

Kampanye, Seminar, dan Penyuluhan #SalingJaga atas Pelecehan Seksual di Tempat Publik

Zenny Rezania Dewantary¹⁾, Anathasia Citra²⁾,
Fransiska Rachel³⁾, Abhirama SD Perdana⁴⁾

¹⁾Fakultas Humaniora, Universitas Presiden, zennyrezania@president.ac.id

²⁾Fakultas Humaniora, Universitas Presiden, anathasia.citra@president.ac.id

³⁾Fakultas Komputer, Universitas Presiden, f.rachel@president.ac.id

⁴⁾Fakultas Humaniora, Universitas Presiden, perdana.abhirama@president.ac.id

ABSTRAK

Pelecehan seksual menjadi hal yang dianggap kurang penting untuk disuarakan, apalagi untuk diperjuangkan. Masyarakat yang cenderung lebih mementingkan kehormatan keluarga, bahkan menganggap pelecehan seksual adalah hal yang memalukan dan merendahkan nama baik keluarga. Selain di rumah, pelecehan seksual juga sering terjadi di tempat umum, seperti transportasi umum, tempat kerja, tempat sekolah, dan fasilitas umum lainnya. SalingJaga adalah wadah yang menyuarakan pelecehan seksual yang terjadi di ruang publik, dan merupakan hasil kolaborasi 3 program studi yakni Komunikasi, Ilmu Hukum, dan Desain Komunikasi Visual President University. Tim ini kemudian disebut *Guardians*. Tujuan dari gerakan kampanye ini adalah untuk meningkatkan kepedulian setiap orang yang menyaksikan pelecehan seksual di tempat umum dan berani untuk saling menjaga (*bystander intervention*) melalui kegiatan berupa sosialisasi di sosial media instagram, instalasi pameran, serta seminar ke sekolah menengah di Kuningan.

Kata Kunci: Pelecehan Seksual, Tempat Publik, Kesadaran Publik, SalingJaga

ABSTRACT

Sexual harassment is still considered irrelevant to voice, let alone to fight for. People tend to put more concerns on family honor, and even consider sexual harassment as a shameful act and degrading their family's name. Apart from at home, sexual harassment also often occurs in public places—public transportation, workplaces, schools, and other public facilities. SalingJaga is a forum that voices concerns on sexual harassment that occurs in public spaces, and is the result of a collaboration amongst 3 undergraduate programs, those are Law, Communication Studies, and Visual Communication Design, at President University. SalingJaga forms a team that is hailed as Guardians. The purpose of this movement is to raise the awareness of everyone who witnesses sexual harassment in public places and has the courage to look after each other (bystander intervention) through activities in the form of socialization on Instagram social media, exhibition installations, and seminars to secondary schools in Kuningan.

Keywords: Sexual Harassment, Public Spaces, Public Awareness, SalingJaga

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pelecehan seksual atau pencabulan adalah salah satu bentuk dari kekerasan seksual. Definisi pelecehan seksual menurut Komnas Perempuan (2014) adalah tindakan seksual lewat sentuhan fisik maupun non-fisik dengan sasaran organ seksual atau seksualitas korban. Termasuk menggunakan siulan, main mata, ucapan bernuansa seksual, mempertunjukkan materi pornografi dan keinginan seksual, colekan atau sentuhan di bagian tubuh, gerakan atau isyarat yang bersifat seksual sehingga mengakibatkan rasa tidak nyaman, tersinggung, merasa direndahkan martabatnya, dan mungkin sampai menyebabkan masalah kesehatan dan keselamatan.

Ciri-ciri perbuatan yang termasuk klasifikasi pelecehan seksual tersebut banyak ditemukan di tempat-tempat publik. Berlainan dengan bentuk kekerasan seksual seperti pemerkosaan, pelecehan seksual dapat terjadi di tempat umum. Tempat-tempat umum seperti tempat kerja, sekolah/universitas, dan sarana transportasi umum seringkali muncul di media massa sebagai TKP pelecehan seksual yang mayoritas dilakukan oleh laki-laki. Contohnya pelecehan seksual yang terjadi di *commuter line* di mana korban dilecehkan secara fisik saat gerbong sedang padat penumpang. Korban kesulitan untuk mendapat perlindungan karena penumpang sekitarnya tidak ada yang bertindak selama kejadian berlangsung. Laporan yang disampaikan setelah peristiwa pun sulit untuk dieksekusi walau pihak pengelola *commuter line* sudah bekerja sama, karena sulit mengidentifikasi pelaku di tengah padatnya penumpang.

Selain transportasi umum, tempat belajar seperti sekolah dan universitas juga menjadi tempat di mana pelecehan seksual terjadi. Tempat di mana siswa/mahasiswa seharusnya mendapat hak belajar dan perlindungan selama belajar, dapat menjadi tempat kejahatan terjadi. Terutama saat korban memiliki posisi lemah dan pelaku memiliki "power" untuk mengambil keuntungan. Contohnya seorang mantan wakil kepala sekolah di Jakarta Timur menjadi terpidana pelecehan seksual yang dilakukan terhadap muridnya.

Tempat kerja pun tak lepas menjadi TKP pelecehan seksual. Pekerja kantor maupun pekerja pabrik tidak luput mengalami berbagai bentuk pelecehan seksual. Bentuk pelecehan itu beragam, seperti siulan, godaan, dan rayuan seksual; dipandang secara nakal; diejek tubuhnya; diraba; tubuh dipepet; diintip lewat celah baju; diintip saat di kamar kecil; dipaksa membuka baju; tubuh disentuh; pantat dan payudara diremas; dipeluk dan digendong paksa; diajak hubungan seksual; dan dicium paksa.

Pelecehan seksual menjadi kasus yang banyak terjadi di banyak kawasan. Tidak hanya berupa pelecehan fisik namun juga bersifat verbal/non-fisik. Selain itu pelecehan juga terjadi tidak hanya di kota besar, melainkan juga di kota-kota kecil dimana pengetahuan mengenai batasan bentuk pelecehan masih abu-abu.

1.2. Tujuan Kegiatan

Kegiatan yang dilakukan adalah program peningkatan kesadaran akan bahaya pelecehan seksual dengan target peserta adalah siswa/siswi sekolah menengah atas, mahasiswa/mahasiswi dan dosen universitas, dan karyawan/karyawati perusahaan dan pabrik-pabrik di Kawasan Jababeka maupun kota lain di Jawa Barat.

Bentuk dari kegiatan berupa kampanye, termasuk seminar yang menghadirkan profesional dan tokoh yang relevan dengan topik anti pelecehan seksual, serta kunjungan ke sekolah menengah untuk mengkampanyekan kesadaran mengenai pelecehan seksual dan kegiatan untuk mengantisipasi.

1.3. Manfaat Kegiatan

Kegiatan berhasil mendapatkan konklusi dan rekomendasi guna pengembangan keamanan dan kenyamanan bekerja, bersekolah, dan bertransportasi umum bagi mereka yang berkegiatan di area publik.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1. Isu Pelecehan Seksual di Ruang Publik

Melalui laporan hasil penelitian UN Women bertajuk *Scoping Study Audit Keamanan di Tiga Wilayah Jakarta* yang dirilis November 2017, sebuah langkah progresif dimulai untuk memperhitungkan ruang publik dan fasilitas publik yang aman dari risiko pelecehan seksual terhadap perempuan. Walaupun pelecehan seksual ruang publik tidak hanya terjadi pada perempuan, namun perempuan yang paling rentan menjadi korban. *Gender based violence* atau kekerasan berbasis gender merupakan istilah yang merujuk kepada kekerasan yang melibatkan laki-laki dan perempuan. Biasanya yang menjadi korban adalah perempuan, sebagai akibat adanya distribusi kekuasaan yang timpang antara laki-laki dan perempuan. Berdasarkan ruang lingkupnya, kekerasan terhadap perempuan dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- a. Kekerasan dalam wilayah keluarga (*domestic violence*);
- b. Kekerasan dalam wilayah publik atau masyarakat (*public domain*); dan
- c. Kekerasan yang dilakukan oleh negara (*state*).

Gerakan SalingJaga fokus pada kekerasan seksual di ruang publik dengan merujuk temuan dan hasil survei Koalisi Ruang Publik Aman (KRPA) pada 2018 yang menyebutkan transportasi publik di Indonesia masih sangat rentan menjadi ruang untuk terjadi pelecehan. Hal ini tampak dari hasil survei yang dilakukan Koalisi Ruang Publik Aman (KRPA) pada 2018. Survei menemukan 3 dari 5 perempuan dan 1 dari 10 laki-laki pernah mengalami pelecehan di ruang publik. Survei yang diikuti 62.224 responden ini juga mengungkap fakta bahwa perempuan 13 kali lebih rentan mengalami pelecehan di ruang publik dibandingkan laki-laki (Alaidrus, 2019).

Hasil survei Pelecehan Seksual di Ruang Publik 2018 yang dikeluarkan oleh Koalisi Ruang Publik Aman (Alaidrus, 2019) memaparkan sebanyak 46,80 persen responden mengaku pernah mengalami pelecehan seksual di transportasi umum. Data tersebut diambil dari 62.224 responden. Transportasi umum (15.77 persen) menjadi lokasi kedua tertinggi terjadinya pelecehan, setelah jalanan umum (28.22 persen). Moda transportasi umum yang dilaporkan terjadi pelecehan antara lain adalah bus (35.80 persen), angkot (29.49 persen), KRL (18.14 persen), ojek online (4.79 persen), dan ojek konvensional (4.27 persen). Pelecehan yang sering terjadi di transportasi umum datang dalam bentuk verbal, diikuti

dengan nonverbal atau fisik. Bentuknya cukup beragam, yakni siulan atau suitan (5392 orang), suara kecupan, komentar atas tubuh (3628), main mata (3325), diraba atau dicekam (1826), komentar rasis (1753), didekati dengan agresif dan terus-menerus (1445), digesek dengan alat kelamin (1411), diikuti atau dikuntit (1215), gestur vulgar (1209), suara kecupan (1001), dipertontonkan masturbasi publik (964), dihadang (623), diperlihatkan kelamin (35), difoto secara diam-diam (11), serta diintip (7).

2.2. Rangkaian Pelaksanaan Kegiatan

Berkaitan dengan isu SalingJaga atas pelecehan di tempat publik, dilaksanakan rangkaian kegiatan kampanye dan penyuluhan, seminar serta pameran yang dibahas lebih lanjut di bawah ini.

a. Kampanye dan Penyuluhan

Kampanye secara umum dijelaskan secara singkat merupakan upaya yang dikelola oleh satu kelompok (agen perubahan) di mana tujuannya adalah untuk membujuk atau mempengaruhi yang lain (target adopters), untuk menerima, memodifikasi, atau meninggalkan ide-ide tertentu, sikap, praktik, dan perilaku. Sementara kampanye komunikasi publik dapat didefinisikan sebagai upaya untuk menginformasikan atau mempengaruhi perilaku khalayak massa di dalam jangka waktu yang ditentukan dengan menggunakan serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisir dan struktur pesan yang dimediasi di banyak saluran pada dasarnya untuk menghasilkan manfaat nonkomersial untuk individu dan masyarakat (Rice & Atkin, 2009; Rogers & Storey, 1987).

Dalam proses memulai kampanye, segmentasi audiens dan kampanye desain sangat penting. Daripada menargetkan publik luas, kampanye desainer kemungkinan besar akan menetapkan target spesifik yang memegang bagian penting dari masalah utama. Setelah memilih segmen yang tepat, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi penentu dan menciptakan strategi yang mempengaruhi melalui sikap, kepercayaan, pengetahuan, pengaruh sosial, dan kekuatan lingkungan dari audiens segmentasi (Rice & Atkin, 2009)

SalingJaga menggunakan metode-metode kampanye untuk mempublikasikan gerakan ini, antara lain dengan membuat judul kampanye, membuat logo dan publikasi yang mudah dikenali dan membuat tagline yang menarik, dan dilanjutkan dengan penyuluhan lapangan yang dilaksanakan di SMK Pertiwi Kuningan, pada hari Jumat, tanggal 6 Desember 2019. Kampanye dan penyuluhan ini dihadiri puluhan guru dan pelajar SMK tersebut. Pemateri dalam kegiatan ini adalah para Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi yang membantu upaya amplifikasi kesadaran akan isu pelecehan seksual di ruang publik.

b. Pameran

Pameran adalah acara yang menyatukan kelompok produsen, distributor, dan jasa yang terkait kedalam satu lokasi yang dirancang khusus untuk industri khusus (Gottlieb, Brown, & Feerier, 2014). Pameran digambarkan sebagai bagian penting dari bauran pemasaran, dan oleh karena itu pemasar selalu memanfaatkan pameran (Kellezi, 2014).

SalingJaga menggunakan pameran sebagai fasilitas untuk menggaungkan pesan dari kampanye ini, tim memanfaatkan pameran untuk meningkatkan kesadaran banyak orang mengeneai gerakan anti kekerasan seksual di ruang publik dimana pengunjung pameran akan berbagi informasi gerakan ini dengan mengunggah acara pameran dan yang dipamerkan pada sosial media mereka masing-masing.

Perencanaan yang baik akan menuntun kepada keberhasilan sebuah pameran, dalam merencanakan sebuah pameran perlu ditentukan apakah pameran itu untuk membentuk citra atau menimbulkan simpati atau untuk mengubah pandangan umum atau hanya memberi penerangan atau informasi atau bahkan diharapkan pameran tersebut akan menjadikan tempat terjadinya transaksi jual beli (Evelina, 2005).

Perencanaan sebuah pameran yang matang akan menghasilkan sebuah pameran yang berkualitas. Perencanaan itu diantaranya:

1) Menentukan Tema

Tema sangat penting untuk menentukan langkah selanjutnya dimana tema merupakan akar dari pameran yang akan diselenggarakan. Penentuan tema ini termasuk dengan memilih produk/jasa yang akan difokuskan pada saat pameran. Hal ini juga harus disesuaikan dengan target pengunjung pameran itu nantinya.

2) Stan Pameran

Dalam pameran, stan merupakan wujud representasi dari event kampanye. Karenanya stan harus dipersiapkan dengan sangat baik. Perencanaan stan diawali dengan memilih lokasi pada *floor plan*, termasuk ukuran stan tersebut. Stan yang lebih besar akan mendapatkan respon yang lebih besar pula jika diimbangi dengan jumlah penjaga stan yang cukup juga. Setelah pemilihan lokasi, design stan, *furniture* yang digunakan, pemilihan warna, peletakan logo kampanye maupun informasi mengenai kampanye juga harus dipertimbangkan dengan matang karena merupakan medium untuk menyampaikan pesan.

3) Menentukan Petugas Jaga Pameran

Studi menunjukkan bahwa pengalaman pengunjung tidak terlalu bergantung pada tampilan stan yang seperti apa, tapi lebih pada siapa yang bekerja di stan (Gilliam, 2015). Oleh karena itu pemilihan petugas stan merupakan salah satu strategi dalam perencanaan pameran.

Selama pameran berlangsung, duta dari perusahaan diharapkan mampu menjadi juru bicara perusahaan dalam memberikan informasi ataupun menjelaskan tentang perusahaan dan produk dalam pameran (Sowder, 2006).

4) Publikasi dan Promosi Pameran

Sangat penting untuk melakukan promosi dan publikasi agar banyak pelanggan/masyarakat yang mengetahui tentang gerakan ini. Saluran-saluran komunikasi yang bisa digunakan untuk mempromosikan pameran adalah melalui *e-mail*, media sosial, ataupun *blog/website*. Selain melalui online, menambahkan promosi juga bisa dilakukan dengan mengirimkan undangan *free-pass* kepada kolega atau pelanggan (Rezabek, 2016).

c. Seminar

Secara etimologis, kata seminar berasal dari bahasa Latin "*seminarium*" yang artinya "tanah tempat menanam benih". Seminar adalah suatu pertemuan sekelompok orang yang diselenggarakan untuk membahas suatu masalah dan mencari solusi ilmiah terhadap permasalahan tersebut. Selain itu, seminar adalah suatu pertemuan yang dilakukan oleh sekelompok orang dengan tujuan untuk membahas suatu topik tertentu dan mencari solusi terhadap permasalahan dengan cara interaksi tanya-jawab. Tujuan kegiatan seminar adalah untuk menyampaikan suatu pendapat atau hal baru kepada para peserta. Dengan begitu, para peserta seminar mendapatkan informasi baru yang dapat dikembangkan menjadi sesuatu yang lebih luas kepada khalayak (Ibeng, 2020).

Seminar biasanya berbentuk forum interkasi dua arah antara pembicara dan juga audiens dimana materinya mengacu pada masing-masing materi dari keahlian pembicara atau narasumber yang fokus pada tema besarnya. Dalam seminar, ada isu teraktual yang dibicarakan berkenaan dengan topik serta adanya respon dari audiens berupa pertanyaan dan pernyataan.

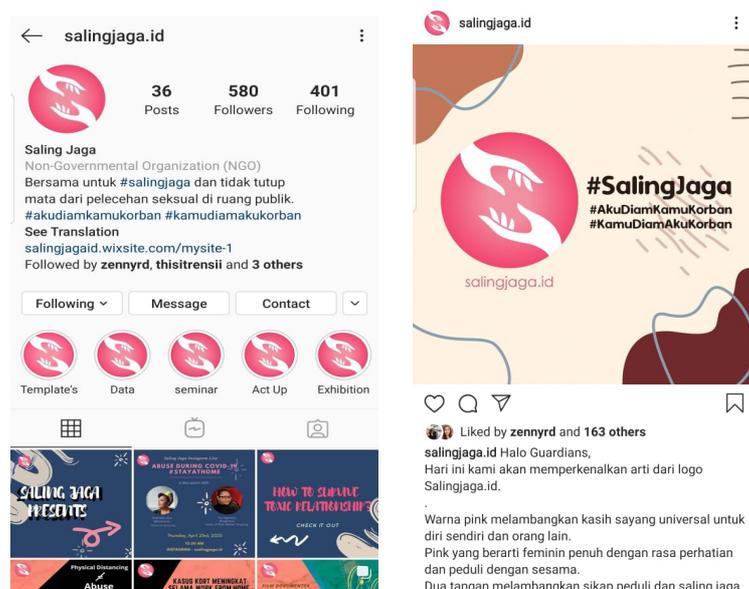
Seminar melibatkan pembawa acara, yang memulai acara dengan memperkenalkan moderator dan nara sumber serta memberikan informasi secara umum mengenai topik dan juga rangkaian acara (*rundown*) seminar. Selain itu ada moderator yang akan memegang kendali acara, memandu dan mengajukan pertanyaan dan membuat kesimpulan. Moderator memandu tanya jawab dengan narasumber yang terdiri dari orang-orang yang ahli pada bidang atau topik yang dibahas dalam seminar. Pihak lain yang terlibat adalah audiens/peserta yang tidak hanya melihat dan mendengarkan tapi juga bisa interaktif dan memberikan tanggapan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

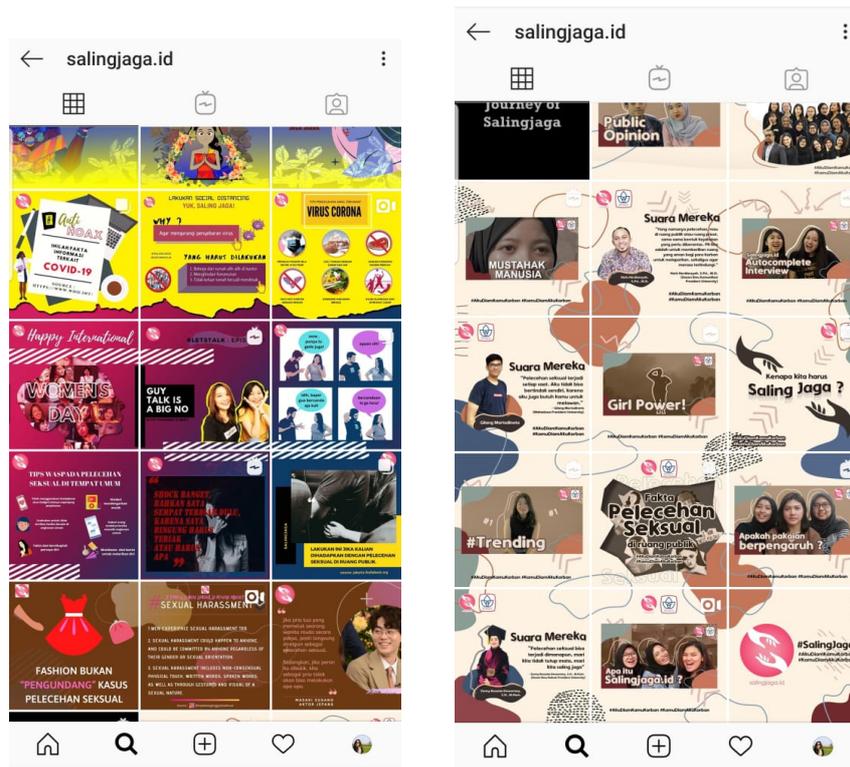
Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, kasus pelecehan seksual saat ini merupakan hal yang sangat sering terjadi dan menjadi bahan perbincangan oleh banyak kalangan. Beberapa perilaku yang termasuk ke dalam pelecehan seksual dianggap sebagai hal yang wajar. Meskipun menjadi hal yang 'mainstream' dikalangan masyarakat, hingga saat ini masyarakat enggan membuka suara mengenai pelecehan seksual. Bahkan korban maupun saksi enggan untuk membuka suara dikarenakan masih sedikitnya masyarakat yang peduli akan permasalahan ini. Dengan maraknya pelecehan seksual di Indonesia, maka didapat keputusan untuk membuat kampanye yang diberi judul SalingJaga. Kampanye dilaksanakan oleh Komunitas yang terdiri dari tim 4 orang dosen dan 20 orang mahasiswa President University bersatu untuk mendukung lingkungan yang lebih aman bagi perempuan dan laki-laki dari pelecehan seksual di ruang publik.

3.1. Kampanye melalui Sosial Media

Kegiatan ini terdiri dari kampanye melalui sosial media yang dilakukan melalui fitur platform Instagram (Gambar 1 dan Gambar 2). Dengan menggunakan akun instagram salingjaga.id, tim berbagi konten dari narasumber-narasumber dan informasi berupa data yang didapat dari berbagai sumber. Tim juga melakukan engagement dengan organisasi-organisasi serupa yang telah lebih dulu ada, melalui akun instagram tersebut. Salah satunya adalah dengan Lentera Sintas Indonesia yang kemudian menugaskan perwakilan untuk berbicara di seminar yang diadakan dipenghujung kampanye.



Gambar 1.
Logo SalingJaga di Instagram: salingjaga.id



Gambar 2.
Kampanye SalingJaga di Instagram: salingjaga.id

3.2. Seminar, Pameran Poster, Penyuluhan SalingJaga

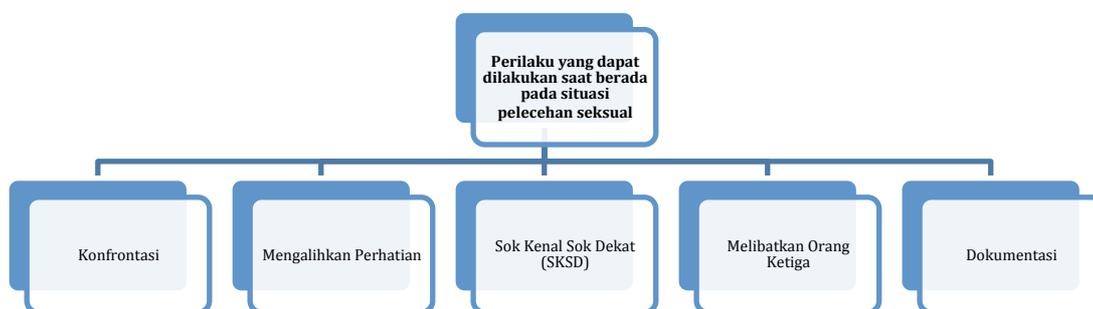
Seminar bertema pelecehan seksual di ruang publik diadakan dua kali, yang pertama dilaksanakan di Adam Kurniawan Library, Kampus President University Cikarang, pada tanggal 3 Desember 2019 dan di SMK Pertiwi Kuningan pada tanggal 6 Desember 2019.

Seminar pertama mengundang Natasya Kusumawardani S.IP., MPROFSTUDS. (HONS) selaku CEO Youth Action Beyond Limitation, Astri Ramyaziza Hashilah selaku Volunteer Campaign Office Lentera_Id, dan IPTU. Aliyani, S.H selaku KANIT PPA Polres Metro Bekasi sebagai pembicara (Gambar 3).



Gambar 3.
Seminar SalingJaga di Adam Kurniawan Library, President University

Menurut salah satu narasumber, Astri Ramyaziza Hashilah, ada 5 hal yang dapat dilakukan saat menyaksikan atau bahkan berada dalam situasi pelecehan seksual (Gambar 4). Pertama adalah *konfrontasi*, hal ini merupakan pilihan tersulit yang dapat kita lakukan sebab tidak semua orang memiliki keberanian yang cukup untuk secara langsung menegur pelaku tindak pelecehan seksual. Kedua adalah *mengalihkan perhatian*, sebagai contoh kita dapat berteriak “Maling” untuk mengalihkan perhatian, teriakan “Maling” nyatanya lebih cepat di respon dibandingkan dengan “Tolong”. Hal ini dapat membuat pelaku tertekan dan ketakutan sebab ia khawatir menjadi pusat perhatian. Ketiga adalah *Sok Kenal Sok Dekat (SKSD)*, pelaku pelecehan seksual cenderung melakukan tindak pelecehan terhadap korban yang sedang sendirian karena pelaku merasa lebih kuat dibandingkan sang korban. Untuk itu SKSD kepada orang lain akan sangat membantu, sebab korban tidak sendirian. Keempat adalah *orang ketiga*, saksi dapat langsung mencari orang lain dan menceritakan hal yang ia saksikan, setelah itu saksi dan orang ketiga dapat mengambil tindakan bersama. Kelima adalah *dokumentasi*, memilih untuk mendokumentasikan tindakan pelecehan seksual yang tidak semudah yang dibayangkan. Jika pada akhirnya dokumentasi menjadi tindakan yang dipilih, hasil dokumentasi tidak dapat seenaknya dibagikan atau dilaporkan. Hasil dokumentasi yang dimiliki harus dikonfirmasi terlebih dahulu kepada korban yang bersangkutan, agar korban dapat menentukan tindakan yang akan ia lakukan selanjutnya.



Gambar 4.
Hal-hal yang Dapat Dilakukan Saat Berada dalam Situasi Pelecehan Seksual

Bersamaan dengan seminar, diadakan juga sebuah pameran yang dilangsungkan hingga keesokan harinya tanggal 4 Desember 2019 (Gambar 5). Pameran ini memamerkan karya mahasiswi Desain Komunikasi Visual President University dalam bentuk poster (Gambar 6). Poster-poster ini menampilkan karya dengan tema anti pelecehan seksual di ruang publik. Ditampilkan juga beberapa bukti fisik korban pelecehan seksual berupa baju yang mereka gunakan saat mengalami kejadian. Kampanye SalingJaga mampu menarik perhatian para mahasiswa President University.



Gambar 5.
Pelaksanaan Pameran SalingJaga



Gambar 6.
Contoh Poster SalingJaga

Pada tanggal 6 Desember 2019, seminar dilanjutkan ke kota Kuningan bertempat di SMK Pertiwi Kuningan (Gambar 7). Seminar ini didukung oleh Bupati Kuningan, Bapak H. Acep Purnama, S.H., M.H. Bapak H. Acep Purnama mengatakan "Seringnya terjadi pelecehan di ruang publik dikarenakan mental masyarakat masih rendah sehingga mudah untuk diadu domba dan banyak masyarakat juga masih kurang melek terhadap teknologi sehingga, teknologi masih sering disalahgunakan untuk menonton dan menyebarkan konten pornografi" (Gambar 8).



Gambar 7.
Pelaksanaan Seminar SalingJaga di SMK Pertiwi Kuningan



Gambar 8.
Bupati Kuningan Bapak H. Acep Purnama, S.H., M.H

Selain itu, kurangnya kemampuan ekonomi juga menjadi salah satu alasan sehingga warga masih dengan mudahnya terbujuk. Edukasi pun dinilai kurang padahal kasus seperti pelecehan seksual seharusnya bukan menjadi hal yang tabu karena ini merupakan sesuatu yang wajib diketahui bagi generasi muda khususnya di Kabupaten Kuningan. Maka dari itu, Bupati Kuningan Bapak H. Acep Purnama, S.H., M.H menyambut baik tim SalingJaga dan berharap dengan adanya kegiatan SalingJaga yang diadakan oleh tim President University dapat memberikan edukasi dan juga informasi khususnya bagi generasi Muda yang ada di Kabupaten Kuningan.

Setelah bertemu dengan Bapak Bupati Kuningan, Tim SalingJaga mengajak generasi muda khususnya para pelajar dengan mengunjungi salah satu SMK swasta di Kabupaten Kuningan untuk ikut Gerakan SalingJaga dan tidak tutup mata terhadap kasus pelecehan seksual. Tim SalingJaga mengunjungi SMK Pertiwi Kuningan untuk memberikan edukasi dan juga informasi mengenai pelecehan seksual khususnya yang ada diruang publik. Siswa-siswi SMK Pertiwi Kuningan menyambut baik hal ini dengan antusiasme yang sangat besar yang dapat dilihat dengan semangat mereka mengikuti dan juga aktif dalam kegiatan seminar.

Para peserta dengan semangat bertanya dan memberikan pendapat mereka tentang pelecehan seksual di ruang publik. Pada kesempatan ini diadakan juga sesi "*Speak Up*". Sesi ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada para siswa-siswi SMK Pertiwi Kuningan untuk berani berbicara mengenai kasus pelecehan seksual di ruang publik yang pernah mereka atau teman serta kerabat mereka alami. Setelah seminar di SMK Pertiwi Kuningan dilaksanakan, para siswa-siswi disana menjadi lebih berani untuk *Speak up* mengenai pelecehan seksual. Banyak dari mereka yang menghubungi beberapa mahasiswa yang terlibat dalam SalingJaga untuk membagikan cerita mereka. Acara seminar di SMK Pertiwi Kuningan pun ditutup dengan menyahutkan tagline dari SalingJaga, yaitu "Aku Diam Kamu Korban, Kamu Diam Aku Korban."

Tabel 1 menunjukkan ringkasan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Tim SalingJaga. Kegiatan dimulai pada November 2019 dan tetap berlangsung hingga Mei 2020.

Tabel 1.
Ringkasan Kegiatan Tim SalingJaga

No	Tanggal	Bentuk kegiatan	Lokasi
1	18 Nov 2019 sd saat ini (mei 2020)	Kampanye melalui Instagram	IG: salingjaga.id
2	3 Desember 2019	Seminar & Tanya Jawab	Adam Kurniawan Library, Kampus President University Cikarang
3	3-4 Desember 2019	Pameran Poster Pameran Baju Korban Pelecehan	Lobby A Kampus President University Cikarang
4	6 Desember 2019	Seminar Tanya Jawab	SMK Pertiwi Kuningan, Jawa Barat

4. KESIMPULAN

Pelecehan seksual di ruang publik merupakan tindakan yang tidak cukup hanya mendapatkan perhatian. Pelecehan seksual membutuhkan tindakan nyata dan kepedulian setiap insan untuk andil dalam mencegah, menyuarakan, dan bahkan melawan tindakan tidak terpuji ini.

Pelecehan seksual merupakan masalah setiap orang, bukan masalah aku, kamu, mereka, atau kita. Perlu adanya kesadaran dan keberanian korban maupun saksi untuk saling melindungi dan saling menjaga.

Diharapkan kegiatan kampanye ini dapat terus berlanjut melalui berbagai kegiatan dan promosi melalui berbagai media serta dapat diangkat ke dalam lingkup yang lebih luas, tidak hanya sebagai issue local namun dapat dibawa ke tingkat yang lebih luas lagi meliputi provinsi maupun nasional.

Semangat SalingJaga seharusnya dapat dipopulerkan lebih luas, karena #AkuDiamKamuKorban dan #KamuDiamAkuKorban.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada para pihak yang membantu terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu:

1. President University sebagai penyandang dana kegiatan, penyedia lokasi kegiatan seminar dan pameran, serta penyedia sarana transportasi untuk kegiatan kunjungan ke Kabupaten Kuningan, Jawa Barat
2. Natasya Kusumawardani S.IP., MPROFSTUDS. (HONS) selaku CEO Youth Action Beyond Limitation, sebagai narasumber pada kegiatan seminar pertama.
3. Astri Ramyaziza Hashilah selaku Volunteer Campaign Office Lentera_Id, pembicara pada kegiatan seminar pertama.
4. IPTU. Aliyani, S.H selaku KANIT PPA Polres Metro Bekasi sebagai pembicara pada kegiatan seminar pertama.

5. Rinaldy Aditya Gratama, S.Ds., M.A.B sebagai dosen Mata Kuliah Persuasive Design beserta mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Angkatan 2017 President University yang telah membuat berbagai poster kampanye untuk pameran.
6. Bpk. Acep Purnama, S.H., M.H., Bupati Kabupaten Kuningan, Jawa Barat
7. Bpk. Aris, dan seluruh staff protokoler dan HUMAS Kabupaten Kuningan
8. Ibu Dra. Cicih, Wakil Dinas Sosial Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kuningan
9. Bpk. Dea Ariana Vamitrianto, S.E., M.Si. selaku Kepala Sekolah beserta para guru SMK Pertiwi Kuningan, dan berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

6. REFERENSI

- Alaidrus, F. (2019). *Survei KRPA: 46,80% Responden Alami Pelecehan di Transportasi Umum*. Diunduh dari <https://tirto.id/emo8> <https://tirto.id/survei-krpa-4680-responden-alami-pelecehan-di-transportasi-umum-emo8>
- Evelina, L. (2005). *Event Organizer Pameran*. Jakarta: PT. Indek
- Gilliam, D. (2015) Trade Show Boothscapes. *Journal of Marketing Management*, 31(17), 1-21.
- Gottlieb, U., Brown, M. and Feerier, L. (2014). Consumer Perceptions of Trade Show Effectiveness. *Eurepean Journal of Marketing*, 48, 1-2.
- Kellezi, J. (2014). Trade Shows: A Strategic Marketing Tool for Global Vompetition, *Procedia Economics and Finance*, 9, 466-471.
- Komnas Perempuan. (2014). *15 Bentuk Kekerasan Seksual: Sebuah Pengenalan*. Diunduh dari https://www.komnasperempuan.go.id/file/pdf_file/Modul%20dan%20Pedoman/Kekerasan%20Seksual/15%20BTK%20KEKERASAN%20SEKSUAL.pdf
- Rezabek, S. (2016). *Promoting Your Trade Show Attendance*. Diunduh dari <http://www.demandzen.com/promoting-your-trade-show-attendance/>
- Rice, R. E., & Atkin, C. K. (2009). Public Communication Campaigns: Theoretical Principles and Practical Applications (452-484). *Media Effects*. New York: Routledge.
- Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). Communication Campaigns (817-846). *Handbook of Communication Science*. New Burry Park: Sage.
- Sowder, J. (2006). *Staffing Your Trade Show Booth*. Diunduh dari <https://www.entrepreneur.com/article/172072/>