

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang didapat, berikut merupakan subjek perancangan kampanye sosial mengenai *cyber grooming* dalam upaya preventif kejahatan seksual pada remaja:

1. Demografis

a. Target Primer: Orang tua umur 45-53

Menurut UNICEF (2023) dan penelitian yang dilakukan oleh Solehati et al (2022), pencegahan kekerasan seksual anak dimulai dari rumah karena berada di barisan depan dalam perlindungan remaja dari segi *self-efficacy*, kompetensi, dan keberanian anak untuk merespons. Namun, mereka masih memiliki keterbatasan pengetahuan dalam mengkomunikasikan isu *grooming*. Hal ini menunjukkan bahwa campur tangan orang tua yang berfokus pada meningkatkan kapasitas dan kesadaran mereka menjadi penting, sehingga menjadikan mereka target audiens primer merupakan langkah yang relevan dan efektif dalam pencegahan.

b. Target Sekunder: Remaja perempuan 12-17 tahun

Kelompok usia 12-17 tahun tercatat sebagai korban kekerasan anak dengan jumlah yang paling tinggi menurut KemenPPPA melalui Sistem Informasi *Online* Perlindungan Perempuan dan Anak (2022). Dilengkapi juga karena remaja perempuan berada di fase pencarian identitas yang haus akan validasi sosial, sehingga cenderung impulsif (KPAI, 2024). Remaja perempuan menjadi korban tertinggi yakni 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).

c. Pendidikan: SMP-SMA

d. SES: B

Semakin rendah SES, tingkat pengetahuan mengnai isu-isu penting cenderung rendah (Survei Persepsi Masyarakat terhadap Kementerian PANRB, 2021) Kelompok SES B yang mewakili populasi menengah hingga menengah bawah menunjukan literasi digital yang lebih rendah (Dihni, 2020). Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, orang tua di kelompok status ekonomi B juga mengandalkan informasi praktis dari sosial media karena wilayah Jakarta (Bodetabek) memiliki tingkat penetrasi media sosial yang tinggi. Selain itu mereka khawatir kalau membicarakan seksualitas akan mendorong perlaku seksual yang tidak diinginkan pada anak dan mempengaruhi pola komunikasi yang tertutup dalam keluarga mengenai isu seksualitas (Djunaidi et al., 2025).

2. Geografis

Jabodetabek dipilih sebagai fokus geografis karena kasus kekerasan seksual menjadi bentuk kekerasan tertinggi di wilayah metropolitan. Save the children Indonesia, 2025 menegaskan kalau campur tangan melalui peningkatan kesadaran dan kemampuan edukasi orang tua adalah hal yang mendesak di wilayah ini (Tirtayana, 2025). Diperparah dengan pola asuh tradisional yang masih dominan, terutama di wilayah urban seperti Jabodetabek, dimana orang tua cenderung menerapkan pola asuh otoriter yang menekankan pada kontrol psikologis dan respon yang menghakimi ketika menghadapi masalah anak (Riany et al., 2021).

3. Psikografis

Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan klasifikasi psikografis terhadap subjek sasaran sebagai berikut:

- a. Orang tua 45 – 53 tahun yang memiliki niat baik dalam melindungi anak, tetapi belum memahami secara mendalam mengenai *grooming* dan cara berkomunikasi yang tepat.

- b. Orang tua 45 – 53 tahun yang membutuhkan panduan yang praktis, dan mendorong orang tua memakai cara yang sesuai untuk membahas topik tanpa membuat anak merasa canggung.
- c. Remaja dengan usia 12-17 tahun yang ingin merasa aman dan dimengerti, tapi tidak suka diperlakukan seperti ‘anak kecil’ dan membutuhkan media yang membuat mereka paham terkait topik tanpa merasa digurui.
- d. Orang tua laki laki bekerja dari pagi hingga larut malam sedangkan Orang tua perempuan yang hanya di rumah mengerjakan pekerjaan rumah dan melakukan aktivitas ibu rumah tangga, seperti arisan.
- e. Saat dihari sabtu maupun minggu orang tua menyempatkan diri untuk pergi bersama keluarga, ke *mall* melakukan *family time*, *update* status *whatsapp*, status *facebook* maupun *instagram story*.

