

# PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL 'LANTANGKAN' SEBAGAI UPAYA MELAWAN PELECEHAN SEKSUAL VERBAL

Oleh:

**Annisa Rizka Liliandari<sup>1</sup>**

*Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[arizkalianda@gmail.com](mailto:arizkalianda@gmail.com)<sup>1</sup>*

**Rika Hindraruminggar<sup>2</sup>**

*Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana  
[rika.hindraruminggar@mercubuana.ac.id](mailto:rika.hindraruminggar@mercubuana.ac.id)<sup>2</sup>*

## ABSTRAK

Pelecehan seksual adalah salah satu dari beberapa jenis kekerasan seksual yang saat ini sedang kita hadapi di Indonesia dimana angka kasus tersebut menurut KOMNAS Perempuan di tahun 2019 telah mencapai 431.471 kasus. Kurangnya informasi yang membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang fenomena pelecehan seksual ini juga menjadi faktor utama terjadinya kasus-kasus tersebut. Berdasarkan Survei Nasional Centre for Strategic and International Studies (CSIS), dinyatakan bahwa remaja, khususnya milenial di Indonesia lebih memilih menonton televisi atau media lain yang berupa video dalam proses menerima informasi. Dalam menanggapi fenomena maraknya pelecehan seksual dan kurangnya kesadaran masyarakat, penulis melakukan perancangan dengan penggunaan media audio visual dan teknik sinematografi dimana dapat memberikan informasi lengkap melalui penyampaian gambar, teks dan suara yang berguna dalam menyampaikan pesan. Pada perancangan ini penulis juga merancang media pendukung seperti konten informatif dengan menggunakan platform media sosial dan juga media cetak yang bisa digunakan dalam kegiatan sehari-hari di ruang publik sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melawan pelecehan seksual verbal.

**Kata Kunci:** *Kampanye Sosial, Pelecehan Seksual, Audio Visual.*

## ABSTRACT

*Sexual Harassment is one of the form of the sexual assault that we faced in Indonesia, where the number of cases according to the National Commission of Violence Againsts Woman has reached 431,471 cases back in 2019. The lack of information which can helps to grow the public awareness about the phenomenon of sexual harassment is also a major factor of those cases. Based on the Center for Strategic and International Studies, it is stated that teenagers, especially millennials in Indonesia prefer to watch television or other video platform and media in the process of receiving information. In responding to the phenomenon of the lack of awareness of verbal-sexual harassment, the author designed a campaign using the audio visual media and cinematographic techniques which can provide more information with images, text, sound and videos. In the process of designing the social campaign, the author also designs a supporting media such as informative content using social media platforms and printable media that can be used in the daily activities to increase public awareness to fight verbal sexual harassment.*

**Keywords:** *Social Campaign, Sexual Harassment, Audio Visual.*

**Copyright © 2021 Universitas Mercu Buana. All right reserved**

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Perancangan kampanye sosial 'Lantangkan' sebagai upaya melawan pelecehan seksual verbal dilatarbelakangi oleh fenomena pelecehan seksual verbal yang semakin marak terjadi di lingkungan masyarakat.

Pelecehan seksual adalah salah satu dari beberapa jenis kekerasan seksual yang saat ini sedang kita hadapi di Indonesia. Dalam perancangan karya ini penulis menjatuhkan pilihan untuk memfokuskan kepada isu pelecehan seksual verbal khususnya di ruang publik dimana yang lebih dikenal di masyarakat dengan sebutan *catcalling*. Berdasarkan data dari hasil survei yang dilakukan oleh Hollaback! Jakarta, Lentera Sintas Indonesia, Koalisi Change.Org, PerEMPuAn dan *Jakarta Feminist Discussion Group* telah mencatat bahwa sebanyak 62% responden pernah mengalami pelecehan seksual verbal dan *catcalling*.

Pengambilan objek perancangan ini didasari melalui hasil penelitian pada riset semester terdahulu tentang angka kasus kekerasan seksual di Indonesia. Menurut data CATAHU (Catatan Tahunan) KOMNAS Perempuan pada tahun 2019 ada sebanyak 431.471 kasus kekerasan terhadap perempuan. Berdasarkan data pada lembar fakta dan Temuan Kunci CATAHU 2020 KOMNAS Perempuan, dari 3.062 kasus

kekerasan terhadap perempuan pada ranah komunitas dan publik, telah tercatat bahwa setidaknya 58% merupakan kekerasan seksual yang di dalamnya terdiri dari 531 kasus pencabulan, 715 kasus perkosaan dan 520 kasus pelecehan seksual yang dilaporkan. Jika melihat data yang dapat diakses publik pada situs pencarian seperti Google, dapat ditemukan berbagai berita tentang pelecehan seksual yang terjadi baik di lingkungan pribadi, lingkungan pekerjaan, transportasi umum hingga ke lingkungan pendidikan.

Dari sini, penulis memiliki keyakinan bahwa sudah saatnya mengangkat isu dan mengkampanyekan perlawanan terhadap pelecehan seksual verbal dan ilmu desain komunikasi visual dapat bermanfaat untuk diimplementasikan pada proses perancangan kampanye sosial tersebut.

Dalam perkembangannya, media *audio visual* dan film marak digunakan dalam proses mengkampanyekan suatu isu sosial, promosi dan juga media informasi. Saat ini penggunaan media *audio visual* dapat memberikan informasi yang detail dengan memanfaatkan kombinasi gambar, video, suara dan juga tulisan yang bisa menyampaikan pesan lebih kompleks, detail dan lebih mudah dicerna oleh manusia. Maka dari itu peran ilmu desain komunikasi visual sangat penting dalam membantu menyelesaikan persoalan dari kurangnya edukasi dan informasi kepada masyarakat mengenai

fenomena pelecehan seksual verbal tersebut dengan memperhatikan sisi sosialnya bahwa sudah saatnya para pelaku kreatif memberikan karya yang mampu menyampaikan pesan kepada khalayak ramai terkait informasi mengenai pelecehan seksual verbal.

## 2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana menciptakan kampanye sosial yang mudah dimengerti target audiens dan representatif dalam memberikan informasi dan edukasi seputar kasus pelecehan seksual menggunakan media dalam lingkup desain komunikasi visual?

## 3. Orisinilitas

Pada perancangan ini penulis mengangkat topik mengenai fenomena pelecehan seksual verbal di ruang publik dengan target audiens usia 18 – 25 tahun dimana tujuan akhirnya adalah menciptakan kesadaran, kepekaan dan dukungan dalam melawan pelecehan seksual yang berkembang di masyarakat. Adapun konsep yang digagas pada perancangan ini adalah kampanye sosial dengan nama *Lantangkan! #BisaDiamTidak* dimana merupakan sebuah bentuk perlawanan terhadap pelecehan seksual.

Media utama yang digunakan dalam komunikasi penyampaian kampanye ini adalah konten kreatif melalui media sosial dimana masing-masing konten yang didistribusikan melalui platform yang berbeda tersebut memiliki sinergitas yang

mengarah kepada tujuan awal dari perancangan ini. Adapun kurun waktu yang ditentukan adalah dalam waktu dua minggu kampanye. Penulis berinovasi dengan penggunaan audio visual dan juga fitur Instastory dalam rangka bertukar pikiran dan ruang bercerita bagi target audiens dan juga media cetak yang dapat dimanfaatkan dan digunakan sebagai bentuk perlawanan tindakan pelecehan seksual. Kelebihan perancangan kampanye sosial *'Lantangkan'* ini adalah penggunaan media audio visual yang tidak hanya memberikan informasi seputar pelecehan seksual, namun terdapat struktur narasi visual dan seni peran melalui akting pemeran yang bisa menarik emosional target audiens sehingga ada perasaan terhubung dengan isu yang diangkat.

## 4. Tujuan dan Manfaat

- 1) Dapat menciptakan media kampanye yang mudah dimengerti dan representatif dalam memberikan informasi dan edukasi sehingga meningkatkan kesadaran seputar kasus pelecehan seksual menggunakan media dan platform yang mengikuti perkembangan zaman sehingga dapat dengan mudah sampai dan diterima oleh target audiens yaitu remaja usia 16 – 25 tahun. Serta menerapkan ilmu desain komunikasi visual sebagai solusi dalam permasalahan sosial.
- 2) menambah pengalaman dan pemahaman dalam mengaplikasikan

disiplin ilmu desain komunikasi visual dimana bisa memecahkan permasalahan yang ada dimasyarakat melalui kampanye dan merancang suatu karya dengan langkah yang sistematis, logis, melalui data dan sumber yang valid. dapat dijadikan sebagai sumbangsih khazanah pengetahuan untuk mahasiswa khususnya mahasiswa desain komunikasi visual sebagai bahan referensi dan juga pembelajaran.

## **B. KONSEP PERANCANGAN**

### **1. Kajian Sumber Perancangan**

Pada perancangan karya tugas akhir penulis memilih target sasaran yang termasuk dengan generasi Z. Seperti yang dilansir pada situs Silabus Web, generasi Z umumnya yang lahir pada tahun 1995 sampai 2000an dimana kurang lebih berusia 18 hingga 25 tahun. Generasi Z cenderung memiliki pemikiran yang kritis dan terbuka. Mereka juga telah fasih terhadap perkembangan teknologi, mereka mampu menerima informasi-informasi yang diakses melalui internet dengan mudah. Selain memiliki kesadaran cukup akan teknologi, generasi Z juga memiliki kepekaan sosial dan memiliki kecenderungan terhadap menjalin komunikasi dan berinteraksi sosial, sehingga membuat mereka memiliki kesadaran akan rasa toleransi yang tinggi. Karakteristik yang telah disebutkan inilah yang akan mampu membantu jalannya kampanye sosial Lantangkan agar lebih mudah diterima oleh target sasaran.

### **2. Landasan Perancangan**

Perancangan kampanye sosial ‘Lantangkan’ menggunakan strategi dan konsep kreatif dalam proses pembuatannya. Selain itu penulis menggunakan pendekatan kualitatif dimana dalam proses pengumpulan data penulis melakukan wawancara mendalam bersama pakar dalam isu atau topik yang diangkat untuk mencari informasi lebih dalam mengenai masalah, kemudian bagaimana strategi dan media yang bisa digunakan dalam perancangan karya.

Dalam pengumpulan data penulis juga melakukan tahapan tinjauan pustaka dan menyebarkan kuesioner guna mendapatkan data sebaik-baiknya berdasarkan sumber valid dan fenomena yang terjadi secara langsung bagi target sasaran.

### **3. Tema**

Kampanye sosial ‘Lantangkan’ ini memiliki cara kerja sebagai media untuk mengedukasi masyarakat mengenai apa itu fenomena pelecehan seksual yang berkembang di lingkungan dan bagaimana masyarakat perlu merespon fenomena yang terjadi. Setiap media yang digunakan memiliki perbedaan fungsi dan tujuan serta proses perancangan. Media yang berbeda digunakan demi mencapai hasil kampanye yang baik dan bisa memanfaatkan berbagai macam platform media sosial yang sedang berkembang. Dalam proses perancangannya, digunakan identitas visual untuk menciptakan keterikatan dan konsistensi sehingga target

audiens tidak hanya mengenali kampanye ini namun bisa merasa terhubung dengan masing-masing media yang digunakan.

#### 4. Konsep Perwujudan

Dalam perancangan kampanye sosial 'Lantangkan', penulis memilih kampanye sebagai strategi komunikasi dilatarbelakangi oleh pernyataan yang ditulis dalam Venus (2004) bahwa tujuan kampanye adalah untuk memberikan kesadaran dan mengubah sikap masyarakat tentang suatu isu sehingga dapat mendorong masyarakat untuk berpartisipasi terhadap isu tersebut.

Penggunaan beberapa media yang sesuai dengan perkembangan zaman juga diperkuat oleh pernyataan dari *Association Of Education Communication Technology* bahwa media adalah segala bentuk saluran yang dapat digunakan dalam proses menyalurkan pesan. Pada perancangan ini penulis menggunakan media audio visual dan konten infografik yang disebar melalui platform media sosial. Dalam hal ini penulis memanfaatkan media audio visual dan film untuk menyalurkan pesan secara lebih luas dan lebih jelas. Berdasarkan hasil wawancara bersama Rika (2021) selaku pendiri komunitas @\_perEMPUan\_, ia menyatakan bahwa peran konten infografik dan media sosial sangat penting dalam menyebarkan pesan edukatif dan informatif untuk meningkatkan kesadaran bagi target audiens. Selain media konten infografik, penulis memanfaatkan media film pendek untuk

mengaplikasikan narasi visual dalam mengkomunikasikan pesan kepada target audiens.

Menurut Sikov (2010), dalam pembuatan film terdapat teknik *mise-en-scene* yang merupakan langkah pertama dalam memahami bagaimana produksi sebuah film dan bagaimana merefleksikan maknanya. Sehingga dalam proses perancangan karya ini penulis mengimplementasikan teknik pengambilan gambar dan melakukan beberapa tahapan-tahapan seperti pra-produksi, produksi, tahapn pasca produksi dan distribusi karya.

Dalam proses produksi, penulis mengaplikasikan teknik pengambilan gambar seperti *camera movement*, *typeshot*, dan *camera angles*. Salah satunya seperti penggunaan *typeshot*, dimana menurut Lannom (2020) berbagai jenis bidikan kamera dalam film atau video dapat mengkomunikasikan nilai naratif yang berbeda, dan digabungkan selama proses pasca produksi untuk menceritakan sebuah kisah secara utuh.

Selain penggunaan media audio visual penulis juga memanfaatkan ilustrasi dan struktur narasi visual dalam pembuatan karya tugas akhir. Menurut Caputo (2003) narasi visual adalah proses penceritaan sebuah kisah melalui media visual yang bisa diceritakan menggunakan fotografi diam, ilustrasi atau video dan dapat memanfaatkan penggunaan grafis, suara dan teks. Penggunaan struktur narasi visual dapat memberikan kejelasan

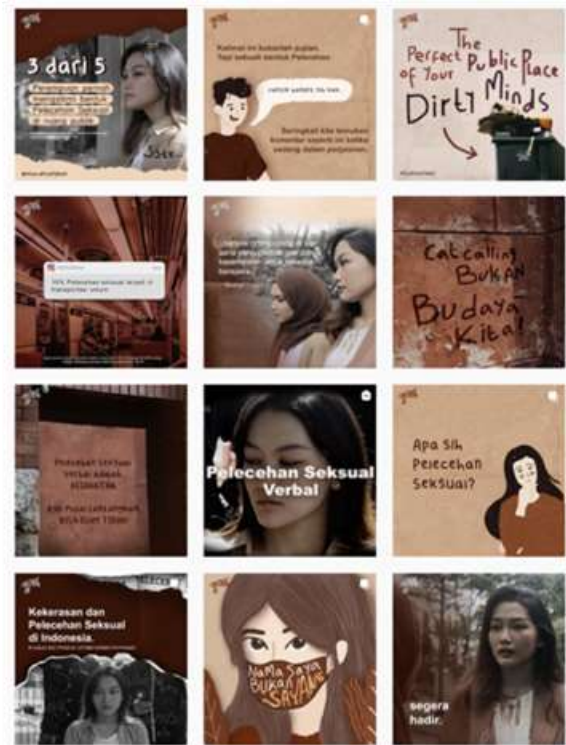
dalam membangun sebuah pesan melalui cerita karena dalam proses komunikasinya dapat menciptakan persepsi yang bisa menguatkan cerita melalui apa yang bisa dilihat dan didengar oleh manusia melalui media visual.

Pemanfaatan teori tipografi dan warna juga diperhatikan dalam perancangan kampanye sosial 'Lantangkan'. Seperti yang dinyatakan oleh Sanyoto (2009) bahwa warna merupakan suatu elemen visual yang penting dalam sebuah perancangan karya desain.

### 3. Konsep

Kampanye sosial 'Lantangkan' ini memiliki cara kerja sebagai media untuk mengedukasi masyarakat mengenai apa itu fenomena pelecehan seksual yang berkembang di lingkungan dan bagaimana masyarakat perlu merespon fenomena yang terjadi. Setiap media yang digunakan memiliki perbedaan fungsi dan tujuan serta proses perancangan.

Media yang berbeda digunakan demi mencapai hasil kampanye yang baik dan bisa memanfaatkan berbagai macam platform media sosial yang sedang berkembang. Dalam proses perancangannya, digunakan identitas visual untuk menciptakan keterikatan dan konsistensi sehingga target audiens tidak hanya mengenali kampanye ini namun bisa merasa terhubung dengan masing-masing media yang digunakan.



Gambar 1. Konten Grafis Instagram  
Sumber: Annisa Rizka Liliandari, 2021.

Pada penyebaran pesan dibagi menjadi beberapa tahapan. Tahapan pertama adalah publikasi konten grafis melalui instagram untuk menciptakan rasa keingintahuan target audiens mengenai isu yang akan diangkat pada kampanye, kemudian penyebaran video *teaser* dan *trailer*, juga distribusi konten infografik yang menampilkan data-data mengenai kasus kekerasan dan pelecehan seksual di Indonesia berdasarkan data yang valid.

Setelah tahap tersebut penulis kemudian mendistribusikan media utama yaitu film pendek dan PSA (*Public Service Announcement*) melalui Channel pada platform media YouTube. Penggunaan media film pendek tidak hanya akan mempermudah dalam memberikan edukasi kepada target audiens melalui visual saja, namun ada cerita

yang terbangun dimana cerita tersebut dibuat berdasarkan riset sehingga memiliki kesan yang *relatable* dan relevan bagi target audiens.

Dalam proses penyebaran media-media perancangan juga memanfaatkan *hashtag* yang bisa memperluas jangkauan dari kampanye ‘Lantangkan’ sehingga bisa diterima oleh masyarakat luas.

Kemudian masuk ke dalam tahap proses pendistribusian hasil perancangan, penulis membagi tahapan waktu dalam dua minggu. Kampanye ini dimulai pada tanggal 30 Juni 2021, dimana penulis mulai menyebarkan video berdurasi 20 detik melalui Instagram sebagai konten pertama untuk menarik perhatian target audiens. Dalam kurun waktu satu minggu penulis menyebarkan konten infografik dan juga mendistribusikan *teaser*, *trailer* kemudian film pendek dan juga PSA (*Public Service Announcement*). Selanjutnya untuk tujuan jangka panjang, kampanye ‘Lantangkan’ adalah bisa dilakukan dalam jangka panjang dengan mengikuti perkembangan kasus, dan melalui riset yang lebih mendalam.

Dalam pendistribusian desain melalui Instagram juga menggunakan tagar dari tagline kampanye seperti #BisaDiamTidak dan juga beberapa tagar pendukung seperti #LawanPelecehanSeksual #CatCalling #Kampanye #MulaiBerperan. Selain mempublikasi desain infografik melalui post Instagram, penulis juga memanfaatkan fitur instastory pada instagram untuk menjalin

komunikasi bersama pengikut sehingga bisa mendapatkan respon dan reaksi dari audiens.

### C. METODE/ PROSES PERANCANGAN

1) Eksplorasi:

(a) Judul kampanye yang dipilih adalah ‘LANTANGKAN! #BisaDiamTidak’ dimana ‘Lantangkan’ merupakan akronim dari ‘Lawan Tindakan *Cat Calling* yang Melecehkan’ dengan tagline #BisaDiamTidak dan #MulaiBerperan .

(b) ‘Lantangkan’ merupakan penyederhanaan kata ‘melantangkan’ yang memiliki arti membuat suara yang kuat dan nyaring dimana pengambilan kata ini juga ingin memberikan kesan dan semangat kepada target sasaran bahwa baik kepada penyintas atau masyarakat yang melihat fenomena tersebut berhak untuk bersuara dan melawan tindakan pelecehan seksual verbal

2) Improvisasi:

(a) Pada kampanye ini juga digunakan *tagline* utama yaitu #BisaDiamTidak sebagai bentuk penegasan yang ditujukan kepada para pelaku kejahatan tindakan pelecehan seksual verbal untuk berhenti melakukan kebiasaan seperti *catcalling* atau memberikan komentar yang merendahkan dan berkonotasi seksual. Pemilihan kalimat #BisaDiamTidak ini selain bertujuan untuk menegaskan pesan besar yang diangkat, namun juga berdasarkan riset bahwa kalimat tersebut

merupakan salah satu kalimat 'bercandaan' yang digunakan remaja di media sosial seperti Twitter atau pada komentar-komentar di media sosial sehingga sangat mungkin untuk menarik perhatian remaja. *Tagline* ini akan digunakan penulis pada film pendek dan poster film yang akan berbunyi 'LANTANGKAN! : Bisa Diam Tidak!'.

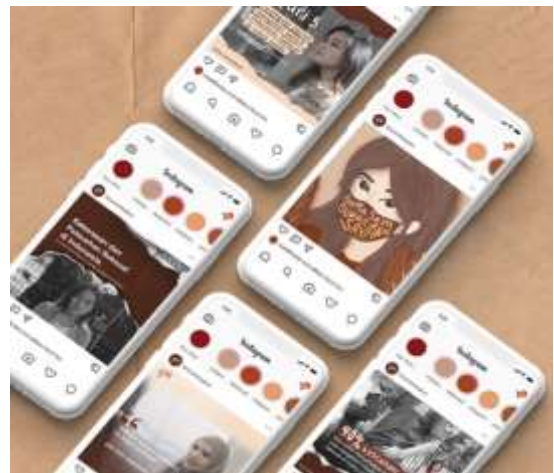
(b) Selain *tagline* #BisaDiamTidak, penulis juga menggunakan *tagline* kedua yaitu #MulaiBerperan yang akan digunakan dalam kegiatan kampanye untuk mengajak target sasaran dan berinteraksi dengan audiens pada media sosial agar bersama-sama mendukung penghapusan tindakan pelecehan seksual verbal dengan cara berperan dan menyebarkan informasi tentang kampanye yang dilakukan. Bentuk kontribusi tersebut bisa berupa diskusi daring, penggunaan *hashtag* dan juga memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media sosial.

### 3) Pembentukan/pewujudan:

(a) Pada perancangan ini penulis menggunakan media audio visual dan konten infografik. Pada konten film pendek, digunakan aspek rasio *ultrawide ratio* yaitu 21:9 untuk memberikan penekanan pada visualisasi latar pada *frame*. Karena film ini ingin menekankan pada keberadaan ruang publik. Untuk video PSA (*Public Service Announcement*)

memiliki rasio umum untuk ukuran layar gawai yaitu 16:9. Kedua video tersebut memiliki frame rate 29 fps dengan format video MP4. Pada film pendek memiliki durasi 12 menit sedangkan untuk PSA (*Public Service Announcement*) singkat memiliki durasi 2 menit.

(b) Pada karya konten infografik menyesuaikan kebutuhan pada platform media sosial Instagram, yaitu ukuran 1000px X 1000px atau rasio 1:1 untuk postingan pada *feed* Instagram dengan resolusi 150 dpi. Sedangkan untuk konten Instastory digunakan rasio 9:16 atau ukuran 1080px X 1920px dengan resolusi 150dpi.



Gambar 2. Konten infografik rasio 1:1  
Sumber: Annisa Rizka Liliandari, 2021.



Gambar 3. Konten infografik rasio 1:1  
Sumber: Annisa Rizka Liliandari, 2021.



(c) Pemberian bobot seni dilakukan dari pembentukan logo hingga elemen-elemen grafis yang mendukung proses perancangan seperti logo, warna, hingga komponen visual naratif pada film pendek yang menjadi media utama.

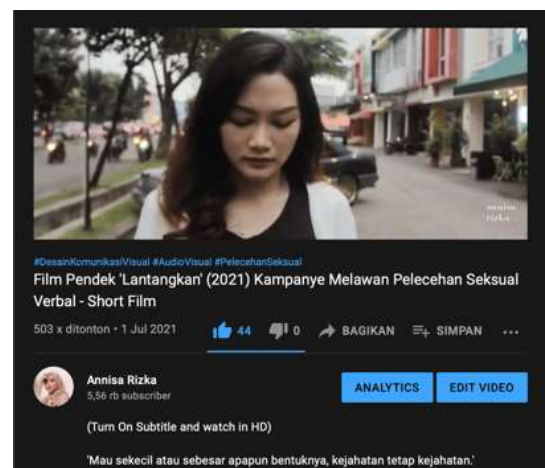
Pada proses perancangan, penulis melakukan pertama yaitu tahap pra-produksi penulis menyiapkan beberapa hal yang diawali dengan tahap development seperti ide cerita yang kemudian dikembangkan menjadi premis dan naskah.

Setelah melalui tahap development, kemudian melanjutkan kepada tahap pra-produksi dengan membuat *shot list*, *floor plan*, *master breakdown* dan *storyboards* sebagai acuan untuk proses produksi selanjutnya. Lalu memasuki tahap pra-produksi, produksi dan pasca produksi serta merancang media-media pendukung. Penulis juga membuat media infografik yang akan disebarakan melalui media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan kephahaman dari target audiens. Pada tahap selanjutnya penulis melakukan produksi film dengan mengacu kepada persiapan pada tahap pra-produksi.

#### D. ULASAN KARYA DESAIN.

Pada publikasi perancangan tugas akhir, penulis menjalani beberapa proses antara lain:

- 1) Uji Kelayakan Karya, penulis melakukan revisi ataupun perbaikan yang diberikan sebagai kritik atau saran dari dosen pembimbing terhadap karya yang telah dirancang sebelum melakukan realisasi karya agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan pada perancangan karya Tugas Akhir.
- 2) Realisasi Karya, penulis kemudian melakukan realisasi karya yaitu tahap akhir dari proses perancangan karya sebelum didistribusikan melalui platform digital yang ditentukan sebelumnya.
- 3) Display Karya,



Gambar 4. Distribusi karya tugas akhir

Penulis melakukan distribusi karya melalui platform digital dan menyebarkan informasi kepada target audiens dengan melakukan promosi dan juga mengajak audiens untuk membagikan informasi tersebut melalui media sosial pribadi.

Selain itu penulis juga mempublikasikan karya perancangan melalui galeri FDSK UMB. Pada layout galeri FDSK penulis memberikan tahapan untuk menginformasikan

kampanye lantangkan dimana diawali dengan penjelasan kampanye 'Lantangkan'.



### Perancangan Kampanye Sosial 'Lantangkan' Sebagai Upaya Melawan Pelecehan Seksual Verbal

Annisa Rizka Liliandari | 42317010009

Gambar 5. Publikasi karya di Galeri FDSK UMB

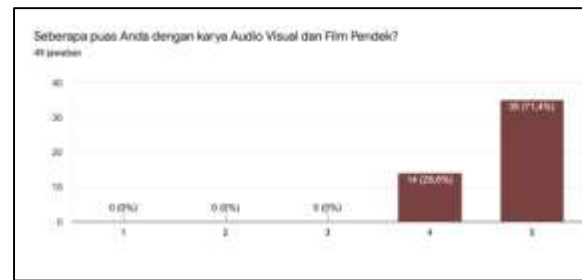


Gambar 6. Laman galeri kampanye lantangkan

Setelah memberikan informasi seputar identitas kampanye, penulis mengedukasi pengunjung dengan memberikan informasi tentang media utama yang digunakan, baik penjelasan dan juga link yang bisa membantu pengunjung untuk menonton film pendek 'Lantangkan'.

Pada perancangan kampanye ini penulis mendapatkan beberapa tanggapan melalui Google Form, komentar Instagram dan juga Youtube yang telah diisi oleh beberapa responden. Pada Google Form yang

disebarkan telah mendapatkan hasil jawaban dari 49 responden.



Gambar 7. Responden kuesioner hasil karya

Selain menggunakan Google Form, penulis juga memanfaatkan fitur 'mengikuti' di Instagram untuk melihat berapa banyak audiens yang mendukung kegiatan kampanye 'Lantangkan' dimana hasilnya dalam kurun waktu satu bulan sejak pertama pembuatan akun, telah mendapat kurang lebih 100 pengikut yang sesuai dengan target yang diharapkan.

Hasil *insight* yang didapat pada Instagram menunjukkan bahwa audiens di dominasi oleh perempuan dengan rentang usia 18 – 43 tahun yang di dominasi oleh perempuan berusia 22 tahun. Selain itu, data menunjukkan bahwa 40% lebih audiens berlokasi di daerah Jakarta sesuai dengan target yang diharapkan.

## E. KESIMPULAN

### 1. Kesimpulan

Perancangan kampanye sosial 'Lantangkan' secara garis besar dapat dikatakan berhasil bila melihat indikator-indikator yang telah disebutkan pada pembahasan sebelumnya bahwa telah sampai lebih kepada target audiens yang di segmentasikan.

Pada perancangan ini, penulis melihat respon dari audiens yang merasa teredukasi dengan pilihan media-media yang digunakan,

Khususnya melalui media audio visual bahwa banyak informasi yang dapat diterima dan 71% audiens merasa puas dengan hasil karya audio visual. Dapat dikatakan bahwa media audio visual yang dikombinasikan dengan pemanfaatan media sosial instagram dan beberapa kolateral media lainnya dapat secara efektif mengkampanyekan pesan secara baik khususnya dalam rangka mengedukasi masyarakat seputar pelecehan seksual verbal.

## 2. Saran

Agar perancangan desain kampanye sosial yang membahas seputar isu pelecehan seksual verbal dan sejenisnya bisa dilanjutkan, penulis menyarankan untuk menggunakan platform media sosial lainnya untuk mendapatkan jangkauan yang lebih luas, tentunya dengan pemanfaatan dan pengaplikasian ilmu desain komunikasi visual dengan baik dan benar.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Antar, Venus. (2004). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekaatam Media.
- Caputo, T. C. (2003). *Visual Storytelling: The Art and Technique*. Watson-Guption Publications.
- John, D. (t,t). Karakter Generasi Z Menurut Beberapa Cendekiawan. Diperoleh dari: <https://www.silabus.web.id/karakter-generasi-z/> . Diakses 25 Mei 2021.

Komnas Perempuan. (2020, Maret 6). Siaran Pers dan Lembar Fakta Komnas Perempuan: Catatan Tahunan Kekerasan Terhadap Perempuan 2020. Diperoleh dari <https://www.komnasperempuan.go.id/read-news-siaran-pers-dan-lembar-fakta-komnas-perempuan-catatan-tahunan-kekerasan-terhadap-perempuan-2020>. Diakses pada 2 September 2020

Lannom, S. (2020, Mei 24). Camera Framing Techniques: Frame Shots Like a Master Filmmaker. Diperoleh dari [studiobinder.com: https://www.studiobinder.com/blog/types-of-camera-shot-frames-in-film/](https://www.studiobinder.com/blog/types-of-camera-shot-frames-in-film/). Diakses 9 November 2020.

Rika Rosvianti (t.t.), Pendiri Komunitas perEMPUan, wawancara tanggal 1 Mei 2021 melalui platform media Whatsapp.

Sanyoto, S.E. (2009). *Nirmana: Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.

Sikov, E. (2010). *Film Studies: An Introduction*. New York: Columbia University Press.

## G. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada Allah SWT. Atas karunia-Nya memberikan kecerdasan dan kesehatan sehingga penulis dapat melaksanakan segala kegiatan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Selain itu penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Orang tua dan adik-adik yang selalu mendukung penulis, Ibu Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn selaku dosen pembimbing dan koordinator tugas akhir yang sudah sangat mendukung penulis dan mengarahkan secara maksimal. Teman-teman DKV 2017 dan segenap tim produksi, narasumber dan pihak-pihak lain yang telah terlibat dalam penyelesaian tugas akhir ini.

