

# Analisis Program Kampanye Pencegahan Kasus Pelecehan Seksual Pada Perempuan di PT. Arteria Daya Mulia

Gabriele Fagarrosa Venedi<sup>1</sup>, Lusy Mukhlisiana<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, gabrielevendi@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, lusymj@telkomuniversity.ac.id

## Abstract

Sexual harassment in the workplace represents a significant challenge for PT Arteria Daya Mulia, where female employees, who constitute 30-35% of the total workforce, are particularly vulnerable to harassment. In acknowledgment of this issue, the company initiated a sexual harassment prevention campaign with the objective of establishing a more secure and inclusive work environment. The objective of this research is to evaluate the efficacy of the campaign and assess the effectiveness of the *public relations* (PR) communication strategy employed. This research employs a qualitative methodology, utilizing data collection techniques such as in-depth interviews, observation, and document analysis. The data were analyzed using the Cutlip, Center, and Broom communication model, which comprises the phases of fact-finding, planning, communication, and evaluation. The results demonstrated that the campaign effectively heightened employees' awareness of sexual harassment and enhanced the company's image in terms of gender equality and safety. Furthermore, this research offers recommendations for other companies seeking to implement more efficacious prevention programs. It is anticipated that with this campaign, PT Arteria Daya Mulia will be able to establish a safer work environment devoid of sexual harassment and reinforce the company's reputation.

**Keywords-***public relations*, prevention campaign, sexual harassment, communication strategy, gender equality.

## Abstrak

Pelecehan seksual di lingkungan kerja merupakan masalah serius yang dihadapi PT Arteria Daya Mulia, di mana karyawan perempuan, yang hanya berjumlah 30-35% dari total karyawan, menjadi kelompok yang rentan terhadap pelecehan. Menyadari hal ini, perusahaan meluncurkan kampanye pencegahan pelecehan seksual dengan fokus pada menciptakan lingkungan kerja yang lebih aman dan inklusif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas kampanye tersebut serta mengevaluasi strategi komunikasi *public relations* (PR) yang diterapkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan model komunikasi Cutlip, Center, dan Broom, yang terdiri dari tahapan pencarian fakta (*fact-finding*), perencanaan (*planning*), komunikasi (*communication*), dan evaluasi (*evaluation*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye ini berhasil meningkatkan kesadaran karyawan mengenai pelecehan seksual dan memperbaiki citra perusahaan dalam hal kesetaraan gender dan keamanan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan rekomendasi bagi perusahaan lain yang ingin menerapkan program pencegahan yang lebih efektif. Dengan adanya kampanye ini, diharapkan PT Arteria Daya Mulia dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih aman dan bebas dari pelecehan seksual, serta memperkuat reputasi perusahaan.

**Kata Kunci-***public relations*, kampanye pencegahan, pelecehan seksual, strategi komunikasi, kesetaraan gender.

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pelecehan seksual di tempat kerja adalah isu serius yang berdampak negatif pada korban, perusahaan, dan lingkungan kerja. PT. Arteria Daya Mulia menggalakkan program ini dilatarbelakangi dengan adanya kasus pelecehan yang terjadi di salah satu divisi atau departemen yang ada di dalam perusahaan ini. Yang mana kasus ini tentu menjadi momok yang cukup menakutkan bagi karyawan, khususnya karyawan perempuan. Terlebih karyawan perempuan di perusahaan hanya 30-35% saja dari seluruh total karyawan yang dimiliki oleh perusahaan. PT. Arteria Daya Mulia

telah melaksanakan kampanye pencegahan pelecehan seksual melalui berbagai inisiatif dan menerima penghargaan nasional selama dua tahun berturut-turut. Kampanye ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang aman dan bebas dari pelecehan. Selain itu, kampanye ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran karyawan dan mengurangi insiden pelecehan melalui perencanaan matang, pelaksanaan konsisten, dan evaluasi berkelanjutan.

## B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi program kampanye pencegahan kekerasan seksual pada perempuan di PT. Arteria Daya Mulia dalam mengedukasi seluruh sumber daya manusia yang dimiliki oleh PT. Arteria Daya Mulia?

## C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada latar belakang penelitian ini, maka ditetapkan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui implementasi program kampanye pencegahan kekerasan seksual pada perempuan di PT. Arteria Daya Mulia kepada seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Selain memiliki tujuan, dalam sebuah penelitian tentu harus memiliki manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis. Berikut merupakan manfaat teoritis dan praktis dari penelitian ini:

### 1. Aspek Teoritis

Penelitian ini memberikan manfaat teoritis yang substansial dengan memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan rinci terkait isu pelecehan seksual di lingkungan kerja. Data dan informasi yang diperoleh dari penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan teori-teori yang lebih kokoh dalam studi tentang pelecehan seksual.

### 2. Aspek Praktis

Temuan dari penelitian ini dapat memberikan petunjuk praktis bagi PT. Arteria Daya Mulia dan perusahaan sejenisnya dalam merancang strategi pencegahan yang lebih efektif. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pelecehan seksual, perusahaan dapat merancang kebijakan dan program pelatihan yang sesuai dan tepat sasaran.

## II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

### A. Strategi Komunikasi

Seperti yang didefinisikan oleh Cutlip, Center, dan Broom (2016), strategi komunikasi adalah pendekatan sistematis terhadap desain, implementasi, dan evaluasi program komunikasi yang dimaksudkan untuk mempengaruhi pemahaman, persepsi, dan perilaku khalayak sasaran. Strategi ini terdiri dari serangkaian langkah terstruktur, dimulai dengan analisis konteks komunikasi dan diakhiri dengan pemilihan saluran komunikasi yang paling tepat.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2016), *public relations* atau hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya yang dapat memengaruhi keberhasilan atau kegagalan organisasi tersebut. *Public relations* melibatkan proses yang sistematis untuk mendengarkan, memahami, dan merespons kepentingan publik, serta membentuk opini publik yang positif mengenai organisasi melalui komunikasi yang efektif dan berkelanjutan.

