

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertambahan jumlah penduduk dunia meningkat sangat pesat, ditandai dengan tingkat kelahiran yang lebih besar dibandingkan dengan tingkat kematian serta penyebaran penduduk yang tidak merata, termasuk di Indonesia. Hal itu mengakibatkan timbulnya permasalahan baru di berbagai sektor kehidupan.

Perbedaan tingkat kepadatan penduduk di tiap daerah membuat terjadinya perbedaan tingkat pendidikan yang kemudian akan menjadi perbedaan pendapatan. Terjadinya tingkat perbedaan pendapatan inilah yang menyebabkan timbulnya daerah-daerah miskin di suatu wilayah. Keadaan inilah yang mendorong terjadinya pergerakan/perpindahan manusia (*people mobility*), tidak saja dalam lingkup domestik tetapi juga internasional.

Terjadinya peningkatan arus migrasi antar negara dapat memberikan dampak yang positif dan negatif. Dampak positifnya antara lain seperti modernisasi masyarakat juga mendorong perkembangan ekonomi. Namun dampak negatifnya adalah bila arus migrasi yang legal menjadi sulit untuk sebagian orang maka muncullah pola migrasi dengan pola ilegal. Keadaan ini mendorong meningkatnya jumlah kejahatan dari kejahatan domestik menjadi kejahatan lintas negara, lalu dari kejahatan individu menjadi kejahatan berkelompok dan terorganisasi.

Dengan adanya fenomena tersebut, ada beberapa oknum-oknum tidak bertanggungjawab yang memanfaatkan situasi ini. Salah satunya adalah dengan perdagangan manusia atau yang biasa disebut *trafficking in person*.

Perdagangan manusia atau *trafficking* berarti pengerahan, pengangkutan, pemindahan, penyembunyian atau penerimaan orang dengan menggunakan berbagai ancaman atau paksaan atau bentuk-bentuk lain dari kekerasan, penculikan, penipuan, tipu muslihat, penyalahgunaan kekuasaan atau posisi rentan berupa pemberian atau penerimaan pembayaran atau keuntungan untuk mendapat izin dari orang yang memiliki kendali atas orang lain untuk tujuan eksploitasi.

Perdagangan manusia dapat mengambil korban dari siapa saja, terutama yang menganggap bahwa bekerja di luar negeri lebih menjanjikan pendapatan yang besar dibandingkan dengan di negeri sendiri.

Modus rekrutmen yang sering terjadi terhadap kelompok rentan tersebut biasanya adalah dengan menawarkan segala sesuatu yang sifatnya mudah, nyaman, menjanjikan berbagai kesenangan dan kemewahan serta menjawab persoalan-persoalan yang selama ini dihadapi seperti perekonomian, taraf hidup yang rendah, sulitnya mencari pekerjaan, dan upah yang rendah.

Dalam perdagangan manusia, perempuan dan anak-anaklah yang paling banyak menjadi korban. Karena posisi mereka yang sangat beresiko dan sangat rentan dengan kekerasan, kehamilan yang tidak dikehendaki, maupun infeksi penyakit seksual yang dapat menyebabkan HIV/AIDS.

Berdasarkan uraian diatas maka, peranan media-media yang dapat dipakai untuk memberi informasi dan penyadaran terhadap bahaya trafficking menjadi sangat penting salah satunya dengan cara yang dapat diaplikasikan melalui kampanye anti perdagangan perempuan ini.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis akan merumuskan masalah dan ruang lingkupnya, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Apa yang dimaksud dengan perdagangan manusia atau yang biasa disebut *trafficking*?
2. Bagaimana cara mengedukasi dan menyadarkan para masyarakat terutama perempuan dan calon TKI (Tenaga Kerja Indonesia) tentang bahayanya perdagangan manusia dengan menggunakan visual?
3. Bagaimana menerapkan/memvisualisasi teori-teori komunikasi dalam Kampanye Anti Perdagangan Perempuan di Kota Bandung?

1.2.1 Pembatasan Masalah

Korban *trafficking* bisa mengambil dari siapa saja mulai dari laki-laki, wanita, anak-anak bahkan bayi sekalipun namun dalam pembuatan kampanye ini akan dibatasi permasalahannya pada perdagangan perempuan saja karena golongan ini yang paling banyak menjadi korban. Kampanye ini akan diadakan di Kota Bandung sebagai salah satu kota yang menjadi daerah asal para buruh migran perempuan. Untuk mencegah atau mengurangi kasus perdagangan perempuan di Kota Bandung, maka penulis akan menggunakan kampanye yang tepat dan efektif sebagai pemecahan masalah dari

perdagangan manusia tersebut. Dengan kampanye anti perdagangan perempuan ini, akan memberi informasi dan mengedukasi para masyarakat di kota Bandung agar lebih berhati-hati supaya tidak terjera dalam perdagangan manusia. Kampanye anti perdagangan perempuan ini akan dibuat dan dirancang dengan menerapkan ilmu-ilmu dari Desain Komunikasi Visual.