Secara keseluruhan, penelitian ini menargetkan 2 kelompok audiens yakni orang tua 45 – 53 tahun dan remaja umur 12-17 tahun. Orang tua akan dideskripsikan sebagai individu yang memiliki niat baik dalam melindungi anaknya dari dunia digital namun masih minim pengetahuan mengenai topik tersebut. Pada akhirnya orang tua membutuhkan panduan komunikasi yang praktis dan sesuai dengan pendekatan anak.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Pada peracangan ini, penulis menggunakan metode perancangan *design thinking* sebagai dasar dalam membuat kampanye sosial mengenai *cyber grooming* dalam upaya preventif terhadap kejahatan seksual pada remaja. Berdasarkan artikel “*What is Design Thinking Process?*” metode *design thinking* merupakan pendekatan untuk menyelesaikan permasalahan dengan cara berpikir kreatif dan kognitif yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pengguna (Stevens, 2023). Melalui proses *Design Thinking* penulis memahami keutuhan pengguna secara mendalam dan menciptakan solusi kreatif yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan demikian, *design thinking* berperan dalam menemukan solusi inovatif yang relevan dan aplikatif.

Selain itu, menurut *Hasso Plattner Institut of Design* di Universitas *Stanford* atau yang di kenal sebagai *d.school*, menyebutkan proses *design thinking* terdiri dari lima fase utama, yaitu *Empathize, Define, Ideate, Prototype*, dan *Test*. Dari kelima tahapan ini bersifat fleksibel dan progresif, yang artinya tahapan-tahapan tersebut dapat dilakukan secara bersamaan, tidak harus berurutan, dan diulang sesuai dengan kebutuhan selama proses perancangan (*Hasso Plattner Institut of Design*, 2010).

Berdasarkan karakteristik dan keunggulan dari metode ini, *design thinking* dipilih dalam perancangan kampanye sosial ini untuk menghasilkan solusi yang berfokus pada kenyamanan pengguna (*user-centered*) dan memfokuskan kepada *empathy* yang menjadikannya alat edukasi yang menarik, relevan, dan mampu meningkatkan pengetahuan serta antisipasi remaja dalam menghadapi potensi kejahatan *cyber grooming*.

3.2.1 *Empathize*

Prosedur pertama yang dilakukan pada metode *design thinking* adalah *empathize*, di mana dalam tahapan ini penulis akan menggali pemahaman terhadap preferensi, kepentingan emosional maupun contoh situasi yang dapat dialami oleh *user* atau target audiens. Terdapat beberapa tahapan yang akan digunakan dalam proses penggumpulan data yakni, penyebaran kuesioner ke remaja 12-17 tahun yang bertujuan untuk mengetahui pemahaman remaja terhadap *child grooming*, dari situ penulis dapat mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh remaja dalam mengidentifikasi topik dan lebih mengkerucutkan topik menjadi *cyber grooming* dari hasil data yang didapatkan, mengevaluasi tingkat kesiapan remaja terhadap perlindungan diri, respon seperti apa yang diinginkan target audiens terhadap solusi media yang mendukung, serta mendapatkan wawasan tambahan mengenai pengembangan konten yang diperlukan.

Selain itu, penulis akan melakukan wawancara dengan psikologi anak dan remaja untuk mendapatkan pemahaman mendalam secara profesional mengenai pola perilaku *child grooming*, pendekatan psikologis yang tepat dan respons remaja terhadap ancaman *grooming*. Kemudian, wawancara juga akan

dilakukan dengan orang tua guna mengetahui seberapa jauh mana orang tua memberikan arahan, pengetahuan dan edukasi mengenai area tubuh yang tidak boleh disentuh. *Insight* tersebut dapat membantu dalam menentukan komunikasi serta gaya bahasa yang sesuai dengan karakteristik remaja dan persepsi orang tua.

Lalu, studi referensi dilakukan untuk memberikan gambaran maupun menentukan arahan desain dari kampanye sosial. Sementara itu studi eksisting dilakukan untuk menganalisis kampanye sosial yang ada mengenai *cyber grooming* maupun kekerasan seksual secara general yang memfokuskan kampanyenya terhadap orang tua.

3.2.2 Define

Pada tahapan ini, penulis akan melakukan analisis data yang telah diperoleh dari proses sebelumnya *empathize* untuk mendapatkan *insight* yang lebih dalam mengenai permasalahan dan penerapan orang tua dalam membekali anaknya mengenai *cyber grooming* pada remaja. Melalui tahapan ini, penulis dapat mengidentifikasi kebutuhan utama serta tantangan yang akan dihadapi oleh target pengguna, yang nantinya akan menjadi dasar dalam merancang solusi yang efektif berupa kampanye sosial.

Di samping itu juga, tahapan ini membantu penulis dalam membentuk kerangka permasalahan secara terfokus dan terstruktur, salah satunya dengan membuat *user persona* agar proses perancangan desain lebih terarah, tepat sasaran, dan sesuai dengan karakteristik penggunanya. Pemahaman yang diperoleh dari tahapan ini sangat penting dalam mengembangkan potensi ide serta menentukan strategi solusi desain yang relevan untuk meningkatkan kesadaran remaja dan juga orang tua terhadap bahaya *cyber grooming*.

3.2.3 Ideate

Kemudian pada tahapan yang ketiga ini, penulis merancang berbagai ide dan konsep sebagai solusi terhadap permasalahan *cyber grooming* yang telah dianalisis pada tahapan sebelumnya. Dengan berlandaskan pemahaman mendalam mengenai kebutuhan dan karakteristik pengguna, penulis

mengembangkan alternatif solusi dalam bentuk konsep pertancangan kampanye sosial.

Pengembangan ide dilakukan melalui tahapan *brainstorming* untuk menghasilkan dan menampung berbagai gagasan, penyusunan *mind map* guna mengorganisir pemikiran secara sistematis, penentuan *big idea* yang nanti akan menjadi landasan utama dalam proses desain, dan yang terakhir pembuatan sketsa awal dari gagasan dan *big idea* yang sudah ditentukan sebelumnya.

Tahapan ini bertujuan untuk menghasilkan rancangan yang selaras dengan preferensi, kebutuhan orang tua dan remaja dalam memahami topik *cyber grooming*. Sehingga kampanye sosial yang dihasilkan dapat menjadi media penyampaian pesan yang menarik, relevan, serta efektif dalam meningkatkan kesadaran dan antisipasi remaja dan orang tua terhadap risiko *cyber grooming*.

3.2.4 *Prototype*

Pada tahap ini, ide-ide dan visualisasi yang sudah dibuat sebelumnya dituangkan ke dalam bentuk representasi visual awal berupa kampanye sosial. *Prototype* ini berfungsi sebagai model sederhana yang memungkinkan penulis untuk melakukan pengujian awal terhadap konsep desain sebelum masuk ke tahap uji coba pengguna (*market validation*). Melalui pembuatan *prototype*, penulis dapat mengevaluasi sejauh mana rancangan kampanye sosial telah memenuhi kebutuhan pengguna serta melihat bagaimana target audiens berinteraksi dengan media yang sudah di rancang.

Prototype yang dihasilkan bersifat *semi-fungsional* dan akan disusun secara sederhana, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai alur dari kampanye sosial seperti media apa yang akan digunakan, tampilan visual, serta konten edukatif yang disajikan dalam media kampanye sosial. Tahapan ini menjadi langkah penting untuk mengidentifikasi kekurangan perancangan kampanye, memperbaiki elemen desain, serta memaksimalkan pengalaman pengguna sebelum kampanye sosial akan dikembangkan secara final.

3.2.5 *Test*

Selanjutnya di tahapan *test* ini, penulis akan melakukan pengujian terhadap *prototype* kampanye sosial kepada target pengguna yakni orang tua dengan rentan umur 45-53 tahun. Melalui tahapan ini, penulis dapat mengevaluasi sejauh mana rancangan yang telah dibuat mampu memenuhi kebutuhan pengguna serta menjawab permasalahan terkait edukasi pencegahan *cyber grooming*. Dari hasil pengujian ini, penulis memperoleh berbagai masukan dan *feedback* terkait efektivitas, tampilan visual, pesan yang disampaikan, maupun pemahaman konten yang disampaikan. Masukan-masukan tersebut menjadi dasar untuk melakukan pembaharuan dan penyempurnaan desain agar kampanye sosial dapat dibuat secara maksimal sebelum dikembangkan menjadi karya final.

Tahapan ini bersifat fleksibel dan interaktif, memungkinkan penulis untuk kembali meninjau serta memperbaiki tahapan-tahapan sebelumnya dalam proses *design thinking*, sehingga dapat menghasilkan solusi desain yang lebih relevan, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan target audiens

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan beberapa metode pengumpulan data seperti kuesioner pada target audiens, wawancara dengan narasumber ahli di bidang psikolog anak dan remaja dan orang tua, serta melakukan studi litelatur dan analisis media eksisting. Langkah ini dilakukan untuk memahami bagaimana remaja mengenali risiko *child grooming*, tantangan dalam proses edukasi, serta apa yang dibutuhkan agar mereka merasa lebih aman dan mengantisipasi topik ini. Selain itu, data yang diperoleh dapat membantu penulis menemukan pendekatan visual dan gaya penyampaian informasi yang dirasa paling cocok bagi remaja, sehingga media yang dirancang nantinya bisa tersalurkan dengan baik dan informatif.

3.3.1 Observasi Terfokus

Observasi terfokus merupakan metode yang bertujuan untuk mengamati, mengumpulkan dan menganalisis perlakuan, interaksi, serta

fenomena yang muncul dalam ruang digital, seperti forum *online*, *website*, maupun aplikasi seluler (Filsafat, 2024). Dalam penelitian ini observasi terfokus ini diterapkan untuk mengumpulkan data bagaimana pola interaksi yang rentan terjadi terhadap praktik *cyber grooming* serta menelusuri ketersediaan kampanye sosial serupa di *platform* digital. Observasi digital akan dilakukan dalam kurun waktu 1 bulan dengan fokus pada *platform* yang banyak diakses *target* audiens, seperti *Instagram*, *tiktok*, dan *facebook*. Observasi kampanye sosial terkait topik perlindungan anak maupun *cyber grooming*. Aspek yang diamati meliputi konten persuasi, pesan dan edukasi seperti apa yang beredar, komentar pengguna sebagai bentuk respon, serta sejauh mana kampanye atau media yang beredar dapat memberikan gambaran sejauh mana pesan tersebut mudah diterima oleh orang tua. Hasil dari observasi diharapkan dapat memberikan gambaran untuk penulis mengenai sejauh mana kampanye sosial dapat memberikan edukasi mengenai topik.

3.3.2 Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi antar dua orang yang dilakukan melalui tanya jawab dengan tujuan bertukar informasi maupun pengetahuan (Sugiyono, 2021: h.315). Melalui proses ini, penulis dapat memperoleh pemahaman secara lebih jelas mengenai suatu topik. Penulis akan melakukan wawancara dengan tiga narasumber yang berbeda. Pertama, psikolog anak dan remaja dipilih karena memiliki keahlian dalam memahami perkembangan kognitif serta psikologis *target* audiens, sehingga dapat memberikan wawasan mendalam mengenai kerentanan anak terhadap *child groomings* serta langkah kongkrit yang dapat mencegah hal tersebut terjadi sebelum terlambat menjadikan konten pada kampanye sosial yang dirancang. Kedua, wawancara dengan orang tua dilakukan untuk mengetahui sejauh mana komunikasi antar keluarga terkait pendidikan seks, batasan (*boundaries*) yang diajarkan, Ketiga, pihak pendidikan seperti guru atau pihak yang mengatur kurikulum sekolah untuk mengetahui apakah pendidikan seks atau *child grooming* itu sudah masuk dalam kegiatan pembelajaran. Data tersebut bermanfaat sebagai landasan dalam merancang kampanye sosial yang sesuai

dengan kebutuhan remaja, serta relevan dengan konteks keluarga dan sekolah sebagai lingkungan terdekat mereka.

3. Wawancara Psikolog Anak dan Remaja

Penulis akan mewawancarai ahli psikolog anak dan remaja untuk mendapatkan *insight* secara profesional mengenai *child grooming*, dampak dan *awareness* remaja, serta pendekatan psikologi yang tepat dalam menangani kasus tersebut. Pertanyaan wawancara yang akan ditanyakan oleh penulis:

Tabel 3.1 Pertanyaan Wawancara Psikolog Anak dan Remaja

No.	Pertanyaan
1.	Boleh disebutkan nama lengkap dan gelar akademik Ibu? Dan sudah berapa lama ibu menjadi psikolog?
2.	Boleh diceritain sedikit tentang pengalaman dan fokus Ibu dalam menangani kasus psikologi remaja?
3.	Apa yang dimaksud dari <i>child grooming</i> menurut sudut pandang psikologi?
4.	Apakah Ibu pernah menangani kasus yang berkaitan dengan <i>child grooming</i> atau kekerasan seksual terhadap remaja?
5.	Apakah ada perbedaan secara spesifik mengenai kekerasan seksual biasa dan <i>child grooming</i> ? Dan sebutkan faktor apa saja yang membuat remaja sering kali tidak sadar kalau dirinya sedang menjadi target <i>child grooming</i> ?
6.	Apakah ada kecenderungan remaja untuk merasa “takut dianggap berlebihan maupun sebelah mata” ketika curiga atau merasa tidak nyaman dengan sikap orang lain?
7.	Bagaimana biasanya modus operasi pelaku <i>child grooming</i> dalam menjebak remaja? Tahapannya atau pola apa yang biasanya dilakukan? (Mau itu secara <i>online</i> atau <i>offline</i>)
8.	Apakah ada dampak psikologis jangka pendek dan panjang dari kasus ini yang biasanya Ibu tangani?
9.	Apakah ada ciri-ciri khusus perilaku yang dapat dikenali ketika remaja menjadi korban atau target dari <i>child grooming</i> ?
10.	Menurut Ibu, sejauh mana pemahaman remaja saat ini tentang bahayanya <i>child grooming</i> ?
11.	Informasi seperti apa yang paling dibutuhkan remaja agar bisa lebih waspada terhadap <i>child grooming</i> ?

12.	Bagaimana cara menyampaikan informasi sensitif seperti topik ini agar tetap mudah dipahami remaja tanpa menimbulkan rasa takut atau trauma? Apakah ada pendekatan psikologis tertentu yang lebih efektif? (misalnya penggunaan ilustrasi, cerita, aktivitas interaktif)
13.	Apa yang sebaiknya dilakukan orang tua atau sekolah dalam mendukung proses edukasi mengenai <i>child grooming</i> ?
14.	Menurut pengalaman Ibu, apakah orang tua cukup memahami konsep dari <i>child grooming</i> dan bahayanya, atau justru masih ada yang menghiraukan? (misalnya orang tua menganggap itu sebagai ' <i>normal behaviour</i> ' atau mungkin anaknya pasti akan cerita kalau sedang <i>digrooming</i>)

4. Wawancara Orang Tua

Wawancara tersebut ditujukan kepada orang tua berumur 45-53 tahun yang mempunyai anak berusia 12-17 tahun disusun untuk menggali sejauh mana peran keluarga dalam memberikan pemahaman terkait pendidikan seks serta batasan diri (*boundaries*). Orang tua dipilih karena mereka figur utama yang berperan dalam membentuk pola pikir, sikap dan perlaku anak. Berikut merupakan pertanyaan yang akan ditanyakan:

Tabel 3.2 Pertanyaan Wawancara Orang Tua

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana biasanya Bapak/Ibu berkomunikasi dengan anak terkait topik yang bersifat sensitif, seperti privasi tubuh atau pendidikan seks?
2.	Apakah terdapat momen tertentu ketika anak bertanya tentang topik seksualitas atau batasan pergaulanan (<i>boundaries</i>)? Bagaimana respon Bapak/Ibu?
3.	Apakah Bapak/Ibu pernah menyampaikan ke anak mengenai bagian tubuh mana saja yang tidak boleh disentuh oleh orang lain, termasuk ke keluarga terdekat?
4.	Bagaimana cara Bapak/Ibu mengajarkan batasan perilaku yang boleh dan tidak boleh dilakukan orang lain kepada anak?
5.	Jika orang terdekat (misalnya kerabat atau keluarga teman) yang bersikap tidak wajar kepada anak, bagaimana Bapak/Ibu menanggapi atau memberikan arahan ke anak?

6.	Apakah Bapak/Ibu pernah mendengar istilah <i>child grooming</i> sebelumnya? Jika ya, menurut pemahaman Bapak/Ibu, apa itu <i>child grooming</i> ?
7.	Menurut Bapak/Ibu, seberapa besar kemungkinan ancaman <i>child grooming</i> bisa terjadi di lingkungan keluarga atau sekitar rumah?
8.	Apa langkah pencegahan yang sudah Bapak/Ibu lakukan agar anak lebih waspada terhadap potensi pelecehan seksual?
9.	Media seperti apa yang menurut Bapak/Ibu paling efektif digunakan untuk membantu anak anda memahami bahayanya <i>child grooming</i> ? (misalnya buku, cerita bergambar, video edukasi, dll) Dan informasi seperti apa yang ingin ada di dalamnya?

3. Wawancara Pihak Sekolah/Kurikulum

Wawancara dilakukan dengan pihak sekolah atau kurikulum untuk mengetahui sejauh mana lembaga pendidikan memberikan perhatian terhadap isu *child grooming* dalam konteks pembelajaran maupun program preventif di sekolah. Melalui wawancara ini, penulis dapat mengetahui keberadaan materi mengenai pendidikan seks, perlindungan diri, maupun bentuk sosialisasi yang mungkin sudah diterapkan. Berikut merupakan pertanyaan wawancara yang akan penulis tanyakan:

Tabel 3.3 Wawancara Pihak Kurikulum Sekolah

No.	Pertanyaan
1.	Apakah di sekolah Bapak/Ibu sudah ada kurikulum yang secara khusus membahas tentang pendidikan seks, perlindungan diri, atau <i>child grooming</i> ?
2.	Jika belum ada, apakah materi terkait topik ini pernah dibicarakan atau secara khusus pernah disisipkan dalam mata pelajaran lain? (misalnya PPKn, Biologim BK, atau Pendidikan agama)
3.	Pembahasannya dilakukan secara sekilas atau dijadikan BAB/materi tersendiri di dalam mata pelajaran tersebut?
4.	Apakah sekolah pernah mengadakan program khusus seperti seminar atau kerjasama dengan pihak luar (psikolog atau kepolisian) untuk membahas mengenai topik tersebut?

5.	Jika ada, materi apa saja yang biasanya dibahas dalam program tersebut? (misalkan fokus ke kesehatan reproduksi, perlindungan diri, batasan relasi atau khususnya membahas mengenai <i>child grooming</i>)
6.	Jika tidak, apakah ibu tertarik/berencana untuk mencari program secara khusus untuk bekal mahasiswa tentang bahayanya topik <i>child grooming</i> ?
7.	Menurut Ibu/Bapak apakah ada tantangan utama dalam menyampaikan edukasi tentang seksualitas dan perlindungan anak di sekolah?
8.	Seberapa sering/rutin biasanya sekolah membahas topik tersebut??
9.	Apakah remaja usia menengah sampai menengah atas sudah mempunyai pemahaman yang cukup tentang batasan diri dan bahaya <i>child grooming</i> ?

3.3.3 Kuesioner

Di tahapan ini, penulis akan menyebarkan kuesioner kepada remaja berusia 12-17 tahun dengan sebagai target audiens utama dalam penelitian ini khususnya di daerah Jabodetabek guna mengetahui pemahaman remaja terhadap *child grooming*. Penulis juga dapat mengevaluasi tingkat kesadaran remaja terhadap contoh kasus yang diberikan, apakah mereka sadar kalau pelaku juga bisa dari orang terdekat, serta bagaimana tanggapan mereka jika menghadapi peristiwa yang terlihat normal.

Tabel 3.4 Kuesioner Section 1

Section 1: Identitas Responden			
Pertanyaan		Metode pengisian	Jawaban
1.	Usia	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 12 – 14 • 15 – 17
2.	Jenis kelamin	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Perempuan • Laki-laki
3.	Jenjang pendidikan	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • SMP • SMA

Pada bagian pertama dari kuesioner, penulis ingin mengetahui beberapa informasi dasar tentang diri responden, seperti usia dan jenis kelamin. Data ini diperlukan penulis guna mencapai kebutuhan *target audiens* yang sesuai dengan target kampanye.

