

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena *child grooming* merupakan ancaman serius yang dapat menjadikan pintu masuk utama menuju kekerasan seksual pada anak. Secara spesifik *grooming* merupakan upaya sistematis yang pelaku lakukan untuk membangun relasi emosional dan kepercayaan guna menurunkan pertahanan diri korban (Siberkreasi, 2024). Tindakan ini sulit untuk dideteksi karena proses pendekatannya berlangsung perlahan dan tersamar, bahkan bisa melalui permainan daring di mana pelaku menyamar sebagai teman sebaya (Tempo, 2025). Di era media sosial yang serba cepat, aksi ini akan terjadi tanpa batas, ruang dan waktu, sehingga remaja khususnya perempuan menjadi kelompok yang paling rentan (Anggreany, 2023, h.4). Komnas Perempuan (2024) mencatat kenaikan kasus terjadinya kejadian siber yang signifikan yakni sebesar 48%, menunjukkan kalau ruang digital menjadi medan berbahaya yang baru bagi remaja.

Kerentanan ini sangat nyata dalam kelompok remaja berusia 12-17 tahun di Indonesia. Data ini diperkuat oleh Sistem Informasi Perlindungan Perempuan dan Anak (2022) yang mencatat kelompok usia 12-17 tahun memiliki jumlah kasus kekerasan tertinggi, yakni sebanyak 11.952 kasus kekerasan yang melibatkan *cyber grooming* sepanjang tahun 2021 hingga 2023 (Pardede, 2023). Hal tersebut terjadi karena remaja berada di fase pencarian identitas yang haus akan validasi sosial, sehingga cenderung impulsif (KPAI, 2024). Remaja perempuan menjadi korban kekerasan seksual tertinggi, sekitar 80%-85% dari total kasus termasuk ke dalam skema *cyber grooming* yang berujung pada penyebaran konten intim tanpa persetujuan sebagai alat pemerasan oleh pelaku (Simponi PPA, 2024).

Masalah krusial dalam perlindungan anak di Indonesia terletak pada ketidaksiapan orang tua, khususnya kelompok usia pertengahan (45-53 tahun) sebagai garda terdepan. Meski secara teknis orang tua memberikan akses digital, terdapat kesenjangan besar dalam aspek pendampingan. Rupanya, keterlibatan

orang tua mampu menghasilkan peningkatan yang signifikan pada pengetahuan dan praktik komunikasi pencegahan kekerasan seksual pada anak (Septiani, 2021). Disamping itu, survei KemenPPPA (2023) menunjukkan bahwa 7 dari 10 orang tua di Indonesia masih menganggap pembahasan mengenai isu seksualitas sebagai hal tabu. Diperparah dengan pola asuh tradisional yang masih dominan, terutama di wilayah urban seperti Jabodetabek, di mana orang tua cenderung menerapkan pola asuh otoriter yang menekankan pada kontrol psikologis dan respon yang menghakimi ketika menghadapi masalah anak (Riany et al., 2021).

Terlebih lagi, kampanye yang ada mengenai *cyber grooming* memiliki kekurangan dalam segi desain, cenderung menyajikan informasi tanpa adanya pendalaman dan lebih mengedepankan aspek dramatis daripada gagasan utama di media sosial (Siwi & Rahmiaji, 2024) Akibatnya, kampanye hanya berupa infografis padat atau poster dan tidak ditekankan pada pentingnya keterlibatan orang tua dalam memulai dialog sehingga tidak berhasil menjadi alat bantu komunikasi yang efektif (Solehati et al., 2022, h.5350). Kurangnya kampanye kesadaran publik yang mendalam menyebabkan banyaknya kasus *cyber grooming* yang tidak terdeteksi (Rachmawati et al., 2023, h.335).

Oleh karena itu, dibutuhkannya sebuah tindakan menyeluruh melalui kampanye sosial yang berorientasi pada solusi praktis untuk mengatasi kebutuhan *parenting* (Fajari & Kristiana, 2021, h.258 – 259). Kampanye akan berfokus kepada pengembangan kapasitas pengetahuan orang tua melalui perancangan buku saku bergambar yang terbukti menjadi media edukasi yang diminati karena sifatnya yang ringkas dan praktis (Yuniarni et al., 2024). Materi ini akan dirancang sebagai alat bantu praktis yang didukung oleh media sosial untuk menjangkau kemampuan remaja dalam menumbuhkan perilaku menolak dan kesadaran diri sebagai tindakan preventif (Alamanda & Wicaksono, 2025).

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah dapat disusun sebagai berikut:

1. Peran orang tua 45-53 tahun sebagai pendamping utama dalam memberikan edukasi dan komunikasi pencegahan *cyber grooming* masih belum optimal karena keterbatasan kesadaran serta kemampuan membahas topik.
2. Media kampanye yang sudah ada cenderung bersifat informatif secara permukaan dan kurang interaktif, sehingga belum mampu melibatkan orang tua maupun anak secara mendalam.

Dengan mempertimbangkan masalah yang terlah diuraikan di atas, dapat disimpulkan dalam satu pertanyaan sebagai dasar penelitian ini, yaitu:

Bagaimana perancangan kampanye sosial mengenai *cyber grooming* dalam upaya preventif kejahatan seksual terhadap remaja?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan kampanye sosial ini difokuskan pada upaya peningkatan kesadaran dan kemampuan orang tua umur 45-53 dalam mencegah *grooming* pada remaja perempuan dengan umur 12-17 tahun. Kampanye akan berfokus pada penyampaian pesan melalui media digital dan cetak yang informatif serta mudah dipahami. Sasaran utama dari perancangan ini adalah orang tua berumur 45-53 tahun, berdomisili di wilayah Jabodetabek, sedangkan sasaran sekundernya adalah remaja perempuan yang berusia 12-17 tahun. Kampanye ini akan memfokuskan topiknya pada pengenalan tanda-tanda *cyber grooming*, cara membangun komunikasi terbuka antar orang tua dan anak, serta strategi preventif yang dapat diterapkan di lingkungan keluarga.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Mengacu pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, tujuan dari tugas akhir ini adalah membuat perancangan kampanye sosial dalam upaya preventif kejahatan seksual *cyber grooming* pada remaja.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat, baik dalam aspek teoretis maupun praktis, yang dapat diterapkan secara nyata. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengentahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam membahas materi terkait dengan perancangan kampanye sosial untuk meningkatkan pemahaman orang tua dan remaja dalam mengenali serta mengindari ancaman *cyber grooming*. Diharapkan kampanye sosial yang akan dirancang ini dapat menjadi sumber referensi dan sumber literatur untuk penelitian lebih lanjut serta dapat diperluas melalui berbagai bentuk media pembelajaran interaktif lainnya.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat langsung bagi orang tua dan remaja dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan mereka dalam memahami ancaman *cyber grooming* melalui media kampanye sosial yang menarik dan mudah dipahami. Kampanye sosial yang dirancang dapat digunakan sebagai sarana untuk membantu orang tua untuk memahami cara pendekatan yang sesuai untuk remaja dan remaja mengenali modus pelaku, tanda bahaya, serta cara melindungi diri. Selain itu, hasil penelitian ini juga menjadi referensi bagi mahasiswa yang tertarik dalam merancang media informasi interaktif terkait isu perlindungan anak. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi arsip yang bermanfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara yang berkontribusi dalam pengembangan studi mengenai upaya preventif terhadap kejahatan seksual pada remaja.