

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kekerasan seksual merupakan salah satu permasalahan sosial paling serius yang dihadapi Indonesia, termasuk wilayah Nusa Tenggara Timur. Komnas Perempuan (2023) mendefinisikannya sebagai setiap perbuatan yang merendahkan, melecehkan, dan/atau menyerang tubuh seseorang akibat ketidaksetaraan relasi kuasa dan gender, yang berdampak pada kesengsaraan fisik, psikis, ekonomi, sosial, maupun politik korban. Merespons urgensi tersebut, Pemerintah Indonesia mengesahkan Undang Undang Nomor 12 Tahun 2022 tentang Tindak Pidana Kekerasan Seksual (UU TPKS), yang mengatur secara komprehensif jenis jenis kekerasan seksual, mekanisme perlindungan korban, serta sistem pemulihannya. Kehadiran regulasi ini menegaskan bahwa pencegahan kekerasan seksual bukan lagi urusan privat, melainkan tanggung jawab kolektif yang melibatkan negara, masyarakat, dan seluruh elemen sosial.

Kabupaten Sikka, Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), menghadapi tantangan yang nyata dalam isu ini. Data UPTD PPA Kabupaten Sikka mencatat 177 kasus kekerasan terhadap perempuan dan anak sepanjang 2023, terdiri dari 132 kasus pada anak dan 45 kasus pada perempuan, dengan 52 di antaranya ditangani melalui jalur litigasi. Tren ini berlanjut pada paruh pertama 2024, dengan 71 kasus tercatat hanya dalam enam bulan pertama dan berakhir dengan 139 kasus di penghujung tahun. Tingginya angka tersebut mendorong Pemerintah Kabupaten Sikka melalui Bapelitbang menyelenggarakan rapat koordinasi lintas sektor pada April 2025, sebagai wujud keseriusan penanganan isu ini di tingkat daerah.

Angka yang terdata tersebut diyakini hanya mencerminkan sebagian kecil dari realitas yang sesungguhnya, mengingat fenomena kekerasan seksual lazim digambarkan sebagai gunung es. Banyak korban, terutama anak anak dan perempuan, tidak melaporkan kekerasan yang dialaminya akibat stigma sosial, rasa malu, ketakutan terhadap pelaku, serta minimnya pengetahuan tentang mekanisme pelaporan dan perlindungan yang tersedia (Komnas Perempuan, 2023). Kompleksitas ini diperparah oleh rendahnya literasi masyarakat mengenai bentuk bentuk kekerasan seksual dan batas *consent*, khususnya di wilayah pedesaan dan kepulauan seperti Kabupaten Sikka, di mana kekerasan seksual masih kerap dipandang sebagai persoalan privat yang diselesaikan secara kekeluargaan. Pandangan tersebut berpotensi mengganggu siklus kekerasan sekaligus memperburuk kondisi psikologis korban.

Kondisi ini menuntut hadirnya strategi komunikasi yang efektif, terencana, dan berkelanjutan untuk mendorong perubahan perilaku serta kesadaran kolektif masyarakat (Rohidi, 2011). Media video kampanye sosial terbukti menjadi instrumen yang strategis dalam upaya tersebut. Sebagai media audiovisual yang memadukan gambar bergerak, narasi, dan musik, video mampu menyampaikan pesan secara emosional, mudah diingat, dan dapat didistribusikan secara luas melalui *platform* digital seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube*. Sayangnya, upaya kampanye pencegahan di Kabupaten Sikka hingga kini masih bertumpu pada pendekatan konvensional sosialisasi tatap muka, penyuluhan di sekolah, dan distribusi materi cetak yang memiliki keterbatasan jangkauan dan daya tarik visual, terutama bagi generasi muda yang dominan mengonsumsi informasi melalui media

digital. Kesenjangan antara urgensi pencegahan dan ketersediaan media kampanye yang relevan inilah yang menjadi titik berangkat perancangan ini.

Kajian terdahulu mengenai perancangan kampanye sosial untuk isu kesehatan dan sosial telah cukup banyak dilakukan, namun penelitian yang secara spesifik merancang video kampanye pencegahan kekerasan seksual dengan mengintegrasikan konteks sosiokultural lokal Kabupaten Sikka masih sangat terbatas. Sebagian besar kajian berpijak pada konteks perkotaan besar atau kampanye berskala nasional yang tidak mempertimbangkan kekhasan budaya, bahasa, dan pola komunikasi masyarakat NTT. Atas dasar kesenjangan tersebut, perancangan ini bertujuan menghadirkan video kampanye sosial berbasis kearifan lokal Kabupaten Sikka dengan pendekatan naratif yang sensitif, edukatif, dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat, guna meningkatkan pemahaman tentang bentuk-bentuk pelecehan seksual, mendorong keberanian melapor, serta membangun budaya saling menjaga yang berkontribusi pada penurunan angka kekerasan seksual di daerah.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil observasi awal dan penelusuran data sekunder mengenai kondisi pencegahan kekerasan seksual di Kabupaten Sikka, dapat diidentifikasi sejumlah permasalahan sebagai berikut.

1. Kabupaten Sikka belum memiliki media kampanye sosial berbasis video yang dirancang secara sistematis dan profesional untuk mengedukasi masyarakat mengenai pencegahan pelecehan seksual.
2. Upaya sosialisasi yang dilakukan oleh lembaga terkait masih bersifat konvensional, yaitu melalui penyuluhan tatap muka dan distribusi materi cetak sederhana, yang memiliki keterbatasan jangkauan dan daya tarik visual bagi generasi muda.
3. Tingkat literasi masyarakat mengenai bentuk-bentuk pelecehan seksual, batasan persetujuan (*consent*), serta mekanisme pelaporan kasus masih relatif rendah, sehingga banyak kasus tidak dilaporkan dan korban tidak memperoleh pendampingan yang dibutuhkan.
4. Stigma sosial terhadap korban kekerasan seksual masih kuat di tengah masyarakat, yang menyebabkan korban cenderung memilih diam dan tidak melaporkan kejadian yang dialaminya.
5. Minimnya pemanfaatan *platform* digital dan media sosial sebagai sarana edukasi pencegahan kekerasan seksual mengakibatkan pesan pencegahan tidak menjangkau generasi muda yang merupakan kelompok rentan sekaligus pengguna aktif media digital.
6. Belum tersedianya konten edukasi visual yang mengangkat konteks lokal dan kearifan budaya masyarakat Kabupaten Sikka, sehingga pesan pencegahan yang disampaikan terasa kurang relevan dan kurang menyentuh secara emosional bagi audiens setempat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam perancangan ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana merancang video kampanye sosial dan media pendukung lainnya yang efektif, edukatif, dan komunikatif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Kabupaten Sikka mengenai pencegahan pelecehan seksual?
2. Bagaimana konsep kreatif dan pendekatan naratif yang tepat untuk menyampaikan pesan pencegahan pelecehan seksual secara sensitif, tidak menstigmatisasi korban, dan relevan dengan konteks sosiokultural masyarakat Kabupaten Sikka?

1.4 Batasan Masalah

Guna memastikan fokus dan kedalaman kajian, penelitian ini menetapkan batasan batasan sebagai berikut.

1. Objek perancangan difokuskan pada kampanye sosial pencegahan pelecehan seksual untuk masyarakat umum di Kabupaten Sikka, dengan penekanan pada edukasi preventif, bukan pada penanganan hukum atau forensik kasus tertentu.
2. Media kampanye yang dirancang meliputi video kampanye sosial sebagai media utama, serta poster A2, flyer A4, brosur, *x banner*, *feed Instagram*, *Reels Instagram* dan *TikTok*, infografis, serta *Merchandise* edukatif (kaos dan *totebag* bertema kampanye) sebagai media pendukung.
3. Perancangan ini tidak membahas detail kronologis kasus kekerasan seksual tertentu maupun identitas korban atau pelaku secara spesifik, melainkan berfokus pada penyampaian pesan edukatif, preventif, dan pemberdayaan secara umum.
4. Konten kampanye disusun dengan prinsip *trauma informed* dan tidak menampilkan adegan kekerasan secara eksplisit, melainkan menggunakan pendekatan simbolik dan naratif yang sensitif terhadap kondisi psikologis korban maupun calon korban.
5. Perancangan ini tidak mencakup perumusan kebijakan publik secara komprehensif, melainkan dibatasi pada tahap perancangan visual dan konsep media kampanye sosial.
6. Target audiens media kampanye yang dirancang adalah generasi muda, orang tua, serta masyarakat umum di Kabupaten Sikka, dengan penekanan khusus pada kelompok usia 17-20 tahun sebagai kelompok yang paling aktif dan rentan menggunakan media digital.

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan perancangan ini adalah sebagai berikut.

1. Merancang video kampanye sosial yang efektif, edukatif, dan komunikatif guna meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat Kabupaten Sikka mengenai pencegahan pelecehan seksual.
2. Menghasilkan berbagai produk media kampanye berupa video kampanye, poster, flyer, brosur, *x banner*, infografis, konten media sosial (*feed*, *Reels/TikTok*), serta *Merchandise* edukatif yang mudah diakses dan disebarluaskan melalui *platform* digital maupun media cetak.
3. Membangun kesadaran kolektif masyarakat mengenai pentingnya pencegahan pelecehan seksual, mendorong keberanian korban untuk melapor, serta mengurangi

stigma sosial terhadap korban melalui pendekatan komunikasi visual yang sensitif dan memberdayakan.

1.6 Manfaat Perancangan

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi ilmiah dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya berkenaan dengan perancangan media kampanye sosial untuk isu-isu sensitif seperti pencegahan kekerasan seksual. Selain itu, temuan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi kajian-kajian berikutnya yang membahas perancangan kampanye sosial berbasis kearifan lokal dan konteks kedaerahan.

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait di Kabupaten Sikka

Pemerintah Kabupaten Sikka dan lembaga terkait, seperti UPTD PPA dan dinas yang menangani perlindungan perempuan dan anak, memperoleh materi kampanye yang siap digunakan untuk mendukung program edukasi dan pencegahan kekerasan seksual secara lebih efektif dan menjangkau khalayak yang lebih luas.

b. Bagi Masyarakat Kabupaten Sikka

Masyarakat mendapatkan akses informasi yang mudah dipahami mengenai bentuk pelecehan seksual, cara melindungi diri dan orang lain, serta mekanisme pelaporan dan pendampingan korban, sehingga dapat berperan aktif dalam pencegahan kekerasan seksual di lingkungan masing-masing.

c. Bagi Peneliti

Peneliti memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan ilmu desain komunikasi visual untuk menyelesaikan permasalahan sosial yang nyata dan mendesak, sekaligus sebagai sarana pengembangan kompetensi akademik dan profesional di bidang perancangan media kampanye sosial.

1.7 Ruang Perancangan

1.7.1 Ruang Substansi

Perancangan ini berfokus pada penyusunan konsep kreatif dan visual untuk kampanye sosial pencegahan pelecehan seksual, mencakup proses riset, perumusan strategi komunikasi, penentuan konsep kreatif, hingga produksi media. Pembahasan dibatasi pada aspek edukasi dan pencegahan, tanpa membahas aspek hukum, forensik, maupun penanganan psikologis korban secara klinis.

1.7.2 Ruang Lingkup Media

Media utama yang dirancang adalah video kampanye sosial, didukung oleh media turunan berupa poster A2, flyer A4, brosur, *x banner*, *feed* dan *Reels Instagram*, konten *TikTok*, infografis, serta *Merchandise* edukatif berupa kaos dan *totebag* bertema kampanye. Seluruh media dirancang agar dapat didistribusikan baik melalui *platform* digital maupun media cetak.

1.7.3 Ruang Lingkup Wilayah

Perancangan ini secara khusus mengangkat konteks sosiokultural Kabupaten Sikka, Provinsi Nusa Tenggara Timur, sehingga pendekatan naratif, visual, dan bahasa yang digunakan disesuaikan dengan kearifan lokal serta karakteristik masyarakat setempat.

1.7.4 Ruang Lingkup Audiens

Ruang lingkup audiens dalam perancangan ini mencakup tiga kelompok sasaran utama yang ditetapkan berdasarkan hasil analisis Segmentasi dan Targeting, yaitu target primer, target sekunder, dan target tersier. Ketiga kelompok ini bersifat saling melengkapi, dengan strategi pendekatan komunikasi yang disesuaikan secara spesifik untuk masing-masing kelompok.

a. *Target Primer: Remaja dan Generasi Muda*

Target primer media kampanye ini adalah remaja dan generasi muda Kabupaten Sikka, dengan penekanan khusus pada kelompok usia 17-20 tahun. Kelompok ini dipilih sebagai sasaran utama karena merupakan kelompok dengan tingkat kerentanan tertinggi terhadap pelecehan seksual, sekaligus kelompok yang paling aktif menggunakan platform media digital seperti *Instagram* dan *TikTok*. Berdasarkan temuan wawancara pada tahap *Empathize*, sebagian besar responden remaja menyatakan belum pernah mengikuti kegiatan edukasi pencegahan pelecehan seksual secara langsung, dan hanya sebagian kecil yang mengetahui keberadaan layanan pelaporan resmi seperti SAPA 129 atau UPTD PPA. Pendekatan komunikasi untuk kelompok ini dirancang secara reflektif personal, menggunakan bahasa yang inklusif, hangat, dan tidak menghakimi, mengingat banyak dari kelompok usia ini yang merasa malu membahas topik ini secara terbuka.

b. *Target Sekunder: Orang Tua dan Tenaga Pendidik*

Target sekunder media kampanye ini adalah orang tua dan tenaga pendidik di Kabupaten Sikka, yang berperan sebagai figur pelindung dan edukator pertama bagi anak dan remaja, baik di lingkungan keluarga maupun di lingkungan sekolah. Kelompok ini membutuhkan materi yang dapat digunakan untuk membuka percakapan dengan anak atau siswa mengenai pencegahan pelecehan seksual secara nyaman, tanpa membuat anak merasa takut atau menganggap topik ini tabu untuk dibahas. Konten yang dirancang untuk kelompok ini bersifat edukatif dan praktis, dengan penekanan pada panduan konkret yang dapat langsung diterapkan dalam interaksi sehari-hari dengan anak maupun siswa.

c. *Target Tersier: Masyarakat Umum sebagai Bystander*

Target tersier media kampanye ini adalah masyarakat umum Kabupaten Sikka secara luas, termasuk tokoh adat, tokoh agama, dan tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh besar dalam pembentukan opini di tingkat komunitas. Kelompok ini berperan sebagai bystander, yaitu pihak yang berperan aktif dalam pencegahan kekerasan seksual melalui prinsip “lihat, dengar, dan bertindak aman”, serta sebagai agen penyebaran pesan kampanye secara organik melalui interaksi sosial sehari-hari di lingkungan masing-masing. Pesan yang disampaikan kepada kelompok ini bersifat ajakan kolektif yang menegaskan bahwa pencegahan pelecehan seksual adalah tanggung jawab bersama, bukan hanya tugas korban atau aparat penegak hukum.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai alur pembahasan, sistematika penulisan Tugas Akhir ini disusun sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang permasalahan kekerasan seksual di Kabupaten Sikka beserta data pendukungnya, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat perancangan (teoretis maupun praktis), serta ruang lingkup perancangan yang mencakup substansi, media, wilayah, dan audiens. Bab ini menjadi dasar argumentasi mengapa perancangan video kampanye sosial ini penting dan relevan untuk dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan penelitian dan perancangan terdahulu yang relevan beserta posisi dan kebaruan (research gap) dari penelitian ini. Selain itu, bab ini membahas landasan teori yang digunakan, meliputi desain komunikasi visual, elemen dan prinsip desain, teori warna, layout, teori Gestalt, kampanye sosial, trauma informed design, teknik dan durasi video, media pendukung kampanye, identitas visual, pengetahuan dasar kekerasan seksual, teori STP, pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data, serta metode Design Thinking.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metodologi yang digunakan dalam perancangan, yaitu pendekatan kualitatif yang dipadukan dengan metode Design Thinking dan diperkuat prinsip trauma informed. Diuraikan pula alur penelitian, rancangan riset pada tiap tahapan (Empathize, Define, Ideate, Prototype), serta jadwal dan alur perencanaan perancangan dari tahap pra produksi hingga pasca produksi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian dan proses perancangan secara menyeluruh berdasarkan lima tahapan Design Thinking. Dimulai dari hasil Empathize (wawancara, observasi, studi dokumentasi), Define (analisis tematik, SWOT, user persona, problem statement), Ideate (brainstorming, konsep kreatif "Jaga deng Suara", moodboard, identitas visual), Prototype (proses produksi video dan media pendukung), hingga hasil final desain seluruh produk media kampanye beserta pembahasan kontribusi dan implikasinya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merangkum kesimpulan dari keseluruhan proses perancangan, mencakup keberhasilan perancangan video kampanye yang efektif dan aman secara psikologis, konsep kreatif "Jaga deng Suara" sebagai fondasi perancangan, strategi media hybrid yang relevan dengan konteks lokal, serta kontribusinya bagi pencegahan kekerasan seksual di Kabupaten Sikka. Bab ini juga memuat saran bagi pemerintah dan lembaga terkait, sekolah dan tenaga pendidik, peneliti selanjutnya, serta masyarakat umum.