

BAB 4

ANALISA HASIL PENELITIAN

Proses penelitian tindakan yang telah dilakukan untuk meningkatkan keterlibatan orang tua dalam upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak akan dianalisa dengan konsep pemasaran sosial pada bab ini. Pembahasan analisa proses penelitian tindakan tersebut akan digunakan berdasarkan tujuan penelitian tindakan.

4.1 Gambaran Pengetahuan Kelompok Sasaran Mengenai Perlakuan Salah Seksual Pada Anak dan Upaya Pencegahannya.

4.1.1 Bentuk Perlakuan Salah Seksual pada Anak

Persepsi dan pengetahuan yang dimiliki kelompok sasaran membuat anak mereka masih rentan terhadap perlakuan salah seksual pada anak. Dari dua bentuk perlakuan salah seksual pada anak, langsung dan tidak langsung, kelompok sasaran belum begitu mengetahui bentuk perlakuan salah pada anak dalam bentuk tidak langsung. Kelompok sasaran hanya mengetahui bentuk perlakuan salah seksual pada anak dalam bentuk langsung seperti pemerkosaan, pencabulan, dan sodomi. Padahal masih banyak bentuk perlakuan salah seksual lainnya seperti menyentuh anak di bagian yang tidak ia inginkan, meminta anak untuk menyentuh alat kelamin orang dewasa, memperlihatkan bacaan atau gambar yang bermuatan pornografi dan mempertontonkan alat kelamin anak.

Kelompok sasaran biasanya mengetahui informasi mengenai perlakuan salah seksual pada anak melalui pemberitaan kriminal di televisi. Pemberitaan tersebut lebih banyak memberitakan kasus-kasus perlakuan salah seksual pada anak dalam bentuk perlakuan salah seksual langsung seperti pemerkosaan, pencabulan, dan sodomi. Mengenai bentuk perlakuan salah seksual tidak langsung, kelompok sasaran hanya mengetahui bentuk perlakuan tersebut sangat tidak baik bagi anak, namun mereka sendiri merasa hal tersebut tidak akan terjadi pada anak mereka.

Salah satu anggota kelompok sasaran (Ibu Ary) mengkhawatirkan dampak internet kepada perkembangan anaknya. Dengan akses informasi yang begitu mudah, ia takut

anaknyanya dapat dengan mudah melihat gambar atau video porno. Karena anaknya sendiri pernah menanyakan hal tersebut. Setelah ibu Ary menceritakan hal tersebut kepada kelompok sasaran lainnya, kelompok sasaran pun jadi merasa khawatir akibat dampak internet tersebut. Dalam hal ini ibu Ary sebenarnya menyadari bahwa gambar-gambar porno yang termuat dalam internet termasuk kedalam perlakuan salah seksual pada anak jika dilihat oleh anak-anak.

Dari hasil temuan lapangan, ditemukan hal yang menarik yaitu di lingkungan tempat tinggal kelompok sasaran pernah beberapa kali terjadi kasus premarital sex. Tetapi kelompok sasaran juga tidak menyadari bahwa premarital sex dapat termasuk ke dalam perlakuan salah seksual pada anak. Ketidaktahuan ini menyebabkan terbentuknya pandangan dan sikap kelompok sasaran bahwa *premarital sex* bukan merupakan masalah yang akan dialami oleh kelompok sasaran walaupun kasus tersebut sudah biasa terjadi di lingkungan sekitar kelompok sasaran. Mereka melihat *premarital sex* sebagai sesuatu yang buruk karena selain melanggar norma agama, menurut mereka jika anak melakukan *premarital sex* dampaknya adalah kehamilan yang tidak diinginkan, hal tersebut akan membebani orang tua dan anak. Mereka melihat bahwa anak yang belum mampu menjalani rumah tangga dan menafkahi keluarga harus mengemban tanggung jawab sebelum waktunya. Dalam hal ini kelompok sasaran menyadari dampak jangka panjang dari perlakuan salah seksual pada anak, yaitu kehamilan yang tidak diinginkan (lihat bab2 hal 31).

4.1.2. Pelaku Perlakuan Salah Seksual pada anak

Tiga orang anggota kelompok sasaran masih menganggap bahwa anak-anak mereka terlindungi dari perlakuan salah seksual karena mereka selalu mengawasi anak mereka dengan baik, dan menurut mereka lingkungan sekitar mereka aman dari pelaku perlakuan salah seksual pada anak. Hal ini karena mereka memiliki persepsi bahwa pelaku perlakuan salah seksual pada anak adalah “orang gila” yang dapat dengan mudah diidentifikasi secara fisik. Dua orang kelompok sasaran lainnya mengetahui bahwa siapa saja dapat menjadi pelaku perlakuan salah seksual pada anak. Menurut kelompok sasaran, mereka selalu mengajarkan anak mereka agar tidak berinteraksi dengan orang asing dan jangan bepergian keluar rumah tanpa seizin orang tua. Agar kelompok sasaran dapat mengetahui kemana anak pergi dan dengan siapa saja mereka pergi.

Pandangan kelompok sasaran mengenai siapa yang dapat menjadi pelaku perlakuan salah seksual pada anak mempengaruhi sikap mereka dalam menyikapi kasus premarital sex yang pernah terjadi di lingkungan sekitarnya. Mereka memiliki anggapan bahwa pelaku premarital sex adalah anak-anak yang nakal, dan orang tua mereka tidak bisa menjaga anaknya. Padahal berbagai macam motif yang mendasari terjadinya kasus premarital sex dan tidak semua pelaku premarital sex adalah anak nakal. Sama halnya seperti kasus perlakuan salah seksual pada anak lainnya, kondisi yang rentan terhadap premarital sex adalah ketika pelaku sudah dapat mengatasi hambatan yang mungkin akan dihadapi. Dalam kasus premarital sex dimana sebagian besar pelaku adalah pacar/ kekasih, hambatan ini biasanya diatasi dengan cara merayu atau berjanji akan menikahi korban.

4.1.3 Dampak Perlakuan Salah Seksual pada Anak

Kelompok sasaran hanya mengetahui beberapa dampak dari perlakuan salah seksual pada anak, seperti depresi, trauma, dan kehamilan. Dampak yang paling ditakutkan oleh kelompok sasaran adalah dampak kehamilan, karena mereka memiliki harapan yang tinggi pada anak mereka. Mereka ingin sekali anak-anak mereka dapat memperoleh pendidikan setinggi-tingginya agar kondisi kehidupan mereka lebih baik. Jika sang anak menjadi korban perlakuan salah seksual pada anak, mereka tidak bisa membayangkan bagaimana masa depan anak mereka nantinya.

Dampak lainnya seperti depresi dan trauma pun menurut mereka akan sangat merugikan anak, karena dampak tersebut akan menghambat perkembangan anak. Pengetahuan dan kekhawatiran kelompok sasaran terhadap dampak dari perlakuan salah seksual pada anak inilah yang mendorong mereka menjaga dan mengawasi anak-anak mereka dengan ketat.

Pengetahuan kelompok sasaran terhadap perlakuan salah seksual pada anak perlu dirubah, baik pengetahuan mengenai bentuk, pelaku, dan juga dampak dari perlakuan salah seksual pada anak. Oleh karena itu pada tahap pemasaran sosial, saat merencanakan program pemasaran sosial dan pada pelaksanaan programnya, kelompok sasaran diberikan pengetahuan yang tepat mengenai perlakuan salah seksual. Hal ini bertujuan untuk merubah pengetahuan yang dimiliki oleh kelompok sasaran agar mereka mengerti dan memiliki empati kompleksitas permasalahan perlakuan salah

seksual. Nantinya diharapkan para kelompok sasaran akan lebih terlibat dalam pencegahan perlakuan salah seksual pada anak.

4.1.4 Upaya Pencegahan Perlakuan Salah Seksual pada Anak yang dilakukan Kelompok Sasaran

Menurut Briggs dan Hawkins (1997) orang tua cenderung menghindari tanggung jawab dalam melindungi anaknya dari perlakuan salah seksual pada anak karena mereka mempercayai teman, guru, atau kerabat mereka dan juga karena minimnya pengetahuan mereka terhadap perlakuan salah seksual pada anak (lihat bab 1 hal.7). Hal ini sesuai dengan pandangan dari satu orang kelompok sasaran, menurutnya jika anak berada di sekolah, maka anak merupakan tanggung jawab guru mereka. Kelompok sasaran tidak memperhitungkan kondisi jika guru tersebut merupakan pelaku perlakuan salah seksual pada anak.

Pengetahuan kelompok sasaran yang minim terhadap perlakuan salah seksual pada anak menyebabkan minimnya juga upaya pencegahan yang mereka lakukan untuk melindungi anak mereka dari perlakuan salah seksual pada anak. Upaya-upaya yang mereka lakukan adalah :

1. Mengawasi kegiatan keseharian anak.
2. Menanamkan pendidikan agama, agar anak memiliki perilaku yang baik dan terhindar dari perbuatan yang buruk.
3. Mengajarkan anak agar mereka tidak berinteraksi dengan orang yang tidak dikenal.

Menurut kelompok sasaran, upaya tersebut cukup untuk melindungi anak dari perlakuan salah seksual pada anak. Kelompok sasaran selalu mengawasi kegiatan keseharian anak-anak mereka, dari mereka bangun pagi hingga malam hari. Mereka juga mengontrol pelajaran anak di sekolah dengan mengecek PR anak mereka dan membantu mengerjakannya, jika orang tua tidak bisa membantu, maka mereka akan menyuruh anak untuk bertanya kepada tetangga yang lebih tua. Kelompok sasaran menyadari bahwa mereka tidak bisa mengawasi anak selama 24 jam penuh, oleh karena

itu mereka mengajarkan anak mereka untuk tidak berinteraksi dengan orang yang tidak mereka kenal.

Pembekalan pendidikan agama juga merupakan salah satu upaya pencegahan yang dilakukan oleh kelompok sasaran. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar anak memiliki perilaku yang baik dan juga mengisi waktu luang anak mereka dengan hal yang positif. Sepulang sekolah biasanya anak-anak mereka mengaji di dekat rumah.

Dari hasil temuan lapangan, terungkap bahwa sebenarnya kelompok sasaran ingin terlibat lebih untuk melindungi anaknya dari perlakuan salah seksual pada anak. Kelompok sasaran juga ingin memberikan penjelasan-penjelasan mengenai tahapan perkembangan yang akan dilewati oleh anak, khususnya pada masa pubertas. Kelompok sasaran tidak mengetahui kemana mereka dapat memperoleh informasi tersebut.

Orang tua sebagai pihak terdekat anak memiliki beberapa peran terhadap anak, salah satunya adalah orang tua harus melindungi anak dari gangguan fisik, emosional, dan sosial. Hal tersebut dikemukakan oleh Kadushin (lihat bab 2 hal 36) , orang tua juga harus memberikan rangsangan penting untuk kecerdasan yang normal, perkembangan sosial dan spiritual anak. Hal ini berkaitan dengan peran orang tua untuk memberikan informasi mengenai seksualitas pada anak. Anak berhak untuk mendapatkan pemahaman yang benar mengenai konsep seks, namun selama ini orang tua enggan untuk membicarakan seks dengan anak. Mereka justru menghindar dan berbohong jika anak menanyakan masalah seks. Padahal, pemberian pendidikan seks pada anak merupakan salah satu upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak.

Kelompok sasaran menganggap bahwa orang tua tidak perlu membicarakan seks dengan anak. Hal ini karena menurut mereka konsep “seks” adalah hubungan suami istri, sehingga hal tersebut masih terlalu dini untuk diberikan kepada anak. Pendidikan seks itu sendiri menurut Prof. Dr. Sarlito Wirawan (2007) sebagaimana pendidikan lain pada umumnya (pendidikan agama, atau pendidikan Moral Pancasila, misalnya) mengandung pengalihan nilai-nilai dari pendidik ke subjek-didik. Dengan demikian, informasi tentang seks tidak diberikan secara “telanjang”. Akan tetapi, diberikan secara “kontektual”, yaitu dalam kaitannya dengan norma-norma yang berlaku di dalam

masyarakat: apa yang terlarang, apa yang lazim dan bagaimana cara melakukannya tanpa melanggar aturan (lihat bab 2 hal 39). Pendidikan seks diberikan pada anak secara bertahap dan sesuai dengan umur anak.

Pendidikan seks juga bertujuan untuk mempersiapkan anak dalam tahapan pertumbuhannya (lihat bab 2 hal 40), ketika menjelang masa pubertas anak harus dipersiapkan untuk menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnya. Namun, dalam hal ini kelompok sasaran tidak pernah mempersiapkan anak ketika anak-anak mereka mengalami pubertas. Mereka hanya menjelaskan bahwa hal tersebut merupakan proses yang wajar dan dialami oleh semua orang. Alasan kelompok sasaran tidak mempersiapkan anak adalah karena mereka sendiri pun tidak memiliki cukup pengetahuan untuk mempersiapkan anak. Kelompok sasaran tidak mengetahui bagaimana proses terjadinya menstruasi dan mimpi basah sebagai salah satu tanda pubertas. Sebenarnya kelompok sasaran memiliki keinginan untuk mengetahui informasi tersebut agar mereka dapat menjelaskannya kepada anak mereka dengan benar, tetapi mereka belum memiliki akses terhadap informasi tersebut. Kurangnya pengetahuan mereka menyebabkan kecurigaan yang berlebihan pada satu orang kelompok sasaran dalam menjaga anak perempuannya yang sudah mengalami pubertas (lihat bab 3 hal 90).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa minimnya pengetahuan orang tua terhadap perlakuan salah seksual menyebabkan kurangnya kewaspadaan dan upaya mereka dalam mencegah terjadinya perlakuan salah seksual pada anak, mereka juga menjadi memiliki kecurigaan dan kekhawatiran yang lebih terhadap anak mereka. Oleh karena itu dalam penelitian tindakan ini dilakukan penyuluhan yang memberikan informasi mengenai perlakuan salah seksual pada anak dan upaya yang dapat dilakukan orang tua untuk mencegah terjadinya perlakuan salah seksual pada anak. Jika dilihat dari jenis upaya pencegahan, upayan pencegahan perlakuan salah seksual yang dilakukan dalam penelitian ini termasuk ke dalam jenis pencegahan primer (lihat Bab 2 hal 30), berdasarkan alasan berikut ini :

1. Upaya yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kelompok sasaran untuk mencegah perlakuan salah seksual pada anak.
2. Para kelompok sasaran terlibat secara sukarela dalam mengikuti proses penelitian ini.
3. Kegiatan ini direkomendasikan karena kelompok sasaran dapat memperoleh manfaat.
4. Biaya yang dikeluarkan oleh kelompok sasaran rendah.
5. Tipe intervensi yang digunakan adalah dengan belajar dan memberikan pengayaan pengetahuan mengenai perlakuan salah seksual pada anak dan upaya pencegahannya.
6. Spesifikasi kegiatan adalah pengetahuan yang umumnya dibutuhkan oleh kelompok sasaran untuk melakukan upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak.

Pencegahan primer itu sendiri terbagi atas tiga pendekatan, pendekatan yang digunakan dalam penelitian tindakan ini adalah pendekatan yang ketiga. Pada pendekatan ini, pencegahan primer dilakukan untuk meningkatkan kompetensi personal dan interpersonal kelompok sasaran dalam melakukan upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak.

Upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan pada komunitas yang belum pernah tersentuh oleh upaya pencegahan perlakuan salah seksual sebelumnya. Dari hasil pengamatan yang dilakukan, kurangnya pengetahuan kelompok sasaran terhadap perlakuan salah seksual pada anak dan upaya pencegahannya dikarenakan kurangnya akses kelompok sasaran terhadap informasi tersebut.

Selanjutnya akan dijelaskan mengenai analisa pemasaran sosial terhadap penelitian tindakan untuk meningkatkan keterlibatan orang tua dalam pencegahan perlakuan salah

seksual pada anak sebagai upaya pencegahan primer dari perlakuan salah seksual pada anak.

4.2 Analisa pemasaran sosial untuk meningkatkan keterlibatan orang tua dalam pencegahan perlakuan salah seksual pada anak.

Intervensi yang dilakukan kepada kelompok sasaran adalah merubah aspek pengetahuan, keyakinan, sikap dan niat individu terhadap masalah perlakuan salah seksual pada anak dan upaya pencegahannya. Dan untuk mencapai hal tersebut, diperlukan sebuah produk sosial yang inovatif yang sesuai dengan kebutuhan kelompok sasaran (lihat bab 2 hal 51). Pada penelitian ini pendekatan pemasaran sosial digunakan sebagai cara untuk merencanakan sebuah produk sosial agar pengetahuan, keyakinan, sikap, dan niat kelompok sasaran terhadap masalah perlakuan salah seksual dapat berubah.

Pemilihan pemasaran sebagai pendekatan untuk mengintervensi kelompok sasaran mempertimbangkan beberapa karakteristik penting yang harus diperhatikan dalam melakukan intervensi terhadap orang tua yang dikemukakan Strauss dan Stewart (lihat bab 2 hal 37). Pendekatan pemasaran sosial mampu memenuhi beberapa karakteristik diatas. Pemasaran sosial untuk meningkatkan keterlibatan orang tua dalam pencegahan perlakuan salah seksual pada anak yang dilakukan dalam penelitian ini memberdayakan orang tua dengan cara meningkatkan kompetensi dan kepercayaan diri orang tua. Untuk meningkatkan kemampuan dan kepercayaan diri orang tua, pada penelitian ini kelompok sasaran diberikan pengetahuan mengenai perlakuan salah seksual pada anak dan upaya pencegahannya agar mereka lebih waspada dan mampu melindungi anak mereka dari perlakuan salah seksual pada anak.

Pada perencanaan dan pelaksanaan kegiatan pemasaran sosial yang dilakukan dalam penelitian ini, kelompok sasaran diajak iktu berpartisipasi. Produk sosial yang diberikan pun disesuaikan dengan kebutuhan kelompok sasaran sehingga intervensi yang dilakukan dibentuk menggunakan kekuatan kelompok sasaran dan menyesuaikan dengan latar belakang dari kelompok sasaran. Partisipasi yang dilakukan oleh kelompok

sasaran membuat intervensi yang diberikan kepada mereka mudah dikases oleh kelompok sasaran.

4.2.1 Elemen Pemasaran Sosial

Pemasaran sosial yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan orang tua dalam pencegahan perlakuan salah seksual pada anak. Untuk mencapai hal tersebut pelaku pemasaran sosial perlu mempertimbangkan beberapa hal. Menurut Kotler dan Roberto, kesuksesan dan kegagalan dari sebuah perubahan sosial dipengaruhi oleh beberapa elemen, yaitu (lihat bab 2 hal 48) :

1. *Penyebab,*

Penyebab dilakukannya pemasaran sosial adalah permasalahan perlakuan salah seksual pada anak yang semakin lama semakin meningkat jumlahnya. Upaya penanggulangan yang dilakukan tidak cukup cepat untuk menangani kasus-kasus yang terjadi. Oleh karena itu perlu dilakukan upaya pencegahan, upaya pencegahan perlu dilakukan oleh orang tua karena orang tua merupakan pihak terdekat anak. Namun, orang tua cenderung kurang terlibat dalam pencegahan perlakuan salah seksual pada anak karena kurangnya pengetahuan yang mereka miliki. Oleh karena itu perlu dilakukan upaya untuk memberikan informasi kepada orang tua mengenai perlakuan salah seksual pada anak dan upaya pencegahannya.

2. *Agen perubah,*

Agen perubah disini adalah orang yang berupaya membawa perubahan sosial. Dalam penelitian ini, yang menjadi agen perubah adalah peneliti sendiri, karena penelitian ini merupakan penelitian tindakan dimana peneliti berupaya untuk melakukan eksperimen sosial untuk mencapai sebuah tujuan tertentu.

3. *Kelompok sasaran.,*

Kelompok sasaran dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik khusus. (lihat hal 13). Pilihlah kelompok sasaran yang memiliki anak usia sekolah dasar

adalah karena orang tua perlu terlibat sedini mungkin dalam mencegah perlakuan salah seksual pada anak, dan orang tua juga harus dapat mempersiapkan anaknya menghadapi semua tahapan perkembangan yang akan dijalani oleh sang anak (lihat bab 2 hal 40).

4. *Jaringan,*

Jaringan adalah jalur distribusi dan komunikasi yang mempengaruhi dan merespon pertukaran yang dilakukan oleh kelompok sasaran dan agen perubah. Jalur distribusi dan komunikasi untuk mengantarkan produk sosial kepada kelompok sasaran adalah peneliti memberikan produk sosial langsung kepada kelompok sasaran tanpa menggunakan perantara.

5. *Strategi perubahan,* program dan petunjuk yang diberikan oleh agen perubah untuk merubah sikap dan perilaku kelompok sasaran. Dari ketiga metode komunikasi yang ditawarkan pemasaran sosial. Penyuluhan yang digunakan dalam penelitian ini termasuk kedalam metode komunikasi personal dengan jenis *education strategy*. Strategi edukasi merupakan salah satu jenis komunikasi personal yang digunakan ketika pelaku pemasaran sosial, dalam hal ini peneliti, berhadapan dengan sekelompok orang. Strategi ini menekankan pada agenda pemasaran sosial dan kebutuhan kelompok sasaran. Dalam konteks ini agenda pemasaran sosial adalah meningkatkan keterlibatan orang tua dalam pencegahan perlakuan salah seksual pada anak dan kebutuhan kelompok sasaran adalah informasi yang dapat membekali mereka untuk melakukan hal tersebut. Pemilihan metode komunikasi personal didasari oleh beberapa alasan yaitu :

1. Banyaknya interaksi antara kelompok sasaran dan peneliti pada setiap tahapan pemasaran sosial. Begitu juga pada saat dilaksanakannya proses penyampaian prosuk sosial. Peneliti dan fasilitator saling memberi umpan balik terhadap reaksi dan kebutuhan satu sama lain mengenai upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak. Hal ini dapat dicontohkan dengan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh kelompok sasaran

sebagai umpan balik terhadap informasi yang diberikan oleh peneliti atau fasilitator. Kelompok sasaran dapat berpartisipasi penuh dalam program.

2. Peneliti mendapatkan kesempatan untuk menjalin, mengembangkan, dan memelihara hubungan dengan kelompok sasaran. Hal ini memudahkan peneliti untuk mencapai tujuan pemasaran sosial yaitu meningkatkan keterlibatan orang tua dalam pencegahan perlakuan salah seksual pada anak.
3. Dengan meningkatnya interaksi, kelompok sasaran merasa memiliki kewajiban untuk membalas apa yang telah dilakukan peneliti sehingga mereka membantu pelaksanaan pemasaran sosial yang dilakukan pada penelitian ini.
4. Melalui komunikasi personal dengan bentuk education strategi ini, elemen-elemen yang mempengaruhi pengembangan pesan yang akan diberikan kepada kelompok sasaran sangat diperhatikan (lihat bab 3 hal 56). Fitur fisik/teknis dalam penyuluhan ini adalah materi dan bentuk penyampaiannya. Materi disusun berdasarkan kebutuhan kelompok sasaran terhadap informasi mengenai perlakuan salah seksual pada anak dan upaya pencegahannya serta cara penyampaiannya pun disesuaikan dengan keinginan kelompok sasaran yaitu dengan contoh cerita sehari-hari dan bahasa yang mudah dimengerti. Fitur sensori ini berupa gambar yang dapat dilihat oleh kelompok sasaran sehingga membantu kelompok sasaran untuk lebih memahami materi yang diberikan. Keuntungan yang diperoleh dari kelompok sasaran adalah kelompok sasaran mendapatkan informasi yang mereka butuhkan untuk mencegah terjadinya perlakuan salah seksual pada anak (keuntungan fungsional) dan juga mereka menjadi merasa lebih mampu untuk melindungi anak mereka dari perlakuan salah seksual (keuntungan emosional).

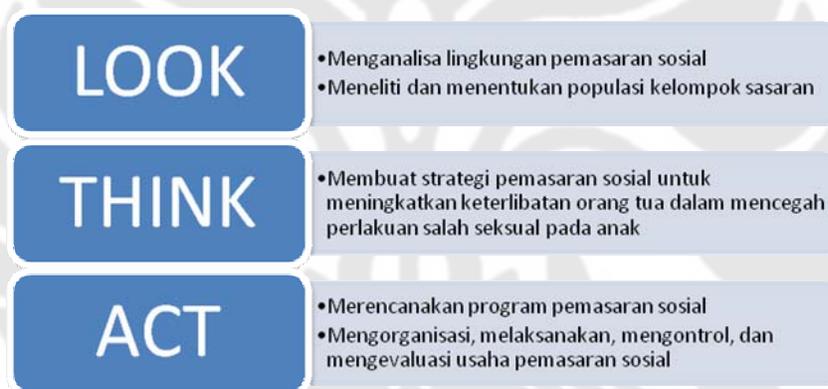
Metode komunikasi personal dengan jenis education strategy yang digunakan dalam penelitian ini dilaksanakan dalam bentuk penyuluhan. Penyuluhan dilihat sebagai upaya penyebaran informasi yang digunakan untuk merubah perilaku kelompok sasaran

terhadap perlakuan salah seksual dan upaya pencegahannya dengan memberdayakan kelompok sasaran itu sendiri (lihat bab2 hal 57).

Sebelumnya, dilakukan upaya untuk menambah pengetahuan kelompok sasaran mengenai perlakuan salah seksual pada anak untuk meningkatkan kewaspadaan kelompok sasaran terhadap perlakuan salah seksual pada anak dan menimbulkan keinginan mereka untuk meningkatkan keterlibatan mereka dalam upaya pencegahannya.

4.2.2 Tahapan Pemasaran Sosial.

Pada penelitian ini, penelitian tindakan dikombinasikan dengan pemasaran sosial untuk merumuskan upaya yang perlu dilakukan untuk meningkatkan keterlibatan orang tua dalam mencegah perlakuan salah seksual pada anak. Berikut ini adalah gambar kombinasi antara penelitian tindakan dan pemasaran sosial :



Gambar 4.1 Kombinasi Penelitian Tindakan dan Pemasaran Sosial

Tahap dan proses pemasaran sosial dalam upaya meningkatkan keterlibatan orang tua dalam upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak dijelaskan sebagai berikut :

4.2.2.1 Analisa terhadap Lingkungan Pemasaran Sosial

Tahap pertama dari proses manajemen pemasaran sosial adalah menganalisa lingkungan di sekitar kampanye sosial. Kotler dan Roberto (1989 : 79) mendefinisikan lingkungan pemasaran sosial sebagai seperangkat tenaga yang berada di luar kampanye perubahan sosial dan dapat memberikan pengaruh untuk mengembangkan dan memelihara pengaruh yang sukses terhadap kelompok sasaran. Dalam penelitian tindakan, tahapan ini dilakukan pada tahap LOOK (lihat Bab 3 hal 65-77). Kondisi

lingkungan pemasaran sosial dilihat dari aspek demografis, ekonomi dan kondisi tempat tinggal, hubungan antar kelompok dan mengenai permasalahan perlakuan salah seksual pada anak di lingkungan RT 10/RW 16 Kelurahan Semper Barat Jakarta Utara.

Pada tahap persiapan dikatakan bahwa lokasi yang rentan terhadap perlakuan salah seksual memiliki karakteristik tingkat ekonomi warga menengah kebawah, merupakan pemukiman padat penduduk, dan tingkat pendidikan warga rendah. Pada lokasi penelitian, kelompok sasaran tidak merasa bahwa lingkungan di sekitar mereka rentan terhadap perlakuan salah seksual, meskipun di lingkungan mereka beberapa kali terjadi kasus *premarital sex*. Dari pengamatan yang dilakukan peneliti lingkungan tersebut cukup rentan terhadap perlakuan salah seksual pada anak karena walaupun para orang tua mengawasi kegiatan sehari-hari anak dan juga menemani anak ketika bermain, kelompok sasaran terlihat terlalu mempercayakan anak mereka pada kerabat. Kelompok sasaran juga seringkali terlalu asik mengobrol ketika mengawasi anak bermain sehingga mereka menjadi lengah akan keberadaan anak mereka. Lingkungan yang padat juga membuat anak rentan terhadap perlakuan salah seksual pada anak karena banyak sekali warga yang tinggal di sekitar RT 10 dan kelompok sasara tidak mengenal semua warga yang tinggal di sekitarnya, sedangkan anak-anak bebas bermain ke lingkungan tersebut. Walaupun sang anak sudah diajarkan untuk tidak berbicara dan bermain bersama orang yang tidak mereka kenal, anak tidak memiliki daya untuk menghindar dari perlakuan salah seksual karena biasanya pelaku dapat mengatasi penolakan yang diberikan anak (lihat bab 2 hal 34).

4.2.2.2 Meneliti dan Memilih Populasi Kelompok Sasaran

Seseorang yang melakukan pemasaran sosial perlu memperoleh pemahaman mengenai kelompok sasaran dan kebutuhan mereka. Pemisahan sasaran adalah sebuah tugas untuk memecah seluruh kelompok sasaran kedalam bagian yang memiliki karakteristik yang sama dalam merespon kampanye sosial. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai macam cara. Pada penelitian tindakan, tahapan ini dilakukan masih pada tahap LOOK. Setelah menentukan karakteristik kelompok sasaran pada tahap persiapan penelitian tindakan, selanjutnya pada tahap LOOK pelaku pemasaran sosial meneliti pengetahuan kelompok sasaran mengenai perlakuan salah seksual pada anak dan upaya pencegahannya (lihat bab 3 hal 65-77).

4.2.2.3. Merencanakan Strategi Pemasaran Sosial

Setelah meneliti kelompok pengetahuan dan upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak yang diketahui oleh kelompok sasaran. Tahapan selanjutnya adalah merencanakan strategi pemasaran sosial. Strategi pemasaran sosial adalah sebuah rencana kerja untuk mencapai tujuan dari kampanye pemasaran sosial. Hal tersebut menjelaskan prinsip dasar yang oleh organisasi sosial diharapkan dapat diperoleh oleh para kelompok sasaran. Pada penelitian tindakan, perencanaan strategi pemasaran sosial dilakukan pada tahap THINK. Strategi yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Memberi penjelasan mengenai fenomena perlakuan salah seksual pada anak, bentuk-bentuk perlakuan salah seksual pada anak, keondisi yang rentan terhadap perlakuan salah seksual pada anak, dan juga dampak-dampaknya kepada kelompok sasaran dengan tujuan menumbuhkan keinginan kelompok sasaran untuk meningkatkan upayanya dalam melindungi anaknya dari perlakuan salah seksual pada anak.
2. Membuat daftar kebutuhan informasi yang perlu diketahui oleh kelompok sasaran untuk meningkatkan keterlibatan mereka dalam pencegahan perlakuan salah seksual pada anak.
3. Upaya apa yang perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan kelompok sasaran tersebut. (lihat Bab 3, hal 58-61).

Untuk dapat melaksanakan strategi tersebut, peneliti menetapkan tujuan dari strategi pemasaran sosial yang ingin dicapai. Berikut ini adalah tujuan dari strategi pemasaran sosial :

1. Meningkatkan pengetahuan kelompok sasaran mengenai fenomena perlakuan salah seksual pada anak.
2. Meningkatkan pengetahuan kelompok sasaran tentang bagaimana cara membekali anak agar mereka mampu untuk melindungi dirinya sendiri, terutama ketika mereka sedang berada di luar pengawasan kelompok sasaran.
3. Meningkatkan pengetahuan kelompok sasaran tentang bagaimana cara memberikan penjelasan yang tepat mengenai seks pada anak.

4. Memberikan informasi kepada kelompok sasaran mengenai apa yang harus dilakukan jika terjadi kasus perlakuan salah seksual di lingkungan sekitarnya.

Dari keempat tujuan pemasaran sosial tersebut, diharapkan tercapai tujuan utama dari pemasaran sosial yang dilakukan yaitu meningkatnya keterlibatan orang tua dalam upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak.

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan diatas, upaya yang dilakukan adalah dengan membuat penyuluhan. Penyuluhan diputuskan sebagai cara yang dilakukan untuk menyampaikan informasi oleh kelompok sasaran dan peneliti. Untuk itu perlu dipertimbangkan alat dalam pemasaran yang akan digunakan untuk melaksanakan penyuluhan tersebut. Alat-alat yang digunakan antara lain :

- Produk sosial yang ditawarkan kepada kelompok sasaran.

Produk sosial yang ditawarkan kepada kelompok sasaran adalah berupa ide mengenai keterlibatan orang tua dalam upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak. Ide tersebut merupakan tema dari penyuluhan yang memiliki tujuan agar kelompok sasaran dapat meningkatkan keterlibatannya dalam upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak. Tidak hanya berupa ide saja, penelitian tindakan ini juga menawarkan produk sosial berupa pengetahuan dan praktek.

Produk sosial berupa pengetahuan yang ditawarkan adalah merubah pengetahuan kelompok sasaran mengenai perlakuan salah seksual pada anak. Kelompok sasaran memiliki pengetahuan yang kurang terhadap perlakuan salah seksual pada anak. Oleh karena itu produk sosial berupa pengetahuan berupaya merubah pengetahuan kelompok sasaran agar kelompok sasaran memiliki pengetahuan yang benar mengenai perlakuan salah seksual pada anak.

Produk sosial berupa praktek juga ditawarkan dalam penyuluhan. Produk sosial tersebut berupa metode-metode yang dapat dilakukan dalam memberikan pendidikan seks pada anak, seperti tanya- jawab, keteladanan, pembiasaan dan pengawasan. Metode-metode ini dapat dipraktikkan kelompok sasaran dalam

kehidupan sehari-hari untuk member pemahaman yang baik bagi anak mengenai seks dan juga melindungi anak dari perlakuan salah seksual pada anak.

Penelitian tindakan ini juga menggunakan produk sosial yang nyata atau kasat mata. Produk sosial yang kasat mata ini berupa gamba-gambar yang digunakan sebagai alat bantu dalam menyampaikan materi. Penggunaan gambar sebagai alat bantu terlihat efektif karena kelompok sasaran menjadi lebih mengerti materi yang disampaikan, terutama materi mengenai kesehatan reproduksi.



Gambar 4.2 a dan b *Tangible Product*

Gambar diatas menggambarkan peneliti sedang menjelaskan materi dengan menggunakan produk yang nyata (tangible product) dan salah satu gambar yang digunakan sebagai alat bantu untuk menyampaikan materi.

- *Price* (Harga),

Biaya disini adalah hal yang harus dikorbankan oleh kelompok sasaran untuk memperoleh produk sosial. Kelompok sasaran tidak harus membayar untuk mendapatkan produk sosial, yang harus ditanggung kelompok sasaran adalah kelompok sasaran harus meluangkan waktu untuk mengikuti keseluruhan proses pemasaran sosial.

- *Place* (Tempat),

Sesuai dengan kesepakatan kelompok sasaran, penyuluhan diadakan pada kantor RW 16 dengan alasan lokasinya dekat dari kelompok sasaran. Sehingga mereka tidak perlu mengeluarkan biaya untuk transportasi. Dan mereka tidak perlu khawatir meninggalkan anak mereka karena anak-anak bisa ikut sambil bermain dengan teman-temannya di depan kantor RW selama sang ibu mengikuti penyuluhan.

- *Promotion* (Promosi),

Promosi yang dilakukan adalah dengan menumbuhkan perasaan bahwa produk sosial yang akan diberikan pada penyuluhan nanti sangat bermanfaat dan harus diketahui oleh kelompok sasaran.

Pelaku pemasaran sosial disarankan untuk menambah tiga alat lagi yang berhubungan dengan pemberian pelayanan, yaitu :

- *Personnel* (personal),

Pihak yang menjual dan mengantarkan produk sosial kepada kelompok sasaran adalah peneliti yang juga berperan sebagai fasilitator.

- *Presentation* (presentasi),

Cara yang digunakan agar kelompok sasaran dapat memperoleh atau menggunakan produk sosial. Presentasi yang diberikan adalah dengan cara membuat kegiatan penyuluhan, namun sesuai dengan keinginan peserta penyuluhan akan dikemas secara santai dan dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh kelompok sasaran.

- *Process* (Tahapan),

Langkah-langkah yang harus dilalui kelompok sasaran untuk memperoleh produk sosial. Langkah pertama yang harus dilakukan oleh kelompok sasaran adalah mengikuti proses penilaian untuk mengetahui pemahaman kelompok sasaran mengenai perlakuan salah seksual pada anak dan juga membuat strategi yang dapat dilakukan orangtua untuk mencegah perlakuan salah seksual pada

anak. Setelah itu kelompok sasaran ikut serta mempersiapkan strategi yang telah disepakati.

Setelah merencanakan strategi pemasaran sosial, menetapkan tujuan pemasaran sosial, dan menentukan alat-alat yang digunakan dalam melaksanakan pemasaran sosial, langkah selanjutnya adalah merencanakan program pemasaran sosial dan mengatur, melaksanakan, mengontrol dan mengevaluasi program pemasaran sosial.

4.2.2.4 Perencanaan Program Pemasaran Sosial

Setelah menetapkan tujuan umum, manajemen yang lebih mendetail terhadap program bauran pemasaran sosial harus dipersiapkan. Tahap merencanakan program pemasaran sosial pada penelitian tindakan dilakukan pada tahap ACT (lihat Bab 3 hal 82 – 84). Program pemasaran sosial diberikan dengan nama penyuluhan untuk meningkatkan keterlibatan orang tua dalam upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak. Lalu pemberian materi akan dikemas dalam bahasa yang mudah dimengerti oleh kelompok sasaran ditambah dengan menggunakan contoh sehari-hari dan gambar untuk membantu penyampaian materi.

4.2.2.5 Mengorganisasi, Melaksanakan, Mengontrol, Dan Mengevaluasi Pemasaran Sosial

Tahapan ini dilakukan pada tahap ACT dalam penelitian tindakan (lihat Bab 3 hal 85-91). Dalam tahap ini disusun materi yang akan diberikan dalam penyuluhan untuk memenuhi kebutuhan kelompok sasaran, materi yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Informasi mengenai cara membekali anak agar mereka mampu untuk melindungi dirinya sendiri dan cara memberikan penjelasan yang tepat mengenai seks pada anak diberikan melalui materi mengenai pendidikan seks yang sesuai dengan umur anak dan *personal safety education*. Untuk mempersiapkan anak menghadapi masa puber, diberikan penjelasan mengenai proses terjadinya menstruasi dan mimpi basah.
2. Informasi mengenai apa yang harus dilakukan jika terjadi kasus perlakuan salah seksual di lingkungan sekitarnya diberikan dengan menjelaskan mengenai alur pelaporan dan cara mengamankan barang bukti dan juga penjelasan mengenai

Pusat Krisis Terpadu RSCM yang memberikan penanganan terhadap anak dan korban kekerasan.

Untuk mengevaluasi keberhasilan proses pemasaran sosial, dilakukan perbandingan antara pengetahuan mengenai perlakuan salah seksual pada anak dan pencegahannya pada tahap awal atau tahap LOOK dengan hasil evaluasi yang ditanyakan kepada peserta setelah pelaksanaan penyuluhan melalui lembar evaluasi yang dibagikan. Pengisian lembar evaluasi diawasi dan dibantu oleh panitia yang ada agar kelompok sasaran dapat mengisi lembar evaluasi dengan baik.

Pengetahuan kelompok sasaran mengenai pencegahan perlakuan salah seksual pada anak meningkat setelah mengikuti penyuluhan yang dalam penelitian ini dilihat sebagai upaya pemasaran sosial untuk meningkatkan keterlibatan kelompok sasaran dalam melakukan pencegahan terhadap perlakuan salah seksual pada anak.

Kelompok memiliki dua pendapat berbeda mengenai materi apa yang paling bermanfaat bagi kelompok sasaran. Dua orang anggota kelompok sasaran menjawab bahwa materi mengenai perlakuan salah seksual pada anak adalah materi yang paling bermanfaat, sedangkan tiga orang lainnya berpendapat materi yang paling bermanfaat bagi mereka adalah bagaimana cara untuk melindungi anak dari perlakuan salah seksual.

Seluruh anggota kelompok sasaran menjawab melalui penyuluhan ini, mereka menjadi lebih memahami fenomena perlakuan salah seksual pada anak. Mereka mengetahui bentuk-bentuk perlakuan salah seksual pada anak yang selama ini tidak mereka ketahui. Selama ini kelompok sasaran hanya mengetahui pemerkosaan dan sodomi sebagai bentuk perlakuan salah seksual yang banyak terjadi. Mereka juga mengetahui.

Kelompok sasaran juga memahami bagaimana caranya mencegah terjadinya perlakuan salah seksual pada anak. Dari penyuluhan ini mereka mengetahui berbagai

macam cara yang dapat dilakukan untuk mencegah terjadinya perlakuan salah seksual pada anak, berikut ini adalah jawaban kelompok sasaran :

1. Dengan mengajarkan anak untuk menjaga tubuhnya.
2. Menjaga anak dari pergaulan bebas dengan memberikan pengetahuan yang benar.
3. Orang tua harus melindungi anak dari perlakuan salah seksual pada anak karena dampaknya sangat berbahaya.
4. Memberikan pemahaman mengenai seks pada anak

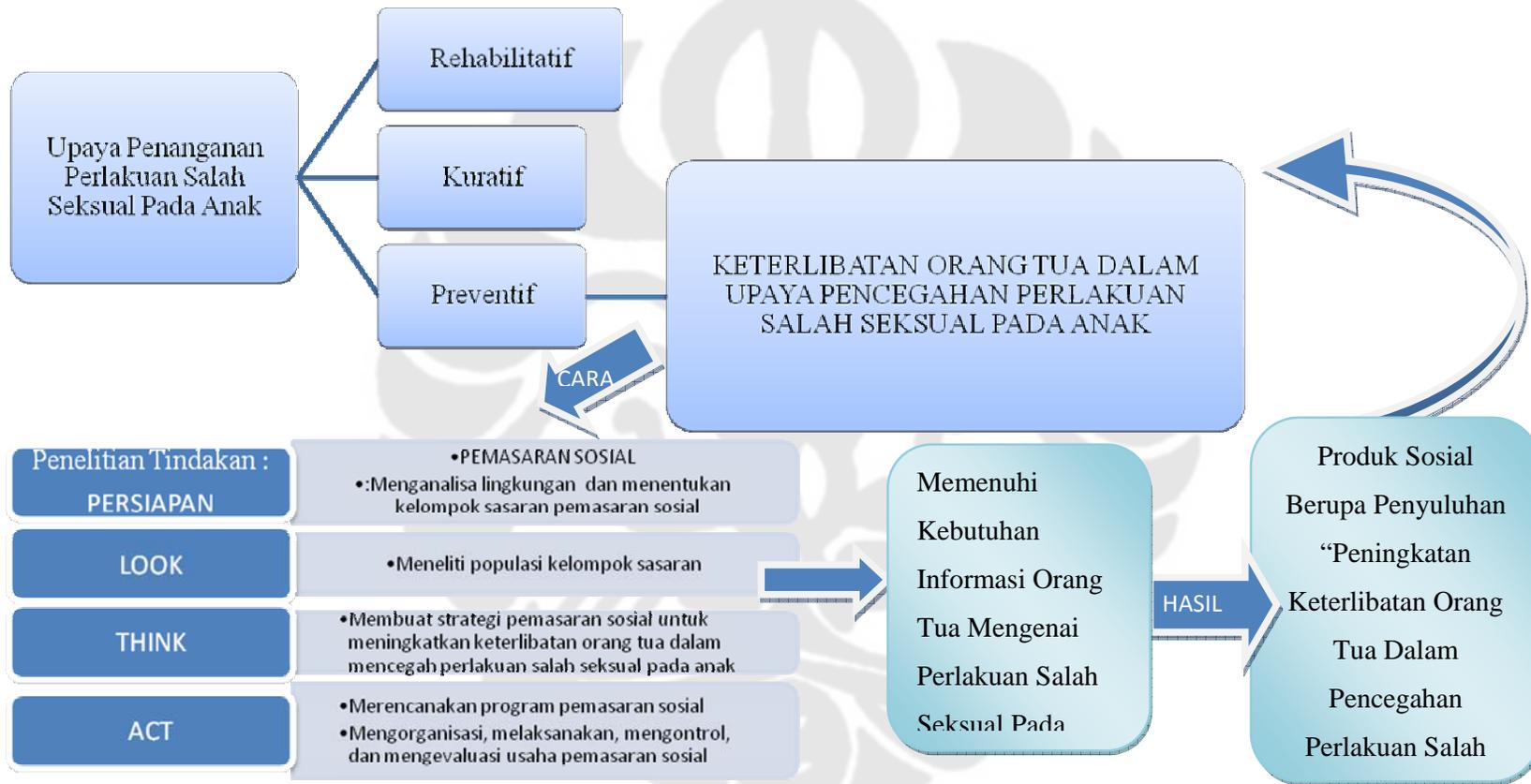
Pada tahap assessmen, kelompok sasaran tidak pernah membicarakan mengenai pendidikan seks pada anak, namun setelah penyuluhan, kelompok sasaran bersedia untuk memberikan pendidikan seks pada anak. Karena mereka mengetahui bahwa pendidikan seks diberikan secara bertahap dan harus disesuaikan dengan umur sang anak.

Keberhasilan pelaksanaan pemasaran sosial dapat diukur dari tercapai atau tidaknya tujuan pemasaran sosial yang telah ditetapkan pada tahap perencanaan strategi pemasaran sosial (lihat Bab 4 hal 83). Pengetahuan kelompok sasaran mengenai fenomena perlakuan salah seksual pada anak, bagaimana cara membekali anak untuk melindungi dirinya sendiri dari perlakuan salah seksual pada anak, cara memberikan penjelasan yang tepat mengenai seks pada anak, dan apa saja yang perlu dilakukan kelompok sasaran jika terjadi kasus perlakuan salah seksual pada anak dapat dikatakan meningkat. Dengan meningkatnya pengetahuan kelompok sasaran tersebut, maka tujuan dari pelaksanaan pemasaran sosial ini tercapai.

Pada penelitian ini yang dibuat dalam alur penelitian menjelaskan bahwa salah satu cara untuk mencegah perlakuan salah seksual pada anak adalah dengan meningkatkan keterlibatan orang tua. Dari penelitian ini dihasilkan bahwa agar dapat meningkatkan keterlibatan orang tua tersebut, kebutuhan orang tua akan informasi mengenai perlakuan salah seksual pada anak dan upaya pencegahannya harus dipenuhi. Dengan memenuhi kebutuhan tersebut maka orang tua pun akan “terbekali” untuk melakukan upaya

pencegahan perlakuan salah seksual pada anak. Berikut ini gambar yang menyimpulkan alur dan hasil penelitian tindakan yang telah dilakukan :





Gambar 4.3 Alur Hasil Penelitian

Sumber : diolah sendiri

