidaklah terjadi pada anak dan remaja. Oleh karena itu, pemberian informasi yang meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai depresi pada anak dan remaja harus dilakukan agar intervensi, baik dini maupun kuratif, dapat dilakukan sehingga dalam jangka panjang, prevalensi depresi anak dan remaja berkurang. Usaha ini menggunakan dua metode 1) penyebaran informasi melalui konten Instagram @semicolonial.id, dan 2) kampanye digital melalui Instagram masing-masing peserta kampanye. Peningkatan pengetahuan peserta kampanye (N = 21, Range age = 14–50 tahun, Mage = 23,5) diukur dengan menggunakan pre-test dan post-test. Pengolahan data*

Received 31 May 2023; Received in revised form 26 July 2023; Accepted 26 July 2023; Available online 6 September 2023.

 [10.20473/jlm.v7i3.2023.326-331](https://doi.org/10.20473/jlm.v7i3.2023.326-331)



Copyright: © by the author(s) Open access under CC BY-SA license

[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

*menggunakan analisis data statistik deskriptif melalui SPSS versi 25. Hasil menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta sebelum (Range = 40–100, Mean = 71,9) dan sesudah (Range = 60–110, Mean = 91,9) kampanye. Kesimpulannya, kampanye ini berhasil untuk meningkatkan pengetahuan peserta kampanye terhadap depresi pada anak dan remaja. Kata kunci: Depresi; Anak; Remaja; Kampanye Digital; Kampanye Daring; Instagram.*

## **PENDAHULUAN**

Kesehatan mental atau jiwa menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2014 tentang Kesehatan Jiwa merupakan kondisi di mana seseorang individu dapat berkembang secara fisik, mental, spiritual, dan sosial sehingga individu tersebut menyadari kemampuan sendiri, dapat mengatasi tekanan, dapat bekerja secara produktif, dan mampu memberikan kontribusi untuk komunitasnya. Hal itu juga berarti kesehatan mental mempunyai pengaruh terhadap fisik seseorang dan juga akan mengganggu produktivitas. Kesehatan mental sangat penting untuk menunjang produktivitas dan kualitas kesehatan fisik.

Individu dengan kondisi kesehatan mental yang sehat akan berfungsi secara efektif dalam semua aspek kehidupan, tetapi tidak semua individu memiliki kesehatan mental yang baik dan masih banyak yang mengalami permasalahan terkait kondisi mentalnya. Tak terkecuali pada anak dan remaja yang turut serta mengalami masalah ini. Salah satu masalah kesehatan mental yang dapat dialami oleh anak dan remaja adalah depresi (Beauchaine & Hinshaw 2008). Menurut *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* edisi kelima (2013), depresi adalah gangguan yang ditandai dengan suasana hati yang sedih, hampa, atau mudah tersinggung, disertai dengan perubahan somatik dan kognitif yang secara signifikan mempengaruhi kapasitas individu untuk berfungsi.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Indonesia National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS) pada tahun 2022 menunjukkan hasil bahwa satu dari tiga remaja Indonesia memiliki masalah kesehatan mental, dalam hasil ini depresi mayor menempati prevalensi tertinggi kedua yakni sebesar 1.0% dari jumlah populasi yang diambil. Selain itu, data Riskesdas pada tahun 2018 menunjukkan prevalensi gangguan mental emosional yang ditunjukkan dengan gejala-gejala depresi dan kecemasan untuk usia 15–24 tahun mencapai sekitar 6,2% dari jumlah penduduk Indonesia atau setara dengan 11 juta orang. Ikatan Dokter Anak Indonesia cabang Yogyakarta mengungkapkan bahwa gangguan depresi berat dialami oleh 3% anak usia sekolah dan 6% remaja (Indarto 2017).

Anak dan remaja yang mengalami depresi sering menunjukkan gangguan fungsional yang cukup signifikan dalam lingkungan keluarga, sekolah, maupun pertemanan, selain itu remaja yang depresi juga beresiko putus sekolah dan kehamilan yang tidak direncanakan. Depresi juga menjadi faktor resiko utama bunuh diri dan faktor resiko bagi gangguan perkembangan lain (Beauchaine & Hinshaw 2008).

