



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kekerasan terhadap anak bukanlah sebuah isu yang baru, namun memiliki nilai prioritas yang sangat tinggi untuk dibicarakan. Hasanah (2013, h.16) menegaskan bahwa diskursus terkait kekerasan terhadap perempuan dan anak menjadi isu yang saat ini banyak diperbincangkan seiring dengan perkembangan zaman yang semakin memperhatikan Hak-Hak Asasi Manusia (HAM). Mulai dari kalangan praktisi, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), akademisi dan masyarakat luas, dewasa ini mulai menyadari bahwa pelanggaran HAM merupakan sebuah bentuk pelanggaran yang paling kejam.

Meskipun demikian, realitas lapangan sering kali memberikan gambaran terkait betapa masih banyaknya kasus-kasus kekerasan terhadap anak. Tindakan kekerasan terhadap anak ini terjadi di hampir seluruh lingkaran sosial, mulai dari lingkaran keluarga, pertemanan, bahkan pendidikan. Bentuknya dapat berupa kekerasan secara fisik yang seringkali mengakibatkan trauma fisik, maupun kekerasan secara psikologis yang cenderung bersifat permanen dan sulit hilang meskipun anak tersebut telah tumbuh dewasa.

Lawson (dalam Huda, 2008, h.87) mengategorikan bentuk-bentuk kekerasan anak ke dalam lima jenis kekerasan yang berbeda, yakni kekerasan secara fisik (*physical abuse*), kekerasan secara emosional (*emotional abuse*), pengabaian

(*neglect*), kekerasan seksual (*sexual abuse*), dan komersialisasi. Hal tersebut memberikan ilustrasi terkait banyaknya potensi dan bentuk kekerasan terhadap anak yang dapat terjadi. Kekerasan terhadap anak tidak hanya terjadi secara kasat mata saja, hal-hal sederhana yang tak kasat mata pun dapat menjadi peluang untuk terjadinya tindak kekerasan.

Corby (2006, h.79) menjelaskan bahwa kekerasan terhadap anak merupakan konstruksi yang didefinisikan secara sosial. Kekerasan merupakan produk budaya dalam konteks tertentu dan fenomena ini dapat berubah kapan saja. Dengan demikian, hal yang dianggap kejam dalam masyarakat tertentu pada rentang waktu tertentu bisa berubah maknanya seiring berjalannya waktu. Kekerasan terhadap anak secara sederhananya seringkali merupakan produk budaya yang tanpa kita sadari merupakan bentuk pelanggaran hak-hak anak. Dimulai dari budaya mendisiplinkan anak dengan menggunakan ancaman-ancaman sederhana hingga kekerasan fisik atau bahkan melibatkan jenis kekerasan lainnya.

Sekecil apapun bentuk kekerasan yang dilakukan selalu memiliki dampak terhadap anak. Dampak yang dapat ditimbulkan dari perilaku kekerasan terhadap anak ini sifatnya beragam, mulai dari yang dapat disembuhkan (jangka pendek) hingga yang bersifat permanen (jangka panjang). Meskipun beberapa trauma dapat disembuhkan, terutama yang bersifat jangka pendek seperti luka fisik berupa lebam atau goresan, rasa sakit yang harus dirasakan dan dihadapi oleh anak dalam usia sangat dini haruslah tetap dihitung.

Abdullah (2010, h.70) menganalisis bahwa setidaknya ada sembilan dampak jangka panjang yang dapat ditimbulkan dari aksi kekerasan terhadap anak, antara lain: 1) cacat tubuh permanen, 2) kegagalan belajar, 3) gangguan emosional bahkan dapat menjurus pada gangguan kepribadian, 4) konsep diri yang buruk dan ketidakmampuan untuk mempercayai atau mencintai orang lain, 5) pasif dan menarik diri dari lingkungan serta takut membina hubungan baru dengan orang lain, 6) agresif dan kadang-kadang melakukan tindakan kriminal, 7) menjadi penganiaya ketika dewasa, 8) menggunakan obat-obatan ketika dewasa, dan 9) kematian.

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat jelas bahwa konsekuensi yang dapat ditimbulkan dari perilaku kekerasan terhadap anak sangat memprihatinkan dan mengesankan. Anak yang menjadi korban kekerasan tidak dapat bertumbuh kembang sebagaimana anak normal lainnya jika tidak dilakukan pendampingan khusus. Anak akan memiliki kesulitan-kesulitan tertentu dalam bersosialisasi dan memiliki pandangan atas realitas dunianya sendiri yang ditimbulkan dari trauma masa lalunya. Semakin dini usia anak dalam menerima trauma, semakin besar dan lama pula hal tersebut berdampak pada dirinya.

Kasus kekerasan terhadap anak ini menjadi fenomena global yang masih berlangsung hingga saat ini. Ark of Hope For Children (2016, para.2) mendata bahwa setiap tahunnya terdapat tidak kurang dari 40 juta anak di seluruh dunia yang menjadi subjek kekerasan. 1.850 anak meninggal setiap tahunnya dikarenakan berbagai macam bentuk kekerasan. Diperkirakan sekitar 60% anak-anak yang meninggal akibat kekerasan tidak tercatat secara administratif dalam sertifikat kematian. Sampai

hari ini, enam anak melakukan aksi bunuh diri akibat perlakuan kekerasan yang diterimanya. Secara lebih ekstremnya lagi, Compassion (2017, para.1) mempublikasikan bahwa seperempat orang dewasa dari keseluruhan populasi dunia pernah menjadi korban kekerasan semasa kecilnya. Satu dari lima wanita dewasa dan satu dari 13 pria dewasa melaporkan bahwa mereka menjadi korban kekerasan seksual semasa kecilnya.

Sementara itu, kasus kekerasan terhadap anak di Indonesia juga mencapai angka yang sangat tinggi. Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI, 2016) menyatakan bahwa kasus pelecehan seksual pada anak di Indonesia meningkat hingga mencapai angka 100% dari tahun 2013 hingga tahun 2014. KPAI (2016, para.1-2) juga mempublikasikan bahwa per akhir Desember 2016, tercatat ada 1000 kasus kekerasan pada anak dengan 136 kasus diantaranya merupakan kasus kekerasan *cyber*. UNICEF (2015, para.9) memaparkan bahwa per akhir tahun 2015, ditemukan masih banyaknya kasus kekerasan terhadap anak secara luas di Indonesia. Sebanyak 40% anak dengan usia 13-15 tahun melaporkan pernah mengalami kekerasan secara fisik setidaknya sebanyak satu kali dalam setahun. 26% anak melaporkan mendapatkan hukuman fisik dari orang tua atau pengasuhnya.

Banyaknya data terkait kasus kekerasan anak yang terjadi secara global dan nasional tersebut menjelaskan bahwa betapa kasus kekerasan terhadap anak ini menjadi sebuah penyakit sosial yang sangat kronis dan perlu untuk segera diakhiri. Sehingga, isu ini tidak hanya sekedar patut untuk diperbincangkan tetapi juga mendesak untuk diselesaikan. Sejalan dengan semakin maraknya kasus kekerasan

terhadap anak, lahirlah organisasi-organisasi nonprofit yang secara spesifik berfokus untuk memperjuangkan kesejahteraan dan hak-hak anak. Perkembangan organisasi nonprofit ini didasari oleh sebuah bentuk tanggungjawab sosial yang pada akhirnya memiliki jaringan yang luas. Berdasarkan penjelasan Prewitt (dalam Anheier, 2005, h.175), organisasi nonprofit memiliki empat fungsi, yaitu: 1) redistribusi (contoh: menyalurkan dana), 2) efisiensi (organisasi mengelola dan mengalokasikan dana dengan lebih baik dari sektor-sektor lainnya), 3) perubahan sosial, dan 4) pluralisme.

Wahana Visi Indonesia merupakan salah satu organisasi nonprofit yang berkomitmen untuk mengupayakan kesejahteraan dan pemenuhan hidup anak seutuhnya. Organisasi ini berdiri sejak tahun 1998 dan sangat aktif terlibat dalam berbagai upaya pengembangan dan advokasi anak hingga saat ini. Wahana Visi Indonesia memiliki jaringan yang sangat luas yang tersebar di seluruh Indonesia dan telah memiliki delapan kantor perwakilan di provinsi-provinsi strategis Indonesia. Wahana Visi Indonesia adalah perpanjangan tangan dan mitra kerja dari World Vision International, yang merupakan organisasi nonprofit sejenis namun bergerak dalam lingkup global. Kerjasama kedua organisasi ini dilaksanakan melalui pengimplementasian berbagai program pengembangan dan perlindungan hak-hak anak.

Salah satu program yang tengah digalakkan oleh World Vision International adalah kampanye "*It Takes A World To End Violence Against Children*". Kampanye ini bertujuan untuk membangun gerakan global agar masyarakat secara bersama-sama turut serta untuk menindaklanjuti kekerasan yang terjadi terhadap anak dalam bentuk

apapun. Kampanye ini sudah mulai berjalan sejak tahun 2016 dan semakin memperbesar cakupannya hingga ke seluruh dunia, salah satunya Indonesia. Proyeksi World Vision International (2017, para.7) adalah untuk menginspirasi gerakan global yang diimplementasikan melalui kampanye penghapusan kekerasan terhadap anak sesuai dengan konteks negara masing-masing. Tidak kurang dari 100 negara persebaran World Vision diharapkan menginisiasi gerakan ini di wilayah masing-masing kedepannya.

World Vision International mendukung terlaksananya pembangunan global sesuai dengan kesepakatan yang ditandatangani oleh negara-negara yang tergabung dalam Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) melalui program *Sustainable Development Goals* (SDGs). Program-program SDGs ini akan terus diupayakan oleh setiap negara dan para pemangku kepentingan secara global sampai dengan tahun 2030 mendatang (United Nations, 2015). Dalam program SDGs tersebut, terdapat beberapa agenda penting yang akan dijalankan terkait kesejahteraan dan pemenuhan hak-hak anak untuk hidup dengan aman dan nyaman. Kampanye "*It Takes A World To End Violence Against Children*" adalah salah satu upaya untuk pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan tersebut melalui bentuk advokasi anak.

Seperti yang telah disinggung sebelumnya, Wahana Visi Indonesia yang merupakan mitra sekaligus perpanjangan tangan dari World Vision International, memiliki komitmen yang sama terkait dengan pelaksanaan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Wahana Visi Indonesia berkomitmen serta bertanggungjawab atas implementasi kampanye "*It Takes A World To End Violence Against Children*"

di Indonesia yang diluncurkan pada tahun 2017 ini. Peluncuran kampanye tersebut di Indonesia diterjemahkan dengan nama “Penghapusan Kekerasan Terhadap Anak” dengan *tagline* “Akhiru Kekerasan Terhadap Anak Dimulai Dari Saya”. Visi dan misi organisasi dalam pelaksanaan kampanye “Penghapusan Kekerasan Terhadap Anak” ini bersinggungan dengan poin ke-16 dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, yakni berkurangnya kesenjangan. Fokus utama yang diangkat oleh Wahana Visi Indonesia adalah terkait pengurangan kesenjangan agar anak terbebas dari permasalahan kekerasan fisik (*physical abuse*) dan kekerasan seksual (*sexual abuse*).

