

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kekerasan adalah sebuah tindakan yang dilakukan secara fisik atau psikis yang menyerang kebebasan atau martabat seseorang (sumber: wikipedia.org). Kekerasan dalam bentuk fisik akan menimbulkan rasa sakit dan bekas luka seperti memar, pendarahan hingga patah tulang. Sedangkan kekerasan dalam bentuk verbal akan menyerang psikis seseorang yang akan berpengaruh terhadap kondisi emosional korban, baik dalam jangka waktu singkat ataupun hingga seumur hidup. Korban kekerasan verbal memerlukan waktu penyembuhan yang lebih rumit, walaupun tidak terlihat sejelas korban kekerasan fisik. Salah satu kekerasan yang sangat sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari adalah kekerasan berbasis gender atau *gender violence* yang lebih sering menimpa perempuan.

Kekerasan terhadap perempuan dalam kehidupan sehari-hari sangat mudah ditemui, namun tidak banyak orang menyadarinya karena dianggap bukan masalah yang serius. Salah satu bentuk kekerasan terhadap perempuan adalah Kekerasan Dalam Pacaran atau KDP (*dating violence*). Abbot (1992) menjelaskan bahwa kekerasan dalam pacaran adalah tindakan yang mempunyai unsur kekerasan seperti pemaksaan, tekanan, perusakan dan pelecehan fisik atau psikis yang terjadi dalam hubungan pacaran. Selain itu, menurut *The American Psychological Association* (Warkentin 2008), KDP adalah kekerasan psikis dan fisik yang dilakukan salah satu pihak dalam suatu relasi pacaran yang ditujukan untuk memperoleh kekuatan, control dan kekuasaan atas pasangannya (sumber:www.helpnona.com).

Menurut CATAHU Komnas Perempuan Tahun 2017, KDP menempati posisi kedua tertinggi hingga mencapai 21% setelah Kekerasan Terhadap Istri dengan persentase 56%. Dapat dilihat bahwa tingkat kasus KDP cukup tinggi. Dalam kasus yang terjadi, KTI dan KDP sangat rentan terjadi pada perempuan

sebagai korbannya. Kedua kasus tersebut merupakan bentuk kekerasan yang dilakukan terhadap pasangannya (perempuan) yaitu dalam hubungan personal, dimana pelaku dan korban didasarkan pada hubungan asmara. Yang membedakan keduanya adalah dalam hubungan perkawinan terdapat status hukum dan disahkan oleh lembaga yang jelas sedangkan dalam hubungan berpacaran tidak ada, karena lebih bersifat personal. Dalam hubungan berpacaran sendiri tidak terdapat payung hukum yang jelas bagi pelaku ataupun korban, sehingga membuat pelaku lebih leluasa dalam melakukan kekerasan tanpa hukum sebagai batasannya.

Beberapa bentuk dari KDP adalah kekerasan ekonomi, kekerasan fisik, hingga kekerasan emosional. Kekerasan ekonomi dapat berupa pemerasan secara materi. Kekerasan fisik dapat menimbulkan bekas luka memar hingga pendarahan pada tubuh korban yang diperoleh dari pukulan, tendangan, tamparan, penggunaan benda tajam, hingga kekerasan seksual. Sedangkan kekerasan emosional atau psikis merupakan bentuk kekerasan yang menyerang kondisi emosional seseorang seperti membentak, mengekang, memaki, hingga mengancam. Salah satu bentuk kekerasan emosional lain yang jarang disadari adalah perlakuan subordinat atau bawahan. Kekerasan emosional dapat menyebabkan depresi dan kegelisahan yang berujung pada bunuh diri, seperti yang dikemukakan oleh Foshee VA dkk (2013:723-729), remaja yang mengalami kekerasan dalam pacaran lebih cenderung untuk mengalami gejala depresi dan kegelisahan, melakukan kebiasaan buruk seperti merokok, mengkonsumsi obat-obat terlarang dan minuman beralkohol atau perilaku antisosial hingga bunuh diri.

