



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Perancangan kampanye sosial ajakan menonton film sesuai usia anak untuk orang tua menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu metode kualitatif berupa observasi, wawancara, studi eksisting, serta metode kuantitatif berupa kuesioner. Penulis melakukan observasi dengan mengamati berapa banyak orang dewasa yang mengajak anak dibawah umur untuk menonton film dengan kategori BO-R atau D di bioskop. Wawancara dilakukan secara terstruktur kepada sutradara film untuk mengetahui tentang proses sensor yang berlaku di Indonesia, dan psikolog untuk mengetahui tentang dampak psikologis yang akan diterima oleh anak. Sedangkan, kuesioner dilakukan secara daring dengan menggunakan *google form*.

3.1.1. Observasi

Penulis melakukan observasi ke bioskop di Jakarta dan Tangerang pada 24 April, 25 April, 1 Mei, dan 12 Mei 2019, untuk mengetahui seberapa banyak anak usia di bawah 13 tahun yang menonton film *Avengers: End-game* yang mempunyai kategori usia 13 tahun keatas bersama orang tuanya.

1. Hasil Observasi

Tabel 3.1. Hasil Observasi

Tanggal	Jam	Lokasi	Jumlah Kursi	Jumlah Anak
24/04/19	14:15	XXI Plaza Indonesia	200	23

25/04/19	21:00	XXI Summarecon Serpong	200	18
01/05/19	18:15	XXI Summarecon Serpong	200	15
12/05/19	12:00	CGV Grand Indonesia	200	39

Penulis memperoleh data sebesar 7.5-19.5% penonton merupakan anak yang berusia di bawah 13 tahun. Jumlah penonton anak terbanyak pertama ada pada hari Sabtu, 12 Mei 2019, 18 hari setelah perilisian film, sedangkan jumlah terbanyak kedua ada pada hari Rabu, 24 April 2019, hari pertama perilisian film.

Kemudian penulis melakukan observasi lain pada Jumat, 14 Februari 2020 jam 21:35 – 23:55 WIB di XXI Baywalk Pluit, untuk mengetahui seberapa banyak anak usia di bawah 13 tahun yang menonton film *Fantasy Island* (17+). Film ini dikategorikan untuk dewasa atau 17+ karena mengandung unsur kekerasan, penyiksaan, penindasan, dan kata-kata yang kurang pantas.



Gambar 3.1. Film *Fantasy Island*
(https://www.imdb.com/title/tt0983946/mediaindex?ref=tt_pv_mi_sm, 2020)

Terdapat 3 anak di bawah umur dengan rincian, anak laki-laki usia 8 tahun yang didampingi ayahnya, anak perempuan usia 11 tahun yang didampingi ibunya, anak perempuan usia 12 tahun bersama ayahnya.

Selain melakukan observasi di bioskop, penulis juga mendapatkan informasi mengenai pengalaman penonton lain yang menjumpai anak dibawah usia di studio yang memutar film untuk 13 tahun keatas, ada 2 sisi pada hasil pengumpulan data ini yaitu sisi kenyamanan penonton dan sisi dampak bagi anak.



2beer! Tadi abis nonton film I*T di bioskop, lihat pasutri bawa bayi nya masuk buat ikutan nonton film itu. Memang anak nya ga nangis, tapi tega banget ya ampun itu film kan sound nya ngagetin bgt 😞 bayi lu di ajak nonton pun ga bakal paham dia 😞 Jahat bgt ya

Heran sama ibu-ibu yg ngajak anaknya nonton Joker. Td habis nonton, di toilet dengar percakapan anak kecil ke ibunya bilang gini: "Ma, berarti kakak bisa jd Joker".

Seketika muka ibunya panik.

Kemarin nonton "Jungle", film dengan rate R13. Di deretan bangku depan saya, ada sepasang orangtua muda membawa anaknya yang masih kecil. Pas adegan semi, si ibu terlihat sibuk menutupi mata anaknya.

pernah tahu bapak-bapak bawa satu keluarga nonton Midsommar, anaknya masih kecil banget, pas tahu filmnya ada rated scene dan jalan ceritanya yang ngga biasa, bapak2 itu langsung marah2 bilang "film sinting!"

Gambar 3.2. Pengalaman Penonton
(<https://twitter.com/miund/status/1146943376488484864>, 2019)

Pengalaman tidak mengenakan bagi anak, orang tua, dan penonton lain ini dapat dihindari dengan cara memberikan edukasi mengenai batasan usia dalam film dan faktor apa saja yang mempengaruhi dalam membagi film kedalam batasan usia tersebut.

2. Kesimpulan Observasi

Masih banyak orang tua yang belum mengerti pentingnya kategori usia dalam film dan dampak yang akan diterima oleh anak di kemudian hari, mereka masih saja mengajak anak untuk menonton film dengan kategori usia yang tidak sesuai, kemudian dari pihak bioskop pun tidak mempunyai tindakan pencegahan mengenai hal ini, padahal sudah banyak tempat penitipan anak di mal yang bisa digunakan apabila tidak ada yang menjaga anak jika mereka sangat ingin menonton film tersebut, maka dari itu diperlukan kesadaran dari dalam diri orang tua untuk berhenti mengajak anak untuk menonton film yang tidak sesuai usia mereka.

