



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 V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang dijabarkan, penulis membuat sebuah perancangan kampanye sosial tentang peran masyarakat dalam usaha penanganan ketika anak mengalami kekerasan seksual dengan judul PEKA. Peka merupakan singkatan dari Peduli Korban Kekerasan Seksual Anak. Konsep dari perancangannya memiliki *big idea* 'melihat yang tidak terlihat'. Maksud dari konsep adalah bagaimana kita dapat peduli, percaya dan ikut merasakan luka yang dialami oleh anak yang menjadi korban kekerasan seksual serta membantunya untuk melewati kejadian tidak menyenangkan tersebut. Sehingga tujuan dari kampanye dapat tercapai, yaitu anak korban kekerasan seksual dapat pulih kembali dan menghadapi masa depannya yang masih panjang.

Visualisasi menggunakan fotografi karena berdasarkan Langford (2011) akan lebih menimbulkan kepercayaan bagi yang melihatnya karena berdasarkan kenyataan. *Mood* juga lebih tergambar. Visualisasi juga tidak secara harafiah karena permasalahan mengandung etika didalamnya sehingga tidak menampilkan secara literal wajah korban kekerasan seksual.

Tahapan kampanye yang dibuat oleh penulis adalah *attention*, *interest*, *desire*, dan *action*. Media yang digunakan merupakan media menengah ke bawah berdasarkan target khalayak. Kondisi permasalahan sesuai dengan data yang dikumpulkan yang lebih khusus dan intensif membuat penulis tidak menggunakan

media yang benar-benar ditaruh di tempat umum. Penyebaran media dilakukan di puskesmas-puskesmas dan RSCM serta event-event yang berkaitan dengan kekerasan seksual. Pada tahap *attention* dan *action*, media utamanya adalah poster. Pada tahap *interest desire*, media utama yang digunakan seperti brosur yang memiliki keuntungan dapat dibawa pulang dan dibaca kembali. Media pendukung lainnya adalah merchandise, seperti notebook, pin, kaos, mug, pen, gantungan kunci.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis memberi saran untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian masalah serupa untuk melakukan observasi kasus ini di daerah lain. Pada penelitian ini, penulis hanya melakukan observasi di daerah Jakarta. Tentu kasus seperti ini di daerah lain banyak terjadi juga. Sehingga tidak hanya wilayah Jakarta yang dapat tertangani.

U
M
M
N