

## **BAB III**

### **PENYAJIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. SAJIAN DATA**

Pada penyajian data ini, peneliti akan menampilkan data-data yang berhasil peneliti temukan di lapangan. Data tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber, dokumentasi, dan observasi peneliti di LBH APIK Yogyakarta. Adapun data yang disajikan pada bab tiga ini terdiri dari tahap riset, perencanaan, implementasi program, pesan yang disampaikan, media yang digunakan, efek yang terjadi, evaluasi serta faktor pendukung dan penghambat kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga tahun 2012. Langkah-langkah Kampanye LBH APIK Yogyakarta adalah sebagai berikut:

##### **1. Tahap Strategi**

Sebelum melakukan perencanaan kegiatan kampanye LBH APIK Yogyakarta terlebih dahulu melakukan analisis terhadap lingkungan. Analisis dalam hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Analisis SWOT itu sendiri merupakan analisis berdasarkan empat elemen yaitu *Streight* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (Kesempatan), dan yang terakhir adalah *Threats* (tantangan). Analisis dilakukan terhadap masyarakat setempat, yang meliputi sosial, budaya, dan ekonomi, serta analisis terhadap aspek-

aspek lain yang menunjang keberhasilan kampanye yang akan dilaksanakan. Misalnya, tentang peluang pendanaan, peluang jaringan dan kerjasama dengan pihak-pihak terkait seperti pemerintah daerah dan media.

Pada tahap analisis ini LBH APIK Yogyakarta menemukan masalah-masalah yang nantinya akan dikelompokkan dan menjadi dasar dari perencanaan program kampanye yang akan dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta. Sebagaimana diungkapkan oleh penanggung jawab kampanye LBH APIK Yogyakarta: “Dalam riset ini LBH APIK Yogyakarta melaksanakannya dengan langsung turun ke lapangan dan mengamati keadaan sosial, budaya dan ekonomi masyarakat luas” (Hasil wawancara peneliti dengan Rina Imawati, SH, selaku penanggung jawab kampanye LBH APIK Yogyakarta, 9 November 2011).

Analisis yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta, dilaksanakan oleh tim kampanye LBH APIK Yogyakarta yang diketuai oleh saudari Rina Imawati, SH., bersama staf penyadaran hukum. Namun tim dari LBH APIK ini tidak bekerja sendiri, tapi dibantu oleh volunteer yang umumnya adalah mahasiswa. Hal ini dikarenakan keterbatasan sumber daya manusia di LBH APIK Yogyakarta sendiri.

Pada setiap daerah yang di sana akan dilakukan analisis, LBH APIK Yogyakarta akan membuat surat izin kepada pemerintah daerah dalam hal ini pemerintah kabupaten dan kecamatan setempat. Kemudian setelah mendapatkan izin, tim akan langsung berkoordinasi dengan tokoh

masyarakat dan jika ada LBH APIK Yogyakarta juga berkoordinasi dengan kader-kader LBH APIK Yogyakarta yang ada di daerah bersangkutan. Dengan demikian LBH APIK Yogyakarta dapat memperoleh informasi yang lengkap tentang khalayak sasaran kampanye LBH APIK Yogyakarta, termasuk didalamnya khalayak untuk kampanye dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga di Yogyakarta.

Adapun hasil dari riset yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta terkait dengan masalah kekerasan dalam rumah tangga adalah sebagai berikut, seperti yang diungkapkan oleh Rina Imawati, SH., selaku direktur LBH APIK Yogyakarta kepada peneliti pada 9 November 2014:

- 1) Strength atau kekuatan yang mendukung LBH APIK Yogyakarta terkait dengan masalah kekerasan dalam rumah tangga antara lain:
  - Kesiapan LBH APIK Yogyakarta dalam menghadapi kasus-kasus kekerasan dalam rumah tangga yang terjadi di Yogyakarta.
  - Kebijakan pemerintah daerah dan pemerintah pusat dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga di Yogyakarta.
  - Dukungan dari donatur dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga.
  - Tersedianya SDM meskipun terbatas.
  - Tersedianya sarana dan prasarana
  - Jaringan media massa

*Strength* atau kekuatan ini merupakan faktor internal yang mendukung LBH APIK Yogyakarta dalam menghadapi kasus-kasus kekerasan dalam rumah tangga yang terjadi di Yogyakarta.

2) *Weakness* atau kelemahan yang dapat menghambat LBH APIK Yogyakarta terkait dengan masalah kekerasan dalam rumah tangga antara lain:

- Tekanan hidup, khususnya persoalan ekonomi yang dihadapi masyarakat membuat mereka melakukan kekerasan rumah tangga.
- Masih minimnya sosialisasi mengenai undang-undang terkait dengan kekerasan dalam rumah tangga.
- Kurangnya partisipasi masyarakat dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga.
- Pendanaan yang terbatas untuk melaksanakan kegiatan kampanye dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga di Yogyakarta.

*Weakness* atau kelemahan ini merupakan faktor internal yang menghambat LBH APIK Yogyakarta dalam menghadapi kasus-kasus kekerasan dalam rumah tangga yang terjadi di Yogyakarta.

3) *Opportunities* atau kesempatan yang mendukung LBH APIK Yogyakarta terkait dengan masalah kekerasan dalam rumah tangga antara lain:

- Bantuan dari lembaga-lembaga yang prihatin terhadap permasalahan kekerasan dalam rumah tangga di Yogyakarta.

- Kebijakan pemerintah pusat maupun daerah dalam upaya pencegahan dan penanggulangan kekerasan dalam rumah tangga.
- Dukungan dari berbagai pihak lain.

*Opportunities* atau kesempatan ini merupakan faktor eksternal yang mendukung LBH APIK Yogyakarta dalam menghadapi kasus-kasus kekerasan dalam rumah tangga yang terjadi di Yogyakarta.

4) *Threats* atau tantangan yang dapat menghambat LBH APIK Yogyakarta terkait dengan masalah kekerasan dalam rumah tangga antara lain:

- Mengubah perilaku masyarakat bukanlah hal yang mudah apalagi jika perilaku itu telah menjadi budaya dan mendarah daging di diri masyarakat itu. Contoh, anggapan masyarakat bahwa laki-laki dibenarkan melakukan tindak kekerasan terhadap perempuan.
- Anggapan tabu untuk menceritakan masalah keluarga kepada orang lain, sehingga korban kekerasan dalam rumah tangga hanya di biarkan tanpa dilakukan tindakan hukum.
- Sebagian besar masyarakat belum mengetahui bagaimana cara menanggulangi korban kekerasan dalam rumah tangga yang ada di sekitar mereka.
- Tingkat kesadaran dan partisipasi masyarakat yang masih rendah.

*Threats* atau tantangan ini merupakan faktor eksternal yang dapat menghambat LBH APIK Yogyakarta dalam menghadapi kasus-kasus kekerasan dalam rumah tangga yang terjadi di Yogyakarta. Tapi bagi

kami, tantangan ini juga bisa menjadi pemacu kami untuk lebih berusaha.”

Melihat fakta ini LBH APIK Yogyakarta sebagai lembaga swadaya masyarakat yang membela hak-hak perempuan dan anak merasa perlu melakukan upaya pencegahan dengan melakukan kampanye sosial pencegahan kekerasan dalam rumah tangga. Dan hal ini juga didukung oleh pihak penyandang dana LBH APIK Yogyakarta. Dukungan ini diperoleh oleh LBH APIK Yogyakarta saat dilakukan rapat koordinasi dengan pihak donatur pada bulan November 2008.

## **2 . Tahap Perencanaan**

Setelah melewati tahap riset, tahap berikutnya yang harus dilaksanakan oleh LBH APIK Yogyakarta sebelum melaksanakan kampanye adalah melakukan perencanaan terlebih dahulu. Perencanaan ini dilakukan berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan. Melihat hasil riset di atas maka LBH APIK Yogyakarta merasa perlu untuk melakukan kampanye dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga di Yogyakarta.

LBH APIK Yogyakarta melakukan kampanye hampir sama setiap tahun. Meskipun setiap tahunnya ada penambahan atau pengurangan program, hal ini dilakukan berdasarkan kebutuhan dan ketersediaan dana. “Setiap awal periode LBH APIK Yogyakarta melakukan rapat perencanaan program kerja termasuk didalamnya membahas program

kampanye pencegahan kekerasan dalam rumah tangga” (Sumber : Laporan akhir tahun LBH APIK Yogyakarta 2012). Dalam rapat ini juga dilakukan pertanggung jawaban LBH APIK Yogyakarta kepada penyandang dana.

Terkait masalah penyandang dana, sumber dana LBH APIK Yogyakarta bersumber dari berbagai sumber. LBH APIK Yogyakarta memperoleh dukungan financial/ dari donatur, sehingga dalam menentukan program LBH APIK Yogyakarta sangat tergantung pada dana yang disediakan, termasuk didalamnya gaji staf LBH APIK. Program yang direncanakan oleh LBH APIK Yogyakarta sebagian besar terkait dengan upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga, karena seperti yang telah diungkapkan pada BAB I, LBH APIK Yogyakarta sangat konsen pada penanganan kasus kekerasan dalam rumah tangga di Yogyakarta.

Pada tahap perencanaan ini selain dari bidang kampanye LBH APIK Yogyakarta, turut dilibatkan pula pihak penyandang dana atau donatur. Dilibatkannya donatur terkait masalah dana yang tersedia, yang akan dialokasikan untuk kegiatan kampanye LBH APIK baik yang terkait upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga maupun kegiatan-kegiatan lainnya.

Tahap perencanaan yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta dalam menyusun strategi kampanye yang akan dilakukan, baik dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga maupun pada kasus lainnya. Hal ini diawali dengan melakukan

penyusunan tujuan kampanye yang akan dilakukan, kemudian dilanjutkan dengan menentukan target sasaran, dan terakhir menentukan pesan yang akan disampaikan.

a. Penyusunan Tujuan

Pada tahap ini dimulai dengan tujuan yang ingin dicapai LBH APIK Yogyakarta dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga di Yogyakarta. Mengingat kekerasan dalam rumah tangga merupakan fenomena gunung es, Rina Imawati, SH., selaku penanggung jawab kampanye LBH APIK Yogyakarta mengungkapkan bahwa tujuan yang ingin dicapai oleh LBH APIK Yogyakarta dari kampanye yang mereka lakukan yang terkait dengan masalah kekerasan dalam rumah tangga adalah :

- 1) Mencegah dan menanggulangi kekerasan dalam rumah tangga di Yogyakarta.
- 2) Memberikan edukasi kepada masyarakat luas bagaimana cara mencegah dan menanggulangi kekerasan dalam rumah tangga jika terjadi di sekitar mereka.
- 3) Dapat membantu pemerintah dalam upaya menanggulangi kasus kekerasan dalam rumah tangga di Yogyakarta.

b. Menentukan Sasaran Kampanye

Setelah menentukan tujuan yang ingin dicapai dalam kampanye yang akan dilakukan, maka langkah berikutnya yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta adalah menentukan sasaran dari kampanye



dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga di Yogyakarta.

Secara geografis LBH APIK Yogyakarta melakukan kampanye di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Dan jika dilihat dari demografis yang menjadi khalayak sasaran kampanye dari LBH APIK Yogyakarta adalah perempuan, tokoh masyarakat dan khalayak umum.

#### 1) Perempuan

Sasaran kampanye LBH APIK Yogyakarta yang pertama adalah perempuan. Pada periode 2012 LBH APIK Yogyakarta perempuan yang dijadikan sebagai khalayak sasaran adalah perempuan yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Latar belakang LBH APIK Yogyakarta menjadikan perempuan di Kota Yogyakarta adalah dikarenakan perempuan merupakan pihak yang paling sering menjadi korban kekerasan dalam rumah tangga.

#### 2) Tokoh Masyarakat

Khalayak sasaran kampanye LBH APIK Yogyakarta yang berikutnya adalah tokoh masyarakat. Tokoh masyarakat ini merupakan sasaran yang dipilih untuk mempermudah LBH APIK menjangkau khalayak umum yang menjadi target ketiga dari kampanye upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga oleh LBH APIK Yogyakarta. Alasan

menjadikan tokoh masyarakat sebagai sasaran kampanye dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga adalah LBH APIK melihat masalah kekerasan dalam rumah tangga sering kali dilihat sebagai masalah yang tabu untuk diperbincangkan kepada orang yang baru dikenal. Apalagi di Yogyakarta merupakan daerah yang memiliki kultur feodal atau kerajaan, sehingga sering kali masalah-masalah perempuan termasuk kekerasan dalam rumah tangga dianggap masalah keluarga dan tidak perlu diperbincangkan luas. Karena alasan inilah LBH APIK mengedukasi tokoh masyarakat terlebih dahulu untuk nantinya dijadikan komunikator di tempat tinggal mereka. Diharapkan dengan menggunakan orang-orang yang telah dikenal masyarakat, proses kampanye yang dilakukan akan semakin mudah.

c. Menentukan Komunikator sebagai penyampai pesan

Dalam kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta, setelah menentukan komunikannya LBH APIK akan menentukan komunikator yang tepat untuk masing-masing komunikasi. Untuk sasaran perempuan LBH APIK Yogyakarta menjadikan mahasiswa untuk menjadi komunikator, tentunya dengan didampingi oleh pengurus LBH APIK Yogyakarta. Berupa lawyers dan asistent. Mahasiswa yang dipilih biasanya adalah mereka yang sebelumnya telah mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh LBH APIK

Yogyakarta dan bersedia bergabung dan menjadi volunteer. Pemilihan mereka sebagai komunikator karena LBH APIK berharap dengan sama-sama perempuan peserta kegiatan akan lebih leluasa aktif dalam kegiatan yang dilakukan karena merasa tidak ada batas antara peserta dan komunikator. LBH APIK Yogyakarta dalam hal ini hanya sebagai penyampai materi untuk pengembangan dalam diskusi diserahkan kepada mahasiswa yang telah dipilih.

Untuk sasaran tokoh masyarakat dan khalayak umum, LBH APIK Yogyakarta dalam kegiatan ini melibatkan banyak pihak, khususnya pada pelatihan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga, biasanya LBH APIK menjadikan direktur LBH APIK Yogyakarta sebagai komunikator, perwakilan dari departemen sosial dan departemen pemberdayaan perempuan. dan untuk pendamping pada diskusi YLH APIK memberdayakan bidang penyadaran hukum yang dibantu oleh volunteer.

- d. Menentukan bentuk pesan yang akan disampaikan serta waktu pelaksanaan kampanye.

Pada tahap penentuan bentuk pesan yang ingin disampaikan hal yang pertama dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta adalah pembuatan tema kampanye. Tema merupakan ide utama yang bersifat umum, sebagai pokok dari berbagai pesan yang nantinya akan disampaikan dalam kegiatan kampanye yang dilaksanakan. Kampanye bertema “Cegah Kekerasan dalam Rumah Tangga”, ini diharapkan

dapat mencegah kekerasan dalam rumah tangga agar tidak terjadi di sekitar mereka.

Dalam kampanye ini LBH APIK Yogyakarta berusaha menyampaikan pesan penting kepada masyarakat Yogyakarta khususnya dan pada umumnya. Pesan tersebut adalah “Mari perangi kekerasan dalam rumah tangga bersama LBH APIK Yogyakarta, laporkan jika menemukan kekerasan dalam rumah tangga di lingkungan anda”. LBH APIK Yogyakarta berusaha menyampaikan kepada masyarakat luas bahwa kekerasan dalam rumah tangga merupakan masalah bersama sehingga harus ditanggulangi secara bersama-sama pula.

Di atas merupakan pesan yang secara luas ingin disampaikan kepada masyarakat luas. Berikut ini adalah pesan-pesan spesifik yang disampaikan LBH APIK Yogyakarta kepada masing-masing khalayak sasaran kampanye -nya. (wawancara dengan Kartika Dewi, SH., selaku koordinator penyadaran hukum, 14 November 2011):

- 1) Kekerasan dalam rumah tangga adalah hal yang tidak dibenarkan secara hukum.
- 2) Kekerasan dalam rumah tangga bukan lagi persoalan pribadi suami istri, sehingga tidak tabu untuk diungkapkan.
- 3) Segera laporkan kepada pihak berwenang jika ada masalah kekerasan dalam rumah tangga.

4) Masyarakat akan mendapatkan bantuan hukum dari LBH APIK Yogyakarta jika kasus kekerasan dalam rumah tangga yang terjadi masuk ke pengadilan.

Selain pesan, hal lain yang tak kalah pentingnya adalah waktu pelaksanaan. Waktu pelaksanaan kampanye juga dirancang agar dapat dihadiri oleh target sasaran. LBH APIK Yogyakarta selalu melakukan koordinasi untuk menyesuaikan waktu kegiatan kampanye dengan target sasaran. Misalnya untuk target tokoh masyarakat yang umumnya adalah orang dewasa dilakukan pada sore hari atau malam hari sehingga tidak mengganggu waktu kerja mereka.

e. Menentukan media yang digunakan

Dalam menyampaikan pesan tentunya dibutuhkan media sebagai alat penyampaian pesan. LBH APIK Yogyakarta sebagai agen perubahan sosial terkait isu kekerasan dalam rumah tangga lebih banyak menggunakan media sosial dibandingkan media cetak ataupun elektronik. Misalnya pada kegiatan untuk perempuan Yogyakarta menggunakan presentasi dan diskusi pada kegiatan yang dilakukan.

Demikian pula untuk tokoh masyarakat dan masyarakat luas LBH APIK melakukan kampanye dengan menggunakan presentasi dan diskusi. Namun dalam kegiatan ini, LBH APIK Yogyakarta tidak membuat media pertemuan sendiri, tapi memanfaatkan media sosial

yang telah ada di masyarakat setempat seperti, pertemuan warga bersosialisasi ke kecamatan-kecamatan, PKK, Posyandu dan lain-lain.

LBH APIK Yogyakarta juga memanfaatkan media cetak, yaitu koran. LBH APIK Yogyakarta membuka rubrik konsultasi pada Harian *Kedaulatan Rakyat* setiap hari Minggu. Selain itu, pemberitaan lewat media cetak merupakan hasil kerja sama antara LBH APIK dengan koran-koran lokal di Yogyakarta. LBH APIK Yogyakarta juga memanfaatkan media elektronik. Setiap hari Kamis melakukan siaran radio di RRI Yogyakarta dan sering sekali mengisi acara mendadak di JogjaTV. LBH APIK diuntungkan dengan dimuatnya tentang kegiatan-kegiatan kampanye yang mereka lakukan, dan pihak media juga diuntungkan dengan adanya berita mengenai isu tertentu yang dibawakan oleh LBH APIK. Segmentasi *audience* ditentukan oleh pihak media sendiri. Dengan pemberitaan lewat media cetak ini, selain untuk menyentuh masyarakat luas, juga agar pihak media sadar bahwa isu kekerasan dalam rumah tangga juga layak diberitakan seperti halnya pemberitaan tentang kasus korupsi atau politik.

### **3. Pelaksanaan Program**

Dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga, LBH APIK Yogyakarta memiliki beberapa kegiatan (Hasil wawancara dengan saudari Rina Imawati, SH., selaku penanggung jawab kampanye LBH APIK Yogyakarta 25 November 2013). Adapun kegiatan-kegiatan tersebut untuk setiap tahun adalah sebagai berikut :

- a. *Community Education* (Pendidikan komunitas untuk perempuan tentang pencegahan kekerasan rumah tangga)

*Community Education* merupakan kegiatan dari LBH APIK Yogyakarta yang berfokus pada perempuan khususnya para istri. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta dalam rangka memberikan pendidikan atau edukasi kepada perempuan tentang masalah kekerasan dalam rumah tangga. Dari kegiatan ini juga LBH APIK Yogyakarta biasanya mendapatkan relawan yang bersedia bergabung dengan LBH APIK Yogyakarta dalam upaya pencegahan kekerasan dalam rumah tangga. Kegiatan ini dilaksanakan sepanjang tahun 2008. Adapun metode yang dipergunakan dalam kegiatan ini adalah presentasi, tanya jawab dan sebagainya.

Dalam kegiatan ini perempuan yang terlibat diharapkan dapat aktif dalam menanggapi apa yang disampaikan oleh narasumbernya. Dalam kegiatan ini LBH APIK Yogyakarta menjadikan perempuan yang menjadi narasumber atau komunikator, tentunya dengan didampingi oleh pengurus LBH APIK Yogyakarta. Hal ini dilakukan agar peserta kegiatan ini dapat merasa nyaman mengungkapkan pendapatnya tanpa merasa sungkan atau malu. Dalam kegiatan ini biasanya diselengi dengan permainan agar peserta tidak bosan. Hal ini diungkapkan pula oleh salah satu peserta kegiatan *community education* Rohani, ibu muda warga Umbulharjo kepada peneliti pada 13 November 2014:

”Kami merasa senang dengan kegiatan pendidikan komunitas karena banyak pengetahuan tentang kekerasan rumah tangga yang kami ketahui, juga banyak permainan yang menyenangkan”.

Kegiatan *community education* ini merupakan kegiatan yang paling banyak dilaksanakan oleh LBH APIK Yogyakarta. Hal ini selaras dengan target sasaran kampanye LBH APIK Yogyakarta tentang upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga yang menjadikan perempuan sebagai korban yang paling utama. Seperti beberapa waktu lalu LBH APIK diminta bantuan Dinas Sosial. Misalnya diminta bantuan daerah Tepus, Gunungkidul maka dikumpulkan korban korban 30 orang untuk dilakukan workshop atau cara bagaimana menghadapi apabila mengalami korban kekerasan rumah tangga.

b. Pelatihan Pencegahan Kekerasan dalam Rumah Tangga dan *Focus Group Discussions* (FGD)

Kedua kegiatan ini merupakan satu rangkaian kegiatan, dimana setelah LBH APIK memberikan pelatihan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga LBH APIK Yogyakarta akan melakukan FGD sebagai wadah diskusi untuk mengetahui sejauh mana pemahaman tokoh masyarakat terhadap upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga di wilayahnya. Kedua kegiatan ini merupakan kegiatan lanjutan dari periode sebelumnya yang telah dilakukan di



beberapa kabupaten dan kecamatan di DI Yogyakarta. Diantaranya pada periode sebelumnya kegiatan ini telah dilaksanakan di kabupaten Sleman dan Bantul (hasil wawancara dengan Kartika Dewi, SH selaku koordinator Penyadaran Hukum pada 14 November 2011).

Pelatihan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga dilakukan dengan tujuan untuk melatih para relawan LBH APIK agar mampu menanggulangi masalah kekerasan dalam rumah tangga yang terjadi di masyarakat. Pada kegiatan ini LBH APIK memfokuskan pelatihan untuk para tokoh masyarakat yang ada di kecamatan- kecamatan di Kota Yogyakarta. Dalam pelatihan ini dihadirkan fasilitator dari LBH APIK Yogyakarta khususnya pada bidang penyadaran hukum. Dalam kegiatan ini, fasilitator di Yogyakarta memberikan edukasi kepada tokoh masyarakat bagaimana caranya melakukan perlindungan kepada korban-korban kekerasan dalam rumah tangga. Lewat pelatihan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga tokoh masyarakat ini, diharapkan tokoh masyarakat tersebut dapat mensosialisasikan kepada masyarakat tempat mereka bertugas. Sepanjang periode 2012 LBH APIK Yogyakarta telah melakukan program ini, sebanyak delapan kali, di tempat yang berbeda-beda antara lain di Kecamatan Mergangsan, Kecamatan Tegalrejo, Kecamatan Jetis dan Kecamatan Umbulharjo.

#### c. Bantuan Hukum

Program ini diberikan kepada mereka yang memerlukan bantuan dan konsultasi hukum baik di dalam maupun di luar pengadilan.

Bantuan hukum dilakukan dengan menggunakan analisis gender baik dalam rangka mewujudkan keadilan bagi mitra (pencari keadilan) maupun untuk mempromosikan hak-hak asasi perempuan sebagai hak asasi manusia. Pada periode tahun 2012 LBH APIK Yogyakarta berhasil membantu beberapa kasus hukum tentang kekerasan dalam rumah tangga. Adapun jumlah kasus yang dapat ditangani adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**

**Jumlah Kasus Kekerasan dalam Rumah Tangga yang Ditangani oleh LBH APIK Yogyakarta Periode 2012**

No	Tahun	Jenis kasus	Jumlah Kasus
1.	2009	Kekerasan dalam rumah tangga	5 Kasus
2.	2010	Kekerasan dalam rumah tangga	13 Kasus
3.	2011	Kekerasan dalam rumah tangga	25 Kasus
4	2012	Kekerasan dalam rumah tangga	30 Kasus

*(Sumber : YLBH Laporan akhir tahun LBH APIK Yogyakarta 2012)*

Disini LBH APIK mendampingi dari awal sampai akhir proses. Bagaimana cara interviewnya, bagaimana cara memberi solusi, bagaimana cara pendampingan kekantor polisi, bagaimana cara pendampingan kekejaksaan, bagaimana cara pendampingan ke pengadilan.

- d. Diskusi dan Seminar

Diskusi dan seminar merupakan kegiatan yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta dengan pokok pembahasan masalah kekerasan dalam rumah tangga. LBH APIK Yogyakarta berhasil melaksanakan dua kali diskusi dan 1 kali seminar. Adapun diskusi dan seminar yang dilaksanakan oleh LBH APIK Yogyakarta adalah diskusi raperda kekerasan dalam rumah tangga, diskusi internal RAD penghapusan perdagangan perempuan dan anak dan seminar studi kinerja pemerintah.

- 1) Diskusi tentang RAPERDA (Rancangan Peraturan Daerah) kekerasan dalam rumah tangga.

Diskusi tentang RAPERDA kekerasan dalam rumah tangga ini dilaksanakan oleh LBH APIK Yogyakarta pada tanggal 16 April 2009. Diskusi yang dihadiri oleh 20 orang ini menjadikan internal LBH APIK Yogyakarta sebagai sasaran peserta. Internal dalam hal ini tidak hanya pengurus harian saja namun juga melibatkan para relawan yang selalu membantu LBH APIK Yogyakarta dalam pelaksanaan kegiatan lapangan.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman internal LBH APIK Yogyakarta tentang RAPERDA Kekerasan dalam rumah tangga. diharapkan dengan melakukan diskusi ini LBH APIK Yogyakarta dapat memberikan kontribusi atau tanggapan terhadap RAPERDA Kekerasan dalam rumah tangga.

- 2) Diskusi internal tentang RAD (Rancangan Anggaran Daerah) pencegahan kekerasan dalam rumah tangga.

Seperti halnya diskusi tentang RAPERDA Kekerasan dalam rumah tangga, diskusi tentang RAD kekerasan dalam rumah tangga ini juga melibatkan internal internal LBH APIK Yogyakarta yakni pengurus dan relawan. Diskusi yang dilaksanakan pada 25 April 2007 ini bertujuan agar LBH APIK Yogyakarta sebagai LSM yang konsen terhadap masalah kekerasan dalam rumah tangga dapat turut serta memberikan kontribusi atau pertimbangan RAD kekerasan dalam rumah tangga.

- 3) Seminar tentang studi kinerja Pemerintah Daerah dalam memberantas kekerasan dalam rumah tangga

Seminar tentang studi kinerja Pemerintah Daerah dalam memberantas kekerasan dalam rumah tangga merupakan satu-satunya seminar yang dilaksanakan LBH APIK Yogyakarta terkait isu kekerasan dalam rumah tangga, untuk periode 2012. Seminar ini dilaksanakan di Hotel Santika ini menjadikan masyarakat luas sebagai target pesertanya. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 11 November 2010 dan diikuti oleh 83 orang (Sumber : YLBH Laporan akhir tahun LBH APIK Yogyakarta 2012).

- e. Publikasi dan informasi

Program ini merupakan upaya untuk ikut meningkatkan kesadaran hukum masyarakat. Program ini dilakukan dengan cara menyebarkan

informasi hukum secara intensif tentang hak-hak perempuan, baik melalui pertemuan dengan melakukan presentasi, maupun melalui media cetak atau media elektronik. Adapun kegiatan yang dilakukan pada program ini adalah sebagai berikut :

- 1) Temu Media, merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menjalin hubungan baik antar LBH APIK Yogyakarta dengan media sebagai mitra kerja LBH APIK Yogyakarta dalam mempublikasikan program-program LBH APIK Yogyakarta dalam menghadapi kasus-kasus kekerasan dalam rumah tangga. Kegiatan ini pada tahun 2010 dilaksanakan di Hotel Santika Yogyakarta pada tanggal 31 Juli 2010. Dalam temu media tersebut dimanfaatkan untuk mempromosikan panduan perlindungan hak-hak perempuan korban kekerasan dalam rumah tangga. Kegiatan ini dilaksanakan LBH APIK Yogyakarta dengan bekerjasama dengan *Indonesian act*. Pada kegiatan temu media ini hadir perwakilan media cetak dan elektronik.
- 2) Kampanye lewat media koran. LBH APIK Yogyakarta mencoba melakukan pendekatan ke masyarakat lewat media koran. Adapun koran yang digunakan adalah Harian *Kedaulatan Rakyat* edisi hari Minggu, di koran ini ini LBH APIK Yogyakarta melakukan kegiatan konseling melalui rubrik konsultasi pada setiap hari Minggu. Kampanye lewat media koran seperti ini membantu LBH APIK Yogyakarta untuk memasarkan ide mereka kepada

masyarakat dengan lebih mudah. Karena masyarakat bisa langsung menanggapi lewat media surat, email, maupun SMS dan dapat pula memberikan masukan untuk keberhasilan program yang dilakukan LBH APIK Yogyakarta. Tidak jarang LBH APIK Yogyakarta menemukan kasus kekerasan dalam rumah tangga yang terjadi di masyarakat lewat laporan masyarakat di koran. Rina Imawati, SH menuturkan juga bahwa sebetulnya itu karena Kedaulatan Rakyat banyak memuat keluarga, ibu-ibu, remaja perempuan, husada itu banyak yg keluarganya. Kedaulatan Rakyat edisi hari Minggu lebih banyak membacanya karena dbanyak libur terus memang dari pendiri diminta untuk hari minggu itu lebih mengena untuk masyarakat perempuan. Untuk cetak di KR minggu saja..untuk koran lain tidak ada. LBH APIK bekerjasama dengan Kedaulatan Rakyat sejak awal berdiri, tahun 2002.

3) Kampanye dengan Aksi Damai di jalan kota Yogyakarta

Aksi damai ini bertujuan untuk mengingatkan dan menginformasikan masyarakat luas bahwa masalah kekerasan dalam rumah tangga itu adalah hal yang salah dan melanggar hukum. Dengan aksi damai seperti ini pihak LBH APIK Yogyakarta berharap, masyarakat luas dapat peduli terhadap kasus-kasus kekerasan dalam rumah tangga yang terjadi di sekitar mereka. Aksi damai yang dilakukan oleh LBH APIK adalah dengan membagi-bagikan bunga yang jumlahnya kurang lebih 700

bunga. Kegiatan yang dilaksanakan atas kerjasama LBH APIK Yogyakarta dengan *Indonesia Act's* ini, dilaksanakan pada 12 Desember 2011.

#### **4. Efek Kampanye**

Indikasi adanya efek positif dari kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta dapat terlihat dari banyaknya kasus kekerasan dalam rumah tangga yang terjadi di Yogyakarta yang dimejahijaukan. Artinya, masyarakat telah mulai sadar bahwa kekerasan rumah tangga bukan lagi domain suami istri tetapi sudah menyangkut persoalan hukum, yang mana pelakunya dapat diajukan ke pengadilan. LBH APIK Yogyakarta tidak menyatakan bahwa pemerataan kasus kekerasan dalam rumah tangga ini merupakan murni hasil kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta melainkan kerja sama yang dari berbagai pihak yang menangani masalah kekerasan dalam rumah tangga ini, seperti pihak Kepolisian, Departemen Kehakiman dan Dinas Pemberdayaan Perempuan. Selain itu kampanye merupakan sebuah upaya merubah sikap atau perilaku target sasaran, dan untuk merubah sikap dan perilaku itu diperlukan waktu yang lama dan tidak dapat dipastikan sampai kapan sikap atau perilaku itu dapat berubah sepenuhnya.

Efek lain yang dapat dilihat sebagai keberhasilan dari kegiatan kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta. Efek tersebut adalah meningkatnya jumlah volunteer yang bersedia membantu LBH APIK Yogyakarta dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari

kekerasan rumah tangga. Adapun jumlah volunteer sampai saat ini sejumlah 20 orang dan volunteer tersebut tersebar di beberapa kabupaten dan kota yang ada di DI Yogyakarta. Meskipun angka 20 orang bukanlah angka yang banyak untuk sebuah kegiatan kampanye upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga, namun hal ini sudah cukup baik karena sebelumnya LBH APIK Yogyakarta hanya memiliki volunteer sejumlah 12 orang sehingga LBH APIK sudah sangat merasa terbantu dengan bertambahnya minat generasi muda untuk menjadi volunteer dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga.

Volunteer-volunteer tersebut sebagian besar terjaring lewat kegiatan community education dan pelatihan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga. Salah satu volunteer yang berhasil diwawancarai oleh peneliti adalah Nadya Hasanah mahasiswa jurusan MIPA Matematika sebuah perguruan tinggi negeri di Yogyakarta ini mengungkapkan (wawancara pada tanggal 23 November 2014):

”Saya merupakan salah satu volunteer dari LBH APIK Yogyakarta, saya dulu adalah peserta kegiatan pendidikan komunitas atau saat ini dikenal dengan community education. Saya dulu sering sekali ikut kegiatan ini lama-lama saya jadi tertarik ikut jadi volunteer dan membantu LBH APIK Yogyakarta untuk menanggulangi kekerasan dalam rumah tangga di Yogyakarta.”



Tanggapan lain tentang kegiatan kampanye LBH APIK Yogyakarta diungkapkan pula oleh salah satu tokoh masyarakat yang terlibat dalam kegiatan pelatihan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga, beliau adalah Bapak Indrajaya ketua RT 10/RW 03 Kecamatan Pakualaman Yogyakarta (Wawancara pada 23 November 2012) :

”Kegiatan dari LBH APIK Yogyakarta yang pernah saya ikuti adalah pelatihan menanggulangi KDRT. Saya pada kegiatan itu diajarkan bagaimana langkah-langkah upaya pencegahan KDRT. Di kegiatan itu banyak narasumber yang datang, tapi saya lihat kegiatannya itu ada kekurangan yaitu kurang sering dilakukan jadi kami-kami yang sudah tua ini kurang cepat dapat informasi baru, selain itu panitianya sedikit sekali jadi waktu saya ikut kegiatan itu acara dimulai lama sekali dan waktu di tengah-tengah acara ada hambatan waktu itu *mic*-nya mati lambat sekali penanganannya, sepertinya karena kekurangan orang.”

## **B. PEMBAHASAN**

Setelah penyajian data di atas maka pada bab tiga ini akan melanjutkan dengan pembahasan. Dalam analisis ini penelitian akan menganalisis strategi kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga. Upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga di Yogyakarta bukanlah hal yang mudah. Namun LBH APIK Yogyakarta mencoba melakukan penanggulangan dan pencegahan dengan membuat program yang berawal dari ide dan gagasan tentang penanggulangan kekerasan dalam rumah tangga. Ide dan gagasan ini tidak akan bisa tersampaikan kepada masyarakat jika tidak dipasarkan, maka dari itu strategi kampanye yang baik sangat dibutuhkan oleh LBH APIK Yogyakarta untuk memasarkan ide dan gagasannya. Kampanye sendiri seperti yang diungkapkan oleh Kotler (1994) merupakan “konsep yang digunakan untuk menggambarkan penggunaan prinsip-prinsip dan teknik-teknik kampanye untuk mendorong masyarakat menerima gagasan atau melakukan tindakan tertentu.”

Kegiatan kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta terlihat dari beberapa kegiatan yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta. Salah satu kegiatan tersebut adalah community education, kegiatan ini mencoba menyadarkan akan bahaya kekerasan dalam rumah tangga. Karena pada kegiatan ini target audience-nya adalah perempuan (para istri).

Strategi kampanye yang baik harus didukung oleh unsur-unsur yang memadai atau yang berkompeten. Misalnya dari segi komunikator, pengemasan pesan hingga pada khalayak sasaran. Pada studi kasus strategi kampanye di LBH APIK Yogyakarta, dibawah ini adalah pembahasan tentang kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta dalam upayanya melakukan pencegahan terhadap kejahatan kekerasan dalam rumah tangga di Yogyakarta.

### **1. Proses Perumusan Strategi**

Berbicara mengenai kampanye, tentu saja tidak dapat terlepas dari terdapatnya sebuah strategi yang digunakan sebagai peta perjalanan kegiatan itu dilakukan guna mencapai tujuan yang diinginkan. Tahap perumusan strategi merupakan tahap awal yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta sebelum melakukan perencanaan dan selanjutnya melakukan kegiatan kampanye di lapangan. Analisis dalam hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Analisis SWOT itu sendiri merupakan analisis berdasarkan empat elemen yaitu *Streight* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (Kesempatan), dan yang terakhir adalah *Threats* (tantangan). Seiring dengan pengertian mengenai strategi, Quin menambahkan bahwa suatu strategi yang efektif meliputi tiga elemen penting, yakni tujuan utama organisasi yaitu untuk menangani klien LBH APIK dengan hati nurani. Selanjutnya dengan kebijakan yang mendorong atau justru membatasi gerak organisasi. Selanjutnya menggunakan rangkaian aktivitas kerja atau program yang mendorong

terwujudnya tujuan organisasi yang telah ditentukan sebelumnya. (Quin,1991:10).

Pada tahap riset yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta, meninjau hasil penelitian maka LBH APIK Yogyakarta telah melakukan riset dengan baik karena telah menggunakan analisis SWOT sebagai landasan melakukan riset untuk analisis lingkungan. Dengan analisis SWOT LBH APIK Yogyakarta dapat melihat dengan jelas pokok permasalahan yang ada pada kasus kekerasan dalam rumah tangga khususnya.

Alasan hasil penelitian ini menganggap analisis yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta dengan analisis SWOT sudah baik adalah dikarenakan analisis SWOT ini lebih memfokuskan diri kepada kalkulasi peluang pencapaian tujuan kampanye (Venus 2007). Dengan demikian analisis yang dilakukan diharapkan menjadi lebih terfokus pada proses pencapaian tujuan kampanye sesuai dengan tujuan kampanye yang akan dilakukan.

## **2. Tahap Pelaksanaan Kampanye**

Pelaksanaan kampanye adalah penerapan dari konstruksi rancangan program yang telah direncanakan sebelumnya. Pelaksanaan kampanye harus sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan dan ditetapkan sebelumnya, agar kampanye berjalan sesuai dengan jadwal dan terarah sehingga pelaksanaan kampanye sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pihak pelaksanaan kampanye.

Kampanye merupakan keinginan seorang untuk mempengaruhi opini, kepercayaan, tingkah laku, minat serta keinginan individu atau public dengan didukung oleh daya tari komunikator yang sekaligus komunikatif. (Ronald E, Rice & William J, pailey)

Kampanye merupakan sebuah tindakan yang kami lakukan untuk mengajak masyarakat khususnya di Yogyakarta untuk bersama-sama memerangi kekerasan dalam rumah tangga. Dengan kampanye yang kami lakukan diharapkan masyarakat mengerti tentang kekerasan dalam rumah tangga. (Wawancara dengan Rina Imawati SH, 12 Desember 2014).

Baik tidaknya formulasi pesan yang dibuat sangat mempengaruhi berhasil atau tidaknya sebuah kampanye. Wibur Schramm mengungkapkan pesan yang baik itu harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut: Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dengan komunikan, sehingga sama-sama mengerti. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki (Effendi, 2000).

Tema kampanye yang diangkat oleh LBH APIK Yogyakarta adalah “Cegah Kekerasan dalam Rumah Tangga” tema ini berusaha disampaikan

oleh LBH APIK Yogyakarta lewat program-program yang dilaksanakan. Pesan yang ingin disampaikan oleh LBH APIK terkait masalah kekerasan dalam rumah tangga sesungguhnya agar masyarakat mau bekerja sama menanggulangi dan mencegah masalah kekerasan dalam rumah tangga yang banyak terjadi di Yogyakarta.

Meninjau hasil penelitian LBH APIK Yogyakarta telah berusaha memenuhi empat syarat sebuah pesan bisa dikatakan efektif atau baik seperti yang diungkapkan oleh Wilbur Schramm. Terlihat dengan pesan yang dikemas oleh LBH APIK dengan sangat baik lewat program-program seperti yang telah dipaparkan di atas. LBH APIK membuat pesan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga lewat penggunaan media diskusi, presentasi, film dan sebagainya.

Menurut hasil penelitian LBH APIK Yogyakarta sudah cukup berhasil dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat di Yogyakarta terbukti dengan adanya penurunan jumlah kasus kekerasan dalam rumah tangga yang ditangani oleh LBH APIK Yogyakarta pada periode 2012, LBH APIK Yogyakarta menangani 18 kasus. Serta banyaknya kasus kekerasan dalam rumah tangga yang terjadi di Yogyakarta yang dimejahijaukan

Hasil penelitian juga melihat LBH APIK sangat mengefektifkan fungsi komunikasi persuasif. Terlihat dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta, hampir keseluruhannya memanfaatkan komunikasi tatap muka yang tentunya tidak terlepas dari

komunikasi persuasif. Dengan memanfaatkan komunikasi persuasif secara efektif yang sifatnya berkelanjutan, fasilitator dapat melakukan pendekatan dengan intensif dan proses pentransferan ide menjadi jauh lebih mudah, karena telah terjalin komunikasi yang baik antara komunikator dengan komunikan (*audience*).

Selain hal-hal yang telah disebutkan di atas, dari data yang diperoleh oleh Hasil penelitian LBH APIK Yogyakarta telah menyampaikan ide dan gagasannya ke masyarakat luas dengan menggunakan media cetak dan elektronik, seperti koran dan radio. Namun peneliti melihat, LBH APIK Yogyakarta kurang memaksimalkan kampanye lewat media elektronik. Hal ini dikarenakan peneliti melihat program di radio yang mendatangkan LBH APIK sebagai narasumber, sifatnya tidak berkelanjutan. Acara tersebut tidak dikhususkan untuk kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta. Menurut peneliti jauh lebih maksimal, jika LBH APIK Yogyakarta menjalin kerjasama dan mempunyai acara tersendiri. Dengan demikian LBH APIK Yogyakarta dapat dengan maksimal melakukan kampanye kepada masyarakat, dengan menyampaikan cara-cara pencegahan dan penanggulangan kekerasan dalam rumah tangga di Yogyakarta. Hanya melalui Kedaulatan Rakyat edisi hari Minggu yang berkelanjutan sampai sekarang.

### 3. Model-model Kampanye

Dalam menganalisis program kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga di Yogyakarta, penelitian ini mengaitkannya dengan *konsep marketing mix* pada social marketing yaitu 6P yaitu *promotion, price, product, place, partnership* dan *policy*.

Pemilihan media yang tepat dalam menyampaikan ide atau gagasan adalah hal yang sangat penting. Karena dengan memilih media yang tepat untuk komunikasi yang menjadi target sasaran, maka kemungkinan keberhasilan dari kampanye yang dilakukan. Dalam melaksanakan kampanye nya LBH APIK Yogyakarta, menggunakan media sebagai berikut :

#### a. Komunikasi tatap muka

Sebagian besar program kampanye dilakukan LBH APIK Yogyakarta menggunakan komunikasi tatap muka. Program-program tersebut adalah *community education*, pelatihan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga, FGD dan lain-lain. Dalam komunikasi tatap muka ini memungkinkan komunikator untuk langsung berinteraksi dengan komunikan. Menurut peneliti hal ini sangat baik untuk menunjang keberhasilan dari kampanye yang dilakukan. Selain itu dalam komunikasi tatap muka ini komunikator dapat mengembangkan komunikasi persuasif, yang akan lebih memperkuat ikatan dan keterbukaan antara komunikator dengan komunikan.



Selain itu komunikasi tatap muka langsung dapat memberikan efek yang lebih terhadap suatu proses komunikasi hal ini diungkapkan oleh Robbins (2007): Bicara tatap muka memiliki skor paling tinggi dari segi kekayaan saluran karena memberikan jumlah informasi yang maksimal untuk disampaikan selama komunikasi itu. Bicara tatap muka mengemukakan isyarat informai dalam jumlah banyak (kata, sikap tubuh, air muka, gerak tubuh, intonasi), umpan balik segera dan lebih bersifat pribadi”.

Dengan efek langsung ini maka LBH APIK Yogyakarta dapat langsung memberikan respon terhadap efek yang terjadi LBH APIK Yogyakarta juga memanfaatkan komunikasi persuasif saat melakukan respon sehingga komunikasi yang baik dan kedekatan antara komunikator dan komunikan akan terjalin. Hal ini akan semakin mempermudah upaya pentransferan ide yang dilakukan.

Hal ini dapat dilakukan terus menerus oleh LBH APIK Yogyakarta sampai pada tahap komunikan paham betul dengan apa yang disampaikan oleh LBH APIK Yogyakarta tentang upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga dan penanggulangannya. Sehingga meskipun hal ini membutuhkan waktu yang lama, tapi tujuan dari kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta terkait masalah pencegahan kekerasan dalam rumah tangga dapat tercapai.

b. Komunikasi melalui media

LBH APIK Yogyakarta selain menggunakan komunikasi tatap muka juga menggunakan media untuk menyampaikan ide atau gagasannya kepada masyarakat. Menurut peneliti LBH APIK telah berusaha memanfaatkan media dengan baik untuk melakukan kampanye kepada masyarakat. Terbukti dengan pemanfaatan pemberitaan atau peliputan media cetak tentang kegiatan yang dilakukan LBH APIK Yogyakarta. Namun untuk media elektronik, LBH APIK Yogyakarta belum begitu memanfaatkannya dengan baik, misalnya pada media radio, akan jauh lebih baik jika LBH APIK Yogyakarta bekerja sama dengan pihak radio untuk membuat sebuah program yang khusus tentang upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga. Selain itu LBH APIK pada periode 2012 sudah menggunakan media televisi dalam melakukan kampanye tapi tidak punya acara khusus di stasiun televisi tersebut, seharusnya LBH APIK bisa memanfaatkan media televisi lokal, yaitu JogjaTV, AdiTV, KompasTV untuk membantu melaksanakan kampanye.

Media yang juga belum dimanfaatkan dengan baik oleh LBH APIK Yogyakarta adalah internet. Memang LBH APIK Yogyakarta telah memiliki alamat email, namun LBH APIK Yogyakarta belum memiliki situs tersendiri di internet. Berbeda dengan LBH APIK Jakarta yang selalu update dengan berbagai macam agenda kegiatan. Banyak orang telah banyak mengenal internet dan telah banyak pula orang

memanfaatkan internet untuk mencari informasi. Jika LBH APIK Yogyakarta memiliki situs tersendiri, maka masyarakat luas tidak hanya di Yogyakarta bahkan seluruh Indonesia dan seluruh dunia dapat mengetahui perkembangan usaha kampanye LBH APIK Yogyakarta dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga.

Beberapa contoh program kerja LBH APIK :

- a. *Community Education* (Pendidikan komunitas untuk perempuan tentang pencegahan kekerasan rumah tangga).

*Community education* merupakan kegiatan kampanye LBH APIK Yogyakarta yang target sarannya adalah perempuan/istri. Peneliti berpendapat, kegiatan ini sudah cukup baik karena dengan melakukan edukasi komunitas maka akan lebih mudah bagi LBH APIK untuk mencapai tujuan dari kampanye yang diinginkan. Program *community education* ini sangat mempermudah komunikasi untuk memperoleh informasi. Hal ini dikarenakan LBH APIK tidak melakukan pemungutan biaya apapun.

Namun peneliti melihat ada kekurangan yang terdapat pada program ini. Kekurangan tersebut terdapat pada segi cakupan tempat pelaksanaan atau *place*. Menurut data yang diperoleh dari LBH APIK Yogyakarta, kegiatan ini hanya dilakukan di Kota Yogyakarta yang terpusat di kota kabupaten saja, kegiatan ini belum menyentuh ke desa-desa di DIY.

Menurut peneliti akan jauh lebih baik jika LBH APIK Yogyakarta memperluas cakupan kegiatan ini ke kabupaten-kabupaten yang angka kasus kekerasan dalam rumah tangganya tinggi. Sehingga upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga akan menjadi lebih maksimal.

b. Pelatihan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga dan FGD (*Forum Group Discussion*)

Pencegahan kekerasan dalam rumah tangga dilakukan oleh LBH APIK, dilakukan untuk memberikan pengetahuan masyarakat tentang kekerasan dalam rumah tangga dan bagaimana mencegah dan menanggulangnya. Komunikan pertama dari kegiatan ini adalah tokoh masyarakat yang nantinya diharapkan dapat menyebarkan informasi lewat pertemuan-pertemuan warga, tentunya dengan pendampingan dari LBH APIK Yogyakarta.

LBH APIK Yogyakarta melakukan kegiatan ini langsung ke daerah-daerah, sehingga komunikasi dengan mudah mencapai lokasi pelatihan. Hal ini tentunya tidak memberatkan komunikasi dalam memperoleh informasi. Selain itu dalam melaksanakan pelatihan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga ini LBH APIK mempermudah komunikasi dengan melakukan pendekatan secara personal sehingga masyarakat dengan mudah memahami apa yang disampaikan. LBH APIK juga menggunakan bahasa daerah setempat

dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat sehingga masyarakat menjadi lebih mudah memahami apa yang disampaikan.

FGD merupakan salah produk yang dirancang oleh LBH APIK Yogyakarta untuk memsarkan ide dan gagasan tentang pencegahan kekerasan dalam rumah tangga. Peneliti melihat program ini sudah cukup baik karena tidak menyulitkan komunikan untuk memperoleh informasi. Dalam program ini justru komunikan sangat dipermudah karena tidak perlu mengeluarkan banyak biaya untuk memperolehnya. Hal ini dikarenakan tak jarang LBH APIK Yogyakarta mendatangi komunikan, dengan cara melaksanakan FGD di lokasi terdekat warga, misalnya di rumah kediaman tokoh masyarakat, RT atau RW tempat komunikan berada. Selain tempat yang terjangkau dan biaya yang tidak banyak LBH APIK Yogyakarta juga menunjukkan kerjasama atau kemitraan yang baik dengan tokoh masyarakat dan pemerintah daerah setempat. LBH APIK Yogyakarta berhasil smenjaln hubungan yang baik dengan pemerintah daerah sehingga diberikan izin dan dukungan dalam menjalankan program FGD ini.

Namun hasil penelitian menemukan kekurangan pada program ini. Menurut data dari LBH APIK Yogyakarta, program ini hanya dilakukan di wilayah Kota Yogyakarta saja. Hal ini tentunya mengurangi cakupan wilayah pemasaran yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta. Alasan yang dikemukakan oleh saudari Siti

Rosawati, SH., selaku penanggung jawab kampanye LBH APIK Yogyakarta terkait kecilnya cakupan wilayah pemasaran sosial pada program FGD ini, lebih dikarenakan anggaran dana yang tidak memadai.

c. Bantuan Hukum

Bantuan Hukum merupakan kegiatan yang dilakukan untuk membantu korban-korban kekerasan dalam rumah tangga dalam menghadapi permasalahan hukum atau persidangan. Pada periode 2012 LBH APIK telah membantu sebanyak 18 kasus. LBH APIK Yogyakarta dalam program ini melakukan upaya-upaya pembelaan bagi korban kekerasan dalam rumah tangga agar dapat memperoleh keadilan. LBH APIK Yogyakarta, dalam upaya membantu korban kekerasan dalam rumah tangga ini memiliki staf ahli yang memiliki izin sebagai pengacara, sehingga masyarakat tidak perlu mengkhawatirkan kredibilitas dari LBH APIK Yogyakarta.

d. Diskusi dan Seminar

Diskusi dan seminar merupakan sarana atau media yang sudah tepat digunakan oleh LBH APIK Yogyakarta untuk melakukan studi kebijakan. Dengan dua kegiatan ini LBH APIK Yogyakarta dapat merangkul internal LBH APIK Yogyakarta dan masyarakat luas untuk mempelajari dan mengkaji kebijakan-kebijakan pemerintah terkait dengan permasalahan kekerasan dalam rumah tangga di Yogyakarta.

Pada periode 2012 LBH APIK Yogyakarta hanya melakukan satu kali seminar nasional. Seminar nasional yang dilakukan bertema studi kinerja pemerintah dalam pencegahan kekerasan terhadap perempuan dan anak di Yogyakarta. Seminar ini dilaksanakan di Hotel Santika Yogyakarta. Segmentasi pesertanya adalah masyarakat pada umumnya dan jajaran pemerintah pada khususnya. Jumlah peserta yang hadir berjumlah delapan puluh tiga orang. Hal ini menunjukkan ketertarikan yang cukup besar terhadap seminar ini. Hal ini menurut peneliti disebabkan beberapa faktor. Di antaranya tema yang diangkat menarik, tempat pelaksanaan yang strategis, biaya yang harus dikeluarkan tidak begitu besar yakni sejumlah delapan puluh ribu rupiah serta, promosi yang baik. Promosi yang dilakukan selain dengan lewat media juga dilakukan lewat surat delagasi dan undangan kepada instansi dan NGO lain yang ada di Yogyakarta.

e. Publikasi dan informasi

Pada program pokok publikasi dan informasi LBH APIK Yogyakarta, telah melaksanakan beberapa kegiatan, kegiatan tersebut diantaranya adalah temu media, kampanye lewat media, kampanye lewat aksi damai.

1) Temu media

Temu media merupakan kegiatan yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta dalam upaya menjalin hubungan baik dengan

kalangan media. Kegiatan ini dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta untuk mempermudah proses kampanye lewat media. Hal ini menurut peneliti sangat baik, karena dengan kemitraan yang baik dengan pihak media, kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta akan jauh lebih baik. Media akan dengan senang hati memberitakan kegiatan-kegiatan kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta dengan demikian semakin banyak media yang memberitakan maka semakin banyak pula kemungkinan program kampanye LBH APIK Yogyakarta diketahui oleh masyarakat, sehingga keberhasilan dari kampanye itu sendiri akan dengan mudah tercapai.

## 2) Kampanye lewat koran

Kampanye lewat koran merupakan salah satu usaha LBH APIK Yogyakarta untuk melakukan pemasaran sosial dengan memanfaatkan media cetak. Peneliti melihat pemanfaatan media cetak untuk pemasaran sosial sudah tepat. Dalam kampanye lewat koran ini LBH APIK membuka rubrik konsultasi di *Harian Kedaulatan Rakyat* setiap hari Minggu. Pemilihan media kampanye dalam bentuk rubrik konsultasi merupakan pilihan yang tepat karena menurut peneliti, dengan menggunakan rubrik konsultasi LBH APIK dapat berinteraksi langsung dengan komunikasi lewat surat, email atau SMS. Dengan demikian LBH APIK Yogyakarta dapat berinteraksi dengan masyarakat dan



lebih leluasa menjelaskan dan menjawab pertanyaan dari masyarakat terkait masalah upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga.

Dengan adanya kerjasama dalam kegiatan kampanye lewat koran ini terlihat bahwa kemitraan yang dijalin oleh LBH APIK Yogyakarta dalam program ini sangat baik sehingga kegiatan ini dapat terlaksana. Namun peneliti melihat kurangnya maksimalnya kampanye lewat koran ini terlihat dari frekuensinya yang hanya satu minggu sekali, sehingga tujuan kampanye yang ingin dicapai tidak bisa maksimal.

### 3) Kampanye aksi damai

Kegiatan ini sangat membantu mengenalkan atau menginformasikan masyarakat tentang program dan eksistensi dari LBH APIK Yogyakarta itu sendiri. Dengan kegiatan ini LBH APIK Yogyakarta berusaha mengingatkan masyarakat tentang bahaya kekerasan dalam rumah tangga yang ada di sekitar mereka.

Aksi damai yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta adalah dengan membagi-bagikan bunga yang jumlahnya kurang lebih 700 bunga di sekitaran Jalan Malioboro Yogyakarta. Dalam program ini LBH APIK Yogyakarta bekerjasama dengan *Indonesian act*. Kemitraan yang dijalin oleh LBH APIK dalam program ini sangat baik sehingga program ini dapat terlaksana.

#### **4. Evaluasi Program Kampanye LBH APIK**

Dalam penyusunan tujuan ada beberapa hal dapat perlu diperhatikan oleh tim kampanye LBH APIK Yogyakarta untuk mempermudah penyusunan tujuan itu sendiri. Adapun hal-hal tersebut adalah sebagai berikut (Gregory dalam Venus, 2007). Tahap pertama yang dilakukan adalah menyusun tujuan untuk kampanye yang akan dilakukan. Tujuan tersebut disusun dan secara seksama dan spesifik. Selanjutnya menyusun tujuan yang memungkinkan untuk dicapai. Kuantifikasi semaksimal mungkin. Pertimbangkan anggaran yang tersedia untuk program kampanye yang akan dilakukan. Penyusunan tujuan berdasarkan skala prioritas, maksudnya agar tim kampanye dapat memfokuskan pekerjaan kepada satu tujuan terarah.

Pada tahap penyusunan tujuan ini LBH APIK Yogyakarta sudah membuat tujuan sesuai dengan kegiatan yang akan dilakukan yaitu kampanye dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga, LBH APIK Yogyakarta juga sudah berupaya membuat tujuan yang realistis. LBH APIK Yogyakarta telah berusaha menghindari tujuan-tujuan yang berlebihan yang sulit bagi LBH APIK Yogyakarta untuk mencapainya. Hal ini telah sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Gregory, tentang hal-hal yang harus diperhatikan dalam penyusunan sebuah program kampanye. Selain itu LBH APIK Yogyakarta juga sangat-sangat mempertimbangkan pendanaan yang ada,

agar kampanye yang dilakukan tidak berhenti di tengah jalan karena kekurangan dana.

Namun ada beberapa hal yang luput dari perhatian LBH APIK Yogyakarta. Adapun hal-hal tersebut adalah tujuan yang dibuat oleh LBH APIK belum terlalu spesifik dan tidak menunjukkan kuantifikasi yang jelas. Jika kedua hal ini dapat terpenuhi maka kemungkinan keberhasilan kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta akan semakin besar. Hal ini dikarenakan kegiatan yang dilakukan memiliki target yang jelas dan spesifik sehingga mempermudah LBH APIK Yogyakarta untuk menentukan strategi pencapaian target tersebut.

Dalam penentuan komunikan Venus (2007) mengungkapkan bahwa “harus ada pelapisan target sasaran atau komunikan, karena pelapisan sasaran merupakan cara untuk mempermudah identifikasi dan segmentasi sasaran dalam kampanye”. Dengan mengidentifikasi dan melakukan segmentasi maka komunikator atau dalam hal ini LBH APIK Yogyakarta dapat dengan mudah melaksanakan kampanye dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga di Yogyakarta. Hal ini dikarenakan dengan mengetahui dengan jelas siapa saja komunikan dari kegiatan yang dilakukan maka LBH APIK Yogyakarta dapat memilih media dan pendekatan seperti apa yang paling tepat untuk diterapkan. Jika media dan pendekatan yang diterapkan tepat maka kemungkinan keberhasilan dari kampanye dilakukan akan semakin besar.

Segmentasi yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta adalah berdasarkan demografis dan geografis. Menurut peneliti segmentasi dengan demografis dan geografis untuk kampanye sudah tepat. Hal ini dikarenakan dengan menggunakan segmentasi demografis dan geografis LBH APIK Yogyakarta akan lebih mudah mengetahui lebih dalam tentang karakteristik dari khalayak sasarnya. Dengan demikian LBH APIK Yogyakarta dapat melakukan penyesuaian dalam hal penggunaan media dan pendekatan untuk membantu usaha pentransferan ide dalam hal ini tentang upaya-upaya pencegahan dan penanggulangan kekerasan dalam rumah tangga.

Misalnya pada segmentasi demografis LBH APIK memilih segmentasi perempuan (istri). LBH APIK dapat mendalami dan menemukan karakteristik umumnya khalayak itu seperti apa, baik itu pola komunikasi sampai pada cara mereka menanggapi suatu permasalahan sosial. Demikian pula pada khalayak sasaran tokoh masyarakat yang menjadi perantara untuk mencapai masyarakat umum. Dengan menjadikan tokoh masyarakat sebagai khalayak sasaran LBH APIK Yogyakarta akan lebih mudah untuk menjangkau masyarakat umum, karena biasanya masyarakat akan percaya pada tokoh masyarakat tempat mereka bermukim. Dengan memanfaatkan rasa percaya ini diharapkan proses pentransferan ide akan jauh lebih mudah.

Komunikator dalam sebuah proses penyampaian pesan, dalam hal ini pesan berupa ajakan mencegah kekerasan dalam rumah tangga

merupakan unsur penting dan dominan bagi seluruh proses komunikasi yang efektif dalam melakukan kampanye. Komunikator dianggap berhasil apabila mampu mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan dengan segala daya tarik yang dimilikinya. Dengan tidak meninggalkan sikap empatinya, yakni kemampuan merasakan apa yang dirasakan orang lain.

Seperti yang diungkapkan oleh Purwanto (2002), dalam melakukan komunikasi, komunikator harus mampu mempengaruhi bagaimana mempengaruhi komunikan komunikan. Komunikator sebaiknya mengetahui bagaimana menempatkan kata-kata apa atau sikap seperti apa yang mampu suatu arti atau makna, sehingga komunikan dapat memahami apa yang disampaikan. Dalam hal ini komunikator juga bertugas membuat suasana menjadi lebih menarik dan menyenangkan sehingga komunikan menjadi tertarik pada apa yang disampaikan oleh komunikator.

Sebagai lembaga yang menjadi komunikator pada upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga di Yogyakarta, LBH APIK Yogyakarta harus memperhatikan faktor yang dapat menunjang keberhasilan seorang komunikator. Adapun faktor-faktor penunjang tersebut adalah status komunikator, daya tarik komunikator, dan kredibilitas komunikator (Haryani, 2001).

LBH APIK Yogyakarta memiliki status yang baik di Yogyakarta. Hal ini terbukti dengan banyaknya organisasi-organisasi yang menjadi mitra kerja dari LBH APIK. Selain itu hubungan LBH APIK Yogyakarta dengan pihak pemerintah juga sangat baik. Hal ini terlihat dengan

tanggapan baik dari pihak pemerintah daerah di kabupaten-kabupaten tempat LBH APIK Yogyakarta melakukan kampanye. Pemerintah daerahnya sangat merespon dengan baik dan memfasilitasi LBH APIK Yogyakarta dengan baik pula.

Untuk program atau kegiatan kampanye yang dilakukan khususnya pada program *community education*, FGD dan pelatihan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga, LBH APIK Yogyakarta selalu mendatangkan komunikator yang sesuai dengan target sasaran. Misalnya untuk *community education* LBH APIK Yogyakarta menggunakan mahasiswi yang sudah menjadi relawan dan sudah dilatih untuk menjadi komunikator pada kegiatan *community education*. Penggunaan mahasiswi sebagai komunikator dalam kegiatan *community education* yang target sarannya perempuan muda sangat baik. Karena menurut peneliti, jarak umur dan jenis kelamin yang sama atau tidak jauh beda akan membuat target sasaran menjadi merasa santai dan nyaman.

Kondisi santai dan nyaman ini akan mempermudah proses pentransferan ide-ide atau gagasan yang ingin disampaikan oleh komunikator. Perempuan atau istri ini akan lebih mudah untuk mengembangkan ide atau gagasan yang disampaikan dengan memberikan pertanyaan kepada komunikator atau merespon apa yang telah disampaikan oleh komunikator. Demikian pula pada program FGD dan Pelatihan Pencegahan Kekerasan dalam Rumah Tangga, LBH APIK Yogyakarta memilih dengan tepat komunikator untuk menyampaikan ide

atau gagasan. LBH APIK Yogyakarta memberdayakan bidang penyadaran hukum yang ada di LBH APIK Yogyakarta.

Staf yang ada di bidang penyadaran hukum LBH APIK Yogyakarta adalah para sarjana hukum lulusan dari berbagai universitas. Dengan status sebagai sarjana hukum, komunikator dalam hal ini bidang penyadaran hukum memiliki daya tarik tersendiri yang akan membuat orang menjadi tertarik untuk mendengarkan apa yang disampaikan. Selain itu sikap luwes dan pembawaan yang santun dari komunikator akan memaksimalkan proses pentransferan ide yang sedang dilakukan.

Selain komunikator yang digunakan adalah staf di LBH APIK Yogyakarta sendiri, dalam kampanye yang dilakukan LBH APIK Yogyakarta juga mendatangkan komunikator dari pihak-pihak terkait lainnya. Misalnya mendatangkan fasilitator dari departemen pemberdayaan perempuan dalam kegiatan pelatihan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga, pihak kepolisian dan korban kekerasan dalam rumah tangga itu sendiri. Hadirnya orang-orang yang berkompeten di bidangnya seperti yang telah disebutkan di atas, akan menambah keyakinan para *audience*. Karena faktor penunjang keberhasilan komunikator, yaitu kredibilitas, juga terpenuhi.

Peneliti berpendapat bahwa sebagai komunikator LBH APIK Yogyakarta telah memenuhi ketiga faktor yang menunjang keberhasilan pentransferan ide, yaitu status komunikator, daya tarik komunikator, dan kredibilitas sumber. Dengan demikian peneliti berpendapat bahwa sebagai

komunikator LBH APIK Yogyakarta sudah bisa dikatakan baik, dan memenuhi syarat untuk dikategorikan sebagai komunikator yang baik.

Agar tidak terjadi penyimpangan dalam program kampanyenya LBH APIK juga melakukan monitoring untuk memotivasi dan menginspirasi para staf dan relawan dalam mempertunjukkan aktivitas organisasinya yang akan ditindaklanjuti dari tujuan kampanye tersebut. Hal ini juga dilakukan untuk mendeteksi dan mengoreksi kesalahan-kesalahan yang secara tidak sengaja dilakukan. Adapun monitoring yang dilakukan dapat terlihat dari hasil wawancara peneliti dengan direktur LBH APIK Yogyakarta, Rina Imawati, SH., pada 14 November 2014 mengatakan bahwa wujud kontrol yang dilakukan oleh LBH APIK terhadap program yang dilakukan adalah dengan melakukan rapat rutin yang dilakukan pertigabulanan dan bulanan. Monitoring tiga bulanan bertujuan untuk mengukur apa saja kegiatan yang dilaksanakan dan apa dampak terhadap mitra, masyarakat atau situasi dan kondisi setempat selama tiga bulanan. Sedangkan monitoring bulanan dilakukan sekali dan sebulan, dengan tujuan apakah kegiatan sesuai rencana, dan dampaknya selama sebulan.

Proses monitoring yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta adalah, pertama membandingkan rencana dengan kegiatan yang telah dilaksanakan, kedua mengamati dampak, ketiga mengukur bukti-bukti keberhasilan, keempat mengundang respon mitra terlibat dan kelima memantau pemberitaan media massa. Pembahasan hasil-hasil monitoring



bulanan dan tiga bulanan dilakukan dalam rapat umum, apabila diperlukan monitoring lapangan (khusus kegiatan pendidikan dan pelatihan), dengan prosedur direktur menugaskan koordinator untuk melakukan monitoring. Jika laporan hasil monitoring menunjukkan penyimpangan yang disertai permintaan dukungan untuk kelancaran kegiatan, maka forum rapat dapat mengusulkan penyesuaian dan dukungan.

LBH APIK Yogyakarta melakukan evaluasi tiga kali yaitu : evaluasi setiap akhir tahun dalam rapat kerja yang diselenggarakan bersamaan dengan perencanaan. Evaluasi tengah tahunan dilakukan secara khusus dalam rapat umum setiap pertengahan tahun dan evaluasi proyek dilakukan dalam rapat-rapat divisi atau rapat teknis setelah suatu proyek selesai. Format evaluasi LBH APIK Yogyakarta harus menggambarkan hal-hal sebagai berikut. Yang pertama perbandingan antara kondisi eksternal setelah pelaksanaan program dengan kondisi eksternal sebelumnya. Kemajuan yang nampak dibandingkan program sebelumnya, apakah perbandingan tersebut menunjukkan kemajuan dibandingkan pelaksanaan sebelumnya. Apakah hasil yang diperoleh sesuai dengan tujuan. Apakah relevan dengan masalah yang dihadapi. Apakah efeknya kepada masyarakat. Bagaimana akuntabilitas keuangan dan akuntabilitas waktu. Apa implikasinya bagi perbaikan kinerja. Apa rekomendasi bagi rencana berikutnya.

Pada periode 2012 LBH APIK Yogyakarta telah mengevaluasi program-program yang telah dilaksanakan. Adapun hasil evaluasi tersebut

adalah (wawancara dengan koordinator kampanye Siti Rosawati, SH., 9 November 2014):

- 1) LBH APIK Yogyakarta menemukan bahwa lokasi atau ruang lingkup kegiatan kampanye dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga di Yogyakarta belum merata.
- 2) Dalam perencanaan LBH APIK Yogyakarta menyadari kurangnya riset yang dilakukan mengakibatkan perencanaan yang kurang maksimal.
- 3) LBH APIK Yogyakarta menyadari kurangnya variasi metode penyampain materi pencegahan kekerasan dalam rumah tangga sehingga sering ditemukan audience yang mengantuk atau terlihat bosan saat mengikuti kegiatan ysng dilaksanakan.
- 4) LBH APIK Yogyakarta juga menyadari bahwa kekurangan personil atau pengurus LBH APIK Yogyakarta juga mempengaruhi kinerja LBH APIK Yogyakarta.
- 5) LBH APIK Yogyakarta juga menyadari bahwa kekurangan dana untuk pelaksanaan kampanye.

Secara teoritis, salah satu hal terpenting dalam komunikasi adalah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator, dapat menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikan. Seperti yang telah diungkapkan oleh Rakhmat (1999), bahwa dalam proses komunikasi dikenal tiga efek, yaitu efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral.

Efek yang pertama diharapkan muncul dalam sebuah proses komunikasi dalam hal ini pentransferan ide lewat kampanye adalah efek kognitif. Efek kognitif sendiri sesungguhnya adalah dampak yang timbul, yang menyebabkan komunikan menjadi tahu. Menurut peneliti, LBH APIK Yogyakarta telah berhasil membuat masyarakat tahu apa yang masyarakat tidak tahu. Menurut peneliti LBH APIK Yogyakarta sudah berupaya membuat masyarakat yang tidak tahu menjadi tahu bahwa kekerasan dalam rumah tangga di Yogyakarta merupakan hal yang salah dan melanggar hukum, lewat program-program kampanye yang dilakukan. Misalnya, lewat program pelatihan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga kepada masyarakat di beberapa kecamatan di Yogyakarta, LBH APIK Yogyakarta berupaya membuat masyarakat luas tahu cara penanggulangan dan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga, jika kekerasan dalam rumah tangga itu terjadi di daerah sekitar mereka.

Efek yang kedua diharapkan dapat muncul dalam proses kampanye yang dilakukan adalah efek afektif. Efek afektif ini sendiri adalah efek yang muncul akibat komunikan yang tadinya tahu kemudian sedikit tergerak hatinya, yang menyebabkan munculnya perasaan atau pengertian tertentu. Pada efek afektif ini LBH APIK Yogyakarta, menurut peneliti telah berupaya mewujudkannya dengan mendatangkan komunikator dari pihak korban guna menggugah perasaan komunikan. Korban merupakan komunikator yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan kepada

masyarakat. Orang akan percaya dengan melihat langsung korban dari kekerasan dalam rumah tangga itu sendiri.

Efek yang terakhir adalah efek behavioral, tahap efek behavioral adalah tahap dimana target *audience* tidak hanya tahu dan tergugah, namun sampai melakukan tindakan, untuk ikut berperan serta dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga. Efek seperti inilah yang sangat diharapkan terjadi pada masyarakat terkait masalah kekerasan dalam rumah tangga.

Ketiga efek tersebut sudah berhasil terjadi di masyarakat. Meskipun belum maksimal, LBH APIK telah berhasil membuat masyarakat tahu tentang masalah kekerasan dalam rumah tangga, kemudian tergugah untuk turut serta mencegah terjadinya kekerasan dalam rumah tangga sehingga ada sebagian dari masyarakat yang turut serta melakukan pencegahan dan penanggulangan. Hal ini terlihat dengan jelas dari jumlah volunteer yang terlibat dalam setiap kegiatan LBH APIK. Sampai pada saat ini jumlah volunteer tetap di LBH APIK berjumlah 20 orang dan sebagian besar dari volunteer ini adalah mahasiswa.

Dalam usaha merubah perilaku sosial, tentunya ada faktor hambatan dan faktor pendukungnya. Pada kasus strategi kampanye LBH APIK Yogyakarta dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga di Yogyakarta pada periode 2012, faktor pendukungnya adalah sebagai berikut

- a. Kerja tim yang baik salah satu faktor pendukung dalam strategi kampanye yang dilakukan LBH APIK. Dengan adanya kerja tim (*teamwork*), LBH APIK Yogyakarta dapat saling mengisi dan melengkapi kekurangan yang ada, khususnya yang berkenaan dengan keterbatasan dan tenaga *volunteer*.
- b. Dukungan dari pihak-pihak terkait sangat membantu keberhasilan dari strategi kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta, misalnya dari Departemen Sosial dan Departemen Pemberdayaan Perempuan, dari Rumah Sakit PKU Muhammadiyah, Polres Sleman, Polres Bantul, Poltabes kemudian dari NGO lain yang ada di Yogyakarta seperti Yayasan *Indonesia Acts*, CIBA, Yayasan TIFA dan lain-lain.
- c. Aliran dana dari donatur sangat membantu kelancaran dari program yang dilaksanakan. Tidak dapat dipungkiri setiap kegiatan di LBH APIK Yogyakarta membutuhkan adanya dana. Dengan adanya aliran dana yang teratur setiap kegiatan kampanye dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga dapat terencana dengan baik.
- d. Penerapan komunikasi persuasif yang efektif kepada khalayak sasaran sangat membantu proses pentransferan ide yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta. Komunikasi persuasif ini dilakukan pada program-program yang langsung berinteraksi dengan khalayak sasaran seperti

pada program FGD dan community education, hal ini terlihat dengan jumlah volunteer yang bertambah dari 12 orang menjadi 20 orang.

- e. Pemanfaatan media cetak maupun elektronik dalam melakukan kampanye, seperti melakukan kampanye lewat siaran radio, melakukan pemberitahuan kepada media jika ada pelaksanaan kegiatan, mengirimkan press release, dan lain-lain. Alasan dipilihnya media cetak berupa koran dan media elektronik berupa radio adalah karena media ini yang paling banyak dan relatif murah untuk diakses masyarakat.

Setelah membahas mengenai faktor pendukungnya maka berikut ini adalah faktor penghambat dari strategi kampanye LBH APIK Yogyakarta dalam upaya mewujudkan masyarakat yang bebas dari kekerasan rumah tangga di Yogyakarta :

- a. Fakta di lapangan sering kali berbeda dengan perencanaan misalnya saja pada saat melaksanakan program pelatihan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga pernah di salah satu lokasi tidak ada peserta yang hadir padahal undangan sudah disebar dan semua persiapan sudah matang.
- b. Aliran dana memang selalu ada setiap tahunnya namun sering kali dan tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan di lapangan karena satu dan lain hal.

- c. LBH APIK Yogyakarta belum memiliki website sendiri atau blog untuk mempermudah khalayak luas mengakses kegiatan kampanye yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta.