

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pernikahan yang harmonis adalah sesuatu yang selalu didamba-dambakan setiap orang. Tertulis dalam UU Perkawinan no. 1 tahun 1974 pasal 1 bahwa tujuan dari pernikahan adalah untuk membangun rumahtangga yang bahagia dan kekal. Namun nyatanya, kehidupan pernikahan tidak selalu berjalan dengan baik. Dari hasil kuesioner, 78.7% responden menyatakan pernah mengalami masalah di usia pernikahan lima tahun pertama. Padahal, Lenny dan Fredrick (2019) dalam jurnal psikologi Universitas Padjajaran menyatakan bahwa lima tahun pertama dalam pernikahan sangat penting karena menentukan kualitas pernikahan di tahun-tahun berikutnya. Hal ini dapat terjadi karena setiap pasangan yang baru menikah seperti memasuki sebuah gerbang baru dalam kehidupan. Ada masalah, cobaan, dan realita baru yang ditemui. Mereka juga harus saling beradaptasi dalam berbagai aspek, baik itu pola pikir, kebiasaan, tingkah laku, gaya bicara, dan lain-lain yang sering kali memicu keributan atau pertengkaran.

Dari hasil kuesioner yang disebar, 75% responden menyatakan bahwa penyebab utama pertengkaran mereka dalam rumahtangga adalah karena gaya komunikasi yang buruk. Responden juga belum terdorong untuk memperbaiki gaya komunikasi tersebut karena 37,5% menganggap bahwa gaya komunikasi tidak bisa diubah dan 25% lainnya menganggap masalah komunikasi adalah hal yang wajar dalam rumah tangga sehingga tidak perlu diperbaiki. Selain dari hasil kuesioner, data juga diperkuat dari hasil wawancara dengan Tita Santi yang adalah seorang psikolog. Ia mengatakan bahwa banyak suami istri yang sering kali salah cara saat menyampaikan pesan. Misalnya memberikan kritik dengan memotong pembicaraan, menggunakan nada tinggi, gestur yang berlebihan, dan lain sebagainya. Pada akhirnya, masalah-masalah yang dihadapi jadi tidak terselesaikan dengan baik dan bahkan bertambah besar akibat gaya komunikasi dalam menyampaikan pesan

yang salah. Gaya komunikasi di sini menurut Norton dalam Allen (2006) meliputi cara verbal (apa yang disampaikan) dan paraverbal (cara penyampaian).

Selain itu, kampanye terkait masalah komunikasi suami istri yang terbuka untuk umum juga belum pernah ditemui. Sejauh ini, media yang ditemukan hanya sebatas di rumah ibadah atau akun *parenting* saja sehingga skalanya masih sangat kecil dan tersegmen. Media-media tersebut juga bersifat informatif dan tidak mempersuasi audiensnya. Menurut responden dari hasil kuesioner yang disebar, kurangnya media ini disebabkan karena topik tentang masalah komunikasi dalam rumah tangga yang cukup sensitif.

Jika tidak diatasi, masalah komunikasi yang semakin menumpuk akan berpengaruh buruk pada kehidupan pernikahan seseorang. Dilansir dari IDN Times, masalah komunikasi yang dibiarkan terus menerus dapat menyebabkan sering terjadinya salah paham, pengelolaan keuangan yang berantakan, pola asuh anak yang buruk, dan bahkan berujung pada perceraian. Kasus perceraian ini menjadi masalah yang penting untuk diatasi karena Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat adanya peningkatan kasus perceraian di Indonesia yang cukup tinggi. Selama enam tahun, kasus perceraian mencapai angka tertingginya pada tahun 2022, yaitu sebanyak 516.334 kasus, dengan Bandung sebagai kota nomor satu yang memiliki akta cerai terbanyak.

Untuk mengatasi masalah tersebut, penulis membuat perancangan yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial untuk Memperbaiki Gaya Komunikasi Suami Istri Usia 31-40 Tahun di Bandung”. Perancangan ini dibuat untuk menjadi media yang dapat mendorong suami istri agar dapat memiliki komunikasi yang lebih baik, khususnya di usia pernikahan lima tahun pertama. Dengan adanya kampanye ini, diharapkan banyak hubungan rumah tangga yang menjadi lebih harmonis, dimulai dari percakapan yang sederhana

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, masih banyak target audiens belum menyadari bahayanya gaya komunikasi yang buruk dalam

rumah tangga dan menganggap sepele masalah tersebut. Media persuasif yang mengangkat topik ini juga masih belum ditemukan di tempat umum. Oleh karena itu, diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan kampanye sosial untuk memperbaiki gaya komunikasi suami istri usia 31-40 tahun di Bandung?

1.3 Batasan Masalah

Penulis menentukan batasan masalah untuk lebih memfokuskan permasalahan menjadi lebih spesifik dengan batasan masalah sebagai berikut:

1. Demografis

- a. Usia : 31-40 tahun (primer)
26-30 tahun (sekunder)

Suami dan istri yang berusia 31-40 tahun menjadi target utama dalam perancangan ini karena menurut Pengadilan Agama Bandung, penggugat cerai terbanyak di Bandung berada pada rentang usia tersebut. Selain itu, audiens yang sudah menikah dan berusia 26-30 tahun ditetapkan menjadi target sekunder sebagai langkah awal pencegahan semakin buruknya komunikasi di lima tahun pertama pernikahan (saat proses adaptasi).

