

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1. Kampanye *#CelebratingEquality* Garis Hitam Project



Gambar 4. 1 Kampanye *#CelebratingEquality* Garis Hitam Project (Project, *#CelebratingEquality*, 2021)

Garis Hitam Project merupakan sebuah perusahaan atau organisasi yang bergerak pada bidang sosial yang berdiri pada tahun 2019. Garis Hitam Project merupakan perusahaan atau organisasi sosial pertama yang menyuarakan dan juga memberdayakan narapidana wanita dan mantan narapidana wanita di Mamuju, Sulawesi Barat, Indonesia. Pemberdayaan yang dilakukan oleh Garis Hitam Project seperti membuat pelatihan – pelatihan serta membuka peluang dan membantu untuk mantan narapidana wanita membuat suatu usaha dengan keahlian yang dimilikinya. Walaupun Garis Hitam Project lebih berfokus kepada isu kesetaraan bagi narapidana wanita dan mantan narapidana wanita, tidak menutup kemungkinan terdapat beberapa program yang diadakan oleh Garis Hitam Project yang ditujukan untuk kelompok marginal secara luas (Garis Hitam Project, n.d.).

Salah satu program atau kampanye yang diadakan oleh Garis Hitam Project adalah kampanye *#CelebratingEquality* yang dimana kampanye *#CelebratingEquality* diadakan pada bulan Mei hingga Juli tahun 2021 dimulai dari pelaksanaan hingga evaluasinya yang dimana implementasinya diselenggarakan di platform Campaign.com. Kampanye *#CelebratingEquality* merupakan sebuah gerakan sosial yang bertujuan untuk menyuarakan hak – hak kesetaraan bagi

kelompok marginal terutama bagi mantan narapidana wanita yang dimana masih banyak di luar sana mantan narapidana wanita mendapatkan diskriminasi dan tidak bisa kembali ke lingkungan sosial karena status sosialnya sebagai mantan narapidana wanita. Kampanye ini dilakukan oleh Garis Hitam Project dan didukung oleh 2.412 orang dan juga terdapat 7.421 orang yang melakukan aksi pada kampanye ini (Project, 2021). Dengan dukungan dan juga aksi yang diikuti oleh masyarakat, kampanye *#CelebratingEquality* berhasil mengumpulkan donasi sebanyak Rp12,2jt pada *platform* Campaign.com.

Peneliti memilih kampanye *#CelebratingEquality* Garis Hitam Project untuk menjadi topik dalam penelitian karena dibandingkan dengan kampanye kesetaraan lainnya yang ada di *platform* Campaign.com, kampanye *#CelebratingEquality* merupakan kampanye yang lebih banyak didukung dan juga mendapatkan donasi.

4.1.2. Informan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, untuk mengetahui hasil dari penelitian ini memerlukan subjek penelitian yang dimana dalam penelitian ini, menggunakan 3 informan sebagai subjek penelitian dengan karakteristik informan sebagai berikut :

1. Informan 1

Pada penelitian ini, informan 1 bernama Muhammad Rifai Sahida, biasa dipanggil Rifai atau Fai. Rifai adalah seorang laki – laki berusia 25 tahun. Rifai merupakan salah satu lulusan Sarjana *Management Human Resource*. Rifai bertempat tinggal saat ini di Mamuju, Sulawesi Barat. Saat ini, Rifai bekerja sebagai *Reporter* dan *News Anchor* di salah satu televisi di Indonesia. Di dalam Garis Hitam Project, Rifai menduduki posisi *Project Leader* dan juga *Founder*. Tugas Rifai dalam Garis Hitam Project adalah mengawasi dan juga memimpin *project – project* yang akan dijalankan dan sedang dijalankan

2. Informan 2

Pada penelitian ini, informan 2 bernama Elsa Ariana, biasa dipanggil Elsa. Elsa adalah seorang perempuan berusia 23 tahun yang saat ini bertempat tinggal di Bandar Lampung, Lampung Selatan dengan latar belakang pendidikan mahasiswa S1 dan saat ini bekerja sebagai Tim Program dari Garis Hitam Project yang dimana tugasnya sebagai Tim Program adalah membuat program – program baik *offline* ataupun *online*.

