

PENGKARYAAN

**PERANCANGAN KARYA VISUAL
SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SOSIAL MENGENAI PELECEHAN
SEKSUAL TERHADAP ANAK**

Diajukan untuk memenuhi syarat akhir dalam menempuh gelar Sarjana Seni di
bidang Desain Komunikasi Visual



SAFFIRA MEGAWATI
136010040

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ILMU SENI DAN SASTRA
Bandung, Januari 2018**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan (menjamin) bahwa karya pengkaryaan Tugas Akhir ini dilakukan secara mandiri dan disusun tanpa menggunakan bantuan yang tidak dibenarkan, sebagaimana lazimnya pada penyusunan sebuah skripsi/TA.

Semua elemen karya, kutipan tulisan dan atau pemikiran orang lain yang digunakan di dalam penyusunan pengkaryaan, baik dari sumber yang dipublikasikan ataupun tidak, telah dikutip dan disertakan sumbernya dengan baik dan benar menurut kaidah akademik yang berlaku.

Pengkaryaan ini belum pernah diajukan pada pendidikan program sarjana di perguruan tinggi lain dan tindak plagiarisme akan dikenakan sanksi seperti yang tercantum dalam peraturan akademik dan kemahasiswaan Universitas Pasundan.

Saffira Megawati

Perancangan Karya Visual
Sebagai Media Kampanye Sosial
Mengenai Pelecehan Seksual Terhadap Anak

136010040

HALAMAN PENGESAHAN

Pengkaryaannya ini diajukan oleh :

Nama : Saffira Megawati
NPM : 136010040
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Pengkaryaan : Perancangan Karya Visual Sebagai Media Kampanye Sosial Mengenai Pelecehan Seksual Terhadap Anak.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Seni dan Sastra, Universitas Pasundan

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Adi Surahman, M.Ds.

Pembimbing : Dodi Djumhana, S.Sn.

Ditetapkan di :

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah Subhanallahuatalla, dengan limpahan rahmat, berkah serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Perancangan Karya Visual Sebagai Media Kampanye Sosial Mengenai Pelecehan Seksual Terhadap Anak”. Tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, semangat dan motivasi serta doa yang diberikan kepada penulis. Untuk itu, izinkanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Hormat penulis untuk **Ayahanda** dan **Ibunda** yang tercinta, terimakasih atas doa, semangat, perjuangan dan pengorbanan yang tiada henti sampai saat ini.
2. **Bapak Adi Surahman, M.Ds.** selaku dosen pembimbing I, dan **Bapak Dodi Djumhana, S.Sn.** selaku dosen pembimbing II, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam melengkapi tugas akhir ini.
3. Pihak **Lembaga Perlindungan Anak Jawa Barat** dan **Polrestabes Bandung** yang telah mengizinkan dan memudahkan penulis dalam proses pengambilan data
4. Kepada sahabat yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini **Zulia, Zena, Arif, dan Dine.**

Akhir kata penulis berharap agar tugas akhir ini dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan yang berguna bagi pembaca, meskipun masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis berharap kritik dan yang membangun agar kemudian dapat berguna bagi penulis dan kita semua.

Bandung, Januari 2018

Saffira Megawati

ABSTRAK

Perancangan Karya Visual Sebagai Media Kampanye Sosial Mengenai Pelecehan Seksual Terhadap Anak

Saffira Megawati

136010040

**Tugas Akhir Jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Ilmu Seni dan Sastra
Universitas Pasundan Bandung.**

Pelecehan seksual terhadap anak adalah satu dari sekian banyak tindak kerusakan moral yang terjadi. Pelecehan seksual jenisnya meliputi diperkosa, disodomi, dirabak-rabak paha atau alat kelaminnya, diremas – remas payudaranya, dicolek pantatnya, dan dipaksa melakukan oral sex. Fenomena pelecehan seksual terhadap anak semakin sering terjadi dan menjadi global hampir di berbagai negara. Kasus pelecehan seksual terhadap anak terus meningkat dari waktu ke waktu. Peningkatan tersebut tidak hanya dari segi kuantitas atau jumlah kasus yang terjadi, bahkan juga dari kualitas. Kasus pelecehan seksual terhadap anak dibawah umur adalah kasus yang mengalami peningkatan secara signifikan dua tahun belakang ini. Menurut data Lembaga Perlindungan Anak Jawa Barat kasus pelecehan seksual di Jawa Barat mengalami peningkatan mencapai 80 % di tahun 2016, data tersebut meliputi kasus pelecehan seksual yang terjadi di Kota dan Kabupaten Bandung. Dan yang lebih tragis lagi pelakuknya adalah kebanyakan dari lingkungan sekitar anak itu berada, antara lain di dalam rumahnya sendiri, sekolah, lembaga pendidikan, dan lingkungan sosial anak. Kurangnya informasi yang di terima dan di ketahui orangtua khususnya ibu tentang pelecehan seksual terhadap anak bisa mengakibatkan yang paling fatal adalah anak menjadi korban. Orangtua lebih tertarik untuk menanyakan masalah akademis anak dibandingkan masalah sosialnya, selain itu pola asuh yang diterapkan orangtua mengikuti apa yang mereka dapatkan dulu tanpa mempelajari perkembangan jaman. Orangtua perlu mengetahui informasi mengenai pelecehan seksual dan membekali anak mereka dengan pendidikan seks dini sesuai usianya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif, sedangkan untuk mendapatkan data-data yang dapat mendukung penelitian ini menggunakan studi literatur, observasi, wawancara dan dokumentasi.

Kata kunci: Kampanye Sosial, Pelecehan Seksual Terhadap Anak, Anak, Orangtua,

Ibu.

ABSTRACT

Designing Art Work as Social Campaign's Media About Children Sexual Abuse

Saffira Megawati

136010040

***Final Project of Visual Communication Design Faculty of Arts and Literature
Faculty Pasundan University Bandung.***

Child sexual abuse is one of many moral damages. Sexual abuse includes rapes, sodomized, groped thighs or genitals, kneading breasts, poking ass, and being forced to perform oral sex. The phenomenon of child sexual abuse is becoming more frequent and global almost in many countries. Cases of child sexual abuse continue to increase time over time. The increase is not only in terms of quantity or number of cases that occur, but also quality. Sexual abuse is a case with significant improvement over the past two years. According to data of West Java Child Protection Institution, sexual abuse's cases have increased 80% in 2016, the data include from sexual abuse that occurred in the City and District of Bandung. It's bitterly tragic that the predator is from the same environment around the child, for examples he can be in their own homes, schools, educational institutions, and the social environment of children. Lack of information and education show how most of the parents are clueless about sexual abuse, especially mothers, it might cause the most fatal thing like the child becomes a victim itself. Parents are more interested asking about their children's academic than their social problems, besides their parenting system is what they got from their parents before without studying the development of the times. Parents need to know information about sexual abuse and give their children early sex education according to their age. In this study the authors use qualitative methods, while obtaining data to support this study using literature study, observation, interviews and documentation.

Keywords: Social Campaign, Child Sexual Abuse, Child, Parents, Mother.

DAFTAR ISI

PENGKARYAAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
I. PENDAHULUAN	11
I.1. Latar Belakang	11
I.2.1. Fenomena	12
I.2.2. Isu	13
I.2.3. Opini	14
I.3. Identifikasi Masalah.....	15
I.3.1. Identifikasi Masalah Umum	15
I.3.2. Identifikasi Masalah Khusus	16
II. ANALISIS DATA DAN FAKTA.....	17
II.1. Analisis Kelayakan Masalah.....	17
II.1.1. Cause Root Analysis	18
II.1.2. Martikulasi SWOT	20
II. 2. Problem Statement and Problem Solutions	22
II.2.1. Problem Statement	22
II.2.2 Problem Solutions	23
II.3. Landasan Teori	23
II.3.1. Teori Model Utama.....	23
II.3.2. Teori Model Pendukung.....	28
II.4. Kerangka Perancangan Tugas Akhir	35
III. PERANCANGAN STRATEGI KOMUNIKASI.....	36
III.1. Target Audience	36

III.1.1. Segmentasi Target Audiens	36
III.1.2. Personifikasi Target Audiens.....	37
III.1.3. Consumer Journey	37
III.2. Strategi Pesan Komunikasi.....	48
III.2.1. Consumer Insight.....	48
III.2.2.A. What To Say.....	50
III.2.2.B. Pendekatan Kreatif	50
III.3. Strategi Media	51
III.3.1. Media Utama.....	52
III.3.2. Media Pendukung	52
III.3.3. Strategi Perancangan.....	53
IV. KONSEP KREATIF PERANCANGAN VISUAL	55
IV.1. Referensi Visual	55
IV.2. Konsep Kreatif Perancangan Visual	56
IV.2.1. Verbal	56
IV.2.2. Visual.....	56
IV.2.3. Tipografi	57
IV.2.4. Warna.....	57
IV.2.5. Layout System	58
IV.2.6 Logo Lembaga.....	63
V. PENUTUP	64
V.1. Kendala Dalam Perancangan Karya Visual.....	64
V.2 Saran untuk Perancangan Karya Visual Selanjutnya	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. SWOT.....	20
Tabel 2. Kerangka Perancangan Tugas Akhir.....	35
Tabel 3. Target Audience.....	36
Tabel 4. Consumer Journey 1.....	37
Tabel 5. Consumer Journey 2.....	40
Tabel 6. Consumer Journey 3.....	41
Tabel 7. Consumer Journey 4.....	43
Tabel 8. Consumer Journey 5.....	45
Tabel 9. AISAS.....	53
Tabel 10. Media Scheduling.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1. Referensi Visual.....	55
Gambar IV.2.2 Fotografi.....	56
Gambar IV.2.3.1. Typografi Font 1.....	57
Gambar IV.2.3.2. Typografi Font 2.....	57
Gambar IV.2.4. Warna.....	57
Gambar IV.2.5.1. Poster 1.....	58
Gambar IV.2.5.2. Poster 2.....	59
Gambar IV.2.5.3. Kalender.....	59
Gambar IV.2.5.4. Spanduk.....	60
Gambar IV.2.5.5. Backdrop.....	60
Gambar IV.2.5.6. X – Banner.....	61
Gambar IV.2.5.7. Buku Saku.....	61
Gambar IV.2.5.8. Piring.....	62
Gambar IV.2.5.9. Talenan.....	62
Gambar IV.2.5.10. Totebag.....	63
Gambar IV.2.6.2. Logo Lembaga.....	63

BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Pelecehan seksual terhadap anak dibawah umur adalah satu dari sekian banyak tindak kerusakan moral yang terjadi. Pelecehan seksual jenisnya meliputi diperkosa, disodomi, diraba-raba paha atau alat kelaminnya, diremas – remas payudaranya, dicolek pantatnya, dan dipaksa melakukan oral sex. (Pelecehan Terhadap Anak di Mata Anak Indonesia, 2005, Yayasan Pemantau Hak Anak)

Fenomena pelecehan seksual terhadap anak semakin sering terjadi dan menjadi global hampir di berbagai negara. Kasus pelecehan seksual terhadap anak terus meningkat dari waktu ke waktu. Peningkatan tersebut tidak hanya dari segi kuantitas atau jumlah kasus yang terjadi, bahkan juga dari kualitas. Kasus pelecehan seksual terhadap anak dibawah umur adalah kasus yang mengalami peningkatan secara signifikan dua tahun belakang ini. Menurut data Lembaga Perlindungan Anak Jawa Barat kasus pelecehan seksual di Jawa Barat mengalami peningkatan mencapai 80 % di tahun 2015 – 2016, data tersebut meliputi kasus pelecehan seksual yang terjadi di Kota dan Kabupaten Bandung. (Rekapitulasi Data Pelecehan Anak, 2015-2016, Lembaga Perlindungan Anak) Tahun 2015 tercatat 7 kasus pelecehan seksual yang terjadi, dan pada tahun 2016 tercatat 12 kasus meningkat hampir dua kali lipat dari tahun sebelumnya di Kota dan Kabupaten Bandung. Dan yang lebih tragis lagi pelakuknya adalah kebanyakan dari lingkungan sekitar anak itu berada, antara lain di dalam rumahnya sendiri, sekolah, lembaga pendidikan, dan lingkungan sosial anak.

