

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Menurut Sugiyono (2013), metodologi penelitian merupakan salah satu cara seseorang untuk mendapatkan data secara valid agar mendapatkan solusi dari permasalahan yang sedang diteliti. Terdapat dua jenis metode penelitian, metode kuantitatif dan metode kualitatif. Metode kuantitatif merupakan penelitian yang berdasarkan pada angka maupun data yang terdapat tolak ukur. Sedangkan metode kualitatif merupakan penelitian yang lebih menjelaskan data secara naratif. Dalam perancangan Tugas Akhir ini, penulis mengumpulkan data menggunakan kedua metode penelitian tersebut.

Dalam memperoleh data penelitian, penulis menggunakan metode penelitian secara kualitatif dengan melakukan studi referensi, studi eksisting, dan wawancara kebeberapa narasumber serta kuantitatif dengan menyebarkan survei secara *online*.

3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif yang digunakan untuk mendapat data pada perancangan ini adalah wawancara, studi referensi, dan studi eksisting. Wawancara dilakukan untuk mengetahui secara nyata hal-hal apa yang terjadi di lapangan dan hal-hal yang tidak tertulis dalam artikel maupun jurnal berita. Studi eksisting dan studi referensi dilakukan sebagai acuan maupun pegangan penulis terkait bentuk pencegahan yang dilakukan, dengan adanya validasi dari para ahli. Selain itu, dari studi ini, penulis juga dapat memiliki gambaran terkait karya visual yang sudah pernah ada untuk menjadi panduan penulis dalam menciptakan karya visual nantinya.

3.1.1.1 Interview

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi secara nyata melalui pengalaman maupun pengetahuan yang dimiliki oleh narasumber. Narasumber dalam kegiatan wawancara ini adalah Ibu

Andy Yentriyani, selaku Ketua KOMNAS Perempuan, dan korban dari pelecehan seksual verbal di lingkungan kerja tetapi tidak berani menegur atau melapor.

1) **Interview kepada Andy Yentriyani selaku Ketua KOMNAS Perempuan**

Wawancara dengan Andy Yentriyani, selaku Ketua KOMNAS Perempuan dilakukan secara daring menggunakan Google Meet pada tanggal 2 Maret 2024. Pada wawancara ini, penulis memberikan pertanyaan terkait arti dari pelecehan seksual verbal menurut KOMNAS Perempuan serta tindakan preventif yang telah dilakukan selama ini sebagai lembaga negara yang melindungi hak-hak dan martabat perempuan, khususnya di ruang kerja.



Gambar 3.1 Wawancara Ketua KOMNAS Perempuan

Andy menjelaskan bahwa pelecehan seksual verbal merupakan bagian dari pelecehan seksual yang dikategorikan sebagai pelecehan non-fisik. Pelecehan non-fisik terdiri dari berbagai macam bentuk, seperti tatapan, gestur, ucapan secara langsung maupun tidak langsung, melalui teknologi komunikasi zaman sekarang, yang tidak melibatkan kontak fisik. Tindakan ini biasanya dilakukan pelaku yang memiliki isyarat seksual yang berhubungan dengan organ seksual atau organ reproduksi korban, dengan maksud untuk merendahkan martabat seseorang.

Andy menjelaskan bahwa menurut KOMNAS Perempuan sendiri, pelecehan seksual secara verbal ini termasuk ke dalam tindakan pelecehan seksual non-fisik, yang diatur dalam Undang-Undang Tindak Pidana Kekerasan seksual, sehingga pelaku yang melakukan bisa diproses secara hukum. Untuk hukum yang berlaku sendiri bagi pelaku adalah Undang-Undang No. 12 Tahun 2022 tentang Tindak Pidana Kekerasan Seksual Pasal 5. Selain hukum pidana secara Undang-Undang, Andy menceritakan bahwa bagi pelaku pelecehan seksual verbal, khususnya di ranah ruang kerja, sudah diatur juga oleh Keputusan Menteri Ketenagakerjaan No. 88 Tahun 2023 tentang Pedoman Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual di Tempat Kerja. Andy juga menjelaskan bahwa disetiap perusahaan seharusnya sudah ada aturannya tersendiri yang terdiri dari satuan tugas pencegahan dan penanganan kekerasan seksual yang berpedoman pada keputusan kementerian ketenagakerjaan.

Untuk angka kasus terjadinya pelecehan seksual verbal di lingkungan kerja saat ini masih belum ada data pastinya per tahun 2023. Andy menjelaskan bahwa data tersebut baru bisa dipublikasikan tanggal 8 Februari 2024. Namun berdasarkan data yang ada pada tahun 2022, kurang lebih ada sebanyak 300 kasus setiap bulannya. Namun kasus-kasus yang masuk ke dalam data KOMNAS Perempuan ini bukan hanya sekedar kasus pelecehan seksual verbal, tetapi macam-macam kasus kekerasan lainnya. Hal ini seperti yang sudah disampaikan sebelumnya bahwa pada ranah pelecehan seksual verbal seharusnya sudah ditangani secara langsung oleh pihak yang berwajib di setiap perusahaan berdasar pada keputusan kementerian ketenagakerjaan.

Jika dilihat dari urgensi tindakan yang perlu dilakukan oleh KOMNAS Perempuan, Andy menyatakan bahwa bentuk pencegahan merupakan tindakan yang pasti lebih baik dilakukan sebelum memasuki tahap penanganan bagi korban. Hal ini dikarenakan berdasar pada setiap kasus yang sudah ada, pencegahan perlu diupayakan untuk menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan aman bagi semua. Hal ini juga didasarkan pada perasaan yang sudah dialami oleh korban-korban sebelumnya, dimana adanya perasaan tidak nyaman hingga terintimidasi dan berpengaruh kepada produktifitas dan kinerja seseorang. Secara urutannya, tindakan yang dilakukan KOMNAS Perempuan adalah mencegah, menangani, melindungi dan membantu proses pemulihan korban. Andy menjelaskan untuk pemulihan korban merupakan faktor penting bagi korban dikarenakan meskipun pelaku mendapat hukuman atas tindakan yang dilakukannya belum tentu membuat korban menjadi merasa nyaman dan aman seperti semula.

Tindakan pencegahan yang dilakukan KOMNAS Perempuan adalah dengan memberikan informasi mengenai apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan di ruang kerja. Andy juga menekankan bahwa setiap pribadi perlu memiliki kesadaran diri ketika berhubungan dengan orang lain. Hal ini dikarenakan kita sebagai manusia belum tentu mengetahui latar belakang dari setiap lawan bicara kita. Belum tentu apa yang dianggap biasa oleh kita bisa diterima dengan mudah oleh orang lain. Sama halnya ketika berbicara yang mengarah kepada hal seksual, bentuk pencegahan sebenarnya bisa dilakukan pada diri masing-masing terlebih dahulu untuk menciptakan ruang bagi setiap orang saling berkomunikasi dengan nyaman.

Selain itu, upaya yang dilakukan oleh KOMNAS Perempuan selama ini adalah menyediakan ruang bagi korban

untuk melapor. Pelaporan bisa dilakukan secara langsung mendatangi kantor KOMNAS Perempuan, email, menelepon, atau *chat* langsung melalui akun Instagram KOMNAS Perempuan. KOMNAS Perempuan juga menyediakan wadah berupa *Google Form* bagi korban untuk menjelaskan terlebih dahulu kronologi yang dialaminya. Hal ini dilakukan untuk proses verifikasi dan penyimpanan data dari KOMNAS Perempuan. Jadi data yang dimiliki oleh KOMNAS Perempuan ini bukan berdasarkan hasil survei atau penelitian, melainkan data dari banyaknya kasus pelaporan yang ada. Andy juga menjelaskan bahwa selama ini kasus pelecehan seksual verbal yang ditangani oleh KOMNAS Perempuan bukan serta merta kasus pelecehan seksual verbal saja, melainkan kasus yang sudah terakumulasi menjadi semakin intens sehingga membutuhkan bantuan atau penanganan.

Selain upaya dari media informasi berupa *Instagram*, *Twitter*, *mobile site* dan *Youtube*, KOMNAS Perempuan juga ada bekerja sama dengan beberapa instansi lain. Seperti contohnya menghadiri seminar atau membuka *workshop* dengan perusahaan atau Lembaga pendidikan yang bekerja sama, bekerja sama dengan asosiasi produser film di Indonesia untuk membuat SOP pencegahan dan penanganan kekerasan seksual ditempat kerja, membuat peraturan bersama dengan kementerian pendidikan, agama dan lembaga pemerintahan lainnya, termasuk juga menjawab pertanyaan-pertanyaan dari para mahasiswa yang sedang melakukan penelitian. Untuk media *offline* lainnya sendiri tidak pernah digunakan oleh KOMNAS Perempuan.

Selain membahas terkait pelecehan seksual verbal dan upaya yang dilakukan KOMNAS Perempuan, penulis juga memiliki rasa penasaran terkait Piramida Budaya Perkosaan kepada Andy Yentriyani. Hal ini menarik bagi penulis untuk

dibahas untuk mengetahui seberapa urgensi pencegahan pelecehan seksual verbal dibutuhkan.



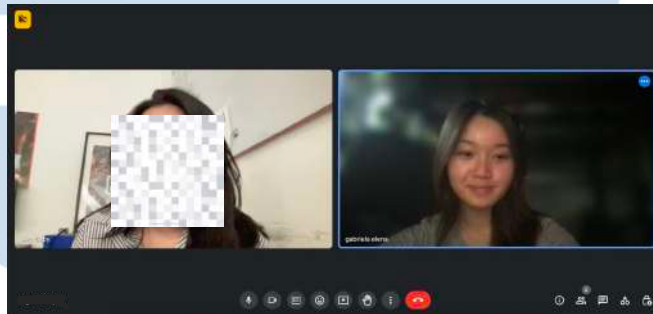
Gambar 3.2 Piramida Budaya Perkosaan

Sumber: <https://www.parapuan.co/read/533405579/mengenal-piramida-budaya-perkosaan-bentuk-kekerasan-seksual-dalam-bahasa-keseharian>

Berdasarkan piramida tersebut, secara singkat Andy menyatakan bahwa pelecehan seksual verbal dianggap masyarakat umum sebagai hal yang normal untuk dilakukan, atau lebih dinormalisasi oleh publik. Hal ini dikarenakan obrolan atau ucapan yang diujar bisa berlandung dibalik kata candaan atau gurauan, yang dimana pada kenyataannya ketika terjadi peristiwa tersebut lebih sering dari pihak korban yang disalahkan dan dirugikan, bukan pelaku. Contoh bentuk kerugiannya adalah perasaan malu, takut, direndahkan, hingga berpengaruh pada kesehatan mental seseorang. Contohnya seperti banyak kasus yang menormalkan kondisi perempuan sebagai bahan atau objek seks sehingga seringkali perempuan terkena tindakan *catcalling* dari orang-orang disekitarnya. Dari penormalan hal-hal sepele seperti ini, bisa naik tingkat menjadi tahap perendahan atau *degradation* martabat korban hingga pelecehan seksual atau kekerasan seksual secara fisik.

2) *Interview* kepada Korban T

Wawancara dengan korban T dilakukan secara daring menggunakan *Google Meet* pada tanggal 3 Maret 2024. Pada wawancara ini, korban secara spesifik meminta penulis untuk merahasiakan identitasnya dan perusahaannya bekerja. Korban T merupakan seorang wanita berusia 22 tahun dan pekerja *full-time* di salah satu perusahaan swasta. Wawancara dengan korban T ini dilakukan untuk mengetahui secara nyata peristiwa yang sering dialaminya dan perasaan yang dirasakan ketika berada di situasi tersebut selama bekerja.



Gambar 3.3 Wawancara Korban T

T menceritakan bahwa ia baru saja bekerja di perusahaan tersebut selama 6 bulan, dan pada 2 bulan pertama, T sudah mengalami tindakan pelecehan seksual secara verbal di lingkungan kerjanya. T menyatakan bahwa tindakan ini mungkin saja bisa terjadi dikarenakan T sudah mulai akrab dengan rekan kerja lainnya sehingga tidak ada batasan dalam hal berbicara dan bergurau. Namun dengan tidak adanya batasan tersebut, T sering kali mengalami pelecehan seksual secara verbal. T juga mengaku bahwa pelaku yang sering melakukan tindakan tersebut merupakan atasannya yang kurang lebih sudah berusia 30 tahun dan berjenis kelamin laki-laki.

T merasa terganggu dan risih dengan adanya tindakan tersebut selama bekerja. T sering merasa tidak nyaman, apalagi T mengaku bahwa rekan-rekan kerja disekelilingnya juga sudah

mengetahui adanya tindakan ini, tetapi mereka lebih mendukung tindakan si pelaku, sehingga T sebagai seorang perempuan merasa tidak memiliki kuasa untuk melawan. T juga mengaku bahwa ia tidak pernah melapor ke pihak yang bertanggung jawab untuk menangani kasus seperti ini. Hal ini dikarenakan T tidak ingin membuat kegaduhan dan menjadi pusat perhatian rekan-rekan kerja disekitarnya. Maka dari itu, hal yang dilakukan T adalah mencoba untuk bertahan dan tetap fokus pada pekerjaannya secara profesional.

Namun tidak bisa dipungkiri bahwa kejadian seperti ini berpengaruh pada kinerja T di perusahaan. T sering kali merasa tidak bersemangat dalam bekerja karena tidak nyaman dengan keadaan disekitarnya. T mengaku ketika bekerja, suasananya hatinya sudah tidak baik untuk sekedar mengetik atau berbicara dengan rekan lainnya. Bahkan dalam hal berpakaian pun sering kali berpengaruh pada suasana hati T karena adanya ketakutan dari perkataan apa yang akan dilontarkan rekan kerjanya.

Dampak yang paling dirasakan T setelah mengalami kejadian ini beberapa kali adalah ketakutan dalam berteman. T sering kali merasa tidak tenang dikarenakan sering kali pada setiap percakapannya dengan rekan kerja yang lain malah menjerumus kepada hal-hal yang negatif. Namun jika bisa mengulang waktu, T ingin agar dirinya dapat lebih berani membela dirinya sendiri dengan menegur si pelaku dan menyatakan ketidaknyamanan yang dirasakannya selama ada pernyataan atau bahasan yang mengarah kepada hal berbau seksual. Karena selama ini yang dilakukan T hanya bercerita ke sesama rekannya, yang juga mengalami pengalaman yang sama.

T mengaku bahwa sejauh ini ia belum tahu tindakan spesifik apa yang bisa dilakukannya untuk mencegah hal tersebut terjadi. Namun yang sekarang ini T berusaha untuk

lakukan adalah menjaga jarak dan batasan untuk tidak terlalu dekat dengan rekan kerjanya yang membuat T tidak nyaman.

3.1.1.2 Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting terkait gerakan kampanye yang pernah membahas topik tentang pelecehan seksual. Studi eksisting dilakukan agar penulis mendapatkan gambaran lebih jelas pada permasalahan yang perlu diangkat, informasi yang perlu dan penting untuk disampaikan, serta strategi untuk menyampaikan pesan dengan gaya visual yang akan disajikan. Penulis meneliti bentuk kampanye dari Ratifikasi KILO 190 dengan NOP dan kampanye kolaborasi antara PT KAI dan KOMNAS Perempuan.

