

**PERANCANGAN KAMPANYE MEDIA SOSIAL
SEBAGAI EDUKASI KESADARAN PEREMPUAN
TERHADAP *TOXIC RELATIONSHIP***



Diajukan Oleh:
Dwita Yulia Rochman
2112802024

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2026**

**PERANCANGAN KAMPANYE MEDIA SOSIAL
SEBAGAI EDUKASI KESADARAN PEREMPUAN
TERHADAP *TOXIC RELATIONSHIP***



KARYA DESAIN

Diajukan Oleh:

Dwita Yulia Rochman

2112802024

Tugas Akhir Ini Diajukan Kepada Fakultas Seni Rupa & Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Komunikasi Visual
2026

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Perancangan berjudul:

PERANCANGAN KAMPANYE MEDIA SOSIAL SEBAGAI EDUKASI KESADARAN PEREMPUAN TERHADAP *TOXIC RELATIONSHIP*
diajukan oleh Dwita Yulia Rochman, NIM 2112802024 Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241) telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 22 Desember 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota



Hesti Rahayu, S.Sn., M.A.

NIP 197407301998022001/ NIDN 0030077401

Pembimbing II



Aditya Utama, S.Sos., M.Sn.

NIP 198409092014041001/ NIDN 0009098410

Cognate/Anggota



Dr. Prayanto Widyo Haryanto, M.Sn.

NIP 196302111999031001/ NIDN 0011026307

Ketua Program Studi/Ketua/Anggota



Fransisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn.

NIP 199002152019032018/ NIDN 0015029006

Ketua Jurusan/Ketua



Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn.

NIP 197301292005011001/ NIDN 0029017304

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T.

NIP 197010191999031001/ NIDN 0019107005



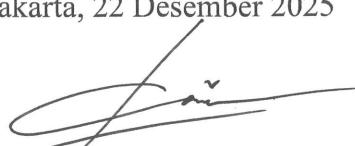
KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Berkat karunia-Nya serta dukungan berbagai pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Media Sosial sebagai Edukasi Kesadaran Perempuan terhadap *Toxic Relationship*”. Karya ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata 1 pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Perancangan ini lahir dari perhatian penulis terhadap fenomena yang dekat dengan keseharian, serta berangkat dari pengalaman serta pengamatan pribadi yang turut menjadi motivasi dalam menyusunnya. Meski perjalanan ini tidak lepas dari berbagai hambatan, penulis merasakan banyak kemudahan yang datang atas izin Allah SWT melalui bantuan dari berbagai pihak dan banyak sekali pelajaran berharga yang membuat prosesnya terasa menyenangkan dan penuh makna.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya di masa mendatang. Harapannya, laporan ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, serta menjadi bahan pertimbangan yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 22 Desember 2025



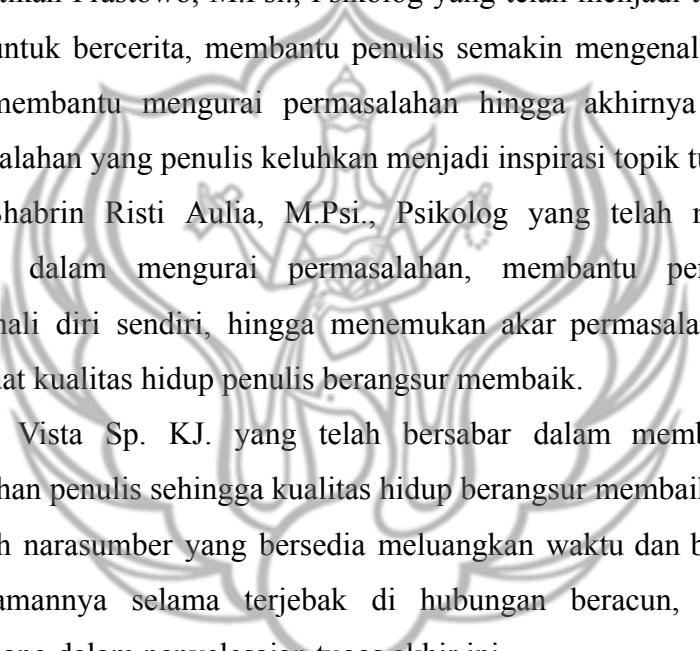
Dwita Yulia Rochman

NIM 2112802024

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan tugas akhir ini merupakan proses panjang yang melibatkan berbagai tantangan dan juga disertai dengan banyak sekali pembelajaran. Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian tugas akhir ini tidak dapat dicapai tanpa dukungan dan bimbingan berupa materi, waktu, tenaga, serta doa dari berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam prosesnya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Dr. Irwandi, M.Sn.
2. Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T.
3. Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn.
4. Koordinator Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Fransisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn.
5. Dosen Pembimbing I, Hesti Rahayu, S.Sn., M.A. atas banyak sekali wawasan dan cerita berbagai pengalaman yang diberikan, serta senantiasa bersabar dalam membimbing selama proses penggerjaan tugas akhir ini hingga dapat selesai tepat waktu.
6. Dosen Pembimbing II, Aditya Utama, S.Sos., M.Sn. yang luar biasa bersabar dalam membimbing, menjawab berbagai macam pertanyaan, tempat seru untuk berdiskusi, serta selalu percaya dan mendorong penulis untuk memaksimalkan potensi hingga dapat menyelesaikan tugas akhir selama satu semester dengan baik.
7. Dosen wali, Alit Ayu Dewantari, M.Sn. yang luar biasa besar rasa sabarnya dalam membimbing serta selalu menjadi supoter terbaik dari awal masa perkuliahan hingga proses penggerjaan tugas akhir dan penyelesaian masa studi.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual atas dedikasi ilmu, tenaga, dan waktu, serta bimbingannya selama masa perkuliahan.

