

STRATEGI KAMPANYE VISUAL SELF-DEFENSE UNTUK PEREMPUAN MELALUI VIDEO SERIES PENCAK SILAT DI TIKTOK

Adinda Diayu Cahaya Suminar¹, Mahimma Romadhona², Aditya Rahman Yani³

^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email: ¹21052010055@student.upnjatim.ac.id

²mahimma.dkv@upnjatim.ac.id

Copyright © 2025 The Author



This is an open access article

Under the Creative Commons Attribution Share Alike 4.0 International License

DOI: 10.53866/jimi.v5i2.847

Abstract

Women's low awareness of the importance of self-defense is one of the factors causing the increased risk of violence and harassment they experience. This study aims to design a visual campaign strategy through a video series with a pencak silat theme broadcast on the TikTok platform to increase self-defense awareness for women aged 12–25 years. This study uses a design method with a qualitative approach through interviews, social media observations, and questionnaires. The design results are a video series entitled Mawar Hitam consisting of 8 short episodes, highlighting the narrative of women victims of violence who transform into empowered figures through pencak silat self-defense training. The results of the analysis show that the visual storytelling approach with a cinematic and emotional style is more effective in attracting attention and building audience engagement, especially among Gen Z. TikTok has proven to be a relevant and strategic campaign medium for conveying social messages quickly and widely. This campaign not only increases knowledge about self-defense, but also encourages women's empowerment and the preservation of pencak silat culture as a local heritage.

Keywords: Self-Defense, Visual Campaign, Pencak Silat, TikTok, Women Empowerment

Abstrak

Rendahnya kesadaran perempuan terhadap pentingnya self-defense menjadi salah satu faktor penyebab meningkatnya risiko kekerasan dan pelecehan yang mereka alami. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi kampanye visual melalui video series bertema pencak silat yang ditayangkan di platform TikTok guna meningkatkan awareness self-defense bagi perempuan usia 12–25 tahun. Penelitian ini menggunakan metode perancangan dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi media sosial, dan kuesioner. Hasil perancangan berupa video series berjudul Mawar Hitam yang terdiri dari 8 episode berdurasi pendek, mengangkat narasi perempuan korban kekerasan yang bertransformasi menjadi sosok yang berdaya melalui pelatihan bela diri pencak silat. Hasil analisis menunjukkan bahwa pendekatan storytelling visual dengan gaya sinematik dan emosional lebih efektif dalam menarik perhatian dan membangun keterlibatan audiens, terutama di kalangan Gen Z. TikTok terbukti menjadi media kampanye yang relevan dan strategis untuk menyampaikan pesan sosial secara cepat dan luas. Kampanye ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan tentang self-defense, tetapi juga mendorong pemberdayaan perempuan serta pelestarian budaya pencak silat sebagai warisan lokal.

Kata Kunci: Self-Defense, Kampanye Visual, Pencak Silat, TikTok, Pemberdayaan Perempuan

1. Pendahuluan

Kekerasan terhadap perempuan menjadi salah satu masalah global yang sampai saat ini masih menjadi sorotan. Di Indonesia, kasus kekerasan terhadap perempuan terus meningkat, baik dalam bentuk fisik, seksual, maupun psikologis. Menurut Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, kasus kekerasan terhadap perempuan di Indonesia masih cukup tinggi. Dalam Deklarasi Penghapusan Diskriminasi terhadap Perempuan Tahun 1993, mendefinisikan bahwa kekerasan terhadap perempuan merupakan sebuah pelanggaran hak-hak asasi dan kebebasan fundamental perempuan, serta menghalangi atau meniadakan kemungkinan perempuan untuk menikmati hak-hak asasi dan kebebasan mereka (Komnas Perempuan, 2021). Permasalahan tersebut berdampak serius pada kesehatan mental dan emosional korban, serta memerlukan kesadaran dan tindakan untuk mencegah dan menanggulangi permasalahan ini secara luas (Nanda, Ikhwana, Zahra, 2024). Hal ini dapat menjadi sebuah kesadaran bahwa apapun bentuk kekerasan pada perempuan dapat menimbulkan dampak yang sangat merugikan, yaitu dapat menurunkan harga diri, tekanan mental, dan kehilangan kepercayaan diri. Maka dari itu pentingnya dorongan atau dukungan emosional kepada para korban.

Data Komnas Perempuan menjabarkan bahwa jumlah kekerasan terhadap perempuan tercatat sebanyak 289.111 kasus pada tahun 2024 (Komnas Perempuan, 2024). Sementara pengaduan ke Komnas Perempuan meningkat menjadi 4371 dari 4322 kasus. Dengan jumlah ini berarti rata-rata Komnas Perempuan menerima pengaduan sebanyak 17 kasus/hari. Faktor pemicu kekerasan tersebut menjadi tanda bahwa masih kentalnya budaya patriarki di masyarakat Indonesia (Aileena S.C.R.E.C, 2024). Maraknya kasus kejahatan pada perempuan harus diatasi dengan tindakan yang dapat mendorong individu tersebut untuk berani menghadapi situasi tersebut, salah satunya dengan menyadari betapa pentingnya memiliki wawasan atau bekal ilmu bela diri (Self-defense). Dari berbagai macam bela diri, Salah satu yang dapat digunakan secara efektif yaitu pencak silat.

Di era digital seperti saat ini, media sosial menjadi salah satu sarana yang kerap diakses, termasuk oleh anak dan remaja. Media sosial seringkali menjadi media yang mudah dijangkau oleh publik berbagai informasi tentang suatu edukasi, layanan, produk dan sebagainya (Aileena S.C.R.E.C, 2024). Salah satunya platform TikTok yang saat ini menjadi platform media sosial yang sedang populer dan sangat mendominasi di kalangan remaja, khususnya para perempuan. Tiktok menjadi media promosi paling banyak dipakai untuk penyampaian pesan secara cepat dalam penyebarannya (Sidauruk, 2021). Pengguna TikTok memungkinkan untuk memproduksi dan mengunggah video dan berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar, menyukai hingga berbagi video (Pencegahan Perundungan, 2021). Karakteristik TikTok yang memudahkan konten untuk menjadi viral menunjukkan bahwa setiap informasi atau pesan yang diunggah di platform ini dapat dengan cepat menyebar secara luas. Hal ini menjadikan TikTok sangat diminati oleh berbagai kalangan sebagai media komunikasi yang beragam, termasuk sebagai sarana untuk kampanye komunikasi (Pratama, 2023).

Dalam hal ini, penulis melakukan pengambilan data melalui Kuesioner, Observasi dan Wawancara. Menurut pengambilan data yang sudah dilakukan seperti Kuesioner, Observasi dan Wawancara dari para perempuan usia 12-25 tahun yang ada di Surabaya, para responden setuju bahwa self-defense dapat membantu meningkatkan kesadaran untuk melindungi diri, karena para responden belum mampu menguasai Teknik self-defense di dunia nyata. Berdasarkan hasil kuisisioner menunjukkan bahwa dari 130 responden menunjukkan sebesar 43,1% belum mampu, sebesar 39,2% mampu, dan 14,6% takut dan belum menguasai teknik bela diri. Mengingat tantangan-tantangan yang telah diuraikan sebelumnya, diperlukan berbagai upaya komprehensif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi perempuan dalam bela diri. Salah satu upaya yang sangat potensial adalah melalui produksi video series yang menarik dan *relate*. Video ini dapat menyajikan kisah-kisah inspiratif tentang perempuan yang mengalami kasus tersebut dan keberhasilan untuk melawan rasa takutnya.

2. Metode Penelitian

2.1. *Objek, waktu dan Tempat*

Penelitian ini menggunakan metode campuran (mixed methods) dengan menggunakan metode campuran (mixed methods) dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif diterapkan melalui kuesioner terhadap 130 responden perempuan usia 12–25 tahun di wilayah Jawa Timur dan wawancara korban kekerasan serta pelecehan. Analisis data dilakukan menggunakan metode 5W+1H, consumer insight, dan analisis consumer journey. Selanjutnya, dilakukan sintesis data untuk merumuskan konsep kampanye visual yang sesuai dengan kebutuhan target audiens. Penelitian dilakukan selama tahun akademik 2024/2025 dengan melibatkan para remaja perempuan korban kekerasan atau pelecehan di SMA Negeri 4 Surabaya dan anggota perguruan seni bela diri pencak silat Pencak Organisasi di Surabaya.