3. Informan 3

Pada penelitian ini, informan 3 bernama Muhammad Faiz Manai Azis, biasa dipanggil Faiz. Faiz adalah seorang laki – laki berusia 24 tahun yang tinggal di Mamuju, Sulawesi Barat dengan latar belakang pendidikan S1 dan bekerja sebagai *Key Account Management* di perusahaan RedDoorz Indonesia. Di dalam Garis Hitam Project, Faiz bekerja sebagai media sosial dan juga *finance*. Tugas Faiz dalam Garis Hitam Project adalah bertanggung jawab atas pembuatan konten media sosial Garis Hitam Project.

4.2. Hasil dan Pembahasan

4.2.1 Kampanye Garis Hitam Project & Isu Kesetaraan Bagi Mantan Narapidana Wanita

Pada penjelasan mengenai Kampanye Garis Hitam Project, informan menjelaskan pengetahuan dan pemahaman masing – masing berdasarkan pengetahuannya atau yang terjadi pada divisi ataupun sesuai dengan jabatan yang diduduki oleh Informan serta sudah berapa lama informan terlibat dalam Garis Hitam Project. Ketiga informan tersebut menjelaskan pengetahuannya mengenai kampanye apa saja yang sudah dijalankan oleh Garis Hitam Project selama ini. Berikut penjelasan informan 1:

“Garis Hitam Project kita udah kampanye udah banyak yah, dari awal – awal dulu kita dulu ada project namanya Festival Inklusi 2020, itu melibatkan mantan narapidana perempuan, ada 15 ada 15 organisasi komunitas dan juga kita mengundang narapidana laki – laki dateng gitu ngisi band waktu itu dan juga banyak banyak lagi gitu emmm kegiatan – kegiatan. Kemarin, di kegiatan itu trus kita ngelaksanain Festival Kesetaraan kedua, eee itu melibatkan lebih dari 400 dari seluruh Indonesia dan kita melaksanakan pelatihan menjahit, pelatihan menganyam,

pelatihan recycle class dan kita juga melaksanakan beberapa program bersama dengan Campaign.com, salah satunya kemarin program seminggu berbagi kalau gasalah trus program this place for us, dan program salah satunya juga program kesetaraan untuk semua dan juga *#CelebratingEquality*” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa terdapat beberapa kampanye yang sudah dijalankan oleh Garis Hitam Project sejak informan 1 mendirikan Garis Hitam Project itu sendiri. Terdapat Festival Inklusi, Festival Kesetaraan, Seminggu Berbagi, This Place For Us dan juga *#CelebratingEquality*.

“Okee, Garis Hitam Project itu kan baru mulai di tahun 2019 dan di tahun 2019 sampai tahun ini kita ada dua kampanye, itu yang pertama ada kesetaraan untuk semua dan yang kedua itu ada *#CelebratingEquality*. Kesetaraan untuk semua itu dari 2019 sampai 2020. Sedangkan *#CelebratingEquality* itu 2021 itu kita running kayak gitu.”(Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa terdapat beberapa kampanye yang sudah dijalankan oleh Garis Hitam Project. Kampanye tersebut merupakan kampanye Kesetaraan Untuk Semua dan *#CelebratingEquality*.

“Kampanyenya sendiri itu seperti yang Nadaya tau ada *#CelebratingEquality*, ada Kesetaraan Untuk Semua yang main campaign kita, sama yang terakhir itu yang sama Campaign.com yang terakhir kali di Festival Inklusi itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa terdapat beberapa kampanye yang sudah dijalankan oleh Garis Hitam Project. Kampanye tersebut adalah Kesetaraan Untuk semua yang merupakan kampanye utama dari Garis Hitam Project, lalu terdapat *#CelebratingEquality*, dan juga Festival Inklusi. Penjelasan ketiga informan tersebut berbeda – beda jumlah kampanye yang sudah dijalankan oleh Garis Hitam Project. Selanjutnya, ketiga informan tersebut menjelaskan awal mula didirikannya Garis Hitam Project dan tujuan dari didirikannya Garis Hitam Project. Berikut penjelasan informan 1:

“Awal terbentuknya itu 2019 tujuannya bentuk keprihatinan aku gitu kepada ibu – ibu karena beberapa waktu aku kunjungan ke lapas perempuan, aku melihat banyak perempuan – perempuan seusia mama aku gitu dan aku ngerasa kayak yaa she is like my mom kayak aku merasa dia kayak mamaku gitu loh trus dia pernah cerita gitu kalau mereka tuh mendapatkan diskriminasi takut keluar dari penjara karena takut ngga mendapatkan akses, ngga mendapatkan pekerjaan, trus beberapa dari mereka diceraiakan suaminya, dan gatau mau ngapain gitu. Nah dari situ sebenarnya

kenapa Garis Hitam Project terbentuk, tujuannya sebenarnya kita pengen ngasih ruang buat mereka untuk mengangkat isu bahwa mereka harus disetarakan, harus mendapatkan ruang buat mereka bisa berekspresi untuk untuk untuk memberikan kesempatan kedua bagi mereka untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Terus Garis Hitam Project tujuannya untuk untuk membantu mereka untuk meningkatkan kapasitas mereka lagi, menambahkan skill mereka lagi sehingga kalau keluar dari penjara mereka dapat kesempatan mereka punya ilmu untuk bisa digunakan untuk mendapatkan pekerjaan, kayak gitu. Garis Hitam Project juga kita fokusnya ngangkat isu untuk tidak mendiskriminasi mereka.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa awal terbentuknya Garis Hitam Project ini pada tahun 2019 yang dimana tujuannya adalah keprihatinan informan 1 kepada ibu – ibu yang berada di lapas perempuan. Informan 1 menjelaskan bahwa Garis Hitam Project dibentuk karena wanita – wanita di lapas perempuan tersebut mendapatkan diskriminasi dan membuat mereka takut untuk keluar dari penjara karena takut tidak mendapatkan akses, takut tidak mendapatkan pekerjaan, dan juga banyak yang dicerai oleh suami. Informan 1 menjelaskan bahwa Garis Hitam Project bertujuan untuk memberikan ruang kepada mantan narapidana wanita untuk bisa berekspresi dan memberikan mereka kesempatan untuk menjadi pribadi yang lebih baik serta membantu mereka untuk meningkatkan keahlian mereka agar nantinya ilmu tersebut dapat digunakan untuk mendapatkan pekerjaan. Hal itulah yang menjadi fokus dari Garis Hitam Project. Sama seperti informan 1, berikut penjelasan informan 2:

“Awal mulanya itu dari founder kita itu ada namanya kak Rifai yaa, kak Rifai itu jadi dia waktu itu lagi berkunjung ke lapas perempuan 3 Mamuju, dan disitu dia ketemu sama narapidana wanitanya, dia ngobrol disitu dan ternyata mereka tuh kayak lebih merasa nyaman di dalam penjara daripada pas waktu keluar penjara. Dan dari situ, dikulik lagi sama kak Rifai kenapa penyebabnya, penyebabnya adalah penilaian masyarakat, terus juga konsekuensi dari respon masyarakat terhadap dia dan juga susahny cari kerjaan. Dan dari situ berangkat beliau nyiptain Garis Hitam Project buat kesetaraan dan juga empowering untuk mereka gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa awal mula didirikannya Garis Bitam Project adalah karena informan 1 atau Rifai berkunjung ke lapas perempuan di Mamuju, bertemu dan mengobrol dengan narapidana wanita. Dan pada saat itu, narapidana wanita mengungkapkan bahwa mereka lebih merasa nyaman berada di dalam penjara dibandingkan dengan berada di luar penjara. Setelah mengetahui alasan mengapa mereka lebih nyaman berada di dalam penjara, Rifai atau informan 1

menciptakan Garis Hitam Project untuk kesetaraan bagi mantan narapidana wanita. Sama dengan informan 2, berikut penjelasan informan 3:

