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

Dalam situs *online* Tempo 16 September 2011 (diakses pada tanggal 15 agustus 2013), dikabarkan bahwa Gubernur DKI Jakarta Fauzi Bowo prihatin dengan maraknya kasus pemerkosaan di dalam angkutan umum. Didalam artikel tersebut, Fauzi Bowo menyarankan: "khusus bagi kaum hawa, agar mereka berhati-hati sekaligus melakukan upaya pencegahan saat menggunakan jasa angkutan". Pencegahan yang dimaksud Fauzi Bowo adalah tidak menggunakan pakaian yang mengundang, dan harus menyesuaikan dengan lingkungan sekelilingnya supaya tidak memancing orang melakukan hal yang tidak diinginkan.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Pimpinan Lembaga Swadaya Masyarakat Jurnal Perempuan, yaitu Ibu Mariana Ammirudin (26 Oktober 2013), beliau menyatakan bahwasanya baik pelaku kebijakan, penyelenggara negara dan masyarakat sendiri masih percaya bahwa pelecehan seksual disebabkan oleh korban sendiri (perempuan) dengan alasan menggoda, tidak menjaga diri serta berpenampilan seksi. Poin penting dalam wawancara tersebut adalah beliau tidak menyetujui bahwa wanita sendiri yang disalahkan dalam masalah pelecehan seksual ataupun tindak pemerkosaan, itu berangkat dari pola berdasarkan pemikiran laki-laki masing-masing.

Perancangan Kampanye..., Katherine Mariana Muntu, FSD UMN, 2014

Berdasarkan pengamatan penulis di lapangan, ditemukan banyak wanita yang menggunakan pakaian mini di tempat umum seperti pusat perbelanjaan, restoran, dan jalanan umum. kebanyakan yang menggunakan pakaian mini di tempat umum adalah remaja dewasa, berkisar usia sekitar 18 – 25 tahun. Berdasarkan asumsi yang di rangkum dari hasil kuesioner 40 wanita mengatakan bahwa pakaian adalah bentuk ekspresi pribadi masing-masing dan menyesuaikan dengan kondisi lingkungan serta cuaca. Hal tersebut pun sesuai pernyataan dari Dewi Motik dalam buku *Tata Cara Berbusana dan Bergaul* (1991, hlm.10-11) bahwa berbusana yang baik dapat dipadupadankan secara bebas, bebas berekspresi. Wanita pun selalu ingin tampil lain daipada yang lain, ingin selalu keliatan menarik cantik dan anggun, oleh karenanya berbusana waktu dan suasana merupakan salah satu cara untuk dikagumi orang.

Berdasarkan pernyataan dan temuan diatas, dirasa perlu melakukan sebuah perubahan sudut pandang, persepsi, dan penilaian kaum pria terhadap cara perempuan berbusana yang *casual* yang masih tergolong sopan dan sesuai dengan kondisi lingkungan. Upaya penyadaran yang pernah dilakukan oleh sebagian masyarakat perempuan adalah melakukan demonstrasi di Bundaran HI sebagaimana dikabarkan oleh situs online *Viva News* 19 September 2011 (diakses pada tanggal 24 oktober 2013), sekitar 50 orang wanita yang sebagian besar mengenakan rok mini mengecam pernyataan publik yang justru menyalahkan cara berpakaian wanita karena maraknya aksi pelecehan. Pesan yang disampaikan dalam demonstrasi tersebut terangkum dalam sebuah slogan: "*My rok is my right, Tell them not to rape*".

Perancangan Kampanye..., Katherine Mariana Muntu, FSD UMN, 2014

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas terdapat permasalahan di masyarakat khususnya kaum pria dalam menilai cara wanita berpakaian. Permasalahan tersebut menjadi landasan untuk dirumuskan dalam rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana merancang kampanye sosial dalam meningkatkan kesadaran penilaian terhadap tata cara berpakaian wanita?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam perancangan yang dilakukan terfokus pada target *audiens*, teknik dan media. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Target Audiens

   Target Audiens yang dituju dalam perancangan ini adalah remaja berusia 18 – 25 tahun di kota besar dalam hal ini adalah kota Jakarta.

2. Teknik

   Tekhnik perancangan yang dilakukan menggunakan fotografi, dengan alasan bahwa foto merupakan gambaran langsung dari sebuah peristiwa.

3. Media

   Media yang digunakan dalam kampanye ini adalah Poster, Kaos, *Tote Bag*, Stiker, Pin. Yang menjadi media utama adalah poster, selebihnya merupakan media pendukung.

Perancangan Kampanye..., Katherine Mariana Muntu, FSD UMN, 2014

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan yang ingin dicapai dalam tugas akhir ini adalah: merancang kampanye sosial terhadap cara berpakain wanita.

1.5. Manfaat Tugas Akhir/Skripsi

Manfaat untuk target dan masyarakat umum:

Manfaat yang diharapkan dari perancangan kampanye sosial yang dilakukan adalah tumbuhnya kesadaran positif dari masyarakat khususnya kaum pria dalam menilai cara berpakaian wanita yang mengenakan busana casual.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Metodologi yang digunakan untuk membantu pembuatan tugas akhir ini adalah metodologi dengan pendekatan kualitatif. Berikut merupakan tahap penelitian yang akan dilakukan:

1.6.1. Data Primer

Berikut ini adalah data primer yang digunakan dalam pecarian data dalam tugas akhir ini :

1. Wawancara

   Menurut Bungi (2005, hlm. 126-127) Wawancara atau *interview* adalah sebuah proses memperoleh informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan responden atau orang yang diwawancarai. Subyek penelitian yang dilakukan adalah secara langsung. Proses wawancara yang dilakukan untuk

Perancangan Kampanye..., Katherine Mariana Muntu, FSD UMN, 2014

pengumpulan data dalam perancangan ini yaitu dengan melakukan wawancara kepada:

1. Ibu Mariana Amiruddin selaku Ketua dari LSM Jurnal Perempuan
2. Bapak Iqrak Sulhin S.Sos., M.Si (Pakar Kriminolog dari Universitas Indonesia)
3. K.H. Husein Muhammad (Pakar sekaligus peneliti dari Komnas Perempuan),

2. Observasi

Menurut Bungi (2005 hlm. 133-135) Observasi atau pengamatan merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit, untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Hasil yang diperoleh dari observasi ini dapat berupa, kegiatan, kejadian, waktu, perasaan, opini, yang didapat langsung dari analisis data di lapangan. Observasi yang dilakukan untuk mengetahui tingkat pemakaian busana casual (santai) di masyarakat dilakukan di pusat perbelanjaan, restaurant, dan jalan. Kuesioner ditujukan kepada 40 orang pria dan 40 orang wanita dengan usia 18 – 25 tahun.

1.6.2. Data Sekunder

Metode data sekunder menggunakan Studi Pustaka.

Perancangan Kampanye..., Katherine Mariana Muntu, FSD UMN, 2014

1.7. Metode Perancangan

Metode perancangan diperoleh melalui beberapa tahap, dimulai dari perencanaan, menentukan konsep, dan tahap visualisasi, lalu di produksi, berikut adalah penjabarannya :

1. Tahap perencanaan

   Dalam tahapan ini, penulis menentukan seluruh perencanaan yang akan dilakukan dalam kampanye sosial, Penulis menentukan latar belakang masalah dan fakta berdasarkan data yang ditemukan yang mendukung pembuatan tugas akhir ini.

2. Tahap konseptualisasi

   Setelah perancanaan dilakukan secara matang, maka penulis akan melakukan tahap selanjutnya yaitu tahap konseptualisasi. Penulis membuat sebuah konsep secara keseluruhan tentang desain yang akan dibuat. Selain itu, dalam tahap ini penulis menentukan secara jelas dan detail spesifikasi kampanye sosial yang akan dibuat, gaya gambar, hingga konsep akhir pembuatan tugas akhir ini.

3. Tahap visualisasi

   Dalam tahapan ini, penulis membuat visualisasi konsep yang telah ditentukan sebelumnya. Tahapan ini dimulai dari *brainstorming,* menentukan media yang akan digunakan, merealisasikan konsep tersebut dalam bentuk sketch di kertas terlebih dahulu, hingga menuju hasil akhir.

Perancangan Kampanye..., Katherine Mariana Muntu, FSD UMN, 2014

4. Tahap produksi

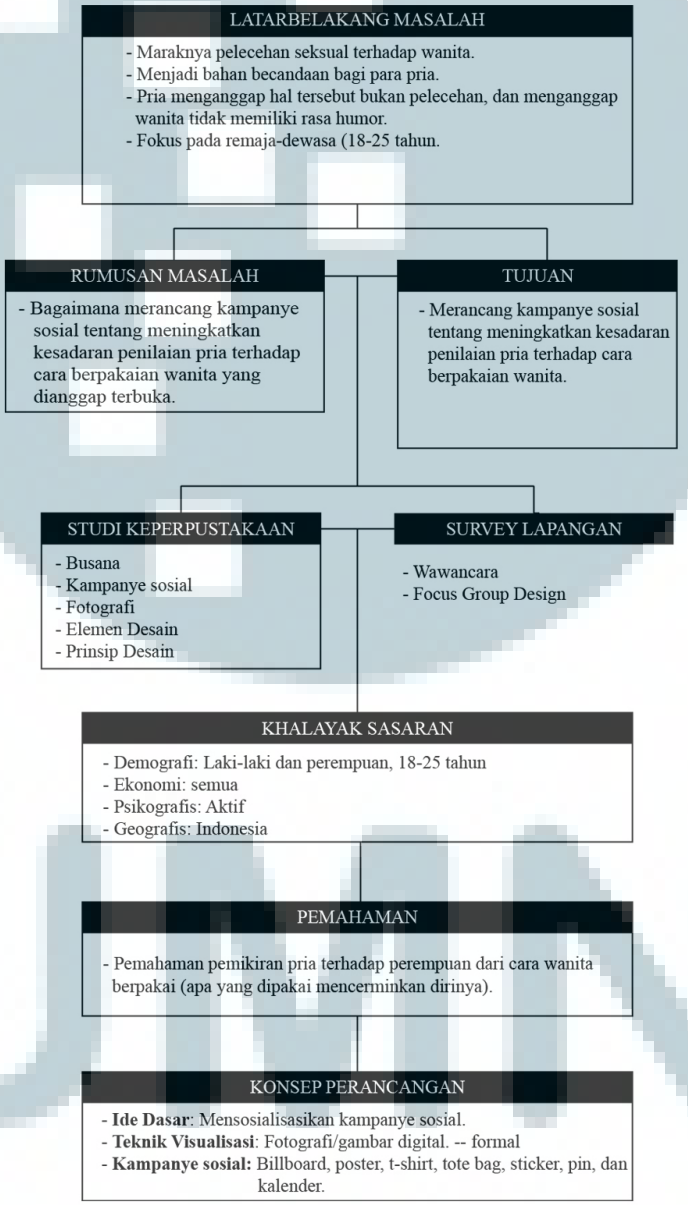
   Dalam tahapan ini, hasil akhir siap untuk diproduksi agar dapat didistribusikan kepada target yang telah ditentukan yaitu anak remaja berumur 18 sampai 25 tahun di Jakarta. Tahapan produksi merupakan tahapan akhir dan penulis berharap agar tugas akhir yang telah diproduksi ini dapat menjadi sarana himbauan mahasiswa beserta remaja dewasa yang di luar dari kampus juga untuk aware terhadap wanita agar bersikap lebih menghargai di lingkungan kampus maupun di tempat umum.

Perancangan Kampanye..., Katherine Mariana Muntu, FSD UMN, 2014

1.8. Skematika Perancangan

Menjelaskan bagaimana skema perancangan yang akan dilakukan mulai dari awal hingga akhir.

1.1. Bagan Skematika Perancangan



Perancangan Kampanye..., Katherine Mariana Muntu, FSD UMN, 2014