



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Anak adalah anugerah dari Tuhan Yang Maha Esa bagi sebuah keluarga. Anak juga merupakan generasi masa depan bagi suatu bangsa, karena kelak anak akan menjadi dewasa dan membangun bangsa tersebut. Anak merupakan rentang usia sebelum dewasa, sebagaimana dikatakan pada UU RI no. 23 Tahun 2002 Pasal 1 ayat 1, “Anak adalah seseorang yang berusia di bawah 18 tahun, termasuk anak yang masih berada dalam kandungan”. Pada UU RI no.23 Tahun 2002 Bab III tentang Hak dan Kewajiban Anak, dijelaskan juga hak dan kewajiban anak, seperti mendapatkan pendidikan yang layak, tumbuh dan berkembang, bermain, dan mendapat perlindungan dari tindakan yang mengancam keselamatan anak.

Tuntutan kebutuhan ekonomi seringkali memaksa orang ataupun kelompok untuk menghalalkan segala cara, termasuk mengeksploitasi anak. Berdasar pada publikasi *Serikat Pekerja/Serikat Buruh dan Pekerja Anak*, eksploitasi anak secara ekonomi adalah suatu tindakan memanfaatkan anak untuk bekerja dengan kondisi yang membahayakan keselamatan anak (secara fisik atau psikis), mengganggu pertumbuhan dan membuat anak tidak mendapatkan hak-haknya seperti mengenyam pendidikan, bermain, dan mendapat perlindungan demi mendapatkan keuntungan finansial (ILO, 2007). Seperti yang tercantum pada Keppres No. 59 tahun 2002 beberapa pekerjaan terburuk bagi anak dilarang dilakukan meskipun anak tersebut menyerahkan dirinya untuk bekerja. Hal ini diperkuat oleh *Country Manager Terre des Hommes*, Bapak Sudaryanto

bahwasanya seseorang maupun badan usaha lebih baik menolak memberikan pekerjaan tersebut untuk si anak daripada menerimanya dengan resiko dapat dituntut secara hukum. Menurut data survei SAKERNAS (Survei Angkatan Kerja Nasional) tahun 2009 pada *National Report Indonesia : Child Poverty and Disparities in Indonesia*, sebanyak 41,2% (24,3 Juta) terlibat dalam pekerjaan rumah tangga serta tidak bersekolah dan 6,9% anak menjadi pekerja anak yang dimana 43% (sekitar 1,76 juta jiwa) dari pekerja anak tersebut dikategorikan sebagai buruh anak (UNICEF, 2012). Fakta-fakta di dalam Lembar Fakta Tentang Eksploitasi Seks Komersil dan Perdagangan Anak terungkap bahwa sekitar 30% PSK di Indonesia adalah anak-anak atau yang berusia kurang dari 18 tahun dan sekitar 40.000 – 70.000 anak diperdagangkan (UNICEF, diakses pada tanggal 6 Maret 2014).

Berdasarkan pengamatan di berbagai media *online* dan media massa kondisi ini memprihatinkan dengan terungkapnya kasus-kasus yang melibatkan anak sebagai pekerja anak (pembantu rumah tangga, buruh anak, pekerja seks komersial) oleh beberapa orang maupun kelompok yang tersebar di beberapa daerah di Indonesia termasuk kota-kota besar. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Sudaryanto selaku *Country Manager* dari sebuah LSM Internasional Terre des Hommes. Melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 25 Februari 2014, beliau menyatakan keprihatinannya mengenai kondisi salah satu contoh kasus pekerja anak di Tangerang, tepatnya di Kedaung Wetan. Diketahui bahwa sekitar 20,3% dari total jumlah anak di kelurahan tersebut adalah pekerja anak dan mayoritas bekerja dalam lingkungan yang berbahaya. Beliau pun

mengatakan bahwa jika masalah ini terus dibiarkan, maka masa depan bangsa Indonesia akan mengalami kemunduran, sebab anak-anak yang tereksplorasi tersebut akan tumbuh dan melahirkan anak-anak yang bernasib sama juga, seperti layaknya siklus yang semakin meluas.

Dibutuhkan kepedulian masyarakat, terutama para orang tua dalam mengurangi kasus-kasus eksploitasi anak ini. Oleh karena itu, perlu dibuat suatu tindakan yang berupaya mengajak masyarakat untuk menyadari persoalan ini dan kemudian diharapkan berkembangnya kepedulian terhadap anak-anak yang tereksplorasi serta mencegah timbulnya kemungkinan eksploitasi anak. Kampanye sosial merupakan cara yang tepat dalam menyampaikan pesan-pesan tersebut sebagaimana yang dituliskan dalam buku *Manajemen Kampanye* yang ditulis oleh Venus (2009), kampanye sosial adalah salah satu bentuk kampanye yang bertujuan untuk menangani permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat luas melalui perubahan perilaku masyarakat yang terkait tanpa mengharapkan keuntungan finansial atau kekuasaan seperti yang terdapat pada kampanye komersial ataupun kampanye politik (hlm. 11).