Cara anak-anak dalam mengekspresikan dan mengalami depresi berubah seiring bertambahnya usia dan juga tergantung pada karakteristik individu. Pada usia muda, terutama anak-anak, depresi juga terekspresi secara berbeda dibanding orang dewasa karena terkadang simtomnya tidak terlihat langsung atau tersembunyi. Anak pada usia prasekolah dapat menunjukkannya dengan menarik diri dari lingkungan dan perkembangannya terhambat. Pada usia sekolah, mereka dapat menunjukkannya dengan

suka menantang dan agresif. Remaja juga dapat menunjukkannya dengan merasa bersalah, putus asa, merajuk, atau merasa disalahpahami (Mash & Wolfe 2015).

Apabila tidak ditangani, gejala depresi pada anak-anak dan remaja akan memburuk seiring dengan berjalannya usia. Menurut Garber, Gallerani, & Frankel (2008), gejala depresi yang dialami oleh anak-anak akan berkesinambungan dengan gangguan suasana hati yang dialami remaja bahkan hingga dewasa. Anak dan remaja yang mengalami depresi pada saat masa perkembangan akan kesulitan untuk menyelesaikan tugas perkembangan untuk menuju ke tahap selanjutnya. Tugas perkembangan ini termasuk membentuk hubungan sosial yang lebih matang dengan teman sebaya, mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal, dan mencapai kemandirian emosional dari figur otoritas (Santrock 2002).

Berdasarkan tinjauan singkat ini, dibutuhkan pencegahan dan intervensi depresi untuk membantu anak dan remaja menghadapi tahap selanjutnya dalam perkembangan. Pemberian intervensi untuk depresi remaja dikembangkan dari intervensi untuk depresi pada orang dewasa. Tiga intervensi utama untuk depresi pada anak dan remaja berupa farmakoterapi dengan *fluoxetine* atau *serotonin reuptake inhibitor* (SRI) lainnya, terapi kognitif dan perilaku (CBT), dan terapi interpersonal (IPT) (Maughan, Collishaw, & Stringaris 2013). Intervensi ini hanya bersifat kuratif atau menyembuhkan, bukan pencegahan. Padahal, intervensi yang sifatnya mencegah (preventif dan promotif) dibutuhkan agar bisa mengurangi prevalensi depresi pada anak dan remaja di kemudian hari (Maughan, Collishaw, & Stringaris 2013).

Oleh karena itu, penulis melakukan kegiatan intervensi promotif berupa psikoedukasi dan kampanye melalui media sosial bertajuk *SEMICOLONIAL.ID: Spreading Awareness* terkait Eksistensi Depresi Pada Anak dan Remaja dengan tujuan 1) jangka pendek: partisipan dan penonton mengetahui dan memahami secara komprehensif terkait dengan gangguan depresi pada anak dan remaja dan meningkatkan kesadaran untuk menggunakan fasilitas kesehatan mental, dan 2) jangka panjang: prevalensi depresi pada anak dan remaja dapat berkurang.

## **METODE PENGABDIAN MASYARAKAT**

Metode yang digunakan ada dua, yaitu 1) penyebaran informasi melalui konten Instagram @semicolonial.id, dan 2) kampanye digital melalui Instagram masing-masing peserta kampanye. Keseluruhan kegiatan dilakukan secara daring melalui Instagram dengan proses koordinasi peserta melalui grup WhatsApp. Metode kampanye dipilih dengan tujuan meningkatkan pemahaman dan membangun sikap atau opini peserta terhadap suatu topik (Amalia & Anggraeni 2022).

Kegiatan pertama, yaitu pengunggahan konten mengenai definisi depresi pada anak dan remaja, urgensinya di Indonesia, jenis dan manifestasi depresi, penyebab dan dampak dari depresi anak dan remaja melalui sudut pandang biopsikososial, edukasi kepada orang tua, teman sebaya, dan sekolah dalam menghadapi anak atau remaja yang terindikasi depresi dilakukan sebelum kampanye dimulai. Ada dua alasan mengapa hal ini dilakukan 1) dapat menarik penonton untuk mengikuti kampanye, dan 2) sebagai tambahan pengetahuan, baik untuk peserta maupun non-peserta yang membuka akun @semicolonial.id.