Saat ini banyak anak yang menyukai film bertema pahlawan *super*, film dengan tema ini memiliki kategori usia yang beragam mulai dari semua usia sampai 17 tahun keatas, namun usia penontonnya jauh dari batas kategori usia yang telah ditentukan sebelumnya, contohnya pada observasi yang penulis lakukan pada film *Avengers: End Game* yang diperuntukan untuk 13 tahun keatas, penulis banyak

menemui anak dibawah usia 7 tahun yang ikut menonton bersama orang tuanya, walaupun mereka tidak mengganggu penonton lain karena fokus menonton film favoritnya tetap saja kurang pantas karena film ini telah melalui proses sensor dan dikategorikan untuk usia 13 tahun keatas karena mengandung konten yang kurang baik untuk dilihat oleh anak kecil contohnya penggunaan kata kasar seperti *shit*, *bitch*, *asshole*, dan *dickhead* yang bisa saja dicontoh oleh anak tersebut saat bermain bersama temannya karena tidak mengerti apa arti dari kata tersebut, mereka hanya melihat karakter film *Avengers* yang tertawa saat mengucapkan kata tersebut sehingga anak mengartikan kata tersebut sebagai kata lucu, selain itu banyak adegan kekerasan seperti penusukan, penembakan, dan pembunuhan masal yang belum tentu bisa diterima dan dicerna dengan baik oleh setiap anak.

3.1.2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara secara terstruktur dengan narasumber:

1. Sutradara Film
2. Psikolog
3. Ketua Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI)
4. Pengunjung bioskop

3.1.2.1. Wawancara dengan Sutradara Film

Wawancara dilakukan dengan Makbul Mubarak, selaku sutradara film pendek *Ruah* dan anggota *cinema poetica*, media daring yang membahas film melalui kritik dan kajian. Wawancara dilakukan pada Kamis, 16 Mei 2019 dengan tujuan dapat mengetahui lebih lanjut mengenai kategori usia

dalam film di Indonesia, serta bahan pertimbangan saat membagi film ke dalam kategori tersebut.



Gambar 3.3. Wawancara dengan Sutradara Film

Menurut Makbul, sistem pengelompokan film sesuai usia di Indonesia sebenarnya sudah bagus, hanya saja tidak berjalan, karena masih saja ada orang tua yang mengajak anaknya untuk ikut menonton film di bioskop yang seharusnya tidak boleh ditonton oleh anak, karena mengandung unsur-unsur dewasa. Dalam hal ini, orang tua bisa saja tahu mengenai kategori usia film yang akan ditonton, namun tidak ada yang menjaga anak sehingga ikut diajak masuk, atau memang tidak tahu mengenai kategori usia film. Jika anak diajak untuk ikut menonton film dengan kategori yang tidak sesuai usianya, sudah sepantasnya orang tua melakukan tugasnya sebagai pembimbing, seperti menonton film terlebih dahulu untuk nantinya dipertontonkan kepada anak, bukan hanya duduk diam di samping anak saat menonton atau malah menjelaskan adegan per adegan.

Makbul kemudian berpendapat bahwa kampanye “Sensor Mandiri” yang dibuat oleh Lembaga Sensor Film (LSF) itu kontradiktif dan problematik, dikarenakan proses penyensoran film tidak bisa dilakukan

secara mandiri, ada kriteria tertentu yang harus diberlakukan agar cocok untuk ditonton oleh kategori usia tertentu, sehingga seharusnya LSF menjadi lembaga klasifikasi film, bukan sensor.

Surat Tanda Lulus Sensor (STLS), yang diterbitkan oleh Lembaga Sensor Film (LSF) adalah salah satu prasyarat agar film dapat diputar di bioskop Indonesia. Prosedurnya adalah film didaftarkan terlebih dahulu ke LSF, lalu mereka akan meninjau dan memberikan catatan mengenai adegan apa saja yang harus disensor, baik dengan cara pemotongan atau pengaburan adegan, atau ditolak sehingga tidak boleh ditayangkan di bioskop, contohnya adegan kekerasan di menit ke 47:13 sampai 47:44 harus dipotong, agar mendapat kategori BO-R, kalau tidak dipotong maka akan mendapat kategori D. Keputusan akhir mengenai kategori usia ini ada pada tangan pembuat film seutuhnya, film dengan kategori BO-R sudah pasti akan mendapat segmen pasar yang lebih luas, dibanding kategori D.

Lembaga sensor pada mulanya didirikan pada tahun 1917 oleh pemerintah kolonial Belanda untuk menyortir pengaruh luar yang masuk ke Indonesia, kemudian di era pemerintahan Soeharto, lembaga sensor mengatur konten-konten apa saja yang boleh ditonton, film yang pro-komunis tidak boleh diputar, sedangkan yang pro-Amerika boleh diputar. Sehingga sensor memang dibuat untuk kepentingan tertentu, seperti pertahanan pada zaman Belanda, dan politik pada zaman Soeharto. Ruang publik sekarang dikuasai oleh kelompok keagamaan, maka secara otomatis yang menjadi tolok ukur sensor adalah hal-hal yang dianggap sensitif dalam

agama, misalkan sensualitas baik itu adegan seks maupun orientasi seksualnya.

Tolok ukur di setiap negara pun berbeda, tergantung pada budaya dan potret masyarakatnya, Indonesia lebih konservatif apabila dibanding dengan negara barat, adegan ciuman bibir masuk kategori D17 dan adegan seks masuk kategori D21. Perancis merupakan negara yang sangat liberal, tidak ada kategori usia untuk film, karena mereka menganggap seks sebagai ekspresi kebudayaan, nyatanya Amerika tidak terlalu liberal, karena mereka menargetkan film yang mereka produksi untuk dapat ditonton oleh semua orang, sehingga mereka sangat berhati-hati untuk menyortir konten supaya tidak ada yang terlalu ditujukan untuk usia tertentu.

Makbul mengatakan lebih baik film yang Ia produksi tidak diputar di bioskop, jika harus disensor dengan pemotongan atau pengaburan adegan, karena hal itu akan mengurangi nilai film. Sebelumnya, Ia pernah mengalami kejadian serupa, film pendek buatannya didaftarkan oleh bioskop XXI ke LSF, namun kategori yang didapat adalah untuk usia 21+ tahun, dan jika ingin mendapat kategori yang lebih rendah, harus memotong beberapa adegan film yang menurut LSF merupakan adegan kekerasan.

3.1.2.2. Wawancara dengan Psikolog

Wawancara dilakukan dengan Hadyan Dhiozandi pada Rabu, 4 Maret 2020 untuk mengetahui dampak yang akan diterima oleh anak secara psikologis apabila menonton film di bioskop dengan batas usia yang lebih tinggi.



Gambar 3.4. Wawancara dengan Psikolog

Menurut Hadyan, usia yang ideal bagi anak untuk menonton film di bioskop adalah 4 tahun karena anak sudah mengenal bahasa yang cukup kompleks sehingga dapat mengerti dan memahami film maupun pesan positif yang terkandung di dalamnya, sehingga besar kemungkinan bagi anak untuk menerapkannya ke dalam kehidupan sehari-hari, karena anak cenderung mencontoh apa yang mereka lihat. Anak di bawah usia 2 tahun sangat tidak dianjurkan untuk ikut menonton film di bioskop karena kondisi bioskop yang tidak steril selain itu suara kencang pada bioskop juga bisa mengganggu pendengaran anak.

Penting bagi orang tua untuk tidak mengajak anak untuk menonton film dengan kategori yang lebih tinggi karena mengandung konten dewasa seperti kekerasan atau seksual, kemudian anak bisa saja mencontoh apa yang mereka lihat karena belum memahami mana yang boleh atau tidak boleh dilakukan. Apabila orang tua mencoba melakukan tindakan preventif seperti menutup mata atau telinga anak, akan ada kemungkinan anak menjadi penasaran sehingga mencoba untuk mencari tahu sendiri melalui

internet atau temannya, sehingga informasi yang didapatkan tidak kredibel bahkan menyesatkan. Selain itu kegelapan dan suara keras dalam bioskop dapat menyebabkan perasaan tidak nyaman bagi anak, oleh karena itu orang tua harus sigap untuk membawa anak keluar dari studio bioskop saat anak menunjukkan gejala yang tidak nyaman daripada mementingkan keinginan pribadi yang akan berdampak pada perkembangan psikologis anak.

3.1.2.3. Wawancara dengan Ketua Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI)

Wawancara dilakukan dengan Dr. Susanto, MA. pada Rabu, 25 Maret 2020 dengan tujuan dapat mengetahui lebih lanjut mengenai pendapat dan tindakan yang dilakukan oleh KPAI terkait dengan anak yang menonton film tidak sesuai usianya. Wawancara dilakukan secara melalui telepon karena himbuan untuk tetap berada di rumah terkait penyebaran virus COVID-19.



Gambar 3.5. Wawancara dengan Ketua KPAI

Menurut Susanto, pengelompokan film di Indonesia belum cukup efektif dan aman bagi anak, padahal hal tersebut sudah diatur dalam UU Penyiaran dan regulasi terkait agar ramah anak namun sering kali hal tersebut dihiraukan. Orang tua seharusnya tidak mengajak anak untuk ikut menonton film dengan kategori usia yang lebih tinggi di bioskop karena hal tersebut bisa berdampak pada perkembangan anak seperti perilaku menyimpang dan karakter yang rapuh, tentunya anak harus menonton konten yang sesuai dengan fase pertumbuhannya, dan hal ini harus menjadi perhatian utama orang tua. Kemudian menurut Susanto, pihak bioskop harusnya lebih tegas dan berani menerapkan kebijakan untuk menolak penonton yang usianya kurang sesuai dengan konten pada film, sehingga anak mendapatkan tontonan yang aman dan bermutu, karena itu KPAI seringkali membuka advokasi agar pihak bioskop dapat menerapkan standar operasional yang ramah anak. KPAI juga telah menghimbau orang tua untuk mendampingi dan mengawasi tontonan anak melalui iklan layanan masyarakat yang disebar ke media seperti radio Elshinta

Sebelumnya KPAI sudah pernah melakukan sosialisasi yang bertujuan untuk merubah perilaku atau kebiasaan, dengan target orang tua dan anak, contohnya seperti pencegahan kekerasan di sekolah dengan hasil yang cukup efektif karena menghasilkan perubahan perilaku, metode yang digunakan mengandalkan sosial media dengan tokoh masyarakat, tokoh agama, dan tokoh pendidikan.

