

## PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG PELECEHAN SEKSUAL TERHADAP PEREMPUAN PADA MEDIA SOSIAL

Safyra Fajari Oktafiana<sup>1</sup>, Nova Kristiana<sup>2</sup>

Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
safyra.17021264090@mhs.unesa.ac.id

<sup>2</sup> Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
novakristiana@unesa.ac.id

### Abstrak

Masalah tentang pelecehan seksual sampai sekarang masih dianggap oleh sebagian orang menjadi masalah personal biasa, padahal grafik banyaknya pelecehan di Indonesia terus meningkat. Pada tahun 2020 di masa pandemi jenis pelecehan seksual secara *online* di media sosial melonjak tinggi. Perancangan kampanye ini berupa poster dengan target audiens pada perancangan ini adalah calon korban, korban, dan pelaku pelecehan yang rata-rata remaja berusia 17-24 tahun. Didasari hal tersebut maka dibuat sebuah perancangan kampanye guna mengurangi tindakan pelecehan di media sosial yang bekerjasama dengan pihak Kekerasan Gender Berbasis *Online* (KBGO). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif, pengumpulan data, menganalisis data menggunakan 5W1H. Dari analisis data yang didapat, disusun konsep perancangan, dan visualisasi karya hingga final desain. Final desain divalidasi oleh KBGO. Hasil perancangan kampanye sosial ini berupa infografis data pelecehan seksual *online* dan yang berupa poster berisi informasi mengenai cara mencegah dan melaporkan, perancangan ini diterapkan melalui media sosial *Instagram*. Perancangan ini diharapkan mengurangi kasus pelecehan seksual dan meningkatkan tingkat kesadaran masyarakat.

**Kata kunci:** kampanye, pelecehan, seksual, online, media sosial.

### Abstract

*The issue of sexual harassment is still considered by some to be an ordinary personal problem, even though the graph of the number of harassment in Indonesia continues to increase. In 2020, during the pandemic, the types of online sexual harassment on social media soared. The design of this campaign is in the form of a poster with the target audience in this design are potential victims, victims, and perpetrators of harassment, the average is teenagers aged 17-24 years. Based on this, a campaign design was made to reduce acts of harassment on social media in collaboration with Online Gender Based Violence (KBGO). The methods used in this study are qualitative methods, data collection, and data analysis using 5W1H. From the analysis of the data obtained, the draft design concept, and visualization of the work until the final design. Final design validated by KBGO. The results of this social campaign design are in the form of infographics on online sexual harassment data and posters containing information on how to prevent and report, this design is implemented through Instagram social media. This design is expected to reduce cases of sexual harassment and increase the level of public awareness.*

**Keywords:** *campaign, harassment, sexual, online, social media.*

### PENDAHULUAN

Fenomena pelecehan seksual sering terjadi di sekitar kita, dan kita sendiri mungkin pernah menjadi korban pelecehan seksual. Pada umumnya pelecehan seksual adalah sebuah perilaku atau tindakan seperti ucapan, isyarat yang tidak dikehendaki oleh pihak lain yang arahnya bersifat seksual yang menyebabkan salah satu pihak merasa dipermalukan atau

merasa tersinggung terhadap perilaku tersebut (WageIndicato, 2021).

Sebagian orang menganggap masalah pelecehan seksual menjadi hal yang biasa dan hanya masalah individu yang dapat diselesaikan sendiri oleh korban. Dikutip dari *Medical Daily* akibat dari pelecehan seksual dapat berakibat terganggunya perkembangan kepribadian atau

## “Perancangan Media Kampanye Sosial Tentang Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan di Sosial Media”

bahkan mental seseorang apabila masih remaja baik secara fisik maupun psikis (Borrelli, 2013)

Dilansir dari Kompas.com dalam wawancara terhadap pendiri dari *Youth Community* Tenggara yaitu Mariana Yunita Hendriyani, para remaja akan jauh lebih mudah mendapatkan informasi dan pemahaman tentang pelecehan seksual itu dari lingkungan sekitarnya seperti pada orang tua ataupun pada lingkungan sekolahnya. Akan tetapi tidak dapatnya informasi dan pemahaman dari lingkungan terdekat itu mengakibatkan munculnya pemahaman yang sempit terhadap pelecehan seksual. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat kurang serius dalam menanggapi dan memahami tentang pelecehan seksual yang bisa terjadi kepada siapa saja. (Adhi, 2020). Tentu peran orang tua dan orang terdekat menjadi hal penting dalam masalah ini, sehingga jika mereka lebih serius dalam menanggapi kasus pelecehan seksual ini, para remaja bisa mendapatkan pemahaman yang luas mengenai pelecehan seksual dan para remaja bisa terhindar dari tindakan pelecehan seksual sehingga terjadi sebuah penekanan angka dalam kasus ini.

Dilansir dari Kompas.com Citra Benazir memaparkan dalam webinar *Consent & Sexual Abuse* yang merupakan bagian seri #HarusDibahas oleh Reproduksi Komnas Perempuan sudah mencatat jika sudah ada lebih dari 430.000 kekerasan seksual pada tahun 2019 sedangkan pada tahun 2020 menurun menjadi 299.911 kasus. Komnas Perempuan bahkan mengatakan jika pada setiap dua jam, sekiranya ada tiga perempuan Indonesia mengalami kekerasan seksual (Wibawa, 2020)

Perkembangan zaman dan teknologi seperti sekarang sangat memudahkan para pelaku untuk melakukan pelecehan seksual secara langsung maupun *online*. Seperti dalam keadaan pandemi Covid-19 membuat masyarakat dituntut untuk tetap di rumah dan melakukan *work from home* (WFH), kondisi tersebut membuat pelecehan seksual secara *online* meningkat drastis. Lalu dilansir dari Tribunnews, Aktivis dan co-dokter *Hollaback!* Jakarta yaitu Anindya Restuviani di dalam diskusi publik mengatakan “orang-orang mengira jika tidak berada ditempat umum,

pelecehan tidak akan terjadi. Tetapi salah, pelecehan dan kekerasan masih tetap terjadi. Hanya saja bentuk dan tempatnya saja yang berbeda” (Irani, 2020)

Dengan adanya pendapat menurut beberapa ahli mengenai kasus pelecehan seksual, ini membuktikan jika banyak diluar sana yang mengalami tindakan pelecehan seksual. Hal ini dibuktikan kembali melalui data dari komnas HAM perempuan (2020) yang menunjukkan jika pelecehan sangat banyak terjadi saat WFH. Anindya Restuviani juga mengatakan (2020) “sekitar 67 persentase perempuan dan 47 persentase laki-laki mengalami pelecehan seksual verbal secara *online* seperti mengirim gambar-gambar seksi, dan bahkan lelucon atau komentar-komentar yang mengarah pada pelecehan. Data tersebut belum termasuk pelecehan yang berupa *revenge porn*”

Dalam penggunaan media sosial sekarang harus lebih berhati-hati karena data yang diunggah dapat disalahgunakan oleh pihak lain. Selain itu juga beberapa pihak yang masih kurang sadar mengenai lelucon atau julukan *sexist* sebagai tindakan pelecehan seksual. Media sosial seharusnya menjadi tempat yang aman dalam berkomunikasi dan memperluas informasi yang diinginkan, tetapi banyak oknum yang menyalahgunakan hal tersebut.

Berdasarkan hal tersebut penulis merancang kampanye sosial berbasis digital seperti pada media sosial *platform instagram*, berupa poster yang akan ditujukan untuk remaja 17-24 tahun yang aktif menggunakan media sosial. Pemilihan *platform instagram* ini karena *instagram* adalah media sosial berbasis visual foto dan video dengan pengguna remaja terbanyak di Indonesia. Perancangan ini bertujuan agar masyarakat sadar tentang pelecehan seksual serta lebih menghargai sesama agar lebih mengontrol diri dalam menggunakan media sosial.

### METODE PERANCANGAN

Pada perancangan ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2016:9) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.

Sumber data dalam sebuah penelitian ini menggunakan data primer berupa wawancara narasumber penggiat KBGO (Kekerasan Berbasis Gender *Online*) dan juga data pada *website* komnas HAM yang berisi banyaknya tindakan pelecehan menurut jenis-jenisnya.

Pada proses wawancara dan observasi yang didapat terkait pelecehan seksual pada media sosial masih sering terjadi, dengan tindakan sengaja maupun tidak sengaja. Narasumber juga menjelaskan bagaimana dampak dan penyebab dari pelecehan seksual berbasis online. Dari data tersebut kemudian dianalisis dengan metode 5W+1H. Metode ini digunakan untuk mencari tahu data dan solusi yang dibuat yang nantinya apa sesuai dengan target serta pemilihan media yang tepat pada kampanye sosial. Dari metode analisa tersebut nantinya akan disusun konsep. Sebagai berikut:

*What:* Masalah yg terjadi dan akan dipecahkan? Apa yang harus dirancang pada pembuatan kampanye sosial tentang pelecehan seksual *online*?

*Why:* Mengapa masalah yg terjadi dan akan dipecahkan? Mengapa membuat perancangan kampanye sosial ini?

*Who:* Siapa saja yang biasanya menjadi korban pelecehan seksual? Siapa target utama pada kampanye sosial ini?

*Where:* Dimana pelecehan seksual sosial online ini biasanya terjadi? Dimana perancangan kampanye sosial ini dipublikasikan?

*When:* Kapan kasus pelecehan seksual online ini mulai terjadi? Kapan perancangan kampanye sosial akan dipublikasikan?

*How :* Bagaimana cara mengurangi tindak pelecehan seksual secara *online*? Bagaimana perancangan kampanye sosial dibuat?

Dari analisis data akan dijadikan acuan penyusunan konsep perancangan. Diawali dengan konsep verbal berisi ide-ide yang bersifat tulisan pada poster, lalu konsep visual yaitu berupa ide visual yang didapat dari permasalahan yang ada, lalu konsep media yaitu menentukan media apa yang akan digunakan untuk mempublikasikan karya.

Selanjutnya pada bagian visualisasi ada beberapa tahap, pertama adalah tahap *thumbnail* karya, *thigh tissue*, final karya. Lalu dilakukan validasi karya perancangan

kampanye ini yang dilakukan oleh narasumber dari pihak Kekerasan Berbasis Gender *Online* Infografis (KBGO). Penilaian akan menggunakan skala *likert*. Lalu hasil dari penilaian tersebut akan akan diolah. Pengolahan hasil dari validasi yang diperoleh akan dihitung dengan rumus:

$$\text{Hasil} = \frac{\text{skor total}}{\text{skor maksimum}} \times 100\%$$

Dari hasil yang di dapat oleh rumus tersebut akan dimasukkan pada kategori kelayakan berikut :

**Tabel 1.** Kategori Kelayakan (Sugiyono, 2016)

No	Skor(%)	Kategori Kelayakan
1	0-20 %	Tidak Baik
2	21-40 %	Kurang
3	41-60 %	Cukup
4	61-80 %	Baik
5	81-100 %	Sangat Baik

Tahapan setelah dilakukan dilakukan validasi adalah pembuatan mockup media sebagai *preview* penggunaan dari hasil perancangan yang telah dibuat.

Pada perancangan kampanye sosial ini karya yang dihasilkan berupa poster yang berisi infografis mengenai jumlah pelecehan seksual, cara melaporkan pelaku pelecehan seksual, dan juga cara memberikan dukungan kepada korban pelecehan. Sasaran utama pada perancangan kampanye ini adalah pelaku, korban, dan juga calon korban pelecehan seksual pada media sosial di kota-kota besar di Indonesia. Perancangan ini bertujuan untuk menyadarkan dan memberikan informasi pada kalangan remaja berusia 17-25 tahun. Menurut data statistika pada *website* Databoks (2020) pengguna aktif media sosial di Indonesia urutan kedua adalah remaja berusia 17-24 tahun, sedangkan dari hasil wawancara narasumber KBGO yang penulis dapat kasus terbanyak adalah pada usia remaja. Kampanye sosial ini akan dipublikasikan *platform* media sosial *Instagram*.

