

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komnas Perempuan menyatakan bahwa sekitar 35 perempuan di Indonesia mengalami tindak kekerasan seksual setiap harinya, atau sama dengan setiap 2 jam, 3 orang perempuan menjadi korban kekerasan seksual (www.lifestyle.kompas.com, 2016) Hal ini juga bisa terjadi dimana saja, ada 3 ranah terjadinya tindak kekerasan seksual yaitu relasi personal, negara, serta ranah publik/komunitas. Dalam Catatan Tahunan (CATAHU) Komnas Perempuan tahun 2017, tercatat bahwa dalam kekerasan dalam ranah publik/komunitas, dimana pelaku tidak memiliki hubungan intim dengan korban, mencapai 3.092 kasus, dengan kasus kekerasan seksual pada peringkat pertama yaitu, 2.290 kasus.

Bentuk dari kekerasan seksual juga bermacam-macam, Komnas Perempuan sendiri dalam kajian yang berjudul 15 Jenis Kekerasan Seksual tahun 2013 menjelaskan berbagai macam kekerasan seksual diantaranya adalah perkosaan, intimidasi seksual, prostitusi paksa, perdagangan manusia, eksploitasi seksual, perbudakan seksual, penyiksaan seksual, pemaksaan perkawinan, kontrol seksual, pemaksaan aborsi, pemaksaan kontrasepsi, pemaksaan kehamilan dan sterilisasi, penghukuman tidak manusiawi dan bernuansa seksual, praktik tradisi bernuansa seksual, dan yang tidak kalah penting serta menjadi pembahasan utama dalam penulisan ini yaitu pelecehan seksual. Masih dalam kajian Komnas Perempuan mengenai 15 jenis kekerasan seksual, pengertian dari pelecehan seksual sendiri adalah tindakan bernuansa seksual yang menysar bagian tubuh maupun seksualitas seseorang dan dilakukan secara fisik maupun non fisik, dimana tindakan tersebut menimbulkan ketidaknyamanan, perasaan tersinggung maupun martabatnya direndahkan, bahkan hingga mengakibatkan masalah keselamatan maupun kesehatan.

Pelecehan seksual umumnya terbagi dalam dua jenis, yaitu secara verbal, seperti *catcall* dengan bentuk siulan nakal, gurauan porno, julukan yang merendahkan, bahkan juga menceritakan kisah atau pengalaman seksual yang

tidak dikehendaki pendengar. Selain itu adapula bentuk non verbal, seperti rabaan, ciuman dan lain-lain. (Fathma, Rosvianti, 2014: 4-5). Pelecehan yang seringkali terjadi di tempat umum ini, juga biasa dikenal dengan istilah *street harassment*.

Dalam artikel yang diterbitkan secara daring oleh CNN Indonesia, menurut survei yang diadakan oleh Lentera Sintas Indonesia, dengan 25.213 responden di kota maupun kabupaten di Indonesia, yang sebagian besar adalah perempuan, sebanyak 58% responden mengaku pernah dilecehkan secara verbal, 25% dilecehkan secara fisik seperti rabaan, ciuman, dan lainnya, sementara 21% lainnya dipaksa untuk melihat konten porno, alat kelamin maupun aktivitas seksual lainnya. (www.cnnindonesia.com, 2016). Sementara itu, untuk lebih fokus pada pelecehan seksual di tempat umum, ketua panitia kampanye 16 HAKTP (16 Hari Anti Kekerasan Terhadap Perempuan) kota Bandung pada 2014, Ismoro Reza Isma Putra berasumsi bahwa 95% perempuan pernah mengalami *street harassment*. (www.nasional.tempo.com, 2014)

Hal ini juga diperparah dengan diamnya korban kekerasan seksual, termasuk pelecehan seksual. Korban cenderung takut untuk mengungkapkan apa yang terjadi, padahal menurut Ratna Batara Munit, Direktur LBH APIK, banyak yang bungkam dikarenakan takut diberi label dan stigma negatif di masyarakat, perempuan akan digali latar belakangnya serta dianggap menjadi korban karena perilakunya menyimpang hingga pada akhirnya mengurangi keadilan yang seharusnya diterima korban (www.satuharapan.com, 2016) , hal ini juga didukung oleh pernyataan Komnas Perempuan disalah satu artikel daring pada portal berita liputan 6, dimana korban seringkali dianggap sebagai penyebab terjadinya kekerasan seksual. (www.health.liputan6.com, 2017). Sesuai juga dengan pernyataan dari komisioner Komnas Perempuan pada tahun 2012 bahwa pelecehan seksual bisa dialami oleh siapa saja dimana saja, dan tidak ada perempuan yang meminta jadi korban pelecehan seksual termasuk juga mengatakan bahwa soal berpakaian tidak ada hubungannya dengan terjadinya pelecehan, karena selama pelaku menganggap korban sebagai objek seksual, pelecehan dapat terjadi, dalam menanggapi pernyataan salah satu anggota DPR, Marzuki Ali yang menyatakan bahwa pelecehan seksual dipicu oleh pakaian

tidak pantas yang dikenakan perempuan pada 2012 lalu (www.nasional.kompas.com 2012). Rika Rosvianti, penggagas komunitas perEMPUan yang fokus dalam isu *street harassment*, dalam wawancara bersama penulis juga menyatakan bahwa korban pelecehan seksual memiliki gaya berpakaian yang beragam, perempuan dengan pakaian tertutup juga tidak luput menjadi korban.

Selain itu, kepala Subkomisi Bidang Partisipasi Publik Komnas Perempuan, Mariana Amiruddin, dalam artikel yang dimuat oleh CNN Indonesia pada 27 juli 2016 secara online, juga menyatakan bahwa masih banyak masyarakat yang menganggap lumrah tindak pelecehan seksual, contohnya seperti siulan nakal/*catcall*, masyarakat dianggap belum paham mengenai isu kekerasan seksual ini. (www.cnnindonesia.com, 2016). Sementara itu, Tria Sasuci, pembicara dalam *talkshow* mengenai *street harassment* yang diadakan oleh Komnas Perempuan bekerja sama dengan *Praxis in Community* di Bandung pada tahun 2014 lalu menyatakan bahwa korban sering kebingungan bereaksi saat mengalami pelecehan dan *street harassment* juga menimbulkan kerisihan serta berlanjut pada trauma, selain itu bahwa banyak fenomena yang terjadi tetapi tidak disadari sebagai kekerasan seksual, baik oleh korban maupun pelaku. (www.bandungoke.com, 2014). Kedua hal tersebut juga disetujui oleh Rika Rosvianti, dalam wawancara bersama penulis, beliau mengatakan bahwa belum banyak masyarakat yang paham dan tidak semua orang, terutama perempuan mengetahui cara menghadapi pelecehan seksual.

Hal ini diperkuat dengan pernyataan Andy Yentriyani, yang merupakan Komisaris Komnas Perempuan pada salah satu portal berita daring, pelaku akan cukup nyaman jika mengetahui korban tidak harus berlaku apa, selain itu, dalam kasus *catcall* misalnya, jika korban menganggap hal tersebut sebagai pujian dan membalas hanya dengan tersenyum bahkan luluh, hal tersebut bisa menjadi lampu hijau bagi pelaku untuk melakukan pelecehan (www.bandung.bisnis.com, 2014).

Masalah kekerasan seksual, termasuk pelecehan seksual di tempat umum atau *street harassment* memang cukup kompleks. Butuh waktu yang tidak sebentar untuk menyelesaikan masalah ini hingga ke akarnya. Rika Rosvianti

dan Shanti Ayu, mewakili komunitas perEMPUan dalam wawancara yang dilakukan secara langsung melalui laman *Facebook* BBC Indonesia pada 26 Mei 2016 lalu mengemukakan bahwa terdapat 3 cara untuk menangani isu ini, dalam jangka panjang diperlukan pendidikan seksual komprehensif sejak dini. Kedua, yaitu jangka menengah, membuat petisi untuk mendukung RUU anti kekerasan seksual yang bisa dikawal oleh masyarakat. Untuk jangka pendek dan segera, yaitu mengetahui langkah-langkah untuk menghindari dan menghadapi berbagai situasi pelecehan seksual.

