

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KAJIAN TEORI & KERANGKA BERFIKIR

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah peninjauan, Analisa, dan panduan literatur yang sesuai dan relevan dengan topik penelitian yang diangkat oleh peneliti. Tinjauan pustaka melibatkan pencarian, membaca, dan memahami penelitian-penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti lain yang sesuai dengan topik penelitian terkait, mengidentifikasi teori yang sudah dikembangkan terkait topik penelitian, menghindari plagiasi, dan supaya tidak meneliti sesuatu yang sudah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang peneliti muatkan dalam penelitian dan selanjutnya dibuat kesimpulan dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang penulis kajian:

No	Nama Penulis	Judul	Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Maulidatul Munawaroh, Eva Ester Kristiani Agasi	Tindak Pidana Pelecehan Seksual di Media Sosial Perspektif UU ITE	2022	Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif.	Hasil dari penelitian ini adalah bentuk pelecehan seksual di media sosial yang dilakukan

					secara tidak langsung mengarah ke seksualitas
Penelitian ini pelecehan seksual di media sosial secara implisit ditemukan dalam beberapa akun tiktok dan Instagram					
2	Marsekal Taris Ilmamsyah, Andreana Lingga Sekarasri, Hriyanto Atmojo	Kampanye Sosial “Stop Pelecehan Seksual Di Perkantoran”	2022	Penelitian ini bersifat digunakan adalah metode yang digunakan adalah metode untuk mengumpulkan data-data yang relevan	Hasil penelitian ini menunjukkan kegiatan tersebut diharapkan dapat menyadarkan masyarakat tentang adanya pelecehan seksual di perkantoran, dan tidak takut untuk

					melpor meminta perlindungan ke Lembaga terkait.
<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelecehan seksual di tempat kerja merupakan salah satu masalah yang jarang diketahui serta paling sulit dan berisiko bagi korban.</p>					
3	Safyra Fajari Oktafiana, Nova Kristiana	Perancangan Kampanye Sosial Tentang Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan Pada Media Sosial	2019	Penelitian ini menggunakan metode penelitian ini yaitu metode kualitatif, pengumpulan data, menganalisis data menggunakan 5W1H	Hasil dari penelitian ini. Perancangan kampanye social ini berupa infografis data pelecehan seksual online dan yang berupa poster berisi informasi mengenai cara mencegah dan melaporkan, perancangan

					n ini diterapkan melalui media social Instagram.
Tujuan penelitian ini sebuah perancangan kampanye guna mengurangi tindakan pelecehan di media sosial yang bekerjasama dengan pihak Kekerasan Gender Berbasis Online (KBGO).					
4	Aan Zenny Reprianto, Julyanto Ekantoro, Fitria Widiyani Roosinda	Kampanye Digital Komunitas Perempuan berkisah Dalam Mengkampanyekan Pesan Keadilan dan Kesetaraan Gender Melalui Instagram @perempuanberkisah	2022	Penelitian ini menggunakan penelitian metode deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini bahwa kampanye digital yang dilakukan oleh komunitas perempuan berkisah melalui akun Instagram @perempuanberkisah melalui dengan 3 tahapan, yakni (1) identifikasi masalah,

					dengan melakukan pengamatan terkait media yang membahas isu perempuan dan banyaknya perempuan membutuhkan media untuk menyuarakan keadilan dan kesetaraan gender, (2) perancangan, dilakukan dengan berdiskusi internal komunitas perempuan berkisah khususnya tim redaksi yang berjumlah 9
--	--	--	--	--	---

					orang kemudian diedit, (3) pelaksanaan, dilakukan dengan mengunggah konten kampanye yang berisi informasi, edukasi.
Tujuan penelitian ini yaitu sebagai media pemberdayaan perempuan dan ruang aman berbagi pengetahuan dan pembelajaran berbasis etika feminis.					
5	Carolin Santoso, Christophilia Deave S.S. Retno, Maria Ancilia Widyaningtyas Sastrosumarto	Analisis Komunitas Online Perempuan Berkisah DIY dan Jawa Tengah	2022	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang menggunakan metode Participatory Action Research dengan hasil penelitian yang	Hasil penelitian ini bahwa komunitas daerah yang tergolong baru terbentuk ini memiliki beberapa masalah dalam pelaksanaannya

				dituliskan ke dalam beberapa jenis analisis	sehingga dibutuhkan strategi dan cara efektif agar masalah ini dapat terselesaikan
Penelitian ini bertujuan untuk komunitas dapat menyelesaikan akar masalah yang ada dalam komunitas.					
6.	Suprihatin, A Muhaiminul Azis	Pelecehan Seksual Pada Jurnalis Perempuan Di Indonesia	2020	Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data berupa dokumentasi, wawancara dan Focus Group Discussion (FGD) melibatkan informan dan responden dari jurnalis anggota AJI Suraaya, jurnalis	Hasil penelitian tersebut diharapkan dapat menjadi bahan untuk melakukan advokasi, membuat penelitian lanjutan, dan menjadi rekomendasi bagi pihak-pihak yang relevan.

				perempuan, akademisi.	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data kualitatif yang valid tentang jenis-jenis pelecehan seksual yang dilakukan, pelaku pelecehan seksual, dampaknya bagi korban, serta tindak lanjut yang sudah ada.</p>					
7.	Ismuadli Rahman Zarkasih, Catur Nugroho, M.Ikom.	Pelecehan Seksual di Media Sosial (Studi Kasus Tentang Korban Pelecehan Seksual di Instagram)	2019	Penelitian ini menggunakan studi kasus yang dikaji secara kualitatif dengan mengumpulkan hasil wawancara dari beberapa narasumber, yaitu dua korban pelecehan seksual dan satu pihak komisi nasional perempuan.	Hasil penelitian ini, terjadinya kasus pelecehan seksual di media sosial berdasarkan catatan tahunan komnas perempuan di tahun 2019 mencapai persentase nilai.
<p>Penelitian ini bertujuan dengan mengetahui penyebab atas dasar terjadinya pelecehan seksual serta mengurangi angka pelecehan seksual di Instagram.</p>					
8.	Sielly Laurent S, Hendro	Perancangan Kampanye Sosial	2019	Metode perancangan kualitatif	Hasil penelitian mengenal

	Aryanto, Aniendya Christianna	Pencegahan Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan Remaja		<p>untuk mengetahui data yang sesungguhnya a. Engan mencari data primer tentang target audience yang sesuai dengan sasaran campaign agar menunjang untuk proses perancangan kampanye sosial agar tepat sasaran,data yang terkait dengan perempuan penelitian yang terkait..</p>	<p>relasi atau hubungan dengan lawan jenis dan rentan akan tindak pelecehan seksual baik menjadi korban, maka dibuat sebuah perancangan kampanye social edukasi tentang pelecehan seksual</p>
<p>Penelitian ini bertujuan untuk media memberi edukasi tentang pelecehan seksual dan kedepannya menjadi generasi muda yang dapat pelopor dan</p>					

pelapor terkait pelecehan seksual dan mengedukasi kampanye sosial tentang tindakan pencegahan terhadap pelecehan seksual bagi perempuan remaja.					
9.	Indiera Abadi	Pemanfaatan Media Sosial Instagram Komnas Perempuan Sebagai Media Kampanye Anti Kekerasan Seksual	2022	Penelitian ini adalah media Richness Theory. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif desriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media social Instagram memiliki kekayaan dengan keragaman fitur yang membantu dan memudahkan Humas Komnas Perempuan dalam melakukan kegiatan kampanye yang mengangkat isu anti kekerasan seksual.

<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram Komnas Perempuan sebagai media kampanye anti kekerasan seksual.</p>					
10.	<p>Analisa Yudika Wulandari</p>	<p>Peran Instagram @perempuanber kisah Sebagai Media Pemberdayaan Perempuan</p>	<p>2020</p>	<p>Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif</p>	<p>Hasil penelitian ini bahwa; 1) peran Instagram @perempuanber kisah sebagai media pemberdayaan an perempuan adalah memenuhi kebutuhan bermedia perempuan menyebarkan topik pemberdaya an perempuan, dan menumbuhkan kemandirian perempuan;</p>

					<p>2) factor pendukung pemberdayaan perempuan Instagram @perempuanberkisah meliputi pengelola Instagram @perempuanberkisah sebagai komunikator, konten Instagram @perempuanberkisah sebagai pesan, dan pengikut Instagram @perempuanberkisah sebagai komunikan.</p>
<p>Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi peran Instagram @perempuanberkisah sebagai media pemberdayaan perempuan, mengetahui faktor pendukung pemberdayaan perempuan melalui Instagram @perempuanberkisah,</p>					

mengetahui faktor penghambat pemberdayaan perempuan melalui Instagram @perempuanberkisah.					
11.	Lisa Julianti, Raisah Maharani Siregar, Pasya Aulia	Fenomena Pelecehan Seksual Pada Perempuan di Media Sosial Instagram	2023	Penelitian deskriptif digunakan untuk mengumpul an data mengklasifik asikan data, dan menganalisis dalam penelitian tentang fenomena pelecehan seksual pada perempuan d Instagram	Hasil penelitian diperoleh pelecehan seksual secara online memiliki berbagai macam bentuk serta adanya hubungan antara budaya patriarki sebagai salah satu penyebab pelecehan seksual yang terjadi.
Penelitian ini bertujuan mengetahui bentuk pelecehan seksual yang bisa terjadi pada perempuan, mengetahui penyebab pelecehan seksual dalam pandangan feminisme radikal, mengetahui dampak yang ditimbulkan dari pelecehan seksual dan mengetahui upaya yang bisa dilakukan untuk meminimalisir pelecehan seksual di Instagram.					

12.	Novrianza, Imam Santoso	Dampak dari Pelecehan Seksual Terhadap Anak di Bawah Umur	2022	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah bentuk jenis penelitian dengan mengumpulkan data yang digunakan sebagai bahan data dan tindak memaki angka untuk objek penelitiannya	Hasil dari penelitian ini adalah dampak dari perbuatan pelecehan seksual tersebut sering terjadi adalah anak menjadi menderita, depresi, kehilangan nafsu makan, anak menjadi orang yang introvert, susah tidur, tidak dapat fokus pada saat disekolah, nilai menurun, dan bahkan
-----	-------------------------------	---	------	---	---

					tidak naik kelas.
<p>Penelitian ini bertujuan kebanyakan terjadi pelaku kejahatan seksual terhadap anak adalah orang terdekat dari lingkungannya yang seharusnya lingkungan tersebut dapat memberikan perasaan yang nyaman dan aman bagi anak malah menjadi anak sangat takut dan trauma.</p>					
13.	Ismuadli Rahman Zarkasih, Catur Nugroho	Pelecehan seksual di Media Sosial Studi Kasus Tentang Korban Pelecehan Seksual di Instagram	2019	Penelitian ini menggunakan metode menggunakan studi kasus yang dikaji secara kualitatif dengan mengumpulkan hasil wawancara dari beberapa narasumber	Hasil penelitian ini adalah terjadinya kasus pelecehan seksual di media social berdasarkan catatan tahunan komnas perempuan di tahun 219 mencapai persentase nilai.
<p>Penelitian ini bertujuan mengetahui penyebab atas dasar terjadinya pelecehan seksual serta mengurangi angka pelecehan seksual di lingkungan.</p>					
14.	Makmur Jaya, Rita Zahara	Peran dan Pengaruh Media Digital Dalam	2023	Penelitian ini merupakan penelitian	Hasil dari penelitian ini

		Issue Pelecehan Seksual Di Indonesia		studi literatur dimana peneliti mengkaji berbagai bacaan yang sesuai dengan tema baik yang beraal dari buku, jurnal dan artikel.	menggunakan media digital ini akan menciptakan suatu interaksi social baru yang terjalin bagi individu maupun kelompok masyarakat.
<p>Penelitian ini bertujuan adalah adanya perkembangan media digital kita dapat menikmati dan mengakses segala hal yang dibutuhkan secara mudah.</p>					

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai Kampanye sosial pada individu yang dilakukan oleh Sielly Laurent S, Hendro Aryanto Christiana, 2013; Marsekal Taris Ilmamsyah, Andreana Lingga Sekarasri, Hriyanto Atmojo, 2022; Safyra Fajari Oktafiana, Nova Kristiana, 2019. Dari beberapa penelitian tersebut berfokus pada kampanye sosial terhadap pelecehan seksual di komunitas sosial online melalui Instagram. Penulis meneliti mengenai kampanye sosial pelecehan seksual terhadap remaja karena banyak sekali di Indonesia sudah meneliti mengenai topik tersebut.

Suprihatin, A Muhaiminul Azis, 2020; Maulidatul Munawaroh, Eva Ester Kristiani Agasi, 2022; Lisa Julianti, Raisah Maharani Siregar, PasyaAulia, 2023; Novrianza, Imam Santoso, 2022; Makmur Jaya, RitaZahara, 2023. Dari beberapa penelitian tersebut berfokus pada pelecehan seksual terhadap anak dan remaja.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Carolina Santoso, Christophila Deave S.S. Retno, MariaAncilia Widyaningtyas Sastrosumarto, 2020. Meneliti mengenai

komunitas sosial online di Instagram, tujuan dari dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui bagaimana cara untuk bertindak pelecehan seksual yang diberikan oleh komnas perempuan.

Dari penelitian terdahulu yang telah diuraikan memberikan pemahaman bahwa terdapat nya kampanye sosial pelecehan seksual oleh komunitas sosial online terhadap pada anak-anak remaja khususnya anak perempuan yang dimana di masyarakat media sosial melalui instagram. Tidak hanya masyarakat di luar media sosial, tetapi banyak sekali anak perempuan yang mengalami pelecehan seksual di media sosial seperti instagram, banyak sekali yang mendapatkan komen negatif di akunnya. Skripsi yang dibuat oleh penulis berfokus pada kampanye sosial pelecehan seksual oleh komunitas sosial online @perempuanberkisah melalui Instagram untuk melihat bagaimana remaja hingga dewasa mengendalikan hawa nafsu agar tidak melakukan pelecehan seksual.

2.2 Tinjauan Teori

Kajian teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Kampanye Sosial, Pelecehan Seksual, Kekerasan terhadap perempuan dan Komunitas Sosial.

2.2.1 Kampanye Sosial

Menurut Philip Kotler dan Nancy R. Lee (2008), menyoroti adanya perbedaan antara perilaku yang diterima secara umum oleh masyarakat dengan perilaku yang dianggap menyimpang atau merugikan masyarakat itu sendiri. Dalam buku *Social Marketing : Influencing Behaviors for Good* oleh Kotler dan Nancy R. Lee (2008), Menurut Philip Kotler dan Nancy R. Lee (2008), Kampanye sosial berfokus pada mempengaruhi sikap dan perilaku individu atau kelompok untuk mencapai perubahan sosial yang bermanfaat, seperti peningkatan kesehatan, perlindungan lingkungan, atau peningkatan kesejahteraan sosial. Kampanye Sosial adalah proses sistematis dan terorganisir yang bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat dengan mempromosikan ide-ide, nilai-nilai, atau praktik-praktik

yang membawa manfaat sosial. Kampanye ini sering menggunakan prinsip-prinsip pemasaran untuk merancang pesan yang efektif, memilih saluran komunikasi yang tepat, dan mengimplementasikan strategi yang dapat mempengaruhi audiens target. Tujuan utama dari kampanye sosial adalah untuk mencapai perubahan sosial yang positif dengan melibatkan masyarakat dalam tindakan yang mengarah pada kebaikan Bersama.

Tahapan dalam Kampanye Sosial menurut Philip Kotler dan Nancy R. Lee (2008) :

1. Penetapan Tujuan dan Sasaran
 - a. Definisi Tujuan: Menetapkan tujuan yang jelas dan terukur untuk kampanye sosial. Tujuan ini harus spesifik dan berkaitan dengan perubahan perilaku atau sikap yang ingin dicapai.
 - b. Sasaran yang Realistis: Menentukan sasaran yang realistis dan dapat dicapai dalam jangka waktu tertentu, yang harus sesuai dengan kapasitas dan sumber daya yang tersedia.
2. Penelitian dan Analisis Audiens
 - a. Penelitian Pasar: Melakukan penelitian untuk memahami audiens target, termasuk karakteristik demografis, dan perilaku.
 - b. Analisis Kebutuhan: Mengidentifikasi kebutuhan dan masalah yang dihadapi oleh audiens, serta mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku mereka.
3. Perencanaan dan Pelaksanaan Strategi
 - a. Strategi Kampanye: Merancang strategi yang mencakup pendekatan untuk mencapai audiens target, termasuk Teknik promosi, penggalangan dukungan, dan keterlibatan komunitas.
 - b. Taktik dan Aktivitas: Mengimplementasikan taktik-taktik yang direncanakan, seperti mengadakan acara,

menjalankan iklan, atau meluncurkan kampanye media sosial.

2.2.1.1 Bentuk-Bentuk Kampanye Sosial

Bentuk Kampanye Sosial adalah Philip Kotler. Dalam bukunya bersama Nancy R. Lee, *Social Marketing : Influencing Behavior for Good* (2008), Kotler menguraikan berbagai bentuk kampanye sosial dan metodologi yang dapat diterapkan untuk mencapai tujuan sosial yang diinginkan.

Penjelasan Philip Kotler tentang Bentuk Kampanye Sosial:

1. Kampanye Edukasi: Kotler menjelaskan bahwa kampanye edukasi bertujuan untuk memberikan informasi yang akurat dan bermanfaat kepada masyarakat mengenai isu sosial.
2. Kampanye Persuasi: Kampanye ini berusaha mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat dengan menggunakan berbagai Teknik Persuasive. Kotler menyarankan penggunaan pesan yang menyentuh emosi dan rasionalitas untuk meyakinkan individu agar mengubah perilaku mereka.
3. Kampanye Aksi: Dalam bentuk kampanye ini, tujuan utamanya adalah mendorong masyarakat untuk terlibat langsung dalam tindakan atau kegiatan spesifik.
4. Kampanye Mobilisasi: Kotler juga menjelaskan bahwa kampanye mobilisasi melibatkan organisasi massa dan aksi kolektif untuk mendorong perubahan kebijakan atau peraturan.

Dikutip dari Indonesiastudents.com (2017) kampanye social adalah sebuah kegiatan berkampanye atau menggerakkan suatu yang biasanya dilakukan oleh seseorang dengan serangkaian tindakan untuk memberi sebuah pesan yang biasanya berisi tentang

masalah-masalah sosial kemasyarakatan. Kampanye sosial merupakan kampanye yang bersifat non komersial karena tujuannya adalah perubahan agar masyarakat menjadi lebih baik. Biasanya adanya sebuah kampanye yang bertujuan untuk menciptakan sebuah efek atau sebuah dampak tertentu dan jumlah khalyak target sasaran yang besar. Contoh Kampanye Sosial "Go Green" yang mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan mendorong adopsi praktik ramah lingkungan seperti daur ulang, pengurangan limbah, dan penggunaan energi terbarukan. Nancy R. Lee dan Philip Kotler (2008). Kampanye sosial itu seperti iklan, tapi tujuannya bukan untuk menjual produk, melainkan untuk mengubah perilaku orang-orang agar lebih baik. Misalnya, mengajak orang untuk berhenti merokok, mendaur ulang sampah, atau membantu orang yang membutuhkan.

Seseorang dengan serangkaian tindakan untuk memberi sebuah pesan yang biasanya berisi tentang masalah-masalah sosial kemasyarakatan. Kampanye sosial merupakan kampanye yang bersifat non komersial karena tujuannya adalah perubahan agar masyarakat menjadi lebih baik. Biasanya adanya sebuah kampanye yang bertujuan untuk menciptakan sebuah efek atau sebuah dampak tertentu dan jumlah khalyak target sasaran yang besar. Contoh Kampanye Sosial "Go Green" yang mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan mendorong adopsi praktik ramah lingkungan seperti daur ulang, pengurangan limbah, dan penggunaan energi terbarukan. Nancy R. Lee dan Philip Kotler (2008). Kampanye sosial itu seperti iklan, tapi tujuannya bukan untuk menjual produk, melainkan untuk mengubah perilaku orang-orang agar lebih baik. Misalnya, mengajak orang untuk berhenti merokok, mendaur ulang sampah, atau membantu orang yang membutuhkan.

Rogers dan Storey dalam Venus (2007:7) menjelaskan kampanye adalah sebagai perencanaan serangkaian Tindakan komunikasi dengan tujuan yang dimaksudkan untuk menciptakan efek tertentu untuk masyarakat luas dan dilakukan secara berkelanjutan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Tujuan dari kampanye sosial untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap masalah sosial yang ada dan yang sedang terjadi di tengah-tengah masyarakat. kampanye sosial ini diistilahkan sebagai penjuakan gagasan kepada masyarakat luas. Contoh kampanye sosial yang biasa dilakukan seperti dilarang merokok, larangan tidak melintasi jalan yang berlubang, mematuhi rambu lalu lintas dan lain sebagainya.

Menurut Charles U. Larson dalam Ruslan (2008:25-26) membagi jenis kampanye sesuai dengan fungsinya menjadi tiga jenis yaitu *product-oriented*, *candidate-oriented* serta *ideologically-oriented*. Jenis-jenis Kampanye Sosial.

2.2.1.2 Jenis-Jenis Kampanye Sosial

Kampanye memiliki beberapa jenis dan tingkatannya namun secara garis besar kampanye terdiri dari tiga jenis, yaitu:

- a. *Product Oriented Campaigns* (Kampanye yang berorientasi pada produk), umumnya terjadi di lingkungan bisnis, berorientasi komersial, seperti peluncuran produk baru. Contoh: Kampanye Bank BTN Go Public, Kampanye Telkom Flexi.
- b. *Candidate Oriented Campaigns* (Kampanye yang berorientasi pada kandidat), umumnya dimotivasi karena hasrat untuk kepentingan politik. Contoh: Kampanye Pemilu, Kampanye Penggalangan Dana bagi partai politik.
- c. *Ideologically of Cause Campaigns* (Kampanye yang berlandaskan ideologi), tujuan-tujuan yang bersifat khusus Dan seringkali berdimensi sosial. Kampanye AIDS,

Kampanye Menyusui dengan ASI, Keluarga Berencana dan Donor Darah. (Venus, 2004: halaman 10).

2.2.1.3 Dampak Kampanye

Klingemann dan Rommele dalam Venus (2012:84) mendefinisikan saluran atau media kampanye sosial merupakan segala bentuk perantara untuk menyampaikan pesan kampanye kepada khalayak sasaran. Sedangkan media visual kampanye adalah bentuk penyampaian pesan kampanye kepada khalayak sasaran menggunakan gambar, foto dan segala sesuatu yang dapat dilihat oleh indra penglihatan. Peranan media adalah menghubungkan pesan dari komunikator kepada khalayak sehingga pesan dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasaran.

Menurut Kotler dan Lee (2008), kampanye sosial bertujuan untuk mempengaruhi perilaku individu atau kelompok demi kebaikan masyarakat melalui strategi pemasaran yang terstruktur. Dampak dari kampanye sosial ini dapat dianalisis dari berbagai aspek seperti peningkatan kesadaran, perubahan sikap, dan perubahan perilaku yang mengarah pada kesejahteraan sosial dan ekonomi.

- Peningkatan Kesadaran: Dampak utama dari kampanye sosial adalah peningkatan kesadaran masyarakat tentang isu-isu tertentu yang sebelumnya mungkin tidak banyak diketahui atau dipahami. Peningkatan kesadaran adalah Langkah pertama yang krusial untuk menggerakkan masyarakat menuju perubahan sikap dan perilaku (Kotler & Lee, 2008)
- Perubahan Sikap: setelah meningkatkan kesadaran, kampanye sosial juga bertujuan untuk mengubah sikap masyarakat terhadap isu tertentu. Sikap adalah predisposisi psikologis yang mempengaruhi bagaimana individu merespons informasi situasi tertentu. (Kotler & Lee, 2008)

- Perubahan Perilaku: Tujuan utama dari kampanye sosial adalah untuk mempengaruhi dan mengubah perilaku individu atau kelompok. Perubahan perilaku adalah indikator kesuksesan kampanye sosial yang paling nyata.
- Dampak Ekonomi: Kampanye sosial juga dapat memberikan dampak ekonomi yang positif. (Kotler & Lee, 2008)
- Peningkatan Partisipasi dan Keterlibatan Masyarakat: Kampanye sosial sering kali melibatkan masyarakat secara aktif dalam kegiatan kampanye seperti melalui partisipasi dalam kegiatan sukarelawan, donasi, atau partisipasi dalam acara-acara kampanye. (Kotler & Lee, 2008)
- Dampak pada Kebijakan Publik: Kampanye sosial juga dapat mempengaruhi kebijakan publik. (Kotler & Lee, 2008)

Secara keseluruhan, dampak dari kampanye sosial menurut Kotler dan Lee (2008) mencakup peningkatan kesadaran, perubahan sikap, modifikasi perilaku, dampak ekonomi, peningkatan partisipasi masyarakat, dan pengaruh pada kebijakan publik. Semua dampak ini saling berinteraksi dan berkontribusi terhadap pencapaian perubahan positif yang berkelanjutan dalam masyarakat.

Menurut Anggraini dan Nathalia (2014:55) tipografi atau biasa disebut huruf adalah suatu ilmu pemilihan dan penataan huruf pada bidang desain yang ada sehingga menciptakan sebuah kesan dan pesan tertentu. Selain itu fungsi utamanya adalah untuk memaksimalkan tingkat keterbacaan dan kenyamanan penyampaian pesan kepada khalayak sasaran.

Menurut Anggraini dan Nathalia (2014:32) menjelaskan bahwa warna merupakan elemen desain yang dapat memberi sebuah kesan untuk menarik perhatian dan membangun suasana. Pada perancangan media visual dalam kampanye sosial.

Menurut Rustan (2008:12) menyatakan bahwa layout merupakan pengaturan huruf dan visual pada sebuah cetakan atau halaman elektronik. Dalam perancangan media visual kampanye ini, sangat penting sekali untuk memperhatikan hubungan antar elemen seperti ukuran, warna, kontras, nilai, tekstur, dan bentuk serta hierarki visual. Komponen dasar dalam layout pada media visual kampanye ini terdiri atas tiga bagian yang disebut headline, leada dan body.

- a. Headline merupakan judul utama dari sebuah pesan.
- b. Lead dikenal makna pesan yang disampaikan.
- c. Body merupakan isi dari pesan secara keseluruhan dan lebih lengkap, body bisa berupa teks atau gambar.

2.2.2 Kekerasan terhadap Perempuan

Menurut Komnas Perempuan (2001) menyatakan bahwa kekerasan terhadap perempuan adalah segala tindakan kekerasan yang dilakukan terhadap perempuan yang berakibat atau kecenderungan untuk mengakibatkan kerugian dan penderitaan fisik, seksual, maupun psikologis terhadap perempuan, baik perempuan dewasa atau anak perempuan dan remaja. Termasuk didalamnya ancaman, pemaksaan maupun secara sengaja meng-kungkung kebebasan perempuan. Tindakan kekerasan fisik, seksual, dan psikologis dapat terjadi dalam lingkungan keluarga atau masyarakat. Kekerasan dalam rumah tangga merupakan salah satu bagian dari kekerasan terhadap perempuan.

Menurut Undang-undang RI no. 23 tahun 2004, yang dimaksud dengan kekerasan dalam rumah tangga adalah setiap perbuatan terhadap seseorang terutama perempuan, yang berakibat timbulnya kesengsaraan atau penderitaan secara fisik, seksual, psikologis, dan atau penelantaran rumah tangga termasuk ancaman untuk melakukan perbuatan, pemaksaan, atau perampasan kemerdekaan secara melawan hukum dalam lingkup rumah tangga. Tindakan kekerasan terhadap istri dalam rumah tangga merupakan salah satu bentuk kekerasan yang seringkali terjadi pada perempuan dan terjadi di balik pintu tertutup.

Kekerasan terhadap perempuan adalah setiap perbuatan yang berkaitan atau mungkin berakibat kesengsaraan atau penderitaan perempuan, secara fisik, seksual, psikologis, ancaman perbuatan tertentu, pemaksaan dan perampasan kebebasan baik yang terjadi di lingkungan masyarakat maupun di lingkungan rumah tangga (Depkes RI, 2006).

Sedangkan bentuk-bentuk kekerasan terhadap perempuan sebagaimana yang terdapat dalam pasal 2 UDHR, meliputi: pertama, kekerasan fisik, seksual dan psikologis dalam keluarga termasuk kekerasan yang berhubungan dengan mas kawin, pemerkosaan dalam perkawinan, pengrusakan alat kelamin, dan eksploitasi, kedua, kekerasan fisik seksual dan psikologis yang terjadi dalam masyarakat luas, termasuk pemerkosaan, penyalahgunaan, pelecehan dan ancaman seksual ditempat kerja dan lembaga-lembaga pendidikan, perdagangan perempuan dan pelacuran paksa dan ketiga, kekerasan fisik, seksual dan psikologis yang dilakukan dan/ atau dibenarkan oleh negara.

Menurut Sri Nurdjunaida, (2006), bentuk-bentuk kekerasan terhadap perempuan digolongkan antara lain:

1. Bentuk – bentuk kekerasan terhadap perempuan di lingkungan masyarakat. Perdagangan perempuan (*Trafficking*), Pelecehan seksual di tempat kerja / umum. Pelanggaran hak-hak reproduksi. Perkosaan, pencabulan. Kebijakan / Perda yang diskriminatif / represif. Aturan dan praktek yang merampas kemerdekaan perempuan di lingkungan masyarakat.
2. Bentuk-bentuk kekerasan terhadap perempuan di lingkungan rumah tangga. Kekerasan fisik, psikis dan seksual (KDRT) Pelanggaran hak-hak reproduksi. Penelantaran ekonomi kekeluarga (KDRT) Inses (KDRT). Kekerasan terhadap pekerja rumah tangga (KDRT) Ingkar janji / kekerasan dalam pacaran.

Pemaksaan aborsi oleh pasangan. Kejahatan perkawinan (Poligami tanpa izin) atau kekerasan dalam Rumah Tangga (KDRT).

2.2.2.1 Jenis-Jenis Kekerasan terhadap perempuan

Jenis-jenis kekerasan terhadap perempuan menurut Sri Nurdjunaida (2006), dapat terjadi dalam bentuk:

1. Tindak kekerasan fisik: yaitu tindakan yang bertujuan untuk melukai, menyiksa atau menganiaya orang lain, dengan menggunakan anggota tubuh pelaku (tangan, kaki) atau dengan alat-alat lain. Bentuk kekerasan fisik yang dialami perempuan, antara lain: tamparan, pemukulan, penjambakan, mendorong secara kasar, penginjakan, penendangan, pencekikan, pelemparan benda keras, penyiksaan menggunakan benda tajam, seperti : pisau, gunting, setrika serta pembakaran. Tindakan tersebut mengakibatkan rasa sakit, jatuh sakit dan luka berat bahkan sampai meninggal dunia.
2. Tindak kekerasan psikologis: yaitu tindakan yang bertujuan merendahkan citra seorang perempuan, baik melalui kata-kata maupun perbuatan (ucapan menyakitkan, kata-kata kotor, bentakan, penghinaan, ancaman) yang menekan emosi perempuan. Tindakan tersebut mengakibatkan ketakutan, hilangnya rasa percaya diri, hilangnya kemampuan untuk bertindak, rasa tidak berdaya dan/atau penderitaan psikis berat pada seseorang.
3. Tindakan pelecehan seksual adalah segala bentuk perilaku atau tindakan yang bersifat seksual, yang dilakukan secara verbal, fisik, atau non-verbal, tanpa persetujuan pihak lain dan menyebabkan perasaan tidak nyaman, terancam, atau direndahkan. Bentuk-bentuk

pelecehan seksual dapat berupa komentar atau candaan seksual, sentuhan yang tidak diinginkan, pelecehan visual (seperti memperlihatkan materi pornografi), pemaksaan tindakan seksual, hingga ancaman atau paksaan dalam konteks seksual. Pelecehan seksual dapat terjadi di berbagai lingkungan, termasuk di tempat kerja, sekolah, atau ruang publik, dan dapat menimpa siapa saja tanpa memandang jenis kelamin. Penanganan pelecehan.

4. seksual melibatkan upaya pencegahan, pelaporan, serta pemberian dukungan bagi korban.

2.2.3 Pelecehan Seksual

Menurut Karlina dan Prabowo (2014) mengartikan pelecehan seksual segala macam bentuk perilaku yang berkonotasi atau mengarah kepada hal-hal seksual yang dilakukan secara sepihak dan tidak diharapkan oleh orang yang menjadi sasaran, sehingga menimbulkan reaksi negatif seperti malu, marah, benci, tersinggung dan sebagainya pada diri individu yang menjadi korban pelecehan tersebut. Akibatnya, sangat sulit untuk mencegah tindakan tersebut, baik yang dialami oleh diri sendiri maupun oleh orang lain. Mengetahui jenis-jenis pelecehan seksual kemudian dapat menjadi bentuk perlindungan pada diri sendiri.

2.2.3.1 Jenis-Jenis Pelecehan Seksual

Menurut Komnas Perempuan, pelecehan seksual sesungguhnya merujuk kepada tindakan bernuansa seksual yang kemudian disampaikan melalui kontak fisik atau kontak non-fisik, yang menyasar kepada bagian tubuh seksual atau seksualitas seseorang.

1. Pelecehan Gender

Pernyataan serta perilaku seksis yang menghina ataupun merendahkan wanita. Contohnya diantaranya termasuk komentar yang menghina, gambar atau tulisan yang kemudian merendahkan wanita, lelucon cabul juga

humor tentang seks atau wanita pada umumnya.

2. Perilaku Menggoda

Perilaku seksual yang kemudian menyinggung, tidak pantas, dan tidak diinginkan. Contohnya diantaranya termasuk mengulangi ajakan seksual yang tidak diinginkan, memaksa lawan jenis untuk makan malam, minum, ataupun berkencan, mengirimkan surat dan panggilan telepon yang tak henti-henti meski telah ditolak, serta ajakan sejenisnya.

3. Pemaksaan Seksual

Pemaksaan aktivitas seksual ataupun perilaku terkait seks lainnya dengan ancaman hukuman. Contohnya seperti pada evaluasi kerja yang negatif, pencabutan promosi kerja, hingga ancaman pembunuhan. Jika kamu melakukan menerima perlakuan seperti itu segera laporkan ke orang-orang terdekat atau memberikan kepada pihak yang berwajib

4. Pelanggaran Seksual

Pelanggaran seksual berat (seperti di antaranya menyentuh, merasakan, atau meraih secara paksa) atau penyerangan seksual, termasuk ke dalam kategori pelecehan seks

2.2.3.2 Ciri-Ciri Pelecehan Seksual

Berikut di bawah ini adalah beberapa ciri-ciri pelecehan seksual yang diketahui agar dapat bertindak tegas, di antaranya:

1. Menyentuh tubuh dengan tujuan seksual tanpa seizin mu. Bukan hanya menyentuh area sensitif, seseorang yang mencoba merangkul atau memegang tangan tanpa izin terlebih dahulu sudah termasuk ke dalam ciri pelecehan seksual.

2. Sering melontarkan lelucon mengenai seks. Bercanda memang diperbolehkan, tetapi ada batasnya.
3. *Catcalling* atau yang biasa dilakukan oleh seseorang yang tak dikenal dengan mengajak seseorang berkencan, ingin berkenalan, dan motif lainnya.
4. Mengajak berhubungan intim secara langsung atau tersirat, apalagi hingga memaksa dengan berbagai cara, hal ini sudah jelas termasuk ke dalam pelecehan seksual.
5. Seseorang yang menempelkan anggota tubuhnya secara sengaja. Ini sering terjadi saat menaiki menaiki kendaraan umum yang sedang penuh. Jika ada seseorang yang mencari kesempatan dengan menempelkan tubuhnya ke orang lain dengan dalih situasi yang sesak. Ini juga termasuk ke dalam pelecehan seksual, sehingga kamu perlu lebih sigap. Segera lapor ke petugas sekitar atau meminta pertolongan ke orang sekitar.

2.2.3.3 Aspek-Aspek Pelecehan Seksual

Menurut Mayer dkk. (1987) mengartikan secara umum dua aspek penting dalam pelecehan seksual, yaitu aspek perilaku dan aspek situasional.

- a. Aspek Perilaku, Pelecehan seksual sebagai rayuan seksual yang tidak dikehendaki penerimanya, dimana rayuan tersebut muncul dalam beragam bentuk baik yang halus, kasar, terbuka, fisik maupun verbal dan bersifat searah. Bentuk umum dari pelecehan seksual adalah verbal dan godaan secara fisik dimana pelecehan secara verbal lebih banyak daripada secara fisik. Para ahli tersebut menyebutkan pelecehan dalam bentuk verbal adalah bujukan seksual yang tidak diharapkan, gurauan atau pesan seksual yang terus-menerus, mengajak kencan

terus menerus walaupun telah ditolak, pesan yang menghina atau merendahkan, komentar yang sugestif atau cabul, ungkapan sexist mengenai pakaian, tubuh, pakaian atau aktivitas seksual perempuan, permintaan pelayanan seksual yang dinyatakan dengan ancaman tidak langsung maupun terbuka.

- b. Aspek situasional, pelecehan seksual dapat dilakukan dimana saja dan dengan kondisi tertentu. Perempuan korban pelecehan seksual dapat berasal dari setiap ras, umur, karakteristik, status perkawinan, kelas sosial, pendidikan, pekerjaan, tempat kerja, dan pendapatan. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek pelecehan seksual adalah aspek perilaku dan aspek situasional

2.2.4 Komunitas Sosial

Komunitas sosial merupakan kelompok sosial dari berbagai organisme dengan bermacam – macam lingkungan, pada dasarnya mempunyai habitat serta ketertarikan atau kesukaan yang sama. Menurut Muzafer Sherif di dalam buku *Dinamika Kelompok* (2009:36). Kelompok sosial adalah suatu kesatuan sosial yang terdiri dari dua atau lebih individu yang telah mengadakan interaksi sosial yang cukup intensif dan teratur, sehingga di antara individu itu sudah mendapatkan pembagian tugas, struktur, dan norma – norma tertentu.

2.2.4.1 Jenis-Jenis Komunitas

Jika dilihat secara luas, komunitas bisa dibagi menjadi 3 (tiga) jenis, berikut adalah penjelasannya :

1. Komunitas Berdasarkan Minat

Komunitas jenis ini terbentuk karena adanya kesamaan minat atau ketertarikan para anggotanya. Pada umumnya, komunitas yang terbentuk berdasarkan minat, jumlah anggotanya akan besar karena komunitas tersebut dapat mendukung minat atau

hobi mereka.

2. Komunitas Berdasarkan Komuni

Komunitas jenis ini pada umumnya terbentuk karena adanya keinginan dan kepentingan bersama, atau landasan dari terbentuknya komunitas ini adalah untuk kepentingan seluruh anggota di dalam organisasi sosial kepada masyarakat.

3. Komunitas Berdasarkan Lokasi

Komunitas jenis ini terbentuk karena adanya kesamaan lokasi atau tempat secara geografis. Pada umumnya komunitas seperti ini terbentuk karena adanya keinginan untuk saling mengenal satu sama lain sehingga tercipta interaksi yang kedepannya bisa membantu perkembangan lingkungan

2.2.4.2 Media Sosial

Media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi (Shirky, 2008:58) di dalam jurnal (Nada Zeitalini Arani 2019:16).

Mengakses media sosial bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone/smartphone dengan jari. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Kecepatan media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Menurut Kementerian Perdagangan (2014:31-32) di dalam jurnal (Nada Zeitalini Arani 2019:16), media sosial memiliki empat kelebihan, yaitu:

1. Cepat, ringkas, padat, dan sederhana. Kalau dilihat, setiap produksi media konvensional membutuhkan keterampilan khusus, standar yang baku dan kemampuan marketing yang unggul. Sebaliknya, media sosial begitu mudah digunakan (*user friendly*), bahkan pengguna tanpa basis pengetahuan Teknologi Informasi (TI) pun dapat menggunakannya, yang diperlukan hanya komputer, tablet, smartphone, ditambah koneksi internet.
2. Menciptakan hubungan lebih intens. Media-media konvensional hanya melakukan komunikasi satu arah. Untuk mengatasi keterbatasan itu, media konvensional mencoba membangun hubungan dengan model interaksi atau koneksi secara live. Sedangkan media sosial memberikan kesempatan yang lebih luas kepada user untuk berinteraksi dengan mitra, pelanggan, dan relasi, serta membangun hubungan timbal balik secara langsung dengan mereka.
3. Jangkauan luas dan global
Media-media konvensional memiliki daya jangkau secara global, tetapi untuk menopang itu perlu biaya besar dan membutuhkan waktu lebih lama. Sedangkan melalui medsos, siapa pun bisa mengkomunikasikan informasi secara cepat tanpa hambatan geografis. Pengguna medsos juga diberi peluang yang besar untuk mendesain konten, sesuai dengan target dan keinginan ke lebih banyak pengguna jaringan internet.
4. Kendali dan terukur
Dalam medsos dengan sistem tracking yang tersedia, pengguna dapat mengendalikan dan mengukur efektivitas informasi yang diberikan melalui respons balik serta reaksi yang muncul. Sedangkan pada media-media konvensional,

masih membutuhkan waktu yang lama. Terdapat media sosial yang aktif digunakan di Indonesia, mulai dari youtube, Facebook, Twitter, Instagram dan lain lain.

2.2.5 Instagram

Instagram merupakan salah satu bentuk hasil kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh khalayak masa kini. Instagram dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan meningkatkan kreatifitas karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko, 2012:10) di dalam jurnal (Nada Zeitalini Arani 2019:19). Instagram sering memperbarui fitur yang ada sehingga fiturnya lebih lengkap dan lebih menarik. Berikut adalah fitur-fitur yang ada di instagram pada saat ini:

1. Pengikut (*Follower*) dan Mengikuti (*Following*) sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, demikian pula sebaliknya dengan memiliki pengikut Instagram.
2. Mengunggah Foto/Video dengan Caption (*Posting*) kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya.
3. Video hanya dapat diunggah dengan batas waktu maksimal 1 menit Kamera Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan. Penggunaan kamera melalui instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan foto yang dikehendaki oleh sang pengguna.
4. Efek (Filter) pada versi awalnya, Instagram memiliki efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto seperti mengatur kecerahan, kontras, warna, dan lain-

lain.

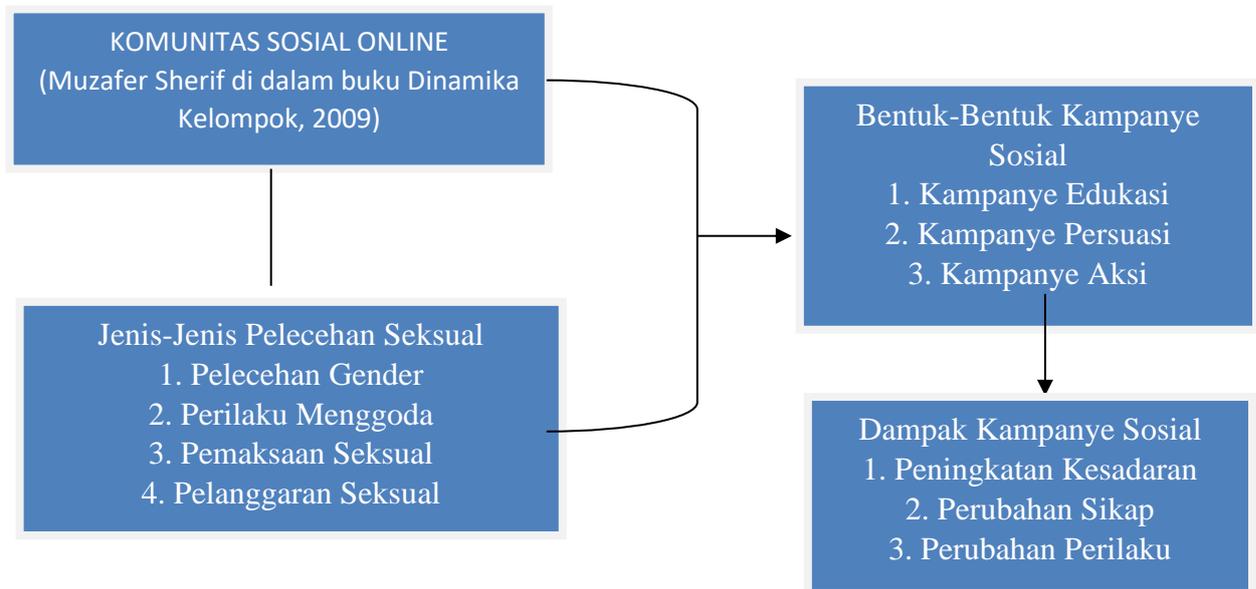
5. Arroba seperti Twitter dan juga Facebook, Instagram juga memiliki fitur yang dimana para penggunanya dapat menautkan pengguna yang lainnya., dengan menambahkan arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna lainnya tersebut.
6. Label foto (Hashtag) sebuah label di dalam Instagram adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan kata kunci. Dengan demikian para pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan.
7. Geotagging setelah memasukkan judul foto tersebut, bagian selanjutnya adalah bagian Geotag. Bagian ini akan muncul ketika para pengguna mengaktifkan GPS mereka. Instagram dapat mendeteksi lokasi dimana para pegguan Instagram tersebut berada.
8. Jejaringan sosial Dalam membagi foto tersebut, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam Instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya.
9. Caption Caption merupakan keterangan yang ditambahkan pada sebuah unggahan foto atau video.
10. Tanda suka/ Like Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang dimana fungsinya sama seperti apa yang ada di Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna lain.
11. Instastory Instastory merupakan singkatan dari Instagram stories. Instastory ini adalah salah satu fitur instagram yang memungkinkan para penggunanya untuk

membagikan foto atau video yang akan terhapus secara otomatis dalam waktu 24 jam setelahnya.

12. Arsip Foto Fitur ini berfungsi sebagai media pribadi atau seperti album pribadi. Jadi, pengguna dapat membagikan foto atau video yang hanya bisa dilihat oleh pengguna tersebut.
13. *Closefriend* pada fitur ini, pengguna dapat membagikan foto atau video yang hanya bisa diakses oleh pengguna lain yang telah dipilih sebagai “*CloseFriend*”.
14. Siaran langsung fitur ini memungkinkan pengguna dalam sebuah akun untuk melakukan siaran video secara langsung tanpa terbatas waktu yang akan dinikmati oleh pengikutnya.
15. IG TV, Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah video lebih dari 1 menit, namun tidak tersimpan dalam beranda profil unggahan.

Berdasarkan fitur-fitur tersebut Instagram dapat dijadikan pengganti album foto dan video. Postingan di Instagram tidak terbatas waktu, maksudnya penggunaanya tetap bisa melihat foto atau video yang sudah diposting sebelumnya walaupun itu sudah dalam jangka waktu yang cukup lama. Instagram digunakan sebagai media hiburan, informasi dan sarana wirausaha.

2.1 Kerangka Berfikir



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir pada penelitian ini dimulai dari kampanye sosial, menurut Nancy R. Lee dan Philip Kotler 2008 menyebutkan masyarakat dengan perilaku yang dianggap menyimpang atau merugikan masyarakat itu sendiri. Tentu ini merupakan suatu faktor penyebab utama dari terciptanya pelecehan seksual. Pelecehan seksual ini merupakan hasil dari masalah serius, karena dampak dari pelecehan seksual ini dapat merugikan diri sendiri dan orang lain. Karena pelecehan seksual ini merugikan kepada orang lain, dan ada lima jenis-jenis pelecehan seksual yaitu pelecehan gender, perilaku menggoda, pemaksaan seksual, dan pelanggaran seksual. Dari empat jenis pelecehan seksual tersebut bisa cari komunitas sosial online yang benar-benar menjaga privasi dan memberikan saran terhadap perempuan seperti di akun @perempuanberkisah