Kampanye “Penghapusan Kekerasan Terhadap Anak” dibagi ke dalam dua agenda spesifik, yakni peluncuran kampanye secara internal dan peluncuran kampanye secara eksternal. Kampanye ini mulai dilaksanakan pada tahun 2017 dan akan terus berlanjut sampai dengan lima tahun ke depan. Peluncuran kampanye “Penghapusan Kekerasan Terhadap Anak” dijalankan secara internal di organisasi Wahana Visi Indonesia guna membangun pemahaman yang komprehensif serta sikap kolektif setiap anggota organisasi. Tujuan utama dari peluncuran kampanye internal ini adalah untuk membangun pemahaman dan komitmen anggota organisasi untuk tidak melakukan tindak kekerasan kepada anak dan menjadi Duta Penghapusan Kekerasan Terhadap Anak (Duta PKTA) dalam setiap level lingkungan sosial.

Program kampanye internal ini diterjemahkan ke dalam bentuk pelatihan dan pengkondisian kepada anggota organisasi sebelum menjadi Duta PKTA. Dalam pelaksanaan peluncuran kampanye internal ini, komunikasi memiliki peranan sentral dalam setiap aktifitas organisasi. Komunikasi menjadi nafas yang tanpanya, suatu

organisasi tidak akan bisa hidup. Kampanye internal yang efektif akan sangat dipengaruhi oleh penyampaian komunikasi dalam organisasi. Rahmanto (2004, h.59) memaparkan bahwa komunikasi dalam suatu organisasi ditujukan untuk kepentingan bersama. Proses komunikasi ini memungkinkan kita untuk menciptakan persamaan pengertian, ide, pemikiran, dan sikap tingkah laku.

Papa, Daniels, dan Spiker (2008, h.37) menambahkan bahwa setiap organisasi memiliki kecenderungan untuk mendorong peran dan menetapkan ekspektasi tertentu terhadap kebiasaan setiap individu dalam organisasi, agar mereka dapat menjadi representatif yang baik bagi organisasi. Sebagaimana yang terjadi dalam peluncuran kampanye “Penghapusan Kekerasan Terhadap Anak” ini, Wahana Visi Indonesia berupaya untuk membangun pemahaman serta mendorong setiap anggota organisasi untuk berkomitmen dalam memerangi kekerasan terhadap anak di mulai dari diri sendiri dan pada akhirnya menjadi Duta PKTA.

Komunikasi internal adalah upaya manajemen untuk menyampaikan pesan-pesan dan informasi melalui keseluruhan struktur organisasi kepada setiap anggota organisasi atau grup-grup tertentu dalam organisasi (Papa, Daniels, dan Spiker, 2008, h.354). Melalui peluncuran kampanye internal ini, terdapat pesan-pesan dan nilai-nilai yang ingin ditransfer oleh organisasi kepada seluruh anggota Wahana Visi Indonesia. Dengan harapan agar anggota organisasi memahami dan melakukan internalisasi terhadap pesan yang diberikan.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan sebuah riset evaluasi terkait program kampanye internal “Penghapusan Kekerasan Terhadap Anak” dalam membangun

komitmen anggota untuk menjadi Duta PKTA. Gregory (2010, h.157) menjelaskan bahwa evaluasi adalah kegiatan untuk memantau suatu program dan menganalisis hasil akhir program tersebut. Tidak hanya itu saja, evaluasi juga merupakan sebuah langkah periodik untuk mengidentifikasi perubahan strategis yang perlu dilakukan terkait program yang telah dilaksanakan.

Dengan demikian, penelitian ini akan menjelaskan tentang bagaimana hasil evaluasi program kampanye internal yang telah dijalankan dalam bentuk pelatihan dan pengkondisian kepada anggota organisasi Wahana Visi Indonesia. Peneliti akan mengevaluasi keseluruhan proses kampanye, yakni mulai dari perencanaan, implementasi dan dampak yang dihasilkan melalui kampanye ini kepada anggota organisasi. Penelitian ini dianggap penting untuk diteliti dengan pertimbangan bahwa evaluasi merupakan sebuah proses yang sangat penting dalam setiap kegiatan. Hasil evaluasi akan berguna bagi organisasi untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan suatu kampanye. Evaluasi ini juga berguna untuk menetapkan *benchmark* pada pengimplementasian kampanye-kampanye selanjutnya serta untuk mengetahui apakah metode komunikasi yang digunakan sudah tepat untuk mencapai tujuan.

Wahana Visi Indonesia menjadi subjek penelitian karena peneliti melihat bahwa adanya upaya-upaya yang secara kontinu dilakukan oleh organisasi dalam pemenuhan kesejahteraan anak. Terlebih karena isu yang diangkat dalam penelitian ini adalah isu kekerasan terhadap anak. Peneliti menilai bahwa Wahana Visi Indonesia menjadi subjek yang sangat sesuai dengan isu yang diangkat. Kasus program kampanye internal “Penghapusan Kekerasan Terhadap Anak” secara

spesifik dipilih oleh peneliti guna memahami bagaimana situasi dan proses komunikasi yang terjadi dalam upaya membangun komitmen setiap anggota organisasi untuk menjadi Duta PKTA.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagai sebuah organisasi nonprofit yang menangani isu-isu terkait kesejahteraan anak, Wahana Visi Indonesia berkomitmen untuk membangun sebuah pemahaman komprehensif terkait persoalan kekerasan terhadap anak. Lebih jauh lagi, Wahana Visi Indonesia berupaya mengajak setiap anggota organisasi untuk berkomitmen menjadi Duta PKTA di dalam setiap level lingkaran sosial. Maka dari itu, Wahana Visi Indonesia mengajak seluruh anggota organisasi untuk ikut terlibat dalam kampanye “Penghapusan Kekerasan Terhadap Anak”. Perencanaan kampanye internal Wahana Visi Indonesia dengan pemilihan media dan eksekusi yang tepat akan berdampak pada pencapaian tujuan yang signifikan yakni untuk membangun pemahaman dan sikap anggota organisasi melalui komitmen pribadi.

Dengan mempertimbangkan hal tersebut, maka rumusan masalah yang diajukan adalah: “Bagaimanakah evaluasi program kampanye internal Wahana Visi Indonesia dalam membangun komitmen untuk menjadi Duta Penghapusan Kekerasan Terhadap Anak?” Jawaban dari pertanyaan ini akan diperoleh dengan melakukan evaluasi terhadap serangkaian metode komunikasi yang digunakan dalam peluncuran kampanye internal.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan mengevaluasi program kampanye internal dalam membangun komitmen anggota untuk menjadi Duta PKTA. Program kampanye internal ini diimplementasikan melalui pelatihan “Penghapusan Kekerasan Terhadap Anak” yang dilakukan oleh Wahana Visi Indonesia yang diharapkan mampu membangun pemahaman dan komitmen anggota organisasi. Dengan demikian, batasan penelitian ini adalah sampai dengan pengukuran terhadap pembentukan sikap berupa komitmen anggota organisasi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini akan memberikan gambaran terkait komunikasi internal organisasi nonprofit yang dijalankan dengan strategi kampanye *Public Relations*. Penelitian ini diharapkan mampu menambah pemahaman terkait riset evaluasi program komunikasi melalui pengimplementasian kampanye internal.

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

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini akan memberikan pemahaman kepada organisasi nonprofit dalam menjalankan komunikasi internal melalui implementasi kampanye sebagai upaya untuk membangun pemahaman dan sikap anggota organisasi terkait permasalahan sosial tertentu. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan untuk organisasi Wahana Visi Indonesia. Terutama terkait bagaimana kampanye internal harus disampaikan dengan serangkaian metode yang tepat untuk mampu membangun komitmen anggota organisasi agar bersedia untuk berkontribusi mengatasi permasalahan yang diangkat.

