

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) dalam Cutan (2021), metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang sifatnya *valid*. Terdapat dua jenis metode penelitian, yaitu kuantitatif dan kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode pengumpulan data secara induktif atau kualitatif yang menggunakan filsafat postpositivisme untuk mengetahui keadaan sebuah objek secara alamiah. Berbeda halnya dengan metode kualitatif, metode kuantitatif merupakan metode penelitian dengan data statistik dan berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan menggunakan perangkat penelitian. Dalam perancangan ini, penulis juga melaksanakan studi eksisting dan referensi.

##### 3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif yang digunakan dalam perancangan ini adalah wawancara, studi eksisting, dan studi referensi. Tujuan dilakukan wawancara adalah untuk mengetahui hal-hal yang tidak didapatkan penulis melalui observasi lapangan. Wawancara dilakukan melalui media *Google Meet*. Sedangkan, studi eksisting dan studi referensi dilakukan untuk mengetahui bagaimana rancangan kampanye yang sudah pernah dilaksanakan sehingga dapat menjadi acuan perancangan kampanye penulis.

###### 3.1.1.1 Interview

*Interview* atau wawancara dilakukan terhadap Yanuar sebagai perwakilan dari *Safe Space*, Satgas PPKS UMN. Wawancara terhadap Yanuar dilakukan untuk mendapatkan data seputar peranan Satgas PPKS di UMN, program pencegahan, perlindungan, dan pelaporan kasus kekerasan seksual di UMN, serta kasus kekerasan seksual di UMN. Wawancara tersebut dilaksanakan pada tanggal 27 Februari 2023.

Selain Yanuar, penulis juga melakukan wawancara terhadap Bill yang dilaksanakan pada tanggal 6 Maret 2023, selaku ketua kampanye SIM 2022 (*Social Is Me 2022*) untuk mengetahui hasil dan juga kegiatan yang dilakukan selama kampanye SIM 2022. Adapun media yang digunakan dalam wawancara ini adalah *Google Meet*.

### 1) **Interview kepada Yanuar selaku perwakilan *Safe Space***

Wawancara dengan Yanuar dilakukan melalui *Google Meet* pada Senin, 27 Februari 2023 dari pukul 10.00 hingga 11.00 WIB dan Kamis, 20 April 2023. Dalam wawancara tersebut, penulis memberikan beberapa pertanyaan mengenai *Safe Space* itu sendiri, kasus kekerasan seksual di UMN, studi kasus, langkah preventif, dan langkah pertolongan terhadap korban kekerasan seksual di lingkungan UMN. Hal-hal tersebut dapat menjadi dasar konten perancangan kampanye kasus kekerasan seksual.

Yanuar menjelaskan bahwa *Safe Space* merupakan nama merek dari Satgas PPKS (Satuan Tugas Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual) di UMN agar mudah diingat oleh mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara. *Safe Space* ingin hadir di tengah mahasiswa terutama korban sebagai seorang teman yang ingin mendengarkan dan membantu mereka. *Safe Space* memiliki tugas untuk mencegah dan menanggapi kekerasan seksual sesuai peraturan yang diatur dalam Permendikbud No. 30 Tahun 2021 tentang Kekerasan Seksual. Yanuar juga menegaskan bahwa *Safe Space* merupakan lembaga independen yang mengawasi UMN dalam penanganan kasus kekerasan seksual.

*Safe Space* memiliki dua program besar di UMN, yaitu sosialisasi terkait kekerasan seksual terhadap anggota keluarga besar UMN dan membentuk tim pencegahan. Selain itu, Yanuar juga menambahkan bahwa Satgas PPKS UMN memiliki tugas lain seperti pelaporan dan pendampingan mengenai kasus

kekerasan seksual yang terjadi. Terdapat tiga divisi dalam *Safe Space*, antara lain divisi pencegahan, pendampingan, dan pelaporan. *Safe Space* juga secara aktif mendampingi korban kekerasan seksual baik secara psikologis maupun hukum. Tidak hanya itu, mereka pun terbuka akan adanya kasus kekerasan seksual baik dalam lingkup mahasiswa maupun karyawan kampus. *Safe Space* saat ini terdiri dari karyawan maupun tim mahasiswa, namun Yanuar menjelaskan bahwa tim mahasiswa tersebut masih tergolong baru dan belum diekspos ke publik untuk menjaga keamanan anggota mereka dari ancaman maupun teror terlapor kekerasan seksual.

Yanuar menceritakan bahwa terdapat beberapa upaya yang dilakukan oleh pihak Satgas PPKS untuk mencegah kasus kekerasan seksual di UMN seperti mensosialisasikan kekerasan seksual secara bertahap kepada karyawan, mahasiswa, maupun dosen di UMN. Saat ini, Satgas PPKS tersebut masih berfokus pada sosialisasi pelaporan dan dampak kekerasan seksual itu sendiri dengan tujuan untuk meningkatkan *awareness* mahasiswa terkait kekerasan seksual dan bagaimana cara menanggapiya sesuai dengan aturan yang berlaku. Selain itu, *Safe Space* juga membantu membina mahasiswa yang mengerjakan tugas terkait pembuatan aplikasi ataupun desain *website* yang ramah bagi korban kekerasan seksual.

Yanuar menyebutkan bahwa sosialisasi kekerasan seksual di UMN perlu dilakukan secara bertahap, dalam artian bahwa anggota kampus perlu terlebih dahulu mengetahui pengertian dan batasan kekerasan seksual. Tidak hanya itu, dalam penyampaian kampanye sebaiknya berpihak pada korban, seperti tidak memberikan narasi yang dapat menimbulkan trauma korban dan narasi yang memberatkan UMN sebagai institusi yang seakan tidak aman sebagai tempat pembelajaran. Sosialisasi tersebut

diselipkan melalui *banner*, program kampanye himpunan mahasiswa, dan edukasi. Berdasarkan upaya yang telah dilakukan,

Yanuar berpendapat bahwa tingkat antusiasme keluarga besar UMN terkait kasus kekerasan seksual relatif tinggi dan aktif. Indikator antusiasme yang dimaksud berupa adanya beberapa orang yang berani bertanya, berdiskusi, dan *speak up* terkait batasan kekerasan seksual. Adapun permasalahan yang sering muncul dan ditanyakan kepada pihak Satgas PPKS UMN adalah batasan *consent* atau persetujuan afirmatif dalam kekerasan seksual.

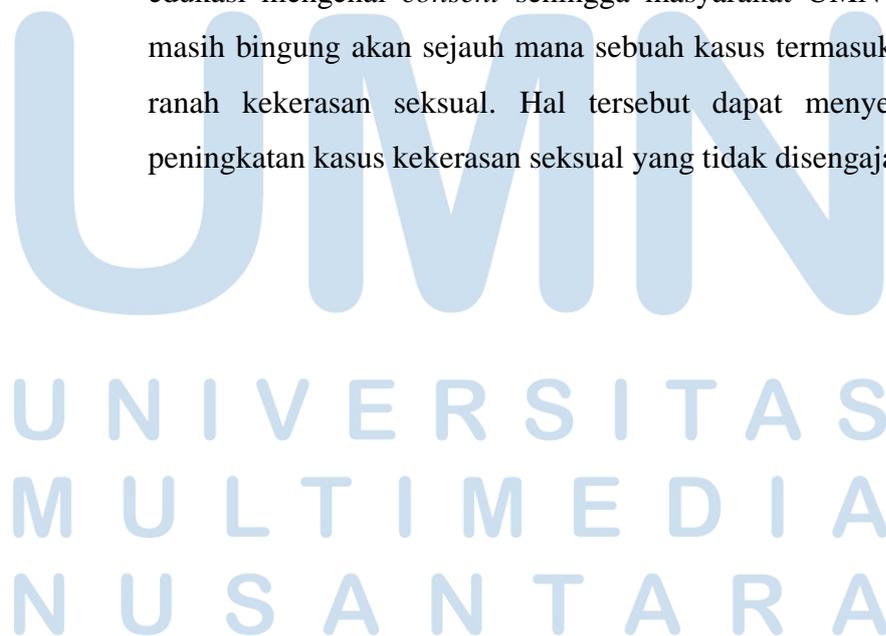
Jenis kasus yang dominan terjadi di UMN adalah verbal dan fisik seperti sentuhan tidak diinginkan. Terdapat pola dalam kasus kekerasan seksual yang terjadi di UMN, yaitu masih abunya batasan kekerasan seksual yang disebabkan oleh tidak adanya edukasi mengenai *consent*, mengenai rasa nyaman dan tidak nyamannya orang yang menerima perlakuan tertentu. Yanuar sendiri mengakui bahwa *consent* merupakan masalah terbesar kasus kekerasan dan pelecehan seksual. Padahal, Yanuar menjelaskan bahwa *consent* merupakan bagian terpenting dalam menentukan batasan kekerasan seksual. Hal ini menyebabkan banyak pelaku maupun penyintas kekerasan seksual yang bingung dan tidak tahu batasan kekerasan seksual sehingga mereka tidak memahami bahwa pengalaman yang telah mereka lewati merupakan sebuah bentuk kasus kekerasan seksual yang diakui secara hukum.

