

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian terdahulu, pertama penulis menjelaskan yang relevan dengan penelitian yang penulis lakukan. Hal ini menjadi dasar pertimbangan dan perbandingan dalam pelaksanaan serta pengembangan ide dalam penyusunan kerangka berpikir dalam menyusun proyek tugas akhir ini. Dalam memperkuat kajian, berikut beberapa penelitian sebelumnya yang penulis jadikan acuan:

Pertama, penelitian terdahulu yang relevan dengan penyusunan tugas akhir ini adalah artikel ilmiah milik Tasha Amalia Adenan dan Novita Surya Ningsih (2025) dengan judul "Sosialisasi Satgas PPKS Unmul sebagai Upaya dalam Pemahaman Kekerasan Seksual di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman" yang diterbitkan dalam Jurnal Pembangunan Sosial, Volume 13 Nomor 2 Tahun 2025. Di dalamnya menjelaskan terkait peran program sosialisasi Satuan Tugas Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual Universitas Mulawarman (Satgas PPKS Unmul) dalam meningkatkan pemahaman civitas akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik mengenai kekerasan seksual, sebagai respons atas mandat Permendikbud Ristek Nomor 30 Tahun 2021 yang mewajibkan setiap perguruan tinggi membentuk satuan tugas serupa.

Penelitian ini bertujuan mengkaji efektivitas sosialisasi yang dijalankan oleh Satgas PPKS Unmul, khususnya terhadap mahasiswa baru FISIP angkatan 2024, dalam membangun pemahaman tentang definisi, ruang lingkup, mekanisme pelaporan, dan sanksi administratif terkait kekerasan seksual di lingkungan kampus. Pelaksanaan penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui dokumentasi laporan Satgas PPKS Unmul dan wawancara dengan informan, dilengkapi dengan hasil post test yang diisi oleh 413 peserta sosialisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi yang dilakukan terbukti meningkatkan pemahaman mahasiswa baru FISIP terhadap kekerasan seksual secara signifikan, sekaligus mendorong terbukanya saluran pelaporan kasus yang sebelumnya tidak aktif, sehingga sosialisasi dinilai sebagai langkah awal yang

efektif dalam membangun lingkungan kampus yang aman dan bebas dari kekerasan seksual.

Kedua, penelitian terdahulu yang relevan dengan penyusunan tugas akhir ini adalah artikel ilmiah milik Khofidhotur Rovida dan M. Irfan Rahmatullah (2026) dengan judul "Intervensi Preventif Kekerasan Seksual melalui Edukasi Berbasis Sekolah: Implementasi Edukasi Pencegahan di SMA 17 Agustus Surabaya" yang diterbitkan dalam Kadarkum: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Volume 7 Nomor 1 Tahun 2026, yang diterbitkan oleh Universitas Semarang. Di dalamnya menjelaskan terkait implementasi program edukasi pencegahan kekerasan seksual melalui pendekatan sosialisasi interaktif yang mengintegrasikan perspektif hukum dan kesehatan, sebagai respons atas meningkatnya kasus kekerasan seksual terhadap remaja di lingkungan sekolah secara nasional.

Kegiatan ini bertujuan meningkatkan literasi risiko siswa mengenai definisi dan bentuk kekerasan seksual, memperkuat kesadaran perlindungan diri, serta mengenalkan mekanisme pelaporan yang tersedia melalui kanal resmi seperti guru BK, Unit PPA, dan layanan pengaduan SAPA 129. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahapan terstruktur yaitu persiapan, pelaksanaan edukasi interaktif, pendampingan diskusi terarah, dan evaluasi melalui kuesioner *pre-post*, dengan metode yang meliputi pemaparan materi kerangka hukum, diskusi terbimbing, simulasi kasus, dan tanya jawab partisipatif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan skor literasi risiko sebesar 32% setelah intervensi, mencakup pemahaman yang lebih komprehensif tentang konsep kekerasan seksual, meningkatnya kesadaran terhadap mekanisme pelaporan, serta terbentuknya kesadaran hukum di kalangan pelajar sebagai bagian dari upaya preventif yang berkelanjutan dalam membangun lingkungan sekolah yang aman dan responsif terhadap isu perlindungan anak.

Ketiga, penelitian terdahulu yang relevan dengan penyusunan tugas akhir ini adalah artikel ilmiah milik Muhammad Mahesa Rizieq Akbar, dkk. (2024) dengan judul "Program Sosialisasi Kekerasan Seksual/*Sexual Harassment*" yang dipublikasikan dalam Prosiding Seminar Nasional LPPM Universitas Muhammadiyah Jakarta Tahun 2024. Di dalamnya menjelaskan terkait upaya

pencegahan dan penanganan kekerasan seksual melalui program sosialisasi yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Jakarta kepada siswa kelas 1 SMP hingga kelas 1 SMK di Yayasan Pendidikan Muslim Asia Afrika, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan.

Kegiatan ini bertujuan memberikan pemahaman yang komprehensif kepada siswa mengenai cara mengenali, mencegah, dan menanggapi situasi kekerasan seksual, sekaligus membangun kesadaran tentang pentingnya menghargai diri sendiri dan orang lain demi terciptanya lingkungan sekolah yang aman dan nyaman. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui metode presentasi, diskusi kelompok, pemutaran video edukatif, dan simulasi interaktif yang disesuaikan dengan usia dan tingkat pemahaman siswa, dengan produk utama berupa modul edukasi dan poster pencegahan kekerasan seksual yang diserahkan kepada sekolah. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kesadaran dan kepekaan siswa terhadap isu kekerasan seksual, tumbuhnya keberanian untuk bersuara ketika menemukan tindakan yang tidak pantas, serta terbentuknya komitmen sekolah untuk mengintegrasikan materi kekerasan seksual ke dalam kurikulum Pendidikan Karakter dan Pendidikan Kesehatan sebagai langkah preventif yang berkelanjutan.

Keempat, penelitian terdahulu yang relevan dengan penyusunan tugas akhir ini adalah artikel ilmiah milik Asya Noor Adha, dkk. (2025) dengan judul "Penguatan Kesadaran Hukum Siswa melalui Sosialisasi Pencegahan Kekerasan Seksual pada Anak di SMP Negeri 24 Samarinda" yang diterbitkan dalam Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum, Volume 3 Nomor 5 Tahun 2025. Artikel ini menjelaskan terkait upaya penguatan kesadaran hukum siswa melalui program sosialisasi interaktif bertema "Kenali, Cegah, dan Laporkan: Bersama Lawan Kekerasan Seksual Pada Anak" yang didasarkan pada UU Nomor 12 Tahun 2022 tentang Tindak Pidana Kekerasan Seksual dan UU Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perlindungan Anak. Kegiatan ini bertujuan menumbuhkan pemahaman, keterampilan, dan keberanian siswa untuk mengenali, mencegah, serta melaporkan kasus kekerasan dan pelecehan seksual di lingkungan sekolah maupun luar sekolah.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendekatan edukatif-deskriptif secara tatap muka yang meliputi pemaparan materi, diskusi, permainan edukatif,

penayangan video, serta evaluasi berupa kuis dan tanya jawab yang melibatkan 88 siswa kelas VIII. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan siswa mengenai bentuk-bentuk kekerasan seksual, batasan tubuh, keberanian berkata tidak, dan prosedur pelaporan yang tepat, sekaligus memperkuat peran mahasiswa hukum sebagai agen perubahan dalam membangun budaya hukum dan lingkungan sekolah yang aman sejak dini.

Tabel 3 Kajian Pustaka dan Pembaharuan

Aspek	Tasha Amalia Adenan & Novita Surya Ningsih (2025)	Khofidhotur Rovida & M. Irfan Rahmatullah (2026)	Muhammad Mahesa Rizieq Akbar dkk (2024)	Asya Noor Adha dkk (2025)	Pembaruan Penelitian
Lokasi & Subjek	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman Mahasiswa baru FISIP angkatan 2024, survei/ <i>post-test</i> pada 413 peserta.	SMA 17 Agustus Surabaya. Peserta didik sekolah menengah atas.	Yayasan Pendidikan Muslim Asia Afrika, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan. Siswa kelas 1 SMP sampai 1 SMK.	SMP Negeri 24 Samarinda, 88 siswa kelas VIII sebagai peserta sosialisasi.	Kota Semarang. Seniman di bawah naungan Dewan Kesenian Semarang (Dekase), dengan fokus produksi media <i>Public Relations</i> untuk membangun <i>awareness</i> Program Ruang Aman Berkesenian.
Metode	Metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik dokumentasi dan wawancara, dilengkapi <i>post-test/survei</i> setelah sosialisasi.	Pemetaan masalah, observasi lapangan, penyampaian materi hukum dan dampak medis-psikologis, serta evaluasi melalui kuesioner <i>pre-post</i> .	Presentasi, diskusi kelompok, pemutaran video edukatif, dan simulasi interaktif yang disesuaikan dengan usia peserta.	Sosialisasi tatap muka dengan pendekatan edukatif-deskriptif, melalui presentasi materi, diskusi, permainan edukatif, tayangan video, kuis,	Program PR melalui Pembekalan dan Diskusi dalam Pembahasan SOP Internal Dekase guna Membangun Ruang Aman Berkesenian, serta sosialisasi kanal pelaporan berupa diskusi interaktif, peluncuran

				dan tanya jawab.	kanal pelaporan resmi, dan penandatanganan komitmen bersama, didukung produksi dua video berbasis <i>Elaboration Likelihood Model</i> (ELM).
Output	eningkat setelah sosialisasi; data post-test menunjukkan sebagian besar peserta memahami definisi, lingkup, sasaran, penanganan, dan sanksi kekerasan seksual.	Terjadi peningkatan signifikan pemahaman siswa, dengan kenaikan skor literasi risiko sebesar 32% setelah intervensi.	Tersusunnya modul edukasi dan poster sebagai media bantu, sekaligus meningkatnya pemahaman siswa.	Meningkatnya pengetahuan siswa tentang bentuk kekerasan seksual, batasan tubuh, keberanian berkata tidak, prosedur pelaporan, serta kesadaran hukum dan empati sosial.	Empat output konkret yaitu kanal pelaporan resmi, dokumen SOP penanganan kasus, MoU Dekase & Yayasan Sahwahita, serta struktur penanggung jawab Ruang Aman tiap cabang seni, didukung produksi media <i>Public Relations</i> berupa <i>flyer</i> undangan sosialisasi, <i>backdrop pledge wall</i> , <i>backdrop</i> panggung sosialisasi, <i>banner</i> alur pelaporan dan penanganan, dua video berbasis <i>Elaboration Likelihood Model</i> (ELM), <i>press release</i> , dan video <i>after event</i> yang dipublikasikan melalui Instagram dan YouTube Dekase.

Fokus	Pemahaman kekerasan seksual, fungsi Satgas PPKS, serta mekanisme pelaporan.	Literasi risiko, mekanisme pelaporan, serta konsekuensi hukum dan kesehatan dari kekerasan seksual.	Pencegahan dan penanganan kekerasan seksual di lingkungan sekolah.	Pengenalan, pencegahan, dan pelaporan kekerasan seksual pada anak.	Membangun <i>awareness</i> dan mekanisme pelaporan kekerasan seksual melalui program Ruang Aman Berkesenian, berfokus pada perubahan norma komunitas, pemberdayaan korban, dan formalisasi sistem perlindungan di lingkungan seni Kota Semarang.
Pendekatan	Sosialisasi kelembagaan berbasis edukasi internal, dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan proses penyampaian materi dalam peningkatan pemahaman mahasiswa.	Intervensi edukatif preventif berbasis sekolah, menggabungkan perspektif hukum dan kesehatan melalui observasi, penyampaian materi, serta evaluasi pre-post untuk mengukur perubahan pemahaman.	Strategi komunikasi edukatif berbasis kegiatan sosialisasi terapan, memanfaatkan presentasi, diskusi kelompok, video edukasi, simulasi interaktif, serta media bantu seperti modul dan poster.	Edukasi preventif berbasis sosialisasi interaktif, dengan pendekatan partisipatif melalui presentasi, diskusi, permainan edukatif, video, kuis, dan tanya jawab untuk membangun kesadaran hukum siswa.	<i>Public Relations</i> dan produksi media berbasis <i>Elaboration Likelihood Model/ELM</i> (Petty & Cacioppo, 1986) yang disusun berdasarkan kebutuhan riil komunitas seni, dengan kolaborasi lintas lembaga antara Dekase dan Yayasan Sahwahita.

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Public Relations*

Public Relations (PR) sebagai disiplin ilmu tidak semata-mata berfokus pada praktik komunikasi organisasi, melainkan juga mencakup dimensi ilmiah yang diwujudkan melalui penelitian yang dapat bersifat verifikatif, eksploratif, maupun aplikatif. Penelitian dalam PR memiliki peran dalam menilai penerapan teori, memahami permasalahan komunikasi, serta menyediakan solusi yang

relevan terhadap tantangan komunikasi publik yang dihadapi oleh organisasi. Temuan penelitian tersebut selanjutnya dapat menjadi landasan dalam merancang program PR yang strategis, sistematis, dan sesuai dengan sasaran komunikasi yang ingin dicapai.

Sebagai praktik profesional, PR berperan dalam membangun dan memelihara hubungan antara organisasi dengan publik melalui proses komunikasi yang terencana. Dalam pelaksanaannya, PR tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengelola pesan melalui berbagai saluran komunikasi yang sesuai dengan karakteristik sasaran. Salah satu penerapan PR dapat dilakukan melalui produksi media komunikasi dan penyelenggaraan *event* sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kepada publik sasaran. *Event* dapat menjadi sarana komunikasi strategis karena memungkinkan organisasi berinteraksi secara langsung dengan publik. Partisipasi publik menjadi salah satu elemen penting dalam keberhasilan aktivitas PR, khususnya dalam penyelenggaraan *event* yang dapat menciptakan keterlibatan dan keterikatan dengan publik sasaran (Santika et al., 2024).

Dalam proyek ini, konsep *Public Relations* diterapkan melalui Program Ruang Aman Berkesenian yang menggunakan berbagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada seniman Dewan Kesenian Semarang (Dekase). Produksi media *Public Relations* menjadi bagian dari strategi komunikasi program untuk memperkenalkan keberadaan program, menyampaikan pesan utama, serta membangun *awareness* seniman Dekase terhadap Program Ruang Aman Berkesenian. Dengan demikian, PR dalam proyek ini tidak hanya ditempatkan sebagai aktivitas penyampaian informasi, tetapi sebagai proses komunikasi yang terencana untuk mendukung pencapaian tujuan program.

2.1.2 Fungsi *Public Relations*

Fungsi *Public Relations* (PR) pada dasarnya adalah membangun serta memelihara hubungan yang positif antara organisasi dan publiknya, baik publik internal maupun eksternal. Dalam menjalankan peran tersebut, PR tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga menjaga alur komunikasi agar

tetap efektif, terarah, dan mampu menciptakan hubungan yang baik antara organisasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan. Di lingkungan internal, PR juga membantu menjaga koordinasi sehingga potensi miskomunikasi maupun konflik dapat diminimalkan. Secara lebih luas, PR berkontribusi dalam membentuk kredibilitas organisasi melalui penyampaian pesan yang konsisten, terbuka, dan sesuai dengan nilai organisasi. Hal ini sejalan dengan temuan Ariska (2023) yang menekankan bahwa PR berfungsi membangun dan mempertahankan pengertian antara organisasi dan publiknya. Berikut merupakan fungsi dari *Public Relations*:

1. Membangun dan Menjaga Hubungan Positif. PR berfungsi menciptakan dan menjaga hubungan positif antara organisasi dan publiknya, baik pihak internal maupun eksternal. Fungsi ini diwujudkan melalui komunikasi yang terencana dan konsisten agar organisasi dapat menyampaikan pesan kepada publik secara efektif.
2. Meningkatkan Keterlibatan Publik. PR berperan dalam meningkatkan keterlibatan publik melalui komunikasi yang terbuka dan interaktif. Fungsi tersebut dapat dilakukan melalui berbagai aktivitas seperti kampanye, event, dan kegiatan sosialisasi yang memungkinkan publik berinteraksi secara langsung dengan program atau organisasi.
3. Meningkatkan Kredibilitas dan Citra Positif. PR berperan dalam membangun dan mempertahankan citra positif organisasi melalui penyampaian pesan yang konsisten dan sesuai dengan nilai organisasi. Pesan yang disampaikan secara tepat dapat membantu membangun kepercayaan publik terhadap organisasi maupun program yang dijalankan.

Dalam proyek ini, fungsi PR tersebut diwujudkan melalui produksi media komunikasi yang digunakan untuk mendukung Program Ruang Aman Berkesenian. Media yang diproduksi tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkenalkan program, meningkatkan perhatian, dan membangun *awareness* seniman Dekase terhadap keberadaan serta tujuan program.

2.1.3 Tujuan *Public Relations*

Tujuan utama Public Relations (PR) adalah mencapai sasaran komunikasi yang telah ditetapkan melalui hubungan yang baik antara organisasi dengan publik. Hubungan tersebut dibangun melalui proses komunikasi yang memungkinkan publik mengenal keberadaan, kegiatan, serta pesan yang disampaikan oleh organisasi atau program.

Dalam praktiknya, PR berupaya memengaruhi pandangan publik melalui komunikasi yang terencana. Salah satu tahap awal yang perlu dicapai adalah membuat publik mengenali keberadaan suatu program sebelum mendorong keterlibatan lebih lanjut. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui berbagai aktivitas PR, seperti penyelenggaraan event, publikasi, dan media relations. Melalui strategi komunikasi yang sesuai, PR dapat menarik perhatian publik terhadap suatu program dan membangun hubungan yang lebih positif dengan sasaran komunikasi (Rahma, 2023).

Dalam proyek ini, tujuan PR diarahkan pada membangun *awareness* seniman Dewan Kesenian Semarang terhadap Program Ruang Aman Berkesenian. Tujuan tersebut diwujudkan melalui produksi media PR yang digunakan pada berbagai tahapan program, mulai dari sebelum kegiatan, saat kegiatan berlangsung, hingga setelah kegiatan. Dengan demikian, aktivitas PR dalam proyek ini diarahkan untuk memastikan keberadaan, tujuan, dan pesan utama Program Ruang Aman Berkesenian dapat dikenali oleh seniman Dekase.

2.1.4 Produksi Media *Public Relations*

Produksi media dalam *Public Relations* (PR) merupakan kegiatan merancang, membuat, dan menyebarkan materi komunikasi yang mendukung tujuan organisasi atau program. Media PR dapat berbentuk cetak, digital, maupun audiovisual dan digunakan untuk menyampaikan pesan secara jelas, menarik, dan persuasif kepada publik. Dalam konteks event atau sosialisasi, produksi media tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai informasi, tetapi juga sebagai pendukung pengalaman komunikasi dan keterlibatan publik. Menurut Winarsih (2021), penggunaan media PR yang tepat dapat

meningkatkan efektivitas komunikasi publik karena pesan disampaikan dengan cara yang relevan dan mudah diterima oleh audiens, sehingga dapat memperkuat hubungan antara organisasi dan masyarakat.

Selain itu, produksi media PR dapat menjadi bagian dari strategi komunikasi yang mendukung keterlibatan publik. Media yang dirancang secara kreatif dan terintegrasi dengan aktivitas event dapat membantu memperkuat pesan yang disampaikan sebelum, selama, maupun setelah kegiatan. Menurut Santika et al. (2024), event yang didukung media PR dapat menciptakan keterlibatan yang lebih tinggi, memperkuat brand awareness, dan meningkatkan citra positif organisasi. Oleh karena itu, perencanaan dan produksi media menjadi aspek penting dalam aktivitas PR yang bertujuan membangun komunikasi yang efektif.

Dalam proyek ini, konsep produksi media *Public Relations* dioperasikan sebagai proses perancangan, produksi, dan publikasi delapan media yang digunakan untuk membangun *awareness* seniman Dewan Kesenian Semarang terhadap Program Ruang Aman Berkesenian. Media tersebut dirancang berdasarkan kebutuhan komunikasi pada setiap tahapan program. Pada tahap sebelum kegiatan, media digunakan untuk memperkenalkan keberadaan kegiatan dan menarik perhatian seniman. Pada saat kegiatan, media digunakan untuk memperkuat identitas program serta menyampaikan pesan dan informasi mengenai mekanisme pelaporan. Setelah kegiatan, media digunakan untuk mendokumentasikan dan menyebarkan kembali pesan program. Dengan penerapan tersebut, produksi media PR dalam proyek ini menjadi instrumen komunikasi yang secara langsung mendukung tujuan pembangunan *awareness* terhadap Program Ruang Aman Berkesenian.

2.1.4.1 *Flyer*

Flyer merupakan salah satu media komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara ringkas kepada publik. *Flyer* umumnya memadukan unsur teks, gambar, warna, dan tata letak yang dirancang secara menarik agar pesan dapat diterima dengan cepat. Mujahid, Hafiz, dan Sari

(2021) menjelaskan bahwa *flyer* merupakan media promosi yang berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat serta menjadi salah satu media komunikasi visual yang efektif dalam mendukung kegiatan promosi.

Dalam praktik *Public Relations*, *flyer* digunakan sebagai media publikasi untuk menyampaikan informasi mengenai program, kegiatan, maupun kampanye. Penyajian informasi yang singkat dan didukung desain visual yang komunikatif dapat membantu menarik perhatian sasaran komunikasi. Dalam proyek ini, *flyer* digunakan sebagai media komunikasi awal untuk memperkenalkan kegiatan sosialisasi Program Ruang Aman Berkesenian kepada seniman Dekase. Informasi yang disampaikan meliputi identitas kegiatan, waktu, tempat, dan informasi penting lainnya sehingga seniman dapat mengenali keberadaan kegiatan sebelum pelaksanaan.

2.1.4.2 Backdrop

Backdrop merupakan salah satu media komunikasi visual yang digunakan dalam penyelenggaraan kegiatan atau event untuk memperkuat identitas visual serta menyampaikan pesan kepada publik. Sebagai bagian dari *event collateral*, backdrop dapat memuat identitas penyelenggara, tema kegiatan, logo, maupun pesan utama yang ditampilkan secara visual. Menurut Dewi dan Valentina (2025), *event collateral* merupakan media komunikasi visual yang dirancang untuk mendukung penyelenggaraan acara serta menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens.

Dalam praktik *Public Relations*, *backdrop* menjadi salah satu bentuk *event collateral* yang berfungsi sebagai media publikasi, identitas kegiatan, dan pendukung dokumentasi. Penggunaan backdrop secara konsisten dapat membantu memperkuat identitas visual suatu program sehingga lebih mudah dikenali.

Dalam proyek ini, *backdrop* digunakan dalam dua bentuk, yaitu *backdrop pledge wall* dan *backdrop panggung* sosialisasi. *Backdrop pledge wall* berfungsi sebagai media visual yang mendukung keterlibatan seniman dalam

menyampaikan komitmen terhadap ruang berkesenian yang aman. Sementara itu, *backdrop* panggung sosialisasi digunakan untuk memperkuat identitas visual Program Ruang Aman Berkesenian sekaligus memperkuat pesan utama selama kegiatan berlangsung. Kedua media tersebut mendukung proses pengenalan dan penguatan identitas program kepada seniman Dekase.

2.1.4.3 Banner

Banner merupakan salah satu media komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi, publikasi, maupun pesan kepada sasaran komunikasi melalui perpaduan unsur teks, gambar, warna, dan tata letak. *Banner* dirancang untuk menyampaikan pesan secara singkat dan jelas sehingga dapat menarik perhatian serta memudahkan sasaran dalam mengenali informasi yang disampaikan. Harriot dan Dewi (2025) menjelaskan bahwa *banner* berfungsi sebagai media komunikasi visual yang dapat mendukung kegiatan sosialisasi karena mampu menyampaikan informasi secara informatif dan komunikatif kepada sasaran.

Dalam konteks *Public Relations*, *banner* dapat digunakan sebagai media publikasi dalam berbagai kegiatan seperti kampanye, seminar, pameran, maupun sosialisasi. Menurut Rustan (2008), keberhasilan sebuah *banner* tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh penerapan elemen desain komunikasi visual seperti tipografi, warna, ilustrasi, dan tata letak yang menciptakan hierarki informasi sehingga pesan dapat diterima dengan mudah.

Dalam proyek ini, *banner* digunakan untuk memperkenalkan alur pelaporan dan mekanisme penanganan dalam Program Ruang Aman Berkesenian kepada seniman Dekase. Penyajian informasi secara visual membantu seniman mengenali keberadaan mekanisme pelaporan yang menjadi bagian dari program.

2.1.4.4 Video

Video merupakan media komunikasi audiovisual yang menggabungkan unsur gambar bergerak, suara, teks, dan animasi untuk menyampaikan

informasi atau pesan kepada audiens. Sebagai media komunikasi, video dapat menyajikan pesan melalui kombinasi unsur visual dan audio sehingga mampu menarik perhatian audiens. Natasha, Yunanto, dan Oktaviani (2019) menjelaskan bahwa video sebagai media promosi memiliki kemampuan menarik perhatian audiens melalui kombinasi unsur visual dan audio.

Dalam praktik *Public Relations*, video digunakan sebagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi, mendukung publikasi, membangun citra organisasi, serta menyampaikan pesan kampanye. Permatasari dan Wicaksono (2025) menyatakan bahwa video sebagai media komunikasi visual mampu memperkuat penyampaian pesan, membangun brand *awareness*, dan meningkatkan keterikatan emosional audiens melalui penyajian visual yang menarik dan komunikatif.

Dalam proyek ini, video digunakan dalam dua bentuk, yaitu video himbauan Ruang Aman Berkesenian dan video alur pelaporan serta mekanisme penanganan. Video himbauan digunakan untuk menarik perhatian dan membangun *awareness* seniman terhadap pesan Program Ruang Aman Berkesenian, sedangkan video alur pelaporan digunakan untuk memperkenalkan keberadaan alur pelaporan dan mekanisme penanganan secara visual. Kedua video tersebut diproduksi dengan pendekatan *Elaboration Likelihood Model* (ELM) sebagai landasan dalam penyusunan pesan persuasif.

2.1.4.5 Press Release

Press release atau siaran pers merupakan salah satu media *Public Relations* yang digunakan untuk menyampaikan informasi resmi mengenai kegiatan, kebijakan, maupun pencapaian organisasi kepada media massa agar dapat dipublikasikan kepada masyarakat. *Press release* disusun menggunakan kaidah penulisan berita sehingga informasi yang disampaikan memiliki nilai berita, akurat, dan mudah dipahami oleh media maupun publik. Menurut Gandariani (2017), *press release* merupakan bentuk publikasi yang dibuat oleh praktisi *Public Relations* sebagai sarana penyampaian informasi organisasi kepada media massa untuk memperoleh publisitas.

Dalam praktik *Public Relations*, *press release* berfungsi sebagai media komunikasi yang mendukung kegiatan media relations serta memperluas penyebaran informasi mengenai organisasi maupun program. Illahi (2014) menjelaskan bahwa *press release* menjadi salah satu tools *Public Relations* yang berperan dalam menjalin hubungan dengan media sekaligus menyebarkan informasi organisasi kepada publik.

Dalam proyek ini, *press release* digunakan sebagai media publikasi pasca-kegiatan untuk memperkenalkan dan menyebarkan informasi mengenai pelaksanaan Program Ruang Aman Berkesenian, sehingga keberadaan dan pesan program dapat menjangkau publik di luar peserta kegiatan secara lebih luas.

2.1.5 Aplikasi Canva

Canva Pro merupakan platform desain berbasis daring yang menyediakan berbagai alat untuk membuat materi komunikasi visual, seperti *flyer*, poster, banner, undangan, infografis, dan presentasi. Platform ini memungkinkan pengguna menghasilkan desain secara efisien melalui fitur template, elemen grafis, dan alat pengeditan. Canva Pro juga menyediakan fitur pengelolaan aset visual yang membantu menjaga konsistensi identitas visual pada berbagai materi komunikasi dalam satu kegiatan (Shidik et al., 2023).

Dalam proyek ini, Canva Pro digunakan sebagai alat utama dalam perancangan *flyer* undangan sosialisasi, *backdrop pledge wall*, *backdrop* panggung sosialisasi, dan *banner* alur pelaporan dan penanganan, serta dalam proses editing video animasi alur pelaporan dan mekanisme penanganan. Penggunaan Canva Pro mendukung konsistensi elemen visual antarmedia sehingga identitas Program Ruang Aman Berkesenian dapat dikenali secara konsisten oleh seniman Dekase.

2.1.6 Aplikasi Capcut

CapCut merupakan aplikasi pengeditan video berbasis mobile dan desktop yang menyediakan berbagai fitur pengeditan, seperti pemotongan klip,

penambahan teks, transisi, efek visual, pengaturan warna, serta penyelarasan audio. Kemudahan penggunaan berbagai fitur tersebut mendukung proses produksi video yang membutuhkan efisiensi dan kualitas visual.

Dalam proyek ini, CapCut digunakan sebagai alat utama dalam proses pengeditan video imbauan Ruang Aman Berkesenian dan video *after event*. Video imbauan digunakan sebagai media penyampaian pesan secara persuasif untuk membangun *awareness* seniman Dekase, sedangkan video *after event* digunakan sebagai media dokumentasi dan publikasi pasca-kegiatan untuk memperluas penyebaran pesan Program Ruang Aman Berkesenian.

2.1.7 Awareness

Awareness atau kesadaran merupakan tahap awal dalam proses komunikasi publik ketika seseorang mulai mengetahui dan mengenali keberadaan suatu program, kegiatan, atau isu. Dalam praktik *Public Relations*, *awareness* menjadi bagian penting karena pengenalan terhadap keberadaan suatu program merupakan dasar sebelum publik memberikan perhatian dan keterlibatan lebih lanjut terhadap program tersebut.

Dalam kajian mengenai Kampanye Sadar Wisata 5.0, Yustikasari (2022) menjelaskan bahwa kampanye tersebut berfokus pada peningkatan *awareness* masyarakat mengenai pentingnya keterlibatan mereka dalam suatu program melalui strategi komunikasi yang disesuaikan dengan berbagai platform media. Temuan tersebut menunjukkan bahwa *awareness* dapat dibangun melalui penyampaian pesan yang terencana dan penggunaan media yang sesuai dengan sasaran komunikasi.

Dalam proyek ini, konsep *awareness* dioperasionalkan sebagai kemampuan seniman Dewan Kesenian Semarang untuk mengetahui dan mengenali keberadaan Program Ruang Aman Berkesenian, serta mengenali tujuan dan pesan utama yang disampaikan melalui program. Operasionalisasi tersebut diwujudkan melalui penggunaan media *Public Relations* yang dirancang untuk memperkenalkan program, menarik perhatian seniman,

memperkuat identitas program, serta menyebarluaskan kembali pesan program setelah kegiatan.

Pembangunan *awareness* dalam proyek ini dilakukan melalui tiga tahapan komunikasi. Sebelum kegiatan, *flyer* digunakan untuk memperkenalkan keberadaan kegiatan kepada seniman Dekase. Selama kegiatan, *backdrop pledge wall*, *backdrop* panggung, *banner*, serta video digunakan untuk memperkuat identitas program, menarik perhatian, dan memperkenalkan pesan serta mekanisme pelaporan. Setelah kegiatan, *press release* dan video *after event* digunakan untuk memperluas publikasi dan mengingatkan kembali keberadaan serta pesan Program Ruang Aman Berkesenian. Dengan demikian, *awareness* tidak hanya ditempatkan sebagai konsep teoritis, tetapi diterapkan secara langsung melalui perencanaan dan produksi media PR dalam proyek ini.

2.1.8 Elaboration Likelihood Model (ELM)

Elaboration Likelihood Model (ELM) merupakan teori persuasi yang dikembangkan oleh Petty dan Cacioppo (1986). Teori ini menjelaskan bahwa efektivitas suatu pesan dipengaruhi oleh bagaimana individu memproses informasi yang diterimanya. Menurut Petty dan Cacioppo (1986), terdapat dua jalur persuasi, yaitu *central route* dan *peripheral route*. *Central route* terjadi ketika individu memproses pesan secara lebih kritis dengan mempertimbangkan kualitas argumen yang disampaikan, sedangkan *peripheral route* terjadi ketika individu lebih dipengaruhi oleh isyarat sederhana, seperti daya tarik visual, kredibilitas komunikator, maupun cara penyajian pesan.

Dalam komunikasi persuasif, Perbawainingsih (2012) menyatakan bahwa persuasi merupakan proses komunikasi untuk membentuk atau mengubah sikap yang dapat dipahami melalui teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM). Efektivitas persuasi tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pesan, tetapi juga oleh kualitas komunikator dan cara pesan disampaikan. Oleh karena itu, ELM dapat menjadi landasan dalam merancang pesan yang mampu menarik perhatian sekaligus menyampaikan informasi secara efektif.

Dalam proyek ini, ELM dioperasionalkan secara khusus pada produksi dua media video, yaitu video himbauan Ruang Aman Berkesenian dan video alur pelaporan serta mekanisme penanganan. Penerapan ELM digunakan sebagai landasan dalam menentukan cara penyampaian pesan melalui kombinasi argumentasi, visual, teks, audio, dan elemen pendukung lainnya. *Central route* diterapkan melalui penyampaian informasi dan argumen yang berkaitan dengan isu serta pesan utama Program Ruang Aman Berkesenian, sedangkan *peripheral route* diterapkan melalui penggunaan elemen visual, audio, desain, dan penyajian pesan yang menarik perhatian. Penerapan kedua jalur tersebut disesuaikan dengan karakteristik media video agar pesan program dapat menarik perhatian dan mendukung terbentuknya *awareness* seniman Dekase terhadap Program Ruang Aman Berkesenian.