2.2. *Teknik Pengumpulan Data*

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui pendekatan gabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperoleh informasi yang mendalam serta relevan mengenai persepsi perempuan terhadap self-defense dan efektivitas media sosial sebagai sarana kampanye. Data primer diperoleh melalui tiga teknik utama, yaitu kuesioner, wawancara, dan observasi. Kuesioner disebarluaskan secara daring kepada 130 responden perempuan berusia 12–25 tahun yang berdomisili di Surabaya. Tujuannya adalah untuk mengetahui tingkat pengetahuan, pengalaman, serta sikap mereka terhadap teknik bela diri dan media yang paling disukai untuk menerima pesan kampanye. Selain itu, wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan Dra. Kurnia Ifinatalia, MIP, seorang pendekar perempuan sekaligus tokoh penting dalam komunitas pencak silat Jawa Timur. Wawancara ini bertujuan menggali wawasan mengenai rendahnya partisipasi perempuan dalam seni bela diri, serta persepsi sosial yang memengaruhi fenomena tersebut. Teknik berikutnya adalah observasi terhadap platform media sosial TikTok, khususnya terhadap konten bertema kampanye sosial dan self-defense. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen visual, naratif, dan gaya penyampaian yang efektif dalam menarik perhatian dan keterlibatan audiens, terutama perempuan muda dari kalangan Gen Z.

Data sekunder juga dikumpulkan dari literatur seperti jurnal akademik, laporan lembaga resmi seperti Komnas Perempuan, serta artikel dari media daring yang membahas isu kekerasan terhadap perempuan dan budaya pencak silat di Indonesia.

2.3. *Teknik Analisis Data*

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif yang bertujuan untuk menginterpretasikan data secara mendalam sesuai dengan tujuan perancangan kampanye. Data kuesioner dianalisis secara kuantitatif menggunakan tabulasi sederhana dan diagram persentase untuk menggambarkan tingkat pengetahuan, sikap, serta preferensi media responden terkait self-defense. Sementara itu, data hasil wawancara dianalisis secara kualitatif dengan mengelompokkan jawaban berdasarkan tema dan isu yang muncul, seperti persepsi terhadap pencak silat, hambatan partisipasi perempuan dalam bela diri, dan potensi media sosial sebagai sarana kampanye edukatif. Teknik observasi digunakan untuk memahami karakteristik konten yang populer dan efektif di TikTok, termasuk aspek visual, storytelling, gaya penyampaian, serta respons audiens seperti jumlah tayangan, komentar, dan likes. Selain itu, analisis 5W+1H (What, Who, Where, When, Why, How), consumer insight, dan consumer journey digunakan untuk merumuskan strategi konten yang sesuai dengan kebutuhan dan perilaku audiens sasaran. Analisis ini membantu perancang dalam menyusun konsep kampanye visual yang tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan self-defense kepada perempuan remaja.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. *Hasil Penelitian*

Hasil dari proses perancangan menunjukkan bahwa perempuan remaja usia 12–25 tahun memiliki kesadaran yang belum optimal terhadap pentingnya self-defense. Berdasarkan data kuesioner yang disebarluaskan kepada 130 responden, sebanyak 43,1% menyatakan belum mampu menghadapi situasi

berbahaya, sementara 14,6% mengaku takut dan belum menguasai teknik bela diri. Di sisi lain, sebanyak 85,2% responden menilai bahwa TikTok adalah platform yang efektif untuk menyampaikan pesan kampanye terkait self-defense, karena konten visual di platform ini lebih mudah dicerna dan sesuai dengan pola konsumsi media generasi muda, khususnya Gen Z. Temuan ini menjadi dasar bagi perancang untuk memanfaatkan TikTok sebagai media utama dalam kampanye.

Kampanye dikemas dalam bentuk video series berjudul Mawar Hitam yang terdiri dari 8 episode, masing-masing berdurasi 1–3 menit. Cerita di dalamnya mengangkat narasi seorang perempuan yang menjadi korban perundungan dan pelecehan, kemudian bangkit dengan belajar pencak silat untuk melindungi diri. Konsep storytelling dengan pendekatan sinematik dan dramatik dipilih agar audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga merasakan kedekatan emosional dengan tokoh dan situasi yang disajikan. Teknik sinematografi, pemilihan warna dramatis, serta penggunaan musik dimanfaatkan untuk menarik perhatian dan mempertahankan durasi tonton audiens.

Dalam konteks desain komunikasi visual, kampanye ini tidak hanya berfungsi sebagai media penyuluhan, tetapi juga menjadi bentuk pemberdayaan perempuan melalui visualisasi yang inspiratif dan representatif. Perempuan digambarkan bukan sebagai korban pasif, melainkan sebagai individu yang berdaya dan mampu melawan tekanan sosial maupun ancaman fisik. Hal ini selaras dengan konsep kampanye “Rahasia Keberanian Perempuan” yang menjadi benang merah dari seluruh episode. Video series ini sekaligus mematahkan stereotip bahwa pencak silat hanya diperuntukkan bagi laki-laki, serta mengangkat kembali pencak silat sebagai warisan budaya yang kontekstual dengan isu sosial masa kini.