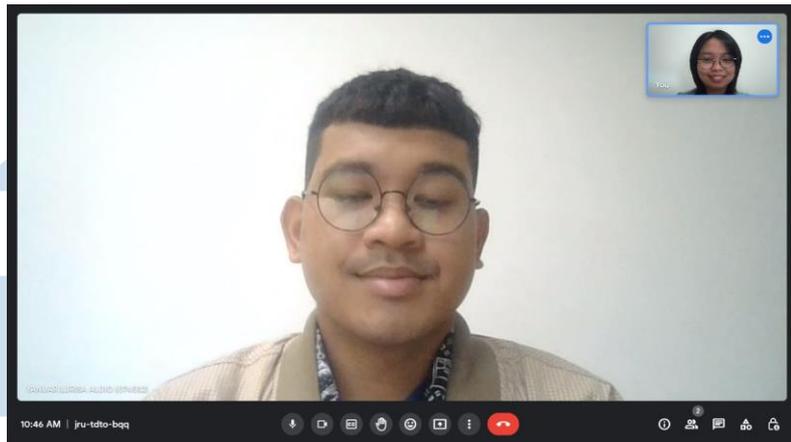
Dalam penanganan kasus kekerasan seksual di UMN, terdapat beberapa faktor penghambat penanganan tersebut seperti stigma aib, kurangnya pengetahuan penyintas mengenai satuan penanganan kekerasan seksual, rasa malu bercerita, dan adanya relasi kuasa. Yanuar juga menyetujui bahwa lingkungan korban

atau penyintas kekerasan seksual memiliki peranan yang sangat penting untuk mendorong mereka agar mau bicara terkait kasus kekerasan yang dialami. Lingkungan tersebut meliputi teman-teman yang suportif, tidak menghakimi korban, dan institusi yang memihak kepada korban.

Pada akhir wawancara, Yanuar menyarankan adanya kampanye yang dapat membuka pikiran masyarakat mengenai kasus kekerasan seksual. Kampanye tersebut dapat dibuat untuk mengajak orang-orang agar memahami bahwa kekerasan seksual bukanlah sesuatu yang remeh melainkan sebuah fenomena yang penting untuk dipahami bahwa dampaknya dapat berupa luka batin yang dialami oleh penyintasnya. Selain itu, Yanuar juga berpendapat bahwa edukasi mengenai kekerasan seksual penting untuk diberikan kepada pelaku kekerasan seksual agar lebih memahami akibat yang didapatkannya.

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa batasan dalam kekerasan seksual berupa *consent* atau persetujuan dari kedua belah pihak. Namun, di UMN sendiri belum adanya edukasi mengenai *consent* sehingga masyarakat UMN sendiri masih bingung akan sejauh mana sebuah kasus termasuk dalam ranah kekerasan seksual. Hal tersebut dapat menyebabkan peningkatan kasus kekerasan seksual yang tidak disengaja.





Gambar 3.1 Wawancara Safe Space UMN

## 2) **Interview kepada Penyintas X**

Wawancara bersama dengan Penyintas X dilakukan melalui *Google Meet* pada 3 Mei 2023. Penyintas X merupakan seorang mahasiswi dari *Strategic Communication 2021* di UMN. Namun, dalam penjelasan ini penulis menghormati keinginan penyintas untuk merahasiakan identitas aslinya, maka nama yang digunakan adalah X. Wawancara tersebut dilakukan dalam pengawasan dari perwakilan *Safe Space* agar pertanyaan yang diberikan oleh penulis kepada penyintas tidak menimbulkan trauma. Tujuan dilakukannya wawancara ini adalah untuk mengetahui lebih dalam mengenai perasaan penyintas terkait dengan kasus yang dialami.

X menceritakan tentang kasus kekerasan seksual yang dialami ketika mengikuti kepanitiaan perlombaan basket di UMN. X berkata bahwa dia disentuh oleh seorang karyawan laki-laki, pelatih basket. X tidak menyangka hal tersebut akan terjadi pada dirinya karena X mengaku bahwa kejadian itu terjadi di pinggir lapangan basket yang sedang ramai. Kejadian itu bermula ketika X sedang bertugas di acara tersebut dan diajak mengobrol oleh pelaku. X sendiri baru pertama kali bertemu dan berbincang dengan pelaku pada hari itu. X berkata bahwa pelaku merangkulnya. X sendiri sudah berusaha menolak dengan

menarik tubuhnya dari pelaku, namun pelaku tetap bersikeras agar X tetap bersamanya dengan menarik tangan X dan memeluknya dari samping.

X mengaku bahwa dia langsung terdiam dan tidak bisa berbuat apa-apa, bahkan berteriak pun tidak bisa. X berkata juga bahwa dia tidak percaya atas apa yang terjadi. X merasa bahwa dia adalah seseorang yang tegas dan berani untuk menolak, tetapi pada saat itu dia justru hanya mematung. Setelah mengalami hal tersebut, X hanya bercerita kepada salah satu temannya, Z, yang berada pada lapangan tersebut ketika kejadian.

X tidak menerima apa yang telah terjadi. Dia menutup diri dari lingkungan sosialnya selama seminggu dengan menonaktifkan semua media sosialnya, mengurung diri, dan enggan bersosialisasi. X juga mengaku bahwa dia merasa tubuhnya sudah tidak layak atau kotor, sehingga dia mencoba untuk mengubah penampilannya dengan cat rambut dan menggunakan pakaian yang lebih tertutup. X berkata bahwa dia juga menjadi seseorang yang penakut hingga memiliki *panic attack*. Hal tersebut terjadi ketika X sedang beraktifitas di daerah kampus dan tidak sengaja melihat seseorang yang menyerupai pelaku. X menjadi sangat ketakutan, panik, hingga menangis di toilet kampus.

Dorongan yang mendasari dirinya untuk berani bercerita adalah bagaimana temannya, Z, memaksa X untuk berhenti bungkam. Z berkata kepada X bahwa dia tidak bisa terus menerus memendam rasa trauma yang dialaminya, X harus mencari bantuan. Tidak lama setelah kejadian X histeris itu, teman-teman satu perkumpulan X juga menanyakan apa yang terjadi terjadi dengannya karena mereka menilai X menjauh tanpa sebab. Setelah X bercerita, teman-teman X akhirnya memvalidasi

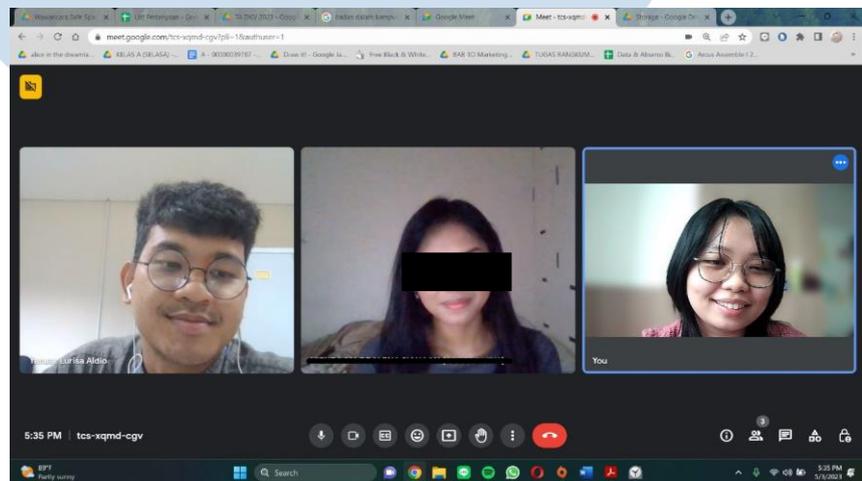
perasaan X dan mencoba membantu X hingga mendapatkan bantuan dari Safe Space.