## KERANGKA TEORITIK

### 1. Pelecehan Seksual berbasis online

Dilansir dari *iNews.id* menurut seorang psikologi yang bernama Mity Arianty M.Psi. tindakan pelecehan seksual adalah segala

sesuatu perilaku atau tindakan yang memiliki maksud mengarah pada seks yang dilakukan sepihak dan tidak dikehendaki oleh korbannya. Bentuk dalam pelecehan seksual dapat hanya berupa tulisan, ucapan, isyarat yang dapat membuat pihak lain tersinggung atau sakit hati. Pelecehan seksual dapat saja terjadi dimanapun, tidak hanya terjadi secara langsung, tetapi juga secara digital melalui media sosial *online* yaitu dengan berkomentar *body shaming*, bercandaan *sexist*, *stalking*, dan penyebaran konten pornografi (Sari, 2020)

Menurut Veryanto Sitohang seorang Komisioner Komnas Perempuan yang dikutip dari Ketik Unpad kekerasan seksual berbasis online ada bermacam-macam yaitu seperti peretasan data pribadi, mengancam dan mengolok korban, penggunaan data pribadi untuk hal yang merugikan korban, menggiring korban untuk melakukan hal buruk, penguntitan hingga korban merasa tidak nyaman, menyebarkan konten untuk menjatuhkan korban, mengancam menyebarkan foto dan video korban, mengirim pesan berupa ajakan atau foto yang melecehkan korban, dan yang terakhir mengedit atau mengubah foto dengan foto korban yang bertujuan untuk menjatuhkan reputasi korban (Khairunisa, 2020)

## 2. Kampanye Sosial Pelecehan Seksual

Dikutip dari Indonesiastudents.com (2017) kampanye sosial adalah sebuah kegiatan berkampanye atau menggerakkan sesuatu yang biasanya dilakukan oleh seseorang dengan serangkaian tindakan untuk memberi sebuah pesan yang biasanya berisi tentang masalah-masalah sosial kemasyarakatan. Kampanye sosial merupakan kampanye yang bersifat non komersial karena tujuannya adalah perubahan agar masyarakat menjadi lebih baik. Biasanya adanya sebuah kampanye yang bertujuan untuk menciptakan sebuah efek atau sebuah dampak tertentu dan jumlah khalayak target sasaran yang besar.

Pada perancangan ini menggunakan jenis kampanye *Ideologically Campaign* yang bisa juga disebut *Cause Oriented Campaigns*, menurut Philip Kotler yang dikutip dari *Maxmanroe* kampanye ini terfokus pada tujuan

husus yang bersifat sosial, Kampanye dalam perubahan sosial ini memiliki tujuan untuk menangani masalah-masalah sosial berupa sikap dan pandangan masyarakat, seperti contohnya kasus pelecehan seksual ini (Prawiro, 2020)

## 3. Infografis pada media instagram

Infografis berasal dari kata informasi dan grafik, yang artinya memberikan sebuah informasi dengan bentuk visualisasi agar lebih cepat dalam memahami sebuah data yang diberikan. Infografis menitik beratkan pada sebuah visual atau tampilan data dan fakta atau data yang ada, dirancangan dengan visual yang menarik sehingga dapat memenuhi unsur bentuk, warna, irama, komposisi, irama, dan kesatuan. Infografis tidak hanya berfokus pada ilustrasi saja karena akan kehilangan unsur data yang ada didalamnya. (kurniasih, 2016 :456-465)

Infografis berdasarkan statistik (*statical based*) yang berisi sebuah statik diagram, grafis, tabel, atau bagan untuk data statistik yang disajikan. Pada media sosial *instagram* penggunaan infografis berupa bagan cukup efektif karena *instagram* sendiri adalah platform yang berbasis gambar atau visual, jadi penggunaan grafik berupa bagan dengan pemilihan warna-warna yang menarik dianggap cocok dan akan menarik audiens *instagram* (Bakhitafifa, N 2020)

## 4. Poster

Poster merupakan sebuah media dua dimensi visual yang berisi gambar dengan pesan singkat tertulis yang ditujukan untuk menyampaikan hal-hal khusus dan dapat mempengaruhi audiens yang melihatnya (Arsyad, 2007). Poster dinilai efektif dalam sebuah perancangan untuk menarik audiens dan dapat lebih mudah dimengerti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Analisis Data

Kasus pelecehan seksual secara *online* di media sosial pada saat pandemi meningkat drastis. Dengan teknologi yang semakin canggih, mempermudah semua orang untuk mengakses internet dari mulai anak balita, remaja, hingga orang tua. Dengan begitu penulis membuat kampanye sosial berupa infografis dan poster yang berisi informasi mengenai pelecehan sosial.

Menurut narasumber KBGO penyebab pelecehan seksual secara *online* ini kebanyakan

karena kurangnya kesadaran dari sesama pengguna media sosial, banyak dari para pelaku memberikan julukan atau candaan pada pihak korban yang bahkan para pelaku sendiri tidak menyadari jika tindakan tersebut adalah tindak pelecehan seksual. Perancangan kampanye tentang pelecehan seksual pada media sosial ini bertujuan agar masyarakat mampu sadar tentang pelecehan seksual dan juga mampu lebih menghargai sesama agar lebih mengontrol diri dalam menggunakan media sosial.

Survei yang dilakukan oleh Awask Kekerasan Berbasis Gender *Online* (KBGO) yang dilakukan pada tahun 2020 menghasilkan jika sekitar 67% perempuan Indonesia pernah menjadi korban pelecehan seksual secara online selama masa pandemi. Dari data tersebut perancangan kampanye yang berupa poster yang ditujukan kepada calon korban, korban, dan pelaku, laki-laki maupun perempuan remaja yang berumur 17-24 tahun yang aktif menggunakan sosial media.