Berdasarkan pada pengamatan di kantor Terre des Hommes, ditemukan beberapa media poster yang menyampaikan pesan pencegahan eksploitasi anak. Namun terdapat beberapa kekurangan, diantaranya adalah strategi komunikasi visualnya, yakni slogan menggunakan bahasa asing dan ilustrasi yang tidak menjelaskan kondisi anak yang tereksplorasi. Maka daripada itu perlu adanya perancangan kampanye sosial tentang pencegahan eksploitasi anak yang lebih tepat sasaran dan mudah dipahami.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dari Tugas Akhir ini adalah : “Bagaimana merancang kampanye sosial penyadaran dan pencegahan eksploitasi anak di masyarakat?”

1.3. Batasan Masalah

1.3.1. Target Audiens:

1) Demografis

Menurut Kotler (2012), segmentasi berdasarkan demografi terbagi ke dalam beberapa variabel, seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, agama, ras, kebangsaan, dan kelas sosial. Merujuk pada kasus-kasus yang terungkap di media, penulis membatasinya dengan :

- a. Usia: 25-50 (Usia dewasa, sudah memiliki keluarga dan pekerjaan)

Seperti yang dimuat situs simplypsychology.org, teori psikososial menurut Erikson tahap dewasa muda (18-40) berusaha menghindari kesendirian dan berpusat dengan cinta. Menurut Erikson juga, tahap dewasa (40-65), di sini terjadi stagnansi dan merasa tidak produktif. Pada tahap inilah terjadi kepedulian.

- b. Jenis kelamin : Pria dan Wanita
- c. SES: C1-C2-D-E (berpenghasilan kurang dari Rp700.000-Rp2.000.000 , sumber: Nielsen Media Research pada buku *Perencanaan Komunikasi* (hlm. 124)), merujuk pada

Serikat Pekerja/Serikat Buruh dan Pekerja Anak, mengenai salah satu penyebab terjadinya eksploitasi anak, yaitu kemiskinan (ILO. 2009, hlm.9).

2) Psikografis

- a. Masyarakat Menengah ke Bawah, menurut Kahl dalam jurnal *Difersiasi Sosial*, masyarakat kalangan menengah ke bawah bergaya hidup apatis atau acuh tak acuh. (Eridiana, W., hlm 9).

3) Geografis

Daerah kawasan industri di Jabodetabek dengan terfokus pada Tangerang, Bekasi, dan Jakarta Utara. Hal ini dipertegas dengan kecenderungan eksploitasi anak terjadi di sektor industri dan perekonomian informal dengan skala besar (ILO., 2009, hlm.9). Menurut situs berita *online* Suara Pembaruan, eksploitasi anak marak terjadi di kawasan industri Bekasi dan Karawang (diakses pada tanggal 7 Maret 2014). Selain itu, terkuaknya kasus eksploitasi anak menjadi buruh di 8 perusahaan pada situs resmi Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Provinsi Banten (diakses pada tanggal 7 Maret 2014).

1.3.2. Konten:

a. Jenis Eksploitasi Anak

Berdasarkan dari data survei SAKERNAS jumlah korban eksploitasi secara ekonomi sebanyak 1,76 juta jiwa sehingga penulis membatasi jenis eksploitasi anak dengan eksploitasi secara ekonomi. Hal ini diperhitungkan karena selain jumlah korban yang lebih banyak dibanding eksploitasi secara seksual, eksploitasi secara ekonomi lebih mendesak.

b. Media

Keterbatasan dana LSM pendukung dalam membuat kampanye ini, penulis membatasi media yang digunakan. Media yang digunakan sebatas media *online* (*facebook, banner website, twitter*) dan media cetak.

1.4. Tujuan tugas Akhir/Skripsi

Meningkatkan kesadaran masyarakat terutama kalangan menengah ke bawah tentang eksploitasi atau pekerjaan yang melibatkan anak-anak tanpa mepedulikan hak-hak anak bahwa hal tersebut tidak akan mengubah nasib mereka dan justru menghancurkan masa depan anak.

1.5. Manfaat Tugas Akhir/Skripsi

- **Manfaat bagi masyarakat**

Meningkatkan kepedulian masyarakat kepada anak-anak yang hak-haknya terampas akibat eksploitasi dengan menjadikan anak-anak sebagai pekerja.

Masyarakat juga diingatkan dengan informasi bahwasanya eksploitasi anak merupakan tindakan yang melanggar hukum.

- **Manfaat bagi anak-anak**

Semakin pedulinya masyarakat terhadap hak-hak anak akan berdampak baik bagi kelangsungan hidup si anak hingga dewasa nantinya, sehingga anak-anak dapat terpenuhi hak-haknya untuk tumbuh dan berkembang seperti anak pada umumnya.

- **Manfaat bagi perancang**

Memberikan pengetahuan bagaimana merancang kampanye sosial yang dapat menggerakkan masyarakat untuk lebih peka terhadap lingkungannya serta ikut peduli dengan nasib anak-anak tereksplorasi.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, penulis menerapkan metode riset kualitatif dalam mengumpulkan data. Metode kualitatif memiliki kemampuan yang baik dalam memahami dari perspektif pelakunya dan cenderung menghasilkan kata-kata analisis (Daymon, C., & Holloway, I., 2002, hlm.4). Untuk dapat mencapai tujuan dan sasaran target, dibutuhkan data-data beserta fakta yang valid dari sumber terpercaya. Penulis akan mengumpulkan data-data yang berasal dari beberapa lembaga yang berfokus pada perlindungan anak, seperti KPAI, UNICEF, ILO, dan juga Terre des Hommes yang memang terfokus pada kasus eksploitasi anak. Data yang didapat berupa makalah, publikasi tahunan, data-data penelitian, serta

wawancara. Sebagai dasar hukum yang terkait dengan perlindungan anak, penulis juga mengumpulkan beberapa undang-undang yang membahas perlindungan anak sebagai dasar hukum resmi di Indonesia. Selain itu, penulis mengkaji teori-teori tentang desain, fotografi, *layout*, dan juga teori tentang kampanye sebagai dasar penulis dalam merancang sebuah desain kampanye sosial.

1.7. Metode Perancangan

Berdasarkan buku *Graphic Design Solution* terdapat lima tahapan dalam proses desain grafis (Landa, R., 2011, hlm. 77). Fase-fase tersebut yaitu :

a. Orientasi/Pengumpulan Data

Mengumpulkan data-data dari target berupa kebutuhan mereka, kegiatan dan kebiasaan mereka, perilaku, jumlah, keadaan ekonomi, dan lain-lain. Data tersebut didapat melalui pertemuan langsung atau wawancara, maupun melalui pengamatan (hlm. 77).

b. Analisa

Setelah pengumpulan data, tahap selanjutnya adalah menganalisa. Pada tahap ini penulis memeriksa, menilai, menemukan, dan melakukan perencanaan berdasar pada data yang didapat. Tahapan ini belum pada tahap membuat konsep dan desain (hlm. 81).

c. Konsep

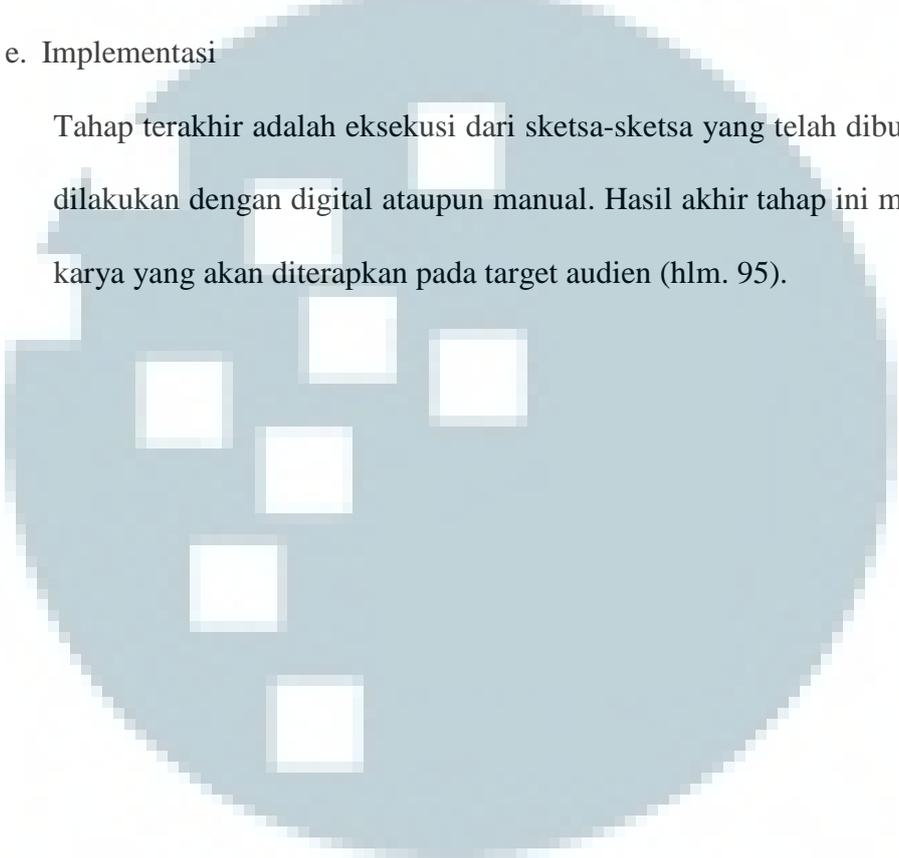
Membuat strategi perencanaan berupa *outline* konsep desain yang akan dibuat. Konsep ini dibuat dari pertanyaan-pertanyaan dan jawaban (hlm. 82).

d. Desain

Membuat solusi berupa desain. Desain ini merujuk dari konsep yang telah dibuat sebelumnya dan diawali sketsa kasar. (hlm. 94).

e. Implementasi

Tahap terakhir adalah eksekusi dari sketsa-sketsa yang telah dibuat. Dapat dilakukan dengan digital ataupun manual. Hasil akhir tahap ini merupakan karya yang akan diterapkan pada target audien (hlm. 95).



UMMN

1.8. Skematika Perancangan (untuk Perancangan Tugas Akhir)



Bagan 1.1.Skematika Perancangan