Bentuk-bentuk KDP yang telah dijelaskan sebelumnya seringkali bermula dengan hal-hal yang sederhana seperti menampar pipi, lalu korban diam dan tidak melawan hingga pelaku meningkatkan intensitas kekerasan menjadi menonjok muka. Perhatian dan rasa sayang juga sering menjadi pembenaran dari tindakan tersebut. Ketimpangan antara laki-laki dan perempuan yang dianggap sebagai mahluk penurut, pasif, dan lemah menjadi alasan terjadinya KDP. Seperti yang dijelaskan oleh Adji dkk (2009:9), budaya yang tertanam pada masyarakat Indonesia cenderung mengarah ke patriarki dimana kaum laki-laki dianggap ditakdirkan untuk mengatur perempuan. Sedangkan menurut Jurnal Perempuan tahun 2002, beberapa faktor penyebab kekerasan dalam pacaran adalah kondisi

keluarga dan pola asuh yang tidak menyenangkan, media massa, *peer group*, kepribadian dan relasi gender.

KDP sering kita jumpai pada generasi muda atau yang kini lebih dikenal dengan generasi millennial (15-25). Pada usia tersebut, remaja lebih rentan untuk menjadi korban bahkan pelaku kekerasan sekalipun. Masa remaja adalah masas transisi dari anak-anak ke dewasa, dimana terdapat banyak perubahan seperti perubahan biologis dan sosial. Perubahan biologis meliputi perkembangan organ tubuh, sedangkan perubahan sosial dapat dilihat dari perubahan perilaku seperti berpacaran. Baginya, memiliki pasangan merupakan hal yang penting sebagai proses pencarian pendamping, sebuah refleksi dari kehidupan berumah tangga di masa depan atau bahkan sebagai sebuah tren atau gaya. Namun pada usia remaja, kita masih memiliki emosi yang cenderung tidak stabil hingga sering terjadi salah paham, rasa cemburu dan rasa memiliki yang berlebihan. Dilansir dari Detiknews.com, setidaknya terdapat 1,5 juta remaja yang mengalami kekerasan pada tahun 2016. Angka tersebut masih terus bertambah karena masih terdapat kasus yang tidak terdata dikarenakan keluarga dan korban merasa malu untuk melaporkan hal tersebut. Namun, generasi millennial juga dipercaya sebagai agen perubahan seperti yang dilansir dari Magdalene.co, "*We believe there only two possibilities of the youth's role in society: they can either be the cause of conflicts or the agent of peace.*" yang artinya adalah kami percaya bahwa ada dua kemungkinan peran generasi muda dalam masyarakat: mereka dapat menjadi penyebab dari konflik atau agen perdamaian.

Dove sebagai sebuah produk yang memberikan perhatian lebih terhadap hak-hak perempuan dianggap sesuai untuk menjadi penyelenggara kampanye ini. Hal ini terbukti dengan kesuksesan *beauty campaign*-nya yang memberikan definisi baru dari kata cantik, juga mengembalikan kepercayaan diri perempuan yang selama ini dibungkam oleh standar kecantikan yang tersebar di media. Berbagai macam kampanyenya dimulai dari *Real Beauty Campaign*, *Choose Beautiful*, hingga *My Beauty My Say* telah sukses memberikan inspirasi bagi perempuan di seluruh dunia untuk lebih percaya diri dan menghargai dirinya sendiri. Namun, sejauh ini Dove belum melakukan kampanye mengenai kekerasan

terhadap perempuan, padahal dengan citra yang telah dimilikinya sekarang, sudah waktunya untuk Dove memberikan perhatian lebih terhadap hak-hak perempuan di masyarakat.

Melihat *product insight* yang sesuai dengan fenomena permasalahan feminisme, penulis berencana akan menggandeng Dove sebagai penyelenggara Kampanye Pencegahan Kekerasan Dalam Pacaran, juga menjadikannya sebagai tema untuk menyelesaikan tugas akhir. Menyadarkan bentuk-bentuk kekerasan terhadap perempuan khususnya KDP untuk mencegah terjadinya kasus serupa di kemudian hari.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah diidentifikasi pada penuturan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Tingkat kasus Kerasan Dalam Pacaran masih tinggi hingga mencapai 21%.
2. Pola asuh, media massa, *peer group*, kepribadian dan relasi gender merupakan beberapa penyebab KDP.
3. Kurangnya perhatian masyarakat terhadap Kekerasan Dalam Pacaran atau KDP.
4. KDP rentan terjadi di kalangan remaja.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah strategi kreatif perancangan kampanye yang efektif untuk kampanye pencegahan dan penanggulangan kekerasan dalam pacaran?
2. Bagaimanakah perancangan visual dan media yang efektif untuk kampanye pencegahan dan penanggulangan kekerasan dalam pacaran?