Tabel 3.5 Kuesioner Section 2

Section 2: Pemahaman Mengenai <i>Child grooming</i>			
Pertanyaan		Metode pengisian	Jawaban
1.	Apakah kamu pernah mendengar istilah <i>child grooming</i> ?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya pernah • Tidak pernah
2.	Dari mana kamu pertama kali mengetahui tentang <i>child grooming</i> ?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sekolah • Internet/media sosial • Orang tua/keluarga • Teman • Belum Pernah Tau sama sekali • Lainnya (<i>sesuai jawaban responden..</i>)
3.	Menurutmu, apakah <i>child grooming</i> bisa terjadi dalam lingkungan terdekat seperti keluarga (ayah, paman, kakak, dll)	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya, bisa • Tidak bisa • Tidak tahu
4.	Seberapa yakin kamu bisa mengenali tanda-tanda <i>child grooming</i> ?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sangat yakin • Cukup yakin • Tidak yakin • Sama sekali tidak tahu
5.	Menurutmu, apa saja tanda-tanda atau cara pelaku <i>child grooming</i> mendekati korban?	Paragraf	<i>Jawaban menurut responden...</i>
6.	Kalau misalnya kamu atau temanmu mengalami situasi yang	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Cerita ke orang tua • Cerita ke guru/konselor • Cerita ke teman sebaya

	mencurigakan, apa yang akan kamu lakukan? <i>(kalau tidak ada jawaban yang sesuai, boleh sebutkan di 'lainnya')</i>		<ul style="list-style-type: none"> • Diam saja • Semuanya saya pilih
7.	Apakah kamu tertarik untuk tahu lebih banyak tentang <i>child grooming</i> dan cara melindungi diri?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya, sangat tertarik • Tidak tertarik sama sekali

Di bagian kedua dari kuesioner, difokuskan untuk mengukur tingkat pemahaman responden mengenai *child grooming*. Diharapkan dapat memberikan gambaran sejauh mana remaja sudah mengenal istilah dan konsep *child grooming*.

Tabel 3.6 Kuesioner Section 3

Section 3: Awareness & Studi Kasus

Pertanyaan		Metode pengisian	Jawaban
1.	Kalau ada guru/teman lebih tua/orang dewasa yang sering memberikan hadiah ke murid tertentu atau kamu saja. Menurutmu, itu hal yang...	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Wajar saja • Tidak wajar • Tidak yakin
2.	Kalau ada anggota keluarga (misalnya ayah/paman/kakak sepupu) yang suka mengajak ngobrol pribadi terus menerus lewat chat/DM/bertemu langsung, menurutmu itu...	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Hal biasa • Perlu dicurigai • Tidak yakin

3.	Bagaimana kalau ada teman yang lebih tua/teman online yang sering memuji penampilanmu, lalu meminta foto pribadi?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Wajar saja • Tidak wajar • Tidak yakin
4.	Kalau ada orang dewasa di sekolah atau di lingkungan rumah yang selalu mencari cara untuk berduaan dengan kamu, menurut kamu itu?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Wajar • Berbahaya/tidak wajar • Tidak yakin
5.	Menurutmu bagaimana perasaanmu kalau ada orang dewasa (misalnya tetangga, pelatih, atau kerabat) yang sering menyentuh fisik (seperti mengelus kepala, memegang bahu, merangkul)..	<i>Tick box (multiple answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nyaman • Biasa saja • Tidak nyaman • Takut • Bingung • Lainnya (sesuai jawaban responden..)
6.	Kalau ada orang yang kamu kenal (misalnya keluarga jauh atau guru les) meminta kamu untuk menyimpan rahasia tertentu antara kalian berdua saja, menurutmu itu..	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Wajar saja • Tidak wajar • Tidak yakin
7.	Kalau ada seseorang (baik dikenal secara online maupun offline) yang berusaha mengajakmu berbicara perihal pribadi tentang	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Wajar saja • Tidak wajar • Tidak yakin

	tubuh atau seksualitas, menurutmu itu..		
8.	Kalau ada orang yang membuatmu tidak nyaman (walaupun masih keluarga) apa yang akan kamu lakukan..	<i>Tick box (multiple answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Cerita ke orang tua • Cerita ke guru/konselor • Cerita ke teman • Diam saja • Lainnya (<i>sesuai jawaban responden</i>)

Dibagian ketiga dari kuesioner ini difokuskan pada gambaran tentang sejauh mana remaja mampu mengenali tanda-tanda perilaku yang berpotensi mengarah ke *child grooming*, baik dalam lingkungan keluarga, sekolah. Diharapkan dapat memberikan data untuk mengetahui seberapa peka pengetahuan atau kesadaran mereka terhadap risiko tersebut.

Tabel 3.7 Kuesioner Section 4

Section 4: <i>Media Behavior and Recommendations</i>			
Pertanyaan		Metode pengisian	Jawaban
1.	Dalam skala 1 – 5 seberapa sering membaca atau melihat informasi tentang <i>child grooming</i> ?	<i>Likert</i>	Skala 1: Tidak sering Skala 5: Sering
2.	Dari mana biasanya kamu mengetahui/menemui informasi tersebut?	Kotak centang	<ul style="list-style-type: none"> • Buku cetak • <i>Ebook/PDF/modul sekolah</i> • Media sosial (<i>Instagram, Tiktok, Youtube</i>, dll) • <i>Website/artikel online</i> • Dari guru sekolah • Dari orang tua atau keluarga • Lainnya (<i>sesuai dengan jawaban responden..</i>)
3.	Pernahkan kamu mendapatkan penjelasan	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya, pernah • Tidak pernah

	di sekolah tentang <i>child grooming</i> atau kejahatan seksual terhadap anak/remaja?		
4.	Menurutmu, media apa yang paling mudah dipahami atau menarik untuk menjelaskan tentang <i>child grooming</i> ?	<i>Multiple choice (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> Media cetak <i>E-book</i> Lainnya (<i>sesuai dengan jawaban responden..</i>)
5.	Menurutmu, informasi atau konten seperti apa yang kamu butuhkan di dalam media informasi mengenai <i>child grooming</i> ? (<i>kalau ada tambahan, boleh diulis di 'lainnya'</i>)	<i>Check Box</i>	<ul style="list-style-type: none"> Informasi menyeluruh mengenai topik Tanda-tanda <i>child grooming</i> Cara melapor/melindungi diri Cara melapor/melindungi diri Tips and trick (do's and dont') Lainnya.. (<i>sesuai dengan jawaban responden</i>)
6.	Menurutmu, media informasi cetak akan menarik dimatamu jika...	<i>Check Box</i>	<ul style="list-style-type: none"> Banyak ilustrasi/gambar biar gampang dipahami Adanya aktivitas (misalnya teka teki, games, jurnaling, quiz) Penjelasan singkat dan jelas dalam bentuk teks Lainnya.. (<i>sesuai dengan jawaban responden</i>)

Dibagian terakhir dari kuesioner ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana remaja berusia 12-17 tahun sudah terekspos pada informasi mengenai *child grooming*, baik dari segi frekuensi, sumber, maupun peran institusi pendidikan, serta menggali preferensi media yang menarik. Bagian ini diharapkan dapat melihat apakah mereka sudah cukup paham mengenai topik

tersebut serta menjadi *insight* tambahan apakah materi itu sudah ada di terapkan di sekolah atau masih jarang.

3.4 Studi Referensi

Penulis akan melakukan studi referensi untuk menemukan inspirasi gaya visual, tata letak, pemilihan warna dan juga penggunaan tipografi yang sesuai dengan perancangan kampanye sosial. Referensi desain akan dikumpulkan ditelaah dan dianalisis dalam konteks media yang akan digunakan untuk kampanye penulis. Penggunaan metode ini terbukti dalam membantu penulis dalam mendesain media kampanye yang akan dipakai secara efektif dan relevan dengan target audiens, khususnya dalam meningkatkan kesadaran tentang *cyber grooming*.

3.5 Studi Eksisting

Studi eksisting akan dilakukan dari mencari buku dengan tema yang sama mengenai edukasi pencegahan *cyber grooming* dan perlindungan anak. Tujuannya dilakukannya studi eksisting ini untuk melihat bagaimana media yang relevan dalam memberikan pemahaman, konten, pendekatan visual, dan cara penyampaian pesan ke audiens agar menghindari pendekatan yang kurang efektif dan dapat dikembangkan menjadi ide yang lebih sesuai dengan karakteristik target audiens. Dengan menggunakan proses pendekatan SWOT untuk membandingkan berbagai kampanye dan media yang fokusnya kepada *cyber grooming*.