(Rekapitulasi Data Pelecehan Anak, 2015-2016, Badan Pemberdaya Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana)

I.2. Data dan Fakta

I.2.1. Fenomena

1. Ditemukan jaringan pedofilia Official Loli Candi's Grup di Facebook.
Sumber : <http://sains.kompas.com/read/2017/03/17/17485741/anggota.grup.pedofil.di.facebook.ditangkap.polisi> (diakses pada 03/11/2017, 19.21)
2. Adanya kasus jual beli foto dan video berkonten pornografi anak
Sumber : <http://nasional.kompas.com/read/2017/09/17/18594901/kpai-undang-twitter-soal-jual-beli-foto-dan-video-pornografi-anak> (diakses pada 03/11/2017, 19.21)
3. Berdasarkan wawancara terhadap kepala koordinator hotline service LPA Jawa Barat, Nurjanah mengungkapkan tidak hanya orang asing, banyak orang terdekat di lingkungan anak pun menjadi pelaku pelecehan seksual, seperti keluarga, teman, tetangga, maupun guru.
4. Kasus pelecehan terhadap anak di Jawa Barat terus meningkat mencapai 80% di tahun 2015 - 2016. (Rekapitulasi Data Pelecehan Anak, 2015-2016, Lembaga Perlindungan Anak)
5. Jumlah kasus pelecehan seksual mendominasi dari kasus pelecehan lainnya di Jawa Barat (Rekapitulasi Data Pelecehan Anak, 2015-2016, Lembaga Perlindungan Anak)

6. Kasus pelecehan seksual terhadap anak dibawah umur di Kota dan Kabupaten Bandung meningkat hampir 2x lipat dari tahun 2015 - 2016, 2015 sebanyak 7 kasus, 2016 sebanyak 12 kasus. (Rekapitulasi Data Pelecehan Anak, 2015-2016, Lembaga Perlindungan Anak)

Fenomena – fenomena di atas adalah bukti nyata bahwa pelecehan seksual terhadap anak dibawah umur benar terjadi dan masih menjadi ancaman nyata terhadap masyarakat khususnya yang memiliki anak. Tak hanya orang asing, banyak orang terdekat di lingkungan anak yang menjadi pelaku pelecehan seksual tersebut, seperti keluarga, teman, tetangga, maupun guru.

I.2.2. Isu

1. Hubungan anak yang tidak terbuka dengan orangtua membuat anak enggan bercerita, dan menemukan jalan lain atau orang lain yang menggantikan peranan orangtua
2. Situs pornografi dapat di akses dengan mudah oleh siapa pun, dimana pun
3. Kurangnya pengawasan dan perlindungan orang dewasa terhadap anak
4. Seorang korban pelecehan seksual berubah menjadi pelaku
5. Kelainan seksual menyebabkan pelaku ingin mencabuli seorang anak (pedofil)
6. Pencegahan pelecehan seksual terhadap anak belum optimal
7. Anak lebih memilih google dari pada bertanya kepada ibu, karena interaksi ibu dan anak terbatas, sedangkan dengan internet dapat menjurus ke berbagai hal jika tidak di dampingi orangtua.

8. Anak memilih pergaulan yang salah, dan akhirnya terjerumus ke pergaulan bebas.

Dari paparan isu diatas diketahui bahwa orangtua belum bisa menyesuaikan pola asuh yang cocok dengan zaman sekarang, pengawasan yang masih kurang komprehensif, dan tidak terpenuhinya figur orangtua yang dibutuhkan anak.

I.2.3. Opini

1. Dari hasil penelitian KPAI, 70% orangtua belum mampu mengasuh anak mereka pakai metode yang cocok dengan zaman sekarang. Cara asuh yang dipakai para orangtua, hanya menyalin apa yang mereka dapat ketika kecil, tanpa mempelajari perubahan zaman. Selain itu, 60% orangtua di Indonesia hanya menanyakan persoalan pendidikan akademik, seperti nilai, peringkat di kelas. Hanya 30% yang menanyakan persoalan sosial mereka, soal hobi, permasalahan dengan teman, status media sosial, bahkan soal reproduksi.

Sumber : <http://www.kpai.go.id/berita/kpai-pelecehan-seksual-pada-anak-meningkat-100/> (diakses pada 03/11/2017, 19.21)

2. Berdasarkan wawancara terhadap kepala koordinator hotline service LPA Jawa Barat, Nurjanah mengungkapkan orangtua harus jeli, peka dan curiga ketika ada perubahan atau ada sesuatu yang agak lain dari anak, jangan acuh. Intinya orangtua adalah pelindung bagi anak, komunikasi dan penyampaian pendidikan seksual dini antara orangtua dan anak menjadi kunci utama dalam pencegahan pelecehan seksual.

3. Berdasarkan wawancara terhadap Wakasatreskrim Polrestabes Bandung, Kompol Fajar Widyadharma mengungkapkan perlunya peranan orangtua atau orang dewasa yang pintar, serta pengawasan yang komprehensif dan memberikan pendidikan seks dini untuk anak.
4. Berdasarkan wawancara terhadap Psikologi Anak Swaparinama, Trianindari mengungkapkan orangtua harus lebih pintar, cepat tanggap dan peka terhadap segala perilaku anak, pengawasan yang komprehensif serta keterbukaan antara orangtua dan anak dalam berkomunikasi, perlunya dibangun kedekatan antara orangtua & anak sehingga anak tidak memiliki benteng untuk menyembunyikan masalahnya (Ibu Inda, Psikolog).

I.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan topik yang diangkat mengenai pelecehan seksual terhadap anak, identifikasi permasalahan terbagi menjadi dua yaitu identifikasi masalah umum dan identifikasi masalah khusus.

I.3.1. Identifikasi Masalah Umum

1. Jumlah kasus pelecehan seksual terhadap anak terus meningkat
2. Ditemukannya jaringan online pedofilia dan kasus jual beli video atau gambar berkonten pornografi anak
3. Orangtua belum mampu mengasuh anak mereka menggunakan metode yang cocok dengan zaman sekarang. Cara asuh yang dipakai para orangtua, hanya menyalin apa yang mereka dapat ketika kecil, tanpa mempelajari perubahan zaman.

4. Orangtua cenderung bertanya mengenai persoalan akademik anak dari pada persoalan sosial anak.

I.3.2. Identifikasi Masalah Khusus

1. Kurangnya peranan orangtua dalam pengawasan anak secara komprehensif
2. Banyak pelaku pelecehan seksual berasal dari lingkungan sekitar anak itu berada.

BAB II ANALISIS DATA DAN FAKTA

II.1. Analisis Kelayakan Masalah

Fenomena pelecehan seksual terhadap anak terus meningkat jumlahnya dari waktu ke waktu. Perkembangan kasus pelecehan seksual terhadap anak di Jawa Barat tahun 2016 mencapai 80% kenaikan dari tahun sebelumnya, dan kasus di Kota dan Kabupaten Bandung tahun 2016 meningkat jumlahnya dua kali lipat dari tahun sebelumnya. Untuk kasus di Kota Bandung sendiri banyak pelakunya adalah orang yang berada di disekitar anak, dari anggota keluarga, tetangga, teman, guru, hingga supir antar jemput anak.

Sungguh tragis, sebab pelaku pelecehan seksual bukan lagi orang asing tapi orang di lingkungan terdekat dengan anak pun banyak yang menjadi pelaku. Selain itu, salah satu dampak jika terjadi pelecehan seksual adalah trauma mendalam dari korban dan keluarganya, contohnya awal tahun 2017 ini terjadi kasus pelecehan seksual di daerah Coblong, pelakunya adalah tetangga korban, dia bekerja sebagai tukang cuanki keliling. Disini yang mengalami trauma mendalam adalah ibunya korban, jadi setiap kali ada suara tukang cuanki keliling lewat ibunya menjerit histeris dan emosi.

Berikut dampak – dampak yang dapat terjadi akibat pelecehan seksual terhadap anak : Dampak Psikologis, dari hasil studi sebanyak 79% korban pelecehan / pelecehan seksual akan mengalami trauma yang mendalam & stress (baik dari korban atau keluarga korban)

1. Dampak Fisik, merupakan faktor utama penularan penyakit menular seksual (PMS) atau menjadikan korban sebagai pelaku kelak karena mengalami kelainan seksual atau balas dendam
2. Dampak Cedera Tubuh, korban mengalami pendarahan atau lebih parahnya menyebabkan kematian.
3. Dampak Sosial, korban merasa takut untuk bersosialisasi atau merasa minder, lebih parahnya korban dikucilkan dalam kehidupan sosial, dalam posisi korban membutuhkan pertolongan, motivasi, dan dukungan moral untuk bangkit lagi menjalani kehidupannya.

II.1.1. Cause Root Analysis

Fenomena pelecehan seksual masih menjadi sorotan masyarakat karena jumlah kasusnya terus bertambah dari waktu ke waktu, diketahui pada tahun 2016 jumlah kasus pelecehan seksual di Jawa Barat khususnya Bandung meningkat hampir dua kali lipat jumlah kasus di tahun sebelumnya, dengan persentase jumlah korban meningkat hingga 80 %. Pelaku dari kasus – kasus tersebut sebagian besar adalah orang yang dekat berada di lingkungan. anak, oleh karena itu peranan orangtua khususnya ibu sangatlah penting dalam proses tumbuh kembang anak.

Peranan seorang ibu sangat dibutuhkan, khususnya seorang ibu rumah tangga yang memiliki anak di usia 5 – 10 tahun di Cibiru Kota Bandung, karena berdasarkan data jumlah kasus pelecehan seksual yang sering terjadi dan bertambah jumlahnya adalah di Cibiru.

Pada usia 5 – 10 tahun, anak mulai mempelajari perbedaan jenis kelamin laki – laki dan perempuan, misalnya dalam hal berpakaian, bentuk tubuh, dll, anak belajar mengembangkan hati nurani serta menerima standar tertentu yang akan dipakainya (termasuk mempelajari nilai – nilai benar dan salah), baik melalui ajaran agama, kepercayaan, nilai – nilai di masyarakat maupun adat istiadat, anak belajar menyesuaikan diri dengan teman – teman seumisanya, anak mulai mengembangkan peran sosial sebagai laki – laki atau perempuan secara tepat dan anak mengembangkan hati nurani, moral, tata nilai yang disesuaikan dengan harapan lingkungannya (Modul Informasi Dasar Perkembangan Anak & Pelecehan Pada Anak, 2003, Willie Art).

Maka dari itu penulis akan membuat media yang dapat meningkatkan sikap kewaspadaan kepada orangtua khususnya ibu untuk mengawasi anak mereka secara komprehensif dan benar sekaligus dapat menyampaikan informasi mengenai pelecehan seksual dan cara menyikapinya. Berdasarkan analisa, di ketahui bahwa ibu – ibu saat ini sering bersentuhan dengan media berbentuk gambar foto dan video. Dari kebiasaan mereka menyukai foto *selfie* sering mengubah foto utama pada *whatsapp* mereka, melihat kalender dan jam dinding dengan desain fotografi, dan menonton acara di televisi seperti *ftv* dan *variety show* yang menciptakan suasana emosional.

Maka di buatlah media berupa poster dan kalender, dengan teknik fotografi yang disesuaikan dengan ketertarikan ibu – ibu, menampilkan gambar dengan gaya eksekusi pesan secara fear appeal menciptakan kesan emosional takut dan menegangkan.

II.1.2. Martikulasi SWOT

Berikut analisa SWOT berdasarkan program kampanye yang telah berjalan di bawah lembaga KEMENPPPA dan UNICEF

Strength	Weakness
<p>1. Program ‘Kita Semua Orangtuanya’ telah berjalan kurang lebih 2 tahun dibawah naungan KEMENPPPA dan UNICEF Indonesia (pelindunganak.org)</p> <p>2. Program kampanye ini mencakup nasional</p> <p>3. Karena kampanye dalam program ini mencakup target yang luas maka program ini bertujuan untuk melindungi anak dari segala tindak pelecehan.</p> <p>4. Dengan menggunakan media website penyebaran informasi lebih mudah.</p>	<p>1. Program hanya terfokuskan kepada orang dewasa disekitar anak agar anak terlindung dari predator seksual, tanpa mefokuskan anak untuk bisa melindungi dirinya sendiri</p> <p>2. Program ini belum terfokuskan pada satu masalah yang penulis angkat yaitu pelecehan seksual</p> <p>3. Program lebih tertuju untuk menggerakkan hati orang dewasa yang berada di sekitar anak untuk melindungi anak dari predator seksual, tanpa menyorot orangtua si anak agar lebih sadar akan bahaya pelecehan seksual.</p> <p>4. Lebih dari 3000 orang yang ikut serta sebagai pelindung anak. Jumlahnya masih sedikit untuk mencakup nasional.</p>

Opportunity	Threat
1. Banyaknya kasus pelecehan seksual membuat orangtua lebih protektif kepada anaknya	1. Pelecehan seksual pada anak biasa terjadi ketika anak lepas dari pengawasan orangtua
2. Dalam 2 tahun dapat mencakup 3000 orang yang ikut serta dalam kampanye program, ada peluang program ini dapat dikembangkan lebih besar.	2. Tidak semua orang mengerti cara mengakses media informasinya.
3. Perkembangan teknologi	

Tabel 1. SWOT

Strength – Opportunity

Meskipun sudah mencapai lebih dari 3000 pelindung anak, jumlah ini masih belum mencapai target yang berskala nasional

Strength – Threats

Karena tidak semua orang dapat mengakses website, maka dibuat media lain yang dapat menjangkau sesuai karakteristik target

Weakness – Opportunity

Dengan perkembangan teknologi yang ada dengan program kampanye mencakup nasional, jumlah lebih 3000 orang masih terbilang sedikit.

Weakness – Threats

Karena program tidak terfokuskan kepada orangtua dan anak untuk melindungi dirinya sendiri, pelecehan seksual terjadi ketika anak lepas dari pengawasan orangtua atau di lingkungan sekitar anak.

Program yang sudah berjalan mencakup permasalahan cukup luas tidak terfokuskan ke satu permasalahan yaitu pelecehan seksual, dan hanya komunitas saja yang dapat mengakses informasi, tidak mencapai semua kalangan sebab faktanya orangtua dengan segala latar belakang masih sangat awam dengan teknologi yang terus berkembang pesat ini.