1) Kampanye: Ratifikasi KILO 190 dan NOP

Ratifikasi KILO 190 merupakan gerakan kampanye yang didukung oleh KOMNAS Perempuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam melawan pelecehan dan kekerasan seksual yang terjadi di ruang kerja. Gerakan ini didasari oleh International Labour Organization (ILO) yang bekerja sama dengan Never Okay Project (NOP) untuk menyebarkan informasi kampanye di media sosial, survei pekerja, serta petisi untuk melawan predator di ruang kerja.



Gambar 3.4 Kampanye ILO 190

Sumber: https://www.ilo.org/jakarta/info/public/pr/WCMS_854503/lang--en/index.htm

K190 merupakan perjanjian internasional pertama yang menerima hak setiap pekerja agar terbebaskan dari segala bentuk kekerasan maupun. Pelecehan seksual yang ada, khususnya bentuk yang berbasis pada gender. Penyebaran informasi dengan media sosial disebarakan melalui akun Instagram @neverokayproject. Isi dari pesan yang disampaikan meliputi cerita-cerita korban yang pernah dilalui selama bekerja serta survei angka yang dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak korban yang pernah menerima perlakuan pelecehan verbal di ruang kerja. Hal ini didasari untuk menyadarkan juga menghentikan sikap acuh masyarakat disekitar ketika melalui kondisi ini.



Gambar 3.5 Konten Instagram NOP
 Sumber: [instagram.com/neverokayproject/](https://www.instagram.com/neverokayproject/)

Dari kampanye K190 dan NOP ini, penulis menemukan beberapa hal menarik yang dapat dibahas. Dengan menyebarkan kisah-kisah yang pernah dilalui korban dapat meningkatkan hubungan emosi organisasi dengan korban atau audiens sehingga muncul keberanian untuk berpartisipasi dalam gerakan yang diajak. NOP pun menceritakan setiap kasus dengan big idea yang dibahas. Dengan pengklasifikasian ini,

memudahkan audiens untuk melakukan refleksi diri akan kemungkinan yang pernah terjadi pada keseharian audiens di ruang kerja dan belum mengetahui bahwa hal tersebut dapat termasuk kedalam kekerasan atau pelecehan seksual. Berikut contoh pembagian cerita yang diangkat.



Gambar 3.6 Konten Instagram NOP 2
Sumber: [instagram.com/neverokayproject/](https://www.instagram.com/neverokayproject/)

Penggunaan gaya visual pada media utama yang dipilih menurut penulis sangat simpel namun tetap menarik. Pemilihan elemen grafis berbentuk vektor yang merepresentasikan berbagai jenis pekerjaan sangat mudah ditangkap bahwa informasi ini memang ditujukan untuk pekerja. Apalagi penggunaan warna biru yang dominan sangat *eye catching* dan menandakan adanya keprofesionalitasan pada organisasi. Namun cukup disayangkan untuk media informasi lainnya seperti *Instagram*, masih kurang memiliki identitas visual yang konsisten. Apalagi penggunaan teks yang padat ditambah dengan berbagai elemen-elemen grafis yang kurang sesuai konteks.

Tabel 3.1 Analisa SWOT Kampanye KILO 190 & NOP

<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Berisikan cerita-cerita yang pernah dialami korban secara anonim. Hal ini meningkatkan kepercayaan audiens untuk dapat <i>speak up</i> tanpa perlu khawatir identitasnya terbongkar. - Kampanye menjangkau audiens dengan jumlah yang cukup banyak. Terlihat dari petisi yang diajukan, terdapat 16.000 lebih peserta yang mendukung - Terdapat forum untuk melakukan diskusi bersama untuk menanggulangi masalah ini. - Penggunaan vektor untuk merepresentasikan subjek seorang pekerja jelas dan simpel, sehingga ketika dilihat audiens akan tahu bahwa informasi yang disajikan ditujukan untuk para pekerja. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurang memiliki identitas visual yang jelas. Hal ini dikarenakan adanya beberapa unggahan yang cukup berbeda dengan unggahan lainnya secara bentuk visual. - Informasi akan ketersediaan media informasi lain sulit untuk ditemukan. Audiens sulit mencari informasi lebih detail terkait kampanye yang akan dilakukan. - Informasi yang disampaikan masih tercampur-campur, kurang spesifik menjelaskan dampak apa saja dari pelecehan seksual di ruang kerja.

<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Belum adanya gerakan melawan kekerasan dan pelecehan seksual khusus di ruang kerja. - Tingginya antusiasme target audiens terhadap masalah yang diangkat. - Tingginya keinginan audiens untuk berpartisipasi dan melakukan perubahan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cerita yang dibagikan korban dapat menimbulkan persepsi bahwa mayoritas lingkungan kerja tidak adanya aman atau berbasis pada gender. - Pekerja belum memahami batasan pelecehan atau kekerasan seksual verbal. - Tidak semua pekerja mau mengikuti petisi yang dijalankan.

