



### **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

Penyebaran arus informasi yang tidak terbatas dan dibatasi menyebabkan informasi yang masuk tidak terbandung. Remaja cenderung dapat mengakses informasi dengan mudah dan tidak adanya pembatasan informasi sesuai dengan umur mereka, sehingga menimbulkan permasalahan sosial, seperti halnya seks pranikah. Hal itu didukung karakter remaja yang cenderung ingin tahu dan mulai tertarik dengan perihal seksualitas.

Fenomena seks pranikah tersebut semakin meningkat setiap tahunnya, serta pelaku dan korbannya semakin muda setiap tahunnya. Hal tersebut didukung dari hasil wawancara dengan Ibu Maria Advianti, selaku Komisioner Pornografi KPAI, diketahui bahwa salah satu hal yang mempengaruhi perilaku seks pranikah remaja adalah tidak adanya pembatasan informasi untuk remaja, sehingga tidak adanya penyaringan informasi yang diterima oleh remaja, baik remaja di desa maupun di kota.

Data lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar remaja telah bersinggungan dengan aktivitas seks yang sebenarnya belum saatnya dilakukan. Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor 265/Menkes/SK/II/2010 mencatat survei yang dilakukan Komisi Nasional Perlindungan Anak tahun 2008 di 33 provinsi Indonesia mencatat 97% remaja pernah menonton film porno.

Remaja cenderung 94% pernah berciuman, meraba-raba hingga oral seks, 63% remaja SMP dan SMA sudah tidak perawan, 21% pernah aborsi, dan 57,1% remaja usia 15-29 tahun terjangkit HIV/AIDS.

Perilaku seks tersebut tidak disertai dengan pengetahuan tentang akibat dari seks pranikah tersebut. Menurut data BKKBN tahun 1999 tentang kesehatan reproduksi didapatkan data sebanyak 46,2% remaja mengatakan tidak akan hamil jika hanya sekali melakukan hubungan seks. Remaja yang sadar akan bahaya PMS/Penyakit Menular Seksual jika berhubungan hanya dengan satu pasangan hanya sebesar 19,2%, dan 51% remaja sudah tahu resiko tertular HIV jika berhubungan dengan pekerja seks komersial. Akibat dari seks pranikah bagi remaja perempuan di bawah usia 17 tahun seperti dijelaskan dalam buku dr. Zamzani Sutriyanto dapat merangsang tumbuhnya sel kanker (2013, hal 86).

Fakta mengenai tingginya perilaku seks pranikah yang terjadi di kalangan remaja, menunjukkan pentingnya untuk dilakukan suatu kampanye untuk memberikan edukasi kepada remaja mengenai resiko dari perilaku seks pranikah. Hal tersebut melatarbelakangi kampanye visual yang dirancang oleh penulis dengan tujuan untuk mengurangi tingkat perilaku seks pranikah di kalangan remaja.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan di atas, didapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang visual kampanye sosial untuk mengurangi tingkat perilaku seks pranikah di kalangan remaja usia 13-18 tahun?
2. Bagaimana visual pada media agar kampanye ini dapat menjangkau target?

## **1.3. Batasan Masalah**

Penelitian ini memiliki batasan masalah :

1. Seks Bebas ditujukan pada perilaku seks pranikah
2. Demografi remaja usia 13 – 18 tahun dengan pribadi ceria
3. Geografi Jabodetabek sebagai sampel utama penelitian

## **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Tugas Akhir ini memiliki tujuan, yaitu:

1. Memberikan informasi kepada remaja, terutama usia 13-18 tahun, agar tidak melakukan seks bebas dalam konteks seks pranikah sehingga perilaku seks pranikah di kalangan remaja dapat berkurang.

## 1.5. Manfaat Tugas Akhir

Tugas Akhir ini memiliki manfaat, yaitu:

1. Remaja menjadi lebih mengerti resiko seks pranikah yang mana dapat menghancurkan cita-cita di masa depan
2. Mengurangi perilaku seks pranikah di kalangan remaja, terutama usia 13-18 tahun

## 1.6. Metode Pengumpulan Data

Riset untuk mendukung tercapainya tujuan penelitian dilakukan dengan metodologi sebagai berikut :

### 1. Survei

Survei dilakukan baik secara *online* dan *offline*. Survei *offline* dilakukan dengan tujuan agar dapat menjangkau remaja dengan usia sesuai dengan target usia. Survei *online* bertujuan untuk memudahkan dalam menjangkau anak-anak remaja secara luas, dan dengan maksud agar mereka lebih terbuka dan jujur dalam menjawab pertanyaan kuisisioner yang penulis ajukan.

### 2. Wawancara

Wawancara akan dilakukan dengan pihak-pihak terkait, seperti halnya lembaga-lembaga yang meneliti/memantau perkembangan perilaku remaja di masyarakat, ataupun pihak-pihak yang mengerti mengenai perkembangan dan perilaku remaja.

## 1.7. Metode Perancangan

Proses tahapan yang akan dilakukan untuk merancang media kampanye ini , yaitu:

### 1. Riset awal

Melakukan riset awal mengenai fenomena perilaku seksual remaja di Indonesia dari berbagai sumber, seperti situs berita, situs lembaga terkait, dan dari buku terkait yang menjelaskan mengenai remaja & seks pranikah.

### 2. Menemukan Problem Masalah

Dari riset awal ditemukan masalah tingginya remaja SMP dan SMA yang sudah tidak perawan, di mana 94% remaja pernah berciuman, meraba-raba hingga oral seks.

### 3. *Mindmapping*

*Mindmapping* dilakukan untuk menjabarkan hasil riset dan teori-teori yang digunakan berhubungan dengan remaja, seksualitas, dan kampanye sosial itu sendiri.

### 4. *Brainstorming*

Hasil *mindmapping* yang telah dilakukan lalu disatukan dan ditarik kesimpulan yang saling keterkaitan antara remaja, seksualitas, dengan desain sehingga desain dapat sesuai dengan target dan pesan.

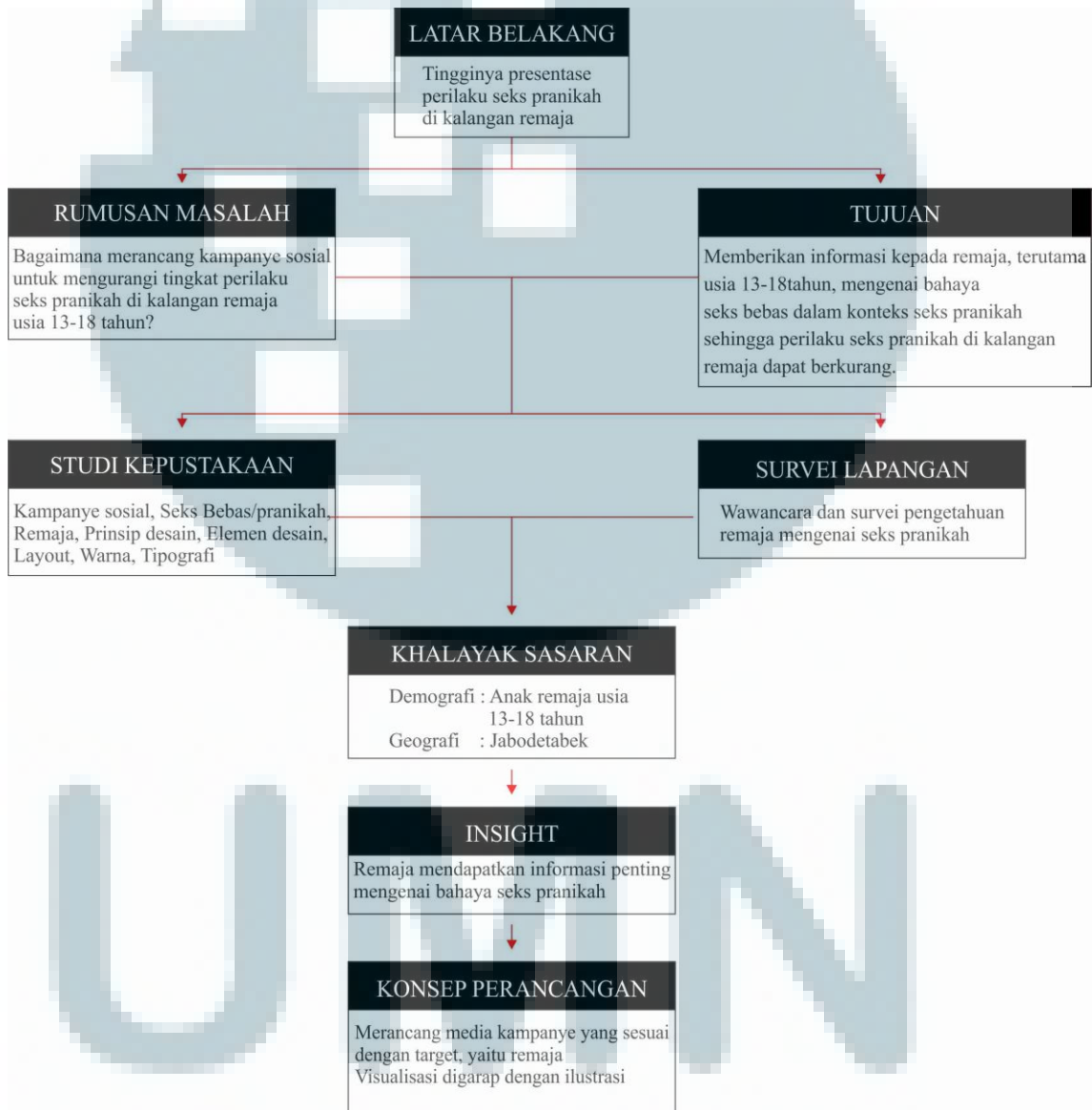
### 5. Visualisasi Media Kampanye

Visualisasi ditentukan sesuai dengan target dan tujuan dari kampanye ini sendiri dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip desain, warna, layout, tipografi, keselarasan, proporsi, keseimbangan yang menarik bagi remaja yang menjadi target kampanye ini.

## 6. Aplikasi Media

Aplikasi media disesuaikan dengan target dan keefektifitasan media tersebut terhadap target.

### 1.8. Skematika Perancangan



Tabel I.1. Skematika Perancangan