

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang bermasyarakat, karena manusia hidup dengan saling bersosialisasi dan membantu satu dengan lainnya. Dalam kehidupan bermasyarakat, sekedar saling mengenal dan berkomunikasi satu sama lain tidaklah cukup. Masyarakat hidup didalam zona dan pola pikir kehidupan yang berbeda-beda. Masing-masing individu memiliki pemikiran dan perasaannya sendiri. Penting bagi masyarakat untuk mengerti dan memahami lawan bicaranya dengan baik agar tidak menyakiti perasaan dan menciptakan suasana yang tidak enak terhadap lawan bicaranya.

Dikutip melalui liputan6.com, Menurut seorang peneliti bernama Margaret McCarthy, seorang perempuan dapat berbicara kurang lebih sebanyak 20.000 kata dalam sehari dan laki-laki kurang lebih sebanyak 7.000 kata dalam sehari. Pernyataan tersebut dibuktikan setelah melakukan sebuah penelitian terhadap hormon protein FOXP2 yang terbukti memicu indikasi seseorang menjadi lebih komunikatif.

Pentingnya menjaga setiap perkataan agar tidak menyinggung ataupun menyakiti perasaan lawan bicara sangatlah penting. Sekarang ini, banyak masyarakat yang beranggapan bahwa mengutarakan pendapat secara langsung dan jujur lebih baik daripada tidak mengutarakan sama sekali. Memang benar, mengutarakan sesuatu dengan sejujur-jujurnya merupakan hal yang wajib bagi masyarakat yang bersosialisasi, namun seringkali penggunaan kalimat yang dianggap menyinggung perasaan dan bersifat pribadi terkadang dianggap hal yang sepele dan diabaikan. Besar kemungkinan perkataan itu tetap berada di dalam pikiran orang tersebut dan terbawa hingga terus menyalahkan dirinya dan menurunkan *self-confident* dari dalam diri orang tersebut. Hal ini tentu dapat mengganggu baik secara mental maupun fisik

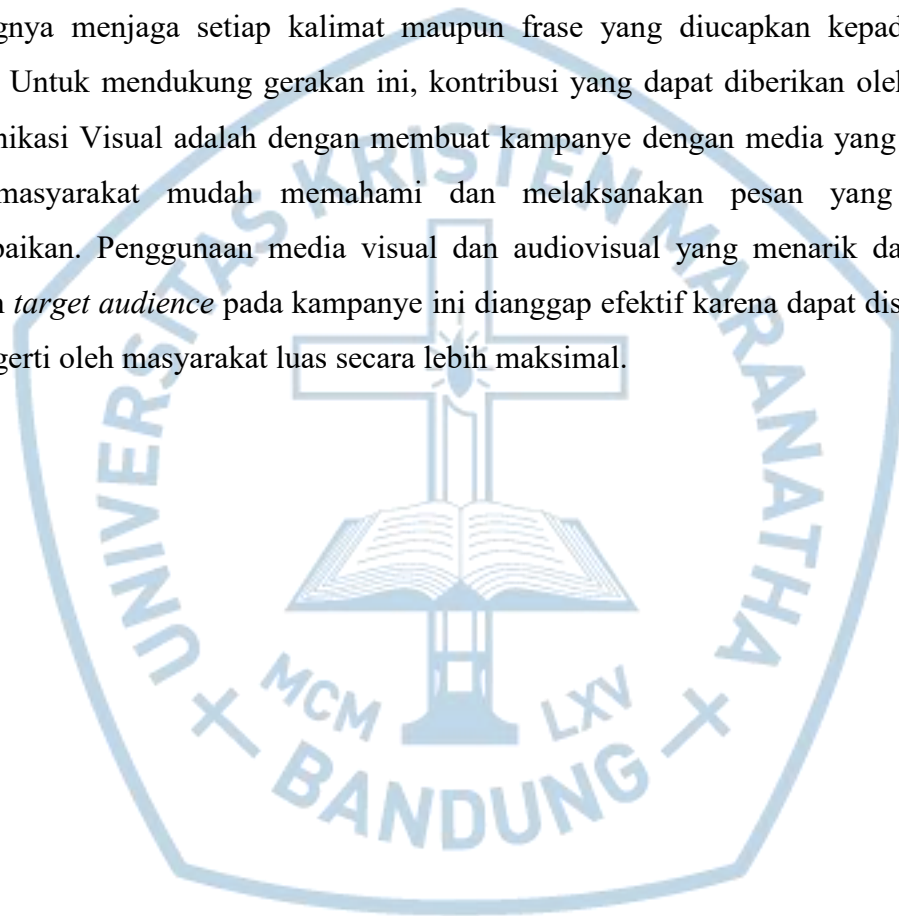
terhadap individu tersebut. menurut para psikolog, tidak sedikit pula manusia yang mengalami *stress* dan depresi diakibatkan oleh perkataan orang lain. Dalam situs Chakra Center, seorang psikolog dan penulis buku *The Highly Sensitive Person*, Dr. Elaine Aron (1997) mendefinisikan *highly sensitive person* (orang yang mudah bereaksi karena terpancing secara emosional) sebagai seseorang yang memiliki kesadaran terhadap hal-hal kecil di sekelilingnya dan lebih mudah merasa kewalahan ketika berada di lingkungan yang sangat menstimulasi indranya. Pada umumnya setiap individu memiliki tingkat *highly sensitive person* yang berbeda-beda. Namun, pada dasarnya perempuan memiliki tingkat *highly sensitive person* yang cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki yang disebabkan oleh faktor hormonal.