- 
9. Abi, Ibu, dan Kakak yang menjadi suporter utama dan memberikan dorongan penuh agar penulis selalu bisa menembus batas maksimal potensi yang dimiliki, sehingga apapun yang penulis mulai, termasuk studi hingga proses tugas akhir ini, dapat diselesaikan dengan baik.
 10. Ingdeen, yang menjadi teman seperjuangan selama masa perkuliahan dan senantiasa hadir di momen-momen tersulit.
 11. Khansa Septin, teman diskusi terseru dan terbaik yang selalu membuat wawasan dan cara pikir penulis terus bertambah dan terasah.
 12. Mba Atikah Prastowo, M.Psi., Psikolog yang telah menjadi tempat paling aman untuk bercerita, membantu penulis semakin mengenali diri sendiri, serta membantu mengurai permasalahan hingga akhirnya pengalaman permasalahan yang penulis keluhkan menjadi inspirasi topik tugas akhir.
 13. Mba Shabrin Risti Aulia, M.Psi., Psikolog yang telah mendampingi penulis dalam mengurai permasalahan, membantu penulis dalam mengenali diri sendiri, hingga menemukan akar permasalahannya yang membuat kualitas hidup penulis berangsur membaik.
 14. Dokter Vista Sp. KJ. yang telah bersabar dalam membantu proses pemulihan penulis sehingga kualitas hidup berangsur membaik.
 15. Sepuluh narasumber yang bersedia meluangkan waktu dan berbagi cerita pengalamannya selama terjebak di hubungan beracun, yang sangat menunjang dalam penyelesaian tugas akhir ini.
 16. Moana Passionate Team yang sudah memberikan banyak sekali dukungan terutama berupa cuti 40 hari dan *back up* kerjaan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu.
 17. Teman-teman DKV 21 yang menjadi teman seperjuangan dan mewarnai selama masa-masa perkuliahan.
 18. Diri sendiri yang selalu berusaha percaya pada proses, potensi diri, dan memaksa untuk selalu berani menghadapi setiap ketakutan.
 19. Secara tersirat, *kepada langit yang kadang membawa cerah ceria, kadang juga hujan badai menakutkan*. Hadirnya, memberikan banyak sekali pengalaman dan pelajaran berharga, serta menjadi inspirasi utama dalam topik ini dan membantu penulis menjadi pribadi yang lebih resilien.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwita Yulia Rochman
NIM : 2112802024
Fakultas : Seni Rupa dan Desain
Jurusan : Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan ini menyatakan bahwa keseluruhan materi dalam karya yang berjudul **PERANCANGAN KAMPANYE MEDIA SOSIAL SEBAGAI EDUKASI KESADARAN PEREMPUAN TERHADAP *TOXIC RELATIONSHIP*** yang dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Desain dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Karya ini sepenuhnya hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan dari penulis, dan belum pernah diajukan oleh pihak lain. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta



Dwita Yulia Rochman

NIM 2112802024

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwita Yulia Rochman
NIM : 2112802024
Fakultas : Seni Rupa dan Desain
Jurusan : Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan bahwa keseluruhan materi dalam karya yang berjudul

**PERANCANGAN KAMPANYE MEDIA SOSIAL SEBAGAI EDUKASI
KESADARAN PEREMPUAN TERHADAP TOXIC RELATIONSHIP.**

Dengan ini menyatakan penulis berikan Tugas Akhir Perancangan ini kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari penulis. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 22 Desember 2025



Dwita Yulia Rochman

NIM 2112802024

ABSTRAK

Meningkatnya fenomena hubungan beracun di kalangan perempuan muda menunjukkan bahwa hubungan asmara tidak selalu menjadi ruang yang aman dan suportif, melainkan dapat berkembang menjadi relasi yang sarat manipulasi, ketergantungan emosional, dan kekerasan psikologis. Perempuan kerap menjadi pihak yang paling terdampak akibat konstruksi sosial patriarki yang menempatkan mereka dalam posisi subordinat dan mendorong toleransi terhadap perlakuan tidak adil. Penelitian dan perancangan ini bertujuan merancang kampanye media sosial sebagai upaya edukasi untuk meningkatkan kesadaran perempuan terhadap hubungan beracun, khususnya terkait hambatan psikologis seperti ikatan trauma yang membuat korban sulit keluar dari hubungan merugikan. Metode perancangan menggunakan pengumpulan data primer melalui survei, wawancara mendalam dengan narasumber terkusi, serta observasi kampanye serupa, yang didukung oleh data sekunder melalui studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar perempuan telah menyadari indikasi hubungan tidak sehat, namun mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi faktor psikologis yang menyebabkan mereka tetap bertahan. Oleh karena itu, kampanye dirancang dengan pendekatan validasi emosional sebagai strategi komunikasi utama. Secara visual, kampanye mengadopsi gaya risograph sebagai metafora atas kompleksitas emosi dan luka psikologis dalam hubungan beracun. Perancangan ini menghasilkan kampanye edukatif yang tidak hanya informatif secara kognitif, tetapi juga resonan secara emosional, serta mendorong perempuan untuk meningkatkan kesadaran diri dan mengambil keputusan relasional yang lebih sehat.

