

## **KERANGKA ACUAN**

### **Analisis Media Massa dan Media Sosial terkait Isu Hak Kesehatan Reproduksi dan Seksual dan Kekerasan Berbasis Gender dan Seksual**

#### **1. LATAR BELAKANG**

Rutgers Indonesia adalah lembaga non-profit atau NGO yang bekerja di Indonesia sejak 1997 untuk isu Hak dan Kesehatan Seksual dan Reproduksi (HKSR), serta pencegahan kekerasan berbasis gender dan seksual (KBGS). Salah satu program yang dijalankan oleh Rutgers Indonesia adalah program Power to You(th) yang merupakan program lima tahunan yang percaya bahwa perubahan dimulai dari komunitas. Power to You(th) berupaya memperkuat organisasi masyarakat sipil untuk memberdayakan dan meningkatkan suara dari remaja perempuan dan perempuan muda (RPPM). Tujuan program ini secara keseluruhan adalah untuk memberikan kontribusi kepada lebih banyak remaja perempuan dan perempuan muda dari komunitas yang kurang terlayani yang secara bermakna dilibatkan dalam pengambilan keputusan mengenai praktik berbahaya, KBGS, dan kehamilan yang tidak diinginkan, dengan melibatkan remaja berusia antara 12 – 24 tahun dari komunitas yang kurang terlayani sebagai kelompok sasaran.

Fokus utama program Power to You(th) adalah pada tiga isu yang masih memprihatikan di Indonesia dan saling berkaitan, yaitu tingkat pengetahuan Hak Kesehatan Seksual dan Reproduksi (HKSR), perkawinan anak, dan kekerasan terhadap perempuan.

Media berfungsi sebagai platform yang kuat untuk membentuk wacana, sikap, dan persepsi publik terhadap membentuk pengetahuan, sikap, dan perilaku publik seputar HKSR, perkawinan anak, dan kekerasan terhadap perempuan. Namun, representasi media tentang isu-isu tersebut dapat menimbulkan masalah, sebab seringkali masih ditemukan konten atau narasi yang justru memperkuat stereotip berbahaya, narasi yang menyalahkan korban, dan stigmatisasi.

Untuk itu diperlukan sebuah analisis media yang mampu mengkaji secara kritis penggambaran dan peliputan media massa terkait isu-isu yang diusung oleh program Power to You(th), terutama di media-media besar dalam konteks dimaksud. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan pemberitaan di media, diharapkan dapat mengidentifikasi peluang perbaikan dan pengembangan strategi yang lebih tepat sasaran untuk mempromosikan praktik media yang bertanggung jawab dan inklusif.

Selain itu, terdapat kebutuhan untuk melihat luas jangkauan kampanye sosial media yang dilakukan oleh Rutgers Indonesia dan mitra-mitra lokal RHRN2, termasuk menganalisa konten promosi inklusivitas, advokasi kebijakan, atau memberikan dukungan terkait Hak Kesehatan Seksual dan Reproduksi (HKSR) dan Kekerasan Berbasis Seksual dan Gender (KBGS), termasuk di komunitas LGBT dan Penyandang Disabilitas di masyarakat umum maka dibutuhkan tim konsultan untuk melakukan Analisa Jangkauan Kampanye Sosial Media Rutgers Indonesia dan mitra Lokal terkait Isu HKSR dan KBGS.

## 2. TUJUAN UTAMA

Tujuan utama analisis media tentang HKSR dan KBGS baik melalui media massa maupun sosial media adalah sebagai berikut:

### [PTY]

- a. Untuk menilai pembingkai, bahasa, dan pencitraan, frekuensi, nada, dan kedalaman liputan serta pemahaman media massa tentang perkawinan anak, kehamilan remaja / kehamilan yang tidak diinginkan (usia 12-24 tahun) dan kekerasan seksual di rentang usia 12-24 tahun di 15 (limabelas) media massa besar di Indonesia, berbagai bentuk media (cetak dan digital) dalam 2 (dua) tahun terakhir (Juni 2021-Mei 2023 – setelah program PtY dimulai), termasuk penggunaan istilah yang biasa digunakan oleh para jurnalis media massa.
- b. Untuk mengidentifikasi bias, stereotip, atau stigmatisasi yang terbentuk dari pemberitaan media massa saat meliput perkawinan anak, kehamilan remaja / kehamilan yang tidak diinginkan (usia 12-24 tahun) dan kekerasan seksual di rentang usia 12-24 tahun serta
- c. Untuk mengevaluasi peran media massa dalam mempengaruhi pengetahuan, kesadaran, dan pemahaman publik tentang perkawinan anak, kehamilan remaja / kehamilan yang tidak diinginkan (usia 12-24 tahun) dan kekerasan seksual di rentang usia 12-24 tahun
- d. Untuk mengidentifikasi celah atau peluang yang dapat menjadi dasar pengembangan ataupun strategi komunikasi dalam muatan pemberitaan media massa tentang perkawinan anak, kehamilan remaja / kehamilan yang tidak diinginkan (usia 12-24 tahun) dan kekerasan seksual di rentang usia 12-24 tahun
- e. Untuk memberikan rekomendasi untuk meningkatkan representasi dan peliputan topik-topik terkait perkawinan anak, kehamilan remaja / kehamilan yang tidak diinginkan (usia 12-24 tahun) dan kekerasan seksual di rentang usia 12-24 tahun yang mampu menggiring kepada persepsi yang lebih positif.

### [RHRN2]

- a. Untuk mengetahui luasan jangkauan kampanye sosial media yang sudah dilakukan oleh Rutgers Indonesia bersama para mitra lokal RHRN2.
- b. Untuk menganalisa tingkat kesesuaian dan ketepatan target/sasaran program.
- c. Untuk mengidentifikasi kesenjangan dan tantangan yang menghambat sasaran program.
- d. Untuk melihat besaran konten positif berbanding dengan konten negatif.
- e. Untuk dasar perencanaan kegiatan dan muatan pesan/berita di masa mendatang.
- f. Untuk memberikan rekomendasi dalam bentuk strategi kampanye sosial media yang lebih tepat sasaran.

## 3. METODOLOGI KEGIATAN

- a. Tim Komunikasi RID akan menyeleksi 3 (tiga) kandidat PR agency yang akan diseleksi untuk melakukan penelitian dan analisa media.
- b. PR agency terpilih akan bekerja erat dengan tim komunikasi, tim program PtY dan tim program RHRN2 untuk mendapatkan gambaran secara utuh terkait kebutuhan.

#### 4. PERIODE KEGIATAN

Kegiatan ini akan dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan mulai **bulan Juli s/d September 2023**. Durasi kontrak dengan tim konsultan akan disesuaikan dengan periode kegiatan.

#### 5. KUALIFIKASI KONSULTAN

Konsultan merupakan PR agency yang:

- a. Memiliki pengalaman sebelumnya bekerja bersama NGO atau organisasi non-profit dalam melakukan analisis media, sebaiknya di bidang gender, hak asasi manusia, atau masalah sosial termasuk isu terkait LGBT, dan penyandang disabilitas.
- b. Memiliki pengetahuan mendalam tentang HKSR, perkawinan anak, dan kekerasan terhadap perempuan, termasuk kerangka hukum yang relevan, standar internasional, dan dinamika sosial seputar masalah ini, termasuk isu terkait LGBT dan disabilitas.
- c. Memiliki pemahaman yang kuat tentang dinamika media dan media sosial, pbingkaiian, dan analisis muatan berita.
- d. Memiliki keahlian dalam metodologi penelitian, teknik pengumpulan data, dan alat analisis, terampil dalam analisis kuantitatif dan kualitatif, mampu menginterpretasikan data, mengidentifikasi tren, dan memperoleh wawasan bermakna yang menginformasikan pengambilan keputusan dan pengembangan strategi.
- e. Berpengalaman dalam melakukan penilaian atau evaluasi dampak, sebaiknya terkait dengan kegiatan media sosial dan kampanye komunikasi. Konsultan harus memiliki rekam jejak dalam mengevaluasi keefektifan dan dampak inisiatif komunikasi, menggunakan metodologi dan kerangka kerja yang sesuai.
- f. Memiliki pemahaman dan mematuhi pertimbangan etis terutama saat bekerja dengan topik sensitif seperti komunitas LGBT, dan penyandang disabilitas serta memiliki pengetahuan tentang peraturan privasi, prosedur persetujuan, dan praktik terbaik untuk menangani dan menganalisis data yang terkait dengan topik ini.
- g. Memiliki keterampilan menyajikan temuan yang kompleks dengan cara yang jelas, ringkas, dan mudah diakses untuk dapat melayani audiens target yang berbeda.

#### 6. METODOLOGI ANALISA MEDIA

Analisis media ini akan menggunakan metodologi berikut:

- a. **Analisis Konten:** Analisis secara sistematis sampel representatif dari artikel media, segmen berita, opini, dan konten online terkait HKSR, perkawinan anak, dan kekerasan terhadap perempuan. Analisis ini akan mencakup pemeriksaan keakuratan informasi, teknik pbingkaiian, penggunaan bahasa, dan representasi visual.
- b. **Analisis Kualitatif:** Analisis bahasa, pbingkaiian, dan citra yang digunakan dalam narasi media, dengan fokus pada penggambaran korban, pelaku, dan sikap

masyarakat yang lebih luas. Analisis ini akan mempertimbangkan adanya stereotip, narasi yang menyalahkan korban, dan stigmatisasi.

- c. Analisis Kuantitatif:** Menentukan frekuensi, distribusi, dan keunggulan liputan media tentang HKSR, perkawinan anak, dan kekerasan terhadap perempuan, termasuk variasi di berbagai keluaran media dan platform. Analisis ini akan memberikan data kuantitatif tentang sejauh mana dan pola perhatian media terhadap topik-topik tersebut.
- d. Analisis Komparatif:** membandingkan liputan media tentang HKSR, perkawinan anak, dan kekerasan terhadap perempuan dengan kerangka hukum yang relevan, standar hak asasi manusia internasional, dan norma sosial yang berlaku. Analisis ini akan menyoroti perbedaan atau keselarasan antara narasi media dan norma dan hak yang telah ditetapkan.
- e. Identifikasi Keberhasilan dan Tantangan:** Mengidentifikasi keberhasilan, tantangan, dan area untuk perbaikan dalam menangani isu HKSR, KBGS terutama di komunitas LGBT dan penyandang disabilitas melalui aktivitas media sosial. Hal ini termasuk menilai apakah hasil yang diinginkan tercapai dan mengidentifikasi konsekuensi atau risiko yang tidak diinginkan yang perlu ditangani.
- f. Penyusunan Rekomendasi:** Berdasarkan analisis, memberikan rekomendasi yang dapat ditindaklanjuti untuk mengoptimalkan aktivitas media sosial agar dapat melayani kebutuhan komunitas ini dengan lebih baik, ini termasuk strategi untuk meningkatkan inklusivitas, meningkatkan keterlibatan, dan mengatasi setiap temuan terkait kesenjangan atau kesalahpahaman.

## 7. SASARAN MEDIA MASSA - Khusus PtY

- |                                   |                      |
|-----------------------------------|----------------------|
| 1. Kompas.id & Kompas.com         | 9. Republika         |
| 2. Detik.com                      | 10. Kumparan         |
| 3. Detik Health                   | 11. IDN Times        |
| 4. Tempo.id & Tempo.com           | 12. SindoNews        |
| 5. CNN Indonesia                  | 13. Tirto            |
| 6. Tribunnews                     | 14. Narasi.tv        |
| 7. Jakarta Post (cetak & digital) | 15. Conversation.com |
| 8. Liputan6                       |                      |

## 8. TARGET KELUARAN KONSULTAN

Melalui keseluruhan proses analisis, konsultan akan menghasilkan 2 laporan analisis dengan judul:P

- 1. **Analisa Media Massa terkait isu perkawinan anak, Kehamilan Remaja/ Kehamilan yang Tidak Diinginkan dan Kekerasan Seksual.**
- 2. **Analisis Jangkauan Kampanye Sosial Media Rutgers Indonesia dan Mitra-mitra RHRN2**

Konsultan dalam menghasilkan ke-2 laporan analisis, harus mencakup komponen-komponen berikut:

- a. Ringkasan Eksekutif:** Rangkuman temuan kunci, rekomendasi, dan implikasi dari analisis secara ringkas dan mudah diakses.
- b. Metodologi:** Menjelaskan pendekatan penelitian, pemilihan sampel, metode pengumpulan data, dan keterbatasan yang ditemui selama proses analisis.
- c. Analisis dan Temuan:** Menyajikan temuan utama dari analisis konten dan berita, kualitatif, kuantitatif, dan komparatif, menyoroti tren, bias, dan pola yang signifikan.
- d. Kesimpulan:** Memberikan ringkasan singkat dari poin-poin utama laporan ini, perkuat pentingnya liputan media yang akurat dan komprehensif, dan menyoroti peran media massa (PTY) dan sosial media (RHRN2) dalam mempromosikan HKSR, KBGS, termasuk pencegahan perkawinan anak dan isu-isu.
- e. Rekomendasi:**
  - **[PTY focused]** Memberikan rekomendasi yang dapat ditindaklanjuti bagi para profesional media massa, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan untuk meningkatkan representasi dan peliputan media massa terkait isu perkawinan anak, kehamilan remaja / kehamilan yang tidak diinginkan (usia 12-24 tahun) dan kekerasan seksual di rentang usia 12-24 tahun.
  - **[RHRN2 focused]** Memberikan rekomendasi dalam bentuk strategi kampanye sosial media termasuk pelibatan komunitas dan jaringan serta instansi/Lembaga terkait.

## 9. PEMBIAYAAN

Kegiatan analisis media ini akan dibiayai Rutgers Indonesia melalui program Power to You(th) dan Right Here Right Now2.

---

### HOW TO APPLY:

Interested consultant or organization can submit application and brief proposal to: [recruitment@rutgers.id](mailto:recruitment@rutgers.id) and [media@rutgers.id](mailto:media@rutgers.id) before 5PM, June 25<sup>th</sup>, 2023 with subject: **Media Analysis**. Only short listed candidate will be notified.

*\*Rutgers Indonesia gives equal opportunities and individuals regardless of gender, sexual orientation and religion, as well as cares for child protection right\**