II. 2. Problem Statement and Problem Solutions

II.2.1. Problem Statement

Fenomena pelecehan seksual terhadap anak semakin sering terjadi dan menjadi global hampir di berbagai negara. Kasus pelecehan seksual terhadap anak terus meningkat dari waktu ke waktu. Peningkatan tersebut tidak hanya dari segi kuantitas atau jumlah kasus yang terjadi, bahkan juga dari kualitas. Kasus pelecehan seksual terhadap anak dibawah umur adalah kasus yang mengalami peningkatan secara signifikan dua tahun belakang ini. Dan yang lebih tragis lagi pelakunya adalah kebanyakan dari lingkungan sekitar anak itu berada, antara lain di dalam rumahnya sendiri, sekolah, lembaga pendidikan, dan lingkungan sosial anak.

II.2.2 Problem Solutions

Berdasarkan paparan problem statement ditemukan alternatif solusi yang akan dibuat adalah diadakannya sosialisasi untuk orangtua dengan tujuan memberikan informasi, mengedukasi dan melatih orangtua agar lebih peka, perhatian, dan mengawasi anak secara komprehensif agar terhindar dari segala bentuk kejahatan terhadap anak. Selain itu, orangtua diajarkan bagaimana anak dapat melindungi dirinya sendiri dari predator seksual seperti, diajarkan bagian tubuh manakah yang boleh di sentuh oranglain, apa yang harus dilakukan ketika bertemu dengan orang yang mencurigakan, apa yang harus dilakukan ketika anak dalam posisi takut dan terancam, dan sebagainya.

Solusi awal dalam perancangan medianya berupa poster dan kalender, dengan teknik fotografi yang disesuaikan dengan ketertarikan ibu – ibu, menampilkan gambar dengan gaya eksekusi pesan secara fear appeal menciptakan kesan emosional takut dan menegangkan.

II.3. Landasan Teori

II.3.1. Teori Model Utama

1. Fotografi

Fotografi (dari bahasa Inggris: photography, yang berasal dari kata Yunani yaitu "photos" : Cahaya dan "Grafo" : Melukis/menulis.) adalah proses melukis/menulis dengan menggunakan media cahaya. Sebagai istilah umum, fotografi berarti proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu obyek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai obyek tersebut pada media yang peka cahaya. Alat

paling populer untuk menangkap cahaya ini adalah kamera. Tanpa cahaya, tidak ada foto yang bisa dibuat. Prinsip fotografi adalah memokuskan cahaya dengan bantuan pembiasan sehingga mampu membakar medium penangkap cahaya. Medium yang telah dibakar dengan ukuran luminitas cahaya yang tepat akan menghaikkan bayangan identik dengan cahaya yang memasuki medium pembiasan (selanjutnya disebut lensa). Untuk menghasilkan intensitas cahaya yang tepat untuk menghasilkan gambar, digunakan bantuan alat ukur berupa lightmeter. Setelah mendapat ukuran pencahayaan yang tepat, seorang fotografer bisa mengatur intensitas cahaya tersebut dengan mengubah kombinasi ISO/ASA (ISO Speed), diafragma (Aperture), dan kecepatan rana (speed). Kombinasi antara ISO, Diafragma & Speed disebut sebagai pajanan (exposure). Di era fotografi digital dimana film tidak digunakan, maka kecepatan film yang semula digunakan berkembang menjadi Digital ISO (Newhall, 2005:5).

2. Kampanye Sosial

Menurut model kampanye Ostergaard, kampanye tidak diciptakan atau muncul dari atas meja melainkan dari pengalaman praktik terjun ke lapangan. Diantara berbagai model kampanye yang ada, model ini dianggap paling dekat sentuhan ilmiahnya. Hal ini bisa dilihat dari kata – kata kunci yang digunakan di dalamnya seperti kuantifikasi, *cause and effect analysis*, data, dan *theoretical evidence*.

Jadi langkah pertama yang harus dilakukan sumber kampanye (campaign makers atau decision maker) adalah mengidentifikasi masalah faktual yang dirasakan. Jenis kampanye ada tiga yaitu, *Product-Oriented Campaigns*, *Candidate-Oriented Campaigns* dan *Ideologically or cause oriented campaigns*. Dalam perancangan ini

penulis menggunakan *Ideologically or cause oriented campaigns* yang di definisikan sebagai jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi perubahan sosial. Karena itu kampanye jenis ini dalam istilah Kotler disebut sebagai *social change campaigns*, yakni kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait. (MANAJEMEN KAMPANYE, 2012, PT. Remaja Rosdakarya).

3. Pelecehan Seksual

Hubungan seksual diluar nikah disebut perzinaan. Perzinaan dapat berupa perkosaan atau hubungan seksual tanpa paksaan (mau sama mau), termasuk kepada anak di bawah umur. Dalam Q.S Al – Isra [17] : 32 dijelaskan bahwa kita tidak boleh mendekati zina, karena zina itu suatu perbuatan keji, jahat dan terkutuk. Jadi bisa di simpulkan jika zina saja perbuatan keji seseorang terhadap oranglain terlebih lagi terhadap anak di bawah umur. (Pelecehan Seksual Pada Anak, 2013, Penerbit Universitas Indonesia).

Pelecehan seksual adalah segala ancaman dan pemaksaan seksual. Dengan kata lain, pelecehan seksual adalah kontak seksual yang tidak dikehendaki oleh salah satu pihak. (M. Irsyad Thamrin dan M. Farid, 2010:518). Inti dari pelecehan seksual terletak pada “ancaman” (verbal) dan “pemaksaan” (tindakan). (Penerapan Hukum Dalam Kasus Pelecehan Seksual Terhadap Anak), 2015, Pustaka Yustisia).

Sama halnya dengan pelecehan seksual terhadap anak adalah pemaksaan dari orang dewasa atau adanya aktivitas seksual terhadap anak, dengan ancaman untuk merahasiakannya, bisa berupa penyuapan, pelecehan, manipulasi, dan dominasi yang

menyebabkan rasa takut dan kehilangan kendali terhadap tubuh dan emosi anak tersebut. (Predator Around Us Preventing Child Sexual Abuse, 2015, PT Gramedia Pustaka Utama)

a. Jenis Pelecehan Seksual

- Diperkosa
- Disodomi
- Diraba – raba paha dan alat kelamin
- Dipaksa melakukan oral sex
- Diremas – remas payudaranya
- Dicolek pantatnya (Pelecehan Terhadap Anak di Mata Anak Indonesia, 2005, Yayasan Pemantau Hak Anak)

b. Faktor – faktor Terjadinya Pelecehan Seksual

- Meminum – minuman keras (miras)
- Memakai narkoba
- Melihat dan membayangkan pornografi dan pornoaksi
- Hidup dengan kemiskinan
- Faktor tempat tinggal yang tidak memadai (tidak ada privacy)
- Suasana yang rawan (sunyi)
- Pelaku dan korban saling mengenal
- Pengangguran
- Berlaku iseng
- Bermain – main (dokter – dokteran)

- Moral etika agama rendah (Pelecehan Seksual Pada Anak, 2013, Penerbit Universitas Indonesia)

4. Anak dan Perkembangannya

Setiap anak mengalami perkembangan. Dari waktu ke waktu tubuhnya menjadi lebih tinggi dan besar, ia menjadi lebih terampil menggunakan tangan dan kakinya, penguasaan bahasa menjadi lebih baik, berpikir lebih kompleks, mulai belajar berteman dan mengendalikan emosinya.

Tugas perkembangan anak muncul pada suatu periode tertentu dari kehidupan seorang anak. Jika anak berhasil memenuhinya akan menimbulkan rasa bahagia dan membawa ke arah keberhasilan dalam melaksanakan tugas – tugas berikutnya sedangkan jika gagal akan menimbulkan rasa tidak bahagia dan kesulitan dalam melaksanakan tugas – tugas selanjutnya. Orangtua perlu mengetahui tugas – tugas perkembangan anak agar :

1. Orangtua memiliki petunjuk tentang harapan masyarakat terhadap anak asuh / didiknya sesuai dengan tahapan usianya, serta ikut membantu anak untuk memenuhinya.
2. Orangtua bisa memotivasi anak untuk mampu memenuhi harapan – harapan dari kelompok sebaya atau lingkungan sekitar.
3. Orangtua dapat membantu anak dengan memberitahu dan membantu menyiapkan anak dalam menghadapi tahapan perkembangan yang berikutnya.

4. Orangtua bisa segera mengetahui atau mengenali jika terdapat keterlambatan dalam perkembangan seorang anak. Untuk itu, ia bisa segera mencari tahu penyebabnya dan segera membantu anak untuk mengatasi masalahnya.

Pada usia 5 – 10 tahun, anak mulai mempelajari perbedaan jenis kelamin laki – laki dan perempuan, misalnya dalam hal berpakaian, bentuk tubuh, dll, anak belajar mengembangkan hati nurani serta menerima standar tertentu yang akan dipakainya (termasuk mempelajari nilai – nilai benar dan salah), baik melalui ajaran agama, kepercayaan, nilai – nilai di masyarakat maupun adat istiadat, anak belajar menyesuaikan diri dengan teman – teman seusianya, anak mulai mengembangkan peran sosial sebagai laki – laki atau perempuan secara tepat dan anak mengembangkan hati nurani, moral, tata nilai yang disesuaikan dengan harapan lingkungannya (Modul Informasi Dasar Perkembangan Anak & Pelecehan Pada Anak, 2003, Willie Art).

II.3.2. Teori Model Pendukung

1. Warna

Warna memberikan sebuah kesan makna dan mood untuk menarik perhatian atau membuat nyaman. Warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuandan mempunyai fungsi untuk memperkuat aspek identitas. Warna yang digunakan dalam perancangan desain ini adalah merah. Warna merah adalah warna yang sering keluar pada insight target, warna merah adalah warna paling kuat dan dominan. Gairah dan energi selalu di asosikan pada warna merah. Nada perintah, peringatan, dan penegasan cocok untuk warna ini. Secara Psikologi, Warna merah mengartikan makna simbol ketegasan, kekuatan dan energi, gairah,

pengambil tindakan (*action*). Warna merah bisa menimbulkan persepsi tegas, ulet, gembira, dan konsisten.

2. Tipografi

Huruf atau sering disebut dengan tipografi, merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang – ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkank kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Jenis huruf digolongkan menjadi :

a. Serif

Jenis huruf serif mempunyai kaki/sirip (serif) yang berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf serif memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis – garis hurufnya, sehingga memiliki kemudahan baca (*readbility*) yang cukup tinggi

b. Sans Serif

Sans serif diartikan tanpa sirip/serif, jadi huruf ini tidak mempunyai sirip pada ujung hurufnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Sans serif melambangkan kesederhanaan, lugas, masa kini, dan futuristik. Huruf jenis ini cocok bila didampingkan dengan grafis yang berkesan modern.

c. Script

Huruf script menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Ada dua jenis huruf script, yaitu formal script dan casual script.

d. Dekoratif

Huruf jenis ini merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk huruf yang sudah ada, ditambah hiasan ornamen, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki oleh jenis huruf ini adalah dekoratif dan ornamental.

3. Layout

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini dapat disebut juga sebagai manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif, agar memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

4. Poster

Poster adalah iklan atau pengumuman yang diproduksi secara massal. Poster pada umumnya dibuat dengan ukuran besar diatas kertas untuk didisplay kepada khalayak. Sebuah poster biasanya berisi gambar ilustrasi dengan warna-warna yang indah dan beberapa teks maupun memuat trademark. Sebuah poster biasanya berguna secara komersial untuk mengiklankan suatu produk, suatu kegiatan pendidikan, acara entertainment, even-even tertentu, maupun sebagai alat propaganda. Namun banyak juga poster yang dibuat hanya untuk tujuan seni maupun hiasan. (Ensiklopedia Encarta – Edisi 2004) Dari definisi tersebut diatas, jelaslah bahwa poster adalah salah satu bagian seni grafis yang memiliki gaya, aliran, maupun trend tersendiri yang tidak lepas dari suatu zaman. Oleh karena itu poster dibuat untuk menyampaikan pesan atau informasi, maka poster akan menjadi elemen dalam Desain Komunikasi Visual.

Lebih tepatnya dapat disimpulkan bahwa poster adalah Poster adalah lembar pengumuman/plakat untuk menyampaikan informasi yang dipasang di tempat umum atau tempat yang dapat dibaca oleh umum. Dibuat dengan warna-warna kontras dan kuat, dengan bahasa singkat, padat, menarik, dan persuasif (bersifat mengajak).

5. Kalender

Kalender, tarikh, atau penanggalan adalah sebuah sistem untuk memberi nama pada sebuah periode waktu (seperti hari sebagai contohnya). Nama-nama ini dikenal sebagai tanggal kalender. Tanggal ini bisa didasarkan dari gerakan-gerakan benda angkasa seperti matahari dan bulan. Kalender juga dapat mengacu kepada alat yang mengilustrasikan sistem tersebut (sebagai contoh, sebuah kalender dinding). Kalender yang digunakan secara umum ialah kalender solar, kalender lunar, kalender lunisolar, dan kalender persetujuan. Dalam perancangan ini media kalender menggunakan sistem Kalender Solar. Kalender Solar adalah kalender yang di dasarkan dari musim dan pergerakan Matahari. Contohnya Kalender Romawi.

6. Sosialisasi

Ada banyak definisi tentang sosialisasi Makionis misalnya menyebut sosialisasi sebagai pengamatan sosial sepanjang hidup yang memungkinkan seseorang mengembangkan potensi kemanusiaannya dan mempelajari pola – pola kebudayaan.

Dari segi masyarakat sosialisasi adalah cara untuk mentransmisikan kebudayaan dan cara bagaimana seseorang di sesuaikan kedalam cara kehidupan yang telah diorganisir dari segi individu, soisalisasi adalah pemenuhan potensi pertumbuhan dan perkembangan pribadi. Sosialisasi memanusiakan, manusia dan mengembangkannya

agar menjadi pribadi yang mempunyai kesadaran identitas mampu mengatur dan mendisiplinkan perilakunya, serta memilikinya cita – cita, nilai – nilai dan ambisi. Dari berbagai pendapat diatas dapat ditarik beberapa pengertian pokok tentang sosialisasi sebagai berikut :

- Sosialisasi adalah proses yang berlangsung sepanjanghidup manusia.
- Dalam sosialisasi terjadi saling pengaruh antaraindividu beserta segala potensi kemanusiaan – kemanusiannya masyarakat beserta kebudayaannya
- Melalui proses sosialisasi, individu menyerap pengetahuan, kepercayaan nilai – nilai norma, sikap dan keterampilan – keterampilan dari kebudayaan masyarakatnya.
- Hasil Sosialisasi adalah berkembangnya kepribadian seseorang menjadi satu pribadi yang unik, sedangkan kebudayaan masyarakat juga terpelihara danberkembang melalui proses sosialisasi.

A. Proses Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses yang memungkinkan seseorang belajar tentang sikap – sikap, nilai – nilai, tindakan – tindakan yang di anggap tepat oleh suatu masyarakat atau oleh satu kebudayaan tertentu. Proses sosialisasi memungkinkan orang berpikiran sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku bagi masyarakat sehingga terhindar dari prilaku asosial. Prilaku asosial adalah prilaku yang bertentangan dengan nilai dan norma masyarakat.

B. Hal – Hal Yang Di Sosialisasikan

Hal – hal yang di sosialisasikan dalam proses sosialisasi adalah pengetahuan nilai dan norma serta keterampilan hidup. Pada akhirnya nilai dan norma sosialisasi itu diinternalisasikan oleh orang yang terlibat dalam proses sosialisasi. Proses internalisasi adalah proses mempelajari atau menerima nilai dan norma social sepenuhnya sehingga menjadi bagian dari system nilai dan norma yang ada pada dirinya.

C. Jenis – Jenis Sosialisasi

Dalam ilmu Sosiologi proses sosialisasi dapat dibedakan menjadi dua bagian diantaranya :

- Sosialisasi Primer artinya sosialisasi pertama yang dijalani seseorang semasa kanak – kanak, dan berfungsi mengantar mereka memasuki kehidupan sebagai anggota masyarakat.
- Sosialisasi Sekunder artinya sosialisasi lanjutan dimana seseorang menjalani sosialisasi di sector – sector kehidupan yang nyata dalam masyarakat.

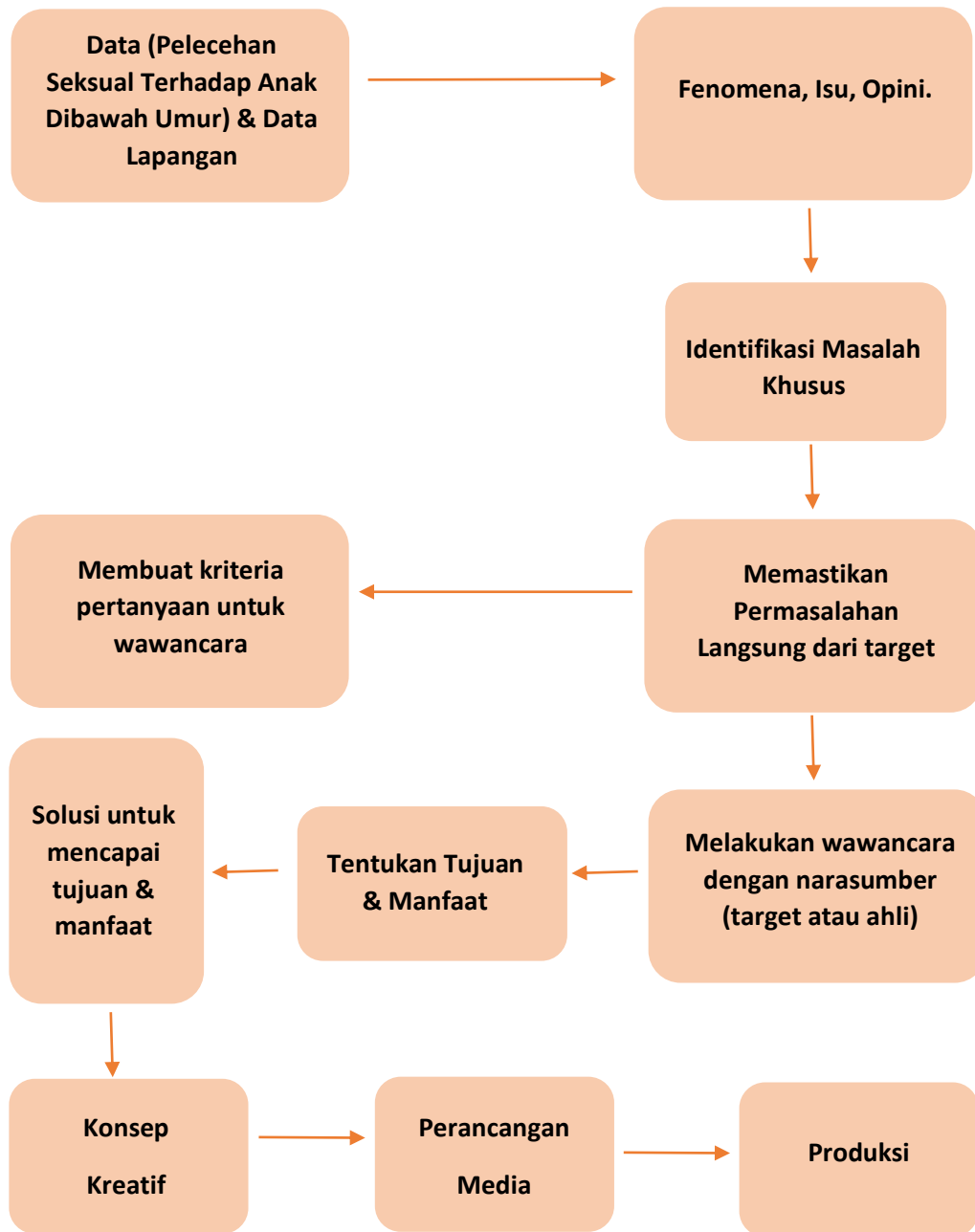
Dilihat dari segi caranya. Sosialisasi yang berlangsung dalam keluarga dapat dibedakan menjadi :

- Sosialisasi Reflesif adalah proses sosialisasi yang lebih mengutamakan penggunaan hukum komunikasi suatu arah kepatuhan penuh anak – anak kepada orang tua dan peran dominan orang tua dalam proses tersebut
- Sosialisasi Partisipatif adalah proses yang lebih mengutamakan penggunaan motifasi, komunikasi timbal balik penghargaan terhadap otonomi anak dan sering tanggung jawab dalam proses tersebut.

Tujuan Sosialisasi di dalam kehidupan bermasyarakat hendaklah kita bersosialisasi. Sosialisasi mempunyai tujuan diantaranya :

- Menumbuhkan disiplin
- Menanamkan aspirasi atau cita-cita
- Mengajarkan peran-peran sosial dan sikap-sikap penunjangnya.
- Mengajarkan keterampilan sebagai persiapan dasar untuk berpartisipasi dalam kehidupan orang dewasa.

II.4. Kerangka Perancangan Tugas Akhir



Tabel 2. Kerangka Perencanaan Tugas Akhir

BAB III
PERANCANGAN STRATEGI KOMUNIKASI

III.1. Target Audience

III.1.1. Segmentasi Target Audiens

Geografis	Demografis	Psikografis
<p>Cibiru, Kota Bandung.</p> <p><i>Berdasarkan urgensi banyaknya jumlah kasus yang terjadi</i></p>	<p>Jenis kelamin : Wanita (Ibu)</p> <p><i>Fungsi ibu sebagai orangtua sangatlah urgen dalam mengasuh dan mengarahkan anak. Sebab, ibu adalah orang yang dekat dengan anak dan telaten. (Multitalent Mom, 2016, DIVA Press)</i></p> <p>Usia : 30 – 40</p> <p>SES : Menengah kebawah</p>	<p>Ibu Rumah Tangga</p> <p>Memiliki anak usia 5 – 10 tahun</p>

Tabel 3. Target Audience

III.1.2. Personifikasi Target Audiens

Popi, 35 tahun, seorang ibu rumah tangga yang senang bersosialisasi bekerja sampingan sebagai baby sitter dan buruh cuci baju di Cibiru, Kota Bandung. Seorang pekerja keras, yang menyayangi, memprioritaskan dan mementingkan pendidikan akademik anaknya. Tidak ada yang bisa mengubah keinginannya beliau ingin anaknya dapat bersekolah tinggi tidak seperti dirinya dahulu. Menghargai lingkungan dan memiliki kemauan untuk bisa menjaga dan melindungi keluarga sesuai kewajiban seorang ibu.

III.1.3. Consumer Journey

Dalam mendapatkan data consumer journey sample yang digunakan sesuai dengan target audiens yang telah ditentukan

1. Nama: Susi Sulistiawati

Usia: 34

Waktu	Kegiatan	Touch Point	Point Of Contact
04.30 – 05.00	Bangun tidur Mandi Solat Subuh	Kamar Kamar Mandi	Selimut coklat bercorak, foto, kalender, kasur spre merah, bantal merah, tembok cream, Tembok hijau dan biru, pepsodent, sabun lux,

			pantene, handuk putih hijau, sikat gigi merah, sponge putih pink
06.00	Masak	Dapur	Cat hijau, kardus aqua, beng - beng dan Philips, magic com putih biru dan merah, keset merah
06.30	Mengantar anak sekolah	Motor (beat) Jalan	Motor (hitam merah) warung klontongan tempat makan kaki lima banner spanduk
07.00	Pasar (membeli bahan masakan, dan bahan jualan untuk di warung)	Pasar	Poster promosi produk
08.00 – 21.00	Pulang Membuka warung	Jalan Rumah Warung	Motor (hitam merah) warung klontongan

	<p>Mengerjakan pekerjaan</p> <p>rumah</p> <p>Nonton TV</p> <p>Buka Facebook</p> <p>Solat</p> <p>Makan</p>		<p>tempat makan</p> <p>kaki lima</p> <p>banner</p> <p>spanduk</p> <p>Cat Warung Hijau</p> <p>Coklat</p> <p>Nonton D'academy</p> <p>Asia 3 di Indosiar</p> <p>Hp MITO Putih</p>
21.00	Tutup warung (beres – beres)	Warung	Cat Hijau
22.00 – 04.30	Tidur	Kamar	<p>Selimut coklat</p> <p>bercorak, foto,</p> <p>kalender, kasur sprei</p> <p>merah, bantal merah,</p> <p>tembok cream,</p>

Tabel 4. Consumer Journey 1

2. Nama : Eti Siti Fatimah

Usia : 38 tahun

Waktu	Kegiatan	Touch Point	Point Of Contact
04.30 – 05.00	Bangun tidur Sholat Membangunkan anak	Kamar Dapur	Selimut biru dongker, kasur spreng merah gambar barbie, bantal merah, tembok kuning, mukena putih, kalender, foto.
05.00 – 05.30	Ke pasar	Jalanan Pasar	Abu, hitam
05.30	Masakmenyiapkan sarapan Sarapan	Dapur Ruang keluarga	Oranye, peralatan dapur abu, silver, hitam, putih
06.00 – 06.30	Mandi Mengantarkan anak sekolah	Kamar mandi, Sekolah	Nasi, air putih/teh, mukena.
10.00 – 15.00	Ke rumah saudara pulang	Kamar, jalan	Putih, abu
15.00 – 17.00	pulang istirahat	Perjalanan Rumah	abu

17.00 – 20.00	Masak Menunggu anggota keluarga pulang Istirahat tidur	Dapur Ruang santai keluarga Kamar	Sabun lux, shampoo sunsilk, Pasta gigi pepsodent, sikat gigi ciptadent, TV LG, Channel tv Indosiar
------------------	--	--	---

Tabel 5. Consumer Journey 2

3. Nama: Sadiyah

Usia: 40

Waktu	Kegiatan	Touch Point	Point Of Contact
04.00 – 05.00	Bangun tidur Sholat Menyiapkan sarapan keluarga	Kamar Dapur	Selimut coklat bercorak, kasur spre merah, bantal merah, tembok cream, mukena putih, peralatan dapur abu, silver, hitam, putih, kalender, foto.
05.00 – 07.30	Mandi Sarapan Mengantarkan anak sekolah	Kamar mandi, meja sarapan,	Sikat gigi ciptadent, pasta gigi pepsodent, sabun lux, meja kayu Motor beat

	Berangkat kerja	perjalanan, pabrik.	
08.00 – 12.30	Bekerja	Pabrik	Meja, mesin, berkas kertas
12.31 – 13.00	Istirahat Solat	Kantin, mushalla.	Nasi, air putih/teh, mukena.
16.00 - 18.15	pulang mandi masak atau membeli makanan solat makan	Perjalanan Rumah Kamar mandi Kamar Dapur Ruang makan Ruang santai keluarga	Sabun lux, shampoo pantene, TV samsung
18.16 – 21.30	Solat Istirahat Membantu anak mengerjakan pr Nonton TV	Kamar Ruang santai keluarga	Tempok warna cream, TV samsung, Nonton Dangdut Indosiar
21.31 – 04.30	tidur	Kamar	Selimut coklat bercorak, kasur sprej

			merah, bantal merah, tembok cream.
--	--	--	---------------------------------------

Tabel 6. Consumer Journey 3

4. Nama: Elis

Usia: 30 tahun

Waktu	Kegiatan	Touch Point	Point Of Contact
05.00	Bangun tidur Mandi Solat Subuh	Kamar Kamar Mandi	foto, kalender pepsodent, sabun lifebuoy, pantene, cat hijau
06.00	Masak (menyiapkan sarapan)	Dapur	Magic com phillips
06.30 – 09.00	Beres – beres rumah	Rumah	Cat Hijau
09.00 – 11.00	Membantu suami (home industry) Nonton TV Main Hp	Ruang Keluarga	Jas Hujan Jaket Sharp Oppo
11.00	Menyiapkan untuk makan siang	Dapur	
12.00	Solat	Kamar	

	Makan	Ruang Keluarga	
13.00 – 17.00	Membantu suami (home industry) Solat Main HP Nonton TV	Ruang Keluarga	Jas Hujan Jaket Sharp Oppo
17.30	Menyiapkan untuk makan malam	Dapur	
18.00	Makan malam Istirahat Kumpul keluarga Main Hp Nonton TV	Ruang Keluarga	
20.00 – 21.00	Tidur	Kamar	

Tabel 7. Consumer Journey 4

5. Nama: Popi

Usia: 35 tahun

Waktu	Kegiatan	Touch Point	Point Of Contact
05.30	Bangun tidur Masak Air	Kamar Kamar Mandi	foto, kalender, jam pasta gigi pepsodent, sikat gigi formula, sabun lux, shampoo pantene
06.00	Masak (menyiapkan sarapan)	Dapur	Magic com, kompor, dispenser yongma Kulkas sharp
07.00 – 11.00	Mandi Membereskan rumah Sambil bekerja menjaga anak titipan Nonton TV	Ruang Keluarga	Cat Hijau karpet Polytron Foto Kalender Gossip KISS & Insert di Indosiar dan Trans TV

			FTV Kisah nyata Indosiar
11.00	Menyiapkan untuk makan siang	Dapur	Magic com, kompor, dispenser yongma Kulkas sharp
12.00	Makan	Ruang Keluarga	Cat Hijau karpet Polytron Foto Kalender
12.00 – 17.30	Menyetrika pakaian keluarga dan orang lain Nonton TV Mengecek HP	Ruang Keluarga	Cat Hijau karpet Polytron Foto Kalender Variety Show mikrofon pelunas hutang di Indosiar HP Mito Putih, provider Telkomsel As

17.30	Menyiapkan untuk makan malam	Dapur	Magic com, kompor, dispenser yongma Kulkas sharp
18.00	Makan malam Istirahat Kumpul keluarga Nonton TV	Ruang Keluarga	Cat Hijau karpet Polytron Foto Kalender Variety Show D'Academy Asia 3 di Indosiar
20.00 – 21.00	Tidur	Kamar	

Tabel 8. Consumer Journey 5

Berdasarkan consumer journey target adalah ibu rumah tangga yang cenderung diam dirumah baik hari kerja atau pun libur, dalam waktu senggangnya target menghabiskan waktunya untuk menonton televisi, acara televisi yang di tonton pun sejenis variety show dan drama ftv atau sinetron. Target menggunakan whatsapp sebagai media komunikasi selain fitur SMS dan telepon pada telepon genggam yang mereka gunakan. Saat melakukan wawancara target menyukai desain yang berupa ilustrasi foto atau fotografi di bandingkan ilustrasi gambar.

III.2. Strategi Pesan Komunikasi

III.2.1. Consumer Insight

1. Susi Sulistiawati, 34 tahun

- Ingin membahagiakan anak
- Mementingkan pendidikan akademik anak
- Suka berdandan
- Senang bekerja
- Takut menyakiti orang lain
- Suka bersosialisasi dengan teman lama
- Berusaha menjadi ibu yang baik dan benar

Target adalah seorang yang mementingkan atau memprioritaskan anaknya , mementingkan pendidikan akademik anak agar pintar dan dapat bersekolah lebih tinggi dari dirinya, senang terlihat rapih dan mementingkan kecantikan, pekerja keras, menghargai lingkungan, senang dan mementingkan menjalin hubungan pertemanan dengan teman lama, dan memiliki kemauan untuk menjaga, melindungi keluarga sesuai kewajiban seorang ibu.

2. Eti Siti Fatimah, 35 tahun

- Ingin membahagiakan anak
- Suka bersosialisasi

Target adalah seorang yang mementingkan atau memprioritaskan anaknya, senang menjalin hubungan dengan orang di lingkungan sekitar, dan memiliki kemauan untuk menjaga, melindungi keluarga sesuai kewajiban seorang ibu.

3. Sadiyah, 40 tahun

- Ingin membahagiakan anak
- Suka bekerja
- Mementingkan pendidikan akademik anak
- Berusaha menjadi ibu yang baik dan benar

Target adalah seorang yang mementingkan atau memprioritaskan anaknya, suka bekerja, mementingkan pendidikan akademik anak agar pintar dan dapat bersekolah lebih tinggi dari dirinya dan memiliki kemauan untuk menjaga, melindungi keluarga sesuai kewajiban seorang ibu.

4. Elis, 30 tahun

- Ingin membahagiakan anak
- Suka berdandan
- Suka selfie
- Suka jalan-jalan
- Berusaha menjadi ibu yang baik dan benar

Target adalah seorang yang mementingkan atau memprioritaskan anaknya , senang terlihat rapih dan mementingkan kecantikan, narsis, senang berada di lingkungan baru, dan memiliki kemauan untuk menjaga, melindungi keluarga sesuai kewajiban seorang ibu.

5. Popi, 37 tahun

- Ingin membahagiakan anak
- Suka bekerja
- Suka bersosialisasi
- Mementingkan pendidikan akademik anak
- Berusaha menjadi ibu yang baik dan benar

Target adalah seorang yang mementingkan atau memprioritaskan anaknya, suka bekerja dan bersosialisasi, mementingkan pendidikan akademik anak agar pintar dan dapat bersekolah lebih tinggi dari dirinya dan memiliki kemauan untuk menjaga, melindungi keluarga sesuai kewajiban seorang ibu.

III.2.2.A. What To Say

Berdasarkan analisa yang dilakukan terhadap target dan pesan yang akan disampaikan, maka didapat what to say yaitu “predator seksual berada di dekat anak”

Tagline : Berantas Si Cabul

Headline : Pedofilia Berada Didekat Anak

III.2.2.B. Pendekatan Kreatif

How To Say

Tone : daya tarik emosional karena target (ibu – ibu) menyukai acara televisi sejenis sinetron, *ftv*, dan *variety show*.

Manner : gaya penyampaian pesan secara fear appeal agar menciptakan emosional target menjadi takut, *aware*, atau menegangkan.

III.3. Strategi Media

Solusinya adalah dibuat kampanye sosial, dengan penyebaran poster mengenai kampanye lalu di dukung dengan berjalannya sosialisasi di setiap kelurahan di kota Bandung dan sekitarnya.

Pada program ini diharapkan orangtua dapat menerima informasi mengenai bahaya pelecehan seksual terhadap anak dan paham, agar lebih waspada, serta dapat mengawasi atau membimbing anak mereka secara komprehensif sesuai dengan usianya dan bagaimana cara pencegahannya bisa ditanamkan dalam diri anak sejak dini.

a. Diselenggarakan Sosialisasi

Sosialisasi ini dibuat untuk menyampaikan informasi dari program kampanye yang dijalankan, di dukung oleh lembaga anak, pemerintah dan kepolisian.

b. Merancang Media Pendukung Sosialisasi

Diberikan buku saku berisikan informasi yang disampaikan ketika sosialisasi berlangsung sebagai media pembantu. Atau dibuat merchandise yang sering bersentuhan langsung dengan target dibalut informasi – informasi pencegahan untuk terjadinya pelecehan seksual, contohnya kalender, talenan, piring dan totebag.

c. Merancang Media Luar Ruang

Dibuat media informasi mengenai kampanye sosial ‘pencegahan pelecehan seksual terhadap anak’ seperti poster dan spanduk, sesuai dengan posisi jangkauan target.

III.3.1. Media Utama

Penulis menentukan poster dan kalender sebagai media utama penyampaian pesan karena berdasarkan observasi target sangat jarang berpergian jauh menggunakan kendaraan pribadi atau umum, target lebih sering berjalan kaki. Oleh karena itu poster adalah media yang cocok digunakan untuk pejalan kaki dan kalender adalah media pengingat yang cocok dalam setahun penuh akan terus mengingatkan target terhadap program mengenai bahaya predator seksual atau pedofilia.

III.3.2. Media Pendukung

1. Kegiatan sosialisasi (*event*) sebagai media pendukung diselenggarakannya kampanye untuk menyampaikan informasi dan pemahaman lebih dalam.
2. Spanduk sebagai media pendukung penyampaian informasi akan diselenggarakannya acara kampanye tersebut.
3. X – Banner dan Backdrop panggung dibuat sebagai media pelengkap di hari H berjalannya kampanye, yang bertujuan sebagai media pendukung dalam kampanye
4. Dibuat buku saku berisikan informasi yang disampaikan ketika sosialisasi berlangsung sebagai media pembantu.
5. Merchandise, yang sering bersentuhan langsung dengan target, contohnya kalender, talenan, gelas dan piring.

III.3.3. Strategi Perancangan

<p>Attention dan Interest</p>	<p>Poster</p> <p>Dalam tahap ini, target diajak untuk mulai melindungi anaknya (<i>awareness</i>) dengan mulai diperlihatkan foto ilustrasi dan tagline headline yang mendukung.</p>
<p>Search</p>	<p>Poster dan Spanduk</p> <p>Dalam tahap ini target diajak untuk mengikuti kegiatan sosialisasi kampanye dengan mulai muncul kapan, dimana kegiatan itu berlangsung, siapa pembicara atau public figure yang hadir, dan kontak panitia yang dapat dihubungi.</p>
<p>Action</p>	<p>X - Banner, Backdrop, Spanduk, Poster</p> <p>Media tersebut adalah media yang akan ada saat kegiatan kampanye berlangsung di hari H.</p>
<p>Share</p>	<p>Buku saku, Kalender, Piring, Talenan, Totebag</p>

	Media tersebut adalah media yang akan di berikan untuk target pada saat kegiatan kampanye berlangsung di hari H.
--	--

Tabel 9. AISAS

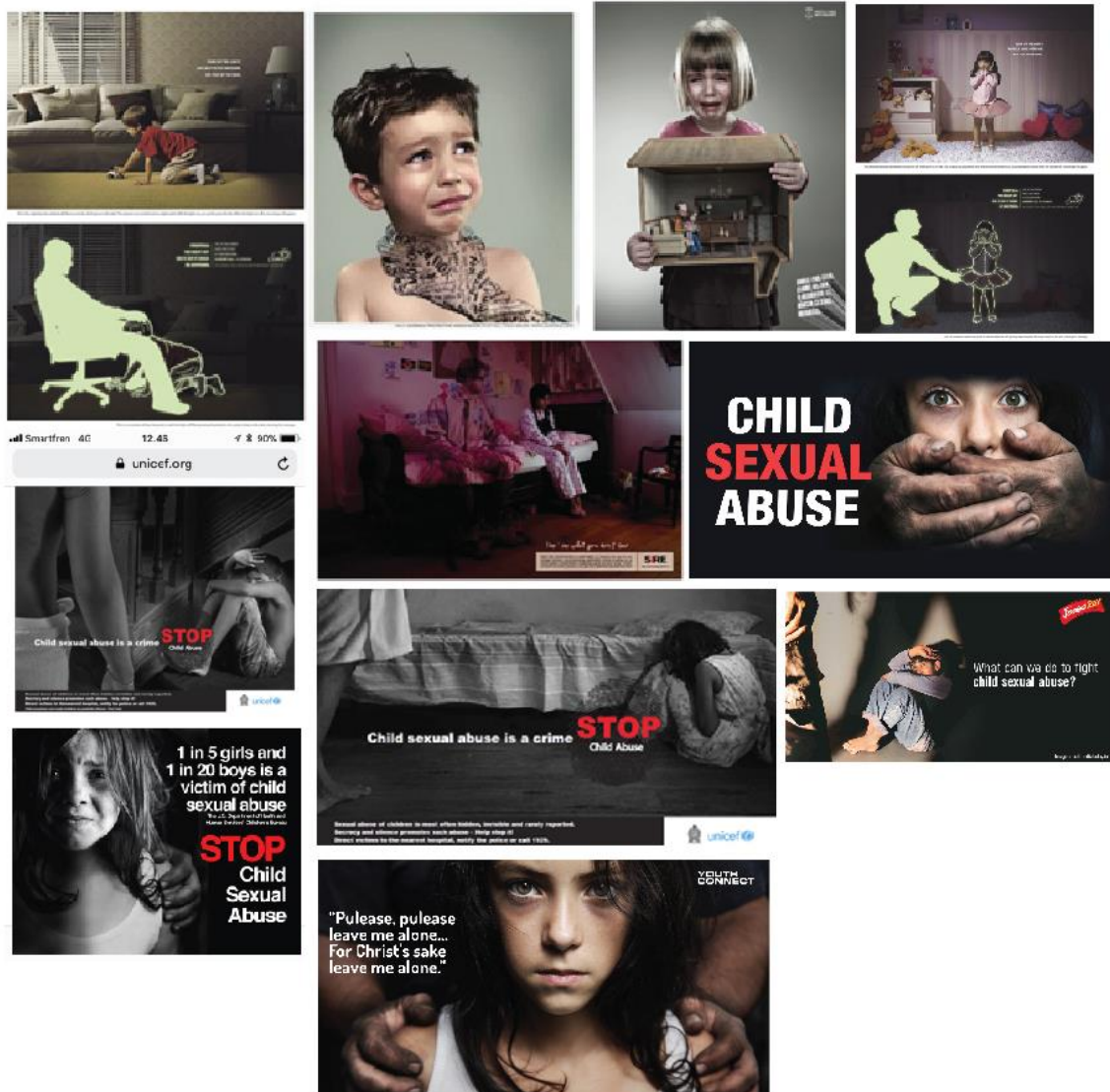
Ada pula media schedulingnya sebagai berikut :

TAHAP 1 : Attention & Interest	Oktober 2018				November 2018				Pemasangan Media
Poster									Disekolah anak (SD), di perjalanan menuju sekolah, di warung - warung, di RT/RW dan kelurahan.
TAHAP 2 : Search									Disekolah anak (SD), di perjalanan menuju sekolah, di warung - warung, di RT/RW dan kelurahan.
Poster dan Spanduk									
TAHAP 3 : Action									Di perjalanan menuju kelurahan dan di kelurahan
Event, X - Banner, Spanduk, Poster, Backdrop									
TAHAP 4 : Share									Dibagikan di pintu masuk, berupa goodie bag, tiap tas (totebag), berisi buku saku, kalender, talenan / piring (secara random)
Buku saku, kalender, talenan, piring, totebag									

Tabel 10. Media Scheduling

BAB IV KONSEP KREATIF PERANCANGAN VISUAL

IV.1. Referensi Visual



Gambar IV.1. Referensi Visual

IV.2. Konsep Kreatif Perancangan Visual

IV.2.1. Verbal

Dalam media informasi ini, pesan utamanya adalah menginformasikan kepada ibu – ibu untuk melakukan pengawasan lebih dan perlindungan ekstra terhadap anak agar terhindar dari kasus pelecehan seksual sebab pelaku adalah orang di dekat anak.

IV.2.2. Visual

Visual yang digunakan dalam perancangan media informasi ini diambil dari analisa *consumer journey* dengan visual fotografi dengan *tone* atau *filter* yang cenderung gelap mengikuti referensi.

Fotografi yang digunakan objek dengan pendekatan *fear appeal* dengan ilustrasi pelaku berada sangat dekat dengan korban, lalu digambarkan juga pelaku adalah penjahat seksual dengan memegang boneka Barbie dengan bagian tubuhnya (bagian private dada) terlihat jelas.



Gambar IV.2.2 Fotografi

IV.2.3. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan berdasarkan analisa *consumer journey* adalah sans serif, nama fontnya antara lain :

Impact Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890...: ' " (!?) +-*/=

Gambar IV.2.3.1. Typografi Font 1

Langdon

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890...: ' " (!?) +-*/=

Gambar IV.2.3.2. Typografi Font 2

IV.2.4. Warna

Warna yang digunakan berdasarkan analisa *consumer journey* adalah merah dengan kode



Gambar IV.2.4. Warna

Karena warna foto cenderung gelap maka dibutuhkan warna yang kontras untuk warna font, putih adalah warna yang cocok.

IV.2.5. Layout System

Ada beberapa layout yang digunakan disesuaikan dengan media dan peruntukannya, antara lain :

1. Poster



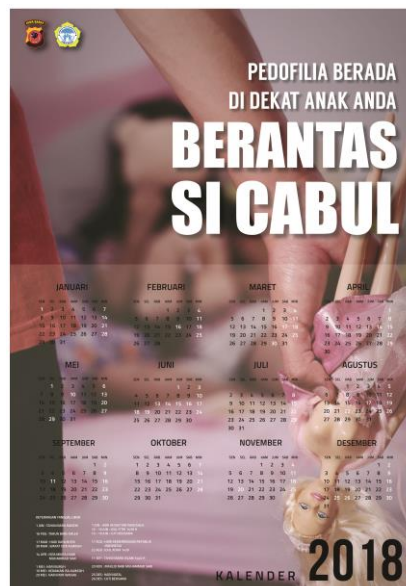
Gambar IV.2.5.1. Poster 1

2. Poster Acara



Gambar IV.2.5.2. Poster 2

3. Kalender



Gambar IV.2.5.3. Kalender

4. Spanduk



Gambar IV.2.5.4. Spanduk

5. Backdrop



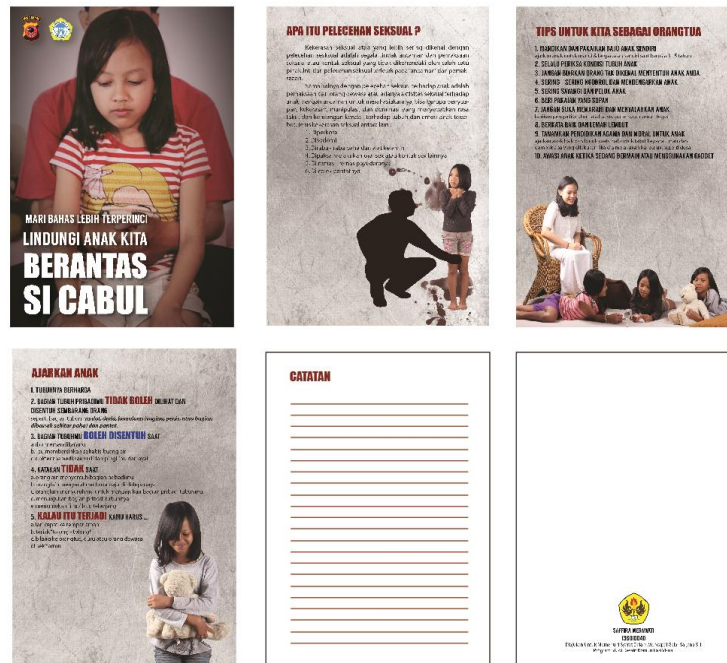
Gambar IV.2.5.5. Backdrop

6. X – Banner



Gambar IV.2.5.6. X - Banner

7. Buku Saku



Gambar IV.2.5.7. Buku Saku

8. Piring



Gambar IV.2.5.8. Piring

9. Talenan



Gambar IV.2.5.9. Talenan

10. Totebag



Gambar IV.2.5.10. Totebag

IV.2.6 Logo Lembaga



Gambar IV.2.6.2. Logo Lembaga

Program kampanye ini diselenggarakan oleh Porestabes Bandung dan Lembaga Perlindungan Anak Jawa Barat.

BAB V PENUTUP

V.1. Kendala Dalam Perancangan Karya Visual

Selama proses perancangan karya, penulis menemukan beberapa kendala yang diantaranya adalah mendapatkan data yang cukup banyak dan luas membuat penulis terkecoh dalam menentukan target yang perlu disasar pada awalnya. Juga tertundanya beberapa progress dalam perancangan visual yang diakibatkan pengulangan pengerjaan desain.

V.2 Saran untuk Perancangan Karya Visual Selanjutnya

Setelah terselesaikannya perancangan karya visual ini, penulis berharap perancangan karya ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi karya perancangan selanjutnya. Jika karya perancangan selanjutnya memilih topik yang sama, saran yang dapat diberikan untuk perancangan karya selanjutnya adalah target masih bisa dikembangkan atau memilih subjek yang berbeda, dengan menggunakan analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Hawari, Dadang. (2013). Pelecehan Seksual pada Anak. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).

Humaira B, Diesmy. 2015. Pelecehan Seksual Pada Anak : Telaah Relasi Pelaku Korban dan Kerentanan Pada Anak (hlm. 5-10). Malang: Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Indriati, ETTY. (2015). PREDATOR AROUND US Preventing Child Sexual Abuse. Jakarta: PT GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA.

Meilani, Kartika. (2016). MULTITALENT MOM. Yogyakarta: DIVA PRESS.

Noviana, Ivo. (2015). Pelecehan Seksual Terhadap Anak: Dampak dan Penanganannya (hlm. 13-28). Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial, Kementerian Sosial RI.

Rustan, Suriyanto. (2013). Mendesain Logo. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Sihombing, Danton. (2011). Tipografi Dalam Desain Grafis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Venus, Antar. (2012). MANAJEMEN KAMPANYE. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Yuwono, Ismantoro Dwi. (2015). PENERAPAN HUKUM DALAM KASUS PELECEHAN SEKSUAL TERHADAP ANAK. Jakarta: Pustaka Yustisia.

Yayasan Pemantau Hak Anak. (2015). Pelecehan Terhadap Anak di Mata Anak Indonesia. Jakarta: Yayasan Pemantau Hak Anak.

Yayasan Matahariku. (2003). Modul I : Perkembangan Anak dan Pelecehan Pada Anak. Bandung: Willie Art.

<http://sains.kompas.com/read/2017/03/17/17485741/anggota.grup.pedofil.di.facebook.ditangkap.polisi> (Diakses pada 03/11/2017, pukul 19.21)

<http://nasional.kompas.com/read/2017/09/17/18594901/kpai-undang-twitter-soal-jual-beli-foto-dan-video-pornografi-anak> (Diakses pada 03/11/2017, pukul 19.21)

<http://www.kpai.go.id/berita/kpai-pelecehan-seksual-pada-anak-meningkat-100/> (Diakses pada 03/11/2017, pukul 19.21)

<http://www.lspr.edu/pritakemalgani/kampanye-sosial/> (Diakses pada 20/11/2017, pukul 22:54)

<https://www.scribd.com/doc/27119983/A-Sosialisasi-1-Pengertian-Sosialisasi-Menurut-Para> (Diakses pada 20/11/2017, pukul 22:54)