Kegiatan kedua, yaitu kampanye digital yang dilakukan melalui Instagram masing-masing peserta. Selama seminggu, rekrutmen peserta dilakukan secara digital dengan menyebarkan poster di Instagram dan WhatsApp. Kampanye bersifat sukarela. Peserta yang terekrut sebanyak 21 peserta dengan rentang usia 14—50 tahun ( $M_{age} = 23,5$  tahun). Kemudian, pihak @semicolonial.id memberikan tautan berisi materi kampanye yang akan peserta unggah secara bertahap selama dua hari.

Hari pertama, peserta mengunggah beberapa pernyataan dengan stiker mitos atau fakta. Ini akan dijawab oleh penonton *story* Instagram mereka. Setiap pernyataan mitos atau fakta akan dilanjutkan dengan pembahasan. Adapun pernyataan yang diunggah, yaitu “Depresi tidak terjadi pada bayi dan anak-anak”, “Gejala depresi pada bayi dan anak dapat menghilang seiring waktu dan tidak perlu diintervensi”, “Anak dan remaja yang depresi mengalami gangguan untuk berfungsi, baik secara keluarga, sekolah, maupun pertemanan”, “Cara anak-anak mengekspresikan dan mengalami depresi berubah seiring bertambahnya usia”, dan “Sebagian besar remaja di Indonesia yang mengalami depresi telah menggunakan layanan kesehatan mental dengan baik”. Hari pertama ditutup dengan pertanyaan reflektif “Sebagai orang tua maupun calon orang tua, apa pelajaran yang didapat pada materi kampanye hari ini?”.

Hari kedua, peserta mengunggah dua pertanyaan dengan stiker pilihan ganda. Adapun pertanyaan yang diunggah, yaitu 1) “Apa penyebab depresi, baik pada anak maupun remaja?” dengan opsi jawaban a) biologis (keturunan genetik), b) lingkungan, contoh pengalaman traumatis, c) gangguan kesehatan lain, dan d) semua benar; dan 2) “Dampak depresi pada anak dan remaja dapat terbagi menjadi beberapa aspek, kecuali ...” dengan opsi jawaban a) aspek sosial, b) aspek psikologis, c) aspek geografis, dan d) aspek emosional. Dilanjutkan dengan pernyataan dengan stiker mitos atau fakta dengan pernyataan “Depresi dapat disembuhkan” dan “Respon Kortisol (hormon dalam tubuh yang berperan dalam merespon kondisi stres) akan lebih aktif pada anak-anak atau remaja yang mengalami depresi” dilanjutkan dengan pembahasan. Hari kedua ditutup dengan pertanyaan reflektif-evaluatif, yaitu “Pengetahuan apa yang didapat dan apa yang akan Anda lakukan ke depannya setelah mengikuti kampanye ini?”, “Apa perbedaan dengan pengetahuan Anda sebelumnya sebelum mengikuti kampanye ini?”, dan “Apa yang ingin disampaikan kepada pengikut kalian mengenai depresi pada anak dan remaja?”

Tolok ukur keberhasilan yang telah ditetapkan, yaitu 1) Jumlah *followers* aktif yang berinteraksi dengan akun, baik lewat kegiatan menyukai maupun komentar ditargetkan sebanyak 30 persen dari jumlah *followers* @semicolonial.id, 2) Jumlah peserta yang mengikuti kampanye hingga akhir sebanyak 70 persen, dinilai dari jumlah pengisi tautan pendaftaran dan konfirmasi, 3) pelaksanaan acara sesuai *timeline* yang sudah ditentukan, dan 4) kampanye dianggap berhasil meningkatkan pengetahuan peserta melalui tingginya rerata nilai *post-test* dibanding *pre-test*. Pengelolaan hasil *pre-test* dan *post-test* menggunakan opsi *analisis deskriptif pada aplikasi SPSS versi 25*. Nilai maksimal *pre-test* dan *post-test* adalah 110 dengan nilai minimal 0.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat Project Semicolonial.id dilaksanakan pada tanggal 26 April 2023 hingga 8 Mei 2023 secara online melalui media sosial Instagram. Akun Instagram dengan username @semicolonial.id dibentuk dengan jumlah awal pengikut nol dan berakhir dengan jumlah total 28 pengikut. Kegiatan dimulai dari pengunggahan