Dilansir dari Kumparan.com dengan kemajuan teknologi sekarang, mempermudah para penggunanya untuk berinteraksi dan dapat melihat keseharian setiap penggunanya secara *online*. Internet dapat mempermudah setiap individu untuk menemukan identitas individu lain. Di samping itu banyak hal negatif pada media sosial seperti pelecehan seksual ini. contohnya mendapat komentar-komentar dengan kalimat yang tidak sopan dan mengarah ke arah pelecehan, mengirim pesan pribadi berupa permintaan untuk mengirim foto atau video tidak memakai busana. Dan juga tindakan *stalking* atau menguntit hingga pihak korban merasa terganggu (Faradila, 2021). Dari data Reportaldigital.com (2021) Instagram berada pada peringkat ketiga aplikasi yang paling populer pada kalangan remaja, yaitu sekitar 87% dari 27 juta penggunanya. Sedangkan dari data KBGO (2020) Instagram adalah *platform* dengan kasus pelecehan seksual online terbanyak. Dengan begitu kampanye sosial ini akan dipublikasikan pada platform *Instagram* dengan akun @awaskbgo milik lembaga swadaya masyarakat yang sering mengedukasi publik dalam masalah pelecehan seksual dan perlindungan korban.

Data dari *website* Komnas Perempuan

(2020) kasus pelecehan seksual *online* sebanyak meningkat 300% dari tahun sebelumnya yaitu 940 kasus, pada tahun 2019 kasus pelecehan *online* sebanyak 281 kasus.

Cara mengurangi pelecehan seksual secara *online* ini dengan meningkatkan kesadaran setiap penggunanya agar lebih menghargai sesama pengguna sosial media lainnya. Perancangan kampanye ini berisikan informasi dampak dan bagaimana cara mencegah terjadinya, tidak hanya berupa postingan *instagram*, kampanye ini mengadakan webinar mengenai penggunaan media sosial agar aman, dengan narasumber yang ahli pada bidang gender dan media sosial, selain itu juga diadakan *live* di *instagram* membicarakan mengenai topik pelecehan seksual tentang *revenge porn* secara *online*. Dengan ini diharapkan dapat mengurangi kasus pelecehan seksual secara *online*.

## B. Konsep Perancangan

### 1. Konsep Verbal

Pada perancangan kampanye ini tidak hanya berisi ajakan untuk tidak melakukan tindakan pelecehan, tetapi juga berisi informasi berupa banyak kasus pelecehan seksual meningkat pada saat pandemi, dan macam-macam bentuk pelecehan seksual secara *online* yang sangat beragam yang perlu diketahui publik, lalu berisi tentang apa saja dampak, bagaimana cara melaporkan tindak pelecehan, dan juga tidak lupa menambahkan informasi berupa jenis dukungan yang dapat dilakukan jika orang terdekat kita menjadi korban pelecehan seksual. Hal tersebut karena target *audiens* pada perancangan kampanye ini tidak hanya para pelaku tetapi juga untuk korban dan calon korban pelecehan.

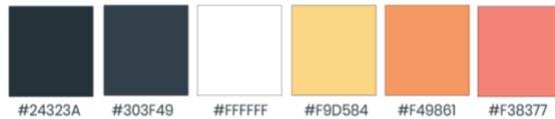
Konsep verbal pada perancangan kampanye ini menggunakan bahasa indonesia sehari-hari yang mudah dipahami target audiens, dan juga pada perancangan ini disisipkan kalimat-kalimat bercanda atau julukan pada korban yang mengarah pada pelecehan seksual yang tanpa para pelaku sadari kalimat tersebut adalah tindakan pelecehan seksual. Seperti contohnya “Gede juga” “Boleh nih”, contoh kalimat tersebut adalah kalimat *jokes sexist* yang sering digunakan oleh pelaku. Penambahan contoh kalimat-kalimat ini bertujuan agar lebih memahami dan lebih sadar jika kalimat julukan atau bercanda seperti itu adalah suatu tindakan pelecehan

# “Perancangan Media Kampanye Sosial Tentang Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan di Sosial Media”

Selain menggunakan bahasa Indonesia, salah satu poster dibuat menggunakan pendekatan bahasa Inggris dengan kalimat bersajak agar lebih mudah diingat. “*Your Sexist Jokes Aren’t Sexy*” yang artinya adalah candaan seksualmu tidak bagus. Kalimat tersebut bertujuan untuk mengingatkan bagi sesama pengguna media sosial agar lebih memperhatikan komentar yang dilontarkan pada orang lain karena tidak semua dapat dijadikan bahan bercandaan.

## 2. Konsep Visual

Perancangan kampanye sosial ini menggunakan pendekatan simpel dengan gaya desain flat desain, dengan menggunakan warna kontras.



**Gambar 1. Palet Warna**  
(Sumber: Oktafiana)

Warna-warna yang dipilih adalah warna yang kontras dengan kombinasi gelap dan terang agar teks dan latar terlihat jelas. Setelah pemilihan warna selanjutnya penentuan *font* yang akan digunakan. Menurut Oliver (2021) pada *glints* gaya desain yang sedang *trend* pada kalangan remaja saat ini adalah minimalis dengan menggunakan *font* jelas dan tegas tetapi santai dan simpel seperti *sans serif*.

ABCDEFGHI  
JKLMNOPQR  
STUVWXYZ

**Gambar 2. Bebas Neue typeface**  
(Sumber: Oktafiana)

Menggunakan *font Bebas Neue* berjenis *sans serif*. *Font* ini digunakan untuk bagian judul karena terkesan tegas dan kuat karena termasuk *slab font*. *Bebas Neue* terlihat bulat namun tegak, tebal, dan juga dapat memberi kesan rapi terhadap desain yang dibuat.

abcdefghi  
jklmnopqr  
stuvwxyz

**Gambar 3. Poppins typeface**  
(Sumber: Safyra)

*Font* kedua yang digunakan dalam perancangan ini adalah *font Poppins*, yang berjenis *sans serif* geometris. *Font* ini digunakan untuk bagian sub judul dan juga untuk isi penjelasan poster karena tingkat keterbacaannya jelas. Selain itu juga *Poppins* setiap hurufnya hampir *monolinear* yaitu memiliki bentuk dan tinggi yang hampir sama setiap hurufnya, dengan begitu akan lebih terkesan rapi. Tahapan selanjutnya menentukan *layout* pada postingan *instagram*.



**Gambar 4. Layout Feed Instagram**  
(Sumber: Oktafiana)

Penyusunan *layout* ini menggunakan komposisi simetris berguna agar poster lebih tertata dan seimbang dalam penyusunannya, dengan begitu akan terlihat lebih menarik serta komunikatif.

Setelah penyusunan tata letak pada *feed instagram*, dilakukan penyusunan konten-konten yang akan dipublikasikan. Proses perancangan kampanye ini menggunakan *software Adobe Illustrator*. Poster dibuat dengan tambahan ilustrasi seorang perempuan yang dianalogikan sebagai perempuan korban atau calon korban pelecehan seksual pada media sosial. Selain itu ditambahkan elemen-elemen seperti ponsel yang mengartikan berbasis online. Pada bagian infografis digunakan grafik berupa grafik batang untuk peningkatan kasus setiap tahunnya, karena



grafik batang merupakan jenis yang sangat sederhana dan mudah dipahami, dan juga *audiens* lebih mudah membandingkan data tersebut.

### 3. Konsep Media

Perancangan kampanye akan dipublikasikan pada *platform* media sosial *instagram*, karena *instagram* adalah media sosial berbasis gambar dengan pengguna remaja berumur 17-24 tahun dengan pengguna terbanyak di Indonesia, *instagram* juga menempati peringkat teratas dengan kasus pelecehan seksual secara *online* menurut data dari Kekerasan Berbasis Gender *Online* (KBGO). Selain itu juga *instagram* memiliki kelebihan fitur-fitur seperti *instastory*, dan *live streaming* bersama hingga 4 *profile*.

Pada kampanye ini menggunakan *carousel post*, yakni dengan adanya lebih dari satu gambar dalam satu konten. Dengan fitur *carousel post* ini akan lebih bersifat interaktif karena *audiens* dapat menggeser deretan gambar-gambar yang berisi informasi di dalamnya. Lalu fitur berikutnya adalah *instastory*, pada fitur *instastory* dibuka forum pertanyaan menggunakan *question box* agar lebih berinteraksi dengan *audiens*, dan *audiens* akan lebih merasa memiliki tempat untuk bercerita mengenai pengalaman korban. Selain itu juga menggunakan fitur *live* pada *instagram*, yaitu fitur siaran langsung yang dapat ditonton, pada saat *live* membicarakan topik tentang bagaimana cara bermedia sosial yang aman yang akan dibawakan oleh narasumber dan bisa juga melakukan *Question and Answer* (QnA) bersama penontonnya, dengan begitu *audiens* akan lebih memahami mengenai topik tersebut.

Kampanye ini membuat sebuah acara berupa webinar yang akan dilaksanakan pada *Zoom*, dengan narasumber-narasumber penggiat gender dan pelecehan seksual. Dibuatkan poster untuk mempublikasikan acara tersebut yang akan dibagikan pada *Instagram*. Perancangan kampanye ini akan dipublikasikan pada hari Jumat pukul 20.00. Data dari Oberlo (2021) hari dan jam tersebut banyak pengguna media sosial aktif di internet.

### C. Visualisasi

Dalam perancangan poster kampanye ini tahapan pertama yang dilakukan adalah mencari

referensi visual untuk pembuatan ilustrasi. Pembuatan ilustrasi akan digambarkan sebagai korban dan orang-orang terdekat korban



**Gambar 5. Referensi visual 1**  
(Sumber: Unsplash)

Referensi visual yang pertama adalah rasa kesedihan, keterpurukan, dan rasa depresi. keadaan tersebut diambil dari dampak-dampak pelecehan seksual yang telah dialami oleh korban.



**Gambar 6. Referensi visual 2**  
(Sumber: Unsplash)

Lalu pada referensi visual berikutnya ditambahkan visual dari rasa bingung dan berfikir. Menggambarkan korban dan orang-orang terdekat korban.

#### 1. Thumbnail

Dari hasil referensi visual yang didapatkan, tahapan selanjutnya pembuatan sketsa, pembuatan sketsa dilakukan secara digital menggunakan *software Adobe Photoshop*.



**Gambar 7. Sketsa Ilustrasi**  
(Sumber: Oktafiana)

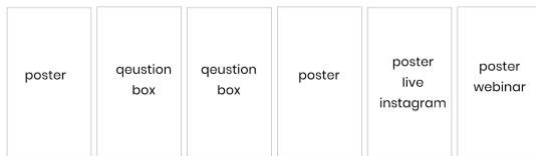
Setelah pembuatan sketsa yang di dapat dari referensi visual, dipilih beberapa ilustrasi yang tepat untuk setiap konten yang akan dibuat. Dan

# “Perancangan Media Kampanye Sosial Tentang Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan di Sosial Media”

disusun dalam bentuk layout *feed instagram* dan juga pembuatan perancangan untuk konten *instastory*.



**Gambar 8. Layout Sketsa Ilustrasi**  
(Sumber: Oktafiana)



**Gambar 9. Perancangan Instastory**  
(Sumber: Oktafiana)

## 2. Thigh tissue

Tahapan selanjutnya adalah digitalisasi sketsa yang telah dibuat. Dalam tahap perancangan ini menggunakan *software Adobe Illustrator*. Pemilihan warna baju pada ilustrasi ini juga diambil dari palet warna yang sudah dibuat sebelumnya.