Terdapat beberapa temuan yang penulis dapatkan selama wawancara tersebut, antara lain:

- a) X menutup diri karena adanya stigma mengenai penyintas kekerasan seksual. Hal tersebut dikatakan X ketika penulis menanyakan kenapa X memilih untuk menutup diri. X berkata bahwa dirinya tidak terima apabila reputasinya semasa kuliah hancur karena menjadi korban kekerasan seksual. Selain itu, X juga mengaku bahwa dirinya senang menggunakan pakaian yang tergolong minim, seperti *crop top*, sehingga dia takut ada orang yang menjelekkannya atas kasus yang terjadi. Padahal, menurutnya ketika kejadian, X justru mengenakan pakaian yang sopan, yaitu pakaian batik dan celana kain hitam panjang.
- b) X mencari validasi terkait kasus kekerasan seksual yang dialaminya. X mempertanyakan apakah hal yang dialaminya merupakan kasus kekerasan seksual atau dirinya hanya berlebihan semata. X mengakui bahwa dirinya tidak mengetahui bahwa kasusnya sudah diatur di dalam Permendikbud nomor 30 Tahun 2021. Hal itu diketahuinya setelah berani bercerita kepada lingkaran pertemanannya.
- c) X tidak berani melaporkan kasusnya karena takut adanya relasi kuasa. X awalnya tidak mau melaporkan kasus yang dialami karena takut pelaku justru mengkriminalisasinya dengan menyebarkan cerita yang berbeda kepada teman-teman di sekitarnya. Menurut X, pelaku memiliki banyak teman dan dikenali memiliki reputasi yang baik. X akhirnya berani melaporkan kasus

setelah dibantu oleh himpunan prodinya dan adanya penyintas lain yang ingin melapor. X memberikan pernyataan bahwa jumlah sangat mempengaruhi keberaniannya dalam melaporkan kasus.

- d) X tidak ingin sedikitpun bertemu dengan pelaku kekerasan seksual bahkan menginginkan agar pelaku dapat segera dikeluarkan dari UMN agar dirinya dapat dengan leluasa beraktifitas di kampus. X mengaku bahwa dirinya takut bertemu dengan pelaku.
- e) X menyatakan bahwa dia merasa aman ketika berkontak langsung dengan *Safe Space* dengan menyadari bahwa adanya instansi yang memiliki kekuatan dan wewenang untuk menindaklanjuti permasalahan yang dialaminya.



Gambar 3.2 Wawancara Penyintas X

### 3) *Interview* kepada Penyintas V

Wawancara bersama V dilakukan pada 8 Mei 2023 melalui *Google Meet*. Wawancara tidak dilakukan bersama dengan perwakilan *Safe Space*, namun pertanyaan penulis sudah dicek dan disetujui oleh Yanuar untuk ditanyakan kepada V. Wawancara dilakukan ketika V berada di kantor kepolisian Kota Tangerang. Dalam penjelasan ini, penulis tidak akan menceritakan pengalaman yang dilalui oleh V karena penulis

menghargai privasi dan keinginan V agar ceritanya tidak disebar.

V merupakan mahasiswa Jurnalistik angkatan 2014 yang berkuliah kembali di UMN setelah beberapa tahun yang lalu berhenti karena mengalami kasus pelecehan seksual. V mendapatkan tawaran untuk menyelesaikan sisa perkuliahannya setelah mendapatkan tawaran dari Safe Space UMN. V mengalami kasus pelecehan seksual di luar lingkungan kampus tepat setelah mengikuti ujian akhir semester secara luring. V bercerita bahwa dia langsung melaporkan kasus yang dialaminya kepada pihak kepolisian setelah tidak mendapatkan permintaan maaf dari pelaku. V mengaku bahwa dia mengalami peneroran yang dilakukan oleh pelaku setelah pelaporan tersebut dibuat, hingga akhirnya V membuat perjanjian dengan pelaku di kantor polisi. Perjanjian tersebut berisi bahwa pelaku harus mengambil cuti dari perkuliahan. Pada saat itu, V berharap bahwa pelaku akan jera dan tidak melakukan tindakan tersebut lagi.

Namun, pelaku melanggar perjanjian yang telah dibuat dan melakukan kasus pemerkosaan terhadap kenalan V, yaitu mahasiswi UMN lainnya. Ketika pelaku mengingkari perjanjian yang dibuat, V memutuskan untuk berhenti kuliah dan memutuskan hubungan dengan siapapun di UMN, baik pihak kampus, hingga teman-temannya secara total. Terdapat beberapa temuan menarik yang penulis dapatkan selama wawancara tersebut, antara lain:

- a) V tidak takut terhadap stigma maupun teror yang diberikan. Hal ini terlihat dari pengetahuan V mengenai kasus yang dialami. Pengetahuan yang dimaksud adalah hukum yang berlaku, tata cara pelaporan, dan lembaga yang dapat menolongnya. V juga tidak takut terhadap stigma yang berlaku karena menurutnya dari caranya berpakaian pun tidak akan menarik gairah pelaku.

Pakaian yang dikenakannya pada waktu kejadian adalah *hoodie*. Bahkan V juga menambahkan bahwa dirinya tidak bersalah sama sekali sehingga buat apa takut.

- b) V berkata bahwa V juga sempat berpikiran buruk mengenai dirinya sendiri setelah kejadian pelecehan. Namun, V mencoba untuk bangkit dan fokus terhadap apa yang dikerjakannya. V berkata bahwa dia sama sekali tidak ingin menjelekkannya karena apa yang dialaminya bukan kesalahannya.
- c) V sama sekali tidak ingin bertemu dengan pelaku sehingga memutuskan untuk keluar dari UMN dengan sendirinya.
- d) V mendapatkan bantuan untuk berkuliah kembali di UMN melalui *Safe Space*.



Gambar 3.3 Wawancara Penyintas V

#### 4) **Interview kepada Bill**

Penulis juga melakukan wawancara terhadap Bill selaku ketua program kampanye *Social Is Me 2022* yang mengangkat tema Kasus Kekerasan Seksual. Bill merupakan salah satu mahasiswa prodi Sistem Informasi angkatan 2020 di UMN. Wawancara tersebut dilakukan pada Senin, 6 Maret 2023 melalui

media *Google Meet*. Tujuan dilaksanakannya wawancara tersebut adalah untuk mengerti tujuan, kegiatan, dan hasil dari kampanye *Social Is Me 2022*.

*Social Is Me* atau SIM merupakan salah satu program kerja tahunan milik HIMSI (Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi) yang mengangkat tema-tema sosial. Pada tahun 2022, HIMSI memilih isu kekerasan seksual yang juga menjadi tema tahunan yang dipilih oleh UMN. Pemilihan tema tersebut didasari dengan tingkat relevansi isu dengan khalayak sasaran di UMN serta belum adanya program yang mengangkat tema tersebut. Hal ini menjadikan SIM 2022 merupakan program pertama yang mengangkat isu kekerasan seksual sebagai tema kampanye.

Dalam perancangan kampanye, terdapat survei *preliminary* yang dilakukan oleh pihak HIMSI untuk mengetahui jumlah mahasiswa yang mengetahui *Safe Space*. Berdasarkan survei tersebut ditemukan bahwa sebanyak 80,3% dari 211 mahasiswa UMN tidak mengetahui *Safe Space*. Di sisi lain, dalam proses tersebut Bill juga mengatakan bahwa pihak penyelenggara ingin mengetahui tingkat ketertarikan khalayak sasaran terhadap topik kasus kekerasan seksual. Teknik perolehan data berupa penyebaran kuesioner secara bebas dan tertarget dengan menggunakan media *Google Form*.

Kampanye SIM 2022 dilaksanakan di *lobby* gedung C UMN pada Oktober 2022 selama 5 hari. Bill mengatakan bahwa tujuan dari SIM 2022 adalah untuk menyadarkan, mengedukasikan, dan membuat khalayak peduli terhadap kasus kekerasan seksual. Pesan yang disampaikan dalam kampanye tersebut ditujukan untuk penyintas kekerasan seksual dan mahasiswa di UMN bahwa kampus bukan tempat yang aman sehingga penting untuk setiap orang menyadari ancaman tersebut. Teknik penulisan pesan dalam kampanye tersebut diawasi oleh pihak *Student*

*Development* UMN karena pihak UMN tidak ingin memberikan konotasi bahwa banyak terjadi kasus kekerasan seksual di tempat tersebut. Bill menjelaskan bahwa pihak UMN memang secara sadar menentang kekerasan seksual, tidak memberikan ruang terhadap kekerasan seksual, tetapi juga ingin menyadarkan bahwa kekerasan seksual memang ada.

“*Break a silence, make a difference*” merupakan *tagline* yang digunakan dalam kampanye SIM 2022. Bill mendeskripsikan makna dari *tagline* tersebut sebagai bentuk dukungan terhadap penyintas kekerasan seksual. HIMSI ingin agar penyintas dan seluruh anggota UMN tidak sadar bahwa kasus kekerasan seksual merupakan isu yang harus dibenahi dan menjadi kekhawatiran utama sebagai generasi muda di Indonesia. Selain itu, Bill juga menekankan bagian “*make a difference*” juga merupakan janji serta semangat dari SIM 2022 yang merupakan pionir atau inisiator kampanye kekerasan seksual di UMN meskipun hanya skala kecil.