Hasil observasi terhadap konten serupa di TikTok mendukung bahwa storytelling dengan pendekatan emosional dan relevansi sosial cenderung lebih mudah viral dan mendapatkan respons positif dari pengguna. Dengan begitu, kampanye Mawar Hitam memiliki peluang besar untuk menjangkau audiens secara luas dan mendorong perubahan persepsi masyarakat terhadap self-defense dan peran perempuan dalam seni bela diri.

3.2. Pembahasan

Temuan dari hasil pengumpulan dan analisis data menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan perempuan akan kemampuan self-defense dengan minimnya akses dan ketertarikan mereka terhadap media edukasi konvensional. Rendahnya kemampuan bela diri pada responden disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya fasilitas pelatihan, stereotip sosial bahwa bela diri bersifat maskulin, serta minimnya representasi perempuan dalam media yang mengangkat isu self-defense secara relevan dan inspiratif. Hal ini selaras dengan pernyataan Dra. Kurnia Ifinatalia, MIP, bahwa pencak silat masih dianggap tidak cocok untuk perempuan dan mengalami penurunan minat di kalangan remaja perempuan.

Penggunaan TikTok sebagai media kampanye terbukti tepat, mengingat platform ini sangat populer di kalangan Gen Z dan perempuan muda. TikTok memberikan kemudahan distribusi konten secara luas dan cepat melalui sistem algoritma berbasis minat (interest-based). Karakteristik konten pendek dan visual yang dominan sesuai dengan preferensi audiens masa kini yang memiliki atensi rendah terhadap teks panjang. Strategi visual storytelling yang diterapkan dalam video series Mawar Hitam berhasil menjawab tantangan tersebut, dengan menyajikan narasi dramatis yang relatable dan inspiratif dalam format yang mudah diakses.

Pembahasan ini juga memperlihatkan bahwa visualisasi tokoh perempuan sebagai subjek utama yang aktif dan mampu membela diri berperan penting dalam membentuk persepsi baru terhadap konsep pemberdayaan. Gaya sinematografi, penggunaan warna-warna dramatis, serta alur cerita yang menyentuh aspek emosional menjadi elemen strategis dalam membangun engagement. Pendekatan ini mendukung teori komunikasi visual yang menyatakan bahwa pesan visual yang kuat mampu menciptakan dampak kognitif dan afektif lebih tinggi dibandingkan teks saja.

Dari sisi budaya, kampanye ini juga menjadi medium pelestarian pencak silat sebagai warisan budaya tak benda. Dengan menyisipkan nilai-nilai pencak silat dalam konteks sosial yang aktual, kampanye ini tidak hanya mengedukasi, tetapi juga mengangkat citra seni bela diri sebagai sarana pemberdayaan perempuan modern. Dengan demikian, Mawar Hitam tidak sekadar menjadi proyek kreatif, melainkan bentuk intervensi visual yang strategis dalam isu kekerasan berbasis gender.

3.3. Kaitan dengan Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk merancang strategi kampanye visual yang efektif dalam meningkatkan kesadaran self-defense pada perempuan remaja melalui media video series berbasis pencak silat di platform TikTok. Hasil perancangan dan implementasi konten Mawar Hitam menunjukkan bahwa kampanye visual yang dikemas secara emosional dan relevan dengan pengalaman nyata target audiens mampu membangun kesadaran dan keterlibatan secara signifikan. Hal ini tercermin dari dukungan data kuesioner yang menunjukkan mayoritas responden merasa lebih teredukasi dan terinspirasi untuk mempelajari teknik pertahanan diri setelah menonton konten dengan pendekatan sinematik dan dramatis.

Strategi kampanye ini juga berhasil menghadirkan representasi perempuan sebagai individu yang kuat dan berdaya, sesuai dengan tujuan penelitian untuk membangun narasi pemberdayaan perempuan melalui visual. Selain itu, kampanye ini memberikan kontribusi pada pelestarian pencak silat sebagai warisan budaya Indonesia dengan menghadirkannya dalam konteks yang relevan dan modern bagi generasi muda. Kesesuaian antara konten visual yang dirancang dan karakteristik pengguna TikTok menjadi faktor kunci keberhasilan penyampaian pesan kampanye.

Dengan demikian, semua tujuan penelitian, mulai dari aspek edukatif, representatif, hingga strategi media, dapat dikatakan tercapai melalui pendekatan desain yang tepat sasaran. Video series Mawar Hitam bukan hanya menjadi alat penyebaran informasi, tetapi juga menjadi bentuk komunikasi visual yang menggugah kesadaran, membangun koneksi emosional, dan mendorong perubahan perilaku pada target audiens.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye visual melalui video series bertema pencak silat yang disebarluaskan melalui platform TikTok merupakan pendekatan yang efektif untuk meningkatkan kesadaran self-defense pada perempuan remaja. Perancangan video series Mawar Hitam yang menggabungkan unsur storytelling emosional, sinematografi dramatis, dan pendekatan visual yang relevan dengan selera Gen Z berhasil menciptakan media kampanye yang tidak hanya informatif tetapi juga menyentuh secara psikologis. Respon positif dari audiens terhadap konsep visual, karakter cerita, serta pesan yang disampaikan membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi saluran edukasi alternatif yang kuat, terutama dalam isu sosial yang masih dianggap sensitif seperti kekerasan terhadap perempuan.

Selain memberikan edukasi mengenai pentingnya bela diri, kampanye ini juga turut melestarikan nilai-nilai budaya lokal melalui pencak silat sebagai identitas bangsa. Representasi perempuan dalam video sebagai sosok yang kuat dan mampu melindungi diri memberikan dampak signifikan dalam membentuk pola pikir baru yang lebih progresif terhadap peran perempuan dalam masyarakat. Oleh karena itu, kampanye visual berbasis media sosial seperti ini dapat menjadi salah satu solusi strategis dalam mengatasi kesenjangan pengetahuan serta membangun keberanian dan kemandirian pada perempuan sejak usia remaja.

Bibliografi

- Aileena, S. C. R. E. C. (2024). *Pengaruh Sosial Media terhadap Persepsi Gen Z dalam Mengakses Informasi Edukatif*. Surabaya: Laporan Internal.
- Binanto, A. (2010). *Multimedia Digital: Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Djamarah, S. B. (1996). *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Erika, S. (2023). "Stigma Bela Diri terhadap Perempuan dalam Perspektif Gender". *Jurnal Gender dan Masyarakat*, 11(2), 102–115.
- Hanifah, R., Suherman, U., & Supriyadi, R. (2021). "Peran Pendidikan Bela Diri dalam Meningkatkan Rasa Percaya Diri Perempuan". *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia*, 7(1), 50–60.
- Kamaludin, A., & Hidayat, A. (2021). "Efektivitas Latihan Self-Defense dalam Mencegah Tindak Kekerasan Seksual". *Jurnal Keamanan Sosial*, 5(2), 123–134.
- Komnas Perempuan. (2023). *Catatan Tahunan Kekerasan terhadap Perempuan*. Jakarta: Komisi Nasional Anti Kekerasan terhadap Perempuan.

- Masdin, M. (2024). “Minat Literasi Gen Z: Studi Kasus pada Pengguna TikTok di Indonesia”. *Jurnal Literasi Digital*, 4(1), 33–45.
- Pawit, M. Y. (2020). “The Role of Pencak Silat as Cultural Heritage and Physical Education”. *Jurnal Budaya Indonesia*, 15(2), 55–67.
- Prasetya, H. (2015). *Teori Media dalam Pendidikan Visual*. Malang: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang.
- Pratama, R. (2023). “TikTok sebagai Media Kampanye Edukasi: Studi pada Generasi Z di Indonesia”. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(1), 77–88.
- Rizal, F. (2019). *Self-Defense dan Perlindungan Hukum bagi Korban Kekerasan*. Jakarta: Pustaka Hukum.
- Rizki, A. M. (2020). “Web Series sebagai Media Kampanye Sosial”. *Jurnal Media Kreatif*, 6(2), 89–97.
- Sari, R. A., & Nuryana, T. (2020). “Pengaruh TikTok terhadap Perilaku Remaja dalam Mengakses Konten Edukasi”. *Jurnal Psikologi Komunikasi*, 9(1), 56–64.
- Shaqr, A. (2006). *Women’s Rights in Islam*. Riyadh: International Islamic Publishing House.
- Sidauruk, T. (2021). “Efektivitas TikTok sebagai Media Promosi Konten Edukasi”. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 5(3), 144–152.
- Utami, S. D. (2021). “Peran Media Sosial dalam Kampanye Digital untuk Pemberdayaan Perempuan”. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 3(2), 70–80.
- Widiyanto, R. (2018). “Nilai Filosofis Pencak Silat dalam Pembentukan Karakter Bangsa”. *Jurnal Kebudayaan Nusantara*, 2(3), 88–96.
- Wong, Y. J. (2010). “Self-Awareness in Psychological Well-Being”. *Asian Journal of Psychology*, 6(2), 100–112.