**Gambar 10. Ilustrasi**  
(Sumber: Oktafiana)

## 3. Final Desain

Pada tahap selanjutnya adalah finalisasi karya dari perancangan yang sudah dibuat



**Gambar 11. Final Feed Instagram**  
(Sumber: Oktafiana)

Dihasilkan 9 poster utama dengan susunan layout berupa 3 baris, baris pertama dengan latar belakang gelap, lalu baris kedua latar belakang terang, lalu pada baris berikutnya gelap



**Gambar 12. Carousel 1**  
(Sumber: Oktafiana)

*Carousel* pertama berisikan informasi mengenai banyaknya jumlah perempuan yang pernah menjadi korban. Dari 200 perempuan berumur 17-24 tahun pengguna sosial media, 130 diantaranya adalah korban pelecehan, dan 91 orang diantaranya mengenal pelaku.



**Gambar 13. Carousel 2**  
(Sumber: Oktafiana)

*Carousel* ketiga berisikan 9 macam bentuk



pelecehan seksual *online* dan penjelasannya. Informasi tersebut bersumber dari Veryanto Sitohang (2020) Komisioner Komnas Perempuan.



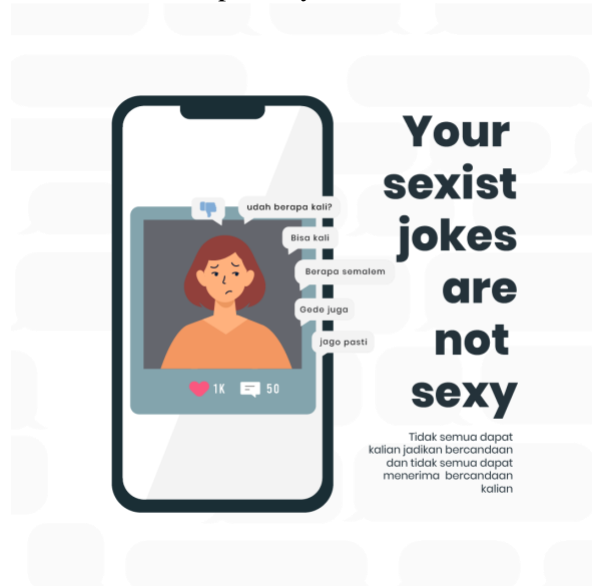
**Gambar 14. Carousel 3**  
(Sumber: Oktafiana)

*Carousel* keempat berisikan tips bagaimana menggunakan media sosial agar lebih aman dalam penggunaannya, seperti privasi untuk identitas pribadi, berhati-hati dalam menyebarkan *live location* atau foto pribadi agar tidak disalah gunakan oleh pihak lain.



**Gambar 15. Carousel 4**  
(Sumber: Oktafiana)

*Carousel* kelima pada slide pertama adalah contoh percakapan terjadinya *revenge porn*. Pada slide selanjutnya berisikan bagaimana langkah-langkah jika ada ancaman tersebut dan melaporkannya.



**Gambar 16. Poster**  
(Sumber: Oktafiana)

Selanjutnya adalah berupa sebuah poster untuk menyadarkan pengguna sosial media jika tidak semua hal dapat dijadikan sebuah candaan. Pada poster tersebut diberikan gambar ilustrasi berupa postingan foto dengan beberapa komentar-komentar yang sangat sering terjadi tanpa menyadari jika komentar tersebut adalah tindakan pelecehan seksual.



**Gambar 17. Carousel 5**  
(Sumber: Oktafiana)

*Carousel* berikutnya berisikan bagaimana jika kita menjadi korban pelecehan seksual, seperti apa saja yang harus dilakukan, dan langkah-langkahnya.



**Gambar 18. Carousel 5**  
(Sumber: Oktafiana)

Selanjutnya berupa *carousel* yang berisi bagaimana cara memberi dukungan pada korban saat kita mendampingi korban. Hal ini perlu agar korban dapat merasa lebih tenang dan aman.



**Gambar 19. Carousel 6**  
(Sumber: Oktafiana)

*Carousel* berikutnya berisikan bagaimana cara mencegah agar kita dapat terhindar dari pelaku pelecehan dan juga dapat meminimalisir terjadinya tindakan pelecehan seksual.

## “Perancangan Media Kampanye Sosial Tentang Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan di Sosial Media”



Gambar 20. Poster Webinar  
(Sumber: Oktafiana)

Berikutnya adalah poster acara webinar dengan topik menciptakan media sosial yang aman bagi perempuan yang akan diadakan pada *Zoom Meeting*. Dengan narasumber pada bidang gender dan penggiat anti pelecehan.



Gambar 21. Konten Instastory  
(Sumber: Oktafiana)

Konten selanjutnya pada kampanye ini adalah *instastory* dengan berisikan poster dan *question box* yang mengajak para audien untuk bercerita. Dengan begitu akan lebih menarik dan memberikan wadah bagi korban untuk bercerita.

Selain itu juga dibuat *instastory* berupa poster acara *live instagram* dan acara webinar.



Gambar 22. Konten Insta Story 2  
(Sumber: Oktafiana)

Hasil dari perancangan menghasilkan 10 *feed* konten *instagram*, yang terdiri dari 1 poster mengenai pelecehan seksual, 1 poster webinar, 1 grafik data kasus pelecehan dan 7 *carousel* yang berisi informasi-informasi mengenai pelecehan seksual *online*. Dan juga 6 konten *instastory*, yang berisi 2 poster, 2 konten interaktif, dan 2 poster acara kampanye.

#### 4. Validasi

Perancangan melakukan validasi yang melibatkan 2 ahli yaitu Aksen Nugraha sebagai narasumber KBGO, dan Nabila Saput sebagai divisi *digital at-Risk Communication Safenet*. Penilaian kelayakan media dinilai melalui *google form*, menggunakan skala *likert* karena untuk menilai sebuah pendapat dari pihak lain. Berikut adalah hasil validasi yang telah dilakukan.