1.3 Ruang Lingkup

Dalam kegiatan kampanye ini, peneliti membatasi ruang lingkungnya dengan acuan 5W1H yang terdiri dari:

1.3.1 Ruang Lingkup Masalah

1. Apa: KDP adalah tindakan yang mempunyai unsur pemaksaan, perusakan, tekanan, dan pelecehan fisik atau psikis yang terjadi dalam relasi pacaran.
2. Siapa: KDP lebih sering terjadi pada kalangan remaja, baik korban maupun pelaku. Selain memiliki emosi yang tidak stabil, kalangan remaja juga berpendapat bahwa memiliki pasangan merupakan hal yang cukup penting.
3. Dimana: Kasus kekerasan terhadap perempuan terjadi hampir di setiap kota di Indonesia, namun peneliti membatasi ruang lingkup untuk daerah Kota Bandung.
4. Kapan: Selama tahun 2016, terdapat 2.171 kasus KDP.
5. Kenapa: KDP disebabkan oleh adanya ketimpangan relasi gender dimana perempuan dianggap sebagai makhluk lemah, penurut dan pasif.
6. Bagaimana: KDP bermula dengan hal-hal yang sederhana seperti menampar pipi, lalu korban diam dan tidak melawan hingga pelaku meningkatkan intensitas kekerasan menjadi menonjok muka.

1.3.2 Ruang Lingkup Penelitian

1. Apa: Kegiatan kampanye ini dibatasi lingkungnya pada pencegahan dan penanggulangan KDP untuk mengurangi jumlah kasus yang telah dijelaskan di kemudian hari.
2. Siapa: Kegiatan kampanye ini menargetkan generasi millennial khususnya pada generasi muda (18-22) yang terdiri dari mahasiswa-mahasiswi yang duduk di bangku perkuliahan. Khalayak sasaran tersebut dipilih karena usia tersebut adalah usia produktif yang cenderung mudah untuk menerima berbagai informasi baru yang agak

sulit diterima oleh kalangan dewasa atau orang tua. Generasi muda selalu diidentikan sebagai agen perubahan atau *agent of peace*.

3. Dimana: Kampanye ini rencananya akan diadakan di kampus-kampus yang ada di Kota Bandung karena Kota Bandung sendiri dijuluki Kota Pelajar dimana terdapat banyak perantau berasal dari berbagai kota di Indonesia yang cenderung aktif dalam berorganisasi khususnya acara-acara bertema anak muda.
4. Kenapa: Kegiatan kampanye ini bertujuan untuk membantu pihak produsen Dove dan DP3AKB Jabar dalam pemberian informasi mengenai pencegahan dan penanggulangan KDP sekaligus untuk menyelesaikan Tugas Akhir peneliti yang dilakukan pada periode Agustus 2017 hingga Mei 2018.
5. Kapan: Kegiatan kampanye ini rencananya akan menjadi bagian dari rangkaian perayaan International Women's Days pada tanggal 8 Maret 2018.
6. Bagaimana: Berdasarkan penuturan dari berbagai fenomena yang telah dijabarkan di latar belakang, maka peneliti dapat memberi solusi yaitu dengan melakukan perancangan kampanye dengan strategi kreatif dalam pemberian informasi kepada generasi millennial mengenai pencegahan dan penanggulangan KDP. Selain itu, dilakukan pula perancangan terhadap media yang digunakan yaitu pemanfaatan new media dan media sosial sehingga menjadi kampanye yang interaktif dan memberi efek positif bagi masyarakat.

1.4 Tujuan Perancangan

Dalam perancangan kampanye ini, peneliti berharap agar tujuan tersebut tercapai, yakni:

1. Terancangnya strategi kreatif kampanye yang efektif untuk kampanye pencegahan dan penanggulangan kekerasan dalam pacaran.
2. Terancangnya visual dan media yang efektif untuk kampanye pencegahan dan penanggulangan kekerasan dalam pacaran.

