

BAB 2

KERANGKA PEMIKIRAN

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran dengan dua besaran, yaitu kerangka pemikiran untuk memperluas wawasan penelitian seperti definisi mengenai pencegahan perlakuan salah seksual pada anak. Serta kerangka pemikiran yang digunakan untuk menganalisa data, seperti pendekatan pemasaran sosial untuk memasarkan produk sosial berupa isu mengenai peningkatan keterlibatan orang tua dalam upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak melalui pemberian pendidikan seks dan *personal safety education*. Pembahasan mengenai perlakuan salah seksual dimulai dengan menjelaskan definisi perlakuan salah seksual pada anak, menjelaskan bentuk-bentuk dampak dan pada kondisi apa perlakuan salah seksual pada anak dapat terjadi. Kemudian pembahasan keterlibatan orang tua dalam pencegahan perlakuan salah seksual pada anak adalah dengan menggambarkan peran dan kewajiban orang tua lalu dilanjutkan oleh pembahasan mengenai pendidikan seks dan *personal safety education* sebagai upaya yang dapat dilakukan orang tua untuk mencegah terjadinya perlakuan salah seksual pada anak. Pada akhirnya penelitian ini menggunakan pendekatan pemasaran sosial sebagai strategi untuk memasyarakatkan keterlibatan orang tua dalam mencegah perlakuan salah seksual pada anak.

2.1 Pencegahan Perlakuan Salah Seksual Pada Anak

Meningkatkan kewaspadaan terhadap perlakuan salah seksual pada anak dan mempromosikan bahwa upaya untuk menghentikan perlakuan salah seksual pada anak adalah tanggung jawab semua pihak. Semua orang dewasa dan remaja perlu mengetahui bahwa perlakuan salah seksual adalah sebuah tindakan kriminal yang dapat menyebabkan dampak yang buruk bagi anak, dan anak tidak pernah menyetujui perlakuan salah seksual yang terjadi padanya. Strategi pencegahan yang komprehensif harus dilengkapi dengan peningkatan kewaspadaan dan pengetahuan orang tua dan *caregiver* mengenai perlindungan yang dapat

dilakukan pada anak mereka. Dalam hubungannya dengan kesejahteraan sosial, pencegahan perlakuan salah seksual pada anak merupakan salah satu upaya untuk menciptakan kesejahteraan sosial. Perlakuan salah seksual pada anak merupakan salah satu permasalahan sosial yang harus dikelola dan ditangani dengan baik.

Kesejahteraan sosial merupakan disiplin ilmu yang memiliki cakupan yang luas. Hal ini terlihat antara lain ketika James Midgley mencoba mendefinisikan Kesejahteraan sosial sebagai suatu kondisi dalam suatu masyarakat. Midgley melihat kesejahteraan sosial sebagai suatu keadaan atau kondisi kehidupan manusia yang tercipta ketika berbagai permasalahan sosial dapat dikelola dengan baik; ketika kebutuhan manusia dapat terpenuhi dan ketika kesempatan sosial dapat dimaksimalkan (dalam Adi, 2005, hal 16).

Upaya pencegahan perlakuan salah seksual dapat dilihat sebagai kegiatan kesejahteraan sosial karena membantu individu agar mampu melindungi anak mereka dari perlakuan salah seksual pada anak. Sebagai suatu kegiatan, pengertian kesejahteraan sosial dapat terlihat antara lain dari definisi yang dikembangkan oleh Friedlander (1980). Menurut Friedlander : Kesejahteraan social merupakan system yang terorganisir dari berbagai institusi dan usaha-usaha kesejahteraan social yang dirancang guna membantu individu ataupun kelompok agar dapat mencapai standar hidup dan kesehatan yang lebih memuaskan. Meskipun tidak secara eksplisit menyatakan kesejahteraan social sebagai suatu kegiatan, pengertian yang dikemukakan oleh Friedlander dia atas sekurang-kurangnya menggambarkan kesejahteraan social sebagai sistem pelayanan atau kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (Adi, 2003 hal 45).

2.1.1 Pencegahan

Pencegahan merupakan salah satu bentuk intervensi yang dapat dilakukan untuk menangani suatu masalah. Upaya pencegahan atau prevensi biasanya dilakukan kepada pihak yang belum atau rentan terhadap suatu masalah, definisi dari pencegahan adalah :

“Prevention is any approach, procedure, or method intended and designed to improve one’s interpersonal competence as individual, as a partner, and as a parent (L’Abate, 1990, hal 7).”

(Prevention atau pencegahan terdiri dari berbagai pendekatan, prosedur, atau metode yang dibuat untuk meningkatkan kompetensi interpersonal seseorang dan keberfungsian sebagai individu, pasangan, dan sebagai orang tua)

“Prevention in the mental health field describe a variety of individual group, family, and societal forces and approaches that attempt to reduce emotional dysfunction and disorder by improving interpersonal competence (L’Abate,1990 hal 20).”

(Pencegahan menggambarkan berbagai pendekatan dari individu, kelompok, keluarga, dan kekuatan sosial yang berusaha untuk mengurangi disfungsi dan gangguan emosional dengan meningkatkan kompetensi interpersonal).

Menurut L’ Abate (1990), sebagian besar program preventif yang efektif memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Fokus terhadap pemahaman mengenai resiko dan masalah dari perilaku yang ingin dicegah dalam kelompok sasaran.
2. Desain untuk merubah *“life trajectory”* dari kelompok sasaran, dengan menyediakan pilihan dan kesempatan dalam jangka panjang yang sebelumnya tidak tersedia.
3. Kesempatan untuk mempelajari keterampilan hidup yang baru yang dapat membantu partisipan untuk menghadapi stress dengan lebih efektif dengan dukungan sosial yang ada.
4. Fokus dalam menguatkan dukungan dasar dari keluarga, komunitas, atau lingkungan sekolah.
5. Koleksi dari penelitian yang memiliki kualitas yang baik menjadi bukti dalam keefektivitasan dokumen.

Pencegahan bertujuan untuk menghindari kerusakan atau masalah dengan menangani populasi yang mungkin memiliki resiko ataupun tidak memiliki resiko dari hal tersebut. Menurut L’ Abate (1990, hal 29-30) pencegahan biasanya terbagi atas tiga jenis yang berbeda, yaitu pencegahan primer, sekunder, dan tersier.

Ketiga jenis ini memiliki karakteristik yang berbeda namun saling berkaitan satu sama lain.

Pencegahan primer mempromosikan kondisi untuk meningkatkan kompetensi dan kemampuan adaptasi. Pencegahan primer menekankan program pendidikan dan keterampilan sosial dengan populasi yang luas dan populasi khusus yang memiliki resiko tinggi terhadap kerusakan.

Pencegahan primer memiliki dua jenis, tipe pertama terdiri dari perubahan berdasarkan komunitas yang dapat membantu menghilangkan stres. Tipe lainnya adalah pendekatan yang didesain untuk membantu orang untuk mempelajari bagaimana cara mengatasi stress. Kita mengasumsikan bahwa pelatihan kompetensi akan memberikan pelayanan untuk mengembangkan reaksi individu terhadap stres, karena semakin mampu individu, pasangan, atau keluarga, mereka akan lebih mampu untuk mengatasi stress.

Pencegahan primer terdiri dari setidaknya tiga pendekatan yang berbeda:

1. Pembentukan kondisi, lingkungan, dan fasilitas fisik yang dapat mengurangi stres.
2. Promosi kebiasaan dan perilaku sehat yang dapat dilakukan melalui pemberian pendidikan seks bagi anak dan remaja, pelatihan keterampilan orang tua, dll.
3. Peningkatan tingkat kompetensi personal dan interpersonal melalui pelatihan keterampilan psikoedukasional.

