

ABSTRAK

Puput Dwi Heningsari

Eksplorasi Media *Unconventional* Dalam Kampanye Kekerasan Seksual di Rumah Tangga

Salah satu masalah yang masih kurang diperhatikan adalah tentang kekerasan dalam rumah tangga. Dalam hal ini khususnya kekerasan seksual yang di alami para perempuan, baik yang telah berkeluarga maupun yang belum. Walaupun telah ada wadah yang biasa menangani hal tersebut, namun masih banyak masyarakat yang kurang perduli dan masih tertutup untuk ‘bersuara’ melaporkan hal tersebut. Melalui Kampanye Kekerasan Seksual di Rumah Tangga dengan eksplorasi Media *Unconventional*, penulis ingin ‘mengusik’ kehidupan pribadi masyarakat dengan turut serta membantu memberi informasi dan solusi tentang kekerasan seksual di rumah tangga yang selama ini kurang diperhatikan. Dengan berbagai eksplorasi media *Unconventional* dalam berkampanye nanti yang dinilai lebih efektif dan efisien, semoga dapat memberi dampak positif dalam penghapusan kekerasan seksual di rumah tangga.

ABSTRACT

Puput Dwi Heningsari

Exploration of unconventional media for domestic violence sexual campaign

One problem which less attention is about domestic violence. In this case, especially about sexual violence, both who have family or not. Although it's already a general basin handled them, but still many peoples who less care and still ‘closed’ to “speak” speak out. Through a campaign of domestic sexual violence with the exploration of unconventional media, authors wants to 'disturb' the community's private life with appreciate and help provide the information and solution about domestic sexual violence which had been less attention. With variety exploration of unconventional media campaigning later which is more effective and efficient, hopefully can give a positive effect in elimination of domestic sexual violence.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

KARTU ASISTENSI

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMAKASIH

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

ABSTRAK

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	<i>State Of The Art</i>	3
1.3	Peluang dan Tantangan Studi	9
1.3.1	Peluang Studi	9
1.3.2	Tantangan Studi	9

BAB II METODOLOGI

2.1	Maksud dan Tujuan Perancangan	11
2.1.1	Maksud Perancangan	11
2.1.2	Tujuan Perancangan	11

2.2	Relefansi dan Konsekuensi Studi	12
2.1.1	Relefansi Studi	12
2.1.2	Konsekuensi Studi	12
3.2	Kerangka Berfikir	13
4.2	Tema Desain Perancangan	14
 BAB III DATA PERANCANGAN		
3.1	Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT)	15
3.1.1	Definisi KDRT	15
3.1.2	Jenis KDRT	16
3.1.3	Kekerasan Seksual	17
3.1.4	Penyebab Kekerasan Seksual	19
3.1.5	Faktor Kekerasan Seksual	20
3.1.6	Sarana Perlindungan dan Pengaduan	21
3.2	Pengertian Kampanye Sosial	24
3.2.1	Arti Kampanye	24
3.2.2	Kampanye Sosial	25
3.2.3	Jenis Kampanye Sosial	26
3.2.4	Contoh Kampanye Sosial	26
3.2.5	Strategi Kreatif Kampanye	28
3.2.6	Pemilihan Media	32
3.3	Eksplorasi Media dalam Periklanan	33
3.3.1	Jenis Media Beriklan	34
3.3.2	Media <i>Unconventional</i>	35
3.4	Bahasa dalam Periklanan	41
3.4.1	Simbol	41

BAB IV	ANALISA DATA	
4.1	Analisa Kecukupan Data.....	44
4.4.1	Data Kekerasan Seksual Dalam Rumah Tangga	44
4.1.2	Data Kampanye	44
4.1.3	Data Eksplorasi Media Dalam Periklanan	44
4.1.4	Data Simbol-simbol Visualisasi Desain	45
4.2	Pengelompokan Data	46
4.3	Analisa SWOT	48
BAB V	KONSEP PERANCANGAN	
5.1	Konsep Dasar Perancangan	49
5.2	Rincian Konsep Perancangan	49
5.2.1	Konsep <i>Visual</i>	49
5.2.2	Konsep Warna	50
5.2.3	Konsep Tipografi	51
5.2.4	Konsep <i>Tagline</i>	52
5.2.5	Konsep Logo	52
5.2.6	Strategi <i>Marketing</i>	53
5.2.7	Jadwal Penyebaran Media	53
5.2.8	Konsep Media Perancangan	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Jumlah Kasus Kekerasan Terhadap Perempuan	1
Gambar 1.2	Poster Kampanye Amnesty International	3
Gambar 1.3	Logo Kampanye 16 Hari Anti Kekerasan	5
Gambar 1.4	Poster Kampanye Komnas Perempuan	6
Gambar 1.5	Poster Kampanye Dian	7
Gambar 1.6	Poster Kampanye Aris Nugroho	7
Gambar 3.1	Diagram Data KDRT/Relasi Personal Menurut Korban –Pelaku ...	15
Gambar 3.2	Diagram Jumlah Kasus Kekerasan Terhadap Perempuan	16
Gambar 3.3	Diagram Data Jenis KDRT/Relasi Personal	16
Gambar 3.4	Logo Komisi Nasional Perempuan	23
Gambar 3.5	Kampanye Tentang Bahaya AIDS	26
Gambar 3.6	Kampanye Tentang Donasi Kelaparan di Afrika	26
Gambar 3.7	Kampanye Tentang Tanggap Flu Burung	27
Gambar 3.8	Kampanye Tentang Bahaya Merokok	27
Gambar 3.9	Formula Lasswell	29
Gambar 3.10	Piramida Kreatif	30
Gambar 3.11	Skema Penentuan media	32
Gambar 3.12	Contoh Media <i>Above The Line</i>	34
Gambar 3.13	Contoh Media <i>Below The Line</i>	35

Gambar 3.14 Gambar Iklan Menggunakan Media <i>Unconventional</i>	36
Gambar 3.15 Gambar Iklan Menggunakan Media <i>Unconventional</i>	38
Gambar 3.16 Gambar Iklan Menggunakan Media <i>Unconventional</i>	39
Gambar 3.17 Gambar Iklan Menggunakan <i>symbol</i>	42
Gambar 5.1 Benda-benda yang digunakan dalam perumpamaan <i>symbol</i>	50
Gambar 5.2 Logo-logo yang warnanya diambil karena mewakili KDRT	50
Gambar 5.3 Warna yang digunakan dalam aplikasi Media	51
Gambar 5.4 Jenis Font yang digunakan dalam aplikasi media	51
Gambar 5.5 Logo Kampanye yang digunakan	52