

ABSTRAK

PEANCANGAN MEDIA KAMPANYE PENCEGAHAN PELECEHAN SEKSUAL DI MEDIA SOSIAL BAGI REMAJA

Oleh:

Jenni Joy Kuorena

NRP 1564022

Cybersex harassment merupakan sebuah tindakan pelecehan seksual dengan menggunakan media sosial atau internet sebagai perantaranya. Pelecehan seksual di media sosial dapat berdampak pada gangguan psikologis korban, menimbulkan rasa cemas, rendah diri, dan bahkan depresi. Namun fenomena ini luput dari perhatian masyarakat sehingga minim pelaporan dan penanganan. Disayangkan juga hingga saat ini di Indonesia belum ada hukum yang mumpuni untuk mencegah dan menanganinya.

Berdasarkan fenomena tersebut hal ini harus segera disuarakan dengan tujuan meyadarkan dan mengedukasi masyarakat terhadap aktivitasnya di media sosial Melalui sebuah kampanye yang bernama “Kampanye Berani Menolak”. Menolak menjadi langkah awal pencegahan dari kasus ini yang dapat dilakukan oleh korban sendiri. Kampanye ini dituangkan ke dalam beberapa media seperti poster, sebagai media utama, konten instagram, website video dan juga gimik.

Kata kunci : kampanye, media sosial, pelecehan seksual, remaja

ABSTRACT

THE DESIGN OF MEDIA CAMPAIGNS OF PREVENTION OF CYBERSEX HARASSMENT FOR TEENAGERS

Submitted by

Jenni Joy Kuorena

NRP 1564022

Cybersex harassment is an activity of sexual harassment using social media or internet as an intermediary. Sexual harassment on social media can cause psychological disorders, anxiety, low self-esteem, and even depression. But this phenomenon is still lacking of public interest and solutions. Unfortunately, in Indonesia there's no law that can provide prevention and solutions to this problem. Based on this phenomenon, there's need an act to spread awareness and education for the public based on their social media activities through a campaign called "Berani Menolak". An act of refusing in this case is the first step of prevention that can be done by the victim it self. This campaign is made, into several media such as posters, as the main media, Instagram content, video, websites and gimmick.

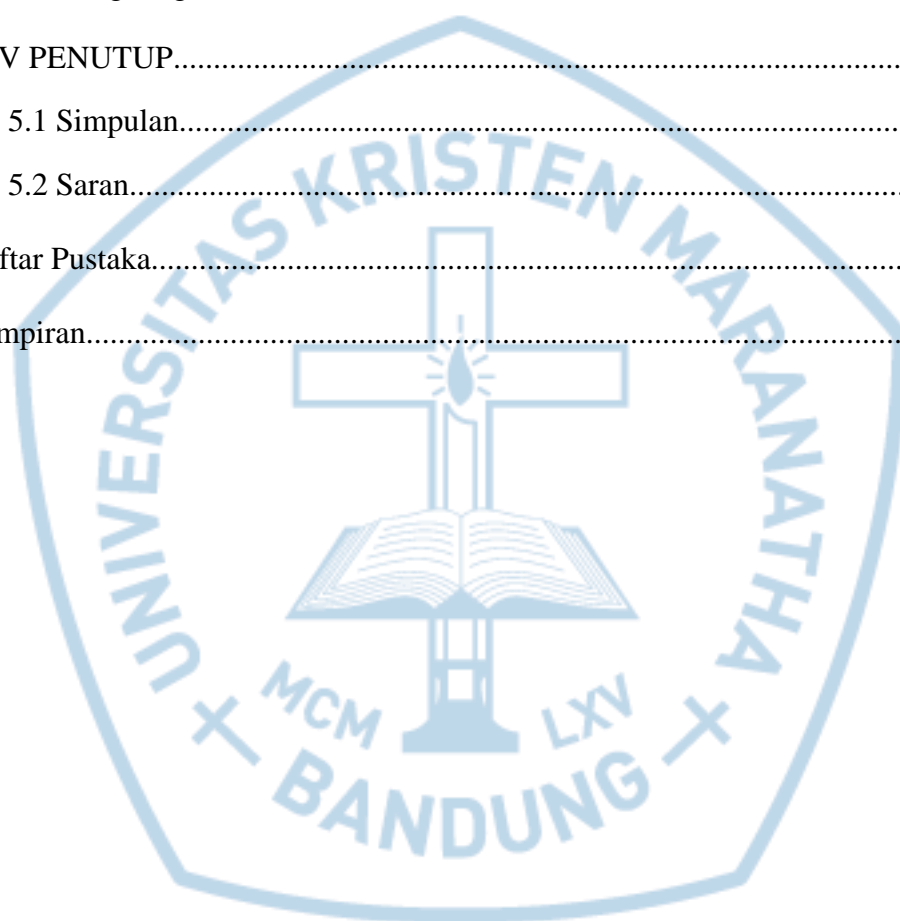
Keywords: campaign, social media, sexual harassment, teenager