1.5 Manfaat Perancangan

Harapan yang dituju dengan adanya hasil dari proses perancangan strategi kreatif kampanye yang baik untuk memberikan pemahaman akan nilai-nilai feminisme dapat bermanfaat bagi peneliti, Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom serta dan masyarakat luas, yaitu:

1. Bagi Peneliti
 - a. Memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk menyelesaikan studi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom.
 - b. Memberi peneliti kesempatan untuk memperluas dan berpikir kreatif dalam memecahkan suatu masalah di bidang *Advertising* Desain Komunikasi Visual.
 - c. Memberikan pengalaman, wawasan dan keterampilan bagi peneliti dalam merancang sebuah kampanye sosial yang dapat dimanfaatkan orang banyak.
2. Bagi Akademik
 - a. Menjadi salah satu sumber referensi dalam menyelesaikan suatu permasalahan dengan cara Desain Komunikasi Visual.
 - b. Dapat menerapkan ilmu desain komunikasi visual kedalam ruang lingkup sosial sehingga memberikan manfaat terhadap bidang keilmuan tersebut.
3. Bagi Masyarakat
 - a. Memberikan manfaat dalam bentuk kerja sama antara peneliti dengan pihak Dove.
 - b. Membantu pihak Dove dalam menemukan alternatif rancangan kampanye yang lebih kreatif untuk penyampaian informasi yang lebih maksimal.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode yang Digunakan

Metode yang digunakan pada perancangan kampanye ini yaitu metode kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti persepsi, motivasi, perilaku, tindakan, dan lain-lain secara holistik (Moleong, 2007:6).

1.6.2 Metode Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan referensi buku, jurnal, dan artikel yang berhubungan dengan kampanye, persuasi, dan feminisme dan buku lain yang berhubungan dengan teori desain komunikasi visual dan *advertising*.

2. Wawancara

Dalam proses pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap pihak DP3AKB Jabar dan Yayasan JARI yang berkantor pusat di Bandung. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi valid mengenai angka kasus KDP.

3. Diskusi Kelompok Terarah (*Focus Group Discussion*)

Peneliti melakukan diskusi kelompok dengan sekelompok orang yang merupakan generasi millennial di kota Bandung mengenai KDP.

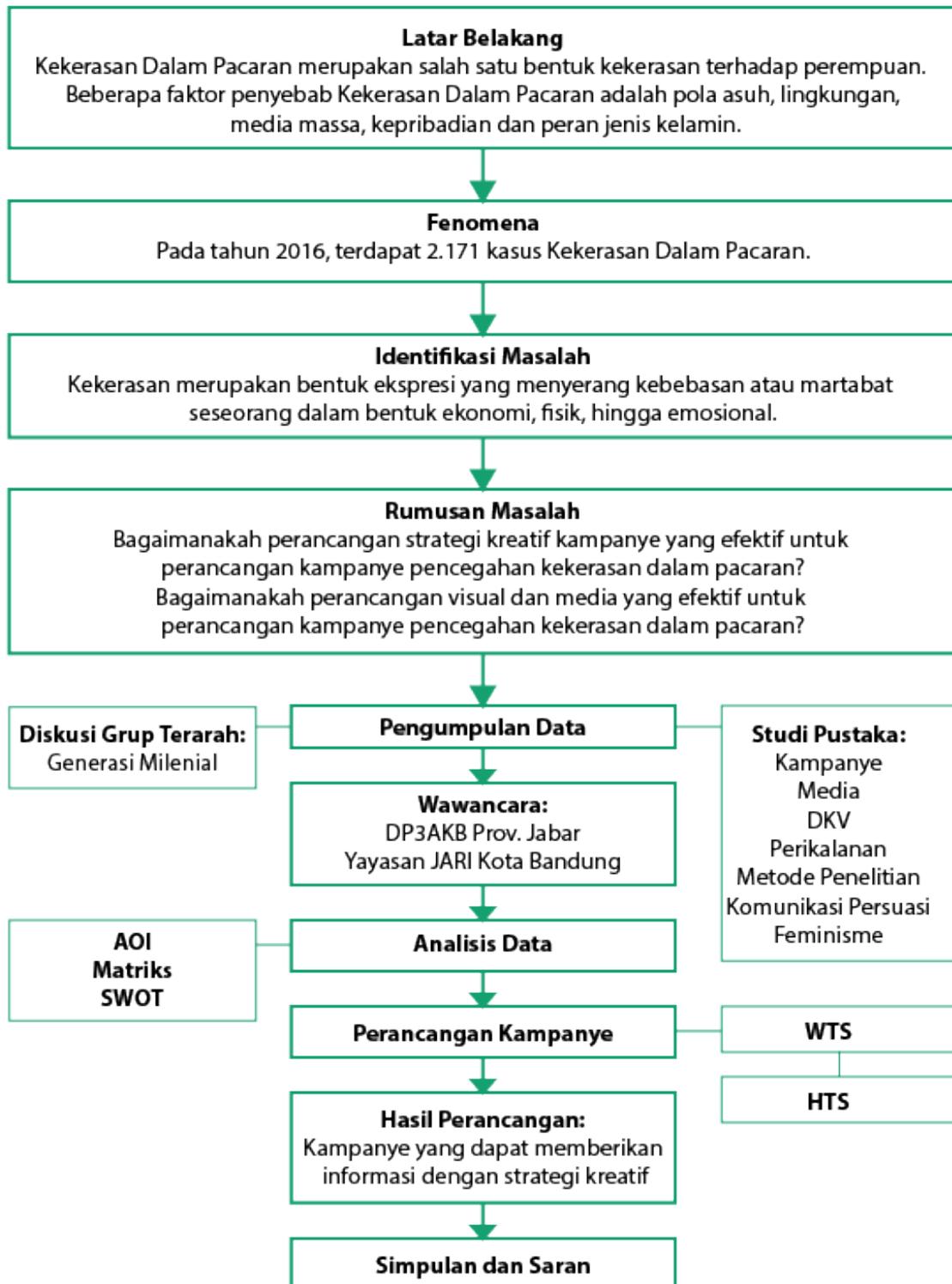
1.6.3 Metode Analisis

Peneliti menggunakan analisis *AOI (Activities, Opinion, Interest)* untuk mendapatkan profil psikografis dari konsumen. Analisis *AOI* merupakan beberapa pertanyaan yang dibuat untuk mengenali beberapa aspek yang relevan mengenai motif membeli, kepribadian, sikap, minat, kepercayaan, dan nilai-nilai konsumen (Kotler dan Armstrong, 2004: 292).

Peneliti juga menggunakan metode analisis *Facet Model Effects* yang merupakan kegiatan periklanan yang efektif untuk menciptakan enam respon

konsumen yaitu melihat dan mendengar pesan (persepsi), merasakan sesuatu tentang *brand* (emosi atau respon afektif), memahami poin pesan (respon kognitif), mengaitkan kualitas positif dengan *brand* (asosiasi), mempercayai pesan (persuasi), dan bertindak sesuai dengan yang diharapkan (perilaku). Efeknya bersifat holistik dan menimbulkan kesan yang disebut persepsi yang terintegrasi (Moriarty, 2011:133).

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: Penulis

1.8 Rencana Penelitian

No	Tanggal	Materi	Keterangan
1	28 Agustus 2017	Pemilihan Topik dan Tema TA	
2	9 September	Bimbingan bab 1	
3	11 September	Bimbingan bab 1	
4	18 September	Asistansi Mapping Teori	
5	25 September	Asistansi Mapping Teori	
6	2 Oktober	Preview 1	
7	6 Oktober	Pengumuman Hasil	
8	4 Desember	Pengumpulan Hardcopy bab 1-3	
9	13 Desember	Asistansi Hasil Preview 2	
10	21 Desember	Pengumpulan Revisi	
11	21 Januari	Diskusi Grup Terarah	
12	25 Febuari	Photoshoot	
13	5 Maret	3D Booth	
14	7 Maret	Preview 3	
15	17 Maret	Shooting	
16	18 Maret	Shooting	
17	19 Maret	Pengerjaan Maket Booth	
18	20 Maret	Pengerjaan Poster	
19	25 Maret	Edit Video	
20	26 Maret	Asistansi Hasil Eksekusi	

Tabel 1.1 Rencana Penelitian

Sumber: Penulis

1.9 Sistematika Penulisan

1. BAB I Pendahuluan

Membahas dan menguraikan latar belakang studi, terdiri dari keterangan latar belakang, rumusan masalah, perumusan masalah, ruang lingkup masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, metode penelitian, kerangka perancangan dan teknik pengumpulan data.

2. BAB II Dasar Pemikiran

Bab ini berisi teori yang bersumber pada buku, jurnal, dan artikel terkait dan relevan terhadap masalah yang dibahas.

3. BAB III Data dan Analisis Masalah

Berisi data-data yang sudah didapat oleh peneliti melalui proses pengumpulan data yaitu wawancara, diskusi grup terarah, dan studi pustaka.

4. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini berisi penguraian konsep rancangan untuk kampanye, mulai dari ide besar, konsep visual hingga hasil akhir yang didapatkan.

5. BAB V Penutup

Berisi simpulan dan saran yang merupakan solusi terhadap masalah yang dibahas di bab sebelumnya.