Penulis memilih menggunakan kampanye untuk mengatasi masalah karena kampanye memiliki kekuatan yang luar biasa yang dapat membuat kita berhenti, berpikir, dan bertindak untuk membantu orang, atau sekelompok orang, yang bahkan tidak kita kenal, bisa jadi berasal dari budaya asing, dan tinggal ratusan kilometer jauhnya.

Kampanye tanpa ide dan konsep tidak akan menjadi kampanye yang efektif dan tepat sasaran, maka diperlukan Desain Komunikasi Visual (DKV) agar kampanye yang akan disampaikan dapat tersampaikan dengan efektif dan tepat sasaran. Selain itu ilmu DKV itu pun penting dalam mengolah kampanye agar dapat mencuri perhatian masyarakat yaitu dengan pengolahan elemen visual yang dapat menarik orang untuk dapat melihatnya. Dengan kampanye yang efektif dan efisien tentang anti perdagangan perempuan, diharapkan dapat memperkecil kemungkinan para masyarakat khususnya perempuan di Kota Bandung sebagai korban dari perdagangan manusia ini.

1.3 Maksud dan Tujuan Perancangan

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka, maksud dan tujuan diadakannya Kampanye Anti Perdagangan Perempuan di Kota Bandung ini adalah dalam rangka :

1. Mendeskripsikan pada masyarakat luas tentang pentingnya pemahaman perdagangan perempuan dan bentuk-bentuk kejahatannya di Kota Bandung khususnya di Kabupaten Bandung.
2. Membuat media yang dapat dipakai sebagai alat mengedukasi dan menyadarkan masyarakat terutama orangtua yang memiliki anak perempuan tentang bahayanya perdagangan perempuan dengan menggunakan visual.
3. Membuat media kampanye anti perdagangan perempuan yang menerapkan teori-teori komunikasi dalam visualnya.

Adapun maksud dan tujuan lain dibuat dan dirancangnya kampanye anti perdagangan perempuan adalah untuk membantu para calon TKI, para aktivis, para pembuat kebijakan, aparat penegak hukum, dan para agen resmi tenaga kerja, yang keseluruhannya memiliki peranan yang penting dalam upaya menghentikan perdagangan perempuan terutama di Kota Bandung.

1.4 Manfaat Perancangan

Kampanye anti perdagangan perempuan ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap berbagai aspek:

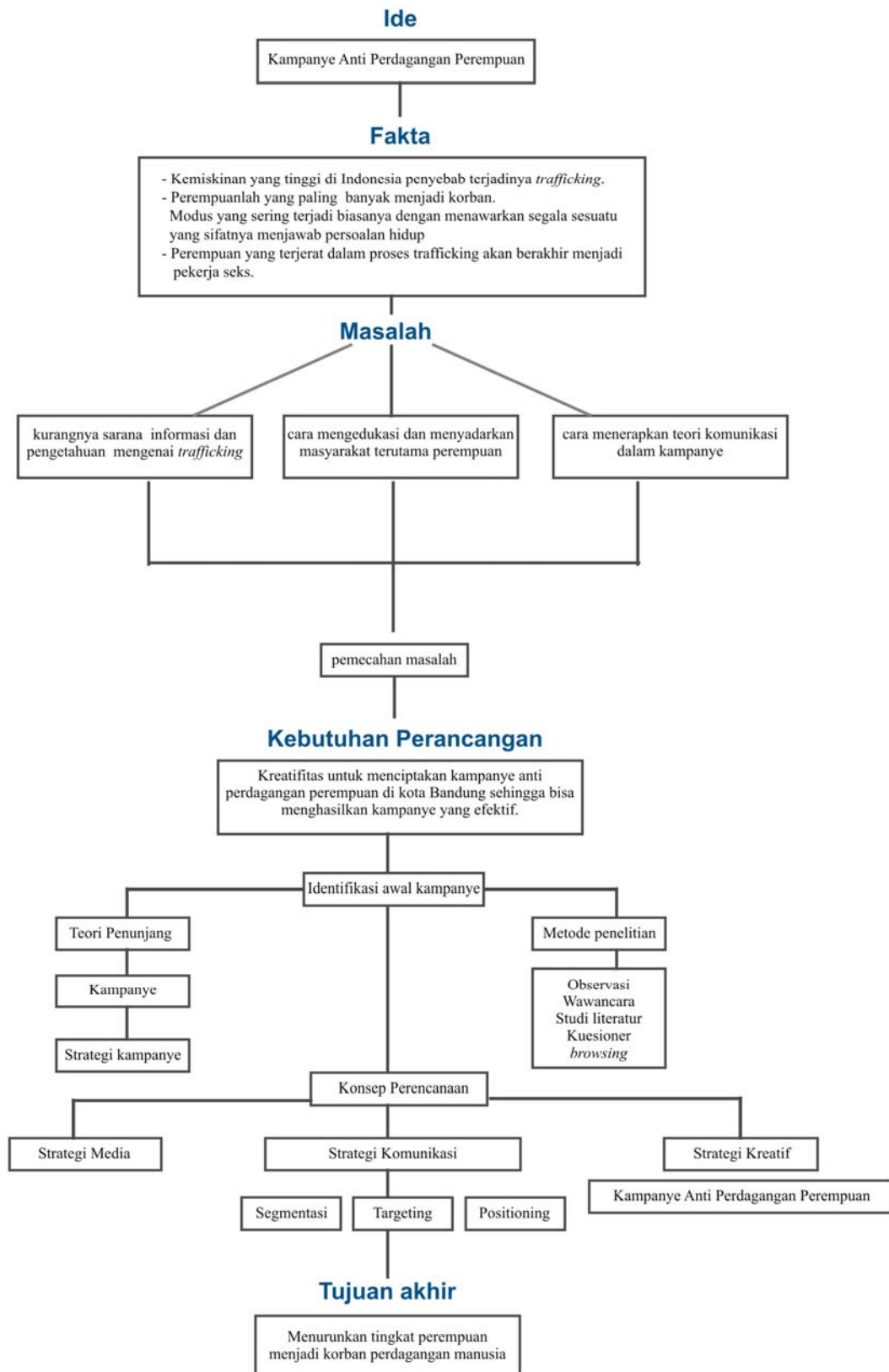
1. Mengedukasi dan menyadarkan masyarakat, khususnya orang tua yang memiliki anak perempuan tentang bahayanya perdagangan manusia.
2. Membantu mengurangi jumlah perempuan yang menjadi korban *trafficking* terutama di Kota Bandung.
3. Membantu para calon TKI (Tenaga Kerja Indonesia) terutama perempuan di Kota Bandung supaya mereka lebih berhati-hati dalam memilih pekerjaan.

1.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data-data yang diperoleh guna menciptakan rancangan dan penyusunan karya dan laporan ini diperoleh dari sumber-sumber yang meliputi:

1. Studi literatur, dengan meneliti sejumlah literatur yang relevan berkaitan dengan perdagangan manusia terutama perdagangan perempuan.
2. Wawancara, untuk mengumpulkan data-data yang lebih akurat kepada pihak-pihak yang terjun langsung pada kasus perdagangan manusia serta fenomena yang terjadi saat ini sehingga mendapatkan data yang.
3. Kuesioner, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis dan terstruktur kepada responden untuk menjawab beberapa pertanyaan yang diajukan.

1.6 Skema Perancangan



1.7 Sistematika Pengajian

Dalam Bab I yaitu Bab Pendahuluan, penulis menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan perancangan, manfaat perancangan, sumber dan teknik pengumpulan data, dan skema perancangan.

Dalam Bab II yaitu Bab Kajian Teori, penulis menguraikan teori-teori yang relevan dari perdagangan manusia itu sendiri dan menyertakan pula teori-teori tentang kampanye sosial dan teori-teori komunikasi.

Dalam Bab III yaitu Bab Pembahasan, penulis akan menguraikan hasil penelitian, memaparkan bagaimana objek perancangan kampanye perdagangan manusia khususnya perempuan dan *target audience* yang ingin dicapai serta menganalisis permasalahan berdasarkan fakta dan data yang diperoleh.

Dalam Bab IV yaitu Bab Pemecahan Masalah, penulis menguraikan konsep komunikasi dari kampanye anti perdagangan perempuan beserta konsep komunikasi, konsep kreatif dan konsep media. Pada bab IV ini pula akan dilampirkan hasil karya yang telah dibuat oleh penulis beserta dengan penjelasan tiap karyanya.

Dalam Bab V yaitu Bab Penutup, penulis akan merangkum, hasil-hasil penelitian dan perancangan dan memberikan saran yang berhubungan dengan penelitian dan perancangan yang telah dilakukan sebelumnya.