Kata kunci: *hubungan beracun; perempuan muda; kampanye media sosial; ikatan trauma; desain komunikasi visual*

ABSTRACT

The increasing prevalence of toxic relationships among young women indicates that romantic relationships do not always function as safe and supportive spaces, but can instead develop into dynamics characterized by manipulation, emotional dependency, and psychological abuse. Women are often the most affected due to patriarchal social constructions that position them in subordinate roles and encourage tolerance toward unfair treatment. This research and design project aims to develop a social media campaign as an educational effort to raise women's awareness of toxic relationships, particularly regarding psychological barriers such as trauma bonding that make it difficult for victims to leave harmful relationships. The design methodology involves primary data collection through surveys, in-depth interviews with curated participants, and observations of similar campaigns, supported by secondary data obtained from literature studies. The findings indicate that most women are already aware of the signs of unhealthy relationships but experience difficulty in identifying the psychological factors that cause them to remain in such relationships. Therefore, the campaign is designed using emotional validation as its primary communication strategy. Visually, the campaign adopts a risograph style as a metaphor for the complexity of emotions and psychological wounds within toxic relationships. This design process results in an educational campaign that is not only cognitively informative but also emotionally resonant, encouraging women to enhance self-awareness and make healthier relational decisions.

Keywords: toxic relationships; young women; social media campaign; trauma bonding; visual communication design.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| LEMBAR PENGESAHAN..... | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| UCAPAN TERIMA KASIH..... | iv |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA..... | vi |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA..... | vii |
| ABSTRAK..... | viii |
| <i>ABSTRACT.....</i> | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 3 |
| C. Tujuan Perancangan..... | 3 |
| D. Batasan Lingkup perancangan..... | 3 |
| E. Manfaat Perancangan..... | 4 |
| F. Definisi Operasional..... | 5 |
| G. Metode Perancangan..... | 6 |
| H. Metode Analisis Data..... | 9 |
| I. Konsep Perancangan..... | 9 |
| J. Skematika Perancangan..... | 10 |
| BAB II..... | 12 |
| IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA..... | 12 |
| A. Data Objek Perancangan..... | 12 |
| B. Studi Pustaka..... | 14 |
| 1. Kajian Literatur..... | 14 |
| 2. Landasan Teori..... | 17 |
| C. Identifikasi Problematika Perancangan..... | 20 |
| D. Upaya Pemecahan Masalah Terdahulu..... | 20 |
| E. Analisis Data..... | 23 |
| F. Kesimpulan..... | 26 |
| G. Usulan Pemecahan Masalah..... | 26 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III..... | 28 |
| KONSEP PERANCANGAN..... | 28 |
| A. Konsep Media..... | 28 |
| 1. Tujuan Media..... | 28 |
| 2. Strategi Media..... | 28 |
| 3. Program Media..... | 31 |
| B. Konsep Kreatif..... | 31 |
| 1. Tujuan Kreatif..... | 31 |
| 2. Strategi Kreatif..... | 32 |
| C. Program Kreatif..... | 33 |
| 1. Tema Pesan/Big Idea..... | 33 |
| 2. Strategi Penyajian Pesan..... | 33 |
| 3. Pengarahan Pesan Visual..... | 34 |
| 4. Penulisan Naskah..... | 36 |
| 5. Pengarahan Teknis..... | 55 |
| BAB IV..... | 56 |
| VISUALISASI..... | 56 |
| A. Data Visual..... | 56 |
| B. Penjaringan Ide Visual..... | 61 |
| C. Pengembangan Bentuk Visual..... | 65 |
| 1. Layout Kasar..... | 65 |
| 2. Layout Komprehensif..... | 70 |
| 3. Eksekusi Final Design..... | 75 |
| D. Poster Pameran Tugas Akhir..... | 86 |
| E. Katalog Pameran Tugas Akhir..... | 86 |
| F. Aktivitas Pameran dan Respon Pengunjung..... | 87 |
| BAB V..... | 89 |
| PENUTUP..... | 89 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 92 |
| A. Buku..... | 92 |
| B. Jurnal..... | 93 |
| C. Artikel..... | 93 |
| LAMPIRAN..... | 96 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Akun Instagram Dinamis Pasangan..... | 21 |
| Gambar 2.1 Akun Instagram Twelvi Febrina..... | 22 |
| Gambar 3.1 Moodboard..... | 34 |
| Gambar 3.2 Kombinasi Warna..... | 34 |
| Gambar 3.3 Kombinasi Tipografi..... | 35 |
| Gambar 4.1 Toxic Relationship..... | 56 |
| Gambar 4.2 Toxic Relationship 2..... | 56 |
| Gambar 4.3 Life After Breakup..... | 57 |
| Gambar 4.4 Lonely..... | 57 |
| Gambar 4.5 Self Love..... | 58 |
| Gambar 4.6 Self Love 2..... | 58 |
| Gambar 4.7 Blooming..... | 59 |
| Gambar 4.8 Happy Life..... | 59 |
| Gambar 4.9 Risograph..... | 60 |
| Gambar 4.10 Duotone Effect..... | 60 |
| Gambar 4.11 Logo Merekah..... | 61 |
| Gambar 4.12 Tipografi..... | 61 |
| Gambar 4.13 Kombinasi Warna..... | 62 |
| Gambar 4.14 Supergrafis..... | 62 |
| Gambar 4.15 Aset Grafis..... | 62 |
| Gambar 4.16 Referensi Feed..... | 63 |
| Gambar 4.17 Lembar Evaluasi..... | 63 |
| Gambar 4.18 Kartu Refleksi..... | 64 |
| Gambar 4.19 Merchandise..... | 64 |
| Gambar 4.20 Layout Kasar Pilar 1..... | 65 |
| Gambar 4.21 Layout Kasar Pilar 2 Konten 1..... | 65 |
| Gambar 4.22 Layout Kasar Pilar 2 Konten 2..... | 66 |
| Gambar 4.23 Layout Kasar Pilar 2 Konten 3..... | 66 |
| Gambar 4.25 Layout Kasar Pilar 3 Konten 2..... | 67 |
| Gambar 4.26 Layout Kasar Pilar 3 Konten 3..... | 68 |
| Gambar 4.27 Layout Kasar Pilar 4 Konten 1..... | 68 |
| Gambar 4.28 Layout Kasar Pilar 4 Konten 2..... | 69 |
| Gambar 4.29 Layout Kasar Pilar 4 Konten 3..... | 69 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4.30 Layout Kasar Pilar 5..... | 70 |
| Gambar 4.31 Layout Komprehensif Pilar 1..... | 70 |
| Gambar 4.32 Layout Komprehensif Pilar 2 Konten 1..... | 71 |
| Gambar 4.33 Layout Komprehensif Pilar 2 Konten 2..... | 71 |
| Gambar 4.34 Layout Komprehensif Pilar 2 Konten 3..... | 72 |
| Gambar 4.35 Layout Komprehensif Pilar 3 Konten 1..... | 72 |
| Gambar 4.36 Layout Komprehensif Pilar 3 Konten 2..... | 73 |
| Gambar 4.37 Layout Komprehensif Pilar 3 Konten 3..... | 73 |
| Gambar 4.38 Layout Komprehensif Pilar 4 Konten 1..... | 74 |
| Gambar 4.39 Layout Komprehensif Pilar 4 Konten 2..... | 74 |
| Gambar 4.40 Layout Komprehensif Pilar 4 Konten 3..... | 75 |
| Gambar 4.41 Layout Komprehensif Pilar 5..... | 75 |
| Gambar 4.42 Final Desain Pilar 1..... | 76 |
| Gambar 4.43 Final Desain Pilar 2 Konten 1..... | 76 |
| Gambar 4.44 Final Desain Pilar 2 Konten 2..... | 77 |
| Gambar 4.45 Final Desain Pilar 2 Konten 3..... | 77 |
| Gambar 4.46 Final Desain Pilar 3 Konten 1..... | 78 |
| Gambar 4.48 Final Desain Pilar 3 Konten 3..... | 79 |
| Gambar 4.50 Final Desain Pilar 4 Konten 1..... | 79 |
| Gambar 4.51 Final Desain Pilar 4 Konten 2..... | 80 |
| Gambar 4.52 Final Desain Pilar 4 Konten 3..... | 80 |
| Gambar 4.53 Final Desain Pilar 5..... | 81 |
| Gambar 4.54 Story Instagram Quotes..... | 81 |
| Gambar 4.55 Story Sesi Refleksi 1..... | 82 |
| Gambar 4.56 Story Sesi Refleksi 2..... | 82 |
| Gambar 4.57 Story Sesi Refleksi 3..... | 83 |
| Gambar 4.58 Story Sesi Refleksi 4..... | 83 |
| Gambar 4.59 Story Sesi Refleksi 5..... | 84 |
| Gambar 4.60 Lembar Evaluasi..... | 84 |
| Gambar 4.61 Kartu Refleksi..... | 85 |
| Gambar 4.62 Merchandise..... | 85 |
| Gambar 4.63 Desain Poster..... | 86 |
| Gambar 4.64 Desain Katalog..... | 87 |
| Gambar 4.65 Aktivitas Kegiatan Pameran..... | 88 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Hasil Kuesioner 1..... | 96 |
| Lampiran 2 Hasil Kuesioner 2..... | 96 |
| Lampiran 3 Hasil Kuesioner 3..... | 97 |
| Lampiran 4 Hasil Kuesioner 4..... | 97 |
| Lampiran 5 Hasil Kuesioner 5..... | 98 |
| Lampiran 6 Hasil Kuesioner 6..... | 98 |
| Lampiran 7 Hasil Kuesioner 7..... | 99 |
| Lampiran 8 Hasil Kuesioner 8..... | 99 |
| Lampiran 9 Dokumentasi Pameran 1..... | 100 |
| Lampiran 10 Dokumentasi Pameran 2..... | 100 |
| Lampiran 11 Dokumentasi Pameran 3..... | 101 |
| Lampiran 12 Dokumentasi Pameran 4..... | 101 |
| Lampiran 13 Dokumentasi Pameran 5..... | 102 |
| Lampiran 14 Dokumentasi Pameran 6..... | 102 |
| Lampiran 15 Dokumentasi Pameran 7..... | 103 |
| Lampiran 16 Dokumentasi Pameran 8..... | 103 |
| Lampiran 17 Dokumentasi Pameran 9..... | 104 |
| Lampiran 18 Hasil Cek Turnitin..... | 104 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Topik ini berangkat dari refleksi penulis terhadap pengalaman keterlibatan dalam suatu relasi yang kemudian teridentifikasi sebagai hubungan beracun. Relasi tersebut bermula dari hubungan profesional yang tidak memiliki batasan yang jelas, sehingga berkembang menjadi relasi personal yang tidak seimbang. Dalam dinamika hubungan tersebut, ditemukan pola perilaku ambigu berupa kombinasi antara perlakuan yang tampak menunjukkan kepedulian dengan tindakan yang bersifat menekan, seperti pemberian perhatian intens yang disertai kontrol berlebihan, pengambilan keputusan secara sepihak, serta respons emosional berlebihan terhadap kesalahan-kesalahan minor. Pola ini secara bertahap membentuk kondisi kebingungan emosional yang mengaburkan kemampuan individu dalam menilai relasi tersebut secara objektif.