2) Kampanye KAI dan KOMNAS Perempuan: Cegah Pelecehan Seksual

Pada bulan Juni 2022 lalu, PT KAI berkolaborasi dengan KOMNAS Perempuan untuk mengadakan kampanye cegah terjadinya pelecehan seksual. Hal ini dikarenakan adanya berita viral terjadinya pelecehan seksual oleh salah satu penumpang. Melihat dari apa yang terjadi, PT KAI dengan KOMNAS Perempuan merasa perlu melakukan tindakan tegas untuk mengantisipasi terjadi kembali pelecehan seksual di gerbong kereta.



Gambar 3.7 Aksi Kampanye di Stasiun KAI

Sumber: <https://news.detik.com/foto-news/d-6153044/melihat-aksi-pencegahan-pelecehan-seksual-di-stasiun-pasar-senen>

Kegiatan kampanye yang dilakukan tidak serta merta hanya terlihat di stasiun KAI. Diketahui petugas juga ikut serta berada di gerbong kereta sembari menunjukkan poster kepada penumpang di dalam. PT KAI berharap dengan adanya Gerakan ini mampu meningkatkan kesadaran seluruh penumpang agar dapat saling menghargai sesama, sehingga semua orang dapat mendapatkan dan merasakan layanan dari PT KAI dengan maksimal.



Gambar 3.8 Aksi Kampanye di Gerbong Kereta

Sumber: <https://www.suara.com/news/2022/06/29/184806/kai-bagikan-stiker-sampai-bunga-mawar-untuk-kampanye-cegah-pelecehan-seksual-banjir-pujian-warganet>

Penyebaran kampanye ini dilakukan dengan membawa poster-poster oleh petugas disekitar stasiun dan dalam kerbon KAI. Selain itu, para petugas juga menyebarkan beberapa selebaran cetak untuk para penumpang yang sedang

menunggu jadwal keberangkatannya di stasiun. Secara bentuk visual, elemen grafis yang digunakan dominan pada teks dengan *headline* besar dan beberapa gambar yang melambangkan kondisi terjadinya pelecehan seksual. Seperti gambar perempuan yang tidak nyaman, tangan yang ditahan, dan lain sebagainya. Secara penggunaan warna juga cukup tegas, yaitu warna merah, yang bisa diartikan sebagai sebuah hal penting dan butuh diperhatikan dengan seksama.

Tabel 3.2 Analisa SWOT Kampanye PT KAI & KOMNAS Perempuan

<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Berisikan informasi yang jelas untuk menghentikan bentuk kekerasan dan pelecehan seksual di kereta - Petugas PT KAI ikut turun langsung ke lapangan sembari membawa selebaran kampanye. - Tidak hanya berisi gerakan kampanye, tetapi juga ada beberapa informasi terkait hukuman bagi pelaku. - Pada setiap lembaran media cetak menggunakan bentuk <i>font</i> yang memiliki keterbacaan tinggi. - Penggunaan aset visual 	<ul style="list-style-type: none"> - Penyebaran kampanye yang dilakukan secara offline belum tentu bisa menjangkau penumpang lain yang tidak ada ditempat. - Kurang berisi informasi tentang apa yang bisa dilakukan korban. - Pesan lebih ditujukan pada pelaku.

<p>vektor yang merepresentasikan wanita secara simpel dan jelas sehingga audiens mengetahui informasi yang diangkat.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan warna merah yang tegas. 	
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Banyak respon positif dari penumpang, terlihat dari unggahan-unggahan pada aplikasi X. Hal ini menandakan pesan yang disampaikan tertuju jelas pada penumpang. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelaku bisa acuh tak acuh terkait gerakan yang dijalankan.

3.1.1.3 Studi Referensi

Penulis melakukan studi referensi terhadap gerakan kampanye yang menggunakan media interaktif sebagai media penyebarannya. Selain itu, penulis juga melakukan studi referensi terkait topik konten yang perlu dibahas, seperti definisi, cara penanggulangan, dan topik informasi lainnya yang mengedepankan kesejahteraan korban pelecehan seksual. Studi referensi dilakukan agar penulis mendapatkan gambaran lebih jelas terkait bentuk visual media interaktif yang akan diciptakan serta konten yang akan diangkat. Penulis meneliti media interaktif dari gerakan kampanye *online haveaniesday.com* dan *Stand Up* oleh L'Oréal Paris.

1) Kampanye: HaveAniesDay

Kampanye HaveAniesDay merupakan dukungan yang dilakukan oleh relawan Anies ketika menghadapi Pemilu 2024

kemarin. Relawan Anies menciptakan sebuah media interaktif berisikan berbagai macam informasi terkait Bapak Anies Baswedan, seperti penghargaan yang pernah beliau dapat, upaya apa saja yang sudah beliau lakukan selama menjadi Gubernur Jakarta, visi misi dalam pencalonan presiden 2024, dan lain sebagainya.



Gambar 3.9 Kampanye Media Interaktif HaveAniesDay
 Sumber: <https://haveaniesday.com/>

Kampanye dilakukan dengan menciptakan beberapa macam gambar ilustrasi pada satu tempat, yang dimana masing-masing gambar saling memiliki keterikatan dan hubungan yang jelas sehingga menjadi satu konsep yang baik. Pada masing-masing ilustrasi pun terdapat informasi lagi didalamnya, yang berisikan penjelasan lebih detail.



Gambar 3.10 Kampanye Media Interaktif HaveAniesDay 2
 Sumber: <https://haveaniesday.com/>

Melalui kampanye ini, penulis jadikan bahan referensi terkait alur navigasi setiap informasi yang ada agar jelas dan selaras. Dengan gaya ilustrasi yang simpel dan mudah ditemukan sehari-hari membuat audiens juga lebih memahami alur *storytelling* yang ingin dituju.

2) Kampanye: *Stand Up L'Oréal Paris*

L'Oréal Paris memiliki keyakinan bahwa seharusnya setiap perempuan dapat merasakan keamanan dan kenyamanan di ruang public, sesuai dengan harkat dan martabatnya. Maka penting sekali bagi *L'Oréal Paris* untuk membela dan mengusahakan isu ini. Dengan gerakan kampanye bertajuk *Stand Up*, besar harapan *L'Oréal Paris* untuk dapat meningkatkan dan mengembangkan kesadaran masyarakat.

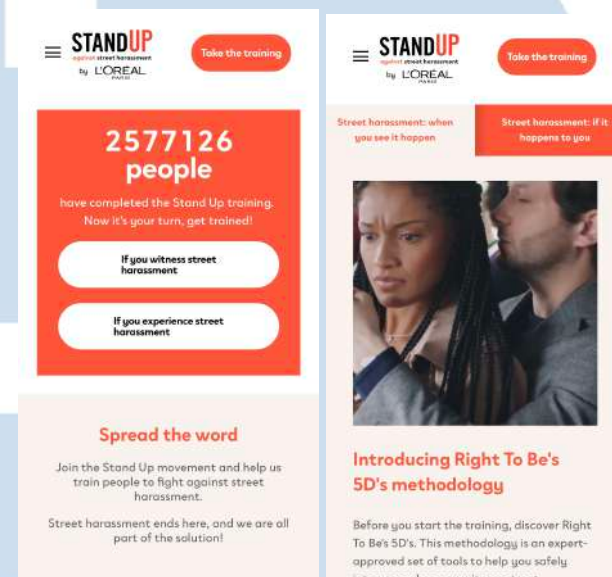


Gambar 3.11 Kampanye Media Interaktif *Stand Up*

Sumber: <https://haveaniesday.com/>

Kampanye yang dilakukan adalah dengan menyebarkan informasi-informasi seputar data nyata korban pelecehan seksual yang terjadi di publik. *Stand Up* menjabarkan secara rinci mulai dari definisi serta data valid angka korban pelecehan seksual.

Tidak hanya itu, *Stand Up* juga memberikan pelatihan untuk masyarakat yang ingin berkontribusi menciptakan komunitas yang menjunjung tinggi perasaan saling menghormati dan menghargai sesama agar tidak ada lagi korban pelaku pelecehan seksual.



Gambar 3.12 Kampanye Media Interaktif *Stand Up 2*
Sumber: <https://www.standup-international.com/id/>

3.1.1.4 Kesimpulan

Berdasarkan data metode kualitatif yang didapat, penulis dapat menyimpulkan bahwa pelecehan seksual secara verbal merupakan tahap awal sebelum terjadinya pelecehan atau kekerasan seksual secara fisik. Dengan menyepelekan dan menormalisasi pelecehan seksual verbal dibalik kata candaan ke sesama rekan kerja dapat berpengaruh pada kondisi mental seseorang dan kinerja ketika bekerja. Secara desain, penulis dapat menyimpulkan bahwa penyebaran informasi tentang pelecehan seksual bisa digunakan dengan metode penggunaan visual yang berwarna cerah untuk memberikan semangat. Dengan adanya gambar ilustrasi maupun foto-foto yang menggambarkan mampu membuat audiens menjadi lebih familiar dengan isu yang ingin disampaikan.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Bentuk metode kuantitatif yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data adalah penyebaran kuesioner. Dalam mengambil data berupa kuesioner, penulis membuat sebuah *Microsoft Form* yang berisikan berbagai pertanyaan secara digital untuk disebarluaskan kepada target demografis perancangan Tugas Akhir. Target yang dimaksud adalah perempuan dengan usia produktif 20 – 28 tahun, yang bekerja di kota Jakarta. Maksud dan tujuan dari penyebaran kuesioner ini adalah untuk mengetahui seberapa relevan permasalahan ini terjadi di sekitar lingkungan kerja mereka, khususnya bagi para perempuan yang mengalami hal tersebut. Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan Rumus Slovin, dengan batasan sampling *error* sebesar 10%.

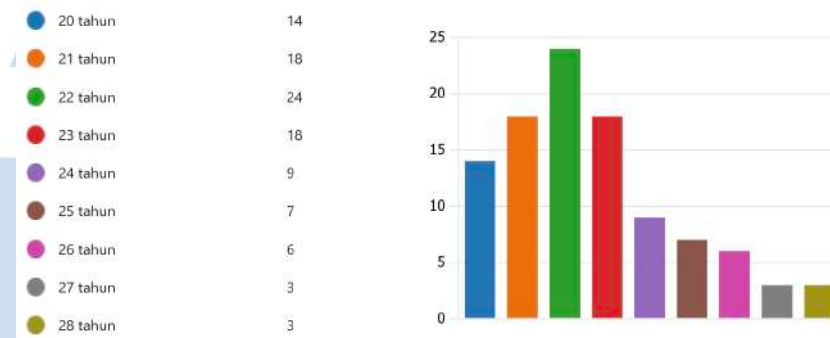
$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$
$$n = \frac{585.350}{1 + 585.350 \cdot 0,1^2}$$
$$n = \frac{585.350}{5.854,5}$$
$$n = 99,9, \approx 100$$

N = Jumlah Angkatan kerja usia 20 – 28 tahun
E = Sampling error
n = Jumlah responden

Kuesioner ini penulis bagikan dalam bentuk daring, menggunakan *Microsoft Form*, dan disebarikan melalui beberapa *group* komunitas dan teman-teman *online* di *Instagram*. Penyebaran kuesioner dilakukan sejak tanggal 17 Februari 2024 hingga 2 Maret 2024. Penyebaran ini penulis lakukan dengan memberikan sejumlah hadiah berupa *ewallet* (*Gopay/OVO*) sebesar Rp 30,000 untuk 2 orang yang dipilih secara acak. Dari kuesioner yang telah disebar ini, penulis mendapatkan 102 responden. Hasil yang didapat, 75 responden diantaranya adalah perempuan dan 27 responden sisanya adalah laki-laki.

Jarak umur responden yang ikut serta berpartisipasi dalam *online form* ini berusia 20 – 28 tahun, dengan sebagian besar responden berada di

usia 22 tahun (24 orang), 21 tahun (18 orang), dan 23 tahun (18 orang). Dari data yang didapat pun, sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir Sarjana (S1) dengan persentase 53% dan bekerja di perusahaan swasta dengan persentase 90%.



Gambar 3.13 Grafik Usia Responden

Untuk pemetaannya sendiri, sebanyak 32 responden bekerja di wilayah Jakarta Selatan dan 24 responden bekerja di wilayah Jakarta Barat. Penulis berusaha mencari tahu mengenai pemahaman dasar responden terkait pelecehan seksual verbal, dimana sebanyak 98% responden pernah mendengar apa itu pelecehan seksual verbal. Dari sini penulis juga meminta bentuk contoh kalimat atau ucapan yang pernah mereka dengar, yang dirasa seperti melecehkan seseorang secara verbal. Sebagian besar contoh kalimat yang diberi mengarah kepada anggota tubuh seseorang, seperti proporsi beberapa anggota tubuh yang sensitif, siulan atau ajakan yang menggoda, atau menanyakan tentang aktivitas seksual seseorang. Dari data yang didapat, mayoritas sebanyak 65% responden tidak pernah menjadi korban terjadinya pelecehan seksual verbal. Namun dari bentuk pemahaman serta beberapa contoh kalimat yang dipaparkan, responden-responden tersebut tahu bahwa di lingkungan kerjanya pernah terjadi tindakan seksual secara verbal.

Tabel 3.3 Jumlah dan Persentase Pengalaman Responden

Variabel	Pernah	Tidak Pernah	Total
Pernah mendengar tentang pelecehan seksual	102 (100%)	-	102

Pernah mendengar tentang pelecehan seksual verbal	100 (98%)	2 (2%)	102
Pernah menjadi korban pelecehan seksual verbal	35 (34%)	67 (66%)	102

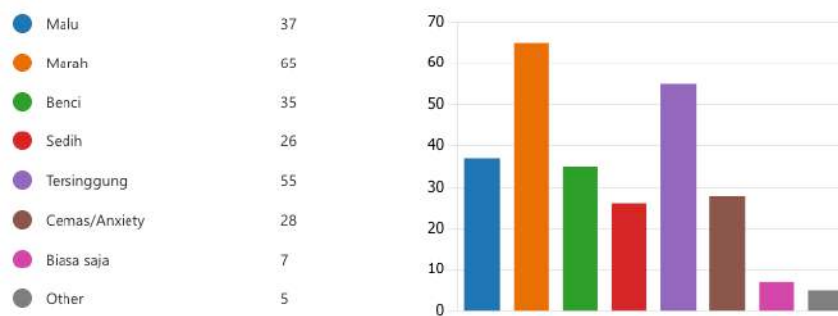
Penulis juga ingin mengetahui seberapa besar frekuensi terjadinya pelecehan seksual verbal di sekitar lingkungan responden. Sebanyak 31.4% responden mengakui bahwa terkadang mereka melihat atau mendengar terjadinya pelecehan seksual verbal di lingkungan kerja mereka. Mayoritas responden bukanlah korban yang dilecehkan, melainkan hanya pengamat. Hal ini dikarenakan sebanyak 36.3% responden tidak pernah berada disituasi dimana mereka dilecehkan. Namun didapati juga total 15.6% responden sering dan sangat sering berada di situasi dimana mereka dilecehkan secara verbal di ruang kerja. Meskipun banyak responden bisa terbilang sebagai pengamat, mayoritas sebanyak 29.4% responden mengaku bahwa mereka sering kali merasa tidak nyaman ketika mendengar atau melihat adanya tindakan pelecehan seksual verbal terjadi di ruang kerja. Total sebanyak 39.2% responden merasa sering dan sangat sering tidak tahu harus melakukan apa ketika ada kejadian tersebut di ruang kerjanya.

Tabel 3.4 Frekuensi Pengalaman Responden

Variabel	Tidak Pernah	Jarang	Kadang-kadang	Sering	Sangat Sering
Mendengar/melihat	10.8%	27.5%	31.4%	22.5%	7.8%
Berada di situasi sebagai korban yang dilecehkan	36.3%	30.4%	17.6%	7.8%	7.8%
Merasa tidak nyaman mendengar ucapan/candaan berbau seksual	19.6%	26.5%	9.8%	29.4%	14.7%
Merasa perasaannya	26.5%	35.3%	17.6%	13.7%	6.9%

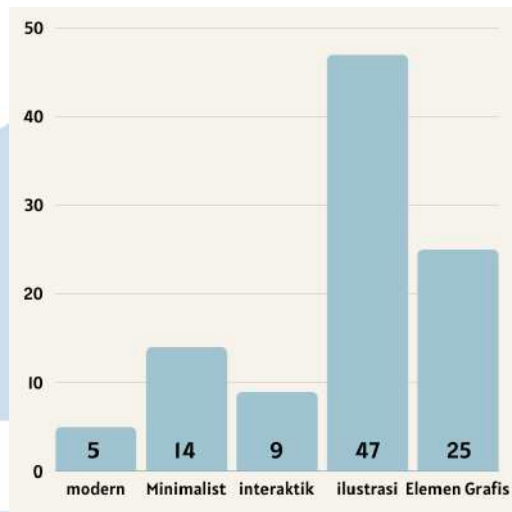
terlalu berlebihan					
Merasa tidak tahu harus melakukan apa	16.7%	24.5%	19.6%	22.5%	16.7%

Sebagai korban yang pengamat yang mengetahui adanya tindakan pelecehan seksual verbal di lingkungan kerja, penulis meminta responden untuk mendeskripsikan perasaan yang mereka rasakan ketika berada di situasi tersebut. Pada bagian ini responden dapat memilih lebih dari satu perasaan yang dirasakan. Didapati hamper sebagian besar responden merasa marah dengan angka 65 dan perasaan tersinggung dengan angka 55.



Gambar 3.14 Grafik Perasaan Responden

Sebanyak 92 responden menyetujui adanya penyebaran media informasi untuk mencegah terjadinya pelecehan seksual verbal terjadi di ruang kerja. Bentuk media informasi yang mayoritas dipilih adalah penggunaan media sosial sebanyak 86 responden. Gaya visual yang dipilih lebih menggunakan unsur ilustrasi yang elemen grafis.



Gambar 3.15 Grafik Pemilihan Gaya Visual

3.2 Metodologi Perancangan

Dalam merancang sebuah karya visual, dibutuhkan adanya sebuah metode perancangan yang baik. Dalam proses ini, penulis menggunakan metode perancangan Landa (2018) berupa *Five-Phase Model of The Design Process*. Berikut merupakan 5 tahapan yang dilakukan.

1) *Research*

Merupakan tahapan untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan topik atau masalah yang akan dijadikan karya visual. Pencarian data ini dilakukan agar desainer menjadi lebih akrab dan familiar terhadap topik, sehingga dapat mengolah ide yang sesuai lebih baik. Melalui proses ini, penulis perlu mengetahui secara jelas apa saja arti dan bentuk dari pelecehan seksual secara verbal, serta dampak yang diterima oleh korban. Selain pencarian data, desainer juga perlu mengetahui target audiens yang ingin diraih. Dengan begitu, desainer dapat mengetahui gaya bentuk dan komunikasi visual apa yang bisa dipakai untuk karya visualnya. Dari permasalahan ini, target visual yang diharapkan adalah usia awal produktif yang sedang bekerja.

2) *Analysis*

Analysis merupakan tahap yang dilakukan penulis dari data-data yang telah didapat untuk menemukan solusi atas permasalahan terjadinya

pelecehan seksual secara verbal di lingkungan kerja, agar dapat mencegah dan menciptakan kebiasaan moral yang lebih baik. Proses analisis dapat dikaji lebih baik dengan menyiapkan strategi dari design *brief* serta *key visual* yang akan dibuat.

3) **Concepts**

Conception merupakan tahap perancangan konsep dengan proses *brainstorming*, *mood-board* dan *mind-mapping*. Dalam tahap ini, pemilihan gaya visual, warna, hingga font ditentukan berdasar pada hasil riset yang ditemukan. Dari sini penulis dapat memiliki gambaran visual perancangan yang akan dibuat untuk mencegah terjadinya pelecehan seksual secara verbal di lingkungan kerja.

4) **Design**

Design merupakan tahap penulis mengembangkan konsep yang telah ditentukan ke dalam bentuk visual. Proses pembuatan *design* dimulai dengan membuat sketsa komprehensif hingga proses digitalisasi. Setelah proses digitalisasi, pastinya akan ada tahapan revisi untuk memperlengkap informasi dan visual yang dibuat.

5) **Implementation**

Implementation merupakan tahap terakhir penulis untuk mengimplementasikan hasil *design* ke dalam media-media informasi yang telah ditentukan.

U M W N
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