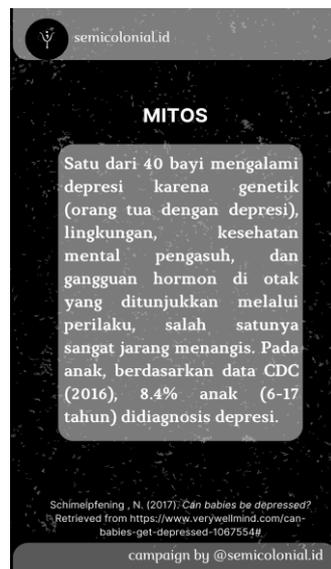
konten berisi informasi terkait proyek, kampanye, serta materi mengenai depresi pada anak dan remaja. Pengunggahan konten berlangsung dari tanggal 26–28 April 2023, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan *open-recruitment* untuk kampanye yang akan dilaksanakan. Sebagai bentuk promosi, poster diunggah di akun @semicolonial.id dan disebarakan melalui media sosial lain seperti Twitter dan WhatsApp. Melalui kegiatan open-recruitment berhasil direkrut 21 partisipan kampanye.

Saat melakukan pendaftaran, seluruh partisipan akan dihadapkan dengan pre-test untuk mengetahui perkembangan pemahaman partisipan sebelum dan setelah menjalankan program kampanye.

Setelah melakukan pendaftaran, para partisipan diundang ke dalam sebuah grup WhatsApp pada tanggal 6 Mei 2023 untuk diinformasikan terkait teknis kegiatan kampanye dan sebagai wadah untuk menampung pertanyaan dari partisipan. Kegiatan kampanye online berlangsung selama tiga hari dari tanggal 6–8 Mei 2023. Melalui grup WhatsApp, partisipan diberikan sebuah *softfile* yang berisi teknis dan tautan untuk mengunduh gambar yang akan diunggah ke Instagram Story masing-masing partisipan. Partisipan kemudian diperkenankan untuk mengunggah gambar ke Instagram Story dengan melampirkan stiker mitos dan fakta (Gambar 1) dan diikuti dengan story yang berisi jawaban yang telah disediakan (Gambar 2). Kegiatan kampanye diakhiri dengan refleksi yang dituliskan peserta mengenai materi yang telah disebarakan pada hari itu (Gambar 3).



Gambar 1. *Instagram Story Mitos-Fakta.*



Gambar 2. *Instagram Story Jawaban.*



Gambar 3. *Template Refleksi.*

Setelah kampanye berakhir, peserta diberikan sebuah tautan konfirmasi keikutsertaan dengan tenggat waktu 9 Mei 2023. Dalam situs konfirmasi keikutsertaan, partisipan melampirkan bukti-bukti keikutsertaan dan mengisi post-test dari kampanye yang telah dilaksanakan. *Review* materi diunggah pada tanggal 8 Mei 2023 untuk memberikan penjelasan yang lebih detail terkait materi yang diberikan saat kampanye.

Tabel 1. Perbandingan Statistik Deskriptif antara Pre-test dan Post-test.

	<i>N Statistic</i>	<i>Range Statistic</i>	<i>Minimum Statistic</i>	<i>Maximum Statistic</i>	<i>Mean Statistic</i>	<i>Std. Deviation Statistic</i>
<i>Pretest</i>	21	60	40	100	71.90	16.917
<i>Posttest</i>	21	50	60	110	91.90	14.703
<i>Valid N (listwise)</i>	21					

Sebanyak 21 partisipan kegiatan kampanye online mengikuti rangkaian pre-test dan post-test. Tabel 1 menunjukkan perbandingan analisis data statistik deskriptif dari hasil *pre-test* dan *post-test* partisipan. Diketahui bahwa hasil *pre-test* memiliki nilai (N=21; Mean= 71.90; Median= 70.00; SD= 16.917; Range= 60; Min= 40; Max= 100) dan hasil *post-test* memiliki nilai (N=21; Mean=91.90; Median= 90.00; SD= 14.703; Range= 50; Min= 60; Max= 110).