3.1.2.4. Wawancara dengan Pengunjung Bioskop

Wawancara dilakukan dengan empat pengunjung bioskop secara acak pada Sabtu, 29 Februari 2020 di XXI Baywalk Pluit untuk mengetahui tanggapan mereka mengenai anak yang menonton film dengan kategori yang lebih tinggi di bioskop. Responden terdiri atas Priscilla (19 tahun), Ivan (40 tahun), Angel (15 tahun), dan Cyrenia (25 tahun).



Gambar 3.6. Wawancara dengan Pengunjung Bioskop

Sebanyak 2 dari 4 responden selalu membeli tiket secara daring di tix.id karena banyak promo dan tidak perlu mengantre, sedangkan 2 responden lebih memilih membeli tiket langsung di loket bioskop. Semua responden mengetahui kategori film yang akan ditonton, informasi itu mereka dapatkan dari loket pemesanan tiket baik di bioskop maupun Tix.id.

Semua responden pernah melihat anak dibawah umur yang diajak orang tuanya untuk ikut menonton film untuk remaja atau dewasa dengan tipe film *thiller*, horor, dan romansa. Kemudian 3 dari 4 responden yang belum memiliki anak merasa terganggu atas kehadiran anak yang ikut

menonton film dengan kategori yang lebih tinggi karena perilaku yang mengganggu seperti menendang kursi, bolak-balik ke toilet, dan menelpon, Sedangkan 1 responden lain yang merupakan seorang orang tua tidak merasa terganggu atas kehadiran anak di dalam bioskop dan tidak khawatir saat anaknya diajak menonton film dengan kategori yang lebih tinggi karena Ia akan mengawasi si anak. Kemudian, semua responden tidak pernah melihat petugas bioskop menegur orang tua yang membawa anak dibawah umur karena menonton film yang tidak diperuntukkan bagi mereka. Semua responden juga tidak mengetahui atau tidak pernah mendengar mengenai kampanye Sensor Mandiri yang dibuat oleh LSF agar masyarakat dapat menonton film sesuai usia mereka, padahal kampanye ini selalu diputar di studio bioskop dalam bentuk video sebelum film dimulai.

3.1.3. Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting kepada kampanye yang memiliki kesamaan dengan perancangan ini, studi eksisting menggunakan 3 pembanding.

3.1.3.1. Sensor Mandiri

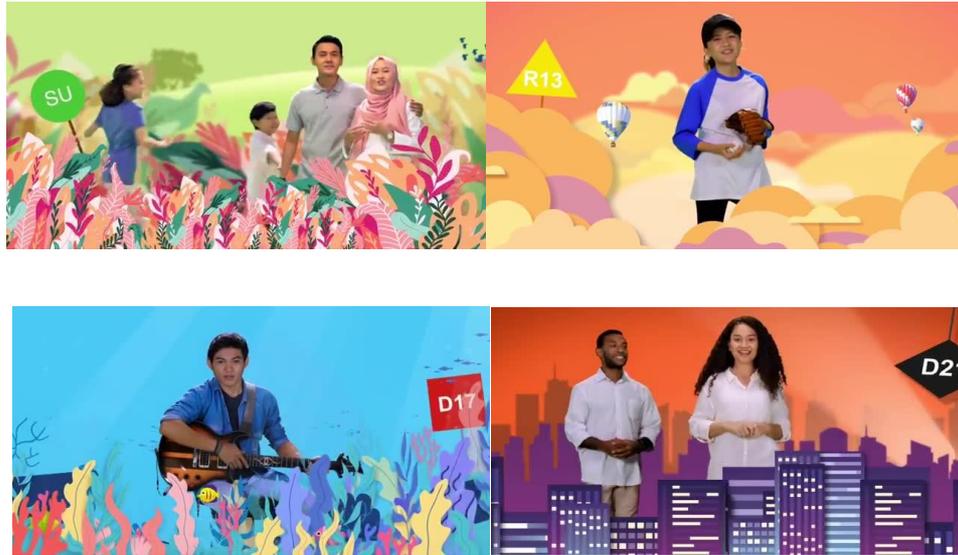
Sensor mandiri adalah gerakan yang ditujukan kepada para pembuat film dan masyarakat luas, untuk memilah kembali tayangan yang akan ditonton agar sesuai dengan usia penonton. Namun kampanye ini hanya berjalan di sekitar para pembuat film, yang sudah menerapkan “sensor mandiri” sebelum menyetor filmnya ke LSF. Nyatanya kampanye ini kurang diketahui oleh masyarakat, karena sosialisasi hanya dilakukan di kota-kota besar dengan mahasiswa sebagai peserta utamanya, yang usianya sudah

melewati batas minimal dalam kategori film, sehingga kampanye ini kurang efektif. Selain itu tidak ada media informasi resmi seperti sosial media atau situs laman untuk mengakses kampanye ini.



Gambar 3.7. Sosialisasi Kampanye Sensor Mandiri di LSF
(<https://www.instagram.com/p/B8I7rgJgubB/>, 2020)

Pada 23 Januari 2020, LSM mengunggah 4 video ke Instagram berupa *motion graphic* yang mengumumkan kategori usia pada film, video ini wajib diputar sebelum pemutaran film di bioskop dan akan diakhiri oleh surat tanda lulus sensor film yang bersangkutan. Video ini kurang efektif karena kalimat yang diucapkan hanya berupa pengumuman bukan himbuan, kemudian video diputar sebelum film dimulai dimana para penonton sudah membeli tiket dan masuk ke dalam studio, sehingga jarang yang akan mengindahkan pengumuman ini dan menonton sesuai usianya.



Gambar 3.8. Telop Resmi LSF untuk SU, R13, D17, dan D21
 (<https://www.instagram.com/p/B7pT0N1g7uF/>, 2020)

3.1.3.2. Cinetiquette

Cinetiquette adalah kampanye yang bertujuan untuk mengedukasi penonton bioskop mengenai etika dasar menonton dalam studio bioskop dengan cara yang menghibur. Kampanye ini dibuat oleh Sabai Creative Hub pada tahun 2017 untuk Planet Cinema selaku salah satu bioskop terbesar di Ukraina.



Gambar 3.9. Kampanye Cinetiquette
 (https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/1400_opt_1/54d0a852503271.591b0304e9dbe.jpg, 2017)

Penonton adalah objek yang menciptakan dan merasakan masalah ini, ada penonton yang berperilaku mengganggu saat masuk ke dalam studio bioskop seperti tidak bisa diam, bermain gawai, atau makan makanan yang berbau tajam, dan ada penonton yang terganggu karena kehadiran mereka. Bioskop bisa saja membatasi penonton sehingga tercipta jarak antar penonton sehingga gangguan akan terminimalisir namun walaupun bioskop melakukan hal itu, perilaku penonton tidak akan berubah dan akan berjamur.

Maka dari itu kampanye ini dibuat dengan cara mengumpulkan pendapat dari 18.000 penonton bioskop dengan cara memakai kuesioner dan teknik *data mining*, kuesioner berisi dari pertanyaan sederhana tentang kebiasaan mereka di bioskop seperti dimana mereka membeli tiket, lebih suka *popcorn* manis atau asin, kemudian menjurus kepada kebiasaan penonton di bioskop yang paling mengganggu.



Gambar 3.10. Perilaku yang Mendasari Kampanye Cinetiquette (<https://www.behance.net/gallery/52503271/Cinetiquettebehavioral-changing-marketing-campaign, 2020>)

Hasil akhir kampanye berupa *website* yang terbagi menjadi 4 bagian yang dibuat dengan memakai ilustrasi gaya *flat* dengan perpaduan warna biru, kuning, dan merah. Bagian tersusun seperti urutan pertanyaan pada

kuesioner dimana bagian 1, 2, 3 merupakan kebiasaan dasar penonton saat mengunjungi bioskop seperti jenis film, makanan, dan pembelian tiket, kemudian bagian 4 merupakan bagian mengenai perilaku mengganggu. Kampanye ini memakai teknik integratif dengan pesan kenyamanan bioskop adalah tanggung jawab bersama sehingga sudah sewajarnya penonton berperilaku dengan baik sehingga tidak mengganggu penonton lain yang sama-sama membayar tiket dan ingin menonton dengan tenang.

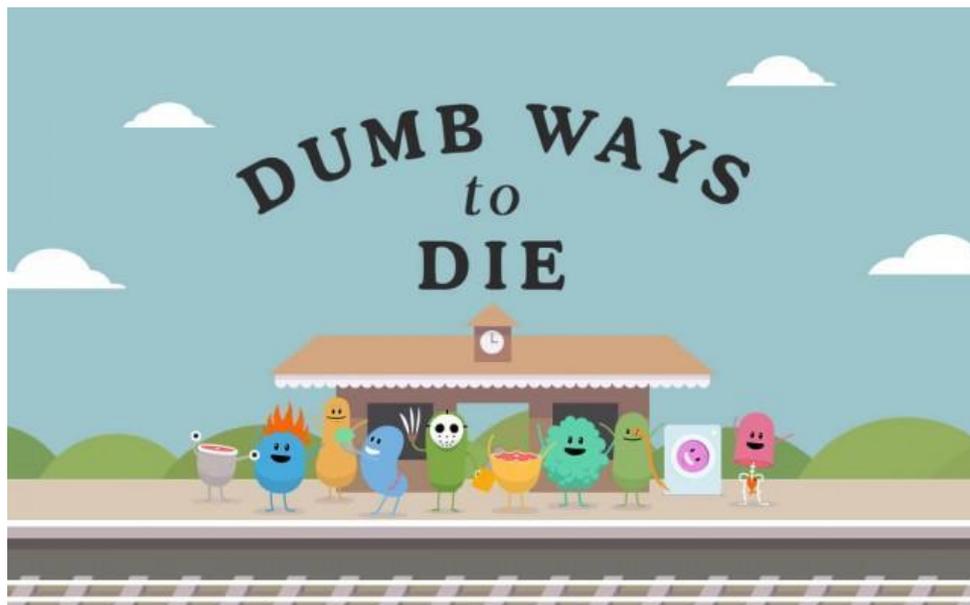


Gambar 3.11. Hasil Kampanye Cinetiquette (<http://ukino.com.ua/>, 2017)

3.1.3.3. Dumb Ways to Die

Dumb Ways to Die adalah kampanye yang bertujuan untuk menciptakan kesadaran agar berhati-hati didekat kereta api dengan cara yang menyenangkan. Kampanye ini dibuat oleh Metro Trains selaku penyedia layanan kereta api di Melbourne, Australia. Media kampanye ini adalah video musik, lagu, dan video permainan yang terbilang sukses karena mendunia dan merajai tangga musik dan permainan, sehingga membuktikan bahwa target yang semula tidak mempedulikan iklan layanan masyarakat

menjadi tertarik dan menerapkan pesan kampanye ini ke dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Metro Trains, kampanye ini menjadi salah satu faktor pengurangan 30% angka kecelakaan di dekat kereta.



Gambar 3.12. Dumb Ways to Die
(<https://chrome.google.com/webstore/detail/dumb-ways-to-die/alhfpehfjogoppofjbnelgccbegmopbf?hl=id>, 2013)

Hal-hal yang memicu mati konyol seperti berenang dengan ikan piranha sehingga termakan, mengambil roti dari panggangan dengan garpu sehingga tersengat listrik, membakar rambut sendiri, juga menjual kedua ginjal digunakan sebagai pesan kampanye yang bertujuan untuk menghubungkan target kepada inti kampanye yaitu mati karena melanggar peraturan dasar kereta api seperti melanggar batas antri di rel juga sama konyolnya dengan kejadian-kejadian tadi.

3.1.4. Kuesioner

Memberikan pertanyaan untuk mengetahui bagaimana tanggapan penonton film mengenai anak dibawah umur yang menonton film dengan kategori BO-R atau D di bioskop, dengan metode *open ended*. Kuesioner terdiri atas pertanyaan umum dan pertanyaan spesifik mengenai apa yang dirasakan dan dipikirkan saat melihat anak di bawah umur yang ikut menonton film kategori BO-R atau D di bioskop.

Jumlah minimum responden diperoleh dari jumlah populasi target di Jabodetabek per 2018 dengan rumus slovin dengan *margin error* sebesar 10%, sehingga dibutuhkan minimal 100 responden untuk mengisi kuesioner, dengan rincian sebagai berikut:

$$\eta = \frac{N}{1+N e^2}$$

$$\eta = \frac{24,342,516}{1+24,342,516 \times 0,1^2}$$

$$\eta = \frac{24,342,516}{243,426} = 99,99 = 100$$

Kuesioner disebar secara daring sejak tanggal 22 sampai 23 Februari 2020, dan memperoleh 216 responden, dengan rincian domisili 95 responden di Jakarta, 23 responden di Bogor, 18 responden di Depok, 49 responden di Tangerang, dan 31 responden di Bekasi.

Sebanyak 91,7% responden pernah melihat anak di bawah umur yang menonton film dengan kategori yang tidak sesuai dengan usianya di bioskop. Responden berasal dari Jabodetabek, 5 kota yang berbeda, sehingga dapat

dibuktikan bahwa masih banyak anak dibawah umur menonton film dengan kategori BO-R atau D di bioskop, yang tidak ditujukan untuk mereka. Kemudian 78,2% dari responden merasa terganggu atas kehadiran anak dibawah umur yang ikut menonton bioskop.

1. Hasil Kuesioner

Untuk mengetahui pendapat penonton bioskop mengenai anak dibawah umur yang ikut menonton film dengan kategori BO-R atau D, penulis membuat kolom jawaban menjadi pilihan ganda, yang berasal dari kumpulan jawaban dari kuesioner yang telah penulis sebar sebelumnya pada 7-14 Mei 2019. Setelah data selesai dikelompokan, sebanyak 57,87% responden berpendapat bahwa tidak pantas jika anak menonton film yang tidak sesuai usianya, karena dapat mempengaruhi tumbuh kembang anak ke arah negatif, selain itu suara dari pengeras suara di dalam studio juga kurang bagus bagi pendengaran anak. Anak juga cenderung bosan, karena kurang dapat memahami jalan cerita film, sehingga mereka bisa mengganggu penonton lain tanpa disengaja, seperti bertanya terus-menerus, merengek atau rewel, naik ke atas kursi, menendang kursi depan, menonton kartun lewat YouTube, dan masih banyak lagi.