Dinamika relasi tersebut berdampak pada kondisi psikologis yang termanifestasi dalam bentuk gejala fisik berupa sesak napas berkepanjangan tanpa penyebab medis yang spesifik akibat tekanan psikologis yang berlangsung lama. Melalui proses pemeriksaan klinis dan pendampingan kesehatan mental, diketahui bahwa gejala tersebut berkaitan dengan gangguan kecemasan yang dipicu oleh tekanan psikologis dan rasa takut yang terinternalisasi selama berada dalam relasi tersebut. Pengalaman ini menunjukkan bahwa hubungan beracun tidak selalu hadir dalam bentuk kekerasan yang kasat mata, melainkan dapat terselubung dalam relasi yang tampak normal bahkan suportif di permukaan.

Fenomena tersebut sejalan dengan realitas sosial yang menunjukkan bahwa hubungan beracun merupakan pola relasi yang merugikan salah satu atau kedua belah pihak. Hubungan ini kerap ditandai oleh manipulasi emosional, kontrol berlebihan, serta kekerasan verbal maupun fisik. Dampak yang ditimbulkan tidak ringan, mulai dari menurunnya rasa percaya diri, trauma psikologis, hingga terhambatnya perkembangan pribadi seseorang. Ketika individu terus menoleransi

perlakuan tidak sehat dalam relasi tersebut, hubungan beracun berpotensi berkembang menjadi siklus kekerasan yang semakin sulit untuk diakhiri.

Dalam berbagai penelitian dan fakta sosial, perempuan tercatat lebih sering mengalami dampak buruk dari hubungan beracun dibandingkan laki-laki. Kondisi ini dipengaruhi oleh norma dan aturan tidak tertulis dalam masyarakat yang masih menempatkan perempuan pada posisi subordinat. Budaya patriarki dan konstruksi gender tradisional mendorong anggapan bahwa perempuan seharusnya bersikap patuh, berkorban, serta mempertahankan hubungan meskipun berada dalam kondisi yang tidak adil. Normalisasi terhadap sikap tunduk dan ketergantungan emosional ini membuat perempuan lebih rentan terjebak dalam hubungan beracun dan cenderung menoleransi perlakuan tidak sehat dengan harapan pasangan akan berubah.

Data Catatan Tahunan (CATAHU) Komnas Perempuan tahun 2024 mencatat lonjakan signifikan kasus kekerasan berbasis gender terhadap perempuan, yaitu sebanyak 330.097 kasus, meningkat dari 289.111 kasus pada tahun 2023. Kekerasan dalam pacaran tercatat sebagai bentuk kekerasan tertinggi dengan 3.528 kasus, melampaui kekerasan terhadap istri sebanyak 3.205 kasus. Sementara itu, data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan tren perceraian yang relatif tinggi, dengan 516.344 kasus pada tahun 2022, menurun menjadi 408.347 kasus pada 2023, namun kembali meningkat menjadi 446.359 kasus pada tahun 2024. Katadata Media Networks juga mencatat bahwa 75% dari kasus perceraian tersebut diajukan oleh pihak istri, yang mengindikasikan adanya ketimpangan dan konflik serius dalam relasi pasangan.

Temuan data tersebut diperkuat oleh hasil penelitian lapangan melalui wawancara mendalam terhadap sepuluh narasumber yang diseleksi dari hasil survei. Delapan dari sepuluh narasumber merupakan perempuan, dan mayoritas menunjukkan pola gangguan psikologis akibat tekanan emosional yang terus ditekan selama berada dalam hubungan beracun. Emosi negatif yang terpendam ini berpotensi berkembang menjadi “bom waktu” yang memicu ledakan emosi terhadap pasangan, tindakan menyakiti diri hingga percobaan bunuh diri, serta munculnya gejala psikosomatis yang berisiko berkembang menjadi gangguan kesehatan serius apabila tidak segera ditangani.

Berdasarkan kondisi tersebut, upaya edukasi untuk meningkatkan kesadaran perempuan mengenai hubungan beracun menjadi sangat penting. Edukasi tidak hanya diperlukan untuk mengenali bentuk kekerasan yang bersifat ekstrem, tetapi juga untuk memahami tanda-tanda awal hubungan tidak sehat yang kerap dinormalisasi dalam relasi sehari-hari. Media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana edukasi karena sifatnya yang interaktif, mudah diakses, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari perempuan muda sebagai target audiens utama.

Oleh karena itu, penulis merancang kampanye media sosial sebagai upaya edukasi kesadaran perempuan terhadap hubungan beracun. Perancangan ini diharapkan mampu menjadi media komunikasi visual yang informatif dan persuasif, sekaligus mendukung perempuan agar lebih sadar, berdaya, dan mampu mengambil keputusan yang tepat demi kesehatan mental serta keselamatan diri dalam menjalin hubungan asmara.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang kampanye media sosial yang mampu menyampaikan pesan edukatif tentang hubungan beracun dan mudah diterima oleh target audiens?

C. Tujuan Perancangan

Merancang kampanye media sosial yang mampu menyampaikan pesan edukatif tentang hubungan beracun dan mudah diterima oleh target audiens.

D. Batasan Lingkup perancangan

1. Subjek Perancangan

- a. Perancangan ditujukan terutama kepada para perempuan usia dewasa awal yang cenderung banyak menjadi korban dari hubungan beracun dalam hubungan asmara dibandingkan dengan laki-laki. Beberapa faktor yang menjadi penyebabnya adalah antara lain karena adanya budaya patriarki, ketergantungan ekonomi, keterikatan emosional, serta ketakutan akan kesendirian, kesepian, ditinggalkan, dan perpisahan.
- b. Ditujukan juga kepada orang yang sedang menjalin relasi asmara tetapi belum menikah, baik yang sedang masa pendekatan (belum terikat status), maupun yang sedang berpacaran (sudah ada status).

- c. Perancangan difokuskan pada platform digital terutama media sosial sehingga ditujukan kepada mereka yang aktif menggunakan media sosial.

2. Target Kampanye

- a. Materi kampanye terbatas pada isu hubungan beracun dalam konteks hubungan asmara dan edukasi seputar peningkatan nilai diri.
- b. Kampanye berfokus pada upaya peningkatan kesadaran, pemahaman, dan keberanian perempuan untuk melepaskan diri dari hubungan beracun, bukan pada penyediaan layanan konseling atau pendampingan langsung.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Mahasiswa

Perancangan ini secara khusus bermanfaat bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual, terutama yang mempelajari kampanye sosial, desain media digital, dan komunikasi visual berbasis isu sosial. Melalui penelitian dan perancangan kampanye mengenai hubungan beracun, mahasiswa tidak hanya menerapkan teori desain dan komunikasi yang telah dipelajari, tetapi juga dilatih untuk menerjemahkan isu psikososial yang abstrak ke dalam pesan visual yang empatik dan komunikatif.

Proses ini melatih kemampuan mahasiswa dalam melakukan riset audiens, analisis perilaku sosial, penyusunan strategi pesan, serta perancangan media kampanye berbasis media sosial. Dengan demikian, perancangan ini berkontribusi dalam meningkatkan kompetensi konseptual dan praktis mahasiswa DKV dalam merancang kampanye sosial yang kontekstual dan relevan.

2. Bagi Institusi

Bagi program studi Desain Komunikasi Visual atau bidang komunikasi, penelitian ini dapat menjadi referensi perancangan kampanye sosial berbasis riset, khususnya yang mengangkat isu relasi interpersonal dan kesehatan mental. Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian akademik mengenai peran desain komunikasi visual dalam isu psikososial, serta menjadi contoh penerapan metode perancangan kampanye digital yang tidak hanya

menekankan aspek estetika, tetapi juga pendekatan empati, validasi pengalaman audiens, dan sensitivitas terhadap kondisi psikologis target sasaran.

3. Bagi Lembaga

Perancangan ini secara praktis bermanfaat bagi lembaga, komunitas, maupun organisasi non-profit yang bergerak di bidang pemberdayaan perempuan, kesehatan mental, konseling relasi, serta edukasi sosial, khususnya yang menggunakan media sosial sebagai sarana kampanye.

Strategi komunikasi dan perancangan media yang dihasilkan dapat menjadi acuan dalam menyampaikan pesan mengenai hubungan beracun secara lebih persuasif, tidak menghakimi, dan mudah diterima oleh audiens muda. Dengan demikian, penelitian ini dapat membantu lembaga terkait dalam merancang kampanye yang lebih terarah, relevan dengan karakter audiens, serta mendukung upaya peningkatan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap relasi yang sehat.

F. Definisi Operasional

1. Kampanye Media Sosial

Serangkaian kegiatan komunikasi visual yang dirancang untuk disebarluaskan melalui platform digital (misalnya Instagram, TikTok, Twitter/X) dengan tujuan menyampaikan pesan edukatif dan persuasif mengenai hubungan beracun agar perempuan lebih sadar dan mampu mengambil keputusan yang tepat dalam hubungan.

2. Edukasi

Upaya penyampaian informasi, pemahaman, dan pengetahuan yang terstruktur kepada perempuan melalui media tertentu (misalnya kampanye media sosial, dan media pendukung lainnya) yang berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan preventif maupun pemberdayaan dengan tujuan meningkatkan kesadaran diri, pemahaman hak-hak, serta kemampuan mengenali dan merespons situasi yang berpotensi merugikan audiens akibat hubungan beracun.

3. Perempuan

Kelompok audiens yang menjadi target kampanye, yaitu individu berjenis kelamin perempuan berusia 20–30 tahun (usia dewasa awal) yang aktif menggunakan media sosial, khususnya Instagram. Kelompok ini dipilih karena berada pada fase perkembangan identitas diri, rentan terhadap dinamika hubungan asmara, dan memiliki intensitas tinggi dalam mengonsumsi konten digital.

4. *Toxic Relationship*

Hubungan romantis yang ditandai perilaku merugikan seperti manipulasi, kontrol berlebihan, kekerasan verbal, emosional, atau fisik, yang berdampak negatif terhadap kesehatan mental dan kesejahteraan individu, khususnya perempuan sebagai target kampanye.

G. Metode Perancangan

1. Data yang Dibutuhkan

- a. Data primer diperoleh secara langsung melalui observasi, penyebaran survei, dan wawancara. Observasi dilakukan untuk memahami konteks dan pola perilaku yang berkaitan dengan fenomena hubungan beracun. Survei digunakan untuk mengumpulkan data mengenai pengalaman dan calon narasumber, sedangkan wawancara bertujuan menggali pengalaman serta dampak psikologis yang dialami subjek secara lebih mendalam dari responden yang terpilih.
- b. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur berupa buku, jurnal ilmiah, dan sumber teoretis lain yang relevan. Data ini digunakan sebagai landasan konseptual dan teoretis dalam menganalisis permasalahan serta merumuskan strategi perancangan yang sesuai.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahapan, yaitu penyebaran kuesioner dan wawancara mendalam. Tahap awal dilakukan dengan menyebarkan kuesioner selama tiga hari, yakni pada tanggal 14–16 Agustus 2025, kepada responden untuk

mengkursi dan menyeleksi calon narasumber penelitian. Dari proses tersebut diperoleh sebanyak 18 responden, yang selanjutnya diseleksi menjadi 10 subjek penelitian berdasarkan tingkat keparahan dampak yang dialami serta jenis kekerasan dalam relasi yang mereka alami. Sepuluh subjek terpilih terdiri atas 8 perempuan dan 2 laki-laki.

Pemilihan responden sebagai narasumber didasarkan pada pengalaman yang memenuhi satu atau lebih indikator berikut:

- 1) Mengalami kekerasan verbal secara berulang;
- 2) Mengalami kekerasan fisik secara berulang;
- 3) Mendapatkan ancaman yang membahayakan kondisi emosional dan fisik;
- 4) Terganggunya aktivitas sehari-hari akibat permasalahan dalam relasi;
- 5) Munculnya gejala fisik yang memburuk akibat tekanan dalam hubungan;
- 6) Berada dalam kondisi waspada berkepanjangan serta perasaan tertekan dan tidak aman dalam relasi;
- 7) Serta bertahan dalam hubungan selama bertahun-tahun akibat kesulitan mengakhiri hubungan.

Tahap selanjutnya adalah wawancara mendalam yang dilakukan selama delapan hari berturut-turut, yaitu pada tanggal 18–25 Agustus 2025. Wawancara dilakukan dengan pendekatan bercerita untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman, mengalir, dan tidak kaku, sehingga narasumber dapat mengungkapkan pengalaman serta persepsinya secara lebih natural dan reflektif. Setiap sesi wawancara berlangsung dengan durasi sekitar dua hingga tiga jam per narasumber. Melalui wawancara ini, penulis memperoleh data yang lebih detail dan komprehensif terkait dinamika pengalaman hubungan beracun yang dialami oleh para narasumber.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui berbagai bahan tertulis, antara lain buku-buku referensi, jurnal ilmiah, serta artikel

yang diakses melalui media daring. Sumber-sumber tersebut digunakan untuk memperoleh landasan teoritis yang relevan mengenai konsep hubungan beracun, dinamika relasi tidak sehat, serta faktor psikologis dan sosial yang melatarbelakangi terjadinya relasi tersebut.

Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari konten dan unggahan di media sosial yang membahas isu hubungan beracun, baik berupa pengalaman personal, kampanye sosial, maupun pemberitaan kasus yang terjadi di tengah masyarakat. Data ini dimanfaatkan untuk memahami bagaimana fenomena hubungan beracun dalam ruang publik serta untuk mengidentifikasi pola-pola permasalahan yang banyak dialami oleh individu dalam hubungan tidak sehat.

Keseluruhan data sekunder tersebut berperan sebagai pendukung data primer, sekaligus sebagai acuan dalam proses analisis, perancangan konsep kampanye, serta perumusan pesan yang sesuai dengan konteks dan realitas sosial yang dihadapi oleh target audiens.