Dalam kampanye SIM 2022 terdapat berbagai media dan aktivitas yang dilakukan. Bill menjelaskan bahwa terdapat beberapa aktivitas yang terjadi dalam *booth* atau kampanye SIM 2022, seperti permainan, penyebaran selebaran anti kekerasan seksual, pemberian *flyer* edukasi kekerasan seksual dan informasi konseling serta pelaporan, dan penandatanganan petisi perlawanan terhadap kekerasan seksual pada *banner* raksasa. Terdapat pula pameran pakaian yang merepresentasikan cerita dari penyintas-penyintas yang HIMSI ambil dari *internet*. Pada SIM 2022, pihak HIMSI tidak melakukan *webinar* edukasi mengenai kekerasan seksual karena menurut laporan dan juga hasil dari SIM tahun-tahun sebelumnya, metode tersebut tidaklah efektif untuk mengedukasi mahasiswa UMN. Bill menambahkan bahwa pihak HIMSI berusaha untuk menghadirkan program

kampanye yang padat dan juga terfokus sehingga khalayak atau pengunjung kampanye dapat menyelesaikan sebagian besar aktivitas yang telah dirancang di saat itu juga. Selain itu, pihak HIMSIS juga mengharapkan agar pesan serta dampak dari kampanye dapat tersampaikan dengan efektif tanpa harus melakukan rangkaian kegiatan yang terlalu panjang. Sebaliknya, HIMSIS menyematkan pesan-pesan edukatif pada media *flyer*. Bill menjelaskan bahwa salah satu strategi yang digunakan dalam penyampaian pesan edukatif tersebut berupa pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan yang retorik sehingga menarik perhatian pembacanya untuk mencari lebih lanjut mengenai isu yang di angkat.

Bill menyebutkan bahwa mahasiswa di UMN memiliki tingkat antusiasme yang relatif tinggi terkait kampanye perlawanan kekerasan seksual. Namun, hanya (+/-)80 dari 200 mahasiswa UMN yang mendaftar aktivitas kampanye SIM 2022 yang berhasil mengikuti rangkaian kampanye hingga akhir. Bill menyebutkan bahwa angka tersebut cukup disayangkan mengingat bagaimana kampanye tersebut berhasil menarik perhatian publik yang melewati sekitar *booth* sangat ramai.

Berdasarkan wawancara tersebut, penulis mendapatkan wawasan mengenai cara berkampanye yang tepat dan menarik bagi khalayak sasaran di Universitas Multimedia Nusantara, serta garis besar *tone of voice* yang harus disampaikan dalam perancangan kampanye terkait kekerasan seksual yang sesuai dengan ketentuan instansi di UMN. Selain itu, penulis juga menyadari pentingnya memerhatikan apa kebiasaan dan apa yang disukai oleh *audience* untuk menarik minat mereka dalam berkontribusi dalam suatu kegiatan.



Gambar 3.4 Wawancara *Social Is Me* 2022

### 3.1.1.2 Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting mengenai kampanye serupa yang telah dilaksanakan di UMN dan juga media informasi yang telah disebar oleh *Safe Space*. Studi eksisting dilakukan untuk mendapatkan baik referensi maupun hasil dari strategi dan taktik penyampaian pesan serta gaya visual yang digunakan. Berdasarkan hal tersebut, penulis meneliti *Social Is Me* 2022 dan media edukasi telah disebar oleh *Safe Space*.

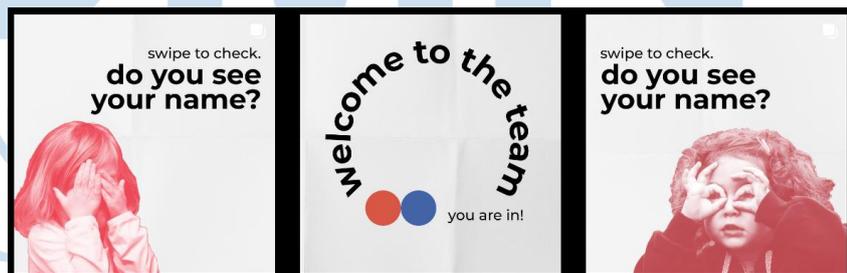
#### 1) *Social Is Me* 2022

*Social Is Me* atau yang disingkat menjadi SIM merupakan sebuah program tahunan yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi (HIMSI). Program tersebut merupakan bentuk pengabdian pada masyarakat dengan mengangkat isu sosial yang sedang marak terjadi. Pada tahun 2022, HIMSI menyelenggarakan SIM 2022 yang mengangkat tema Kasus Kekerasan Seksual terutama di UMN.



Gambar 3.5 Dokumentasi SIM 2022  
 Sumber: *Instagram sim\_umn* (2022)

Dalam kampanye ini, terdapat beberapa fase yang harus dilewati oleh partisipan. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh penulis bersama dengan Bill, fase-fase maupun aktivitas yang harus dilewati meliputi, fase pendaftaran, aktivitas *booth*, penyebaran *flyer* pesan anti kekerasan seksual, dan pembuatan konten anti kekerasan seksual di *Instagram*. Terdapat beberapa media yang digunakan dalam kampanye ini, baik media cetak maupun digital. Media cetak meliputi, *standing banner*, *hanging banner* ukuran besar, pameran pakaian penyintas, *flyer* edukasi dan pernyataan anti kekerasan seksual. Di sisi lain, media digital yang digunakan dalam kampanye ini meliputi *instagram post*, *instagram story*, dan *twibbon*.



Gambar 3.6 *Instagram Post* SIM UMN 2022  
 Sumber: *Instagram sim\_umn* (2022)

Salah satu hal yang menarik perhatian penulis terhadap kampanye ini adalah pihak HIMSI memilih menggunakan visual anak-anak dan juga tangan orang dewasa dalam *posting-an Instagram* mereka. Tidak hanya itu, penulis juga tidak menemukan elemen ilustrasi dalam media-media yang digunakan. Visual tersebut merepresentasikan kepolosan dan juga betapa rentannya penyintas kekerasan seksual sehingga perlu adanya perhatian lebih dari khalayak sasaran yang melihat kampanye tersebut. Dengan pemilihan visual tersebut, secara tidak langsung HIMSI ingin menyuarakan bagaimana korban kekerasan seksual dapat diibaratkan seperti anak-anak yang lemah, bingung, dan diam ketika mengalami kasus kekerasan seksual.



Gambar 3.7 Penggunaan Visual Tangan pada Kampanye SIM 2022

Sumber: *Instagram sim\_umn* (2022)

Dalam kampanye ini, pesan yang disampaikan oleh HIMSI bersifat edukatif, informatif, dan persuasif. Pesan edukatif disampaikan melalui *flyer* dan juga media sosial. Pesan edukatif tersebut meliputi pengetahuan dasar mengenai kekerasan seksual. Tidak hanya edukatif, pesan informatif juga disampaikan melalui

media *flyer*, media sosial, serta pameran pakaian. Pesan informatif yang disampaikan berupa data mengenai kasus kekerasan seksual, Satgas PPKS, dan juga cerita mengenai pakaian yang dipamerkan. Selanjutnya pesan persuasi disampaikan secara tegas melalui media berupa *banner* dan *flyer* dengan pernyataan menentang kekerasan seksual.

