



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

Angka kasus kekerasan terhadap perempuan (KTP) semakin meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan Catatan Tahunan (CATAHU) Komnas Perempuan (2015), diketahui bahwa pada 2014 terdapat 293.220 kasus KTP. Dalam catatan tersebut, kekerasan terhadap perempuan dibagi menjadi tiga bagian dengan kekerasan dalam rumah tangga/relasi personal (KDRT/RP) sebanyak 8.626 kasus. Kekerasan dalam rumah tangga sendiri dibagi ke dalam empat kategori, yaitu kekerasan fisik, kekerasan psikis, kekerasan seksual, dan kekerasan ekonomi. Menurut CATAHU Komnas Perempuan (2015), kekerasan yang paling banyak terjadi di Indonesia adalah kekerasan fisik dengan jumlah 3.410 kasus, diikuti kekerasan psikis sebanyak 2.444 kasus, kekerasan seksual sebanyak 2.274 kasus, dan yang terendah adalah kekerasan/penelantaran ekonomi dengan jumlah 498 kasus. Walaupun tidak menempati posisi tertinggi, kekerasan psikis umumnya merupakan awal dari ketiga jenis kekerasan lainnya. Selain itu, Wahyuni selaku Wakil Ketua Komnas Perempuan dalam wawancara dengan penulis pada tanggal 21 September 2015 menjelaskan bahwa terdapat dua alasan kekerasan psikis sulit dideteksi karena kekerasan ini tidak meninggalkan luka fisik dan perempuan seringkali tidak menyadari ia mengalami kekerasan psikis.

Menurut Wahyuni, salah satu penyebab utama kekerasan terhadap perempuan adalah budaya patriarki yang telah mendarah daging dalam sebagian besar kehidupan masyarakat Indonesia. Budaya ini memosisikan laki-laki sebagai makhluk yang memiliki nilai lebih dibanding perempuan. Pandangan inilah yang membuat perempuan dipandang sebagai objek dan mengakibatkan terjadinya kekerasan. Yudy (n.d.) menambahkan bahwa patriarki juga membuat wanita memandang rendah kaumnya sendiri. Tanpa mereka sadari, kebanyakan wanita menempatkan diri mereka pada posisi yang lebih rendah. Budaya ini memaksa subordinasi perempuan terhadap laki-laki, salah satunya dapat dilakukan melalui kekerasan. Wahyuni menjelaskan bahwa kekerasan yang dialami istri dapat menyebabkan frustrasi dan stres. Pada banyak kasus, hal ini dapat membuat istri melampiaskan perasaannya pada anak.

Walaupun angka pengaduan kasus KDRT semakin tinggi, tetapi Indraswi yakin bahwa masih banyak perempuan yang masih belum berani melaporkan kekerasan yang dialaminya (Rahadian, 2015). Bahkan terkadang wanita tidak sadar bahwa dirinya adalah korban kekerasan psikis. Menurut Wahyuni, kampanye sosial mengenai KDRT, terutama kekerasan psikis, masih sangat jarang. Menurut Wahyuni, hal ini dikarenakan kurangnya dana dari pemerintah, serta sedikitnya desainer yang mengerti permasalahan kekerasan dan tertarik untuk mengkampanyekannya. Melihat fakta ini, penulis akan melakukan perancangan kampanye sosial agar perempuan dan laki-laki sadar bahwa ia bisa menjadi korban dan pelaku kekerasan psikis. Karena itu, penulis mengajukan Tugas Akhir

dengan judul Perancangan Kampanye Sosial Mencegah Kekerasan Psikis Suami Terhadap Istri.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, penulis akan mengajukan rumusan masalah sebagai berikut yaitu:

1. Bagaimana merancang kampanye sosial untuk mencegah kekerasan psikis suami terhadap istri di wilayah Jakarta?
2. Bagaimana pemilihan media untuk visualisasi kampanye sosial mencegah kekerasan psikis suami terhadap istri di wilayah Jakarta?

1.3. Batasan Masalah

Adapun penelitian ini dibatasi oleh beberapa hal berikut:

1. Karena luasnya lingkup permasalahan KTP, penulis membatasi pembahasan pada kekerasan psikis suami terhadap istri yang bersifat verbal.
2. Berdasarkan CATAHU Komnas Perempuan 2015, penulis menentukan target audiens kampanye sosial sebagai berikut sebagai berikut:

1. Target primer

a. Demografis

- Usia : 25-30 tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Pekerjaan : Pekerja kantoran, wirausahawan

- Tingkat sosial-ekonomi : AB. Hal ini didasarkan pada wawancara dengan narasumber yang menyatakan bahwa kekerasan psikis umumnya dilakukan oleh kalangan SES AB.

b. Geografis

Jakarta, hal ini didasari oleh laporan tahunan Komnas Perempuan yang menyebutkan bahwa Jakarta merupakan provinsi dengan jumlah laporan kekerasan terbanyak yaitu 1.992 kasus.

c. Psikografis

Pengantin pria, pekerja kantor, memiliki usia pernikahan di bawah 5 tahun, memiliki gaya hidup modern, memiliki rasa peduli yang tinggi, belum memahami kekerasan psikis.

2. Target sekunder

d. Demografis

- Usia : 25-30 tahun
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Pekerjaan : Ibu rumah tangga
- Tingkat sosial-ekonomi : AB. Hal ini didasarkan pada wawancara dengan narasumber yang menyatakan bahwa kekerasan psikis umumnya dilakukan oleh kalangan SES AB.

e. Geografis

Jakarta, hal ini didasari oleh laporan tahunan Komnas Perempuan yang menyebutkan bahwa Jakarta merupakan provinsi dengan jumlah laporan kekerasan terbanyak yaitu 1.992 kasus.

f. Psikografis

Pengantin wanita, tidak bekerja, seorang ibu rumah tangga, memiliki usia pernikahan di bawah 5 tahun, memiliki gaya hidup modern, memiliki rasa peduli yang tinggi, belum memahami kekerasan psikis.

1.4. Tujuan Penelitian Tugas Akhir

Mengacu pada rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan dari perancangan kampanye sosial ini adalah:

1. Merancang kampanye sosial untuk mencegah kekerasan psikis suami terhadap istri di Jakarta.
2. Memilih media untuk visualisasi kampanye sosial mencegah kekerasan psikis suami terhadap istri di Jakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai fenomena KDRT di Jakarta, khususnya mengenai kekerasan psikis terhadap istri.

2. Bagi masyarakat

Memberi informasi bagi masyarakat mengenai kekerasan psikis terhadap istri, serta untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Jakarta terhadap bahaya kekerasan psikis.

3. Bagi universitas

Menjadi bahan edukasi bagi akademisi dan praktisi dalam penelitian dan penulisan laporan tugas akhir mereka.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Menurut Gunter (2000), pengumpulan data dilakukan dengan beberapa metode:

1. Data primer

Pengumpulan data primer yang dilakukan penulis adalah melalui wawancara. Menurut Sudjarwo dan Basrowi (2009), wawancara adalah kegiatan tanya jawab dengan responden yang berkaitan dengan topik yang akan diangkat. Metode ini dilakukan untuk mendapatkan data yang diperlukan (hlm.165). Menurut Gunter (2000), terdapat dua jenis wawancara, yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan wawancara tak terstruktur. Dalam wawancara tak terstruktur, pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara bersifat luas dan merupakan pertanyaan terbuka (hlm. 26). Narasumber penulis dalam penelitian ini adalah Dr. Dra. Budi Wahyuni, MM, MA, wakil ketua Komnas Perempuan dan Reynitta Poerwito, Bach. of Psych., M. Psi., seorang psikolog klinis. Tujuan wawancara ini adalah untuk mengumpulkan informasi mengenai kekerasan psikis terhadap istri di Indonesia.

2. Data sekunder

Untuk mendukung kelengkapan data penelitian, penulis menggunakan metode studi literatur atau yang dapat disebut sebagai dokumentasi. Menurut Sudjarwo dan Basrowi (2009), dokumentasi adalah metode mengumpulkan data yang telah tersedia dalam suatu dokumen (hlm. 161). Metode ini digunakan dalam mencari informasi-informasi dalam CATAHU Komnas Perempuan 2015, media buku, *e-book*, dan internet.

1.7. Metode Perancangan

Landa (2010) menjelaskan ada lima tahap dalam proses mendesain. Penulis akan merancang visualisasi kampanye sosial dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Orientasi/pengumpulan data

Tahap awal ini melibatkan pedoman yang akan digunakan dalam penelitian, seperti mempelajari isu masyarakat, organisasi, audiens, dan lain-lain. Tahap ini juga meliputi pengumpulan data dan informasi, pertemuan, dan riset pasar. Pada tahap ini, penulis meneliti fenomena yang terjadi di masyarakat dan membuat pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan.

2. Penganalisisan

Setelah tahap awal selesai, penulis menganalisis informasi-informasi yang telah didapatkan dan membuat perencanaan dasar untuk kampanye sosial. Perencanaan dasar tersebut meliputi memikirkan tujuan kampanye, pesan yang ingin disampaikan, menentukan audiens, dan sebagainya.

3. Pembuatan konsep

Pada tahap ini, penulis mulai membuat konsep untuk desain kampanye sosial. Konsep ini akan menjadi pedoman penulis dalam menentukan desain dan media yang akan digunakan.

4. Pengembangan desain

Penulis membuat sketsa berisi gambaran kasar mengenai ide desain. Penulis membuat beberapa alternatif sketsa yang kemudian akan dipilih.

5. Pengeksekusian

Tahap ini adalah terakhir dalam pembuatan kampanye sosial mengenai kekerasan terhadap istri. Yang dimaksud pengeksekusian adalah tahap mendigitalkan karya dan mencetaknya.

UMMN

1.8. Skematika Perancangan

