

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kekerasan menjadi sebuah masalah sosial yang cukup kompleks dan meluas dalam kehidupan masyarakat, terutama ketika kekerasan tersebut terjadi dalam konteks hubungan interpersonal. Terlebih lagi, terdapat sebuah kekerasan yang sering terjadi dalam hubungan romantis atau intim, yang mengakibatkan dampak yang serius terhadap fisik dan psikologis korban, kekerasan tersebut dinamakan kekerasan dalam hubungan atau *relationship violence*. Menurut Stanford Education and Outreach (2023) kekerasan dalam hubungan merupakan bentuk kekerasan yang dilakukan secara fisik dan psikologis ke korban dalam konteks hubungan romantis atau intim yang saat ini ataupun sebelumnya, tanpa melihat lama hubungan, dan jenis kelamin. Kasus seperti ini merupakan bagian dari spektrum yang lebih luas yaitu kekerasan berbasis gender atau *gender based violence* yang merujuk pada kekerasan yang dialami seseorang karena identitas gendernya atau bagaimana orang lain menilai jenis kelaminnya (Plan International, 2023).

Perempuan menjadi kelompok yang paling rentan mengalami berbagai bentuk kekerasan karena ketimpangan kuasa dan norma patriarki yang masih kuat. Oleh sebab itu, kekerasan dalam hubungan terhadap perempuan menjadi isu penting dalam perlindungan hak asasi dan pemberdayaan perempuan, termasuk di Indonesia. Berdasarkan data tahunan dari Komnas Perempuan, angka kekerasan terhadap perempuan pada tahun 2023 mengalami penurunan yang dapat dilihat pada gambar 1.1 dengan terdapat 55.920 kasus atau sekitar 12% dibandingkan pada tahun sebelumnya (Komnas Perempuan, 2024). Selain itu, terdapat juga total pengaduan oleh korban yang diterima oleh Komnas Perempuan di tahun 2023 yang berjumlah 4.374 kasus pengaduan dengan bentuk kekerasan terbanyak berbentuk kekerasan secara fisik diikuti dengan kekerasan seksual.



Gambar 1. 1 Data Tahunan Komnas Perempuan
Sumber: Komnas Perempuan, 2024



Gambar 1. 2 Data Umum Pengaduan Komnas Perempuan
Sumber: Komnas Perempuan, 2024

Berbagai bentuk di kekerasan dalam hubungan ini sangat beragam dan tidak hanya sebatas pada kekerasan secara fisik, tetapi juga mencakup pada kekerasan psikologis, seksual, dan ekonomi. Dalam gambar 1.3 sendiri memperlihatkan diagram dari Komnas Perempuan (2024) pada tahun 2023 yang melaporkan bentuk kekerasan berbasis gender, kebanyakan korban kekerasan psikis sebanyak 37%, kemudian diikuti kekerasan seksual sebanyak 28%, kekerasan fisik 26%, dan kekerasan secara ekonomi dengan jumlah 9%.

Berdasarkan buku Kekerasan Gender oleh Purwanti (2020) mengungkapkan bahwa kekerasan berbasis gender seringkali terjadi dalam berbagai bentuk yang tidak disadari, yaitu:

- 1) Kekerasan fisik, merupakan kekerasan dalam bentuk tindakan dalam memukul, menendang, ataupun kekerasan lain yang langsung

menyentuh bagian tubuh korban hingga menimbulkan cedera fisik dan luka.

- 2) Kekerasan verbal, bentuk kekerasan dalam menggunakan umpatan dalam bahasa kasar, hinaan, atau pelecehan secara lisan yang dapat merusak harga diri.
- 3) Kekerasan psikologis, penyerangan langsung ke mental dan emosional korban dengan melalui intimidasi, isolasi sosial, dan pelecehan ke mental korban yang dapat mengakibatkan trauma jangka panjang.
- 4) Kekerasan ekonomi, yaitu pemberian pembatasan akses korban terhadap sumber daya ekonomi, biasanya hal ini terjadi dalam Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT).