Berdasarkan hasil perbandingan data statistik pada Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan pada partisipan terkait depresi pada anak dan remaja. Hasil data perbandingan menunjukkan adanya peningkatan dalam nilai range minimal dari 40 pada *pre-test* hingga mencapai nilai 60 pada *post-test*. Sementara nilai range maksimal menunjukkan peningkatan dari nilai 100 pada pre-test menjadi nilai 110 pada post-test dengan nilai maksimal yaitu 110. Terdapat peningkatan nilai mean pada *pre-test* dan *post-test* yakni dari 71.90 menjadi 91.90.

Beberapa *item* yang menunjukkan adanya peningkatan jawaban benar ditunjukkan pada nomor 1 mengenai definisi depresi (19%), nomor 2 mengenai aspek gangguan fungsional pada anak dan remaja (18%), nomor 3 mengenai prevalensi depresi (20%), nomor 4 mengenai penggunaan fasilitas kesehatan mental bagi penderita depresi (20%), nomor 5 mengenai pada siapa depresi dapat terjadi (14%), nomor 6 mengenai penyebab depresi pada anak dan remaja (24%), nomor 7 mengenai kemungkinan depresi dapat disembuhkan (65.2%), nomor 8 mengenai depresi pada siklus menstruasi (29.4%), nomor 9 mengenai bentuk depresi pada anak dan remaja (51%), nomor 10 mengenai mekanisme coping pada anak dan remaja penderita depresi (17.1%), nomor 11 mengenai faktor risiko apabila dipandang dari sudut pandang sosial dan hormon (17.6%). Pada post-test, seluruh peserta menjawab benar pada soal nomor 4, 6, dan 8. Dari peningkatan di jawaban benar di atas tentu bisa disimpulkan bahwa setelah dilakukan sosialisasi, baik dengan konten pada feeds Instagram yang dimaksimalkan dengan dilakukannya kampanye, terdapat peningkatan pengetahuan yang cukup signifikan pada peserta terutama pada hal nomor 7 dan 9, yaitu kemungkinan depresi dapat disembuhkan dan bentuk depresi pada anak dan remaja.

Berdasarkan pendapat reflektif dari peserta yang dapat dilihat pada *highlight* Instagram @semicolonial.id, kampanye ini memberikan pengetahuan bagi mereka mengenai depresi pada anak dan remaja, baik bentuk, penanganan, dan lainnya sehingga ketika mereka menjadi orang tua, mereka dapat lebih sadar akan bentuk-bentuk depresi pada anak mereka. Selain itu, beberapa peserta ingin melakukan tindakan preventif, yaitu

dengan siap secara mental dan finansial sebelum menjadi orang tua serta membangun pola asuh yang tepat bagi anak mereka nanti. Hal ini dapat menunjukkan manfaat kampanye bagi peningkatan kesadaran masyarakat mengenai depresi pada anak dan remaja sehingga dalam jangka panjang, lewat tindakan nyata yang mereka lakukan, prevalensi depresi pada anak dan remaja dapat berkurang signifikan.

Penggunaan media kampanye digital juga dirasa berdampak pada penyebaran informasi yang lebih luas. Orang-orang yang tidak mengikuti kampanye dapat ikut menjawab pertanyaan dan mendapatkan pengetahuan mengenai depresi pada anak dan remaja melalui unggahan peserta kampanye.

## **PENUTUP**

**Simpulan.** Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat dengan pendekatan intervensi promotif yang telah dilakukan pada platform akun instagram @semicolonial.id berupa penyebaran konten dan kampanye digital, dapat disimpulkan bahwa tujuan kegiatan pengabdian masyarakat telah tercapai, yakni untuk meningkatkan pengetahuan yang signifikan pada partisipan terkait depresi pada anak dan remaja. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan yang signifikan pada skor range minimal, range maksimal, dan mean antara *pre-test* dan *post-test* yang dilakukan oleh partisipan saat sebelum dan setelah mengikuti kegiatan.