Tabel 3.1 Analisis SWOT *Social Is Me 2022*

<b>Strength</b>	<b>Weakness</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyampaian pesan dilakukan dengan cerita dari penyintas sehingga dapat meningkatkan empati masyarakat</li> <li>- Pesan kampanye berisikan dorongan mental bagi penyintas kekerasan seksual</li> <li>- Kampanye dapat menjangkau target terutama secara <i>offline</i> dengan efektif</li> <li>- Partisipan menyampaikan pesan kampanye melalui akun media sosial pribadi sehingga pesan dapat disebarluaskan secara sporadis</li> <li>- Peserta menyebarkan selebaran pernyataan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Edukasi mengenai batasan kekerasan seksual tidak tersampaikan secara rinci</li> <li>- Permainan yang dilakukan di <i>booth</i> tidak dirancang agar berhubungan dengan tema yang diangkat</li> <li>- Cerita penyintas yang diangkat dari cerita di internet sehingga tidak memiliki relevansi langsung dengan lingkungan UMN</li> <li>- Pesan yang diberikan tidak menentu berdasarkan target yang ditetapkan</li> </ul>

<p>menolak kekerasan seksual kepada siapapun agar mengikuti kampanye terkait</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktivitas penandatanganan <i>banner</i> penolakan kekerasan seksual membuat pengunjung <i>booth</i> merasa berpartisipasi dalam tema yang diangkat</li> <li>- Penggunaan pakaian sebagai pameran yang menceritakan tentang kasus kekerasan seksual</li> <li>- Penempatan pameran yang tepat menarik perhatian khalayak yang melewati <i>venue</i> kampanye</li> <li>- Terdapat representasi visual seperti tangan orang dewasa dan anak kecil yang mengilustrasikan orang sekitar dan juga penyintas</li> </ul>	
---	--

Opportunity	Threat
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belum adanya kampanye atau program kerja himpunan mengenai kekerasan seksual di UMN</li> <li>- Belum adanya pameran yang mengangkat cerita kasus kekerasan seksual</li> <li>- Adanya antusias target sasaran yang tinggi terhadap kasus yang diangkat</li> <li>- Adanya keinginan khalayak sasaran untuk berpartisipasi dalam menolak kasus yang diangkat</li> <li>- Kegiatan kampus sudah mulai kembali dilaksanakan secara langsung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pesan atau narasi yang disampaikan dapat memicu trauma penyintas kekerasan seksual</li> <li>- Pesan atau narasi yang disampaikan dapat memberikan persepsi bahwa lingkungan UMN tidak sepenuhnya aman</li> <li>- Masyarakat tidak memahami secara utuh batasan kekerasan seksual yang dimaksud dalam kampanye</li> <li>- Masyarakat tidak ingin mengikuti kampanye digital</li> <li>- Masyarakat hanya menginginkan SKKM</li> </ul>

Berdasarkan kampanye tersebut, penulis memelajari bahwa khalayak sasaran di Universitas Multimedia Nusantara tertarik untuk berpartisipasi secara aktif dengan kegiatan yang dilaksanakan secara langsung daripada kegiatan yang juga harus dikerjakan secara daring. Mahasiswa di Universitas Multimedia

Nusantara memiliki rasa penasaran yang tinggi terhadap suatu acara maupun kegiatan yang dilaksanakan dengan tampilan yang ramai. Hal ini divalidasi dengan pernyataan Bill pada wawancara bersama penulis yang menyebutkan tingkat antusiasme para pengunjung jauh lebih tinggi daripada partisipan yang mengikuti program kampanye secara daring.

## 2) **Kampanye *Safe Space***

*Safe Space* merupakan Satgas PPKS yang berada di bawah naungan *Student Support* UMN. Sebagai Satgas PPKS di UMN, *Safe Space* memiliki tugas untuk memberikan edukasi mengenai kasus kekerasan seksual terhadap masyarakat Universitas Multimedia Nusantara. Penyampaian edukasi tersebut dilakukan melalui berbagai media cetak seperti *standing banner*, *hanging banner* berukuran besar dan kecil, serta media sosial.

Media-media cetak ditempatkan pada *area* yang ramai dilalui oleh baik mahasiswa maupun karyawan kampus. *Area* yang dimaksud adalah *lobby B* UMN, jembatan penghubung gedung B dan C, di depan tangga belakang *lift* gedung C di lantai dua, serta di depan *student lounge*. Media tersebut berisikan informasi dan edukasi mengenai kekerasan seksual serta tempat pelaporan apa bila ada kasus kekerasan seksual. Tidak hanya itu, terdapat pula media yang menyuarakan ajakan untuk mewujudkan UMN bebas kekerasan seksual.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3.8 Media Informasi Safe Space

Untuk mempermudah pemahaman, berikut adalah analisis SWOT yang dilakukan penulis berdasarkan beberapa aspek antara lain, strategi kampanye, pesan, dan juga visual.

Tabel 3.2 Analisis SWOT Kampanye Safe Space

<b>Strength</b>	<b>Weakness</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media dirancang dengan warna ungu yang terang untuk menggambarkan spiritualitas dan kedamaian</li> <li>- Media ditempatkan di <i>area</i> yang banyak dilalui oleh <i>target</i> sasaran</li> <li>- Pesan disampaikan dengan memberikan persepsi bahwa UMN peduli dengan kasus kekerasan seksual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media seperti <i>hanging banner</i> dan <i>standing banner</i> berisikan teks panjang dengan ukuran <i>font</i> kecil sehingga sulit dibaca pada jarak tertentu</li> <li>- Penempatan media dengan teks yang panjang pada daerah dengan ritme lalu-lalang yang tinggi</li> <li>- Tidak adanya arahan yang jelas dalam kampanye</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak adanya kegiatan nyata yang menarik masyarakat agar berpartisipasi aktif dalam tema yang diangkat</li> <li>- Tidak adanya pengenalan mengenai <i>Safe Space</i> dalam pesan yang disampaikan</li> </ul>
<p><b>Opportunity</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Belum adanya media yang membahas kekerasan seksual di UMN</li> <li>- Perlunya edukasi mengenai dasar kekerasan seksual di UMN secara bertahap</li> <li>- Adanya peraturan kementerian yang mewajibkan adanya edukasi kekerasan seksual di kampus</li> </ul>	<p><b>Threat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Masyarakat tidak memahami informasi yang disampaikan secara tepat</li> <li>- Masyarakat tidak membaca secara keseluruhan pesan yang ditempatkan pada media yang disediakan</li> <li>- Persepsi masyarakat mengenai isu yang pernah terjadi di UMN</li> </ul>

Berdasarkan media-media ini, penulis memelajari pentingnya membatasi atau mengatur pesan serta informasi yang ingin diletakkan pada suatu media. Penulis juga menyadari pentingnya perancangan strategi komunikasi yang tepat agar sebuah pesan dapat tersampaikan secara utuh dan menarik. Selain

itu, penulis juga melihat bahwa penggunaan visual berupa ilustrasi dapat menjadi alternatif yang menarik untuk menyampaikan pesan visual pada publik sasaran.

### 3.1.1.3 Studi Referensi

Dalam bagian ini, penulis melakukan studi referensi mengenai kampanye dengan pesan serupa yang telah dilakukan di luar UMN. Tujuan dilakukannya studi ini adalah untuk mengetahui taktik penyampaian pesan, media, dan gaya visual yang diterapkan dalam kampanye tersebut.

#### 1) *Postcards: A National Strategic Plan to End Gender-based Violence* dari Sonke Gender Justice

Kampanye *Gender-based Violence National Strategic Plan* (GBV NSP) merupakan kampanye yang dikoalisi oleh lebih dari 50 organisasi kemasyarakatan di Afrika Selatan yang memiliki tujuan untuk mendorong pemerintahan Afrika Selatan agar mendanai dan memberlakukan perencanaan strategis berbasis nasional mengenai perlawanan terhadap kekerasan berbasis *gender*. Terdapat beberapa aktivitas yang dilakukan dalam kampanye GBV NSP seperti demonstrasi dan juga penyampaian petisi terhadap pemerintah. Salah satu hal yang menarik perhatian penulis adalah strategi komunikasi berupa pembuatan *postcards* yang berisikan korban dari kekerasan domestik seperti kekerasan dalam rumah tangga.

Pada bagian depan *postcard* tersebut merupakan foto dan juga cerita dari penyintas kekerasan *gender*. Tujuan dari dibuatnya media ini adalah untuk menyampaikan pesan dari partisipan kampanye kepada pemerintah Afrika Selatan. Pesan yang dimaksud berupa pendapat mereka terhadap investasi seperti apa yang harus pemerintah lakukan untuk mengakhiri kasus kekerasan berbasis *gender* pada negara tersebut.

Penggunaan foto dari penyintas menyampaikan pesan perlawanan dan juga kebangkitan dari korban maupun terdampak kekerasan. Selain itu, cerita yang disampaikan berupa cerita yang menyayat hati yang mampu menarik simpati khalayak sasaran untuk berpartisipasi dalam petisi mengakhiri kekejaman dari kekerasan berbasis *gender* yang terjadi di Afrika Selatan. Partisipasi dan kisah dari penyintas dapat menarik perhatian penyintas lainnya yang awalnya diam menjadi ingin ikut berpartisipasi di dalam kampanye ini.



Gambar 3.9 Contoh *Postcard* Kampanye GBV NSP  
Sumber: Bush (2014)

## 2) Kampanye Cegah Tindak Kekerasan Seksual oleh PT KAI

PT Kereta Api Indonesia (Persero) secara serentak melaksanakan kampanye pencegahan tindak kekerasan seksual pada Rabu, 29 Juni 2022 di beberapa stasiun KAI. Menurut Joni Martinus (PT Kereta Api Indonesia, 2022) selaku *vice president public relations* KAI, tujuan diberlakukannya kampanye tersebut adalah untuk menggugah kesadaran masyarakat untuk tidak melakukan tindak kekerasan dan pelecehan seksual di transportasi umum, khususnya kereta api.

Pada kampanye tersebut pihak KAI menggunakan beberapa media seperti poster, *banner*, kartu, *booth* foto, dan bunga mawar.

Dalam setiap media yang dihasilkan, KAI menggunakan visual berupa ilustrasi dengan warna yang relatif terang. Hampir setiap ilustrasi tersebut menceritakan tentang perempuan yang disentuh. Penggunaan visual tangan dan perempuan direpetisi pada hampir setiap media yang dicetak. Penggunaan visual tangan ini mengindikasikan bahwa jenis kekerasan seksual yang kerap terjadi berupa kekerasan seksual fisik seperti sentuhan yang tidak diinginkan. Serta terlihat pula bahwa mayoritas korban pada kasus kekerasan seksual di lingkup transportasi merupakan perempuan. Penggambaran ilustrasi perempuan dibuat dengan tidak memihak ras tertentu, cenderung wanita yang digambarkan tidak berwajah, berwarna kulit beragam, hingga berbentuk siluet. Hal ini menyampaikan pesan bahwa kekerasan seksual terhadap perempuan tidak memandang suku apapun.

Penulis menyadari penggunaan warna yang kuat seperti hitam dan merah pekat banyak mendominasi media yang dibuat. Warna hitam mengindikasikan kengerian dan juga kejahatan, serta merah memiliki arti bahaya. Di sisi lain, mereka juga banyak menggunakan warna yang relatif terang atau kontras. PT KAI juga menggunakan tipografi dengan *font* yang *di-bold* serta *di-caps lock* untuk menyuarkan ketegasan.

Penulis mempelajari pentingnya repetisi pesan dan juga *tone of voice* yang digunakan selama kampanye. Pengulangan *catchphrase* penting untuk menekankan sebuah pesan untuk masyarakat. Selain itu, penggambaran kasus kekerasan seksual yang perlihatkan melalui ilustrasi dapat membantu penyampaian pesan serta visualisasi dalam benak publik lebih efisien.



Gambar 3.10 Media Informasi Kampanye PT KAI  
Sumber: Website KAI (2022)

### 3) *16 Days of Activism against Gender-Based Violence oleh United Nation Women*

Gerakan 16 Hari Aktivistis Melawan Kekerasan Berbasis Gender oleh *United Nation Women* merupakan gerakan tahunan yang diselenggarakan secara serentak di seluruh dunia pada tanggal 25 November hingga 10 Desember. Pada tahun 2022, kampanye ini mengangkat tema “*UNiTE! Activism to end violence against women and girls*”. Dalam kampanye tersebut, *UN Women* merancang *tagline* “*Against the Pushback, We #PushForward*”. Pesan tersebut merupakan respon para aktivis dalam memerangi peraturan hukum yang mendukung pelaku kekerasan domestik, pembunuhan terhadap perempuan dan protes terhadap kekerasan berbasis gender, serta pembatasan organisasi hak perempuan.

Pesan tersebut terus menerus disuarakan melalui berbagai demonstrasi dan juga petisi yang dilakukan oleh aktivis perempuan di penjuru dunia. Kegiatan kampanye didokumentasikan melalui media *Youtube*. Salah satu hal yang menarik perhatian penulis adalah penggunaan warna yang terang

cenderung *neon* pada ilustrasi yang digunakan dalam video tersebut. Terdapat dua warna yang dominan digunakan, yaitu warna ungu dan juga jingga. Penggunaan warna ungu yang terang adalah untuk menunjukkan kekuatan. Selain itu, warna jingga digunakan untuk merepresentasikan kedinamisan atau pergerakan yang dilakukan oleh aktivis-aktivis tersebut.

Di sisi lain, penulis melihat ilustrasi digunakan untuk memvisualisasikan perempuan-perempuan dari berbagai umur dan kalangan. Terlihat pula perempuan-perempuan tersebut digambarkan dengan teknik ilustrasi yang cenderung ekspresif, tidak memiliki sudut yang tajam dan terlihat lebih tumpul, untuk memperlihatkan tindakan yang dinamis. Selanjutnya, terlihat pula penggunaan tipografi dengan *stroke* yang kuat dan tegas.



Gambar 3.11 Thumbnail Kampanye UN Women 2022  
Sumber: Website United Nation Women (2022)

#### 3.1.1.4 Kesimpulan

Berdasarkan metode kualitatif yang telah dilaksanakan, penulis dapat menyimpulkan bahwa kasus kekerasan seksual dan perlindungan terhadap korbannya merupakan isu yang penting untuk dibahas. Antusiasme terhadap isu ini tergolong tinggi di tengah khalayak sasaran yang ingin dituju oleh penulis. Salah satu faktor penting dalam perancangan kampanye adalah mengerti bagaimana khalayak sasaran menyikapi suatu kegiatan dan juga isu yang disampaikan.

Di sisi lain, perancangan kampanye dapat menceritakan tentang kisah-kisah tentang kasus kekerasan seksual untuk menarik simpati dari khalayak sasaran. Penggunaan visual yang tidak memihak dan ilustratif dapat menjadi alternatif yang baik dalam penyampaian narasi dalam kampanye. Tidak hanya itu, dalam setiap kegiatan yang dianalisa oleh penulis, terlihat ada beberapa pola pesan visual yang muncul seperti mengindikasikan perlawanan tegas, kekuatan, serta penolakan. Pesan-pesan tersebut terus direpetisi dalam setiap kampanye yang disampaikan.

### 3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif yang digunakan dalam pengumpulan data perancangan kampanye adalah kuesioner. Menurut Kothari (2004) dalam Auditia (2021), kuesioner terbuat dari rangkaian pertanyaan yang dibuat dalam sebuah formulir baik digital maupun cetak yang selanjutnya dikirimkan kepada peserta yang mengisi dengan kompetensi pembacaan dan pengertian. Dalam pengumpulan data ini, penulis menggunakan metode *snowball sampling* yang ditujukan pada mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara dengan rentang umur 18-23 tahun. Jumlah peserta kuesioner ditentukan dengan rumus slovin dengan derajat toleransi *error* sebesar 10%. Perkiraan mahasiswa aktif UMN adalah 9859 mahasiswa.

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

$$n = \frac{9859}{1 + 9859 \cdot 0.1^2}$$

$$n = \frac{9859}{99,59}$$

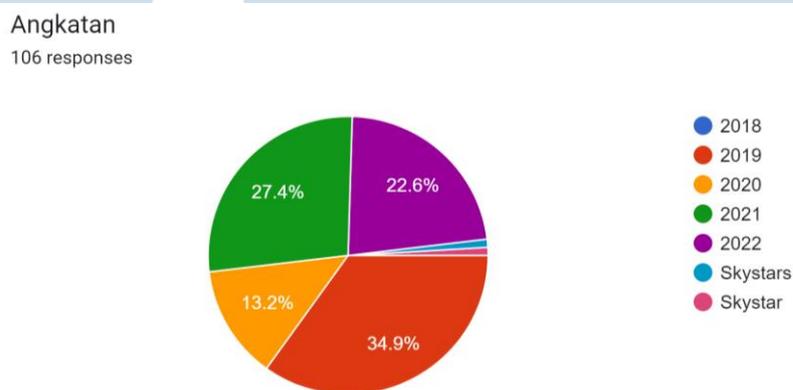
$$n = 98,99 \approx 99$$

$N =$  Jumlah mahasiswa aktif di UMN  
 $e =$  Sampling error  
 $n =$  Jumlah responden

Gambar 3.12 Perhitungan Data Partisipan Kuesioner

Kuesioner dibagikan dalam bentuk *google form* dan disebarikan secara daring dan juga langsung. Penyebaran dilakukan pada 27 Februari 2023 hingga 3 Maret 2023 di kantin Universitas Multimedia Nusantara dengan

menggunakan *QR-code*. Penulis menemui mahasiswa-mahasiswa yang sedang senggang menghabiskan waktu di kantin, meminta kesediaan mereka untuk mengisi, selanjutnya memberikan mereka coklat dan juga biskuit ketika partisipan selesai mengisi kuesioner. Pada akhir penyebaran, didapatkan 106 responden. 77 orang dari responden tersebut adalah perempuan dan 29 orangnya berkelamin laki-laki. Rentang umur partisipan tersebar dari umur 17 hingga 25 tahun dengan mayoritas berada di persebaran umur 19 tahun (27 orang), 21 tahun (25 orang), dan 20 tahun (21 orang). Di sisi lain, persebaran angkatan mahasiswa yang menjadi responden terbagi dalam angkatan 2018 – 2022 dengan pembagian tertinggi pada angkatan 2019 (37 orang), 2021 (29 orang), dan 2022 (24 orang).

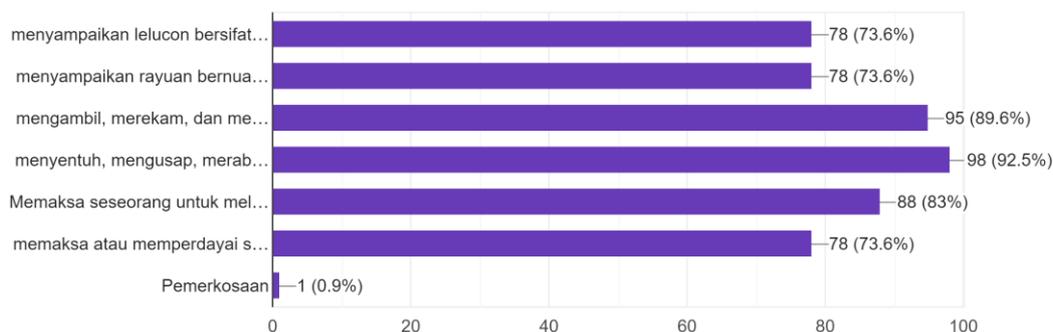


Gambar 3.13 Persebaran Angkatan Responden

Dalam kuesioner ini, penulis juga mencari tahu pemahaman umum responden mengenai dasar pemahaman tentang kasus kekerasan seksual yang tertulis secara hukum. Penulis memberikan beberapa pilihan berupa contoh kasus yang tertulis dalam Permendikbud No. 30 Tahun 2021 tentang Kasus Kekerasan Seksual di Perguruan Tinggi sebagai bentuk kekerasan seksual. Pertanyaan tersebut dibuat dalam bentuk pilihan *checkbox* sehingga responden dapat memilih beberapa pilihan yang dirasa sesuai dengan pengetahuan mereka.

Berdasarkan penjelasan di atas, menurut anda, manakah yang di bawah ini merupakan contoh kasus kekerasan seksual?

106 responses



Gambar 3.14 Pengetahuan Umum Responden

Dalam pertanyaan tersebut, penulis memberikan contoh kasus kekerasan seksual yang dibagi dalam kategori kekerasan seksual fisik, verbal, serta bentuk paksaan. Setiap contoh tersebut merupakan jenis kekerasan seksual yang diatur dalam Permendikbud Nomor 30 Tahun 2021. Berdasarkan jawaban yang didapatkan penulis, terlihat bahwa sebagian 89,6% hingga 92,5% responden mengerti kekerasan seksual fisik, namun sebagian mahasiswa masih belum memahami kasus kekerasan seksual dalam bentuk verbal dan juga berunsur paksaan. Secara keseluruhan. Terdapat 62 responden atau 58,5% yang menjawab semua pilihan pada pertanyaan tersebut sebagai kasus kekerasan seksual. Berdasarkan grafik tersebut, terlihat bagaimana edukasi mengenai kekerasan seksual berdasarkan hukum di Universitas Multimedia Nusantara masih perlu kabarkan.

Selanjutnya penulis melakukan pemetaan terkait penyintas, saksi, dan juga orang awam dalam kasus kekerasan seksual di UMN. Berikut adalah hasil pemetaan responden:

Tabel 3.3 Pemetaan Responden Kuesioner

Pemetaan Responden	Jumlah Responden
Penyintas	2 Mahasiswa
Saksi	66 Mahasiswa
Orang Awam	38 Mahasiswa

## 1) Penyintas

Berdasarkan pemetaan kasus yang dialami oleh kedua penyintas, satu dari penyintas tersebut merupakan korban dari kasus kekerasan seksual fisik dan satunya merupakan penyintas kekerasan seksual verbal. Kedua penyintas tersebut sama-sama pernah mengalami kasus kekerasan seksual melalui media komunikasi *online*. Selanjutnya penulis juga menanyakan tindakan yang dilakukan penyintas mengenai tindakan yang dilakukan.



Gambar 3.15 Pemetaan Penyelesaian Kasus Oleh Penyintas

Berdasarkan gambar 3.13 terlihat bahwa kedua orang penyintas memilih untuk menceritakan permasalahan mereka kepada teman dibandingkan melaporkan kasus kekerasan seksual yang mereka alami. Penyebab pilihan tersebut dapat dikorelasikan dengan jawaban penyintas dalam pertanyaan selanjutnya. Menurut penyintas, terdapat beberapa faktor yang menghambat penegakan kasus kekerasan seksual, antara lain minim akses dan ketidaktahuan terhadap lembaga pelindung (2), adanya normalisasi terhadap tindakan pelaku (2), edukasi batasan kekerasan seksual yang masih abu-abu (1), tidak adanya dukungan dari orang-orang sekitar (1), dan stigma terhadap korban (1). Berdasarkan faktor tersebut menunjukkan pentingnya dukungan dari lingkungan di sekitar penyintas kekerasan seksual.

Menurut Anda, apa saja hal yang menghambat penegakan kasus kekerasan seksual dan perlindungan terhadap korban?  
2 responses



Gambar 3.16 Faktor Penghambat Penegakan Kasus Kekerasan Seksual

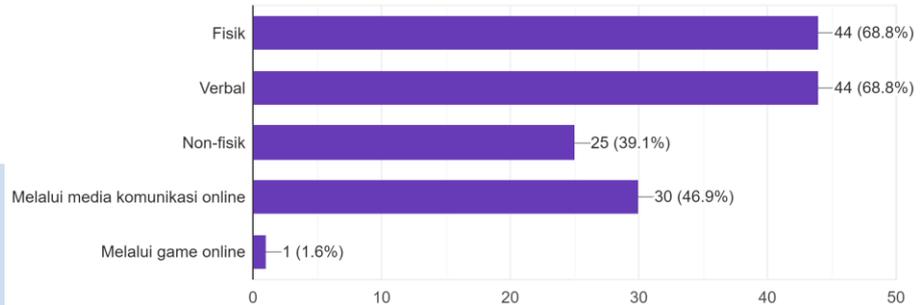
Menurut penyintas, penting adanya dukungan psikologis terhadap korban kekerasan seksual. Bentuk dukungan yang efektif bagi korban kekerasan seksual yang efektif menurut penyintas berupa perlindungan hukum dari sikap dan perilaku aparat penegak yang merendahkan dan/atau menguatkan stigma terhadap korban (2), jaminan keamanan (2), layanan konseling (1), dan pemberian sanksi terhadap pelaku (1).

## 2) Saksi

Terdapat 66 orang saksi dari kasus kekerasan seksual. Menurut pemetaan kasus yang penulis dapatkan melalui kuesioner, jenis kasus kekerasan seksual fisik dan juga verbal sama-sama menempati tempat tertinggi sebagai kasus yang marak terjadi. Selanjutnya diikuti dengan kasus kekerasan seksual melalui media komunikasi *online*.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

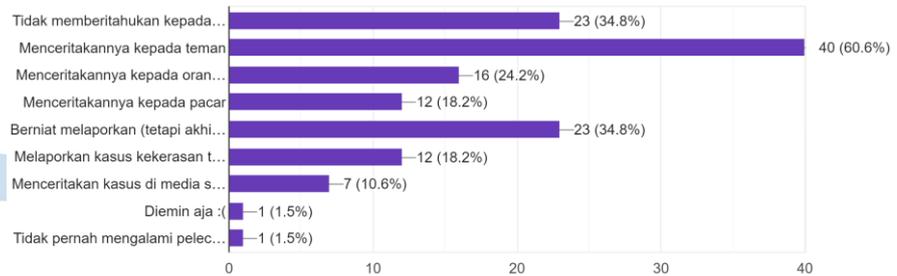
Jenis Kasus yang pernah didengar atau disaksikan  
64 responses



Gambar 3.17 Pemetaan Kasus Kekerasan Seksual Menurut Saksi

Menurut data yang didapat dari saksi, sebanyak 60,6% penyintas yang mereka ketahui menceritakan kejadian kekerasan seksual yang dialami kepada teman. Indikasi tersebut menunjukkan bahwa orang yang mereka anggap nyaman dan percaya dapat mengerti kebutuhan dari penyintas adalah teman mereka sendiri. Di sisi lain, terlihat pula penyintas yang dikenal maupun saksi memilih untuk tidak memberitahukan permasalahan kekerasan seksual yang terjadi pada siapapun, bahkan ada yang berniat untuk melapor namun akhirnya tidak jadi.

Apa saja hal yang Anda atau korban lakukan setelah kasus tersebut terjadi?  
66 responses



Gambar 3.18 Penyelesaian Kasus Kekerasan Seksual Berdasarkan Saksi

Terdapat beberapa faktor yang menghambat perlindungan terhadap korban dan juga penegakan kasus kekerasan seksual menurut saksi. Hal yang paling berpengaruh dalam perlindungan dan penegakan tersebut adalah edukasi batasan kekerasan seksual

yang masih abu-abu (39 orang). Faktor-faktor lain yang dianggap berperan besar dalam permasalahan tersebut, antara lain minim akses dan ketidaktahuan terhadap lembaga pelindung (50%), adanya relasi kuasa yang dimiliki pelaku (50%), tidak adanya dukungan dari orang-orang sekitar (50%), adanya normalisasi terhadap tindakan pelaku (48,5%), proses perlindungan yang lambat dan cenderung memihakpelaku (30%), stigma terhadap korban (42,4%), serta kriminalisasi terhadap korban (27,3%). Di sisi lain, terdapat dua faktor tambahan lain yang ditambahkan oleh saksi, seperti rasa takut dari korban dan korban dianggap pembohong.



Gambar 3.19 Faktor Penghambat Berdasarkan Saksi

Selanjutnya, sebanyak 81,8% atau 54 orang saksi berpendapat bahwa dukungan psikologis terhadap korban kekerasan seksual sangat penting (6/6 dari tingkat kepentingan). Terdapat beberapa jenis dukungan yang efektif menurut saksi, data tersebut ditunjukkan berdasarkan diagram berikut.



Gambar 3.20 Jenis Dukungan yang Efektif Menurut Saksi

Dalam kuesioner yang disebarkan, penulis juga menanyakan responden mengenai Satgas PPKS di UMN. Menurut data yang didapatkan sebanyak 37 dari 106 mahasiswa di Universitas Multimedia tidak mengetahui adanya Satgas PPKS di UMN. Bahkan 63 mahasiswa dari 106 responden tidak mengetahui *Safe Space*. Di sisi lain, terdapat sebanyak 76 mahasiswa pernah melihat media kampanye penolakan kasus kekerasan seksual yang di rancang oleh *Safe Space*. Rincian bentuk media yang dilihat oleh responden adalah sebagai berikut.



Gambar 3.21 Faktor Penghambat Berdasarkan Saksi

Hal yang menarik dari data tersebut adalah ternyata sebanyak 18 orang dari responden tidak pernah melihat media yang diletakkan oleh *Safe Space*. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa masih terdapat mahasiswa yang belum memahami kasus kekerasan seksual sesuai dengan yang diatur dalam Permendikbud Nomor 30 Tahun 2021. Jenis kasus yang paling

marak terjadi berupa kekerasan seksual berbentuk fisik dan juga verbal. Salah satu hal yang menjadi penghambat perlindungan psikologis dan juga penegakan kasus kekerasan seksual berupa kurangnya pemahaman mengenai batasan kekerasan seksual. Selain itu, penulis juga menyadari bahwa kehadiran *Safe Space* di UMN masih kurang diketahui oleh khalayak sasaran.

### **3.2 Metodologi Perancangan**

Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode perancangan dari Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solution*. Landa (2014) membagi tahapan mendesain menjadi 5 tahapan, yaitu orientasi, analisis, konsep, desain, dan implementasi.

#### **1) Orientasi**

Tahapan ini merupakan proses untuk memahami permasalahan yang akan dibahas dalam desain. Selain permasalahan, penulis juga memahami informasi-informasi penting terkait *audience*, jenis kampanye, serta *detail* lainnya. Pada fase ini, penulis juga mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk memahami lebih dalam terkait isu, fenomena, pihak-pihak ketiga, serta solusi yang sudah pernah diimplementasikan terhadap permasalahan. Dalam tahapan ini, metode penelitian yang diimplementasikan sesuai dengan apa yang sudah dijabarkan dalam bab III.

#### **2) Analisis**

Setelah melakukan tahapan orientasi, penulis selanjutnya akan masuk ke tahap analisis data yang telah terkumpul. Dalam tahapan ini, penulis akan mengidentifikasi solusi-solusi serta strategi yang dapat digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang ditemukan pada tahapan orientasi. Hasil dari tahapan ini berupa *design brief* yang merincikan strategi kampanye.

#### **3) Konsep**

Fase konsep adalah fase perancangan kreatif konsep desain yang akan diimplementasikan. Fase ini akan menghasilkan konsep yang akan menjadi acuan dalam perancangan kampanye. Dalam tahapan ini, penulis akan merumuskan ide dan konsep yang akan digunakan baik untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran. Konsep desain yang digunakan akan melalui proses sebagai berikut, *preparation, incubation period, illumination/conception*, dan *verification*.

#### 4) **Desain**

Tahapan ini merupakan fase terbentuknya visual desain yang akan digunakan. Terdapat beberapa alternatif yang akan dihasilkan dalam fase ini untuk menemukan solusi kreatif yang tepat untuk isu yang diangkat. Menurut Landa (2014), terdapat tiga tahapan yang akan dilewati dalam proses mendesain, antara lain:

##### a) *Thumbnail Sketches*

Sketsa merupakan gambaran awal, kasar, kecil, dan juga cepat mengenai ide dasar yang dimiliki. Tahapan ini digunakan untuk menjelajahi ide-ide visual yang dapat berguna untuk menyelesaikan permasalahan yang hendak diselesaikan dengan desain.

##### b) *Roughs*

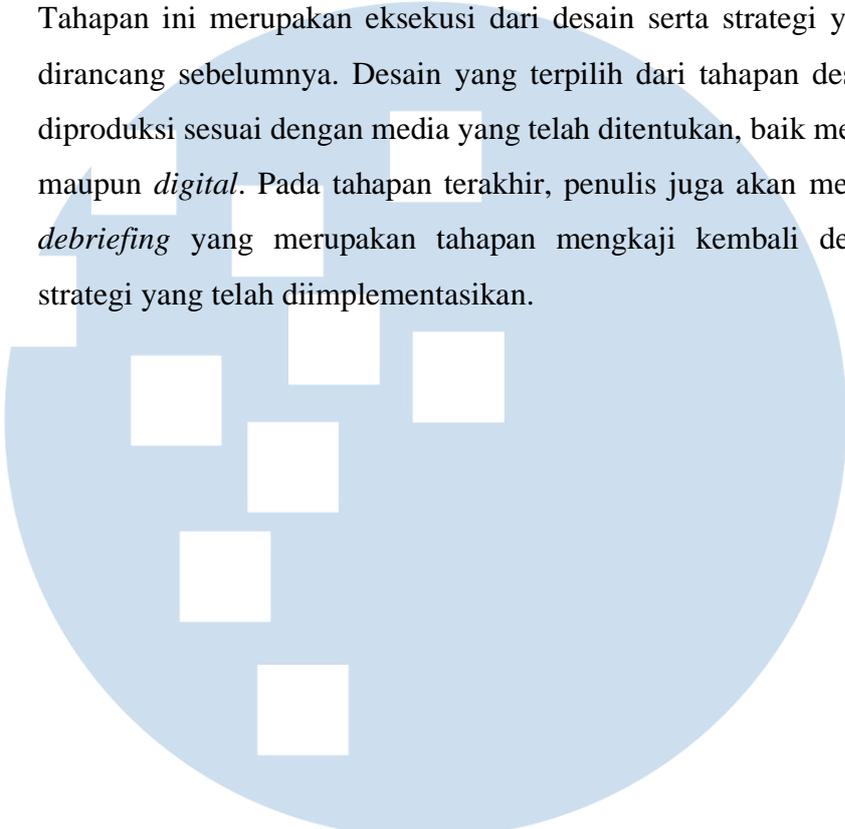
*Roughs* atau kasaran adalah bentuk lebih *detail* atau *refined* dari tahapan sketsa sebelumnya. Tujuan dari fase ini adalah untuk memvisualisasikan ide-ide terbaik yang telah dipilih dari tahapan sebelumnya, melihat pengekspresian ide yang dipilih dalam bentuk yang lebih komprehensif sebelum akhirnya terpilih untuk fase terakhir.

##### c) *Comprehensives*

Komprehensif merupakan gambaran atau representasi *detail* dari sebuah konsep desain yang divisualisasikan dengan baik dan terkomposisi. Tahapan ini menunjukkan desain dari konsep yang akan difinalisasi.

## 5) Implementasi

Tahapan ini merupakan eksekusi dari desain serta strategi yang telah dirancang sebelumnya. Desain yang terpilih dari tahapan desain akan diproduksi sesuai dengan media yang telah ditentukan, baik media cetak maupun *digital*. Pada tahapan terakhir, penulis juga akan melalui fase *debriefing* yang merupakan tahapan mengkaji kembali desain dan strategi yang telah diimplementasikan.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA