

Kampanye Melawan Pelecehan Seksual pada Acara Konser Musik

Nashuha Rami Ismail¹, Inko Sakti Dewanto, ST., M.Ds², dan Wuri Widayani Hapsari, S.Ds., M.Ds³
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain,
Institut Teknologi Nasional Bandung

Email: nashuha.rami@mhs.itenas.ac.id, inkosakti@itenas.ac.id, wurihapsari@itenas.ac.id

Abstrak

Pelecehan seksual kerap terjadi di acara musik dan mayoritas korbannya adalah perempuan, dampak dari pelecehan seksual tersebut biasanya mengganggu psikologis korban. Dengan ini diperlukan edukasi lebih untuk masyarakat dan tentunya event organizer untuk lebih peka terhadap fenomena ini. Kampanye melawan pelecehan seksual melalui membuat festival khusus perempuan akan menjadi salah satu ruang aman dan nyaman untuk perempuan pergi ke acara musik tanpa harus mengkhawatirkan akan pelecehan seksual dari laki-laki. Namun, penting untuk diingat bahwa acara musik khusus perempuan hanya satu bagian dari upaya yang lebih luas dalam mengatasi pelecehan seksual. Upaya untuk mengubah budaya dan norma sosial yang mendukung pelecehan seksual harus melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pendidikan, keluarga, media, dan pemerintah. Selain itu, pendekatan ini juga perlu inklusif dan harus memperhitungkan berbagai pengalaman dan tantangan yang dihadapi oleh perempuan dari latar belakang yang beragam.

Kata kunci:

pelecehan seksual, psikologi, acara musik, kampanye sosial, perempuan

Abstract

Sexual harassment often occurs at music events and the majority of victims are women, the impact of sexual harassment usually disturbs the victim's psychology. With this, more education is needed for the community and of course event organizers to be more sensitive to this phenomenon. Campaigning against sexual harassment through creating women-only festivals will be one of the safe and comfortable spaces for women to go to music events without having to worry about sexual harassment from men. However, it is important to remember that women-only music events are only one part of a broader effort to address sexual harassment. Efforts to change the culture and social norms that support sexual harassment must involve a wide range of stakeholders, including education, families, media, and government. Moreover, this approach also needs to be inclusive and should take into account the different experiences and challenges faced by women from diverse backgrounds.

Keywords: sexual harassment, psychology, music events, social campaigns, women

1. Pendahuluan

Pelecehan seksual merupakan topik kontroversial yang sudah lama ada di masyarakat Indonesia. Bahkan di Indonesia kata pelecehan seksual sudah tidak asing lagi karena kasus pelecehan seksual terjadi hampir setiap tahun dan isu kekerasan seksual sering kali dibicarakan oleh masyarakat Indonesia. Namun, hukum di Indonesia tidak cukup memberikan hukuman hukum yang berat bagi pelaku atau perlindungan bagi korban (Saponyono, 2022). Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja perlindungan hukum bagi korban.

Setiap orang berhak atas rasa aman dan tentram serta perlindungan terhadap ancaman ketakutan, hal ini diatur dalam Pasal 30 Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (Undang-Undang HAM). Hak untuk memperoleh rasa aman ini dijamin oleh Konstitusi Republik Indonesia yaitu Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 1945), Undang-Undang HAM, Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia (DUHAM), dan kebijakan-kebijakan lainnya. Meski telah mempunyai sejumlah kebijakan yang menjamin rasa aman, namun hal tersebut tidak dapat dirasakan dalam kehidupan sehari-hari. Tempat umum seperti sarana transportasi publik, sarana olahraga, supermarket, bahkan tempat yang seharusnya memberikan rasa aman seperti sekolah, tempat kerja dan tempat ibadah, sering menjadi tempat dimana ketidakamanan dapat dirasakan (dewi, 2019).

Pelecehan dan kekerasan seksual merupakan fenomena memalukan yang kerap terjadi di konser. Hal ini dapat berupa bahasa cabul, sentuhan atau bahkan pemerkosaan. Sekali lagi, perempuan merupakan kelompok yang paling berisiko menjadi korban. Namun jarang sekali masyarakat yang melapor karena merasa tidak ada tindakan tegas yang bisa dilakukan. Menurut laporan dari Pusat Kebijakan dan Keadilan Kejahatan di Universitas Nevada, Las Vegas (UNLV), hingga 92% wanita yang pernah menghadiri konser pernah mengalami pelecehan seksual.

Sebanyak 62% dari mereka menerima komentar yang tidak diinginkan tentang tubuh mereka, 55% pernah disentuh oleh orang asing, dan 3% pernah mengalami pelecehan seksual atau pemerkosaan. Data ini berasal dari penelitian yang dilakukan di Amerika Serikat, negara yang menyelenggarakan ribuan acara musik setiap tahunnya. Namun, tren serupa juga terjadi di Inggris, YouGov melaporkan hasil penelitian dari perusahaan analisis data internet Inggris menunjukkan bahwa hingga 43% wanita di bawah 40 tahun pernah menjadi korban perilaku seksual yang tidak diinginkan di festival musik. Survei terhadap 1.188 pengunjung festival musik menemukan bahwa, secara keseluruhan, 22% dari seluruh pengunjung festival pernah mengalami kekerasan atau pelecehan seksual. Hanya 2% dari insiden tersebut yang dilaporkan ke polisi dan 1% perempuan melaporkan kejadian tersebut kepada staf festival sebelum atau sesudah acara. Namun, 19% pria melaporkan pengalaman mereka dengan staf acara (Nariswari 2021).

Dengan adanya kampanye ini adanya harapan dan langkah masyarakat akan kesadaran upaya mencegah kekerasan seksual dalam membangun komunitas dan tempat yang lebih aman bagi pelaku ataupun penikmat musik.

2. Metode/Proses Kreatif

2.1 Metode Perancangan

Model survei yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Model penelitian ini dipilih karena pendekatan yang memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang masalah yang dihadapi di bidang ini. Survei dengan menggunakan survei kualitatif bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang subjek survei. Adapun pengumpulan data sekunder dilakukan melewati sumber-sumber berikut:

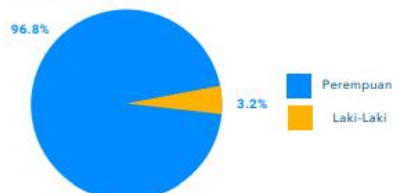
- a. Studi Literatur
Penelitian ini menggunakan studi literatur sebagai dasar data sekunder. Studi literatur didapatkan dari studi kajian buku dan penelitian yang sudah ada yang berhubungan dengan topik dan permasalahan yang diangkat.
- b. Kuisisioner
Kuesioner ditujukan untuk orang-orang yang sering ke acara musik atau memiliki ketertarikan di musik usia 21-27 yang menjadi salah satu data primer yang digunakan. Kuesioner ini dibagikan kepada masyarakat penggemar musik dengan total 124 responden untuk menyempurnakan data

primer serta mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai permasalahan dan pencarian untuk memperkuat solusi akan pelecehan seksual

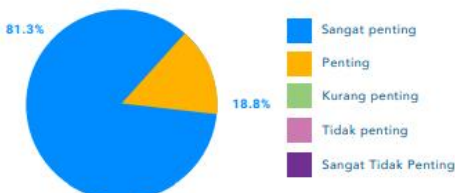
Alasan yang membuat pengunjung khawatir saat berada di area kerumunan acara musik?



Menurut pengalamanmu, siapa yang biasanya menjadi korban pelecehan seksual di acara musik?



Seberapa pentingnya edukasi pelecehan seksual menurutmu?



Apakah kamu setuju jika ada acara musik tahunan yang hanya bisa didatangi oleh perempuan saja?



Gambar 1. Hasil Kuisisioner
(Sumber: Data diolah Penulis, 2024)

Dari hasil yang didapatkan pada pernyataan di atas, respnden memiliki kekhawatiran tinggi akan pencurian barang, benturan fisik dan tentunya pelecehan seksual merupakan salah satu bagian yang sering dikhawatirkan oleh responden. Dapat dilihat dari hasil yang dipaparkan, sebagian besar responden setuju bahwa mayoritas korban pelecehan seksual adalah perempuan.

c. Wawancara

Dilakukan *in-depth interview* dengan sampel target audiens, yaitu remaja yang berusia 21-27 tahun yang peduli akan fenomena pelecehan seksual dan gemar ke acara musik untuk mendapatkan insight lebih mendalam mengenai masalah.

2.2 Perancangan dengan Design Thinking

Teknik perancangan desain yang digunakan adalah teknik *Design Thinking*. *Design thinking* memberikan pendekatan berorientasi solusi untuk memecahkan masalah (Swarnadwitya, 2020). *Design thinking* digunakan untuk memahami permasalahan target audiens dalam memahami cara untuk meningkatkan edukasi dan melawan pelecehan seksual di kalangan masyarakat penggemar acara musik. Adapun 3 tahapan yang dilakukan dalam design thinking, yaitu:

- Emphatize*, proses melakukan pemahaman & analisis terhadap masyarakat penggemar acara musik dan masalahnya akan kasus pelecehan seksual yang sering terjadi pada kalangan perempuan dan apa yang mereka rasakan. Pengumpulan masalah menggunakan kuesioner yang disebarakan untuk mendapatkan data luas, studi lapangan serta user search kepada target

- b. *Define*, dibutuhkan *Target Insight* berdasarkan informasi yang telah didapatkan dan masalah apa yang dihadapi oleh target dan harapan apa yang diinginkan oleh target. Selanjutnya dilakukan tahap pendalaman untuk target serta perancangan acara dan kampanye yaitu *Consumer Journey*.
- c. *Ideate*, mencari dan merancang ide-ide hasil dari data yang didapat untuk dikaitkan dengan kebutuhan yang harus dipersiapkan dalam merancang media kampanye dan acara utama kampanye dengan menggunakan S.W.O.T dan perancangan tabel konten pada *Think, Feel, Do*

3. Hasil & Pembahasan

3.1 Problem Statement

Problem statement terdapat dari dua buah bagian fokus yang dapat diperhatikan yaitu kondisi ideal yang seharusnya sudah tercapai, lalu kondisi yang sebenarnya terjadi pada saat ini.

- a. Kondisi saat ini ada 92% wanita yang pernah menghadiri konser pernah mengalami pelecehan seksual. Sebanyak 62% dari mereka menerima komentar yang tidak diinginkan tentang tubuh mereka, 55% pernah disentuh oleh orang asing, dan 3% pernah mengalami pelecehan seksual atau pemerkosaan. Dari data diatas menunjukan kondisi yang sangat memperhatikan untuk perempuan di Indonesia saat mereka pergi ke acara musik
- b. Kondisi ideal yang seharusnya berjalan menurut hukum dan konteks HAM setiap orang berhak atas rasa aman dan tentram serta perlindungan terhadap ancaman ketakutan serta pelecehan seksual dimanapun mereka berada. Jadi tak hanya di konser music tetapi tempat umum lain pun harus bebas atas pelecehan seksual.

Dari kondisi yang telah ditelaah, masih banyak pelecehan seksual terjadi di acara musik dan masih banyak festival yang tidak menyediakan informasi dan fasilitas mengenai pelecehan seksual. Oleh karena itu, Solusi dari permasalahan yang bisa diajukan adalah membuat kampanye pelecehan seksual melalui acara musik khusus perempuan dan menguatkan edukasinya dengan harapan masyarakat akan kesadaran upaya mencegah kekerasan seksual dalam membangun komunitas dan tempat yang lebih aman bagi pelaku ataupun penikmat musik.

3.2 Segmentasi & Personifikasi Target

Adapun segmentasi target dibagi ke dalam 4 bagian berikut:

- a. Demografis
 - 1) Masyarakat dewasa (21-27 tahun)
 - 2) Mahasiswa atau Pekerja
 - 3) Gemar mendatangi acara musik
- b. Geografis
 - Kota besar Indonesia: Kota Bandung & Kota Jakarta
- c. Psikografis
 - 1) Orang-orang yang cenderung perhatian atas fenomena pelecehan seksual
 - 2) Gemar datang ke acara-acara rutin
- d. Teknografis
 - 1) Senang mengikuti berita terbaru akan acara musik di Bandung
 - 2) Menyukai layout yang simple dan to the point
 - 3) Pengguna aktif sosial media

Salah satu target yang diwawancarai lebih lanjut pernah menjadi korban dari fenomena pelecehan seksual. Denisa Nur Ramadhanti Putri Yamin adalah seorang pekerja di sebuah agency yang berlokasi di Kota Jakarta, Denisa merupakan wanita berumur 23 tahun yang sering berkunjung ke Jakarta untuk keperluan pekerjaan dan lainnya.



Gambar 2. *Customer Journey*

(Sumber: Data diolah Penulis, 2024)

Denisa adalah wanita yang gemar sekali dengan acara musik (mengacu pada data *customer journey*) dan seringkali mendatangnya bila ada kesempatan waktu luang bersama teman-teman atau pasangannya. Fenomena pelecehan seksual yang Denisa ketahui tentunya bisa menghambat aktifitas yang dia jalani seketika berada di festival atau acara musik, Denisa sangat kontra dengan adanya fenomena pelecehan seksual. Jika ada topik atau pergerakan anti pelecehan seksual pada media sosial denisa aktif dalam berinteraksi dan mendukung pergerakan tersebut.

3.3 Perancangan Solusi dengan Matriks SWOT

Tabel 1. Matriks SWOT

	Strenghts	Weaknesses
(O)pportunities	Perempuan tidak perlu khawatir dengan adanya pelecehan seksual dari laki-laki di acara tersebut. Kampanye ini menjadi salah satu dorongan untuk masyarakat meningkatkan edukasi pelecehan seksual.	Harapan membuat SDM yang lebih berkualitas dan meningkatkan kesadaran diri untuk tidak melakukan pelecehan seksual.
(T)hreats	Kampanye untuk mengingatkan kepada perempuan untuk selalu menjaga diri dan sesama dimanapun kapanpun khususnya di acara musik.	Wadah yang kurang untuk mengedukasi masyarakat akan hak katas tubuh dan banyak juga orang yang tidak aware akan hal ini, mereka cenderung lebih menyalahkan korban.

Berdasarkan tabel matriks SWOT di atas, strategi yang dipilih adalah (S-O) yaitu *Strenghts* dan *Weaknesses*, matriks ini dipilih agar dapat menghasilkan perancangan yang memberikan rasa aman bagi pengunjung di acara musik serta menjadikan kampanye sebagai pelopor dalam pergerakan meminimalisir adanya pelecehan seksual di kerumunan. Edukasi dapat diberikan melalui media tambahan berupa himbauan dan informasi.

Tawaran perancangan yang diajukan adalah perancangan dalam membuat media informasi melalui media informasi berbasis sosial, serta perancangan konten plan pada media sosial masyarakat serta acara utama berupa konser acara musik untuk meningkatkan empati serta pengetahuan audiens mengenai pemahaman kekerasan seksual serta apa saja yang seharusnya dilakukan oleh masyarakat dalam menangani dan mencegah adanya pelecehan dan kekerasan seksual.

Tabel 2. Strategi Komunikasi TFD

	Think	Feel	Do
Konten	Membuat konten di media social dengan menunjukkan data pelecehan seksual di acara musik di indonesia dan edukasi tentang hak atas tubuh	Dampak psikologis korban pelecehan seksual yang mempengaruhi hidupnya	Membuat ruang nyaman dan aman untuk para perempuan yang notabennya mayoritas korban pelecehan seksual
Pesan	“kenali betapa pentingnya fenomena pelecehan seksual”	“pelecehan seksual bukan hal yang bisa dianggap sepele”	“membuat industry kreatif sebagai ruang yang aman”
Tujuan	Agar masyarakat lebih peduli terhadap fenomena pelecehan seksual	Agar membuat orang sadar bahwa perlakuannya bisa merusak hidup orang	Membuat seluruh pelaku maupun penikmat musik lebih solutif dalam mencegah pelecehan

3.3 Perancangan Visual



Gambar 3. Desain Logo *The Safe Space*
(Sumber: Penulis, 2024)



Gambar 4. *Social Media Design The Safe Space*
(Sumber: Penulis, 2024)



Gambar 5. *Merch The Safe Space*
(Sumber: Penulis, 2024)



Gambar 7. Desain *Stage & Gate* untuk *The Safe Space*
(Sumber: Penulis, 2024)





Gambar 6. *Collaterals The Safe Space*
(Sumber: Penulis, 2024)

Referensi visual untuk *The Safe Place* berpacu pada *keyword* dan *tone maner*, memberi nuansa *pop* dan *safe* untuk acara kampanye ini. Dengan pendekatan visual lebih nyaman serta aman secara visual dan pesan, menggunakan area solid serta tipografi yang dapat berjarak untuk memberikan gambaran “area aman” untuk audiens serta ada permainan warna yang dapat digunakan pada logo.

4. Kesimpulan

Kampanye melawan pelecehan seksual berperan penting dalam meningkatkan kesadaran publik terhadap dampak negatif yang dialami korban. Kesadaran ini merupakan langkah awal untuk mengubah budaya dan sikap terhadap pelecehan seksual. Kesimpulan juga dapat menyoroti perlunya pendidikan seksual yang komprehensif di tingkat sekolah dan masyarakat. Pendidikan ini dapat membantu mencegah pelecehan seksual dengan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang batas-batas dan penghormatan terhadap hak-hak individu. Kesimpulan dapat menekankan pentingnya partisipasi aktif masyarakat dalam kampanye ini. Ketika individu-individu bersatu untuk melawan pelecehan seksual, terbentuklah kekuatan yang dapat menciptakan perubahan sosial yang signifikan.

5. Daftar Referensi

- Fitri, A. N. (2023). Kampanye Public Relations sebagai Upaya Meningkatkan Awareness Moderasi Beragama. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 22(1), 35-49. Doi: 10.18592/alhadharah.v22i1.8613.
- Narisrawi, S. L. & Anna, L. K. (2021). *Pelecehan Seksual di Konser Musik, Tersembunyi tapi Wajib Diwaspadai*. Dipetik dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/06/09/133557720/pelecehan-seksual-di-konser-musik-tersembunyi-tapi-wajib-diwaspadai?page=all>.
- Paradiatz, R., & Soponyono, E. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Korban Pelecehan Seksual. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 4(1), 61-72. Doi: <https://doi.org/10.14710/jphi.v4i1.61-72>
- Ostergaard, L. (2002). *Effective Campaign Assesment*. Thousand Oaks : Sage Publication.
- Gudykunst, W. B. & B. Mody (2002). *Handbook of International & Intercultural Communication*. London : Sage Publication.
- Swarnadwitya, A. (2020, March 17). *Design Thinking: Pengertian, Tahapan dan Contoh Penerapannya*. Sis.Binus.Ac.Id.