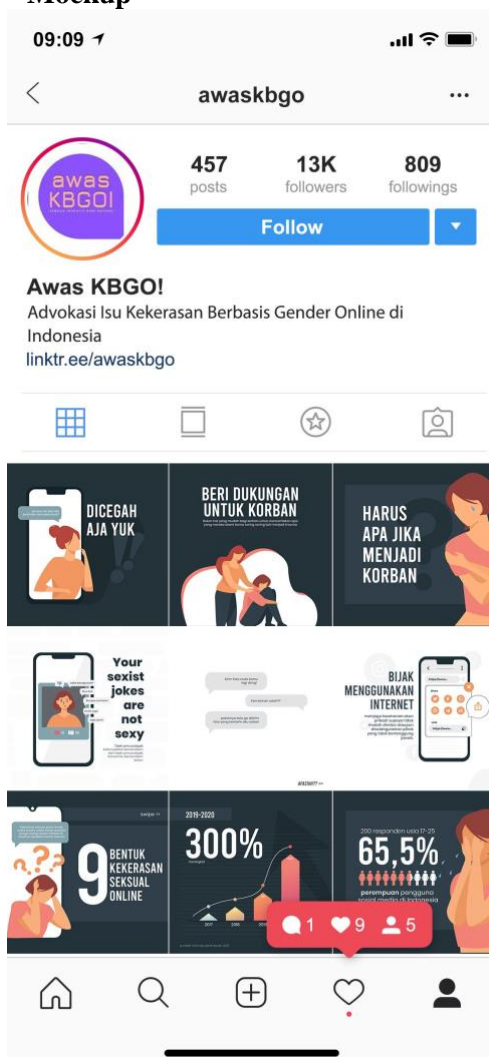
Tabel 2. Data Validasi Perancangan (sumber: Oktafiana)

Aspek	Skor		%	Kriteria
	V1	V2		
Keterbacaan huruf	4	5	90%	Sangat Baik
Kesesuaian gambar dan informasi	4	5	90%	Sangat Baik
Redaksional kalimat	4	4	80%	Baik
Runtutan informasi atau pesan	5	4	90%	Sangat Baik
Kemudahan Konten untuk Dipahami	5	4	90%	Sangat Baik

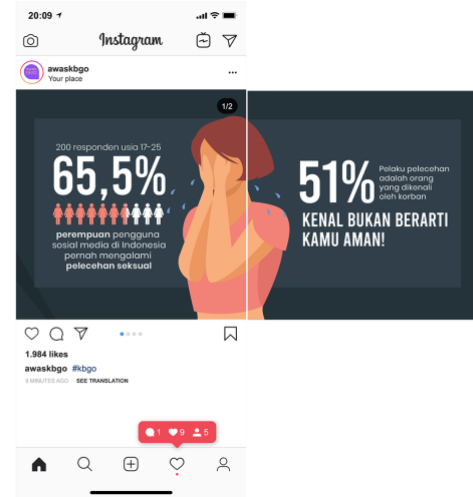
Memberikan Informasi dan Edukasi	4	5	90%	Sangat Baik
Kreatif dan inovatif dalam pembuatan media	5	4	90%	Sangat Baik
Keefektifan Media	5	5	100%	Sangat Baik

Dari penilaian 2 validator kelayakan media yang telah dilakukan penghitungan menggunakan rumus agar menemukan hasil. Dengan hasil untuk keterbacaan huruf dan kesesuaian gambar yang digunakan mendapatkan hasil 90% yang berarti sangat baik. Lalu pada redaksional kalimat yang digunakan mendapatkan nilai 80% berarti baik. Selanjutnya untuk runtutan informasi, lalu kemudahan setiap konten untuk dipahami, kreatif dan inovatif media yang dibuat mendapatkan nilai 90% berarti sangat baik. Yang terakhir untuk keefektifan media mendapatkan nilai 100% yaitu sangat baik. Jadi dari hasil keseluruhan penilaian, hasilnya dari perancangan kampanye ini sudah sangat layak dan baik.

### 5. Mockup



Gambar 16. Mockup Feed Instagram  
(Sumber: Oktafiana)



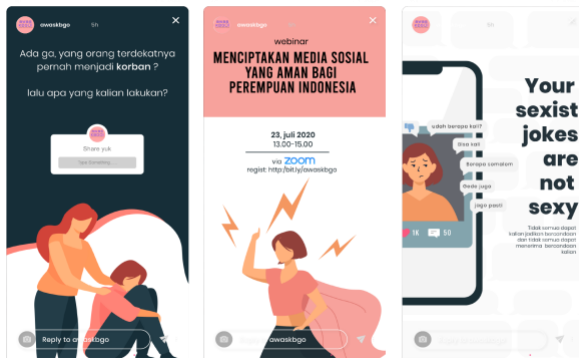
Gambar 13. Mockup carousel  
(Sumber: Oktafiana)



Gambar 14. Mockup Poster Webinar  
(Sumber: Oktafiana)

Berikut ini adalah *MockUp profile instagram* dan *carousel pada instagram* yang akan digunakan untuk mempublikasi kampanye sosial

ini. Menggunakan fitur *instagram* yang dapat mengunggah beberapa gambar dalam satu post sangat berguna untuk penggunaan yang berisi banyak informasi. *Audiens* dapat langsung geser dan akan membaca informasi selanjutnya, lebih mudah dibandingkan harus melihat informasi selanjutnya di postingan yang berbeda. Selain postingan *feed instagram* juga menggunakan *instastory*



Gambar 15. Mockup Instastory  
(Sumber: Oktafiana)

## SIMPULAN DAN SARAN

Pelecehan seksual secara *online* adalah sebuah tindakan dapat berupa tulisan, candaan, gambar, komentar atau perilaku yang dilakukan pada media digital yang mengarah ke arah seksual yang membuat pihak lain merasa tersinggung. Dengan begitu dibuatlah sebuah perancangan kampanye sosial yang berupa poster mengenai informasi seperti jumlah korban, berbagai macam bentuk pelecehan, cara agar terhindar, dan bagaimana cara menghadapi korban pelecehan seksual.

Kampanye ini dipublikasikan pada media sosial *instagram* pada akun @awaskbgo, selain itu juga diadakan acara *live instagram* dan sebuah webinar mengenai media sosial yang aman digunakan dan bisa bebas dari pelecehan seksual. Dengan adanya kampanye sosial ini ditujukan agar pengguna media sosial dapat lebih sadar dan juga agar dapat menjaga diri dari tindakan pelecehan seksual.

Tindakan pelecehan seksual merupakan sebuah perilaku yang tidak bisa diterima oleh pihak manapun. Masyarakat kurang sadar dan lebih menyepelekan kasus pelecehan seksual ini, oleh karena itu perancangan kampanye sosial tentang pelecehan seksual ini dibuat diharapkan agar dapat lebih menyadarkan masyarakat terhadap kasus pelecehan seksual. Selain itu juga diperlukan usaha lebih dari hukum untuk lebih memberatkan sanksi

pada pelaku agar dapat menekan angka kasus pelecehan seksual di Indonesia.

Saran untuk peneliti selanjutnya bisa menggunakan penelitian ini sebagai sumber atau referensi dalam kasus yang serupa dalam meneliti sejauh mana kasus pelecehan seksual di masa mendatang. Untuk lembaga yang terkait diharapkan bisa terus memberikan informasi-informasi yang akurat terhadap kasus tindakan pelecehan seksual yang terjadi di Indonesia

## REFERENSI

- Adhi, I. S. (2020, 12 25). *Kompas Health*. Retrieved juni 25, 2021, from Kompas: <https://health.kompas.com/read/2020/12/25/080400168/meneladan-mariana-yunita-meningkap-tabu-seksualitas-melindungi-remaja?page=all>
- Annur, C. M. (2020, 11 13). *Databoks*. Retrieved juni 27, 2021, from Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>
- Arnston, A. (2012). *graphic design basic (6th Ed)*. USA: Thomson Wadsworth.
- Bakhtafifa, N. (2020). Perancangan infografis melalui media informasi instagram dan dina informatika kota surabaya. 18.
- Borreli, L. (2016, 2 22). Retrieved januari 15, 2021, from Medical Daily: <https://www.medicaldaily.com/cognitive-function-sexual-violence-female-brain-374508>
- CNN, t. (2020, 12 12). *CNN Indonesia*. Retrieved januari 2, 2021, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20201209151208-284-580017/wfh-kala-pandemi-tingkatkan-pelecehan-seksual-online>
- Dahono, Y. (2021, february 15). *Berita satu*. Retrieved juni 26, 2021, from <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>
- DANY, F. W. (2020, november 27). *Kompas*. Retrieved februari 12, 2021, from [https://www.kompas.id/baca/polhuk/2020/11/27/kekerasan-gender-berbasis-online-bisa-dicegah-sedini-mungkin?status\\_login=login#\\_="](https://www.kompas.id/baca/polhuk/2020/11/27/kekerasan-gender-berbasis-online-bisa-dicegah-sedini-mungkin?status_login=login#_=)
- Faradila, N. (2021, januari 19). *Kumparan*. Retrieved juni 02, 2021, from <https://kumparan.com/nurfadia-faradila/pelecehan-seksual-online->

- terhadap-perempuan-di-ranah-digital-1v0f1XCGvIH
- Febriani, G. A. (2020, februari 29). *wolipop*. Retrieved februari 12, 2021, from <https://wolipop.detik.com/love/d-4919825/pengertian-pelecehan-seksual-menurut-para-ahli>
- Ferreira, N. M. (2021, januari 21). *OBERLO*. Retrieved juni 26, 2021, from <https://www.oberlo.com/blog/best-time-post-social-media>
- Indonesia Students*. (2017, 3 6). Retrieved juni 25, 2021, from <https://www.indonesiastudents.com/pengertian-kampanye-sosial-menurut-ahli/>
- Irani, W. M. (2020, 3 12). Retrieved juni 24, 2021, from <https://www.tribunnews.com/nasional/2020/03/13/aktivis-perempuan-anindya-restuviani-tanggapi-maraknya-kasus-pelecehan-seksual-di-indonesia>
- Khairunisa, I. (2020, 12 2). Retrieved juni 25, 2021, from <https://ketik.unpad.ac.id/posts/981/mengenal-bentuk-bentuk-kekerasan-berbasis-gender-online-kbgo-2>
- Kuniasih, N. (2016). Infografis. *Prosiding makalah seminar nasional*, 456-465.
- Oliver, A. (2021, januari 22). *Glints*. Retrieved Juni 12, 2021, from <https://glints.com/id/lowongan/tren-desain-grafis-2020/#.YNzNUegzY2x>
- Prawiro, M. (2018, 11 15). *max manroe*. Retrieved 7 21, 2021, from <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-poster.html>
- Prawiro, M. (2020, 09 19). Retrieved juni 26, 2021, from Max Manroe: <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-kampanye.html>
- Raswanto, A. (n.d.). Retrieved juni 27, 2021, from House of Infographic: <http://houseofinfographics.com/apa-itu-infografis/>
- Sari, S. P. (2021, 6 10). *inews*. Retrieved juni 26, 2021, from <https://www.inews.id/lifestyle/health/jadi-korban-pelecehan-seksual-apa-yang-harus-dilakukan-ini-kata-psikolog>
- Setiawan, S. (2021, juni 2). *guru pendidikan*. Retrieved Juni 28, 2021, from <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-grafik/>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- WageIndicato. (2021). Retrieved from <https://gajimu.com/pekerjaan-yanglayak/perlakuan-adil-saat-bekerja/pelecehan-seksual/informasi-mengenai-pelecehan-seksual-indonesia>
- Wibawa, S. W. (2020, 12 5). Retrieved juni 5, 2021, from Kompas: <https://www.kompas.com/sains/read/2020/12/05/200500323/mengenal-5-jenis-pelecehan-seksual-termasuk-komentar-cabul-dan-penyuapan?page=all>