Dalam berkomunikasi, tidak jarang masyarakat lebih rentan didorong karena suatu rasa ingin tahu terhadap orang lain. Rasa ingin tahu berlebih dapat didorong oleh beberapa faktor pendukung, salah satunya adalah karena rasa persaingan dan ingin membandingkan orang lain dengan dirinya. Tidak jarang, seseorang menanyakan suatu hal kepada lawan bicara karena untuk memberikan sebuah perbandingan baik dari individunya yang sekarang dengan yang lampau, ataupun individu tersebut dengan dirinya sendiri. Permasalahannya, terkadang zaman sekarang ini masyarakat sudah tidak dapat membedakan pertanyaan yang bersifat cukup sensitif dan pribadi terhadap individu lainnya. Terlebih, pertanyaan-pertanyaan yang bersifat sensitif dan pribadi ini sekarang sudah dianggap wajar dan biasa, baik hanya untuk sekedar basa-basi maupun dengan adanya motif lain dibelakangnya.

Secara psikologis, ketika seseorang ditanya akan hal yang bersifat sensitif dan pribadi, biasanya pada saat itu individu tersebut belum memikirkan maupun merasakan dampaknya secara langsung. Namun, pada saat mereka sedang sendiri, ada momen-momen dimana mereka kembali mengingat hal-hal yang sudah diutarakan kepada mereka dan memikirkannya secara lebih serius. Bahayanya adalah jika mereka kembali menyalahkan diri mereka terhadap apa yang sudah dikatakan orang lain terhadap dirinya dan menjadikan itu sebagai sebuah patokan ataupun tujuan dari diri mereka. Tentu saja hal ini tidak dapat dikatakan sebagai hal yang sederhana jika sudah menyangkut mental dan masa depan dari orang lain yang

terkena dampaknya secara luas. Bermula dari perkataan yang mungkin tidak dipikirkan sebelumnya dan hanya sekedar main-main saja untuk mencari sebuah topik, dapat berujung hingga kesehatan dari dalam diri lawan bicara yang ditujunya bahkan dapat mempengaruhi sikap dan masa depannya kedepan.

Perlunya menghindari kalimat atau frase agar tidak menyinggung dan berdampak buruk terhadap orang lain perlu menjadi bagian yang perlu ditindak lanjuti. Topik ini seringkali dianggap tidak penting karena masih jarang masyarakat yang sadar akan pentingnya menjaga setiap kalimat maupun frase yang diucapkan kepada lawan bicara. Untuk mendukung gerakan ini, kontribusi yang dapat diberikan oleh Desain Komunikasi Visual adalah dengan membuat kampanye dengan media yang menarik agar masyarakat mudah memahami dan melaksanakan pesan yang hendak disampaikan. Penggunaan media visual dan audiovisual yang menarik dan sesuai dengan *target audience* pada kampanye ini dianggap efektif karena dapat diserap dan dimengerti oleh masyarakat luas secara lebih maksimal.



## 1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan dengan latar belakang yang diuraikan diatas, berikut adalah beberapa pertanyaan yang ditemukan sebagai berikut :

- a. Bagaimana menumbuhkan kesadaran masyarakat agar menghindari penggunaan kalimat atau frase yang bersifat sensitif dan pribadi hingga berdampak buruk terhadap orang lain?
- b. Bagaimana cara merancang pesan visual dan verbal pada media kampanye yang menarik dan dapat dimengerti dengan mudah oleh masyarakat luas?

Berdasarkan uraian diatas, kampanye ini dibuat bagi masyarakat luas Indonesia dengan rentang usia 16 hingga 25 tahun terkhusus perempuan. Data primer akan didapat melalui hasil kuisioner pada 100 responden berusia 16-25 tahun dan wawancara kepada beberapa ahli.

## 1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan perancangan metode penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Membuat perancangan pesan visual dan verbal pada media kampanye yang efisien sesuai target agar masyarakat menghindari penggunaan kalimat atau frase yang bersifat sensitif dan pribadi hingga berdampak buruk terhadap orang lain.
- b. Membuat perancangan media visual dan audiovisual yang menarik, efisien, dan mudah dimengerti oleh masyarakat luas agar tertarik dengan topik yang diangkat.

## 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

### a. **Studi pustaka**

Studi pustaka dilakukan untuk mencari lebih dalam teori psikologi, budaya, maupun religi untuk memperkuat topik terhadap media digital maupun cetak yang akan digunakan untuk kampanye.

### b. **Wawancara**

Melakukan wawancara kepada ahli psikolog, agama, serta kepada masyarakat umum sehingga penulis dapat mengetahui berbagai sudut pandang baik secara teori maupun personal secara lebih luas.

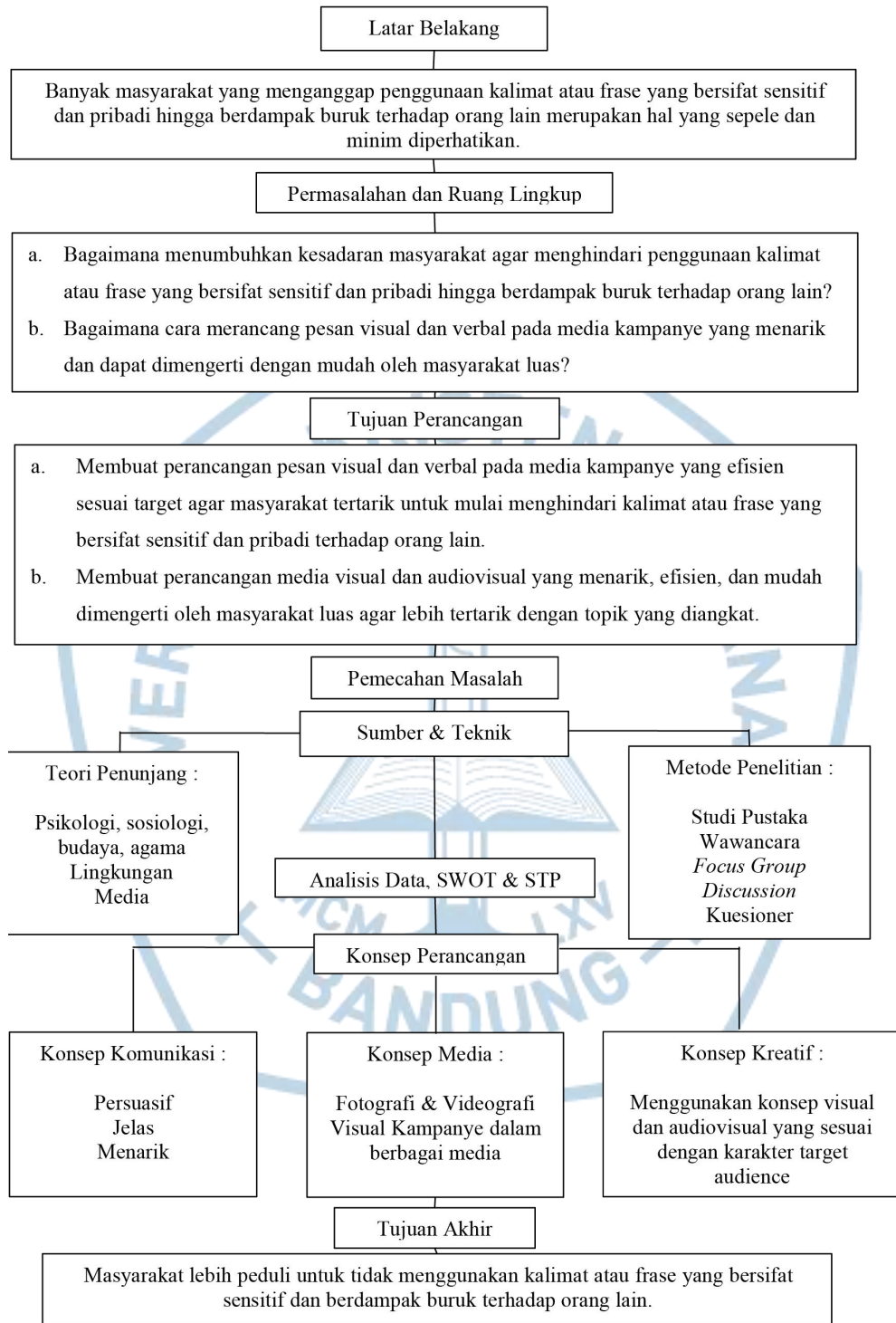
### c. **Kuisisioner**

Melakukan yang dibagikan kepada 100 responden perempuan pelajar dan mahasiswi berusia 16-25 tahun.

### d. ***Focus Group Discussion***

Melaksanakan *focus group discussion* terhadap 10 orang remaja perempuan untuk mendiskusikan topik-topik apa saja yang dianggap sensitif dan berdampak terkhusus bagi perempuan yang harus dihindari dalam percakapan sehari-hari. Seperti penggunaan kata yang mengungkit masalah agama, pasangan, tubuh dan lainnya yang bersangkutan langsung terhadap lawan bicara tersebut.

## 1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 : Skema Perancangan  
(sumber : Jessica Veronica, 2018)