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR PUSTAKA.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Kampanye.....	6
2.1.1 Jenis-jenis Kampanye.....	6
2.1.2 Teknik Kampanye.....	7
2.2 Media Sosial	9
2.3. Website.....	10
2.4 Psikologi Remaja.....	11
2.5 Teori Videografi.....	14
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	17

3.1 Data dan Fakta.....	17
3.1.1 Lembaga Terkait.....	17
3.1.2 Kekerasan Seksual.....	24
3.1.3 Fenomena yang terjadi.....	27
3.1.4 Tinjauan Karya Sejenis	38
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data Dan Fakta	41
3.2.1 STP.....	42
3.2.2 SWOT dari Kampanye Wasapadai Pelecehan Seksual.....	43
3.2.3 SWOT dari Media yang Akan Dibuat.....	43
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	44
4.1 Konsep Komunikasi.....	44
4.2 Konsep Kreatif.....	46
4.2.1 Gaya Gambar.....	46
4.2.2 Typografi.....	46
4.2.3 Warna.....	47
4.3 Konsep Media.....	47
4.3.1 Poster.....	47
4.3.2 Video.....	48
4.3.3 Website.....	48
4.3.4 Instagram.....	48
4.3.5 Gimik.....	49
4.4 Timeline.....	49
4.5 Hasil Karya.....	50
4.5.1 Logo.....	50

4.5.2 Poster.....	51
4.5.3 Postingan Instagram.....	56
4.5.4 Video.....	57
4.5.5 Website.....	58
4.5.6 Gimik.....	60
4.6 Budgeting.....	61
BAB IV PENUTUP.....	63
5.1 Simpulan.....	63
5.2 Saran.....	63
Daftar Pustaka.....	xi
Lampiran.....	xii



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan.....	5
Gambar 3.1 Logo KOMNAS Perempuan.....	18
Gambar 3.2 Logo Program CSR Internet Baik Telkom.....	21
Gambar 3.3 Dokumentasi Program #internetbaik.....	23
Gambar 3.4 Logo Sariwangi.....	24
Gambar 3.5. Iklan Teh Sariwangi.....	25
Gambar 3.6 Hasil kuesioner berdasarkan gender.....	32
Gambar 3.7 Hasil kuesioner berdasarkan Usia.....	33
Gambar 3.8 Hasil kuesioner berdasarkan tingkat pendidikan.....	33
Gambar 3.9 Hasil kuesioner berdasarkan akun media sosial yang dimiliki.....	34
Gambar 3.10 Hasil kuesioner Durasi remaja dalam menggunakan media sosial.....	34
Gambar 3.11 Hasil kuesioner Apakah remaja mendapat pemantauan dari orangtuanya.....	35
Gambar 3.12 Hasil kuesioner hal-hal yang dicari oleh remaja di media sosial.....	35
Diagram 3.13 Hasil kuesioner Pernahkan remaja menerima perlakuan tidak baik di media sosial.....	36
Gambar 3.14 Hasil kuesioner Tindakan yang tidak menyenangkan yang didapat remaja di media sosial.....	36
Gambar 3.15 Hasil kuesioner Pelaku tindakan yang tidak menyenangkan yang didapat remaja di media sosial.....	37
Gambar 3.16 Informasi mengenai pencegahan di kendaraan umum dalam Instagram perEMPUan.....	40

Gambar 3.17 Tampilan website IJM.....	40
Gambar 4.1 Timeline Kampanye.....	48
Gambar 4.2 Logo Kampanye.....	49
Gambar 4.3 Poster Awareness & interest.....	50
Gambar 4.4 Poster Search.....	51
Gambar 4.5 Poster Action.....	52
Gambar 4.6 Poster Share.....	53
Gambar 4.7 Poster Awareness & Interest Untuk Orangtua.....	54
Gambar 4.8 Poster Action Untuk Orangtua.....	55
Gambar 4.9 Postingan Instagram “Berani Menolak”.....	56
Gambar 4.10 Storyboard Video.....	57
Gambar 4.11 Storyboard Video.....	57
Gambar 4.12 Halaman Home Website.....	58
Gambar 4.13 Halaman “What is”.....	59
Gambar 4.14 Halaman “QnA”.....	59
Gambar 4.15 Halaman “Parenting”.....	60
Gambar 4.16 Gimik.....	61
Gambar 4.17 Tabel Budgeting.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Daftar Pertanyaan Wawancara Dengan Pakar Psikologi.....	63
LAMPIRAN 2 Daftar Pertanyaan Wawancara Dengan Pakar Hukum.....	64
LAMPIRAN 3 Daftar Pertanyaan Wawancara Dengan Komnas Perempuan.....	65
LAMPIRAN 4 Daftar Pertanyaan Kuesioner.....	66
LAMPIRAN A 1 Sketsa Logo.....	67
LAMPIRAN A 2 Alternatif Logo Digital.....	68
LAMPIRAN A 3 Sketsa Poster.....	69

