

Beri Batas: Kampanye Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual di Lingkungan Perguruan Tinggi

Anindya Ratri Adiningsih, Putri Dwitasari, Raditya Eka Rizkiantono, Kartika Kusuma Wardhani

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Indonesia

ABSTRAK

Isu kekerasan seksual di lingkungan Perguruan Tinggi menjadi salah satu urgensi di Indonesia yang telah mendapatkan respon dari pemerintah melalui Permendikbudristek dengan pembentukan Satuan Tugas Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual (PPKS). Sesuai dengan Permendikbudristek, tugas mereka adalah bertanggungjawab dalam memberikan edukasi mengenai kekerasan seksual dan menerima laporan tindak kekerasan seksual yang dialami oleh mahasiswa di masing-masing kampus. Salah satu kampus yang telah membentuk Satgas PPKS adalah Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya. Sebagai satuan tim baru, satgas ini memiliki kendala penyebaran media untuk mendukung program pencegahan kekerasan seksual di lingkungan kampus, seperti penyuluhan, pelatihan dan kampanye untuk mewujudkan lingkungan kampus yang aman, adil, dan inklusif. Media yang digunakan untuk penyebaran informasi masih menggunakan media sosial instagram, dan berdasarkan wawancara dengan narasumber, media ini belum mampu menjangkau mahasiswa secara keseluruhan. Oleh karena itu, permasalahan diatas yang melatarbelakangi dilakukannya perancangan ini. Perancangan kampanye ini dilakukan dengan metode kualitatif dan kuantitatif. Kualitatif melalui studi literatur, studi eksisting, *depth interview*, dan studi eksperimental, sedangkan kuantitatif melalui quesioner. Kampanye ini berfungsi sebagai alat penyampaian pesan melalui Satgas PPKS sebagai pendukung program pencegahan dan penanganan kekerasan seksual di lingkungan kampus yang nantinya dapat dijadikan contoh penerapan kampanye pada kampus lain.

Kata Kunci: Kampanye, Kekerasan Seksual, Perguruan Tinggi, Satuan Tugas Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual (PPKS)

ABSTRACT

The issue of sexual violence in the Higher Education environment has become one of the urgencies in Indonesia that has received a response from the government through the Permendikbudristek with the formation of the Task Force for the Prevention and Handling of Sexual Violence (PPKS). Where their task is to be responsible for providing education about sexual violence and receiving reports of sexual violence experienced by students on each campus. One of the campuses that has formed the PPKS Task Force is the Sepuluh Nopember Institute of Technology (ITS) Surabaya. As a new team unit, this task force has constraints on the distribution of media to support the program for preventing sexual violence on campus, such as counseling, training, and campaigns to create a safe, fair, and inclusive campus environment. The media used to disseminate information still uses Instagram social media, and based on interviews with sources, this media has not been able to reach students as a whole. Therefore, the problems above are the background to this design. The design of this campaign was carried out using qualitative and quantitative methods. Qualitative research is done through literature studies, existing studies, in-depth interviews, and experimental

studies, while quantitative research is done through questionnaires. This campaign serves as a tool for delivering messages through the PPKS Task Force as a supporter of the program for preventing and handling sexual violence in the campus environment, which can later be used as an example for implementing campaigns on other campuses.

Keywords: Campaign, Sexual Violence, Universities, Satuan Tugas Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual (PPKS)

How to Cite:

Adiningsih, A.R., et al (2024) *Beri Batas: Kampanye Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual di Lingkungan Perguruan Tinggi. Gestalt : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(2), 69-82
<https://doi.org/10.33005/gestalt.v6i2.225>



This is an open access article under the CC-BY License
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Page:
69-82

PENDAHULUAN

Pada tahun 2023, kekerasan seksual merupakan jenis kekerasan berbasis gender yang paling banyak dilaporkan pada Komnas Perempuan dengan rentang usia pelapor terbanyak 18-24 tahun seperti yang dijelaskan pada Tabel 1 berikut. Sebanyak 901 kasus terjadi di ranah persona dan sebanyak 546 kasus terjadi di ranah publik. Selain itu, hasil penelitian yang dilaksanakan pada suatu universitas negeri menyatakan bahwa sebanyak 40% dari 304 mahasiswanya pernah mengalami bentuk kekerasan seksual (Saragih et al., 2023). Fakta tersebut diperkuat dengan catatan Tahunan Komnas Perempuan tahun 2023 yang menyatakan 27% kekerasan seksual terjadi di semua jenjang pendidikan tinggi. Berdasarkan 174 testimoni dari 79 kampus di 29 kota, sebanyak 89 % perempuan dan 4 persen laki-laki telah menjadi korban kekerasan seksual sedangkan sebanyak 77% dosen menyatakan kekerasan seksual pernah terjadi di kampus namun 63% korban tidak melaporkannya kepada pihak kampus (Komnas Perempuan, 2023).

Tabel 1. Usia Korban Kekerasan Seksual

Sumber: Catatan Tahunan Komnas Perempuan 2023

Usia	Korban				Pelaku/Telapor			
	Ranah Persona l	Ranah Publik	Ranah Negara	Total	Ranah Persona l	Ranah Publik	Ranah Negara	Total
≤ 5	2	1	0	3	0	0	0	0
6-13	9	12	2	23	0	0	0	0
14-17	132	130	0	262	30	5	0	35
18-24	901	546	6	1453	544	51	0	595
25-40	565	183	11	759	516	49	0	565
41-60	164	50	12	226	236	31	1	268
61-80	9	4	1	14	15	7	0	22
NA	316	350	36	702	757	1133	67	1957
TOTAL	2098	1276	68	3442	2098	1276	68	3442

Kekerasan seksual sendiri adalah tindakan yang melibatkan unsur seksual non-konsensual atau tidak diinginkan (American Psychological Association, 2023). Kementerian Pendidikan merespon urgensi ini melalui Permendikbudristek Nomor 30 Tahun 2021 mengenai pembentukan badan Satuan Tugas Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual (Satgas PPKS) di setiap perguruan tinggi di Indonesia untuk mewujudkan kampus bebas kekerasan. Satgas PPKS bertugas dalam melakukan intervensi preventif dan represif dalam kasus kekerasan seksual di kampus. Beberapa intervensi efektif yang dapat dilaksanakan

antara lain: kurikulum pendidikan, media edukasi, *support group*, hingga pelatihan (Solehati et al., 2023).

Terdapat penelitian yang meneliti pengetahuan mahasiswa dalam kekerasan seksual di lingkungan kampus, khususnya pada sebuah perguruan tinggi di Jawa Barat. Penelitian tersebut menyatakan bahwa pengetahuan mahasiswa mengenai kekerasan seksual sudah cukup, namun masih dapat ditingkatkan lagi (Rusyidi et al., 2019). Penelitian lain terkait pemahaman mahasiswa juga pernah dilakukan oleh Khafsoh & Suhairi, 2021 pada kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian mereka menghasilkan fakta bahwa sebagian besar mahasiswa kurang memahami mekanisme pelaporan dan penanganan kekerasan seksual di lingkungan kampus (Khafsoh & Suhairi, 2021).

Kewajiban dan hak Satgas PPKS telah tercantum di Permendikbudristek, baik untuk program pencegahan maupun penanganan kekerasan seksual, namun pelaksanaannya dapat berbeda dari setiap perguruan tinggi. Kemdikbudristek sendiri memiliki usaha dalam memberantas kekerasan seksual melalui kampanye #GerakBersama pada tahun 2020 untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kekerasan seksual. Meskipun memiliki tujuan yang sama dalam menghapus kekerasan seksual, Satgas dari beberapa kampus di Indonesia memiliki rancangan strategi program yang berbeda dalam melaksanakan kewajiban tersebut. Seperti program yang dilaksanakan oleh Satgas PPKS Universitas Airlangga (UNAIR) Surabaya yang menyediakan konseling psikologi sebagai program unggulan dari Satgas PPKS, Satgas PPKS Institut Teknologi Bandung (ITB) yang menggunakan *ambient* media diikuti dengan komunikasi *top-down* dan *bottom-up* dalam menyampaikan isu,

serta Satgas PPKS Universitas Indonesia (UI) Depok yang rutin mengunggah konten terkait kasus kekerasan seksual melalui Instagramnya.

Sebagai kampus yang memiliki Satgas PPKS dengan program yang aktif, ITS juga memiliki strategi tersendiri terkait pemasalahan ini. Satgas PPKS ITS telah melaksanakan kegiatan sosialisasi dalam beberapa acara-acara kampus serta mengunggah konten edukasi melalui media Instagram, baik instagram Satgas maupun Instagram ITS Pusat. Selain itu, Satgas PPKS ITS menyediakan formulir pelaporan melalui *google form* yang dicantumkan pada *biography* Instagram (Gambar 1). Selain itu, Satgas PPKS ITS juga menggunakan saluran *YouTube* ITS untuk menyampaikan topik tentang pentingnya melaporkan kekerasan seksual.



Gambar 1. Instagram Satgas PPKS ITS
Sumber: Instagram

Berdasarkan wawancara dengan Ketua Satgas PPKS ITS, meskipun telah banyak melakukan sosialisasi di beberapa media, pesan yang dikomunikasikan dirasa kurang dekat dengan target segmen yakni mahasiswa ITS. Program yang dirancang belum ke ranah sosialisasi maupun kampanye yang menyebar ke seluruh lingkungan ITS. Mahasiswa memerlukan informasi melalui media yang sesuai dan dekat dengan mereka, agar program yang dikemas melalui sebuah kampanye akan berjalan dengan baik.

Kampanye merupakan salah satu metode intervensi yang cukup sering dilakukan oleh organisasi-organisasi terkait,

baik di dalam maupun luar negeri. Kampanye sendiri memiliki definisi serangkaian komunikasi yang dirancang untuk memengaruhi perilaku atau persepsi audiens (Rangkuti, 2023). Salah satu kampanye anti kekerasan seksual di lingkungan kampus adalah *It's on Us* dari Amerika Serikat. Kampanye ini merupakan program kesadaran publik yang mendidik mahasiswa untuk menjadi pendidik sebaya, mengembangkan program pendidikan pencegahan, dan melakukan penelitian untuk memperluas bidang pengetahuan tentang pencegahan kekerasan. Serupa dengan Satgas PPKS di Indonesia, kampanye tersebut mengadakan pelatihan-pelatihan terhadap mahasiswa untuk menjadi konselor sebaya dalam penanganan kekerasan seksual.

Sebuah kampanye memerlukan sebuah pesan dalam penyampaiannya, pesan tersebut diperlukan untuk membantu audiens dalam mengingat informasi yang diterima, sehingga informasi dapat diinternalisasi dalam persepsi mereka (Kite et al., 2024). Melalui pertimbangan tersebut, kampanye dengan pesan utama yang sesuai dengan mahasiswa dapat menjadi bentuk intervensi pendukung program pencegahan dan penanganan kekerasan seksual di perguruan tinggi. Selain berhubungan dengan penyampaian pesan terhadap mahasiswa dalam mencegah dan menangani kekerasan seksual, pelaksanaan kampanye dapat mendorong pelaporan dan akuntabilitas perguruan tinggi dalam program pencegahan dan penanganan kasus kekerasan seksual.

Kekerasan seksual merupakan topik yang harus selalu disuarakan terutama salah satunya di lingkup pendidikan tinggi, yang dalam hal ini melalui sebuah program kampanye. Kampanye ini memiliki aspek penting yang berkontribusi pada upaya pencegahan dan penanganan kekerasan seksual, oleh

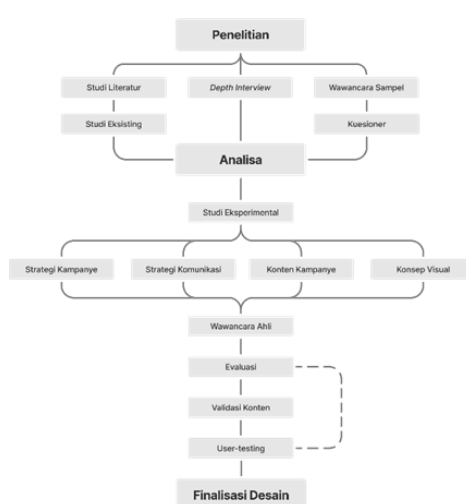
karena itu diperlukan sebuah perancangan pesan melalui sebuah kampanye sebagai pendukung program Satgas PPKS terutama di ITS. Perancangan kampanye dilaksanakan di ITS sebagai studi kasus, dengan titik fokus perancangan media kampanye meliputi strategi kampanye serta media kampanye seperti *ambient* media, dan media sosial Instagram. Pemanfaatan media yang sesuai dalam menyalurkan isu ini menjadi pendukung dalam penyebaran informasi, edukasi yang nantinya dapat meningkatkan pemahaman target audiens mengenai kekerasan seksual di lingkungan kampus. Tujuan dari perancangan kampanye ini adalah sebagai media pendukung Satgas PPKS ITS dalam melaksanakan program pencegahan dan penanganan kekerasan seksual dan memberikan pemahaman bagi mahasiswa sebagai target audiens utama. Hasil luaran dari perancangan kampanye ini diharapkan dapat sepenuhnya diimplementasikan di ITS, dan sekaligus dapat menjadi contoh sebuah bentuk kampanye pada perguruan tinggi lainnya. Perancangan kampanye ini juga diharapkan dapat mendorong pelaporan dan dukungan untuk korban, serta meningkatkan tanggung jawab dan akuntabilitas perguruan tinggi.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam perancangan adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dibagi dalam dua fase, yaitu pengumpulan data dan analisa data. Pada fase pengumpulan data, penelitian diawali dengan menemukan fenomena terkini yang sedang terjadi dan mengidentifikasi akar permasalahan dari fenomena tersebut. Permasalahan yang telah ditemukan kemudian dikembangkan menjadi sebuah rumusan masalah yang akan diselesaikan dengan perancangan ini. Rumusan masalah tersebut menjadi dasar untuk menetapkan batasan penelitian dan tujuan dalam perancangan kampanye. Berdasarkan rumusan masalah tersebut,

penulis menyusun data-data sekunder melalui studi literatur terkait subjek dan objek dari penelitian. Tahap ini dilakukan untuk memahami secara mendalam permasalahan yang akan diselesaikan dengan metode studi literatur, studi eksisting, studi komparator dan kompetitor, *depth interview*, dan wawancara sampel. Sedangkan pada metode kualitatif, menggunakan kuesioner untuk memperoleh data kuantitatif dari sampel target audiens secara luas dengan waktu yang relatif singkat. Target responden dari kuesioner perancangan ini adalah mahasiswa dan mahasiswi ITS dengan rentang usia 18-24 tahun. Tujuan kuesioner ini adalah untuk mengetahui informasi mengenai perilaku dan wawasan responden terhadap kasus kekerasan seksual atau kemudian disebut KS.

Pada fase kedua atau analisa data, hasil-hasil penelitian berupa temuan data sekunder dan primer diolah menjadi sebuah sintesa atau hipotesis. Hipotesis tersebut menjadi dasar dari pembuatan *big idea* atau konsep dari kampanye yang akan dirancang. Setelah *big idea* dirumuskan, dilakukan studi eksperimental dalam perancangan desain sesuai dengan luaran yang telah ditentukan. Hasil dari studi eksperimental akan diujikan kepada *stakeholder* beserta narasumber ahli untuk mendapatkan kritik dan saran. Evaluasi dari hasil uji tersebut akan direalisasikan menjadi desain final yang komprehensif. Setelah itu, dilaksanakan *user-testing* dan uji validitas untuk mendapatkan evaluasi terkait luaran. Gambar 2 berikut menjelaskan lebih lanjut tentang diagram alur penelitian dari kampanye ini.



Gambar 2. Diagram Alur Perancangan

Sumber: Adiningsih, 2024

HASIL RISET

Berdasarkan hasil riset pengumpulan data yang telah dilakukan, diketahui bahwa mahasiswa sudah cukup *aware* mengenai permasalahan kekerasan seksual. Namun, masih diperlukan lagi media yang dapat membuat mereka berpikir lebih jauh atau dapat menegur mereka untuk berpartisipasi dalam mencegah dan menangani kekerasan seksual. Narasumber juga menyatakan bahwa audiens publik memiliki persepsi yang berbeda-beda tentang kekerasan seksual. Hal tersebut juga menjadi salah satu alasan sulitnya mendidik audiens dan menghapuskan tindak kekerasan seksual.

Satgas PPKS ITS juga berfokus pada pencegahan kekerasan seksual yang ditargetkan pada mahasiswa. Namun demikian, penerimaan laporan kekerasan seksual tetap berjalan melalui *form* maupun anggota Satgas yang ditempatkan di setiap fakultas. Menurut narasumber, masih banyak mahasiswa yang tidak sadar akan tindak kekerasan terlebih lagi dalam suatu hubungan personal. Kebanyakan terlapor masih tidak memahami dampak dari tindakan tersebut dikarenakan kekerasan seksual semakin ternormalisasi dari hari ke hari. Fakta tersebut mendukung diperlukannya batasan atau *boundary* dalam

sebagai judul kampanye. Pesan utama tersebut diikuti dengan *tagline* atau slogan yang dapat digunakan untuk menyebarkan kampanye. Gambar 4 berikut menjelaskan *big idea* dari perancangan kampanye ini.



Gambar 4. *Big Idea* Kampanye
Sumber: Dokumentasi Penulis

Melalui pesan atau judul “Berbatas!”, kampanye difungsikan sebagai pengingat kepada target audiens atau mahasiswa untuk menjaga batasan dalam bertindak agar tidak terjadi tindak kekerasan seksual. Pesan utama tersebut diturunkan dalam *tagline* yang mudah diingat yaitu “Berbatas, tolak kekerasan!”. Keseluruhan dari konsep tersebut merepresentasikan pesan bahwa batasan memegang peran penting dalam terjadinya kekerasan seksual. Frasa “Berbatas” merupakan kalimat perintah yang mengingatkan mahasiswa untuk menjaga batasan, sedangkan “Tolak kekerasan” adalah sebuah *manner* atau tindakan yang diharapkan Satgas PPKS ITS dapat dipegang teguh oleh mahasiswa.

Studi Eksperimental

Setelah *big idea* dirumuskan, tahapan perancangan selanjutnya adalah studi eksperimental. Pada tahap ini, *big idea* dikembangkan menjadi konsep luaran, konsep komunikasi, dan konsep visual dari kampanye yang dirancang. Berikut merupakan rincian dari konsep tersebut:

1. Konsep Output Luaran Media



Gambar 4. Contoh *Ambient Media*
Sumber: Pinterest

Luaran media yang dapat digunakan dalam kampanye adalah *ambient media* (Gambar 4). *Ambient media* sendiri merupakan salah satu bentuk media kampanye non-konvensional (Lugmayr et al., 2014). Menggunakan pesan dan elemen yang relevan, penggunaan *ambient media* dapat menarik mahasiswa sebagai audiens karena sifatnya yang *unzappable* (tidak dapat diganti salurannya seperti televisi) dan *unavoidable* karena selalu nampak dan tidak dapat dihindari. Luaran *ambient media* menjadi pilihan sesuai dengan pertimbangan yang didapatkan dari hasil wawancara sampel bahwa audiens menyukai media yang mudah diakses dan menarik atau non-konvensional.

Luaran lain yang digunakan dalam perancangan kampanye ini adalah media sosial Instagram. Instagram dipilih menjadi salah satu kanal persebaran edukasi dalam kampanye ini dikarenakan penggunaanya yang telah merata di Indonesia. Pengguna Instagram di Indonesia mencapai 82,12 juta pada Februari 2021 (Nur Fitri & Wibawa, 2023).

2. Konsep Komunikasi



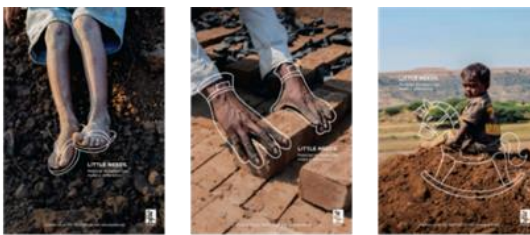
Gambar 5. Alur Komunikasi AISAS
Sumber: Adiningsih, 2024

Konsep komunikasi yang digunakan pada perancangan kampanye ini adalah AISAS atau *Attention, Interest, Search,*

Action, dan *Share*, yang dipopulerkan oleh Dentsu World Agency (Gambar 5). Fase *attention* dan *interest* bertujuan untuk menarik perhatian mahasiswa dan meningkatkan *awareness* atas pesan yang dibawa oleh kampanye. Sebagai strategi *pre-launching* kampanye, digunakan *ambient media* pada sekitar lingkungan kampus. Pada fase *search*, target audiens yang melihat *QR code* yang dicantumkan pada media-media tersebut diarahkan pada *link* yang merupakan himpunan media sosial Instagram dan laman pelaporan kekerasan seksual. Kemudian fase *action* berjalan seiring dengan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Satgas PPKS dan penyebaran kampanye pada fase *share* mengandalkan *words of mouth* atau kabar dari mulut ke mulut.

3. Konsep Visual

Konsep yang digunakan dalam perancangan ini adalah kombinasi dari unsur fotografi, tekstur, dan ilustrasi *hand-drawn* dengan referensi pada gambar 6.



Gambar 6. Referensi Visual Kampanye “Little Needs”
Sumber: Pinterest

Penggunaan unsur fotografi dapat meningkatkan originalitas, tampilan visual, dan aspek emosional pada sebuah karya (Kulkarni, 2023). Selain itu, ilustrasi *hand-drawn* sendiri mulai populer kembali pada tahun 2023. Elemen ilustrasi ini ditujukan untuk memperjelas konteks dari elemen fotografi yang digunakan pada media

kampanye. Sedangkan unsur tekstur digunakan untuk menimbulkan atmosfer tegang dalam penyampaian pesan melalui media kampanye.

Logo Kampanye

Logo terdiri dari *logotype* dengan kalimat “Beri Batas” dan *logogram* berbentuk orang mengangkat tangan yang menunjukkan gestur “hentikan” (Gambar 7). Berdasarkan Yasa dkk, 2024 logo merupakan unsur yang tampak sederhana namun memiliki makna yang dalam. Oleh karena itu logo kampanye dibuat sederhana namun mengandung makna yang dalam sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Tipe huruf yang tepat dalam logo dapat meningkatkan legibilitas dan citra logo (Marwa et al., 2024). Hal tersebut menjadi pertimbangan dalam penggunaan jenis huruf *sans serif* dengan *typeface* Poppins yang memiliki tingkat legibilitas yang tinggi.



Gambar 7. Logo Kampanye
Sumber: Adiningsih, 2024

Skema Warna



Gambar 8. Skema Warna
Sumber: Dokumentasi Penulis

Warna yang digunakan dalam media kampanye (Gambar 8) ini adalah warna-warna tajam untuk merepresentasikan jenis kekerasan seksual. Warna pertama adalah merah dengan *hex code* #95010D. Warna tersebut seringkali diasosiasikan dengan kekerasan, sehingga dipilih menjadi warna logo sekaligus warna representasi kekerasan

fisik. Warna selanjutnya adalah ungu #62126F yang merepresentasikan rasa tidak nyaman dan digunakan sebagai atribut kekerasan verbal. Warna ketiga yang digunakan sebagai atribut kekerasan non-fisik adalah hijau dengan kode #006015 yang dipilih karena berkaitan dengan psikologis dan *wellness*. Biru #3039A2 digunakan sebagai representasi kekerasan berbasis *online* karena sering dikaitkan dengan aplikasi digital. Warna terakhir adalah hitam dengan *hex code* #1E1E1E yang diterapkan pada logo kampanye sebagai simbol otoritas.

Tipografi

Elemen tipografi yang digunakan dalam perancangan ini mengutamakan keterbacaan. Terdapat tiga jenis *typeface* yang digunakan sesuai dengan fungsi masing-masing, yaitu *typeface* Mr Dafoe untuk aksent, Poppins sebagai *headlines*, dan DM Sans untuk *body text* (Gambar 9).



Gambar 9. Tipografi
Sumber: Adiningsih, 2024

Key Visual



Gambar 10. Key Visual
Sumber: Adiningsih, 2024

Key visual tersebut dirancang untuk memenuhi kriteria *relatable*, sederhana, namun tegas, sesuai dengan pendekatan yang digunakan dalam menyampaikan

pesan kampanye. Kombinasi fotografi dan ilustrasi *hand-drawn* digunakan tanpa mengandung unsur penggambaran buruk terhadap korban kekerasan seksual. Selain itu, elemen garis pembatas diterapkan ke dalam beberapa media kampanye untuk menegaskan pesan “Beribatas!” seperti yang digambarkan pada Gambar 10.

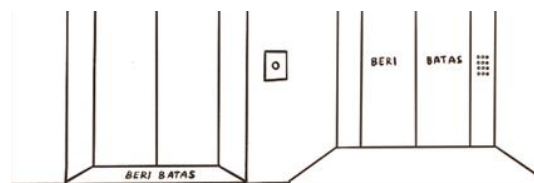
Media Kampanye

1. Ambient Media

Ambient media atau media yang diletakkan pada lingkungan ITS dibagi menurut lokasi peletakkannya, yaitu pada ruang publik dan toilet. *Ambient media* yang diletakkan pada ruang publik yakni *lift*, *gazebo*, *zebra-cross*, dan halte. Sedangkan jenis *ambient media* yang ditempatkan di kamar mandi adalah *toilet sign* dan stiker pada bagian dalam bilik kamar mandi.

Lift

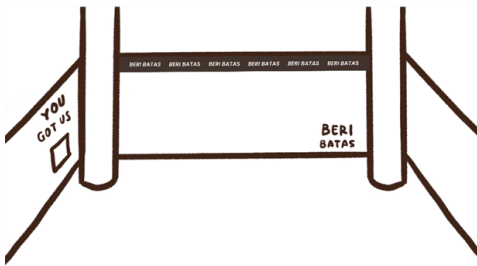
Lift digunakan oleh mahasiswa ITS pada Gedung Tower, yang merupakan pusat pembelajaran mata kuliah umum. Peringatan untuk memberi batasan dapat berlaku sebagai pesan kampanye dan pesan yang tidak memiliki implikasi lain, yakni untuk memberikan batasan agar tetap aman ketika naik *lift* (Gambar 11).



Gambar 11. Sketsa Ambient Media Lift
Sumber: Adiningsih, 2024

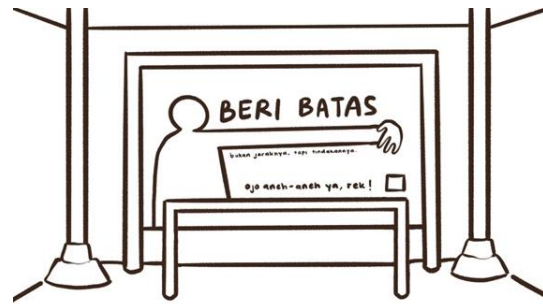
Gazebo

Gazebo merupakan salah satu lokasi yang sering dikunjungi oleh mahasiswa. Media yang digunakan pada lokasi ini diikuti dengan *QR Code* yang dapat mengarahkan mahasiswa untuk melapor apabila mengalami atau menyaksikan tindak kekerasan seksual (Gambar 12).



Gambar 12. Sketsa Ambient Media Gazebo

Sumber: Adiningsih, 2024

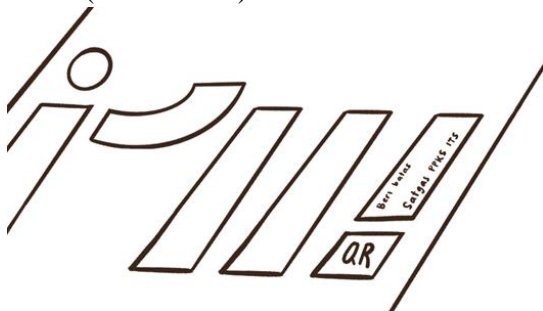


Gambar 14. Sketsa Ambient Media Halte

Sumber: Adiningsih, 2024

Zebra-cross

Zebra-cross tersebar pada lingkungan kampus ITS, membuat *zebra-cross* menjadi elemen lingkungan yang banyak dilihat oleh mahasiswa pejalan kaki. *Gazebo* merupakan salah satu lokasi yang sering dikunjungi oleh mahasiswa. *Site detournement* dilakukan pada *zebra-cross* dengan merubah warna garis dan logo kampanye disertai QR Code yang dibubuhkan sehingga dapat dilihat oleh mahasiswa yang berjalan kaki (Gambar 13).



Gambar 13. Sketsa Zebra-cross

Sumber: Adiningsih, 2024

Halte

Terdapat halte di depan area asrama ITS yang digunakan sebagai tempat duduk orang yang sedang berjalan pagi maupun menunggu ojek *online*. Halte ini dimanfaatkan sebagai salah satu *ambient media* untuk menyampaikan pesan kepada audiens untuk menjaga batasan dengan ilustrasi *hand-drawn* (Gambar 14).

Toilet Sign

Ambient media ini digunakan pada toilet-toilet yang terletak di setiap gedung atau unit di ITS. Tujuan dari media ini adalah sebagai seruan agar audiens mengetahui keberadaan kampanye dengan mengimplementasikan logo kampanye yang dimodifikasi membentuk logo perempuan dan laki-laki (Gambar 15).



Gambar 15. Sketsa Ambient Media Toilet

Sumber: Adiningsih, 2024

Stiker Bilik

Media pada kamar mandi lainnya adalah stiker bilik yang diletakkan pada bagian belakang pintu kamar mandi untuk menyebarluaskan informasi pelaporan secara lebih personal (Gambar 16).



Gambar 16. Sketsa Stiker Bilik

Sumber: Adiningsih, 2024

2. Instagram



Gambar 17. Sketsa *Feeds* Instagram
Sumber: Adiningsih, 2024

Instagram adalah media sosial utama yang digunakan oleh Satgas PPKS ITS saat ini, sehingga pesan kampanye dan materi edukasi mengenai pencegahan dan penanganan kekerasan seksual diunggah melalui *feeds* Instagram (Gambar 17).

Implementasi Output Media

1. Ambient Media

Media kampanye yang telah dirancang kemudian diimplementasikan pada lingkungan ITS. *Ambient media* merupakan sebuah konsep media yang mampu menciptakan *surprising effect* pada audiens membuatnya, sehingga membuatnya berbeda dengan media lain. Berikut merupakan implementasi *ambient media* pada lingkungan kampus ITS (Gambar 18, 19, 20, 21, 22, 23).

Lift



Gambar 18. Implementasi *Lift*
Sumber: Adiningsih, 2024

Gazebo



Gambar 19. Implementasi *Gazebo*
Sumber: Adiningsih, 2024

Zebra-cross



Gambar 20. Implementasi *Zebra-cross*
Sumber: Adiningsih, 2024

Halte



Gambar 21. Implementasi *Halte*
Sumber: Adiningsih, 2024

Toilet Sign



Gambar 22. Implementasi *Toilet Sign*
Sumber: Adiningsih, 2024

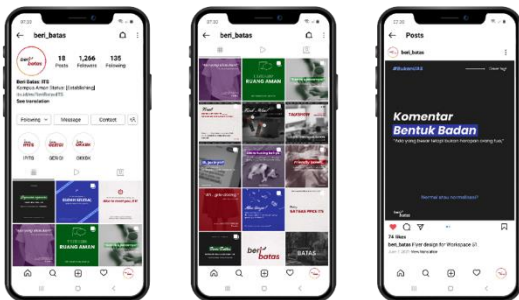
Stiker Bilik



Gambar 23. Implementasi Stiker Bilik
Sumber: Adiningsih, 2024

2. Instagram

Media kampanye selanjutnya adalah Instagram. Desain *feeds* diunggah melalui Instagram kampanye dengan konten utama edukasi. Berikut merupakan implementasi media Instagram.



Gambar 24. Implementasi Instagram
Sumber: Adiningsih, 2024

Validasi Konten

Tahapan terakhir dalam perancangan adalah validasi konten yang dilakukan dengan *stakeholder*, Satgas PPKS ITS. Validasi konten ini dilaksanakan dengan tujuan memastikan bahwa konten dan materi yang disampaikan melalui media kampanye sesuai dengan arah program Satgas PPKS. Berikut merupakan poin-poin inti dari hasil validasi konten: (1) *Stakeholder* menyukai media yang secara tidak langsung membuat mahasiswa berpikir lebih dalam; (2)

Media-media sudah kreatif dan baik, namun perlu dilakukan *usability testing* dengan memasang media secara langsung untuk mengetahui respon audiens; (3) Pesan yang dibawakan oleh media sudah baik, untuk menjaga batasan dan mendukung korban kekerasan seksual.

KESIMPULAN

Perancangan Kampanye “Beri Batas!” bertujuan sebagai pendukung Satgas PPKS ITS dalam mencegah dan menangani kekerasan seksual. Media kampanye diharapkan dapat memberikan edukasi dan pemahaman terhadap target audiens yaitu mahasiswa tentang pencegahan dan penanganan kekerasan seksual. Adapun tujuan dari kampanye ini adalah dapat diimplementasikan sebagai media pendukung Satgas PPKS pada perguruan tinggi lainnya sebagai bentuk akuntabilitas perguruan tinggi, dukungan terhadap korban kekerasan seksual, serta jaminan kampus yang aman dari kekerasan seksual secara menyeluruh. Diharapkan implementasi dari luaran media perancangan ini menjadi sumber informasi bagi mahasiswa dan menjadi sarana pengingat untuk lebih aktif dalam program kampanye kekerasan seksual di lingkungan kampus.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penelitian ini. Terima kasih kepada *stakeholder* perancangan, Satgas PPKS ITS yang telah memfasilitasi penulis dan memberikan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Penulis juga berterima kasih kepada narasumber yang bersedia diwawancarai. Ucapan terima kasih tidak lupa penulis sampaikan untuk Departemen Desain Komunikasi Visual ITS atas fasilitas yang diberikan selama proses perancangan kampanye ini.

KEPUSTAKAAN

- American Psychological Association. (2023, November 15). *Sexual Abuse*. <https://Dictionary.Apa.Org/Sexual-Abuse>.
- Khafsoh, N. A., & Suhairi, S. (2021). Pemahaman Mahasiswa Terhadap Bentuk, Proses, Dan Pandangan Penanganan Kekerasan Seksual Di Kampus. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, 20(1), 61. <https://doi.org/10.24014/marwah.v20i1.10487>
- Kite, J., Thomas, M., Bellew, B., Bauman, A., & Grunseit, A. (2024). Mass media campaigns and the ‘file drawer problem’: A mixed methods study of how to avoid campaign failure. *PLOS ONE*, 19(4), e0294372. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0294372>
- Komnas Perempuan. (2023). *Catatan Tahunan Komnas Perempuan 2023*.
- Kulkarni, S. (2023, March 20). *The Importance of Photography In Graphic Design*. <https://Simplified.Com/Blog/Design/How-to-Use-Photography-in-Graphic-Design>.
- Lugmayr, A., Serral, E., Scherp, A., Pogorelc, B., & Mustaqim, M. (2014). Ambient Media Today And Tomorrow. *Multimedia Tools and Applications*, 71(1), 7–37. <https://doi.org/10.1007/s11042-012-1346-z>
- Marwa, M. H., Fedrianingsih, D., Alen, S., & Fami, A. (2024). Pembuatan Logo Desa Wanurejo sebagai Media dalam Pembelajaran Mata Kuliah Aplikasi Desain Grafis di Sekolah Vokasi IPB. *GESTALT*, 6(1), 69–78. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v6i1.164>
- Nur Fitri, A. P., & Wibawa, M. (2023). Perancangan Feed Instagram Sebagai Konten Media Promosi Taman Baca Zahra. *GESTALT*, 5(1), 15–24. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v5i1.137>
- Rangkuti, M. (2023, July 5). *Apa Itu Kampanye? Sejarah Perkembangan dan Jenisnya*. <https://Fahum.Umsu.Ac.Id/Apa-Itu-Kampanye-Sejarah-Perkembangan-Dan-Jenisnya/>.
- Rusyidi, B., Bintari, A., & Wibowo, H. (2019). Pengalaman dan Pengetahuan Tentang Pelecehan Seksual: Studi Awal di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi (Experience And Knowledge on Sexual Harassment: A Preliminary Study among Indonesian University Students). *Share : Social Work Journal*, 9(1), 75. <https://doi.org/10.24198/share.v9i1.21685>
- Saragih, O. K., Yanur, M., & Silalahi, J. N. (2023). Sosialisasi dan Edukasi Peran Satuan Tugas Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual (SATGAS PPKS) Terhadap Resiliensi Mahasiswa Korban Kekerasan Seksual di Universitas Palangka Raya. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(4), 510–521. <https://doi.org/10.59025/js.v2i4.177>
- Solehati, T., Solahudin, A., Juniarti, R., Fauziah, S., Romadona, R., Audina, R., Novianty, S., Kurniawan, R., & Kosasih, C. E. (2023). Intervensi pencegahan kekerasan seksual pada remaja: Literature review. *Holistik Jurnal Kesehatan*, 17(6), 522–537. <https://doi.org/10.33024/hjk.v17i6.12630>

Halaman ini sengaja dikosongkan