**Saran.** Kegiatan pengabdian masyarakat ini sangat bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan terkait depresi pada anak dan remaja, tetapi kegiatan ini juga memiliki keterbatasan dalam hal jumlah peserta kegiatan sehingga diharapkan kedepannya dapat mencari cara promosi lain yang berpotensi menarik banyak peserta. Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan mengajak kolaborasi dari berbagai platform yang memiliki fokus konten yang sama dan juga dapat melibatkan stakeholder tertentu yang berpengaruh dalam masyarakat. Hal ini bertujuan agar efektivitas dari metode kampanye dapat digeneralisir dan menjadi saran intervensi yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan individu terkait depresi pada anak dan remaja sehingga ketika metode ini sudah dinilai efektif dan digunakan secara luas serta konsisten, diharapkan dapat mendorong tercapainya tujuan jangka panjang, yaitu menurunnya tingkat depresi pada anak dan remaja.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan artikel ini, khususnya Ibu Tiara Diah Sosialita, M.Psi., Psikolog. dan Ibu Dr. Nur Ainy Fardana Nawangsari S.Psi., M.Si selaku dosen pengajar Mata Kuliah Kesehatan Mental Anak dan Remaja yang telah membimbing penulis dalam penyusunan artikel ini, serta peserta kampanye yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan sehingga kampanye dapat terlaksana dengan lancar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Amalia, A., & Anggraeni, NS. 2022. "Pencegahan Depresi Di Kalangan Dewasa Muda Akibat Pandemi Covid-19 Melalui Kampanye Sosial Pada Instagram." *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6 (2): 75-83.

- American Psychiatric Association. 2013. *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). Arlington, VA: American Psychiatric Association.
- Beauchaine, TP., & Hinshaw, SP. (Eds.). 2017. *Child and adolescent psychopathology*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Garber, J., Gallerani, CM., & Frankel, SA. 2008. "Depression in Children." *Handbook of Depression*, 405.
- Gloria. (2022) Hasil Survei I-NAMHS: Satu dari Tiga Remaja Indonesia Memiliki Masalah Kesehatan Mental. Diperoleh dari <https://www.ugm.ac.id/id/berita/23086-hasil-survei-i-namhs-satu-dari-tiga-remaja-indonesia-memiliki-masalah-kesehatan-mental>
- Indarto, FW. 2017. Depresi pada anak. Diperoleh dari <http://www.idaijogja.or.id/depresi-pada-anak/>
- Joni, ID., & Surjaningrum, ER. 2020. "Psikoedukasi Pendidikan Seks Kepada Guru dan Orang Tua Sebagai Upaya Pencegahan Kekerasan Seksual Pada Anak." *Jurnal Diversita* 6 (1): 20-27.
- Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. 2021. Kemenkes Beberkan Masalah Permasalahan Kesehatan Jiwa di Indonesia. Diperoleh dari: <https://www.kemkes.go.id/article/view/21100700003/kemenkes-beberkan-masalah-permasalahan-kesehatan-jiwa-di-indonesia.html>
- Mash, EJ., & Wolfe, DA. 2015. *Abnormal Child Psychology*. USA: Cengage Learning.
- Maughan, B., Collishaw, S., & Stringaris, A. 2013. "Depression in childhood and adolescence." *Journal of the Canadian Academy of Child and Adolescent Psychiatry* 22 (1): 35.
- Mujahidah, E., & Listiyandini, RA. 2018. "Pengaruh resiliensi dan empati terhadap gejala depresi pada remaja." *Jurnal Psikologi* 14 (1): 60-75.
- Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas). 2018. *Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Kementerian RI tahun 2018*.
- Santrock, JW. 2002. *Life-span development*. New York: McGraw-Hill
- World Health Organization. 2023. "Depressive disorder (depression)". Diperoleh dari: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/depression>