Bentuk Kekerasan Berdasarkan Data Komnas Perempuan Dan Lembaga Layanan Tahun 2023
(N = 15.255)



Gambar 1. 3 Bentuk Kekerasan Berbasis Gender
Sumber: Komnas Perempuan, 2024

Dalam budaya di Indonesia sendiri, adanya budaya “patriarki” yang masih melekat dalam kehidupan masyarakat di Indonesia, sehingga adanya sifat superior dari pihak laki-laki sebagai pihak dominan yang di mana mereka merasa benar dan berhak untuk menguasai serta mengontrol pihak perempuan, terlebih lagi kebiasaan ini biasanya terjadi dalam lingkungan rumah tangga (Darwis & Rohmaniyah, 2022). Terlebih lagi perempuan yang menjadi korban terpaksa dalam hubungan yang berbahaya ini karena adanya tekanan secara paksaan dari pihak pelaku. Tidak hanya itu, adanya beberapa perspektif dari masyarakat terkait kekerasan ini yang beranggapan bahwa kekerasan yang terjadi di dalam hubungan pasangan merupakan aib yang harus disembunyikan,

sebab akan merasa malu apabila dipandang oleh masyarakat karena tidak mampu menjaga keharmonisan.

Akibat adanya stigma-stigma negatif dari masyarakat terkait kekerasan dalam hubungan, para korban pun merasa enggan untuk melaporkan kepada pihak berwajib. Oleh sebab itu, perlu adanya sebuah inovatif dalam menyebarkan fenomena ini sebagai bentuk edukasi serta tempat dukungan bagi para penyintas. Salah satu strategi efektif yang kini banyak digunakan adalah melalui kampanye. Menurut Putri Mulia & Fauzi (2021) Kampanye punya beberapa manfaat dalam berbagai bidang, seperti menyediakan solusi dalam berbagai masalah di sekitar lingkungan, meningkatkan *awareness* dalam masalah isu sosial, dan berfungsi juga sebagai wadah untuk mempromosikan produk atau perusahaan. Masyarakat umum menjadi target utama dalam kegiatan kampanye, hal ini dikarenakan kegiatan kampanye ini bertujuan dalam memberikan literasi kepada masyarakat guna mengubah perilaku yang disesuaikan dengan tujuan dari kampanye itu sendiri (Priliantini et al., 2020).

Menurut Baum et al. (2019) dalam buku berjudul *The Impact Of Social Media Campaigns On The Success Of New Product Introductions* bahwa kampanye dengan menggunakan *platform* media sosial menjadi alat yang menjanjikan. Hal ini dikarenakan karena media sosial memfasilitasi interaksi sosial dan penyebaran informasi dari mulut ke mulut secara *online*, sehingga dapat memperluas jangkauan dan mempercepat penyebaran informasi tentang produk baru tersebut. Terlebih lagi, media sosial telah menjadi bagian yang sangat penting dan tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat di seluruh dunia, terutama di Indonesia. Terdapat sekitar 5,04 milyar orang yang menjadi pengguna aktif media sosial di Indonesia, dimana angka ini naik 266 juta atau 5,6 persen dari tahun sebelumnya (We Are Social, 2024). Dengan angka ini, menunjukkan bahwa peran dari media sosial ini sangat penting dalam menyebarkan pesan-pesan edukatif terkait pencegahan dan penanganan kekerasan dalam hubungan melalui *word-of-mouth*, kampanye ini dapat

mempercepat perubahan sikap masyarakat, meningkatkan kesadaran, dan menyediakan dukungan nyata bagi mereka yang membutuhkan.

Selain adanya penggunaan media sosial sebagai bentuk edukasi melalui kampanye digital, terdapat juga peran pemerintah dari Indonesia yang sangat penting. Adanya peran dari pemerintah untuk bisa memberikan edukasi serta perlindungan terhadap korban-korban dari fenomena ini. Tidak hanya dari pemerintah, kondisi seperti ini juga membutuhkan campur tangan dari pihak *non-government organization* (NGO) atau biasa disebut dengan Lembaga Swadaya Masyarakat. NGO atau LSM sendiri memiliki sebuah fungsi sebagai wadah penyalur aspirasi dari masyarakat dengan peran penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat (Farid, 2019). Salah satu NGO yang berfokus pada pemberdayaan perempuan adalah Yayasan Plan International. Sebagai lembaga yang bergerak di bidang sosial, Yayasan Plan International memiliki misi untuk memastikan pemenuhan hak dan kesetaraan bagi kaum perempuan dan anak-anak perempuan melalui program-program pemberdayaan yang berkelanjutan (Plan International, 2023). Program-program tersebut mencakup berbagai aspek, mulai dari pendidikan, pelatihan keterampilan, hingga advokasi hak-hak perempuan dan anak.

Dalam laporan karya ini berisikan perencanaan kampanye digital untuk Yayasan Plan International Indonesia dengan membahas topik kekerasan dalam hubungan. Perencanaan kampanye ini merupakan inisiatif pertama yang secara khusus membahas topik tersebut melalui *digital campaign*. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bentuk-bentuk kekerasan dalam hubungan serta mendorong korban untuk mencari bantuan. Pendekatan digital dipilih agar pesan kampanye dapat menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya kalangan muda. Terlebih lagi, menurut Binsar Butar-Butar (2022) kampanye tidak hanya terbatas pada bidang politik, tetapi juga meluas ke isu-isu sosial dalam masyarakat. Kampanye sosial merupakan bagian dari promosi pemasaran sosial yang dilakukan oleh sebuah organisasi maupun pihak

eksternal, dengan tujuan untuk memahami isu-isu sosial serta mempelajari permasalahan yang dihadapi dalam ranah sosial

1.2 Tujuan Karya

Karya ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat dalam tindakan publik terhadap kekerasan terhadap hubungan melalui *digital campaign*. Selain itu, karya ini juga bertujuan untuk menciptakan *digital campaign* yang menarik secara komersial sambil tetap fokus pada nilai-nilai yang dimiliki oleh Yayasan Plan International.

1.3 Kegunaan Karya

Dilihat dari segi manfaatnya, karya *digital campaign* ini memiliki tiga jenis kegunaan, yaitu akademis, praktis, dan sosial.

1.3.1 Kegunaan Akademis

Kegunaan akademis dari karya yang dibuat oleh penulis adalah dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan dapat memperkaya wawasan pembaca mengenai peran *digital campaign* sebagai sebuah strategi dalam menyampaikan sebuah pesan, terutama dalam konteks isu kekerasan terhadap hubungan. Karya ini diharapkan dapat melengkapi literatur yang ada terkait dengan *digital campaign* dan *framework* SOSTAC.

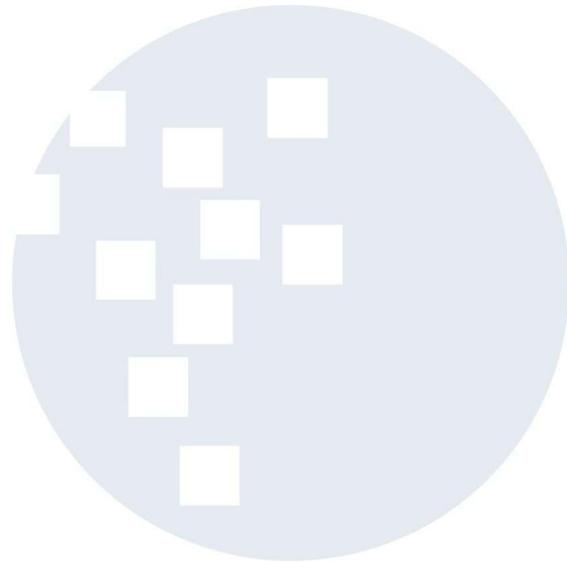
1.3.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari karya yang dibuat ini berguna untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap isu kekerasan dalam hubungan, sekaligus memperkuat eksposur terhadap program-program yang dilaksanakan oleh Yayasan Plan International Indonesia. Melalui perencanaan kampanye digital ini, karya yang dibuat dapat berkontribusi dalam membangun citra positif ke Yayasan Plan International Indonesia sebagai lembaga yang berkomitmen memastikan pemenuhan hak serta kesetaraan bagi perempuan dan anak perempuan melalui program pemberdayaan yang berkelanjutan.

1.3.3 Kegunaan Sosial

Kegunaan sosial dari kampanye digital ini adalah untuk memberikan edukasi kepada masyarakat umum, khususnya generasi muda di Indonesia yang

aktif menggunakan media sosial, mengenai isu kekerasan dalam hubungan. Selain sebagai sarana edukasi, kampanye ini juga diharapkan dapat menjadi ruang aman bagi para penyintas untuk memperoleh perlindungan, dukungan, dan rasa solidaritas dari lingkungan sekitarnya.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA