

JURNAL TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL
ANTI PELECEHAN SEKSUAL ANAK



KARYA DESAIN

Thoma Prayoga
1112135024

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2016

PENGESAHAN

Jurnal untuk Tugas Akhir dengan judul '**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL ANTI PELECEHAN SEKSUAL ANAK**' oleh Thoma Prayoga, NIM. 111235024 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Jurusan Desain, Institut Seni Indoneisa Yogyakarta, ini telah disahkan oleh Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual pada Februari 2016.



Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
NIP. 19650209 199512 1 001

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL ANTI PELECEHAN SEKSUAL ANAK

Thoma Prayoga

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Jurusan Desain

Fakultas Seni Rupa

Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Mei 2016

ABSTRAK

Hakikatnya, kampanye sosial adalah sebuah kegiatan kampanye yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi dalam lingkup masyarakat. Begitu juga perancangan "Kampanye Digital Anti Pelecehan Seksual Anak" ini, di mana ditunjukkan untuk menghadapi dan mengatasi permasalahan pelecehan seksual anak di Indonesia.

Penggunaan media digital sebagai media untuk berkampanye merupakan sebuah gerakan baru karena begitu pesatnya perkembangan teknologi dan semakin berkembangnya gaya hidup masyarakat. Tidak hanya anak-anak muda, namun orang-orang dewasa pun juga mulai merubah pola hidup mereka. Hal tersebut menimbulkan spekulasi di mana kampanye juga dapat dan dianggap efektif bila dilakukan di media digital seperti internet. Kampanye digital merupakan perwujudan dari kegelisahan penulis yang berawal dari banyaknya media baik elektronik maupun cetak yang memaparkan kasus pelecehan seksual anak di Indonesia.

Perancangan ini ditunjukkan bagi orangtua yang memiliki anak agar mereka dapat lebih waspada dan ikut berperan aktif dalam mencegah atau memberantas kasus pelecehan seksual anak yang bisa saja menimpa anak-anak mereka. Tujuan dari perancangan ini sederhana, sebagai alternatif media edukasi bagi orangtua dan masyarakat untuk mengurangi permasalahan pelecehan seksual anak di Indonesia.

Keyword : Kampanye Sosial, Kampanye Digital, Anti Pelecehan Seksual Anak.

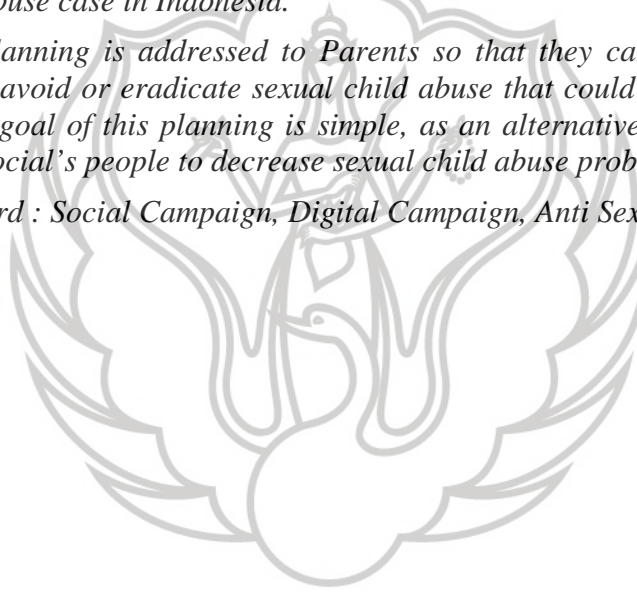
ABSTRACT

In reality, social campaign is a campaign action to resolve many social problem which is happen in social neighborhood. Also that a planning “Anti Sexual Child Abuse Digital Campaign” which is addressed to face and resolve sexual child abuse in Indonesia.

Digital media usage as a campaign media is a new movement because technological were developing so rapidly and the people’s lifestyle were growth. Not only a young generation, but adult people also changed their lifestyle. That matter create a speculation which is digital campaign also can and considered effective if was do by digital media like an internet. Digital campaign as objection from writer’s anxiety that began from many media either electronic nor printed which explained sexual child abuse case in Indonesia.

This planning is addressed to Parents so that they can more watchful and participate in avoid or eradicate sexual child abuse that could been happen to their children. The goal of this planning is simple, as an alternative education media for Parents and social’s people to decrease sexual child abuse problems in Indonesia.

Keyword : Social Campaign, Digital Campaign, Anti Sexual Child Abuse



A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Pelecehan seksual pada anak menurut ECPAT (*End Child Prostitution In Asia Tourism*) Internasional merupakan hubungan atau interaksi antara seorang anak dan seorang yang lebih tua atau anak yang lebih banyak nalar atau orang dewasa seperti orang asing, saudara sekandung atau orang tua dimana anak tersebut dipergunakan sebagai sebuah objek pemuas bagi kebutuhan seksual pelaku. Perbuatan ini dilakukan dengan menggunakan paksaan, ancaman, suap, tipuan atau tekanan. Bentuk-bentuk pelecehan seksual itu sendiri bisa berupa tindak perkosaan ataupun pencabulan. Pada kasus pelecehan seksual, terdapat istilah “pedofilia” yang berarti mengacu pada perasaan terus-menerus dari daya tarik pada orang dewasa atau remaja yang lebih tua terhadap anak-anak prapuber. Dalam penegakan hukum, istilah pedofilia umumnya digunakan untuk menggambarkan mereka yang dituduh atau dihukum karena melakukan tindak pelecehan seksual terhadap anak dibawah umur. Pelecehan seksual berdampak besar terhadap psikologis anak, karena mengakibatkan emosi yang tidak stabil. Oleh karena itu, anak korban pelecehan seksual harus dilindungi dan tidak dikembalikan pada situasi dimana tempat terjadinya pelecehan seksual tersebut dan pelaku pelecehan dijauhkan dari anak korban pelecehan. Hal ini untuk memberi perlindungan pada anak korban pelecehan seksual. Anak-anak yang menjadi korban pelecehan seksual akan mengalami sejumlah masalah, seperti: kehilangan semangat hidup, membenci lawan jenis, dan punya keinginan untuk balas dendam; bila kondisi psikologisnya tidak ditangani secara serius.

Menurut data Komnas Perlindungan Anak (PA), kasus kekerasan seksual yang menimpa anak-anak meningkat jumlahnya dari waktu ke waktu. Dari tahun 2010 ke tahun 2011 saja, angka kenaikannya sudah lebih dari 100 kasus. Di antara lebih dari 2500 kasus kekerasan pada anak yang terjadi pada tahun 2011 lalu, mayoritas di antaranya atau sekitar 62,7% adalah kejahatan seksual yang dilakukan dalam bentuk sodomi, pemerkosaan, pencabulan, serta inses. Hal tersebut merupakan sebuah permasalahan yang cukup besar dan harus segera ditangani keluarga atau kenalan dari korban daripada orang asing. Pelanggaran pada umumnya lebih banyak dilakukan oleh laki-laki dibandingkan perempuan, meskipun persentasenya bervariasi. Polri mencatat ada 697 kasus kekerasan seksual terhadap anak yang terjadi di separuh tahun 2014. Jumlah ini berasal dari seluruh wilayah Polda di Indonesia. Dari jumlah itu, setidaknya sudah 726 orang yang ditangkap dengan jumlah korban mencapai 859 orang. Saat ini, ada 305 kasus yang telah memasuki tahap penyidikan, 125 tahap penyelidikan, dan sudah masuk tahap satu sebanyak 20 kasus. Sementara laporan yang sudah masuk pada tahap dua ada 101 dan berkas yang

dinyatakan lengkap sebanyak 100 kasus. Berdasarkan data LPSK selama Januari hingga Juni 2015 tercatat sebanyak 37 laporan terkait tindak pidana atas anak yang masuk. Dari jumlah tersebut, 24 diantaranya merupakan laporan kasus kekerasan seksual atas anak (Republika Online, 2015). Selain itu, beberapa kasus pelecehan seksual anak yang berujung kematian di tahun 2015 dan kabarnya sudah menyebar luas di media, seperti kasus Angeline di Bali dan yang baru terjadi pada bulan September di Jakarta tepatnya di daerah Kalideres Jakarta Barat dengan ditemukannya mayat seorang anak berumur 9 tahun di dalam kardus. Dari data-data yang diperoleh tersebut, terlihat bahwa kasus pelecehan seksual yang terjadi di Indonesia sangat memperhatikan dan terus meningkat. Hal itu akan terus berlanjut tanpa adanya kesadaran masyarakat dan orangtua khususnya agar lebih waspada terhadap bahayanya pelecehan seksual yang dapat menimpa anak-anak atau keluarga mereka.

Terjadinya kasus pelecehan seksual terhadap anak disebabkan oleh banyak faktor baik dari lingkungan maupun dari keluarga sendiri. Salah satunya merupakan rendahnya kesadaran terhadap perlindungan anak-anak di masyarakat dan kurang tegasnya penegak hukum yang tidak membuat jera para pelaku pelanggaran seksual ini. Kegagapan budaya melalui tayangan dan perkembangan informasi yang terlalu mudah diakses sehingga memungkinkan berbagai tayangan sadisme, kekerasan, pornografi, dan berbagai jenis tayangan dekonstruktif lainnya ditonton. Namun, minim proses penyaringan pemahaman. Sementara faktor dari dalam salah satunya juga dari keluarga, kurangnya peranan orang tua untuk membimbing dan mengedukai anak-anaknya tentang pengetahuan seksual sejak dini. Pentingnya peranan orang tua dalam memberantas permasalahan memang sangat diperlukan, karena keluargalah yang paling dekat dengan anak. Selain itu, kurangnya pengetahuan anak-anak sendiri tentang bagaimana cara mencegah dan menghindari terjadinya pelecehan seksual terhadap dirinya, juga menjadi faktor utama penyebabnya. Peran orangtua tentang permasalahan ini menjadi hal yang ditekankan disini, kurangnya upaya orang tua untuk memberikan edukasi tentang seksualitas dapat menjadi bumerang sendiri bagi anak-anak mereka.

Berdasarkan permasalahan tersebut, menciptakan sebuah kampanye yang mampu mengurangi kasus pelecehan seksual di Indonesia dianggap perlu. Seiring perkembangan zaman, pengguna internet di Indonesia sangat banyak jumlahnya. Menurut data lembaga riset E-Marketer, pada tahun 2014, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 83.7 juta orang (kominfo, 2015). Saat ini, penyebaran informasi lewat internet merupakan salah satu cara paling cepat, dilihat dari banyaknya jumlah pengguna internet di Indonesia. Begitu juga dengan kampanye sosial untuk mengurangi kasus pelecehan seksual di Indonesia dapat juga menggunakan media internet yang

biasa di sebut dengan kampanye digital. Definisi kampanye digital saat ini masih belum ditemukan secara spesifik, namun menurut Fleishman-Hillards sebuah perusahaan *public relation* dan *marketing agency* dikutip dari kaitannya dengan Komunikasi Digital atau *digital communication*. Fleishman mendefinisikan bahwa komunikasi digital adalah strategi komunikasi yang memanfaatkan teknologi digital untuk menyampaikan pesan : *e-mail*, video, pesan teks, gambar, iklan online, pencarian berbayar, siaran pers, dan sebagainya (Blogdetik, 2009). Definisi diatas sangat mirip dengan apa yang dimaksud dengan kampanye digital. Sebenarnya apabila kita perhatikan dan pelajari lebih dalam, kata kampanye digital merupakan perpaduan antara dua kata yaitu kampanye dan digital (media digital). Dimana setiap katanya memiliki definisi tersendiri. Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Rogers dan Storey (1987) mendefinisikan kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu” (Venus, 2004:7). Singkatnya, kampanye digital merupakan sebuah kampanye menggunakan media digital seperti internet. Dalam perkembangannya, pengaruh kampanye digital di Indonesia cukup signifikan, karena banyak media yang saling terintegrasi dan saling mendukung satu sama lain. Hal itu merupakan sebuah peluang untuk mengurangi kasus pelecehan seksual di Indonesia yang memang saat ini sangat krusial dan sudah sangat mengkhawatirkan.

2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang sebuah “kampanye Digital Anti Pelecehan Seksual Anak” agar mampu mengedukasi orang tua dan mampu mengurangi kasus dan menjadi media edukasi bagi masyarakat khususnya orangtua?

3. Tujuan Perancangan

Menentukan tujuan perancangan ini, sebaiknya harus mempunyai target yang jelas untuk mempermudah langkah-langkah perencanaan selanjutnya. Perancangan “Kampanye Digital Anti Pelecehan Seksual Anak” memiliki tujuan sebagai berikut :

a. Tujuan Umum

Mengurangi dan menghentikan kasus pelecehan seksual terhadap anak di Indonesia.

b. Tujuan Khusus

- 1) Memberikan pemahaman, edukasi dan informasi kepada masyarakat tentang kasus pelecehan seksual dan bagaimana cara mencegahnya, mendidik anak-anak mereka agar terhindar dari pelecehan seksual.
- 2) Meningkatkan kesadaran dan kewaspadaan masyarakat (*public awareness*) tentang bahayanya pelecehan seksual yang saat ini marak terjadi.
- 3) Meningkatkan peran aktif masyarakat melalui sikap kritis tentang kepedulian terhadap lingkungan sekitarnya, untuk mewujudkan Indonesia bebas pelecehan seksual pada anak.
- 4) Memberikan kontribusi pemikiran terhadap proses dan pelaksanaan kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan solusi kampanye anti pelecehan seksual terhadap anak-anak

4. Metode Perancangan

Setelah semua proses analisis data memperoleh hasil, akan menjadi dasar penentuan konsep media dan konsep kreatif perancangan ini, yaitu:

a. Konsep Media

Menentukan penggunaan media untuk menciptakan konsep perancangan kampanye digital yang menarik, kreatif dan komunikatif.

b. Konsep Kreatif

Untuk menciptakan program kampanye digital yang menarik, kreatif dan komunikatif, memerlukan beberapa tahapan agar nantinya dapat memberikan manfaat bagi *target audience*. Diantaranya sebagai berikut :

- 5) Tujuan Kreatif
- 6) Strategi Kreatif
- 7) Program Kreatif
- 8) Biaya Kreatif

c. Konsep Tata Visual/Desain

Mengaplikasikan dasar-dasar tata rupa dan desain setiap materi media yang akan digunakan untuk perancangan ini.

- 1) Metode Visualisasi Desain
 - Data Visual
 - Layout ide/layout Kasar
 - Layout Komprehensif
- 2) Final Desain

5. Pembahasan dan Hasil Penelitian

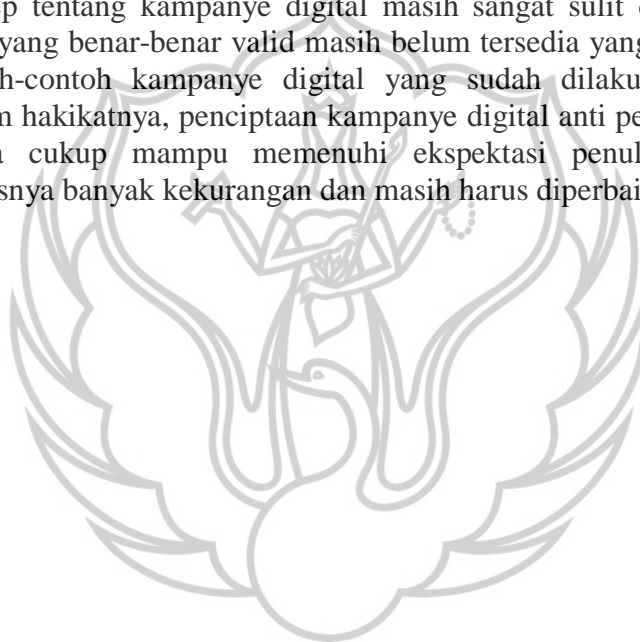
Pelecehan seksual pada anak menurut ECPAT (End Child Prostitution In Asia Tourism) Internasional merupakan hubungan atau interaksi antara seorang anak dan seorang yang lebih tua atau anak yang lebih banyak nalar atau orang dewasa seperti orang asing, saudara sekandung atau orangtua dimana anak tersebut dipergunakan sebagai sebuah objek pemuas bagi kebutuhan seksual pelaku. Perbuatan ini dilakukan dengan menggunakan paksaan, ancaman, suap, tipuan atau tekanan. Bentuk-bentuk pelecehan seksual itu sendiri bisa berupa tindak perkosaan ataupun pencabulan. Bentuk-bentuk kekerasan seksual sendiri bisa berarti melakukan tindak perkosaan ataupun pencabulan.

Kak Seto Mulyadi, mantan Ketua Umum Komisi Nasional Perlindungan Anak (Komnas PA), menambahkan bahwa pelecehan seksual pada anak bermakna segala tindakan melanggar kehormatan diri anak secara seksual, termasuk di dalamnya pelecehan secara verbal dan secara fisik. Cakupannya memang luas, mulai dari kata-kata jorok yang ditujukan kepada anak sehingga ia merasa malu, tersinggung, marah, sakit hati dan sebagainya, sampai pada tindakan mencowel, memegang atau melakukan sentuhan-sentuhan yang tidak pantas, dan seterusnya (kpai.org, 2014).

Banyaknya pemberitaan di berbagai media tentang kasus pelecehan seksual terhadap anak sangat memprihatinkan. Para pelaku tidak dapat diidentifikasi mempunyai ciri-ciri khusus, bahkan mayoritas pelaku adalah orang dekat atau orang yang telah dikenal oleh korban. Sejak awal tahun 2015 lalu komnas perlindungan anak telah mencanangkan Indonesia darurat kekerasan seksual yang diikuti dengan keluarnya Impres nomor 5 tahun 2014 tentang Gerakan Nasional Menentang Kekerasan Seksual Anak. Berdasarkan data lembaga perlindungan anak pada tahun 2010-2014 tercatat 21,6 juta kasus pelanggaran hak anak. Dari jumlah ini, 58 persen dikategorikan sebagai kejahatan seksual. Sisanya berupa kekerasan fisik, penelantaran dan lainnya. Kejahatan Pelecehan Seksual anak di Indonesia memang tercatat meningkat tajam dari tahun 2010 yang hanya 171 kasus. Sementara pada tahun 2011, tercatat sebanyak 2179 kasus, 2012 sebanyak 3512 kasus, 2013 sebanyak 4311, dan 2014 sebanyak 5066 kasus (Republika Online, 2015)

6. Kesimpulan

Penciptaan karya perancangan Kampanye Digital Anti Pelecehan Seksual Anak ini merupakan sebuah hasil dari riset panjang penulis, di mana nantinya diharapkan dapat menjadi media edukatif bagi khalayak umum. Selain itu, juga diharapkan mampu menghentikan atau setidaknya mengurangi dan menjadikannya sebagai media/sarana edukatif bagi masyarakat agar dapat lebih memahami dan lebih berperan aktif untuk memberantas kasus pelecehan seksual anak di Indonesia. Perolehan data tentang kasus pelecehan seksual memang tidak sulit ditemui, baik di internet maupun buku-buku yang membahas kasus tersebut. Justru sebaliknya, konsep tentang kampanye digital masih sangat sulit ditemui, karena teori pasti yang benar-benar valid masih belum tersedia yang ada hanya beberapa contoh-contoh kampanye digital yang sudah dilakukan dan diterapkan. Dalam hakikatnya, penciptaan kampanye digital anti pelecehan seksual anak dirasa cukup mampu memenuhi ekspektasi penulis walaupun dalam prosesnya banyak kekurangan dan masih harus diperbaiki.



7. DAFTAR PUSTAKA

a. Buku

- Ali, Lukman, 1996, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Chomaria, Nurul, 2014, *Pelecehan Anak, Kenali dan Tangani! Menjaga Buah Hati dari Sindrom*, Solo: Tinta Medina.
- Dr. Syaidi, Aidil dan Dr. Ahmad Mazid, 2007, *Seni Mencetak Anak Hebat*, Jakarta: Mumtaza.
- Ideo, Watik, 2014, *Aku Anak yang Berani, Bisa Melindungi Diri Sendiri*, Jakarta: Kompas Gramedia.
- Kurnia, Septiawan Santana, 2005, *Jurnalisme Kontemporer*, Yayasan Obor Indonesia
- Lee, Monle dan Clara Jhonsonn, 2007, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, Jakarta: Kencana.
- Priyatna, Andi dan Oom Somara de Uci, 2015. *Stop it Now*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ruslan, Rosady, 2007, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tinarbuko, Sumbo, 2008, *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Venus, Antar, 2009, *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Yuwono, Ismantoro Dwi, 2015, *Penerapan Hukum dalam Kasus Kekerasan Seksual Terhadap Anak*, Jakarta: Pustaka Yustisia.

b. Tautan

- Ayu, Sari Puspita. *Internet, Six Degrees Of Separation Dan Jejaring Sosial*, <http://www.saripuspitaayu.com/2015/04/internet-six-degrees-of-separation-dan-jejaring-sosial.html> (diakses pada September 17, 2015).
- Era Muslim. *Hasil Survey: Kekerasan Menjadi Hal yang Biasa di Israel*, <http://www.eramuslim.com/berita/dunia-islam/hasil-survey-kekerasan-menjadi-hal-yang-biasa-di-israel.html> (diakses pada September 23, 2015).

Tabloid Nova Online. *Mengerikan, Dampak yang Akan Dialami Anak Korban Kekerasan Seksual*,
<http://tabloidnova.com/Anak/Mengerikan-Dampak-Yang-Akan-Dialami-Anak-Korban-Kekerasan-Seksual.html> (diakses pada 20 September 2015).

Kompasiana. *Mengungkap Pelecehan Seksual Pada Anak*,
<http://www.kompasiana.com/mengungkap-pelecehan-seksual-pada-anak.html> (diakses pada 15 Oktober 2015).

fauzankhalif.wordpress.com. *New Media*. september 23, 2015.
<https://fauzankhalif.wordpress.com/2015/09/23/new-media.html>
 (diakses pada 10 Oktober 2015).

Kompasiana. *Media Online/Media Baru*,
<http://www.kompasiana.com/www.radencahyoprabowo.blogspot.com/media-online-media-baru-new-media.html> (diakses pada 5 Oktober 2015).

Blogdetik. *Apa itu Digital Campaign*,
<http://atmoon.blogdetik.com/2009/05/29/apa-itu-digital-campaign.html> (diakses pada 28 September 2015).

Republika Online. *Indonesia Darurat Kekerasan Seksual Anak*,
<http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/15/10/09/nvyyiqc354-indonesia-darurat-kekerasan-seksual-anak.html> (diakses pada 10 Oktober 2015).

Viva. *SBY Keluarkan Inpres Anti-Kejahatan Seks atas Anak*,
<http://nasional.news.viva.co.id/news/read/513831-sby-keluarkan-inpres-anti-kejahatan-seks-atas-anak.html> (diakses pada 15 Oktober 2015).

<http://www.marketing.co.id/top-digital-campaign-2013-audiens-berbagi-kisah-bukan-iklan/> (diakses pada 20 Mei 2016).

<http://www.bounche.com/blog/tag/digital-marketing/strategi> (diakses pada 20 Mei 2016).

<http://mccann.com.au/project/dumb-ways-to-die/> (diakses pada 22 Mei 2016).

<http://www.smartbisnis.co.id/content/read/belajar-bisnis/statistik-pengguna-internet-dan-media-sosial-di-indonesia> (diakses pada 22 Mei 2016).