BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berdasarkan Ryan v*ictim blaming* adalah tindakan menyalahkan korban yang mengalami ketidakadilan (dikutip dari Campbell & Raja, 1999). *Victim blaming* adalah salah satu perilaku *second victimization* yang merupakan pengulangan trauma yang dapat terjadi terhadap korban pelecehan seksual, kekerasan dan pemerkosaan yang dilakukan oleh individu atau organisasi (Campbell & Raja, 1999).

Contoh *victim blaming* pada korban pemerkosaan terjadi pada pemberitaan di *website* detik.com pada 9 Agustus 2018 tentang kasus pemerkosaan penumpang Grab. Beberapa orang berkomentar bahwa hal tersebut terjadi semata-mata bukan karena salah *driver* tapi memang korban yang menginginkannya karena korban tidak melakukan perlawanan atau meminta pertolongan seperti berteriak saat hendak dibawa ke Jakarta Pusat yang bukan menjadi tujuannya. *Victim blaming* juga terjadi pada pemberitaan di *website* liputan6.com tentang atlet Korea yang baru mengaku bahwa dirinya telah diperkosa selama 2 tahun oleh pelatihnya. Terlihat dalam kolom komentar seseorang menuliskan bahwa 2 tahun adalah waktu yang lama, hal tersebut terjadi memang karena korban dan pelaku sama-sama suka.

Permasalahan yang timbul adalah banyak masyarakat di Indonesia yang melakukan *victim blaming* kepada korban karena belum menyadari bahwa

perilaku tersebut dapat berdampak buruk bagi korban. Hal ini dibuktikan melalui data yang didapat oleh penulis melalui penelitian sebelumnya. Dari 91 responden, sebanyak 60 responden menyalahkan korban pemerkosaan dengan berbagai alasan seperti karena korban tidak hati-hati, kurang waspada dan lalai sebagai jawaban terbanyak. Berdasarkan Dr. Anju Hurria, psikiatri dan asisten profesor di Universitis California, Irvine, dampak yang dapat ditimbulkan dari perilaku *victim blaming* adalah korban akan mengalami stress yang lebih parah serta meningkatkan kemungkinan depresi dimana dapat memicu tindakan bunuh diri. Selain itu ungkapnya *victim blaming* akan memperburuk kegelisahan, meningkatkan rasa malu dan menjauhkan korban dari lingkungan sekitar.

Salah satu media untuk menghentikan *victim blaming* adalah melalui kampanye sosial. Menurut Rogers dan Storey (dalam Venus, 2004, hlm. 7) kampanye adalah bentuk komunikasi yang direncanakan untuk menciptakan suatu efek tertentu. Kampanye sosial dapat dikemas dalam berbagai bentuk media seperti poster, video, animasi dan hingga melibatkan publik figur dalam kampanye tergantung *target audience* dengan tujuan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Oleh karena itu penulis mengajukan perancangan kampanye sosial stop *victim blaming* pada korban pemerkosaan perempuan.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ditemukan adalah.

1. Bagaimana perancangan kampanye sosial stop *victim blaming* pada perempuan korban pemerkosaan?

1.3. Batasan Masalah

1.3.1. Segmentsi

Segmentasi untuk ditentukan dalam perancangan adalah sebagai berikut.

a. Demografi

Kampanye sosial ini ditujukan kepada laki-laki dan perempuan dengan usia 27– 41 tahun dengan segala pekerjaan dan pendidikan. Data ini didapatkan perhitungan kuartil korban kekerasan seksual dari Catatan Tahunan (CATAHU) KOMNAS Perempuan 2018.

Korban kekerasan seksual, salah satunya termasuk korban pemerkosaan, memerlukan dukungan dan pendampingan selama proses pertahanan diri secara psikologi untuk menjadi pulih Kubler-Ross (2005). Beliau juga menyatakan orang-orang yang akan menjadi pendamping dan mendukung korban saat melewati tahap-tahap pertahanan diri adalah orang-orang yang berada pada mikrosistem yaitu orangtua, saudara, sahabat, teman kantor, teman sekolah, teman kuliah atau teman dari komunitas dan orang yang berhubungan langsung dengan korban. Berdasarkan data dan teori yang didapatkan, usia orang-orang yang akan menjadi pendamping adalah orang-orang yang berada dalam mikrosistem korban dengan usia yang tidak jauh dari usia korban dengan rentang umur 27-41. Namun, tidak sedikit dari kelompok orang tersebut yang harusnya menjadi pendamping tapi melakukan *victim blaming* kepada korban dengan berbagai alasan. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian penulis melalui wawancara.

b. Geografis

Kampanye ini akan diselenggarakan di Jakarta dan Jawa Barat. Batasan wilayah ini didapatkan dari data Catatan Tahunan KOMNAS Perempuan yang menyatakan bahwa angka kekerasan seksual tertinggi pertama adalah di wilayah DKI Jakarta dan pada posisi tertinggi kedua adalah Jawa Barat.

c. Psikografis

Ditargetkan bagi orang-orang yang masih melakukan *victim blaming* namun tidak tahu tentang dampak negaitf yang ditimbulkan dari *victim blaming* terhadap perempuan korban pemerkosaan.

1.3.2. Targeting

Perancangan ini ditargetkan khusunya kepada orang-orang terdekat korban yang langsung berhubungan dengan korban seperti keluarga, saudara, teman kampus, teman sekolah, pacar, atau teman dari komuitas tertentu yang berhubungan langsung dengan korban. Orang-orang dikarakteristikkan sebagai *latent public* atau kelompok publik yang tidak menyadari adanya permasalah yang berkaitan dengan pesan kampanye (Venus, 2004).

1.3.3. Batasan Topik

Topik yang dibahas dalam kampanye ini adalah *victim blaming* yang terjadi pada kasus pemerkosaan kepada perempuan. Berdasarkan penelitian penulis sebelumnya, dari berbagai kekerasan seksual lainnya, dampak *victim blaming* pada kasus pemerkosaan memiliki dampak paling besar terhadap korban karena

rasa bersalah yang timbul pada korban karena terus disalahkan oleh orang sekitarnya akan terus dirasakan oleh korban selama hidupnya jika tidak dampingi.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan perancangan ini adalah membuat kampanye sosial stop *victim blaming* pada perempuan korban pemerkosaan sehingga dapat meminimalisir dampak negatif *victim blaming* terhadap korban pemerkosaan perempuan.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir dibagi ke dalam tiga bagian yaitu manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas.

1. Manfaat bagi penulis

   Melalui perancangan tugas akhir ini penulis mendapatkan manfaat berupa pemahaman yang lebih mendalam tentang dampak dari *victim blaming* khususnya pada korban pemerkosaan perempuan serta apa yang dilakukan dan tidak dilakukan kepada korban pemerkosaan perempuan.

2. Manfaat bagi masyarakat

   Manfaat bagi masyarakat melalu perancangan kampanye sosial ini adalah memberikan pemahaman lebih tentang dampak negatif dari *victim blaming* pada korban pemerkosaan perempuan sehingga mengurangi tindakan *victim blaming* oleh masyarakat.

3. Manfaat bagi universitas

   Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk mahasiswa angkatan selanjutnya yang akan melakukan tugas akhir, khususnya yang mengangkat topik yang sama yaitu kampanye sosial.