LAMPIRAN

Observasi dan Wawancara

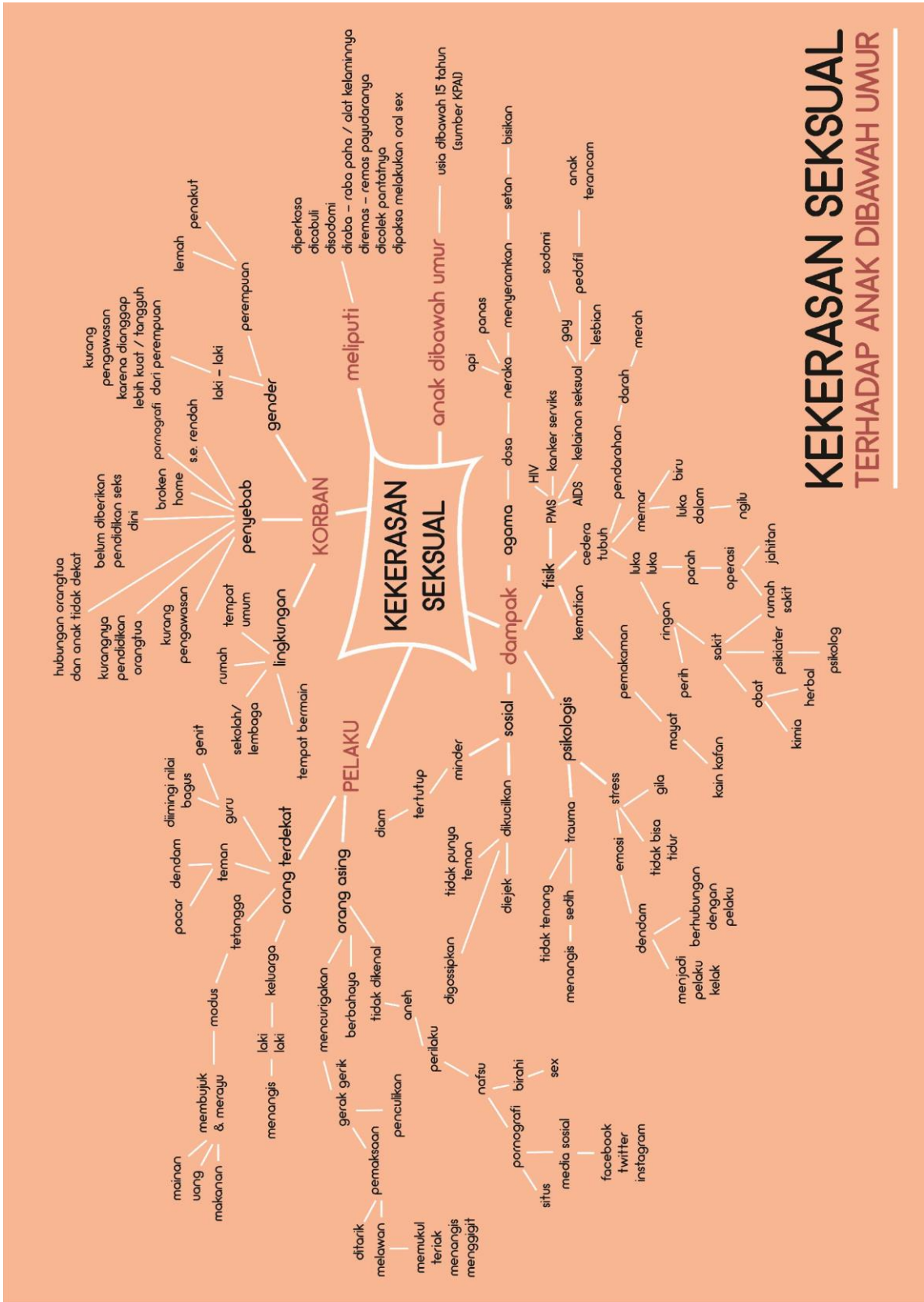






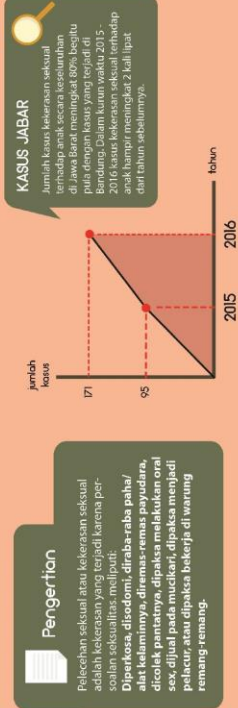






KEKERASAN SEKSUAL TERHADAP ANAK DIBAWAH UMUR

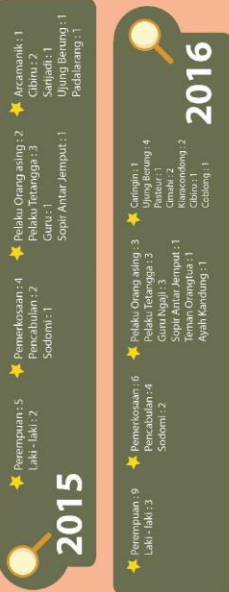
INFOGRAFI PELECEHAN SEKSUAL TERHADAP ANAK DIBAWAH UMUR



- ## Permasalahan
- Jumlah kasus pelecehan seksual terhadap anak di Kota Bandung meningkat
 - Kurangnya peranan orangtua dalam pengawasan anak secara komprehensif
 - Orang tua cenderung bertanya mengenai perilaku akademik anak dari pada keadaan sosial anak
 - Banyak pelaku pelecehan seksual berasal dari lingkungan sekitar anak itu berada bukan hanya orang asing

- ## Kenapa
- Orang tua belum mampu mengasuh anak mereka menggunakan metode yang cocok dengan zaman sekarang. Cara asuh yang dipakai hanya menyuruh apa yang mereka dapat ketika kecil, tanpa mempelajari perubahan zaman.
 - Predator seksual (pedofil) semakin berani melakukan aksinya, oleh sebab itu perlunya pengawasan orangtua secara komprehensif
 - Mengubah cara pandang pengawasan bukan hanya dilakukan oleh orangtua anak saja, tetapi anak dibekali pendidikan seks dini dan cara melindungi dirinya.

KASUS KOTA & KABUPATEN BANDUNG



- ## PENYEBAB
- Keluarga**
- Kurangnya pemahaman dan kesadaran orangtua terhadap perlindungan anak dari bahaya pelecehan seksual
 - Broken home, kurangnya perhatian terhadap anak makan dan minum yang dia fitor
 - gaulan bebas atau orang lain yang dia lakukannya
 - Hubungan anak yang tidak terbuka dengan orangtua membuat anak enggan dengan orangtua membuat anak enggan
 - Keluarga yang sudah terpecah
 - Status ekonomi rendah
- Lingkungan**
- Silih memarahi teman
 - Mempertaya orang asing di lingkungan
 - Pergaulan bebas-pacar memaksa berujung kekeerasan seksual terjual
 - Adanya lingkungan yang tidak mendukung
 - Teknologi yang terus berkembang menyebabkan media porno mudah untuk diakses siapa pun dimana pun

- ## Dampak
- Dampak Psikologis:** dari hasil studi sebanyak 79% korban kekeerasan/pelecehan seksual akan mengalami trauma yang menimbulkan dampak dari korban atau keluarga korban
 - Dampak fisik:** merupakan faktor utama pemulihan penyakit menular seksual (PMS) atau menjadikan korban sebagai pelaku. Kekerasan mengalami keabahan seksual
 - Dampak Cerdas Tubuh:** korban mengalami penurunan atau lebih parahnya menyebabkan kematian
 - Dampak Sosial:** korban merasa takut untuk bersosialisasi atau merasa minder. Hal parahnya korban bisa mengalami ketidakpercayaan dalam sosial, korban membutuhkan perlindungan, motivasi dan dukungan moral untuk bangkit lagi menjalani kehidupannya.

SWOT

- ### Strength
- Program KIB Semula Orang tua yang lebih bejalan kurang lebih 2 tahun dibawah naungan KEMENPPH dan UNICEF Indonesia
 - Program KIB ini mencakup nasional
 - Karena kampanye didanai program ini mencakup target yang luas maka program ini bertujuan untuk melindungi anak dari segala tindak kekeerasan.
 - Orang tua mengunakan media website penyediaan informasi lebih mudah.

- ### Weakness
- Program hanya terfokuskan kepada orang dewasa disektor anak agar anak terlindungi dari predator seksual, tanpa melindungi orang tua yang juga terdampak pada satu masalah yang penulis angkat yaitu kekeerasan seksual
 - Program lebih tertuju untuk menggerakan hal orang dewasa yang berada di sekitar anak, namun belum menggerakkan hal anak agar lebih sadar akan bahaya kekeerasan seksual.
 - Lebih dari 3000 orang yang ikut serta sebagai pendukung anak. Jumlahnya masih sedikit untuk mencakup nasional.

- ### Opportunity
- Banyaknya kasus kekeerasan seksual membuat orangtua lebih protektif kepada anaknya. Dalam 2-tahun dapat mencapai 3000 orang yang ikut serta dalam kampanye program, ada peluang program ini dapat dikembangkan lebih besar.
 - Perkembangan teknologi

- ### Threats
- Kekeerasan seksual pada anak bisa terjadi ketika anak lepas dari pengawasan orangtua
 - Tidak semua orang mengerti cara mengajak ser media informasi yang

- ## Hipotesis awal
- Kekeerasan seksual akan banyak, kekeerasan seksual, serta anak yang belum dibekali informasi tentang cara melindungi dirinya dan pendidikan seks dini
- ### Solusi
- Orang tua mengajarkan anak untuk terlatih dari kekeerasan seksual, mengajarkan informasi untuk melindungi dirinya dan pendidikan seks dini

TARGET



Geografis
Cibiru

Demografis
- Orangtua
- Usia 27 - 47
- Memiliki anak usia
5 - 10 tahun

Psikografis
- Ibu Rumah Tangga
- Pekerja

menurut data observasi

orangtua lebih tertarik untuk menanyakan persoalan akademik anak dari pada menanyakan persoalan sosial anak.

menurut data wawancara target

orangtua mengetahui detail kegiatan yang dilakukan anaknya setiap hari, namun tidak semua kegiatannya di pantau karena ketika anaknya pergi les mereka menyerahkan tanggung jawabnya kepada guru yang mengajar, ketika anaknya bermain bersama teman - temannya biasanya jarang sambil diawasi karena ramai banyak orang, ya, mereka mengetahui persoalan kekerasan seksual, seperti bahaya dan jenisnya. hanya saja, yang dilakukan orangtua sekedar memberikan pendidikan kepada anaknya untuk tidak berbicara dengan orang asing, sedangkan sekarang pelaku kekerasan seksual tidak hanya orang asing, banyak kasus yang pelakunya adalah orang sekitar anak seperti anggota keluarga, tetangga, teman bahkan guru.

menurut data wawancara pemberian solusi dari narasumber ahli

LPA, ditanamkan persepsi bahwa setiap orang dewasa yang berada disekitar anak adalah orangtuanya, untuk melindunginya dari berbagai macam tindak kejahatan atau kekerasan. Pentingnya peranan orangtua dalam membimbing dan mengawasi pertumbuhan/ perkembangan anak.
Polrestabes, perlunya peranan orangtua atau orang dewasa yang pintar, serta memberikan pendidikan seks dini dan pengawasan yang komprehensif.
Psikolog Anak, orangtua harus lebih pintar, cepat tanggap dan peka terhadap segala perilaku anak, pengawasan yang komprehensif serta keterbukaan antara orangtua dan anak dalam berkomunikasi, perlunya dibangun kedekatan antara orangtua & anak sehingga tidak ada benteng yang membatasi anak untuk bercerita kepada orangtuanya.

INSTRUMEN PENELITIAN

Studi Literasi

Wawancara & Observasi

1. teknik pengambilan sample menggunakan nonprobability sampling (purposive sampling)
2. dilakukan pada 2 sumber yaitu ahli, dan target audience.
3. dilakukan untuk memastikan permasalahan yang ada di lapangan dan mencari solusi yang bisa dilakukan.



Pertanyaan Wawancara

1. Apakah kegiatan anak anda sehari - hari?
2. Apakah anda memantau kegiatan anak anda sehari - hari?
3. Jika anak anda sudah bersekolah, apakah anda mengantar - jemput anak anda?
4. Apa yang anda dan anak anda biasa bicarakan di waktu senggang?
5. Apa yang anda ketahui tentang kekerasan seksual / pelecehan seksual?
6. Apa usaha yang telah anda lakukan untuk mencegah kekerasan seksual itu terjadi?
7. Apa yang sering anda lakukan di waktu senggang?
8. Antara gambar berikut (diperlihatkan) desain manakah yang paling anda sukai untuk anda?

Apa Yang Perlu Orangtua Lakukan?



Ajarkan Anak Tubuhnya Berharga

baginya
bagi kita
bagi seluruh keluarga

Ajarkan Jenis Sentuhan seperti bagian mana pada tubuh anak yang boleh disentuh oleh dirinya, keluarga dan orang lain.

Boleh : Menyentuh dari BAHU ke ATAS atau dari LUTUT ke BAWAH
Biasanya Sentuhan Karena KASIH SAYANG
(teman / sahabat sejenis boleh menyentuh)

Tidak Boleh : Bila Seseorang Menyentuh BAGIAN YANG DI TUTUP PAKAIAN DALAM / PAKAIAN RENANG
Menyentuh dan meraba PAHA, DADA, DAN BAGIAN DEKAT KEMALUAN
(hanya diri sendiri yang boleh menyentuh)

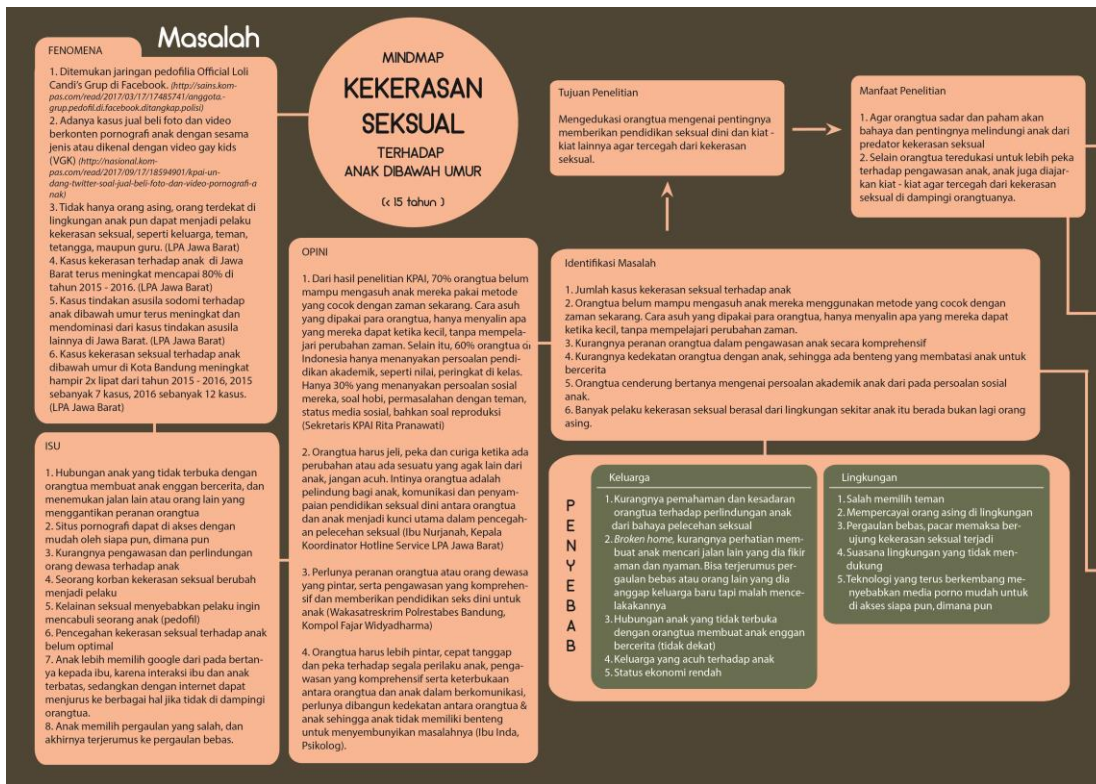


PERLINDUNGAN

SENDIRI belajar mengenai self defence dan caranya di dampingi orangtua
KELUARGA selalu mengawasi anak, membimbing, dan bekalai anak dengan pendidikan seks dini, dan moral agama

KESIMPULAN

Media massa terus mengungkapkan fenomena maraknya kekerasan seksual terhadap anak. Jumlah kasusnya terus meningkat dan lebih tragis pelakunya bukan orang asing lagi, melainkan orang terdekat di lingkungan anak, seperti keluarga, tetangga, teman maupun guru. Oleh karena itu perlunya kesadaran orangtua dan usaha lebih untuk menjaga buah hatinya dari predator seksual. Mengajarkan pendidikan seksual dini bisa menjadi salah satu solusinya, seperti anak diajarkan bagian tubuh mana yang tidak boleh di sentuh oleh oranglain, atau bagaimana cara menolak permintaan atau ajakan aneh orang asing maupun yang dia kenal.



