

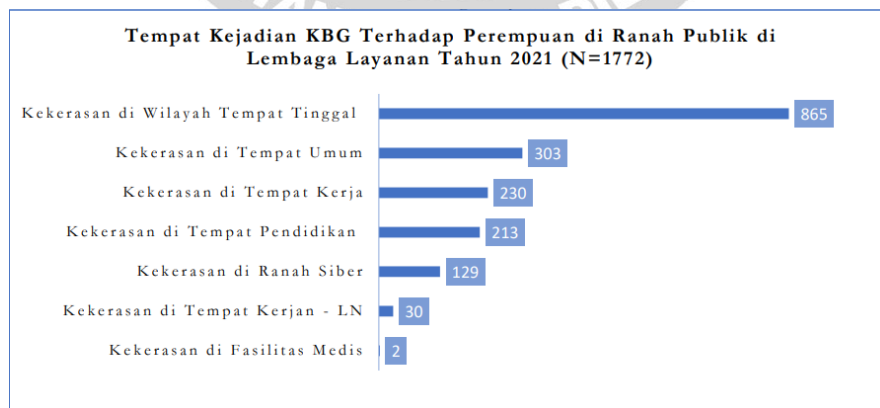
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Angkutan umum merupakan salah satu komponen utama dalam menompang berbagai lini keidupan masyarakat, kepadatan penduduk yang memicu kepadatan lalu lintas membuat sebagian penduduk cenderung memilih menggunakan transportasi umum. Kondisi sosio-demografis wilayah memiliki pengaruh terhadap kinerja transportasi umum di wilayah tersebut. Dalam bertransportasi umum, rasa aman dan nyaman tentunya hak bagi semua orang tanpa terkecuali terutama bagi orang yang kesehariannya selalu menggunakan transportasi umum (Aminah , 2018). Namun Catatan Tahunan (CATAHU) tentang Kekerasan terhadap Perempuan Tahun 2021, tempat kejadian KBG (Kekerasan Berbasis Gender) terhadap perempuan di ranah publik berdasarkan data lembaga layanan tahun 2021, ditemukan kasus KBG diranah publik terjadi di tempat tinggal sebanyak 865 kasus (48,8%), lalu kekerasan di tempat umum 303 kasus (17,1%), lalu selanjutnya seperti pada tabel 1.1 (Mustafainah, Qibtiyah, Yentriyani, Purbawati, & Situmorang, 2022).

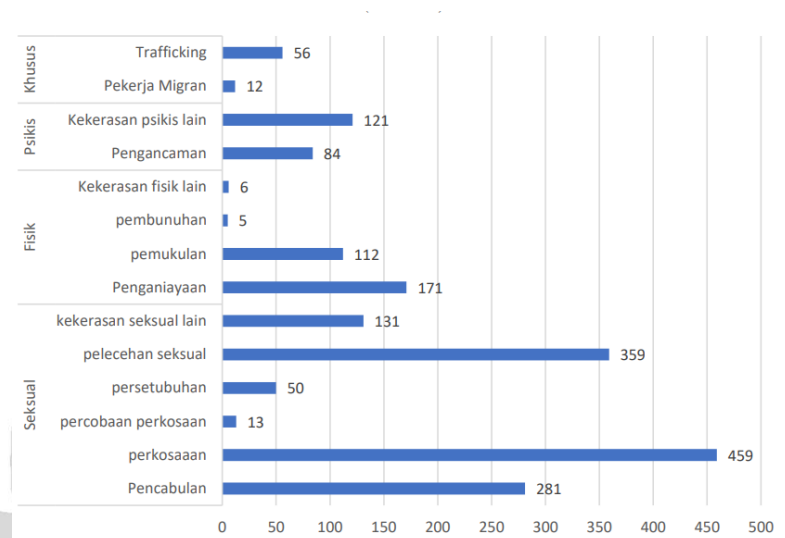
Tabel 1.1 Tempat kejadian KBG terhadap perempuan di ranah publik Lembaga layanan tahun 2021



Sumber: Catatan Tahunan Komnas Perempuan  
(Komnas Perempuan)

Selanjutnya, berdasarkan Tabel 1.2, untuk tahun 2021 kasus pemerkosaan di ranah publik sebanyak 459 kasus, pelecehan seksual menjadi urutan kedua dengan jumlah 359 kasus dan pencabulan terjadi 281 kasus dan seterusnya. Hal ini memperlihatkan KBG terhadap perempuan di tempat terbuka bisa terjadi kapan saja dan cukup banyak.

Tabel 1.2 Bentuk kekerasan ranah publik berdasarkan data Lembaga layanan tahun 2021



Sumber: Catatan Tahunan Komnas Perempuan  
(Komnas Perempuan)

Tidak hanya itu, Koalisi Ruang Publik Aman (KRPA) merilis hasil Survei Nasional dengan judul ‘Pelecehan Seksual di Ruang Publik’ (2019) dengan hasil yang sangat mencengangkan. Hasil survei itu menunjukkan bahwa transportasi umum menjadi lokasi kedua tertinggi terjadinya pelecehan seksual dengan menemukan 3 dari 5 perempuan pernah mengalami pelecehan seksual di ruang publik (KRPA, 2019). Untuk lebih jelas lagi, melalui data survei 2018, KRPA menemukan sebanyak 46.80% responden mengaku pernah mengalami pelecehan seksual di transportasi umum dengan rincian sebanyak 35,8% responden mengalami pelecehan di bus, diikuti oleh angkutan kota (angkot) sebanyak 29,49% responden yang mengaku pernah dilecehkan di transportasi tersebut (KRPA, 2018). Keramaian di tempat umum yang seharusnya dipercaya

tidak terdapat kejahatan seksual malah sebaliknya dijadikan kesempatan oleh pelaku, seperti pada transportasi umum justru tidak memberikan ruang aman bagi perempuan (Krisnanto & Syaputri, 2020). Apalagi dengan banyaknya orang, pelaku tindak pidana kekerasan memanfaatkan kondisi tersebut untuk menyembunyikan perlakuan bejatnya dengan melakukan pelecehan terhadap perempuan. Pelaku kekerasan seksual bebas melakukan perbuatannya karena sebagian besar orang di sekitarnya percaya bahwa perbuatan pelaku tidak dikualifikasikan sebagai kekerasan seksual. Banyaknya pengguna di dalam bus membuat para pelaku melancarkan aksinya, seperti beberapa contoh kasus yang akan peneliti uraikan dibawah yaitu tindakan pelecehan terjadi dikala jam-jam ramainya penumpang. Keramaian terjadi ketika waktu pulang dan pergi kerja, yaitu pukul 06.00 – 08.00 pagi lalu mulai pukul 16.00 – 18.00 WIB. Hal ini membuat penumpang yang berhimpit-himpitan di dalam bus maupun di halte sehingga tidak ada lagi batasan antara penumpang pria dan wanita.

Fenomena pelecehan juga dirasakan oleh pengguna bus Transjakarta. Seperti yang dilaporkan oleh akun instagram *@lensa\_berita\_jakarta* pada 27 Juli 2022. Dalam unggahan terdapat video yang direkam oleh korban ketika mengalami insiden pelecehan pada 25 Juli 2022 ketika menggunakan rute 3F (Kalideres – GBK), di dalam video itu kondisi bus Transjakarta terlihat ramai dipadati oleh penumpang. Adapun *caption* yang memberikan keterangan jika pelaku merupakan lansia yang berdiri di dekat korban yang saat itu sedang berdiri di area pintu bus karena keadaan yang sangat ramai. Awalnya korban merasa tidak dilecehkan, sebab korban menduga hal tersebut terjadi jika bus yang mengerem sehingga terjadi gesekan antar penumpang. Akhirnya korban menyadari jika itu merupakan tangan lansia yang berada disampingnya dan korban sempat merekam kejadian tersebut. Lalu begitu turun di halte Bundaran Senayan korban langsung melaporkan kejadian tersebut kepada petugas keamanan halte Transjakarta. Atas kejadian tersebut korban mengaku merasakan trauma (Garjito & Opita, 2022).

Selang beberapa hari, pelecehan kembali terjadi di dalam bus Transjakarta pada rute 13E (Kuningan – Puribeta). Korban mengunggah foto pelaku seperti

pada gambar 1.1, ketika melakukan pelecehan melalui *Instagram* milik pribadi dengan menambahkan keterangan jika ia dilecehkan, foto tersebut di unggah pada Jumat 12 Agustus 2022 lalu diunggah kembali oleh akun *@jalur5* pada Minggu, 14 Agustus 2022. Dalam keterangan yang diberikan, korban dilecehkan oleh pelaku dengan menggosokkan alat vitalnya pada tiga orang termasuk korban. Dalam foto tersebut terlihat kepadatan penumpang yang membuat korban tidak mendapatkan ruang khusus wanita (Jalur5, 2022).

Gambar 1. 1 Unggahan Sosial Media Instagram “Pelecehan Seksual di Transkarta”

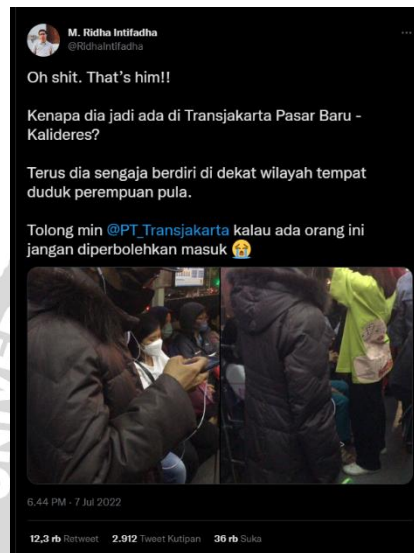


Sumber: Instagram @Jalur5  
([https://www.instagram.com/p/ChODrsyB9YO/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/ChODrsyB9YO/?utm_source=ig_web_copy_link))

Adapun salah satu pengguna Transjakarta pernah dilaporkan karena tindakannya yang membuat resah seperti pada gambar 1.2. Laporan itu bermula dari *tweet* warganet *@RidhaIntifadha* yang diunggah pada 7 Juli 2022. Dalam *tweet*-nya, ia menyebut bahwa pengguna Transjakarta yang Bernama Izhak Ibrahim Davian Bemban meresahkan, mengapa bisa dizinkan mengakses transportasi publik, dan di akhir *tweet*-nya, ia menandai akun *@PT\_Transjakarta*. Sebab, pengguna Transjakarta tersebut sebelumnya pernah diduga melakukan onani di dalam gerbong KRL kawasan Jabodetabek. *Tweet* yang di unggah mendapatkan 12,4 ribu *retweet* yang meminta PT. Transjakarta tegas dalam bertindak untuk menangkap orang tersebut, karena pengguna

merasa tidak nyaman jika Izhak masih berkeliaran dan masih tetap menggunakan bus Transjakarta.

Gambar 1. 2 Unggahan Sosial Media Twitter “Pengguna Transjakarta yang Meresahkan”



Sumber: Twitter @RidhaIntifadha  
(<https://twitter.com/RidhaIntifadha/status/1545010788062019584?s=20&t=ts3uIr8yWsw-nzhDjgd-EQ>)

Hal ini juga disampaikan oleh Kepala Dinas Perhubungan DKI Jakarta Syafrin Liputo yang mengatakan di tahun 2019 terdapat kasus pelecehan seksual tertinggi di bus transjakarta dengan sebanyak 28 laporan dari korban. Untuk di tahun 2022 sendiri terdapat 9 kasus pelecehan sejak Januari hingga Agustus. Tetapi, pelaku pelecehan seksual belum sepenuhnya mendapatkan hukuman yang tegas jika berdasarkan hukum Indonesia. Korban pun tidak mendapatkan perlindungan hukum yang adil hingga seringkali mendapatkan stigma dari masyarakat bahwa korban juga ikut 'menikmati' kekerasan seksual yang terjadi. Ketika korban memiliki keberanian untuk mengadukan kekerasan seksual yang dialaminya, aparat atau pihak yang berwenang tidak menanggapi pengaduan tersebut dan malah menganggap biasa saja (Paradias & Sopyonyono, 2022). Hingga hanya beberapa kasus pelecehan seksual ditangani oleh pengadilan,

dikarenakan ketakutan korban untuk melapor ke pihak berwajib sebab stigma buruk yang diberikan oleh lingkungan sekitar. Tidak jarang pula media meliput berita dari sisi korban yang menjadi korban kekerasan seksual, misalnya korban memakai baju terbuka, korban keluar malam, korban pergi sendiri yang bisa membuat nafsu pelaku timbul (Indainanto, 2020). Sudah sepatutnya korban pelecehan mendapatkan perlindungan serta perhatian baik melalui proses hukum maupun perhatian dari segi sosial serta lingkungan yang merupakan bagian mutlak untuk dipertimbangkan baik melalui hukum pidana, kebijakan-kebijakan sosial yakni lembaga sosial maupun lembaga kekuasaan negara (Surayda, 2017).

Untuk itu PT. Transportasi Jakarta sebagai perusahaan transportasi publik berusaha melindungi para korban pelecehan dengan melakukan tindakan preventif dan dalam konteks penelitian ini, mengencarkan kampanye anti-pelecehan seksual di seluruh armadanya. Hal ini dilakukan agar korban merasa terlindungi oleh pihak Transjakarta dan mau melaporkan kejadian pelecehan yang dialami. Kampanye bertajuk anti-pelecehan seksual ini memberikan informasi jika terjadi pelecehan seksual maka korban ataupun pengguna Transjakarta yang melihat tindakan tersebut dapat melaporkan secara langsung kepada petugas atau menghubungi info layanan dan akun media sosial Twitter Transjakarta. Disampaikan oleh Direktur Operasi dan Keselamatan PT. Transportasi Jakarta Yoga Adiwinto, menyatakan jika pengguna bus transjakarta setiap harinya bisa mencapai 700 ribu penumpang. Hingga potensi pelecehan seksual bisa terjadi di dalam bus maupun halte. Untuk itu PT. Transjakarta tengah berfokus untuk mengencarkan kampanye untuk mencegah pelecehan seksual di ruang transjakarta, mulai dari halte hingga di dalam bus (Agustian, 2022).

*"Karenanya kami mulai kampanye Stop Pelecehan Seksual sebagai langkah pencegahan. Dalam kampanye ini kami bukan hanya fokus pada armada bus, kami juga berfokus pada sistem lapor," ucap Yoga. "Kami harap pelanggan juga sama-sama mengawasi pelanggan lainnya, dan kita harus berani speak up untuk membantu korban, dan berikutnya kalau seandainya menjadi korban, berani melapor," (Yoga Adiwinto)*

Kampanye pun dilakukan dengan berbagai metode yang menggunakan beberapa media seperti melalui media sosial di gambar 1.3, media *online*, dan konvensional. Pada media sosial, Transjakarta memanfaatkan Instagram dan TikTok untuk mengunggah berbagai video dan gambar yang berisi pesan stop pelecehan seksual. Tak hanya itu, Transjakarta juga menggunakan *tanda pagar* #Tjegahbersama #BeraniLapor.

Gambar 1. 3 Unggahan Sosial Media Instagram “Stop Pelecehan Seksual”



Sumber: Instagram @pt\_transjakarta  
([https://www.instagram.com/p/Cggz-QIvMKS/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&utm\\_medium=web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/Cggz-QIvMKS/?utm_source=ig_web_copy_link&utm_medium=web_copy_link))

Dalam media *online* Transjakarta memuat *Press Release* yang memuat tindak tegas PT. Transjakarta terhadap pelecehan seksual. Hal ini pun di kutip oleh banyak media *online* yang membantu menyebar luaskan. Untuk media konvensional, PT. Transportasi Jakarta menggelar kampanye bertajuk ‘Stop Pelecehan Seksual’ di Halte Busway Harmoni seperti pada gambar 1.4, Jakarta Pusat pada 5 Agustus 2022. Melalui media konvensional PT. Transportasi Jakarta melakukan kampanye dalam angkutan bus maupun halte-halte transjakarta dengan menggunakan tiga metode yaitu adanya petugas kampanye yang dinamakan *sandwichman* seperti pada gambar 1.5, menempelkan stiker di setiap armada bus seperti pada gambar 1.6, dan petugas lapangan mengenakan kaus anti-pelecehan seksual di setiap Jumat seperti pada gambar 1.7.

Gambar 1. 4 Kampanye “Stop Pelecehan Seksual”



Sumber: Arsip PT. Transjakarta

Gambar 1. 5 Sandwichman “Stop Pelecehan Seksual”



Sumber: Peneliti, 2022



Gambar 1. 6 Stiker di dalam Armada Bus “Stop Pelecehan Seksual”



Sumber: Peneliti, 2023

Gambar 1. 7 Kaus yang digunakan petugas “Stop Pelecehan Seksual”



Sumber: Peneliti, 2022

Berlandaskan perlakuan pelecehan dan adanya kampanye sebagai upaya agar pengguna Transjakarta dapat melaporkan segala kejadian pelecehan yang terjadi di dalam armada bus maupun halte dan menghindari situasi terjadinya pelecehan, peneliti tertarik untuk melihat keefektivan dari kampanye yang menggunakan media konvensional terhadap tingkat kesadaran pengguna. Itu karena menurut hemat peneliti, jika dibandingkan dengan kampanye yang dilakukan melalui media sosial hanya mendapatkan 953 dari 223 ribu pengikut

yang mempunyai interaksi terhadap postingan. Artinya yang merespon kampanye tersebut tidak mencapai 1% dari pengikut yang ada. Hal ini menjadi perhatian peneliti untuk melihat seberapa efektif kampanye anti-pelecehan untuk pengguna transjakarta terhadap tingkat kesadaran pengguna sesudah kampanye. Karena berdasarkan data arsip PT. Transjakarta (2022), pengguna bus transjakarta sendiri mencapai 321.000 orang setiap harinya. Namun apakah keseluruhan pengguna khususnya komunitas BFC menyadari adanya kampanye yang dilakukan oleh PT. Transjakarta.

Peneliti menjadikan anggota komunitas *Busway Fans Club* (BFC) sebagai bagian dari populasi dalam penelitian ini, seperti merujuk pada Sugiyono (2022) yang mengatakan jika populasi merupakan wilayah umum yang terdiri dari subjek atau objek dalam suatu penelitian dengan memiliki jumlah dan karakteristik tertentu selaras dengan kebutuhan peneliti dalam penelitiannya. Hingga menurut peneliti, komunitas ini dapat mewakili pengguna bus Transjakarta, sebab komunitas BFC sendiri merupakan komunitas yang setiap harinya menggunakan transportasi umum sebagai moda transportasi. Sama halnya yang dikatakan oleh Gregory (2015) bahwa tujuan dari kampanye ialah untuk mempengaruhi pendapat, sikap, hingga perilaku individu dengan cara tertentu. Sehingga untuk melihat keefektifan kampanye, peneliti mengukur hal ini dengan munculnya kesadaran akan pengetahuan, sikap dan tindakan pengguna bus transjakarta sebagaimana pesan dari kampanye tersebut.

Tabel 1. 3 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil
1.	Karonina Br. Ketaren (2021)	Pengaruh Pesan Kampanye Anti-kekerasan terhadap Kesadaran Hak Perempuan (Studi Korelasional pada	Kuantitatif Deskriptif	Terdapat pengaruh antara pesan kampanye antikekerasan terhadap kesadaran hak perempuan

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil
		Pengikut Akun Instagram (@komnasperempuan)		sebesar 60,2% yang menunjukkan jika terdapat tingkat korelasi kuat yang artinya 39,8% merupakan faktor lain yang mempengaruhi kesadaran hak perempuan.
2.	Gandy Des Ardy, El Chris Natalia	Pengaruh Kampanye PR Gojek #PesanDariRumah terhadap Kesadaran Konsumen dalam Menaati Protokol Gojek J3K	Kuantitatif eksplanatif	Hasil penelitiannya kampanye PR Gojek #PesanDariRumah memiliki pengaruh yang positif hal ini dilihat melalui analisis regresi yang mendapatkan nilai konstanta bersifat positif. Tingkat hubungan yang sedang didapatkan dari nilai koefisien korelasi sebesar 0,550, Besar pengaruh yang

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil
				didapatkan sebesar 30,3%, sedangkan sisa persentase 69,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas oleh peneliti pada penelitian ini.
3.	Thoriq Maulana (2018)	Efektivitas Kampanye Remotivi terhadap Pengguna Line (Studi Kuantitatif-Survei pada Khalayak Muda).	Kuantitatif Eksplanatif	Terdapat hubungan yang bersifat saling berkaitan satu sama lain dengan pernyataan efektivitas kampanye dengan memiliki pengaruh kontribusi sebesar 36,1% terhadap khalayak muda.
4.	Linda Setiawati dan Isah Bela Mulyawati (2020)	Pengaruh Kampanye Media Sosial Terhadap Tingkat Kesadaran Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Universitas Pendidikan Indonesia	Kuantitatif Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa setuju pemanfaatan media sosial dapat mencegah COVID-19 dan peran media sosial memberikan pengaruh yang kuat

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil
		Mengenai Pencegahan Covid-19		terhadap tingkat kesadaran mahasiswa dalam pencegahan COVID-19

Sumber: Peneliti, 2023

Adapun empat penelitian terdahulu yang telah peneliti uraikan pada tabel 1.3, dapat dilihat bahwa belum ada penelitian yang fokus pada kampanye anti-pelecehan seksual terhadap tingkat kesadaran pengguna angkutan umum khususnya di bus Tansjakarta. Pada penelitian sebelumnya, dalam subjektivitas kampanye, peneliti hanya melihat sebatas kekerasan seksual dan tidak secara spesifik dalam pelecehan seksual. Adapun pada penelitian yang dilakukan saat ini, media yang dipakai dalam kampanye anti-pelecehan seksual adalah media konvensional dengan menggunakan tiga metode, yaitu stiker, *sandwichman*, dan kaus yang digunakan oleh petugas. Sementara pada penelitian terdahulu, para peneliti hanya menggunakan media sosial.

Untuk itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Efektivitas Kampanye Konvensional Anti-Pelecehan Seksual Terhadap Tingkat Kesadaran Pengguna Angkutan Umum PT. Transportasi Jakarta (Survei di Lingkungan Komunitas *Busway Fans Club*”. Penelitian ini menggunakan teori AIDA sebagaimana perilaku komunikasi dapat berubah seiring ketertarikan akan minat, gairah, perhatian suatu individu dengan objek persuasi yang membantu peneliti untuk mengkaji variabel x dari penelitian ini yaitu efektivitas kampanye anti-pelecehan seksual dan variabel y efektif terhadap tingkat kesadaran pengguna akan adanya kampanye.

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Apakah kampanye anti-pelecehan seksual yang dilakukan oleh PT. Transportasi Jakarta efektif terhadap tingkat kesadaran anggota *Busway Fans Club*?
2. Bagaimana hubungan efektivitas kampanye anti pelecehan seksual terhadap tingkat kesadaran anggota komunitas BFC?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui efektivitas kampanye anti-pelecehan seksual terhadap tingkat kesadaran anggota *Busway Fans Club*
2. Untuk melihat hubungan antara efektivitas kampanye terhadap tingkat kesadaran anggota *Busway Fans Club*

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Setiap penelitian tentunya memiliki manfaat sesuai dengan tujuan dari penelitian. Temuan dari penelitian ini diharapkan menjadi manfaat berdasarkan topik yang dikaji. Berikut uraian manfaat penelitian yang terdapat di berbagai macam.

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Manfaat akademis dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan kontribusi teoritis bagi ilmu komunikasi, khususnya kajian mengenai efektivitas kampanye anti-pelecehan seksual terhadap tingkat kesadaran. Lalu dengan adanya kajian ini diharapkan mampu memberikan pandangan peneliti lainnya sebagai acuan dalam meneliti.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi para pengambil kebijakan dalam organisasi PT. Transportasi Jakarta sehingga dapat meminimalisir pelecehan yang terjadi dalam transjakarta. Penelitian ini

juga membantu menyebarkan aktivitas komunikasi dari perusahaan lebih luas untuk mewujudkan salah satu visi perusahaan yang bersangkutan. Lalu diharapkan menjadi acuan untuk organisasi lainnya yang ingin melakukan strategi dalam melawan pelecehan seksual di tempat umum.

#### **1.4.3 Manfaat Sosial**

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan pandangan terhadap pengguna transportasi umum dalam kesehariannya untuk menghindari situasi terjadinya pelecehan seksual.

