Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Penggunaan strategi persuasi dalam kampanye perubahan sosial: Suatu tinjauan evalietif terhadap kampanye sosialisasi undang-undang N0 23 tahun 2004 tentang penghapusan kekerasan dalam rumah tangga

Hana Yasmira, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=108888&lokasi=lokal

---

Abstrak

Sejalan dengan telah diberiakukannya Undang-Undang Nomor 23 tahun 2004 Tentang Penghapusan Kekerasan dalam Rumah Tangga (UU PKDRT), Pemerintah melalui Kementerian Pemberdayaan Perempuan melakukan sosialisasi penghapusan kekerasan dalam rumah tangga dalam bentuk kampanye perubahan sosial (social change campaigns). Melalui karnpanye ini, diharapkan muncul kesadaran masyarakat untuk mencegah dan mengatasi berbagai tindak kekerasan yang dialami oleh parempuan. Kampanye sosialisasi UU PKDRT dilaksanakan melalui media teievisi dalam beberapa program, yaitu: Iklan Layanan Masyarakat "Kekerasan adalah kejahatan"; Variety Show "Tenda Hitam"; dan Talk Show dalam format dialog interaktif.

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah mengetahui bagaimana kampanye tersebut dipersiapkan; hal-hal apa yang telah dilakukan untuk mendukung program ini; dan mengidentilikasi hal-hal yang tidak dilakukan oleh pihak penyelenggara. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui metode evaluasi.; Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, disertai observasi terhadap orang-orang yang terlibat dalam pelaksanaan kampanye, dan telaah berbagai dokumen yang ada.

Melalui penelitian ini diharapkan akan dapat diperoleh gambaran utuh tentang bagaimana proses komunikasi tersebut berlangsung, yang meliputi: tujuan pelaksanaan kampanye, strategi kampanye yang dipilih, penentuan target sasaran, pemilihan tema, penyusunari pesan, dan pengiriman pesan. Penggunaan strategi persuasif dalam pelaksanaan suatu kampanye perubahan sosial yang bertujuan untuk mengubah perilaku khalayak sasaran, membutuhkan pemahaman mendalam terhadap latar belakang permasalahan yang ada, di samping diperlukan juga penggalian mendalam terhadap kondisi struktural masyarakat tersebut. Melalui pemahaman ini, kampanye perubahan sosial dapat dimatangkan dari segi konseptual maupun aplikasinya. Penggunaan strategi ini juga akan mampu mengontrol sejauh mana khalayak sasaran menerima pesan yang disampaikan.

Penelitian menemukan bahwa secara formal dan konseptual program kampanye sosialisasi UU PKDRT kurang dirumuskan secara jelas. Hal ini tercermin dalam penggunaan strategi persuasi yang kurang tepat dan tidak optimal, baik itu pada tataran konsep, perencanaan maupun pada saat pelaksanaan atau eksekusi program. Untuk lebih mengoptimalkan berbagai program kampanye perubahan sosial di masyarakat, ke depannya diperlukan beberapa upaya pembenahan dalam hal stategi komunikasi yang dipilih, khususnya yang menyangkut pendalaman terhadap kultur sosial.