- b. Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- c. Status : Sudah menikah
- d. Agama : Semua agama
- e. Suku : Semua suku
- f. SES : B

Target audiens dengan SES B ditetapkan menjadi target utama dalam perancangan ini karena berdasarkan hasil riset, rata-rata masalah komunikasi menjadi permasalahan utama di keluarga dengan tingkat ekonomi menengah. Keluarga dengan SES A akan lebih fokus ke karir masing-masing, sedangkan keluarga SES C lebih memperlakukan ekonomi (sehingga sedikit kemungkinannya untuk diperbaiki dengan komunikasi).

g. Pendidikan minimal : SLTA

2. Geografis

Perancangan ini akan dibatasi pada pasangan suami istri di provinsi Jawa Barat, khususnya Bandung. Menurut Open Data Jabar, Kota Bandung jadi wilayah dengan memiliki akta cerai terbanyak pada tahun 2022, yaitu sebanyak 53.335 akta cerai.

3. Psikografis

Target dari perancangan ini adalah seorang suami dan istri yang memiliki ego tinggi dan tidak mau mengalah ketika terjadi masalah. Mereka juga adalah orang yang biasanya suka membesar-besarkan masalah, misalnya dengan menggunakan kata-kata hiperbola atau kiasan yang menyindir.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk mendorong para suami istri agar mau memperbaiki gaya komunikasi mereka menjadi lebih baik. Hal ini meliputi apa yang disampaikan (misalnya dengan memperbaiki kalimatnya) dan cara penyampaiannya (misalnya dengan meredam emosi terlebih dahulu).

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Dari tujuan yang telah disebutkan sebelumnya, penulis berharap perancangan ini dapat bermanfaat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Berikut ini adalah beberapa manfaat dari perancangan yang dilakukan penulis yaitu:

1. Bagi Penulis

Dengan perancangan ini, penulis dapat menghasilkan sebuah karya berupa kampanye sosial dengan proses yang tepat dan teruji, sebagai bentuk implementasi pembelajaran selama 3.5 tahun di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, perancangan kampanye ini juga menjadi syarat kelulusan di semester 7 program studi Desain Komunikasi Visual.

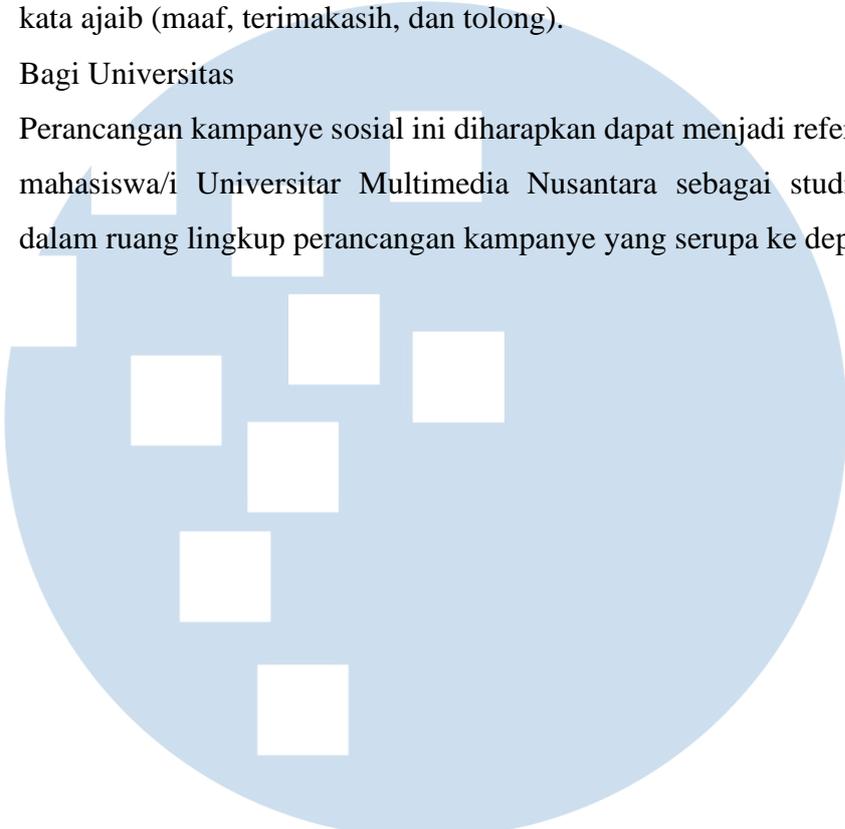
2. Bagi Orang Lain

Penulis berharap suami istri yang sering kali memiliki masalah komunikasi dalam hubungan rumah tangga dapat membaik melalui perancangan ini. Mereka jadi terdorong dan terbiasa untuk memperbaiki gaya komunikasi

mereka dari hal-hal yang sederhana, misalnya dengan menggunakan tiga kata ajaib (maaf, terimakasih, dan tolong).

3. Bagi Universitas

Perancangan kampanye sosial ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara sebagai studi referensi dalam ruang lingkup perancangan kampanye yang serupa ke depannya.



UMMN

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