



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 III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1. Gambaran Umum Penelitian

Pergaulan bebas dan perkembangan teknologi yang tidak bisa lagi terkontrol menjadi salah satu penyebab yang berperan besar dalam penyimpangan perilaku sosial pada remaja, salah satunya perilaku seks pranikah. Sebenarnya belum banyak kampanye yang menyerukan anti seks bebas di dunia, termasuk di Indonesia ini sendiri. Pesan yang cenderung disampaikan adalah untuk tidak melakukan penyimpangan seksual, kampanye penggunaan kondom, dan yang paling umum adalah HIV AIDS. Hal ini juga didasari karena pada dasarnya perilaku seks jika dilakukan oleh remaja hanya dapat memberikan dampak negatif, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kampanye visual dapat dilakukan sebagai salah satu cara untuk mengurangi permasalahan ini. Untuk itu penulis perlu untuk mengumpulkan data untuk menjadi landasan, yang mana pengumpulan data dilakukan baik melalui proses survei maupun wawancara dengan pihak terkait.

Kampanye sosial ini difokuskan kepada remaja langsung dengan penyampaian yang ringan dan mudah dimengerti. Penulis melakukan survei terhadap remaja mengenai media massa yang paling umum mereka akses, ketertarikan mereka terhadap media sosial, dan sebagainya, sehingga kampanye dapat sampai tepat sasaran terhadap target.

3.2. Perilaku Seks Pranikah di kalangan remaja

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. Sebanyak 94% remaja 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. Survei yang dilakukan oleh DKT Indonesia diperoleh hasil di mana Jabodetabek merupakan kota tertinggi ke 3 di Indonesia yang mengalami masalah seks pranikah di usia remaja. Sedangkan hasil survei dari *Synovate Research* mengatakan rata-rata pengalaman berhubungan seks dimulai sejak usia 16-18 tahun sebanyak 44%, sementara 16% melakukan hubungan seks pada usia 13-15 tahun di Jakarta, Bekasi, Tangerang.

Penulis juga melakukan wawancara dengan pihak Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) yang merupakan Lembaga Independen yang kedudukannya setingkat dengan Komisi Negara yang dibentuk berdasarkan amanat Keppres 77/2003 dan pasal 74 UU No. 23 Tahun 2002 dalam rangka untuk meningkatkan efektivitas penyelenggaraan perlindungan anak di Indonesia. Wawancara dilakukan dengan Ibu Maria Advianti, selaku Komisioner Pornografi KPAI, mengenai pengamatan KPAI terhadap perilaku seks bebas pada remaja Indonesia, yang mana dapat disimpulkan bahwa perilaku seksual antara remaja kota maupun desa tidak lagi ada kesenjangan dikarenakan penyebaran informasi yang tidak terbatas. Penulis telah mendiskusikan dengan pihak KPAI, dan mereka bersedia untuk menjadi sponsor dari kampanye anti seks bebas pada remaja ini.

Untuk melengkapi data mengenai perilaku seks pranikah di kalangan remaja, penulis melakukan survei secara online dan offline terhadap 63 orang remaja di Jakarta dan Tangerang sebagai sampel utamanya. Dari survei tersebut didapatkan data, sebagai berikut:

Dari pertanyaan terbuka mengenai pengetahuan remaja tentang apa itu seks pranikah serta resiko dari perilaku tersebut yang diketahui oleh mereka, dapat disimpulkan bahwa mayoritas remaja mengetahui apa itu seks pranikah. Namun pengetahuan remaja terhadap resiko yang mungkin terjadi dari perilaku tersebut masih terbatas di sekitar kehamilan dan keguguran.

Tabel 3.1. Pengetahuan remaja mengenai resiko hamil di usia muda

	Jumlah (orang)	Presentase
		(%)
Sudah tahu	20	32%
Tidak tahu	43	68%

Sumber : Angket 1 no 4

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa 68% remaja tidak tahu bahwa kehamilan pada remaja usia di bawah 16 tahun dapat berbahaya bagi ibu dan anaknya, yang mana juga dapat menyebabkan terbelakangnya mental anak, adanya kesulitan bergaul pada anak, dan lainnya. Sedangkan untuk yang sudah tahu, rata-rata hanya mengetahui sebatas terbelakangnya mental anak serta adanya resiko keguguran.

Tabel 3.2. Sumber Informasi Remaja mengenai pendidikan Seks

	jumlah (orang)	Presentase
		(%)
Orang tua	4	6,3%
Sekolah/guru	9	14,3%
Teman	24	38,1%
Media Massa (TV,radio,majalah)	25	39,7%
Lainnya	1	1,6%

Sumber : Angket 1 no 5

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan mayoritas remaja mendapatkan informasi mengenai pendidikan seks melalui media massa seperti tv, radio, majalah, dan sebagainya. Di peringkat kedua, remaja cenderung mengetahui informasi tersebut dari teman, yang mana sebenarnya kebenaran dari informasi tersebut masih dapat dipertanyakan dan diragukan. Padahal seharusnya hal ini didapatkan dari sumber yang tepat seperti orang tua atau guru di sekolah, sehingga informasi yang diterima oleh remaja dapat dipertanggungjawabkan.

Tabel 3.3. Tingkat Informatif pendidikan seks di sekolah

	jumlah (orang)	Presentase
		(%)
Pernah, sangat informatif	6	9,5%
Pernah, cukup informatif	16	25,4%
Pernah, tidak informatif	27	42,9%
Tidak pernah	14	22,2%

Sumber : Angket 1 no 6

Dari tabel tersebut disimpulkan bahwa pendidikan seks yang dilakukan di sekolah-sekolah masih cenderung kurang informatif bagi remaja. Pada pertanyaan terbuka mengenai alasan mereka menjawab informatif atau tidaknya, beberapa

masih mengatakan bahwa biasanya informasi masih terbatas dan terus di ulang-ulang, adapun yang mengatakan biasanya seminar hanya mengenai bahaya aborsi.

Tabel 3.4. Keinginan remaja melakukan hubungan seksual

	jumlah (orang)	Presentase
		(%)
Terbawa suasana	12	19%
Ingin tahu	12	19%
Ingin merasakan setelah menonton film porno	11	17,5%
Pengaruh teman	4	6,3%
Mengikuti jaman (gaul)	5	8%
Tidak pernah	15	23,9%
Lainnya	4	6,3%

Sumber : Angket 1 no 7

Dalam pertanyaan ini, dijelaskan bahwa pertanyaan ini tidak menyatakan remaja tersebut sudah melakukan hubungan seksual atau belum, hanya sebatas apakah ada keinginan untuk melakukannya. Hasil di dapat dari pertanyaan ini, jawaban tertinggi sebanyak 23,9% masih menjawab tidak pernah ada keinginan untuk melakukan hubungan seksual pranikah.

Tabel 3.5. Keinginan remaja melakukan hubungan seksual

	jumlah (orang)	Presentase
		(%)
Ada, dengan pacar	32	50,8%
Ada, dengan PSK	4	6,3%
Ada, dengan alasan ekonomi	7	11,1%
Tidak tahu	20	31,8%

Sumber : Angket 1 no 8

Pertanyaan terakhir dari kuisisioner ini adalah apakah remaja ini mengetahui adanya teman yang sudah melakukan hubungan seksual sebelum menikah, dan

dengan siapa mereka melakukannya. Hasil terbanyak adalah remaja mengetahui adanya teman yang sudah melakukan hubungan seksual dengan pacar dan pada peringkat di bawahnya menjawab tidak tahu.

3.1.3. Interaksi Remaja dengan Media

Untuk menentukan media yang akan digunakan dalam kampanye ini, penulis juga melakukan survei terhadap 50 orang remaja mengenai perilaku remaja sehari-harinya setelah pulang dari sekolah, serta ketertarikan mereka terhadap media sosial.

Tabel 3.6. Kegiatan remaja setelah pulang sekolah

	Laki-laki	Perempuan
Pulang ke rumah, mengakses internet	4%	26%
main ke rumah teman	6%	12%
Nongkrong	10%	4%
jalan-jalan ke mall	0	4%
main ke warnet	12%	4%
lainnya (les)	6%	4%
Lainnya (bantu orangtua)	4%	0
lainnya (futsal)	4%	0

Sumber : Angket 2 no 2

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa sepulang sekolah, remaja laki-laki cenderung main ke warnet, sedangkan remaja perempuan cenderung langsung pulang ke rumah, lalu mengakses internet.

Tabel 3.7. Media yang paling sering diakses

	Laki-laki	Perempuan
Sosial Media	18%	26%
Forum Internet	12%	14%
Televisi	6%	8%
Media cetak	2%	4%
Lainnya (game online)	8%	2%

Sumber : Angket 2 no 3

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja laki-laki dan perempuan sama-sama lebih cenderung mengakses media sosial.

Tabel 3.8. Waktu untuk mengakses media sosial

	Laki-laki	Perempuan
Aktif sekali	6%	10%
Aktif (seminggu 3-5x)	22%	30%
Aktif (sebulan 3-5x)	16%	12%
Jarang aktif	0	2%
Tidak Aktif	2%	0

Sumber : Angket 2 no 4

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja laki-laki dan perempuan rata-rata mengakses media sosial seminggu 3-5 kali.

Tabel 3.9. Media sosial yang paling sering di *update*

	Laki-laki (orang)	Perempuan (orang)
Facebook	22	27
Twitter	4	17
Blog	1	5
Path	0	4
Intagram	0	5
Lainnya	0	1

Sumber : Angket 2 no 5

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja laki-laki dan perempuan rata-rata paling sering meng-update media massa *facebook*, dan *twitter*.

Tabel 3.10. Pendapat remaja tentang keefektifitasan media sosial dalam menyampaikan informasi

	Laki-laki	Perempuan
Efektif	26%	28%
Tidak Efektif	20%	16%

Sumber : Angket 2 no 6

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja laki-laki dan perempuan rata-rata menganggap memberikan informasi melalui media massa adalah tindakan yang efektif.

Tabel 3.11. Pendapat remaja tentang keefektifitasan media sosial dalam menyampaikan informasi

	Laki-laki	Perempuan
Fotografi	22%	14%
Ilustrasi (Vektor)	24%	40%

Sumber : Angket 2 no 7

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja laki-laki dan perempuan rata-rata lebih menyukai penggunaan ilustrasi dibandingkan fotografi.

Tabel 3.12. Warna yang disukai remaja

	Laki-laki	Perempuan
Warna cerah (merah,kuning,hijau,dan lainnya)	26%	22%
Warna Posmo (krem,pink muda, biru muda,dan lainnya)	2%	26%
Warna Gelap (hitam, biru tua, dan lainnya)	18%	6%

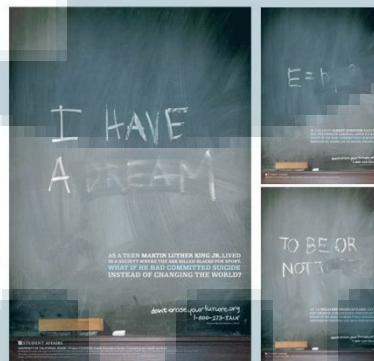
Sumber : Angket 2 no 8

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja laki-laki dan perempuan rata-rata lebih menyukai warna cerah, seperti kuning, merah, hijau, bir, dan sebagainya, serta penggunaan ilustrasi dibandingkan penggunaan fotografi.

Dari hasil survei yang dilakukan penulis mengenai remaja terhadap media massa dapat disimpulkan bahwa, tidak terlalu banyak perbedaan antara remaja perempuan dan remaja laki-laki dalam hal kegiatan maupun selera. Dapat disimpulkan pula bahwa remaja usia 13-18 tahun cenderung aktif dalam mengakses media massa, terutama *Facebook* dan *Twitter*.

3.1.3. Studi Visual

1. Poster bertemakan remaja



Gambar 3.1. Poster “*Dont Erase Your Future*”

Sumber : <http://www.jackhonky.com/>

Poster ini dibuat di California dengan tujuan mengkritisi perilaku remaja yang menjadikan bunuh diri sebagai jalan keluar atas masalah yang mereka hadapi. Kampanye ini menggunakan tokoh-tokoh terkemuka dari masa lalu seperti Albert

Einstein, Shakespeare dan Rosa Parks. Seperti halnya Einstein yang dikatakan gagal kuliah, namun tidak bunuh diri dan sekarang menjadi orang hebat di dunia.

Kampanye ini mengangkat tema papan tulis dengan visualisasi menghapus harapan dan masa depan yang tertulis di papan tulis tersebut sesuai dengan judul kampanye ini yaitu “*Don't Erase Your Dream*”. Penggunaan papan tulis ini sangat identik dengan sekolah dan pelajar, serta cita-cita di masa depan. Poster ini juga menggunakan teori ruang kosong, yang mana membuat perhatian terfokus ke pesan yang ingin disampaikan.

2. Poster bertemakan seksual



Gambar 3.2. Poster Kampanye Seks Aman

Sumber : <http://www.nfgraphics.com>

Kampanye ini dibuat oleh Derek Bowers dengan tujuan untuk menggambarkan hubungan antara minum alkohol dan penularan penyakit menular seksual di Inggris. Beliau menggambarkan hubungan tersebut dengan menggunakan gambar botol alkohol yang kata-katanya diganti dengan berbagai penyakit yang dapat disebabkan dari hubungan seksual tidak sehat.

Kampanye ini menggunakan *fear appeals* rendah dengan memberitahukan resiko minuman alkohol yang berhubungan dengan penyakit menular seksual tanpa

menjadikan hal tersebut fokus utama yang ingin mereka tonjolkan. Lebih ditonjolkan botol alkohol dengan tulisan yang berhubungan dengan presentase kemungkinan perilaku seksual tidak sehat akibat meminum alkohol.

3. Poster bertemakan remaja dan seksual



Gambar 3.3. Poster Kampanye Kehamilan Remaja

Sumber : <http://www.bet.com/news>

Kampanye ini dibuat oleh departemen sosial di New York City dengan tujuan untuk menginformasikan kepada remaja untuk tidak hamil muda. Kampanye ini digarap dengan mengangkat kecenderungan yang terjadi pada anak akibat kehamilan di usia muda. Kampanye ini termasuk menggunakan *fear appeals* lumayan tinggi karena memperlihatkan fakta di masa depan atas kehamilan muda.

Poster ini menggunakan permainan kata sebagai fokus utamanya, dan fotografi sebagai elemen pendukung. Menimbulkan kesan yang sangat kuat akan bahaya dari seks bebas atau kehamilan di usia muda dan cenderung memberikan tekanan yang berat karena kata-kata yang tertulis seakan-akan merupakan kata-kata dari anak yang menghakimi perbuatan remaja tersebut.

Penulis juga menjabarkan penyebab, akibat, dan pencegahan dari seks pranikah ini, di mana hal ini dapat disebabkan karena pergaulan, informasi yang tidak terbatas, kurangnya pengetahuan, serta lingkungan sekitar. Selain itu perilaku seks pranikah ini juga dapat disebabkan karena narkotika dan pengaruh alkohol. Akibat dari seks pranikah ini yang paling umum terjadi adalah kehamilan, dibandingkan dengan penyakit menular seksual maupun HIV/AIDS. Untuk tindakan pencegahan, remaja lebih dapat menggunakan tindakan preventif, yaitu dengan cara membentengi diri sendiri dengan hal-hal positif, memperkaya informasi positif mengenai seks itu sendiri, serta tidak mengakses pornografi yang dapat memicu timbulnya rasa keingintahuan.

3.3. Konsep Kreatif

Perancangan kampanye sosial anti seks pranikah di kalangan remaja ini akan disesuaikan dengan karakteristik remaja yang tidak ingin digurui dan lebih terlihat santai. Kampanye ini akan menggunakan media poster yang akan dibuat berseri, yang nantinya akan diletakkan di sekolah-sekolah. Selain itu juga akan dilakukan melalui media sosial, yang mana dari hasil survei didapatkan hasil bahwa remaja cenderung aktif dalam mengakses media sosial, terutama *Facebook* dan *Twitter*. Konsep yang akan diangkat untuk kampanye ini yaitu mengajak remaja untuk melakukan aktivitas positif sebagai tindakan pencegahan preventif agar tidak melakukan perilaku seks pranikah. Remaja adalah masa dimana anak-anak memiliki keinginan dan cita-cita yang tinggi, sehingga konsep tersebut dapat diangkat dalam penyampaian pesan dalam kampanye ini.