STUDI TARGET AUDIENCE

TARGET AUDIENCE



Geografis

Cibiru,
Kota Bandung

Demografis

Jenis kelamin : Wanita
Usia : 30 – 40
SES : Menengah kebawah

Psikografis

- Peduli terhadap anak
- Memiliki anak 5 - 10 tahun
- Memiliki keinginan untuk melindungi anaknya



Personifikasi Target

Popi, 35 tahun, seorang ibu rumah tangga yang bekerja sampingan sebagai baby sitter dan buruh cuci baju di Cibiru, Kota Bandung. Seorang pekerja keras, yang menyayangi, memprioritaskan dan mementingkan pendidikan akademik anaknya. Tidak ada yang bisa mengubah keinginannya beliau ingin anaknya dapat bersekolah tinggi tidak seperti dirinya dahulu. Menghargai lingkungan dan memiliki kemauan untuk bisa menjaga dan melindungi keluarga sesuai kewajiban seorang ibu. Oleh karena itu target dapat di personifikasikan dengan karakter artis Soimah

SEGMENTASI T. AUDIENS

Wanita (Ibu)
Usia : Dewasa
SES : Menengah kebawah
Pendidikan : SMA
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Wilayah : Cibiru, Kota Bandung

SEGMENTASI T. MARKET

Ibu Rumah Tangga
Usia : 30 - 40
SES : Menengah kebawah
Pendidikan : SMA
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Wilayah : Cibiru, Kota Bandung

Consumer Insight

1. Popi, 35 tahun
- Ingin membahagiakan anak
 - Mementingkan pendidikan akademik anak
 - Senang bekerja
 - Takut menyakiti orang lain
 - Berusaha menjadi ibu yang baik dan benar

Target adalah seorang yang mementingkan atau memprioritaskan anaknya , mementingkan pendidikan akademik anak agar pintar dan dapat bersekolah lebih tinggi dari dirinya, pekerja keras, menghargai lingkungan, dan memiliki kemauan untuk menjaga, melindungi keluarga sesuai kewajiban seorang ibu.

CREATIVE BRIEF

Latar Belakang

Fenomena kekerasan seksual terhadap anak semakin sering terjadi dan menjadi global hampir di berbagai negara. Kasus kekerasan seksual terhadap anak terus meningkat dari waktu ke waktu. Kekerasan seksual di Jawa Barat mengalami peningkatan mencapai 80 % di tahun 2015 – 2016, data tersebut meliputi kasus kekerasan seksual yang terjadi di Kota dan Kabupaten Bandung. (Rekapitulasi Data Kekerasan Anak, 2015 – 2016, Lembaga Perlindungan Anak) Tahun 2015 tercatat 7 kasus kekerasan seksual yang terjadi, dan pada tahun 2016 tercatat 12 kasus meningkat hampir dua kali lipat dari tahun sebelumnya di Kota dan Kabupaten Bandung.

Dan yang lebih tragis lagi pelakunya adalah kebanyakan dari lingkungan sekitar anak itu berada, antara lain di dalam rumahnya sendiri, sekolah, lembaga pendidikan, dan lingkungan sosial anak. (Rekapitulasi Data Kekerasan Anak, 2015-2016, Badan Pemberdaya Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana)

Solusi Metode yang Digunakan

Solusinya adalah dibuat kampanye sosial, dengan menjalankan sosialisasi di kantor atau balai kecamatan di kota Bandung dan sekitarnya mengenai program pencegahan terjadinya kekerasan seksual terhadap anak.

Pada program ini diharapkan orangtua dapat menerima informasi mengenai bahaya kekerasan seksual terhadap anak, agar lebih waspada, serta dapat mengawasi / membimbing anak mereka secara komprehensif sesuai dengan usianya dan bagaimana cara pencegahannya bisa ditanamkan dalam diri anak sejak dini.

a. Diselenggarakan Sosialisasi

Sosialisasi ini dibuat untuk menyampaikan informasi dari program kampanye yang dijalankan, di dukung oleh lembaga anak, pemerintah dan kepolisian.

b. Merancang Media Pendukung Sosialisasi

Dibuat modul / selebaran berisikan informasi yang disampaikan ketika sosialisasi berlangsung sebagai media pembantu. Atau dibuat merchandise yang sering bersentuhan langsung dengan target dibalut informasi – informasi pencegahan untuk terjadinya kekerasan seksual, contohnya kalender, karpet, gelas dan piring

c. Merancang Media Luar Ruang

Dibuat media informasi mengenai kampanye sosial 'pencegahan kekerasan seksual terhadap anak' seperti poster, banner, baliho sesuai dengan posisi jangkauan target.

Advertising Objective

Tujuan Umum

- Menyampaikan informasi dan mengenai bahaya kekerasan seksual terhadap anak dan pencegahannya
- Mengurangi atau merendahkan presentase jumlah kasus kekerasan seksual terhadap anak di tahun selanjutnya

Tujuan Khusus

- Orangtua dan anak teredukasi dalam upaya pencegahan kekerasan seksual terhadap anak dan dapat mengaplikasikannya di dalam kehidupan sehari-hari
- Membuat orangtua lebih cermat dalam mengawasi dan mengasuh anak mereka dengan komprehensif sesuai usianya
- Anak dapat melindungi dirinya sendiri karena dibekali kiat – kiat agar terhindar dari predator seksual

WHAT TO SAY & HOW TO SAY

What To Say

Si cabul ada di dekat anak

tagline : berantas si cabul

headline :

- Pedofilia Masuk ke Lingkungan Anak Anda
- Ibu Pintar Anak Mandiri (Bisa Menjaga Diri)

How To Say

Tone : daya tarik emosional & rasional hanya emosional lebih mendominasi, karena target (ibu – ibu) menyukai acara tv sejenis sine-tron, ftv, dan variety show.

Manner :

gaya penyampaian pesan secara

- fear appeal
- demonstration
- fear appeal & fantasi

Media utama :

- poster
- spanduk / baliho

karena berdasarkan observasi target jarang berpergian jauh menggunakan kendaraan pribadi / umum target lebih sering berjalan kaki, oleh karena itu poster cocok digunakan sebagai media utama

media pendukung :

- dibuat modul / selebaran berisikan informasi yang disampaikan ketika sosialisasi berlangsung sebagai media pembantu.
- merchandise / ambians media anak, yang sering bersentuhan langsung dengan target dibalut informasi – informasi pencegahan untuk terjadinya kekerasan seksual, contohnya kalender, karpet, gelas dan piring

Nama: Popi
Usia: 35 tahun

CONSUMER JOURNEY

Waktu	Kegiatan	Touch Point	Point Of Contact
05.30	Bangun tidur Masak Air	Kamar Kamar Mandi	foto, kalender, jam pasta gigi pepsodent, sikat gigi formula, sabun lux, shampoo pantene
06.00	Masak (menyiapkan sarapan)	Dapur	Magic com, kompor, dispenser songma Kulkas sharp
07.00 – 11.00	Mandi Membersihkan rumah Sambil bekerja menjaga anak titipan Nonton TV	Ruang Keluarga	Cat Hijau karpet Polytron Foto Kalender Gossip KISS & Insert di Indostar dan Trans TV FTV Kisah nyata Indostar
11.00	Menyiapkan untuk makan siang	Dapur	Magic com, kompor, dispenser songma Kulkas sharp
12.00	Makan	Ruang Keluarga	Cat Hijau karpet Polytron Foto Kalender
12.00 – 17.30	Menyetrika pakaian keluarga dan orang lain Nonton TV Mengecek HP	Ruang Keluarga	Cat Hijau karpet Polytron Foto Kalender

Lanjutan consumer journey di bawah

CONSUMER INSIGHT

merek alat mandi dan kecantikan yang digunakan



acara tv favorite yang sering di tonton



alat elektronik rumah tangga



alat komunikasi



KESIMPULAN

jenis font : SANS SERIF

warna yang sering muncul



teknik : ilustrasi fotografi

garis : statis

STUDI VISUAL

COLOR PALETTE



SECONDARY COLOR



TYPOGRAPHY

jenis font : sans serif

FONT UTAMA

IMPACT
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

FONT SEKUNDER

LANGDON
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

REFERENSI VISUAL TARGET



REFERENSI VISUAL

diambil untuk menentukan tone pada visual untuk layout menggunakan dari referensi visual target





**PEDOFILIA BERADA
DI DEKAT ANAK ANDA
BERANTAS SI CABUL**



**PEDOFILIA BERADA
DI DEKAT ANAK ANDA
BERANTAS SI CABUL**



**PEDOFILIA BERADA
DI DEKAT ANAK ANDA
BERANTAS SI CABUL**



**PEDOFILIA BERADA DI DEKAT ANAK ANDA
BERANTAS SI CABUL**



**PEDOFILIA BERADA
DI DEKAT ANAK ANDA
BERANTAS SI CABUL**

IBU PINTAR ANAK MANDIRI (BISA MENJAGA DIRI)

AJARKAN ANAK UNTUK MENYAYANGI MENGHARGAI TUBUHNYA BAGI DIRINYA, KELUARGA DAN CITA - CITANYA

BERANTAS SI CABUL

IBU PINTAR ANAK MANDIRI (BISA MENJAGA DIRI)

AWASI BUAH HATI KITA SAAT BERMAIN

BERANTAS SI CABUL

IBU PINTAR ANAK MANDIRI (BISA MENJAGA DIRI)

BERIKAN DAN AJARKAN ANAK UNTUK MEMAKAI PAKAIAN YANG SOPAN

BERANTAS SI CABUL

IBU PINTAR ANAK MANDIRI (BISA MENJAGA DIRI)

BERANTAS SI CABUL

AJARKAN ANAK UNTUK MENYAYANGI MENGHARGAI TUBUHNYA BAGI DIRINYA, KELUARGA DAN CITA - CITANYA

BERANTAS SI CABUL

BERIKAN DAN AJARKAN ANAK UNTUK MEMAKAI PAKAIAN YANG SOPAN

IBU PINTAR ANAK MANDIRI (BISA MENJAGA DIRI)

DIA BILANG DIA INGIN MENJADI SAHABATKU
BERANTAS SI CABUL

MENURUT LEMBAGA PERLINDUNGAN ANAK JABAR, KASUS KEKERASAN SEKSUAL TERUS MENINGKAT DI TAHUN 2016 MENGALAMI PENINGKATAN 80%, DARI TAHUN SEBELUMNYA

DIA BILANG AKAN MEMBERIKANKU BONEKA BARU DI KAMARNYA
BERANTAS SI CABUL

DARI KASUS YANG TERJADI DI KOTA BANDUNG, PELAKU BERADA DI DEKAT ANAK. MODUS YANG DILAKUKAN ADALAH MENGIING - IMINGI ANAK AKAN DIBERIKAN SESUATU

DIA BILANG DIA TIDAK AKAN MENYAKITIKU
BERANTAS SI CABUL

MENURUT LEMBAGA PERLINDUNGAN ANAK JABAR, KASUS KEKERASAN SEKSUAL TERUS MENINGKAT DI TAHUN 2016 MENGALAMI PENINGKATAN 80%, DARI TAHUN SEBELUMNYA

BERANTAS SI CABUL
DIA BILANG DIA TIDAK AKAN MENYAKITIKU

MENURUT LEMBAGA PERLINDUNGAN ANAK JABAR, KASUS KEKERASAN SEKSUAL TERUS MENINGKAT DI TAHUN 2016 MENGALAMI PENINGKATAN 80%, DARI TAHUN SEBELUMNYA

DIA BILANG AKAN MEMBERIKANKU BONEKA BARU DI KAMARNYA
BERANTAS SI CABUL

DARI KASUS YANG TERJADI DI KOTA BANDUNG, PELAKU BERADA DI DEKAT ANAK. MODUS YANG DILAKUKAN ADALAH MENGIING - IMINGI ANAK AKAN DIBERIKAN SESUATU