Sebanyak 39,35% responden merasa bingung atas keinginan orang tua untuk mengajak anak ikut masuk ke dalam studio, dan tidak adanya pencegahan dari pihak bioskop khususnya bagian loket dan pemeriksa tiket, sedangkan 31,71% responden merasa prihatin dan kasihan kepada anak yang ikut diajak orang tuanya untuk menonton film yang tidak sesuai usianya, selain itu responden juga berpendapat bahwa orang tua kurang mengerti tentang kategori film yang akan

ditonton bersama anaknya nanti saat membeli tiket. Kemudian 15% dari responden merasa tidak nyaman saat melihat anak yang ikut masuk ke dalam studio bioskop, karena yakin nantinya si anak akan berbuat gaduh sehingga penonton lain akan merasa tidak nyaman saat menonton.

Melalui data yang diperoleh, sebanyak 78,2% dari responden merasa terganggu atas kehadiran anak dibawah umur yang ikut menonton bioskop. Hal yang paling mengganggu adalah suara tangisan anak yang biasanya susah untuk dihentikan, sehingga membuat konsentrasi penonton lain buyar, kemudian bertanya terus-menerus mengenai film karena mereka tidak sepenuhnya mengerti, teriakan, dan keluar-masuk studio untuk ke toilet atau karena bosan. Ada juga yang kepalanya tidak sengaja terpukul atau tertendang oleh anak yang tidak bisa diam di kursinya, kemudian terganggu oleh sinar handphone ibu-ibu yang sedang membuat susu formula untuk bayinya, atau terganggu oleh sinar dan suara dari handphone yang memutarakan kartu dari YouTube untuk ditonton si anak.

Responden berharap pihak bioskop khususnya bagian loket dan penjaga pintu studio atau teater dapat lebih ketat dan tegas lagi, sehingga jika ada yang mau membeli tiket untuk kategori film D17 atau D21, harus memperlihatkan identitas diri seperti KTP atau KK. Jika dilihat calon pembeli tiket membawa anak, harus diberi informasi bahwa film yang akan dibeli tidak cocok untuk ditonton oleh anak dibawah umur, dan diberi rekomendasi film lain yang sesuai dengan anak. Selain itu, kesadaran dari pihak orang tua sendiri sangat diperlukan, hal ini dapat dicapai dengan cara mengedukasi atau memberikan sosialisasi terkait kategori dan batasan

umur yang berlaku di Indonesia, sehingga dapat mengurangi anak yang belum cukup umur untuk menonton film film kategori BO-R atau D.

Sebanyak 18 dari 216 responden mengaku pernah mengajak kenalan mereka yang masih di bawah umur untuk menonton film dengan kategori usia yang lebih tinggi, dengan alasan utama untuk sekedar menghabiskan waktu bersama dan kemauan si anak sendiri, responden mengajak anak dengan pertimbangan anak sudah memahami dan menikmati film, sehingga dapat menonton dengan tenang atau malah tidur di dalam bioskop, akan tetapi ada beberapa anak yang bertanya terus-menerus. Kemudian 11 dari 18 responden tidak mengetahui dampak yang akan diterima anak di kemudian hari, sedangkan 7 responden lainnya mengetahui dan semua menjawab bahwa anak akan mengikuti perilaku negatif yang ada pada film. Jika dirasa mulai mengganggu penonton lain, 17 dari 18 responden akan sadar diri dan meminta maaf, kemudian 5 diantaranya memilih untuk keluar studio demi kenyamanan penonton lain. Hanya ada 1 dari 18 responden yang ditegur oleh petugas bioskop karena mengajak anak kecil.

2. Kesimpulan

Masih banyak orang tua yang belum memiliki kesadaran untuk tidak mengajak anak ke dalam studio, padahal selain karena akan menimbulkan efek negatif kepada anak, penonton lain juga merasa terganggu akan kehadiran mereka. Peraturan dari pihak bioskop yang lumayan ketat pada tahun 2010-an soal menonton sesuai umur, dengan cara menunjukkan kartu identitas saat membeli tiket sekarang menjadi longgar, bahkan saat pemeriksaan tiket sebelum masuk, hampir semua anak di bawah umur diperbolehkan masuk tanpa teguran apa-apa. Seharusnya pihak

bioskop memberikan pengumuman verbal dan non-verbal terkait kategori film yang berlaku.

3.1.5. STP

1. Demografis

- a. Jenis kelamin: laki-laki dan perempuan
- b. Usia primer: 25-39 tahun (primer), sebagai orang tua yang mempunyai anak di bawah 13 tahun, karena berdasarkan Data Kelahiran Bayi Berdasarkan Usia Ibu yang dikeluarkan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil DKI Jakarta tahun 2017, rentang usia yang paling banyak melahirkan adalah 25-29 tahun.

Tabel 3.2. Data Kelahiran Bayi Berdasarkan Usia Ibu Tahun 2017

Usia Ibu Melahirkan	Jumlah
15-19	2609
20-24	19707
25-29	43240
30-34	39641
35-39	21559
40-45	4974
>45	293
Tidak diketahui	875

Kemudian menurut Hurlock (2014), usia 25-39 tahun adalah masa dewasa dini dimana kepentingan utama mereka yang sudah menjadi orang tua berubah dari diri sendiri menjadi keluarga.

- c. Pendidikan: minimal SMA atau sederajat (primer)
 - d. Tingkat ekonomi: minimal B. Menurut Darmawan (2020) selaku pengamat film, dalam artikel yang dimuat dalam CNN Indonesia pada tanggal 19 Januari 2020, menonton film di bioskop merupakan hiburan yang tergolong murah, namun tidak semua orang bisa menikmatinya karena biaya minimal yang dikeluarkan per orang adalah Rp. 30.000
2. Geografis: Jabodetabek. Batasan wilayah ini didapatkan dari data jumlah bioskop Indonesia yang didapat dari situs Film Indonesia (filmindonesia.or.id), dimana per 2019, Indonesia telah memiliki 512 bioskop, dengan 179 bioskop atau 34,9% nya berada di Jabodetabek.

Tabel 3.3. Jumlah Bioskop di Jabodetabek

Kota	Jumlah
Jakarta	95
Bogor	22
Depok	3
Tangerang	36
Bekasi	23

- 3. Psikografis: orang tua yang mengajak anak dibawah usia 13 tahun, untuk menonton film di bioskop yang tidak sesuai umurnya minimal 1 bulan sekali.
- 4. Persona

Lusi, perempuan, 31 tahun, merupakan ibu rumah tangga yang mempunyai 1 anak berusia 3 tahun, tinggal di salah satu apartemen yang mempunyai akses langsung ke mal di Jakarta Utara. Lusi menyukai film dengan *genre action*, horor, juga *thriller*, namun karena sibuk mengurus anak seringkali Lusi

melewatkan pemutaran film kesukaannya di bioskop, karena itu saat film John Wick 2 tayang, Lusi mengajak anaknya ikut menonton karena tidak ada yang menjaga anaknya.

3.2. Metodologi Perancangan

Perancangan kampanye sosial ajakan menonton film sesuai usia anak untuk orang tua menggunakan metode perancangan kampanye menurut Venus (2018), sebagai berikut:

3.2.1. Analisa Masalah

Mengumpulkan latar belakang mengenai informasi dan dampak terkait orang tua yang mengajak anak di bawah umur untuk menonton film dengan kategori BO-R bahkan D di bioskop. Pengumpulan data dilakukan dengan cara kualitatif dalam bentuk observasi, wawancara, studi literatur, studi eksisting, dan kuantitatif dalam bentuk kuesioner yang menghasilkan kesimpulan bahwa masih banyak orang tua yang belum memiliki kesadaran akan dampak yang ditimbulkan, sehingga mereka masih saja mengajak anak di bawah umur untuk ikut menonton film dengan kategori yang tidak sesuai dengan usia mereka di bioskop, hal ini dapat mengganggu perkembangan anak dan membuat penonton lain merasa terganggu dengan perilaku anak yang membuat gaduh.

3.2.2. Tujuan Program Kampanye

Setelah memahami permasalahan dan berdasarkan data yang didapat, penulis menyimpulkan bahwa orang tua yang memiliki anak di bawah 13 tahun harus

memiliki pemahaman dan kesadaran akan pentingnya untuk tidak membawa anak di bawah umur untuk menonton.

3.2.3. Sasaran Kampanye

Sasaran kampanye adalah laki-laki dan perempuan usia 25-39 tahun, yang mempunyai anak di bawah usia 13 tahun, dengan tingkat pendidikan minimal SMA, berada di tingkat ekonomi menengah, berdomisili di Jabodetabek, dan minimal 1 bulan sekali pergi ke bioskop untuk menonton film kategori remaja atau dewasa bersama anak.

3.2.4. Pesan Kampanye

Penulis menggunakan *mind-mapping* sebagai media pembantu dalam menentukan cara terbaik untuk menyampaikan pesan kepada target, juga memastikan informasi yang terkandung di dalam kampanye dapat dipercaya, agar dapat membantu pencapaian tujuan kampanye ini.

3.2.5. Strategi dan Taktik

Penulis menggunakan strategi AISAS, dengan *motion graphic* sebagai media utama dan poster, Instagram, *website*, x-banner, dan *merchandise* sebagai media pendukung kampanye. Karena pihak bioskop tidak mendukung berjalannya kampanye ini, penulis akan bekerja sama dengan LPAI selaku lembaga yang bertujuan dan mendukung terciptanya lingkungan yang ramah bagi anak dan pertumbuhannya.

3.2.6. Alokasi Waktu dan Sumber Daya

Memaparkan waktu dalam bentuk linimasa kampanye mulai Oktober 2020 hingga Januari 2021 dan sumber daya dalam bentuk tabel anggaran yang dibutuhkan untuk mendukung berjalannya kampanye ini