3. Instrumen/Alat Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Digunakan sebagai alat pengumpulan data primer untuk memperoleh informasi yang berisi serangkaian pertanyaan berkaitan dengan tingkat pengetahuan, pengalaman, serta preferensi target audiens mengenai hubungan beracun dan kampanye di media sosial. Dengan kuesioner, data dapat diperoleh secara efisien dari banyak responden sekaligus.

b. Wawancara

Dilakukan untuk menggali informasi lebih mendalam dari narasumber yang pernah dan sedang mengalami terjebak di hubungan beracun. Melalui wawancara, peneliti dapat memperoleh sudut pandang yang komprehensif mengenai faktor-faktor penyebab hubungan beracun, tantangan dalam meningkatkan kesadaran perempuan, serta strategi komunikasi yang efektif untuk kampanye edukasi.

c. Observasi

Pengamatan secara langsung terhadap konten-konten kampanye serupa yang sudah ada di media sosial. Aspek yang diamati meliputi bentuk penyajian konten, gaya visual, tingkat interaksi audiens, serta efektivitas penyampaian pesan. Hasil observasi ini akan menjadi referensi dalam merancang kampanye yang sesuai dengan karakteristik target audiens.

H. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini berfokus pada isu hubungan beracun dengan pendekatan 5W + 1H. Pertanyaan yang diajukan mencakup:

1. Apa bentuk perilaku dan ciri-ciri hubungan beracun dalam hubungan asmara yang paling sering dialami perempuan serta bagaimana pengaruhnya terhadap kesehatan mental dan kualitas hidup mereka?
2. Siapa saja pihak yang berperan dalam hubungan beracun tersebut (pasangan, teman, keluarga) dan siapa yang menjadi kelompok perempuan paling rentan mengalaminya?
3. Kapan biasanya tanda-tanda *toxic* mulai muncul dalam suatu hubungan, dan pada tahap apa perempuan cenderung menyadarinya?
4. Di mana fenomena hubungan beracun paling sering ditemukan, apakah dalam lingkup hubungan percintaan, keluarga, pertemanan, atau bahkan di ruang digital/media sosial?
5. Mengapa perempuan seringkali tetap bertahan dalam hubungan asmara yang beracun, serta faktor apa saja (psikologis, emosional, atau sosial) yang membuat mereka sulit keluar darinya?
6. Bagaimana cara meningkatkan kesadaran perempuan tentang hubungan beracun dalam hubungan asmara melalui kampanye media sosial sehingga mereka mampu mengenali, mengambil sikap, dan melepaskan diri dari hubungan yang beracun?

I. Konsep Perancangan

1. Gaya Komunikasi

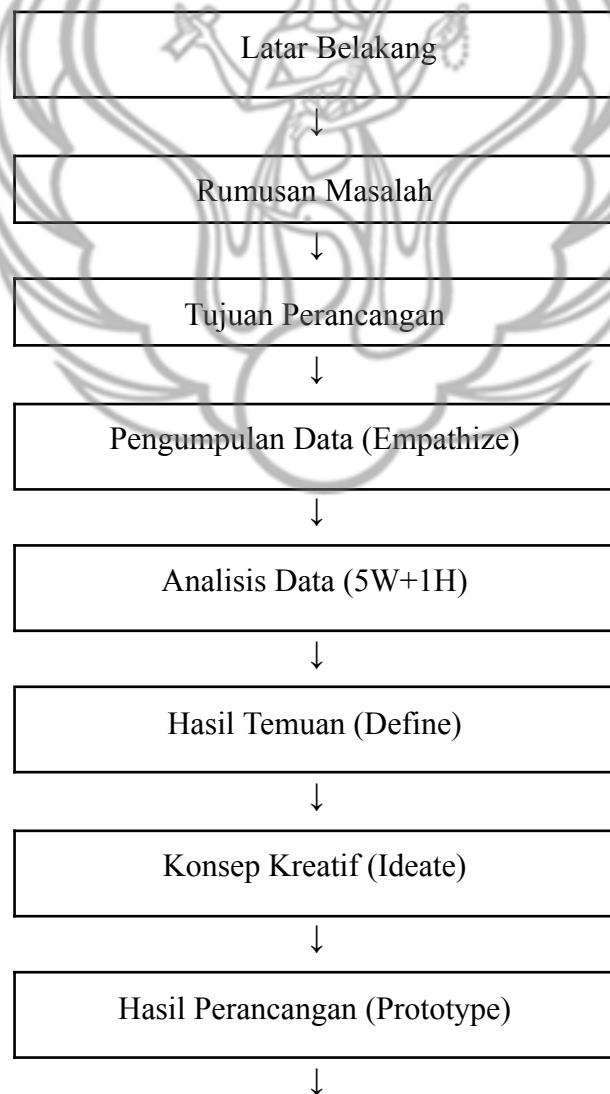
Pesan akan disampaikan dengan pendekatan empatik dan validatif, yaitu memahami serta mengakui pengalaman emosional audiens tanpa

menghakimi. Informasi disampaikan secara edukatif dan ringan, sambil tetap memberdayakan agar audiens merasa memiliki ruang, nilai diri, dan kemampuan untuk mengambil langkah positif. Pendekatan ini dipilih agar kampanye tidak hanya memberi pengetahuan, tetapi juga membuat audiens merasa dipahami dan didukung dalam proses menuju hubungan yang lebih sehat.

2. Pesan yang Disampaikan

Pesan kampanye ini menyampaikan validasi terhadap kondisi korban yang kesulitan dalam melepaskan diri dari ikatan trauma yang terbentuk dalam hubungan akibat pola afeksi yang tidak konsisten.

J. Skematika Perancangan



Pameran (Test)