### B. Pelecehan Seksual di Lingkungan Kerja

Pelecehan seksual di tempat kerja mencakup berbagai perilaku yang tidak diinginkan seperti lelucon seksual yang merendahkan, kekerasan verbal seksual, dan pengiriman pesan atau foto berkonten seksual (Australian Human Rights Commission, 2020). Kasus pelecehan seksual sering kali diabaikan atau dianggap sebagai masalah pribadi oleh banyak perusahaan, padahal dampaknya sangat serius bagi korban dan perusahaan.

### C. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan teori manajemen komunikasi yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi untuk menganalisis kampanye pencegahan pelecehan seksual di PT. Arteria Daya Mulia. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami bagaimana perusahaan merancang dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif untuk menciptakan lingkungan kerja yang aman dan menghormati hak-hak perempuan.

### III. OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah kampanye pencegahan pelecehan seksual di PT. Arteria Daya Mulia. Subjek penelitian melibatkan staf dan manajemen PT. Arteria Daya Mulia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan konstruktivisme. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Subjek penelitian adalah staf dan manajemen PT. Arteria Daya Mulia.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye pencegahan pelecehan seksual terhadap perempuan di PT Arteria Daya Mulia dirancang dengan menggunakan strategi komunikasi *public relations* yang dikembangkan oleh Cutlip, Center, dan Broom. Strategi ini mencakup empat tahapan utama: pencarian fakta (*fact-finding*), perencanaan (*planning*), komunikasi (*communication*), dan evaluasi (*evaluating*). Pada tahap awal, dilakukan pengumpulan data melalui wawancara dengan lima informan yang dipilih, termasuk manajemen dan karyawan, untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi terkait pelecehan seksual di tempat kerja.

Selanjutnya, tahap perencanaan mencakup penyusunan pesan dan strategi komunikasi yang sesuai dengan temuan awal. Kampanye ini diterapkan melalui berbagai saluran, termasuk seminar, penyebaran flyer, dan penyediaan layanan telepon rahasia untuk pelaporan kasus pelecehan. Langkah-langkah ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran karyawan mengenai pelecehan seksual dan untuk membangun lingkungan kerja yang lebih aman dan nyaman bagi semua pihak.

Tahap akhir, yaitu evaluasi, dilakukan untuk menilai efektivitas kampanye dalam mencapai tujuannya. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kampanye ini berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran karyawan tentang pelecehan seksual di tempat kerja. Karyawan, baik laki-laki maupun perempuan, menjadi lebih memahami batas-batas perilaku yang pantas dan tidak pantas di lingkungan kerja. Dengan demikian, kampanye ini dianggap sukses dalam menciptakan kesadaran yang lebih luas dan mempromosikan budaya kerja yang aman.

### V. KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Kampanye pencegahan pelecehan seksual di PT Arteria Daya Mulia berhasil meningkatkan kesadaran karyawan mengenai isu pelecehan seksual dan pentingnya menjaga lingkungan kerja yang aman dan inklusif. Dengan menerapkan strategi komunikasi *public relations* yang sistematis melalui model Cutlip, Center, dan Broom, kampanye ini mampu mengedukasi karyawan melalui kegiatan seperti seminar, penyebaran flyer, dan penyediaan layanan pelaporan rahasia. Evaluasi menunjukkan bahwa upaya ini tidak hanya meningkatkan pemahaman karyawan tentang perilaku yang pantas dan tidak pantas di tempat kerja, tetapi juga memperkuat citra perusahaan dalam hal kesetaraan gender dan keamanan di lingkungan kerja.

#### B. Saran

##### 1. Saran Akademis

Penelitian selanjutnya sebaiknya memperluas analisis dengan mengkaji variabel tambahan yang dapat memengaruhi efektivitas kampanye pencegahan pelecehan seksual, seperti budaya organisasi, tingkat pendidikan karyawan, dan dukungan manajemen puncak. Metode campuran (*mixed methods*) juga disarankan untuk memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai dinamika kampanye di berbagai sektor industri. Selain itu, studi mendatang perlu menitikberatkan pada pengukuran perubahan perilaku karyawan jangka panjang setelah kampanye, serta mengeksplorasi peran media digital dan komunikasi interaktif untuk memperkuat pesan kampanye dalam mencegah pelecehan seksual di tempat kerja..

##### 2. Saran Praktis

Untuk meningkatkan keberhasilan kampanye pencegahan pelecehan seksual di PT Arteria Daya Mulia, perusahaan dapat mempertimbangkan beberapa langkah. Pertama, memperkuat peran praktisi PR di dalam perusahaan agar komunikasi antara pihak internal dan eksternal dapat terjalin lebih baik. Selain itu, pengembangan platform media sosial juga penting untuk memperluas jangkauan pesan kampanye, tidak hanya terbatas pada edukasi produk tetapi juga mencakup program sosial perusahaan yang tengah berjalan. Hal ini akan meningkatkan interaksi dengan karyawan serta masyarakat luas, sehingga kampanye dapat berjalan lebih efektif dan berdampak lebih besar.

## REFERENSI

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). *Effective Public Relations* (11th ed.). Pearson.

Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S. T., Toth, E. L. (2012). *Public relations: The Profession and the Practice*. McGraw-Hill Education.

Moleong, L.J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Zuchri, D., & Sik, S. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.