Selanjutnya, pendekatan sekunder didefinisikan sebagai identifikasi dini, diagnosa, dan pengobatan dari kasus atau masalah sebelum terjadinya kerusakan. Perbedaan utama antara pencegahan primer dan sekunder berada pada tingkat resiko dan kebutuhan yang didefinisikan dari setiap tingkat. Namun belum ada perbedaan yang lebih spesifik antara keduanya. Sedangkan pencegahan tersier dapat didefinisikan sebagai kegiatan psikoterapi yang ditujukan untuk menangani krisis yang dilakukan oleh para profesional. Dalam menangani krisis, dibutuhkan keterampilan personal dan profesional. Keterampilan personal berupa “keterampilan dalam hubungan”, seperti kehangatan, empati, dukungan, dan penghormatan, sedangkan keterampilan profesional berupa pengetahuan,

pengalaman, dan keahlian. Perbedaan ketiga jenis tindakan pencegahan dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 2.1 Tipe Pencegahan

		Tipe Pendekatan		
		PRIMER	SEKUNDER	TERSIER
Kriteria		Proactive Pretherapeutic	Para-active Paratherapeutic	Reactive Therapeutic
1.	Resiko	Rendah ke minimal	Tinggi:butuh tetapi tidak mendesak	Sangat Tinggi : Mendesak
2.	Reversibility	Tinggi	Medium	Rendah ke sangat rendah
3.	Kemungkinan kerusakan	Rendah tetapi potensial	Menengah dan berpotensi	Tinggi dan terjadi
4.	Populasi	Nonklinis: dilabel tetapi tidak didiagnosa	Praklinis dan dapat didiagnosa	Klinis: Kritis dan sudah didiagnosa
5.	Kemampuan untuk belajar	Tinggi	Medium	Rendah
6.	Tujuan	Meningkatkan kompetensi dan ketahanan terhadap kerusakan	Menurunkan stress dan peluang terjadinya krisis	Restore ke fungsi minimum
7.	Tipe keterlibatan	Sukarela : memiliki banyak pilihan	Obligatory : pilihan berkurang	Mandatory : Tidak ada pilihan
8.	Rekomendasi	“Dapat memberikan	“Kamu memerlukannya	“Sangat perlu”

		manfaat dari hal tersebut” “Baik untuk diambil”	sebelum terlambat” “Sangat merekomendasikan untuk dilakukan”.	“Tidak ada hal lain yang dapat dilakukan”
9.	Biaya	Rendah	Medium	Tinggi
10.	Efektivitas	Tinggi	Dipertanyakan	Relatif Rendah
11.	Personel	Relawan , pre dan para-profesional	Profesional tingkat menengah	Profesional
12.	Tipe intervensi	Umum, belajar, penguatan, dan pengayaan	Lebih spesifik kepada perilaku, materi-materi yang telah deprogram	Terapi khusus
13.	Derajat struktur	Tinggi	Medium	Rendah
14.	Derajat Spesifikasi	Umum dan memiliki topik	Diindividualisasikan	Spesifik terhadap gejala

Sumber : L’ Abate,1990 hal 31

2.1.2 Perlakuan Salah Seksual pada Anak

Perlakuan salah seksual merupakan salah satu bentuk perlakuan salah yang sering menimpa anak-anak. Masyarakat pada umumnya hanya mengetahui pemerkosaan sebagai bentuk dari perlakuan salah seksual pada anak. Padahal perlakuan salah seksual pada anak mempunyai dua bentuk, langsung dan tidak langsung. Berikut ini adalah pengertian perlakuan salah seksual pada anak menurut Wiehe (1992)

“..an adult ‘s use of a child for sexual gratification. Sexual abuse may occur on a contact on non-contact basis. Contact forms of sexual abuse include behaviors as sexually touching a child or requesting a child to sexually touch an adult, attempted penetration, intercourse, and sodomy. Non-contact sexual abuse may include indecent exposure to a child, forcing a child to observe

adult sexual behaviour, or taking pornographic pictures of a child.”(dalam Goddard, 1996, Page 37)

(...pemanfaatan anak oleh orang dewasa yang dilakukan untuk kepuasan seksual. Perlakuan salah seksual dapat muncul dalam bentuk langsung ataupun tidak langsung. Bentuk langsung perlakuan salah seksual termasuk menyentuh secara seksual atau meminta anak secara seksual menyentuh orang dewasa, penetrasi, intercourse, dan sodomi. Perlakuan salah seksual yang tidak langsung dapat termasuk perlakuan tidak menyenangkan pada anak, memaksa anak untuk melihat perilaku seksual orang dewasa, atau mengambil gambar anak dalam bentuk pornografi).

Bentuk-bentuk Perlakuan salah seksual pada anak :

1. Langsung

- Pemerkosaan, aktivitas seksual disertai dengan penetrasi
- Pencabulan, aktivitas seksual tidak disertai dengan penetrasi yang dapat berupa menyentuh anak-anak atau meminta anak-anak secara seksual menyentuh orang dewasa
- Sodomi, aktivitas seksual yang dilakukan pada anak laki-laki

2. Tidak langsung

- Memaksa anak untuk melihat perilaku seksual orang dewasa
- Mengambil gambar anak dalam bentuk pornografi
- Eksibisionisme, penyimpangan seksual dimana pelaku mempertontonkan alat kelaminnya pada orang lain, dalam kasus ini anak-anak

Terjadinya sebuah perlakuan salah seksual pada anak tentu saja merupakan sebuah proses. Proses pelaku mendekati anak, membujuk, sampai akhirnya dapat melakukan perlakuan salah tersebut. Berikut ini adalah deksripsi dari bagaimana perlakuan salah seksual dapat terjadi yang dikemukakan oleh Finkelhor (1984). Dalam model yang dikemukakannya terdapat empat kondisi yang rentan terjadi perlakuan salah seksual pada anak :

1. Pelaku yang potensial memiliki ketertarikan pada si anak
2. Pelaku dapat mengatasi hambatan yang dapat menghalangi motivasinya untuk melakukan perlakuan salah, Contoh : pelaku sudah memiliki kepercayaan dari anak.
3. Adanya kesempatan untuk berada berdua dengan anak tanpa diketahui orang lain
4. Segala penolakan yang diberikan oleh anak dapat diatasi, dengan cara membujuk atau mengancam (Briggs dan Hawkins , 1997, hal 114)

Setiap anak sangat rentan untuk menjadi korban perlakuan salah seksual, terlepas dari jenis kelamin, umur, atau dengan siapa mereka tinggal. Berikut ini adalah alasan-alasan yang menjelaskan kerentanan mereka :

1. Anak tidak berdaya menghadapi orang dewasa
2. Anak yang tidak diberikan pengetahuan mengenai perlindungan diri akan mempercayai semua orang dewasa
3. Anak-anak tidak mampu untuk “membaca” motif orang dewasa
4. Anak diajarkan untuk mematuhi orang dewasa
5. Anak-anak pada dasarnya memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap tubuhnya.
6. Anak biasanya dihindari dari informasi terhadap seksualitas (Briggs dan Hawkins , 1997, hal 114).

Dari penjelasan diatas mengenai bentuk perlakuan salah seksual pada anak, kondisi yang menyebabkan terjadinya perlakuan salah seksual, dan alasan-alasan yang menyebabkan anak rentan untuk menjadi korban perlakuan salah seksual pada anak, penjelasan mengenai dampak-dampak yang diakibatkan oleh perlakuan salah seksual pada anak akan menguatkan alasan mengapa kita harus mencegah perlakuan salah seksual pada anak. Prevent Child Abuse America (2004) menjelaskan dampak perlakuan salah seksual pada anak berdasarkan dampak fisik, dampak emosional dan perilaku, dan dampak jangka panjang sebagai berikut :

1. Dampak Fisik

Tanda untuk dampak fisik dari perlakuan salah seksual pada anak seringkali tidak terliha karena pelaku perlakuan salah seksual pada anak biasanya

menghindari mencelakai tubuh korban agar mereka dapat mengulangi perilaku tersebut di lain waktu. Tanda luka fisik yang diakibatkan oleh perlakuan salah seksual pada anak dapat bervariasi dari bentuk permerkosaan dimana digunakan kekuatan dan upaya pemaksaan dibandingkan bentuk perlakuan salah seksual pada anak lainnya. Luka akibat perlakuan salah seksual pada anak meliputi perdarahan pada vagina atau anus, nyeri, gatal, atau bengkak pada alat kelamin, sakit perut, sakit ketika buang air kecil, dan atau sakit kepala. Beberapa anak menunjukkan trauma selain di alat kelamin mereka seperti di payudara atau bokong, perut bagian bawah, atau bagian tubuh lainnya. Anak juga dapat tertular penyakit menular seksual dan juga hamil sebagai akibat dari perlakuan salah seksual pada anak.

2. Dampak Emosional dan perilaku

Dampak emosional dan perilaku yang ditimbulkan meliputi perubahan yang ekstrim pada perilaku anak seperti gangguan makan, kehilangan nafsu makan, penarikan diri, agresif, gangguan tidur, takut kegelapan, gangguan kepribadian, perilaku menyimpang dan menurunnya nilai anak di sekolah. Indikator lainnya dapat berupa mimpi buruk, susah berkonsentrasi, pikiran yang kacau, kecurigaan yang berlebihan, malas, dan juga depresi. Anak juga akan memberikan respon terhadap perilaku seksual dan atau menjadi memiliki pengetahuan mengenai aktifitas seksual yang tidak sesuai dengan umur mereka.

3. Dampak Jangka Panjang

Dampak jangka panjang dari perlakuan salah seksual pada anak termasuk depresi, menyalahkan diri sendiri, rendahnya penghargaan terhadap diri sendiri, dan juga perilaku menyakiti diri sendiri. Dampak jangka panjang lainnya dari perlakuan salah seksual pada anak adalah meningkatnya kehamilan yang dialami remaja, meningkatnya jumlah tunawisma, dan meningkatnya jumlah penyalahgunaan alcohol dan narkoba. Berdasarkan Briggs dan Hawkins (1997) dampak jangka panjang lainnya adalah reviktimisasi, dengan kekerasan fisik pada hubungan atau pemerkosaan dapat lebih sering terjadi pada anak korban perlakuan salah seksual (Briggs dan Hawkins , 1997, hal 115).

Setelah mengetahui definisi, bentuk, dan dampak dari perlakuan salah seksual pada anak diharapkan kita akan lebih waspada untuk melindungi anak-anak dari

bahaya perlakuan salah seksual. Orang tua harus terlibat dalam melindungi anak dari perlakuan salah seksual. Keterlibatan orang tua sangat diperlukan karena orang tua merupakan orang terdekat yang paling berkepentingan untuk melindungi anak.

2.2. Keterlibatan Orangtua dalam Upaya Pencegahan Perlakuan Salah Seksual pada Anak

Orang tua sebagai kelompok sosial mempunyai peranan yang tidak mudah dalam membina anak-anaknya. Apa yang harus dilakukan orang tua dalam peranannya terhadap anak, dikatakan oleh Alfred Kadushin (Kadushin, 1974 hal 8-9) sebagai berikut :

1. Orang tua diharapkan untuk memberikan penghasilan yang dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan anak terhadap makanan, pakaian, tempat berteduh, pendidikan, kesehatan, kegiatan sosial dan rekreasi
2. Orang tua diharapkan untuk dapat memberikan kebutuhan emosional bagi anak yaitu pemberian cinta rasa aman kasih sayang dukungan terhadap kebutuhan emosional yaitu terhadap perkembangan emosi yang sehat
3. Orang tua diharapkan untuk dapat memberikan rangsangan yang penting untuk kecerdasan yang normal perkembangan sosial dan spiritual dimana keluarga menganggap bahwa hal ini penting. Ini berarti orang tua harus mencari sekolah,yang sesuai bagi anak dan anak dapat terdorong untuk bermain juga mencari tempat yang cocok dimana anak dapat terangsang atau terdorong untuk memperoleh pelayanan yang lebih baik
4. Orang tua harus membantu sosialisasi anak. Sosialisasi adalah suatu proses dari pengaruh yang membawa kepada suatu pergaulan yang baru pada kelompok sosial dan mendidik mereka kepada tingkah laku yang biasa atau yang diterima oleh kelompok.
5. Orang tua harus mendisiplinkan anak dan menjaga dia dari pola pertumbuhan tingkah laku, perasaan atau sikap yang tidak disetujui oleh kelompoknya.
6. Orang tua harus melindungi anak dari gangguan fisik, emosional, dan sosial.

7. Orang tua harus menampilkan diri bahwa dia adalah merupakan contoh atau model dari tokoh identifikasi sejenis misalnya ayah adalah contoh dari kejantanan dan ibu adalah contoh dari kewanitaan.
8. Orang tua harus tetap menjaga hubungan antar anggota keluarga agar tetap stabil, memberikan dasar-dasar yang memuaskan dan diusahakan untuk mempertemukan kebutuhan-kebutuhan dari seluruh anggota keluarga. Orang tua harus membantu memecahkan pertengkaran yang tidak menyenangkan dan memuaskan dan mempertemukan kebutuhan emosional dengan cara menerimatindakan kasih sayang.
9. Orang tua harus menyediakan suatu tempat tinggal yang tetap dan juga menentukan keanggotaan dia di dalam kelompok sosial yang lebih besar, serta menyediakan tempat yang bersih atau baik untuknya di dalam masyarakat. Dengan demikian anak mengetahui siapa dia sebenarnya dan terutama anak dapat mencapai sesuatu gambaran diri yang lebih stabil.

Dari beberapa peranan orang tua yang telah disebutkan diatas, dikatakan bahwa orang tua harus melindungi anaknya dari gangguan fisik, emosional, dan sosial. Oleh karena itu perlu dilakukan intervensi terhadap orang tua dalam upaya mencegah perlakuan salah seksual pada anak. Menurut Straus & Stewart (1999) terdapat beberapa karekteristik penting yang harus diperhatikan dalam melakukan intervensi terhadap orang tua, antara lain :

1. Intervensi terhadap orang tua haruslah memberdayakan orang tua itu sendiri. Intervensi yang efektif terhadap orang tua harus meningkatkan kompetensi dan kepercayaan diri orang tua, menciptakan *self-sufficiency* orang tua dan mengurangi ketergantungan pada sumber dukungan eksternal.
2. Intervensi terhadap orang tua haruslah dibentuk menggunakan kekuatan yang ada. Intervensi terhadap orang tua yang berhasil menilai dan dibentuk dari kompetensi yang ada daan dengan asumsi bahwa orang tua potensial untuk menjadi pemberi solusi bagi masalah yang ada.
3. Intervensi terhadap orang tua harus memberikan pengetahuan mengenai resiko dari pola didik yang koersif. Intervensi terhadap orang tua haruslah

meningkatkan kuantitas dan kualitas dari interaksi orang tua dan anak dan menyediakan strategi disiplin yang efektif sebagai alternatif solusi.

4. Intervensi terhadap orang tua haruslah dapat diakses oleh orang tua.
5. Intervensi terhadap orang tua harus disesuaikan dengan tahapan perkembangan anak untuk hasil yang optimal. Intervensi pada orang tua dapat disesuaikan dengan tahapan perkembangan anak yang dikaitkan dengan meningkatnya resiko anak terhadap perlakuan salah sesuai dengan tahapan tersebut.
6. Intervensi terhadap perlakuan salah seksual pada anak harus disesuaikan dengan budaya yang ada. Intervensi terhadap orang tua yang efektif menyesuaikan dengan latar belakang budaya dari keluarga. (dalam Cann and Sanders, 2002 hal 147-148)

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, orang tua harus dapat melindungi anak dari perlakuan salah seksual yang sekarang ini semakin meningkat. Upaya yang dapat dilakukan orang tua adalah dengan memberikan pendidikan seks dan *personal safety education* pada anak. Membekali anak dengan pendidikan seks dan *personal safety education* akan membuat anak memiliki keterampilan dan pengetahuan yang baik mengenai konsep diri dan bagaimana cara melindungi dirinya. Berikut ini akan dijelaskan mengenai kedua konsep tersebut.

2.2.1 Pendidikan Seks

Pendidikan seks pada anak sangat diperlukan, dengan memberikan pendidikan seks, orang tua dapat mencegah terjadinya perlakuan salah seksual pada anak. Dengan memberikan pendidikan seks, anak jadi mengetahui perlakuan apa saja yang wajar/boleh atau tidak wajar/tidak boleh dilakukannya. Seringkali anak menjadi korban perlakuan salah seksual karena ia tidak mengetahui bahwa yang dialaminya merupakan sebuah perlakuan salah, sehingga anak tidak melapor dan juga tidak dapat melindungi dirinya.

Pemberian pengetahuan mengenai seks pada anak memang masih belum menjadi suatu hal yang biasa pada masyarakat kita. Hal ini dikarenakan pembicaraan mengenai seks masih menjadi sebuah hal yang “tabu”. Namun, pendidikan seks disini adalah pendidikan seks yang diberikan pada anak sesuai

dengan perkembangan si anak. Beberapa definisi pendidikan seks dirangkum dalam tabel berikut :

Tabel 2.2 Definisi Pendidikan Seks

Tokoh	Definisi Pendidikan Seks
Mary Calderone (2001) dalam Wuryani (2008 hal 4)	“ Pelajaran untuk menguatkan kehidupan keluarga untuk menumbuhkan pemahaman diri dan hormat terhadap diri untuk mengembangkan kemampuan hubungan manusiawi yang sehat, untuk membangun tanggung jawab seksual dan sosial untuk mempertinggi masa perkenalan yang bertanggung jawab, perkawinan yang bertanggung jawab, dan orang tua yang bertanggung jawab. “
Sarlito Wirawan Sarwono (2007, hal 90)	“bahwa pendidikan seks bukanlah penerangan tentang seks semata-mata. Pendidikan seks 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.

J.L Ch, Abiceno (Rahmawatie, 2008 hal 75)	“pendidikan seks merupakan pendidikan yang diberikan kepada anak tentang pengetahuan seks dan bagaimana menggunakan seks dalam hidupnya”
--	--

(dari berbagai sumber)

Dari beberapa definisi diatas disimpulkan bahwa pendidikan seks adalah pendidikan yang diberikan kepada anak tentang pengetahuan tentang seks dan bagaimana menggunakan seks dalam hidupnya terkait dengan norma-norma yang berlaku di dalam masyarakat untuk membangun tanggung jawab seksual dan sosial untuk mempertinggi masa perkenalan yang bertanggung jawab, perkawinan yang bertanggung jawab, dan orang tua yang bertanggung jawab. Dalam penelitian ini definisi pendidikan seks yang digunakan adalah definisi yang dikemukakan oleh Dr. Mary Calderone. Pendidikan seks menumbuhkan perasaan hormat dan pemahaman terhadap diri. Jika anak dapat memahami dan menghormati dirinya, maka ia akan mampu untuk melindungi diri dari perlakuan salah seksual pada anak.

2.2.1.1 Tujuan Pendidikan Seks

Tujuan dari pendidikan seks antara lain adalah :

1. Membantu anak untuk merasakan bahwa seluruh anggota jasmaninya dan tahap-tahap pertumbuhannya adalah sesuai dengan yang diharapkan dan mempunyai tujuan tertentu.
2. Menjadikan anak mengerti dengan jelas tentang proses berketurunan.
3. Mempersiapkan anak menghadapi perubahan yang akan terjadi akibat pertumbuhannya.
4. Menjadikan anak bangga dengan jenis kelaminnya dan memandang lawan jenisnya dengan penghargaan terhadap kelebihan dan keistimewaannya.
5. Untuk membantu mereka mengetahui bahwa perbuatan seks harus didasarkan atas penghargaan yang tulus terhadap kepentingan orang lain.

6. Menciptakan kesadaran bahwa masalah seks adalah satu sisi positif konstruktif dan terhormat dalam masyarakat.
7. Mempersiapkan anak agar dapat membina keluarga dan menjadi orang tua yang bertanggung jawab. (Rahmawatie, 2008 hal 74).

Salah satu tujuan lain dari pendidikan seks adalah bahwa pendidikan seks harus dirancang untuk menunjukkan pemecahan masalah sosial seperti hubungan seksual sebelum menikah, hamil di luar nikah atau kehamilan yang tidak dikehendaki, penularan penyakit seksual, aborsi, dan keluarga berencana (Wuryani, 2008, hal 6).

Dalam memberikan pendidikan seks, orang tua harus menyesuaikan porsi informasi yang diberikan dengan usia anak, Berikut ini adalah rencana pendidikan seks yang dibuat oleh Rono Sulistyono dan Dr. Nasikh Ulwan berdasarkan tingkat usia anak (dalam Rahmawatie, 2008 hal 79 - 81). :

Rono Sulistyono :

- Usia 7 - 10 tahun: materi tentang reproduksi pada umumnya yang terjadi pada binatang-binatang, kemudian disusul dengan konsepsi pada manusia, mulai dengan bertemunya ovum dan sperma.
- Usia 11-13 tahun : mengenai embriologi alat kelamin dalam, anatomi, dan terjadinya tanda-tanda kelamin sekunder, menstruasi, uraian tentang konsepsi dan persalinan, perkosaan, dan penyimpangan-penyimpangan perilaku seksual bila mereka menanyakannya. Perlu diberikan nasihat pada mereka tentang sikap hati-hati terhadap orang yang tidak dikenal.
- Usia 14-16 tahun : materi-materi mengenai seksual intercourse, premarital intercourse, promiscuity, serta diterangkan aspek-aspek sosial dari hubungan seks dan rasa tanggung jawab dari hubungan seks dan rasa tanggung jawab dari hubungan seksual, selain itu perlu juga adanya diskusi-diskusi tentang rumah tangga dan keluarga sebagai dasar dari suatu masyarakat .

Nasikh Ulwan :

- Usia 7 – 10 tahun, anak diajari sopan santun meminta izin masuk rumah dan sopan santun memandang.
- Usia 10 – 11 tahun, anak dijauhkan dari hal-hal yang membangkitkan nafsu birahi.
- Usia 14 – 16 tahun, anak diajari etika bergaul dengan lawan jenis bila ia sudah matang untuk menempuh perkawinan
- Setelah melewati usia remaja, anak diajari etika menahan diri bila ia belum mampu kawin.

2.2.1.2 Metode dalam penyampaian pendidikan seks

Berikut ini beberapa metode dalam penyampaian pendidikan seks menurut Suharto (2006):

1. Tanya Jawab dan dialog

Metode ini dimaksudkan untuk mengenalkan pengetahuan dan fakta-fakta mengenai seksualitas seseorang. Dengan metode ini proses berpikir anak dapat diarahkan, pengetahuan anak seputar seksualitas dapat dievaluasi, dan pengertian anak terhadap masalah tersebut dapat diukur.

2. Metode keteladanan

Metode keteladanan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pendidikan anak, sebab anak memiliki kecenderungan untuk meniru apa saja yang dilakukan oleh orang lain, terutama orang tuanya. Dengan memberikan keteladanan, orang tua memberi gambaran dan isyarat yang jelas pada anak-anak mengenai perbuatan-perbuatan yang dapat dicontoh.

Pendidikan seks pada anak akan lebih baik jika dimulai dengan memberikan contoh anak melalui keakraban hubungan antara suami istri, sehingga anak mempunyai gambaran yang baik mengenai kehidupan seksual.

3. Metode Pengawasan dari hal-hal yang dapat merusak perkembangan seksual anak.

Pengawasan tersebut dapat dilakukan dengan cara :

- Pemisahan tempat tidur

Karena jika anak laki-laki dan anak perempuan tidak dipisah tempat tidurnya, maka mereka akan merasakan sentuhan-sentuhan yang mungkin dapat mengarah pada hubungan seksual. Pemisahan tempat tidur sebaiknya diterapkan pada anak usia sekolah dasar, dengan pemisahan ini anak akan lebih memahami eksistensi perbedaan jenis yang menuntut adanya pembedaan dalam pola pergaulan mereka.

- Mendampingi anak saat menyaksikan acara-acara media elektronik dan menjauhkan anak dari tontonan seks dan sadisme.
- Menjauhkan anak dari lingkungan pergaulan bebas.
- Tidak membiarkan anak bermain atau keluar rumah sendirian

4. Metode pemberian hadiah dan hukuman

Pemberian hadiah dan hukuman perlu diberikan pada anak dalam menanamkan nilai-nilai moral keagamaan, sikap, dan perilaku. Metode pemberian hadiah ini juga secara tidak langsung menanamkan etika perlunya menghargai orang lain. Adapun fungsi dari penghargaan dan hukuman bagi anak adalah sebagai berikut :

- Mempunyai nilai mendidik, apabila tindakan disetujui maka anak akan merasa bahwa hal itu baik, sebagai mana hukuman mengisyaratkan pada anak bahwa perlakuan itu buruk.
- Memberi motivasi pada anak, ia akan mengulangi perilaku yang disetujui oleh lingkungannya dan menghindari perilaku yang tidak diterima oleh masyarakat setelah ia mendapatkan penghargaan dan hukuman.

5, Metode Pembiasaan

Metode pembiasaan ini diterapkan dengan cara membiasakan sesuatu agar menjadi kebiasaan yang akan menimbulkan kemudahan dan keentengan bagi yang menjalaninya. Metode pembiasaan bisa diterapkan dalam pendidikan seks dengan cara membiasakan anak tidur terpisah dari orang tuanya, menjaga pandangan dari hal-hal yang berbau porno, membiasakan anak menjaga kebersihan alat kelaminnya, membiasakan anak untu memiliki batas pergaulan dengan selain muhrimnya, serta membiasakan anak berpakaian dengan sopan.

2.2.2 Personal Safety Education

Personal safety education merupakan salah satu upaya, selain pendidikan seks, yang dapat dilakukan oleh orang tua untuk melindungi anak. Menurut Briggs dan Hawkins (1997 hal 190), di Amerika dan Kanada, kewaspadaan masyarakat terhadap masalah perlakuan salah seksual pada anak meningkat dan respon terhadap perlakuan salah memunculkan inisiatif dari sekolah. Sekolah dan taman kanak-kanak sudah lama terlibat dalam *personal safety education*. Program ini mengajarkan anak untuk tetap aman jika dalam perjalanan, melindungi diri dari api, air, dan listrik. Merupakan suatu hal yang logis jika program ini juga mengajarkan anak bagaimana untuk melindungi dirinya dari orang lain. Program ini memiliki tujuan umum untuk membekali anak-anak agar dapat mencegah atau menghentikan perlakuan salah. Berikut ini adalah beberapa definisi mengenai *personal safety education* :

Tabel 2.3 Definisi Personal Safety Education

Sumber	Definisi Personal Safety Education
Briggs dan Hawkins (1997 hal 190)	<p>“ <i>Safety education...teach children how to stay safe in traffic, how to stay safe from fire, water, and electricity. It is logical that it also teach children how to stay safe with people...These program have the common objective of equipping children ti prevents or stop child abuse</i>”.</p> <p>(Program ini mengajarkan anak untuk tetap aman jika dalam perjalanan, melindungi diri dari api, air, dan listrik. Merupakan suatu hal yang logis jika program ini juga mengajarkan anak bagaimana untuk melindungi dirinya dari orang lain. Program ini memiliki tujuan umum</p>

	<p>untuk membekali anak-anak agar dapat mencegah atau menghentikan perlakuan salah).</p>
<p>Tulir Centre for the Prevention and Healing of Child Sexual Abuse (2009)</p>	<p><i>“The concept of Personal Safety Education works to allow every child the right to feel safe all the time, using a methodology that promotes the safety of self against abuse... Besides empowering children to take part in their own protection, it strengthens the ability of those morally, socially and professionally responsible for the protection of children, that is, the State, parents, educators, and the larger community”.</i> (Konsep <i>personal safety education</i> diperuntukkan untuk membuat anak merasakan bahwa mereka memiliki hak untuk merasa aman setiap saat, dengan menggunakan metodologi yang memasarkan keamanan diri sendiri dari perlakuan salah. Selain memberdayakan anak untuk melindungi diri mereka sendiri, <i>personal safety education</i> menguatkan kemampuan moral, sosial, dan professional pihak-pihak yang bertanggung jawab terhadap perlindungan anak, yaitu pemerintah, orang tua, guru, dan komunitas)</p>
<p>Kidsafe USA Personal Safety Education Program (2009)</p>	<p><i>“Personal safety education teaches real life skills to children and teens. It is the empowering of children with these skills to prevent them from becoming victims of sexual exploitation and abduction”.</i> (Personal safety education memberdayakan anak dengan keterampilan untuk mencegah mereka menjadi korban eksploitasi seksual dan penculikan)</p>

(dari berbagai sumber)

Dari beberapa definisi diatas, penelitian ini menggunakan definisi yang dikemukakan oleh *kidsafe USA*, karena definisi tersebut menekankan pada kemampuan anak untuk melindungi diri dari perlakuan salah seksual pada anak. Johnson (1994) mengulas konsep yang umumnya diajarkan dalam program-program pencegahan yang membantu anak untuk :

- mengidentifikasi saat mereka merasakan tidak nyaman, tidak karuan, dan tidak aman di berbagai macam situasi terutama situasi yang melibatkan sentuhan.
- Mengerti dan menyatakan hak mereka, contohnya, menolak sentuhan yang tidak mereka inginkan, diperolok, atau dilecehkan.
- Mengidentifikasi bagian pribadi pada tubuh mereka, yang secara umum, tidak boleh disentuh oleh orang lain.
- memberitahu orang dewasa yang mereka percaya jika mereka merasa tidak aman.
- mengidentifikasi perbedaan antara rahasia yang “buruk” dan rahasia yang lain dan juga mendorong anak agar memberitahu orang dewasa rahasia buruk tersebut, dan
- Tidak menyalahkan diri mereka sendiri jika mereka menjadi korban

Program ini juga perlu untuk mengajarkan:

- Anak laki-laki juga beresiko mengalami perlakuan salah
- pelaku perlakuan salah tidak dapat diidentifikasi melalui penampilan mereka.
- pelaku dapat saja orang yang mereka kenal.
- respon fisik dan verbal terhadap perlakuan salah.
- trik-trik yang biasanya digunakan oleh pelaku perlakuan salah (Pernieskie 1995 dalam Kidsafe USA, 2009)

Program ini memang belum banyak dikembangkan di Indonesia. Orang tua, guru, maupun pengasuh perlu mengajarkan *personal safety* agar anak mampu melindungi dirinya sendiri. Menurut Briggs dan Hawkins (1997, hal 192), anak

yang kurang memiliki akses terhadap program *personal safety* lebih rentan terhadap perlakuan salah seksual karena:

- orang tua tidak mengajarkan anak bagaimana untuk tetap aman.
- Anak tidak menyadari bahwa perlakuan salah adalah tindakan yang salah.
- anak-anak menjadi rentan terhadap orang asing yang berbahaya.
- anak-anak akan menyembunyikan perlakuan salah yang mereka alami.
- anak tidak mengetahui bahwa orang tua dapat diandalkan untuk melindungi mereka.
- korban tidak mengetahui cara untuk melaporkan perlakuan salah yang mereka alami

Briggs dan Hawkins (1997, h 196) menyimpulkan hal apa saja yang akan menarik perhatian para orang tua yang belum memiliki pengalaman sebelumnya dengan *personal safety education*, yaitu :

- Relevansi program terhadap tahapan perkembangan sang anak.
- Dampak yang terjadi pada hubungan keluarga dan pola asuh
- Kemungkinan bahwa hal ini dapat mendorong anak untuk menantang kewenangan orang tua
- Ketepatan mengajarkan anak nama-nama dari bagian tubuh
- Ketakutan bahwa *safety education* dapat membuat anak menjadi takut atau manja
- Apakah program tersebut akan mengajarkan anak mengenai seks sebelum mereka cukup dewasa untuk mengerti hal tersebut
- Apakah dengan mengajarkan anak mengenai keamanan akan mendorong mereka untuk membuat kecurigaan yang salah terhadap orang-orang yang mendisiplinkan mereka.

Pemberian pendidikan seks dan *personal safety education* sebagai upaya untuk meningkatkan keterlibatan orang tua dapat dipromosikan dengan menggunakan metode pemasaran sosial. Penjelasan mengenai pemasaran sosial akan diuraikan dalam subbab berikut :

2.3 Pemasaran Sosial

Intervensi yang dilakukan dalam kaitan dengan pembangunan sosial, antara lain merupakan intervensi yang diarahkan pada munculnya perubahan pada aspek pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), dan niat individu (*intention*). Urutan perubahan pada aspek pengetahuan hingga niat individu tersebut merupakan proses penyadaran terhadap kelompok sasaran dalam kerangka pembangunan sosial. Sehingga ketika seorang *community worker* ingin merubah perilaku masyarakat, maka perubahan perilaku kelompok tersebut sebaiknya dimulai dari pengembangan pengetahuan, keyakinan, sikap dan niat individu dalam kelompok tersebut. Sehingga pada akhirnya diharapkan akan mampu merubah perilaku individu dan kelompok. Guna merubah perilaku individu dan kelompok dalam suatu perubahan sosial ataupun pembangunan sosial dewasa ini, diperlukan adanya produk sosial yang inovatif, maka para praktisi di bidang ini dituntut untuk melakukan penilaian terhadap kebutuhan masyarakat secara berkesinambungan. Hal ini perlu dilakukan guna menciptakan produk sosial yang up-to-date. (Adi, 2003 hal 51-52). Penelitian ini menggunakan konsep pemasaran sosial untuk meningkatkan keterlibatan orang tua dalam upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak, karena pada penelitian ini dilakukan upaya untuk mengembangkan pengetahuan, keyakinan, sikap dan niat orang tua terhadap perlakuan salah seksual pada anak dan pencegahannya.

2.3.1 Definisi Pemasaran Sosial

Pemasaran sosial merupakan salah satu bentuk dari strategi perubahan sosial. Perubahan sosial itu sendiri merupakan sebuah usaha yang terorganisir yang pelaksanaannya dipimpin oleh satu kelompok (agen perubah), yang bertujuan untuk mengajak kelompok lain (kelompok sasaran) untuk menerima, memodifikasi, atau meninggalkan beberapa ide, sikap, praktek, dan tingkah laku (Kotler dan Roberto, 1989 hal 20). Kesuksesan dan kegagalan dari sebuah perubahan sosial dipengaruhi oleh lima elemen, yaitu :

1. *Penyebab*, sebuah tujuan sosial yang diyakini oleh agen perubah akan memberikan jawaban yang diinginkan terhadap sebuah permasalahan sosial,

2. *Agen perubah*, individu atau organisasi atau perkumpulan yang berusaha membawa perubahan sosial.
3. *Kelompok sasaran*, individu, kelompok atau seluruh populasi yang menjadi sasaran perubahan oleh agen pemasaran sosial.
4. *Jaringan*, jalur distribusi dan komunikasi yang mempengaruhi dan merespon pertukaran yang dilakukan oleh kelompok sasaran dan agen perubah.
5. *Strategi perubahan*, program dan petunjuk yang diberikan oleh agen perubah untuk merubah sikap dan perilaku kelompok sasaran (Kotler and Roberto, 1989 hal 18).

Agen perubah memiliki beberapa metode dan strategi yang bervariasi dalam usaha mereka untuk mempengaruhi kelompok sasaran, (yang dalam hal ini dapat berupa sebuah komunitas, individu, atau masyarakat), metode dan strategi yang digunakan termasuk melobi, membuat permohonan, publikasi, pengiklanan, dan hasil dari perubahan perilaku yang diinginkan. Dibalik dari seperangkat taktik terdapat konsepsi yang lebih luas, atau strategi perubahan, mengenai bagaimana memperoleh perubahan sosial. Lima strategi perubahan utama adalah perubahan teknologi, ekonomi, politik/hukum, pendidikan, dan pemasaran sosial. (Kotler dan Roberto, 1989 hal 20).

Pemasaran sosial merupakan sebuah upaya yang dilakukan untuk merubah perilaku seseorang. Untuk merubah sebuah perilaku tentunya bukan merupakan suatu hal yang mudah. Para agen perubah perlu mengetahui bagaimana langkah-langkah pemasaran sosial. Dengan mengetahui langkah-langkah tersebut, maka usaha pemasaran sosial yang dilakukan akan menjadi lebih efektif dan efisien. Pemasaran sosial dipilih sebagai upaya untuk memasarkan cara dan peran orang tua dalam pemberian pendidikan seksual pada anak sebagai salah satu upaya pencegahan perlakuan salah seksual adalah karena pemasaran sosial dapat menjangkau sasaran yang luas. Melalui pemasaran sosial diharapkan adanya perubahan persepsi dan pengetahuan yang dimiliki oleh orang tua mengenai pendidikan seksual. Beberapa definisi dari pemasaran sosial adalah :

Tabel 2.4 Definisi Pemasaran Sosial

Tokoh	Definisi Pemasaran Sosial
Adi (2003, hal 88)	<p>Pemasaran sosial merupakan model intervensi komunitas yang diadopsi dari bidang pemasaran Pendekatan pemasaran sosial memfokuskan pada upaya memasarkan suatu produk sosial kepada kelompok sasarannya.... Pendekatan pemasaran sosial ini menempatkan produk sosial sebagai produk inovatif untuk merubah persepsi masyarakat terhadap suatu gagasan dan praktek pelayanan yang relatif “baru”.</p>
<p>Kotler dan Roberto (Kotler and Roberto, 1989 hal 24)</p>	<p><i>“Social marketing is a strategy for changing behaviour. It combines the best elements of traditional approaches to social change in integrated planning and action framework and utilize advances in communication technology and marketing skills.”</i></p> <p>Pemasaran sosial adalah strategi untuk merubah perilaku. Pemasaran sosial mengkombinasikan elemen-elemen terbaik dari pendekatan tradisional untuk perubahan sosial dalam perencanaan yang terintegrasi dan kerangka tindakan dan menggunakan teknologi terbaik dalam komunikasi dan keterampilan pemasaran.</p>

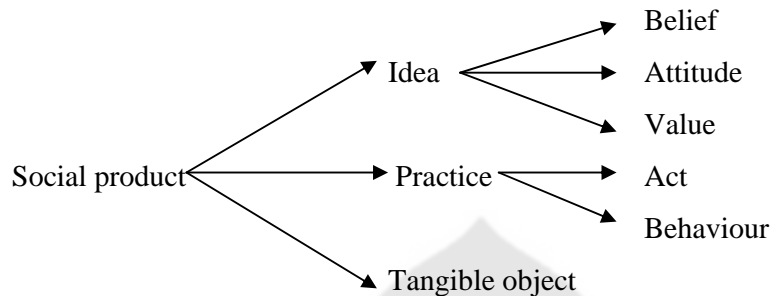
<p>Alan R. Andreasen, Peter dan Olson (Alan R., Andresen, 1995, h : 7; Peter dan Olson, 1999, h :239)</p>	<p>“ <i>Social marketing is the application of commercial marketing technologies to analysis planning, execution, and evaluation of programs designed to influence the voluntary behaviour of target audience in order to improve their personal welfare and that of their society</i> “</p> <p>(pemasaran sosial adalah sebuah aplikasi dari teknologi-teknologi pemasaran komersil ke dalam analisa perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program yang ditunjukkan untuk mempengaruhi perubahan perilaku dari kelompok sasaran dalam rangka untuk meningkatkan kesejahteraan individu dan juga masyarakat</p>
---	---

(dari berbagai sumber)

Dari definisi diatas terlihat bahwa pemasaran sosial merupakan sebuah strategi yang sistematis yang menekankan pada keterampilan komunikasi dan pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi perubahan perilaku dari kelompok sasaran. Pemasaran sosial yang digunakan dalam penelitian ini adalah definisi yang dikemukakan oleh Kotler dan Roberto yang melihat pemasaran sosial sebagai sebuah strategi yang digunakan untuk melakukan perubahan sosial. Penerapan pemasaran sosial sebagai sebuah strategi untuk mencapai perubahan merupakan sebuah tahapan yang berproses.

2.3.2 Produk Sosial

Kotler dan Roberto (1989 hal 25-26) mengemukakan bahwa merubah ide atau perilaku yang merugikan atau mengadopsi ide atau perilaku yang baru merupakan ujuan dari pemasaran sosial. Ide dan perilaku adalah “produk” yang harus dipasarkan. Berikut ini adalah gambar dari jenis-jenis produk sosial :



Gambar 2.1 Produk Sosial

(Sumber: Kotler, P dan Roberto, E L, 1989, h. 25)

Tipe pertama adalah ide sosial yang dapat berbentuk suatu kepercayaan, nilai, atau sikap. Kepercayaan adalah sebuah bentuk pemahaman terhadap sesuatu yang dipegang teguh. Sikap adalah sebuah evaluasi positif atau negatif terhadap orang, benda, ide, atau kejadian. Nilai adalah keseluruhan ide terhadap apa yang benar dan salah.

Tipe kedua dari produk sosial adalah praktek atau latihan. Produk ini dapat berbentuk sebuah tindakan, atau sebuah perubahan perilaku yang direncanakan. Tipe ketiga adalah obyek nyata yang merupakan produk fisik yang melengkapi kampanye pemasaran sosial.

Pemasaran sosial dibentuk dari pengetahuan yang diperoleh dari ilmu bisnis: kumpulan dari tujuan yang objektif, penelitian terhadap kebutuhan manusia, mentargetkan produk kepada sejumlah kelompok konsumen, teknologi penempatan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia yang secara efektif menyampaikan keuntungan mereka, tanda-tanda perubahan yang konstan dalam lingkungan mereka, dan juga kemampuan untuk beradaptasi terhadap perubahan.

2.3.3. Proses Pemasaran Sosial

Proses pemasaran sosial terdiri dari lima tahap, tahapan tersebut adalah analisa lingkungan pemasaran social, meneliti dan memilih populasi kelompok pemasaran social, merencanakan strategi pemasaran social, merencanakan program pemasaran social dan yang terakhir adalah mengatur, melaksanakan, mengontrol, dan mengevaluasi usaha pemasaran social. Berikut ini adalah penjelasan dari masing-masing tahapan :

2.3.3.1. Analisa terhadap Lingkungan Pemasaran Sosial

Tahap pertama dari proses manajemen pemasaran sosial adalah menganalisa lingkungan di sekitar kampanye sosial. Kotler dan Roberto (1989 hal 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.

2.3.3.2 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.

2.3.3.3 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 tahap ini terdapat tiga kegiatan ini yang perlu dilakukan, yaitu :

2.4 Menetapkan tujuan pemasaran sosial.

Pelaku pemasaran sosial harus menetapkan tujuan pemasaran sosial yang spesifik, dan dapat diperoleh dan diukur. Lalu untuk membuat tujuan yang spesifik dan dapat diukur, pelaku pemasaran sosial harus menetapkan tujuan umum lalu mengidentifikasi perilaku spesifik dan tindakan dari kelompok sasaran yang mengisyaratkan tujuan tersebut.

2. Ketika telah memiliki seperangkat tujuan dalam program, pelaku pemasaran sosial harus memutuskan pada level apa pengeluaran untuk melakukan pemasaran sosial diperlukan. Kegiatan ini disebut usaha penganggaran. Setelah melakukan penganggaran, hal yang perlu dilakukan adalah mengalokasikan anggaran tersebut ke dalam beberapa alat dalam pemasaran yang akan digunakan untuk menggapai tujuan dalam bagian kelompok sasaran. Alat-alat yang digunakan antara lain :

- *Product* (Produk), yang ditawarkan kepada kelompok sasaran
- *Price* (Harga), biaya yang harus ditanggung kelompok sasaran
- *Place* (Tempat), alat dimana pemasaran sosial akan ditawarkan
- *Promotion* (Promosi), alat yang digunakan untuk mempromosikan produk sosial ke 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.
- *Presentation* (presentasi), cara yang digunakan agar kelompok sasaran dapat memperoleh atau menggunakan produk sosial.
- *Process* (Tahapan), langkah-langkah yang harus dilalui kelompok sasaran untuk memperoleh produk sosial.

3. Menentukan cara untuk mempromosikan produk sosial kepada kelompok sasaran.

Kotler dan Roberto (1989, h : 193) mengemukakan pelaku pemasaran sosial akan mempromosikan produk sosialnya melalui sebuah program komunikasi. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah membedakan apakah kelompok adalah individu atau sekelompok massa. Metode pertama, bagi kelompok sasaran yang merupakan sekelompok masa, teknik yang paling efektif digunakan adalah komunikasi massa. Sedangkan metode kedua dan ketiga diperuntukkan bagi kelompok sasaran yang merupakan individu-individu pendekatan komunikasi secara langsung

akan lebih sesuai seperti metode komunikasi yang selektif (melalui surat atau *telemarketing*) dan metode komunikasi personal.

Kelompok sasaran dalam penelitian ini adalah sekelompok individu, jadi metode komunikasi yang sesuai adalah metode komunikasi personal. Promosi pemasaran sosial dengan atau tanpa produk sosial yang kasat mata, sangat bergantung pada kualitas dari komunikasi interpersonal, interaksi, dan pelayanan yang disediakan oleh pelaku kampanye sosial. Dari tiga metode komunikasi yang ada, menurut Kotler dan Roberto, komunikasi personal memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap kelompok sasaran karena beberapa alasan sebagai berikut :

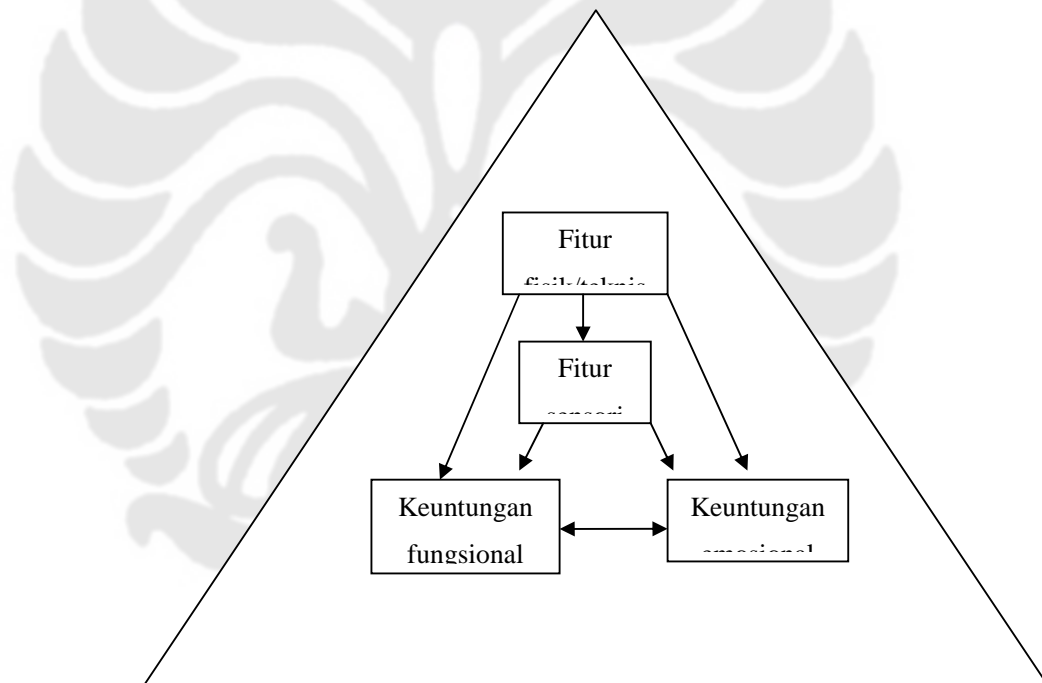
1. Komunikasi personal memerlukan banyak interaksi yang terus menerus dan bervariasi antara pelaku pemasaran sosial dan kelompok sasaran. Kedua pihak tersebut saling memberi umpan balik terhadap reaksi dan kebutuhan satu sama lain.
2. Pelaku pemasaran sosial mendapatkan kesempatan untuk menjalin, mengembangkan, dan memelihara hubungan dengan kelompok sasaran. Semakin dalam hubungan tersebut, maka semakin besar juga kemungkinan tercapainya tujuan yang dikampanyekan.
3. Seiring dengan semakin meningkatnya interaksi, kelompok sasaran merasa wajib untuk “membalas” apa yang telah dilakukan pelaku pemasaran sosial dimana hal ini akan membuat mereka semakin dekat untuk mengadopsi produk sosial.

Komunikasi personal memiliki beberapa tipe strategi., yaitu :

1. *Outreach Strategy*, strategi ini dapat digunakan ketika pelaku pemasaran sosial memberikan informasi dengan menjelaskan kepada kelompok sasaran satu persatu.
2. *Education Strategy* atau strategi pendidikan, strategi ini dapat digunakan ketika pelaku pemasaran sosial berhadapan dengan sekelompok orang. Strategi ini ditentukan oleh kemampuan mengatur dan anggaran yang dimiliki oleh pelaku pemasaran sosial. Hal yang sangat perlu diperhatikan dalam strategi ini adalah agenda pemasaran sosial dan kebutuhan dari kelompok sasaran.

3. *Word of Mouth Strategy*, strategi ini dapat dilakukan jika pelaku pemasaran sosial ingin menggunakan kelompok sasaran sebagai penyampai pesan kedua, yang memberikan pesan dari pemasaran sosial kepada kerabat mereka, yang juga nantinya akan memberikan pesan lagi kepada kerabat lainnya, dan seterusnya. (Kotler and Roberto, 1989, h : 220-224)

4. Kelompok sasaran memiliki kebutuhan dan motivasi yang terhadap produk sosial yang akan diberikan. Untuk mengatasi hal tersebut, pelaku pemasaran sosial harus mengembangkan pesan yang beragam yang akan diberikan kepada kelompok sasaran, hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa elemen seperti yang digambarkan pada gambar berikut (Kotler and Roberto, 1989, hal 225-226):



Gambar 2.2 Tampilan Pesan dari Komunikasi Personal

Sumber : Kotler and Roberto 1989 hal 226

Dua fitur produk sosial dapat dibedakan dalam mendesain pesan. Pertama fitur fisik atau teknis, seperti ukuran, materi, bentuk, isi dan hal yang dapat dilihat lainnya yang merupakan perhatian pelaku pemasaran sosial untuk diteliti dan dikembangkan. Kedua adalah fitur sensori adalah hal yang dapat kelompok sasaran rasakan, dengar, cium, dan lihat.

Keuntungan dari pesan yang diberikan juga harus diperhatikan. Keuntungan tersebut terbagi atas dua jenis, yaitu keuntungan fungsional yang berkaitan dengan apa yang dilakukan oleh produk sosial bagi kelompok sasaran dan yang kedua adalah keuntungan emosional adalah perasaan apa yang diperoleh oleh kelompok sasaran jika ia menggunakan produk sosial yang diberikan.

Penyuluhan juga dapat dikategorikan sebagai salah satu education strategy, karena Margono Slamet (2000) menekankan esensi penyuluhan sebagai kegiatan pemberdayaan masyarakat yang telah mulai lazim digunakan oleh banyak pihak sejak Program Pengentasan Kemiskinan pada dasawarsa 1990-an.

Terkait dengan hal tersebut, dalam perjalanannya, kegiatan penyuluhan diartikan dengan berbagai pemahaman, seperti:

1. Penyebar-luasan (informasi)
2. Penerangan/penjelasan
3. Pendidikan non-formal (luar-sekolah)
4. Perubahan perilaku
5. Rekayasa sosial
6. Pemasaran inovasi (teknis dan sosial)
7. Perubahan sosial (perilaku individu, nilai-nilai, hubungan antar individu, kelembagaan, dll)
8. Pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*)
9. Penguatan komunitas (*community strengthening*) (Prinsip-prinsip..., 2007)

2.3.3.4 Perencanaan Program Pemasaran Sosial

Setelah menetapkan tujuan umum, manajemen yang lebih mendetail terhadap program bauran pemasaran sosial harus dipersiapkan. Elemen pertama yang harus disiapkan dalam pengolahan pemasaran sosial adalah produk sosial. Hal yang perlu dilakukan dalam menentukan produk sosial adalah :

1. Bagaimana produk sosial dapat diposisikan sebagai dasar penelitian ke dalam persepsi, sikap, dan motivasi kelompok sasaran.
2. Nama yang cocok pada produk sosial akan mempengaruhi posisi produk.
3. Pengemasan yang bagus, hal ini mencakup bahan, bentuk, ukuran, warna, dan kalimat dalam kemasan.

Selanjutnya elemen pemasaran massa dan pemilihan komunikasi diubah kedalam sebuah taktik program. Taktik program juga harus dikembangkan untuk distribusi dan komunikasi personal secara langsung. Dalam penjualan, produk sosial memerlukan sikap dan keterampilan yang berbeda dari kekuatan penjualan dalam bisnis yang biasanya muncul. Program promosi untuk kelompok sasaran bertujuan untuk mempresentasikan kepada kelompok sasaran agar mereka termotivasi untuk bertindak. Pelaku pemasaran sosial harus menetapkan taktik program untuk mengantarkan pelayanan.

2.3.3.5 Organizing, Implementing, Controlling, and Evaluating the Social Marketing Efforts.

Dalam proses pemasaran sosial, tahapan terakhir adalah mengorganisasikan sumber daya pemasaran, mengimplementasikan program pemasaran sosial, mengontrol keberlangsungan program, dan mengevaluasi hasil dari implementasi tersebut. Prinsip manajemen yang terkenal menekankan bahwa bahkan rencana yang paling baik dan paling hati-hati dapat tidak berhasil jika tidak dilaksanakan dan dikontrol dengan baik. Kontrol dan evaluasi yang efektif memerlukan data mengenai tanggapan dari kelompok sasaran terhadap program sosial yang diterapkan, yang dibuat berdasarkan penelitian pemasaran sosial. Berikut ini adalah gambar tahapan pemasaran sosial :



Gambar 2.3 Tahapan Pemasaran Sosial

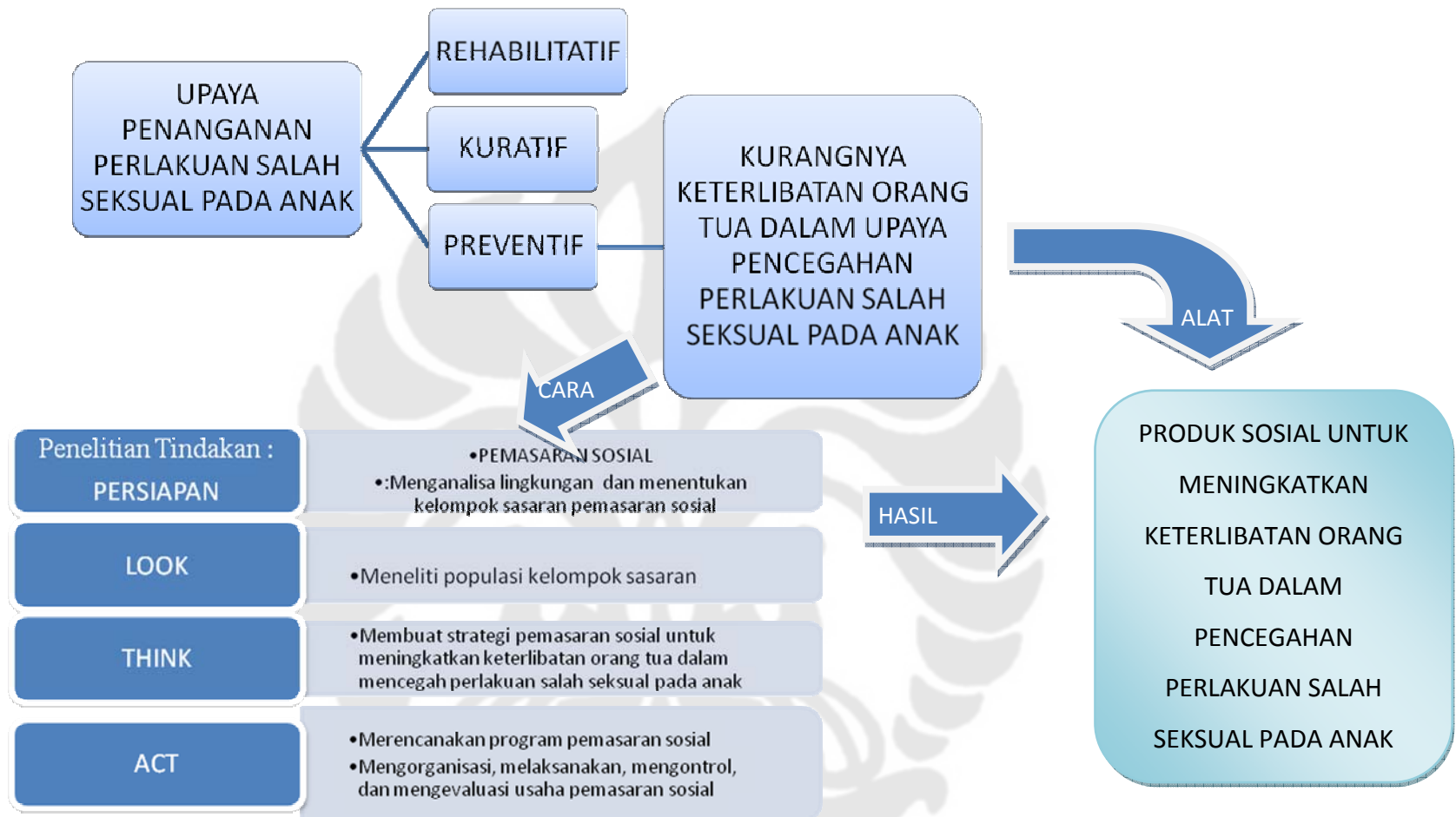
Sumber : Kotler and Roberto 1989, hal

2.4 Alur Pikir Penelitian

Penelitian ini menekankan pada tindakan pencegahan sebagai salah satu upaya penanganan yang perlu dilakukan untuk mengatasi masalah perlakuan salah seksual pada anak. Untuk mencegah terjadinya perlakuan salah seksual pada anak keterlibatan berbagai pihak perlu ditingkatkan, terutama orang tua. Keterlibatan orang tua dalam upaya pencegahan perlakuan salah seksual pada anak ini masih sangat kurang. Di lain pihak orang tua adalah pihak yang mengemban tanggung jawab terhadap keberlangsungan hidup anak. Kurangnya keterlibatan orang tua ini disebabkan oleh berbagai sebab. Salah satunya adalah orang tua memiliki pandangan yang salah terhadap perlakuan salah seksual pada anak. Mereka memiliki anggapan bahwa anak mereka terlindungi dari perlakuan salah seksual pada anak karena mereka telah mengawasi anak mereka dengan baik.

Keterlibatan orang tua dalam mencegah perlakuan salah seksual pada anak perlu ditingkatkan. Kombinasi penelitian tindakan dan pemasaran sosial digunakan dalam penelitian ini untuk melihat upaya apa yang dapat dilakukan agar keterlibatan orang tua dalam pencegahan perlakuan salah seksual pada anak dapat meningkat. Pemasaran sosial dan penelitian tindakan memberikan strategi yang sistematis dalam upaya yang dilakukan agar keterlibatan orang tersebut meningkat sehingga upaya tersebut direncanakan dan dilakukan dengan sistematis dan terencana, dan hasil yang dicapai pun lebih efektif dan efisien. Alur pikir penelitian ini digambarkan dengan skema berikut :





Gambar 2.4 Alur Penelitian

Sumber : diolah sendiri