Banyak kampanye yang mengangkat isu kekerasan seksual terhadap perempuan, tetapi untuk kampanye lebih spesifik mengenai pelecehan seksual di tempat umum tidaklah banyak, dari temuan penulis ada 3 kampanye yang sudah dilakukan, yang pertama oleh Komnas Perempuan di Bandung dalam rangka kampanye 16 HAKTP pada 2014 lalu, berupa *talk show*, yang pertama diadakan di Balubur, kemudian dilanjutkan di beberapa universitas di Bandung, yaitu UIN, UNISBA, UK Maranatha dan UNPAR.

Selain itu ada dua komunitas yaitu *Hollaback Jakarta* dan perEMPUan, tetapi media yang digunakan adalah sosial media (*Instagram*) untuk menyebarkan informasi terkait *street harassment*, *Hollaback Jakarta* sudah mempunyai *website* selain secara online kedua komunitas tersebut menjadi media partner dalam *talk show* yang mengangkat kekerasan pada perempuan juga mengadakan kelas, *workshop*, dan *roadshow*. Kedua kampanye ini difokuskan di daerah Jabodetabek saja. Disayangkan, ketiga kampanye tersebut hanya menggunakan beberapa media. Khususnya kampanye yang diadakan di Bandung, selain hanya talkshow, penggunaan media lainnya belum maksimal sehingga dirasa kurang efektif. Komnas Perempuan juga hampir 4 tahun tidak diangkat kembali isu *street harassment*.

Dari fenomena diatas, penulis tergerak untuk membuat sebuah rancangan kampanye meningkatkan kewaspadaan dan pengetahuan mengenai pelecehan seksual di tempat umum guna memberikan ragam informasi terkait *street harassment* juga memberikan informasi mengenai pelecehan seksual di tempat umum, untuk pemahaman dasar, baru kemudian memberikan tips untuk menghindari dan menghadapi pelecehan seksual sebagai penanganan jangka

pendek dan segera. Dengan memahami hal diatas, diharapkan perempuan dapat lebih waspada juga bertindak dan berperan aktif dalam menangani isu pelecehan di tempat umum serta menyebarkan informasi dari kampanye ini kepada sesama perempuan.

Kampanye tersebut akan diangkat dari booklet Panduan Pencegahan Pelecehan Seksual di Tempat dan Transportasi Umum yang ditulis oleh Rika Rosvianti dan sang kawan, Astrid Malahayati, didalamnya membahas secara lengkap kiat menghindari dan menghadapi *street harassment*. Sebenarnya, dari wawancara penulis dengan Rika Rosvianti, dikatakan bahwa tidak ada target secara spesifik dari booklet pencegahan pelecehan seksual yang dibuatnya, beliau juga mengatakan data dari Komnas Perempuan juga menunjukkan bahwa kekerasan seksual secara umum dapat dialami siapa saja baik dari segi usia, pendidikan, lokasi maupun hal lainnya. Tetapi, perempuan berusia 13-18 tahun merupakan mayoritas korban dalam kekerasan seksual di ranah publik, sesuai dengan Lembar Fakta CATAHU Komnas Perempuan 2017, perempuan rentang usia tersebut dipilih menjadi target sasaran utama. Target sekunder sendiri adalah masyarakat umum (perempuan dan laki-laki) khususnya mayoritas pelaku yaitu dalam rentang usia 25-40 tahun sesuai pada Lembar Fakta CATAHU.

Kampanye juga akan dilaksanakan di Kota Bandung dikarenakan fenomena yang masih dapat ditemukan, contoh sederhananya seperti panggilan '*neng*' yang seringkali digunakan pada peristiwa *catcall*. Kota Bandung juga termasuk dari 3 lokasi di Bandung raya dengan kasus kekerasan seksual tertinggi pada anak dan perempuan di Jawa Barat, berdasarkan temuan data dari Pusat Pelayanan Terpadu Pemberdayaan Perempuan dan Anak (P2TP2A) Jawa Barat tahun 2015 (www.republika.com, 2015). Selain itu Institut Perempuan juga menyatakan bahwa pada 2015, lebih dari 20% kasus kekerasan pada perempuan yang terjadi di Jawa Barat berasal dari Kota Bandung. (www.institutperempuan.or.id, 2015).

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang terjadi dapat disimpulkan identifikasi masalah yaitu:

1. Kekerasan seksual, termasuk pelecehan seksual, menempati peringkat tertinggi dalam kekerasan pada perempuan di ranah komunitas/ranah publik.
2. Banyak masyarakat yang belum memahami isu kekerasan seksual, termasuk pelecehan seksual dan adanya miskonsepsi bahwa korban adalah penyebab terjadinya kekerasan seksual (dalam hal ini berbentuk pelecehan seksual).
3. Banyak korban pelecehan seksual di ranah publik yang bingung bereaksi saat menghadapi pelecehan, bahkan banyak juga, korban maupun pelaku yang tidak menyadari banyak fenomena yang terjadi termasuk dalam kekerasan atau pelecehan seksual.
4. Kampanye yang dilakukan sebelumnya belum efektif.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penulisan penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perancangan strategi kreatif kampanye yang tepat untuk meningkatkan kewaspadaan dan pengetahuan perempuan terkait pelecehan seksual di tempat umum?
2. Bagaimanakah perancangan media dan visual untuk kampanye meningkatkan kewaspadaan dan pengetahuan perempuan terkait pelecehan seksual di tempat umum?

1.4 Ruang Lingkup

Agar pembahasan lebih terarah, penulis akan merancang kampanye meningkatkan kewaspadaan dan pengetahuan terkait pelecehan seksual di tempat umum (*street harassment*) dengan beberapa batasan yaitu, target utama kampanye adalah perempuan berusia 13 hingga 18 tahun sebagai

pravelansi usia tertinggi atau mayoritas korban kekerasan seksual di ranah public, target sekunder dari kampanye ini adalah masyarakat, perempuan dan laki-laki berusia 25 hingga 40 tahun. Pelecehan seksual yang akan diangkat juga lebih berfokus pada yang terjadi di jalanan publik dan kendaraan umum.

Kemudian, kampanye ini akan dilaksanakan di kota Bandung, mengingat kota Bandung juga termasuk dari 3 lokasi di Bandung raya dengan kasus kekerasan seksual pada perempuan dan anak tertinggi di Jawa Barat, berdasarkan temuan data dari P2TP2A Jawa Barat tahun 2015 (www.republika.com, 2015). Kampanye ini dilaksanakan karena masyarakat, khususnya target sasaran yang kurang memahami isu pelecehan seksual dan banyak korban yang bingung saat menghadapi kasus pelecehan seksual di tempat umum. Penelitian dan perancangan kampanye ini dimulai dari bulan Agustus 2017 hingga selesai. Nantinya, kampanye ini akan memberikan informasi terkait untuk pemahaman target sasaran serta edukasi untuk lebih waspada dan bagaimana menghadapi pelecehan seksual di tempat umum.

1.5. Tujuan Perancangan

Dalam proses perancangan ini ada beberapa tujuan yang sekiranya ingin dicapai oleh penulis yaitu:

1. Terancangnya strategi kreatif kampanye yang tepat untuk meningkatkan kewaspadaan dan pengetahuan perempuan terkait pelecehan seksual di tempat umum.
2. Terancangnya media dan visual yang akan digunakan untuk meningkatkan kewaspadaan dan pengetahuan perempuan terkait pelecehan seksual di tempat umum.

1.6. Manfaat Perancangan

Hasil dari perancangan kampanye ini diharapkan memberikan manfaat tidak hanya bagi penulis, tetapi juga Fakultas Industri Kreatif Telkom University, yaitu tempat penulis menjalankan studi, instansi terkait, juga masyarakat luas, diantaranya:

1. Bagi penulis
 - a. Sebagai pemenuhan syarat untuk lulus dari program studi S1, Desain Komunikasi Visual, konsentrasi *advertising*, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom.
 - b. Melatih kemampuan penulis untuk merancang sebuah kampanye yang bertema sosial dan bermanfaat di kalangan masyarakat.
 - c. Menambah luas wawasan, pengetahuan serta pengalaman penulis.
2. Bagi Akademik
 - a. Dapat bermanfaat pada kalangan akademik, khususnya untuk penelitian serupa dikemudian hari.
 - b. Dapat menerapkan ilmu desain komunikasi visual pada kampanye sosial yang bermanfaat bagi masyarakat.
3. Bagi Instansi terkait
 - a. Dengan diadakannya penelitian serta perancangan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bentuk kerja sama oleh penulis kepada komunitas yang peduli dengan isu pelecehan seksual di tempat umum/ranah publik maupun Komnas Perempuan.
 - b. Membantu untuk mengkampanyekan cara menghindari dan menghadapi pelecehan seksual di tempat umum yang merupakan perhatian/ *concern* dari yayasan dan instansi terkait.

1.7. Metode Penelitian

1.7.1 Metode yang digunakan

Untuk metode yang akan digunakan dalam proses perancangan kampanye ini adalah metode kualitatif, atau dikenal juga sebagai metode penelitian naturalistik dikarenakan penelitian yang dilakukan pada kondisi objek alamiah (*natural setting*), teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara gabungan (triangulasi) dan analisis data bersifat kualitatif/induktif,

(Sugiyono, 2015:09). Beberapa metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut

1. Studi Pustaka

Dalam proses penelitian, penulis juga akan mencari informasi dengan melakukan studi pustaka, hal ini dikarenakan dengan banyak membaca hasil pemikiran maka akan semakin luas referensi yang dimiliki oleh peneliti dan membaca diperlukan peneliti untuk mengisi *frame of mind* (Soerwadikoen, 2013: 08), penulis mencari data melalui sumber literatur yang terkait dengan penelitian ini seperti periklanan, kampanye, DKV kajian dari Komnas Perempuan dan lain-lain. Selain itu, penulis juga menggunakan artikel terkait dari Internet yang sekiranya dapat memberikan informasi mengenai pelecehan seksual di tempat umum.

2. Wawancara

Teknis pengumpulan data berupa wawancara berdasarkan pada laporan mengenai diri sendiri atau setidaknya pada pengetahuan maupun keyakinan pribadi (Sugiyono, 2015:138). Penulis melakukan wawancara kepada salah satu penulis buku Pencegahan Pelecehan Seksual di Tempat dan Transportasi Umum, yaitu Rika Rosvianti dimana buku tersebut akan diangkat menjadi kampanye edukasi meningkatkan kewaspadaan dan pengetahuan pelecehan seksual ditempat umum. Selain itu dilakukan pula wawancara terhadap khalayak sasaran untuk menjabarkan lebih lanjut mengenai segmentasi target sasaran.

3. Observasi

Observasi adalah proses kompleks, dua diantara yang terpenting pada proses tersebut adalah pengamatan dan ingatan, observasi sendiri

dibagi menjadi dua yaitu observasi non partisipan serta observasi berperan, dalam observasi non partisipan peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen (Sugiyono, 2015:146-147). Penulis akan melakukan pengamatan non partisipan pada lingkungan sekitar dan khalayak sasaran terkait pelecehan seksual di tempat umum.

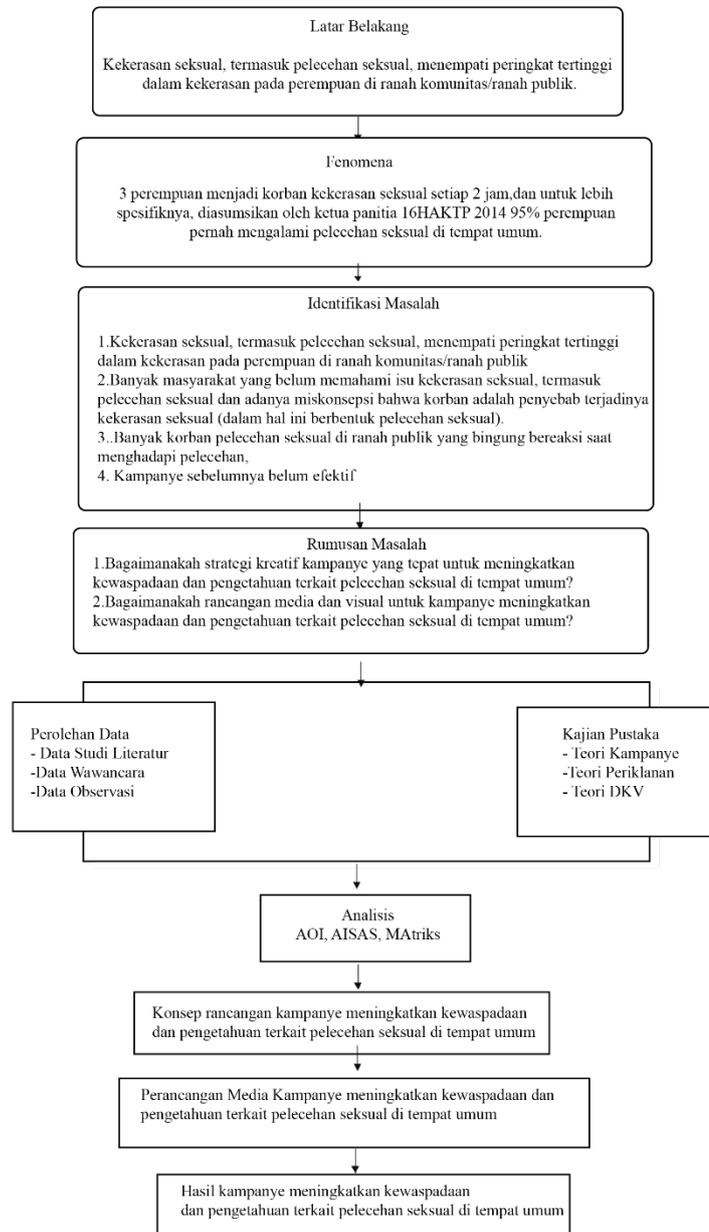
1.7.2 Metode Analisis

Selain penelitian, penulis akan menggunakan beberapa metode analisis untuk perancangan kampanye ini, diantaranya menggunakan analisis AOI (*Activity, Opinion, & Interest*) untuk memperdalam pengetahuan tentang *target audience*, yaitu berupa pertanyaan beberapa pertanyaan yang dirancang guna mengenali beberapa aspek yang relevan terkait kepribadian, minat, sikap, kepercayaan, dan nilai-nilai konsumen, atau dalam hal ini adalah target sasaran (Kotler dan Armstrong, 2004: 292) sehingga dapat memahaminya dengan lebih baik.

Penulis juga akan melakukan analisis matriks, dimana sebuah matriks terdiri dari kolom maupun baris yang masing-masing mewakili dimensi yang berbeda berisi konsep maupun kumpulan informasi, pada prinsipnya analisis matriks adalah membandingkan dengan cara menjajarkan (Soewardikoen, 50:2013). Analisis matriks akan digunakan untuk menganalisis kampanye sejenis yang sudah pernah ada sebelumnya.

Sementara itu untuk metode perancangan strategi menggunakan metode AISAS, sebagai strategi komunikasi dan penggambaran perilaku konsumen. Rencana disusun sedemikian rupa dengan tujuan pertama yaitu menarik perhatian *Target Audience* dan dilanjutkan dengan usaha untuk membuat khalayak tertarik yang diharapkan akan membangun sebuah keinginan, dilanjutkan dengan mengerahkan target untuk mencari informasi lebih, melakukan sebuah aksi (*action*) sesuai yang direncanakan oleh penggagas dan pada akhirnya ikut menyebarkan kampanye tersebut.

1.8. Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Bagan Penelitian

Sumber Bagan: Hasil olahan penulis

1.9 Sistematika Penulisan

1. BAB I (PENDAHULUAN)

Merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, permasalahan, ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisis serta kerangka penelitian dan juga pembabakan.

2. BAB II (DASAR PEMIKIRAN)

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran apa yang dipakai sebagai pijakan untuk analisis guna perancangan kampanye. Biasanya merupakan uraian dari studi pustaka yaitu definisi yang dikemukakan para ahli.

3. BAB III (DATA DAN ANALISIS MASALAH)

Bab ini berisi data-data yang sudah diadapatkan dan diolah oleh penulis, kemudian dianalisa untuk menemukan pemecahan masalah yang akan digunakan dalam perancangan kampanye tugas akhir.

4. BAB IV (KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN)

Dalam bab ini akan diuraikan konsep perancangan kampanye, dimulai dari ide besar, kemudian cara pendekatan, media yang akan digunakan serta konsep visual sehingga terbentuk kampanye yang terarah dan tepat sasaran.

5. BAB V (PENUTUP)

Berisikan kesimpulan sebagai jawaban atas permasalahan yang diangkat, serta saran yang ditujukan kepada pembaca jika akan membuat penelitian maupun perancangan serupa