“Awal mulanya itu dari kak Rifai punya pengalaman saat ke lapas perempuan dan dia melihat gitu kan oh ternyata kehidupan di lapas tuh tidak semenyeramkan orang – orang pikirkan. *As human being*, mereka juga manusia cuma mereka ada labelling society narapidana seperti itu *so they don't have opportunity since as human being* pada umumnya seperti itu. Dari situ muncul lah terus kak Rifai *interview* salah satu narapidana wanita gitu kan terus mereka bilang *better* dia menetap dalam penjara daripada dia harus keluar seperti itu. Jadi mereka lebih tertekan, lebih ngerasa terpenjara ketika mereka keluar dari penjara seperti itu. Karna labelling dari masyarakat itu sendiri bahkan keluarga mereka sendiri tidak menganggap mereka. *So that's why* Garis Hitam Project ini hadir untuk memberdayakan temen – temen narapidana dan mantan narapidana wanita di lapas Mamuju, jadi mereka bisa dapat *opportunity* yang sama yang setara seperti kita. Karna menurut kak Rifai, kita *as human being* ada kesempatan kedua untuk memperbaiki diri seperti itu. Terus kenapa Garis Hitam Project ada juga karna kita menginginkan mereka tuh ada lapangan pekerjaan untuk melanjutkan hidup seperti itu. Karna *to be honest* mereka susah untuk mendapatkan pekerjaan selama label mantan narapidana wanita nya itu ada seperti itu. Jadi itu mungkin latar belakang terbentuknya dari Garis Hitam Project.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa awal mula didirikannya Garis Hitam Project adalah karena Rifai atau informan 1 yang berkunjung ke lapas perempuan dan menemukan fakta bahwa mereka selaku narapidana wanita merasa lebih baik mereka berada di dalam penjara dibandingkan dengan berada di luar penjara karena mereka merasa lebih terpenjara setelah keluar dari penjara karena pandangan dari masyarakat yang buruk terhadap mereka. Selanjutnya ketiga informan menjelaskan pencapaian yang sudah didapatkan oleh Garis Hitam Project. Berikut penjelasan informan 1:

“Pencapaian emmm pencapaian sebenarnya dari tim aku sendiri, aku dan Achmad itu mendapatkan award dari Satu Indonesia Award sebagai aku dari sisi pendidikan inklusi, pendidikan kesetaraan, waktu itu Achmad mendapatkan sisi dari kewirausahaannya jadi Garis Hitam Project itu dapat dapat penghargaan dari situ gitu kayak dua – duanya sejauh ini pencapaian kita. Terus pencapaian selanjutnya, juga masuk the best 40 komunitas terbaik melalui Campaign.com waktu itu terus kita juga saat ini salah satu pencapaian terbesar aku juga sih melalui Garis Hitam Project adalah eee aku mendapatkan penghargaan sebagai sebagai emmm *messenger office heroes* itu hanya terpilih 12 anak muda sedunia dan alhamdulillah aku masuk sebagai penerima penghargaan itu, *and the last one should be* terakhir itu ya mungkin ini aku ngga tau ini pencapaian tapi menurut aku ini pencapaian buat aku gitu. Aku kemarin kayak diundang eee apa SEA TV SEA (Southeast Asian TV) untuk Garis Hitam Project dan juga satu indonesian TV dan I mean even though aku kerja di tv buat *I feel like* kayak *that was really cool* aku dapat *invitation* untuk *sharing my story* dan *sharing* tentang Garis Hitam Project di tv lain gitu so aku ngerasa itu adalah pencapaian.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa dari timnya yaitu Project Leader dan juga selaku Founder, informan 1 dan rekan satu timnya yakni Achmad mendapatkan penghargaan dari Satu Indonesia Award yaitu dari sisi pendidikan inklusi dan juga kewirausahaan. Selanjutnya, informan 1 juga menjelaskan bahwa Garis Hitam Project masuk kedalam *best 40* komunitas di aplikasi dan *website* Campaign.com. Lalu informan 1 juga mendapatkan penghargaan berkat Garis Hitam Project yaitu terpilih sebagai *Messenger Office Heroes* yang dimana hanya terpilih 12 anak muda sedunia dan juga informan 1 diundang oleh SEA TV (Southeast Asian TV) untuk Garis Hitam Project. Berikut penjelasan informan 2:

“Garis Hitam Project ini adalah komunitas pertama yang empowering mantan narapidana wanita di Mamuju, terus juga yang pertama menyelenggarakan Festival Kesetaraan waktu itu pernah diselenggarakan offline di tahun 2019 terus saya selenggarakan secara online di tahun 2021, disitu itu pertama kalinya di Mamuju juga, terus juga di program campaign kemarin kita juga dapat *best* organisasi di bidang kesetaraan untuk campaign *#CelebratingEquality* gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa pencapaian yang ia ketahui yang didapatkan oleh Garis Hitam Project adalah setelah tahun 2019 dikarenakan pada tahun 2019 tersebut informan 2 belum bergabung bersama Garis Hitam Project. Informan 2 menjelaskan salah satu pencapaiannya adalah bahwa Garis Hitam Project ini merupakan komunitas pertama yang menyuarakan kesetaraan mantan narapidana wanita di Mamuju. Pencapaiannya juga Garis Hitam Project menjadi yang pertama menyelenggarakan Festival Kesetaraan di Mamuju, lalu informan 2 menjelaskan bahwa Garis Hitam Project mendapatkan *best* organisasi di bidang kesetaraan untuk campaign *#CelebratingEquality*. Berikut penjelasan informan 3:

“Kalau untuk pencapaian itu sendiri alhamdulillah Garis Hitam Project itu udah beberapa kali dapat awarding yah. Dari tim kita juga udah beberapa mendapatkan *awarding*, pencapaiannya kita juga bisa Kerjasama dengan Campaign.com yang dimana salah satu platform yang sangat gede juga di Indonesia saat ini. Terus juga beberapa dari tim kami sudah mendapatkan *award* dari Astra seperti itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa salah satu pencapaian Garis Hitam Project menurutnya adalah dapat bekerjasama dengan Campaign.com yang dimana seperti

yang dapat diketahui, Campaign.com merupakan salah satu *platform* besar yang ada di Indonesia saat ini. Informan 3 juga menjelaskan bahwa beberapa orang dari timnya mendapatkan penghargaan dari Astra.

Pada penjelasan mengenai Isu Kesetaraan Bagi Mantan Narapidana Wanita, ketiga informan menjelaskan mengenai Isu Kesetaraan Bagi Mantan Narapidana Wanita tersebut berdasarkan pengetahuan dan pemahaman masing – masing informan berdasarkan jabatan dan juga periode informan tersebut bergabung dalam Garis Hitam Project. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan permasalahan terkait dengan kesetaraan di Indonesia saat ini menurut mereka. Berikut penjelasan informan 1:

“Aku ngeliat sih sebenarnya kesetaraan di Indonesia itu mungkin karena daerah di Indonesia itu kan pembangunannya ngga merata yaa jadi kayak isu – isu kesetaraan itu masih terpusat biasanya isu – isu itu masih terbangun di kota – kota gitu, di dalam desa – desa itu malah engga.. Walaupun mungkin di Jakarta mungkin udah isu tentang kesetaraan untuk tidak mendiskriminasi itu udah gede banget gitu kan, cuman untuk di daerah – daerah itu engga. Nah, sama halnya sebenarnya dengan isu kesetaraan yang dihadapi teman – teman narapidana perempuan atau mantan narapidana perempuan. Menurut aku dari sekarang pendidikan kesetaraan itu harus memang diangkat gitu, dimulai dari keluarga, dimulai dari parenting bahwa karna peran parenting itu penting banget untuk mengubah mindset anak bahwa bagaimana sih bersikap sebenarnya. *So, i would, i really never say like* pendidikan kesetaraan di Indonesia udah *better, but much better* dan kalau kita *comparing* dari tahun – tahun sebelumnya gitu. But and again, untuk isu kesetaraan bagi hak narapidana perempuan itu masih sangat – sangat kurang banget, malah belum ada yang benar – benar menyuarakan isu itu, tapi untuk mantan narapidana perempuan yang *wich is* mereka mendapatkan banyak diskriminasi dan lucunya adalah kalau mungkin kita ngga bisa *comparing* yaa karena isunya tetap berbeda tapi kalau yang dihadapi mantan narapidana perempuan adalah bukan hanya lingkungan masyarakat tapi juga keluarganya mostly mereka tuh ketika mereka mantan narapidana mereka ngga mau diakui lagi sama keluarga *so that's the main problem, so that's why* aku merasa berpikir bahwa isu kesetaraan bagi hak mantan narapidana perempuan itu penting.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa isu kesetaraan di Indonesia belum merata sama halnya dengan pendidikan dan pembangunannya. Informan 1 menjelaskan bahwa isu kesetaraan di Mamuju masih sangat terbatas apalagi terkait dengan kesetaraan bagi mantan narapidana wanita. Berikut penjelasan informan 2:

“Kalau untuk kesetaraan di Indonesia saat ini sebenarnya kita ngga meluas secara Indonesia yaa tapi lebih kepada Mamuju dan terutama di mantan narapidana wanita. Seperti yang saya ceritakan di awal tadi, emang untuk kesetaraan di mantan narapidana wanita ini banyak kayak berlapis – lapis gitu ya, yang pertama dari citra narapidananya, yang kedua dari status gendernya wanita dan itu tuh kayak menjadi

tambahan lapisan untuk para narapidana untuk susah buat berkembang lagi di dunia luar setelah mereka menjalani narapidana itu dan kondisi kesetaraan dengan melihat dengan melihat kondisi kayak gitu itu sangat buruk sekali yak arna narapida juag jumlahnya ga sedikit disana dan setiap tahunnya pun bertambah yak arna ada kejadian – kejadian kejahatan yang mereka lakukan, tapi balik lagi karna mereka juga sudah melakukan kewajiban mereka untuk menebus kesalahan itu sepatutnya setelah keluar dari sana mereka ngga menerima hal itu, jadinya itu yang dibantu sama kita.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan isu kesetaraan yang terjadi di Mamuju terutama isu kesetaraan pada mantan narapidana wanita. Informan 2 menjelaskan bahwa alasan dari diskriminasi yang terjadi pada mantan narapidana wanita itu berlapis – lapis yang dimana yang pertama terdapat dari citra mantan narapidana tersebut dan juga gender yaitu wanita yang dimana kedua hal tersebut menjadi alasan mantan narapidana wanita untuk susah berkembang di luar dari penjara. Berikut penjelasan informan 3:

- “Isu kesetaraan kalau misalnya kita secara *general* yah belum semua masyarakat kita aware terhadap hal tersebut, tapi lambat laun sekarang isu kesetaraan ini di Indonesia anak muda sudah *aware* nih terhadap isu kesetaraan di Indonesia seperti mereka sudah banyak nih melakukan campaign, sudah banyak sadar akan kesetaraan itu untuk yang inklusi juga yang mereka memiliki disabilitas seperti itu. Dan sekarang sudah banyak banget anak muda yang entah itu kesetaraan gender, atau kesetaraan status seperti itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa belum semua masyarakat di Indonesia aware terhadap isu kesetaraan. Tetapi saat ini anak – anak muda di Indonesia sudah mulai sadar akan isu kesetaraan yang dimana banyak anak muda yang sudah melakukan campaign mengenai isu kesetaraan yang ada di Indonesia. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan pengetahuan mereka mengenai kampanye apa saja yang sudah dilakukan oleh Garis Hitam Project yang terkait dengan kesetaraan. Berikut penjelasan informan 1:

“Yaaa, kayaknya ada 5, kayaknya 5 sih, 5 yang fokusnya concernnya ke kampanye yaa, kampanye kesetaraan. Pertama Festival Kesetaraan kita ngadain 2 kali, terus kita melalui Campaign.com kita ada project seminggu aksi berbagi itu kita angkat isu kesetaraan juga, terus *this place for us* juga itu adalah kampanye kesetaraan, *#CelebratingEquality and the last one* kita ngelaksanain *live* Instagram dan bahas tentang terkait tentang kayak gitu.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa terdapat 5 kampanye yang fokusnya pada kampanye kesetaraan yang sudah diadakan oleh Garis Hitam Project, yakni Festival

Kesetaraan yang diadakan sebanyak 2 kali, Seminggu Aksi Berbagi, *This Place For Us*, *#CelebratingEquality*, dan juga yang terakhir terdapat *live* Instagram yang diadakan oleh Garis Hitam Project yang membahas tentang isu kesetaraan. Berikut penjelasan Informan 2:

“Iyaa kampanye itu (Kesetaraan Untuk Semua & *#CelebratingEquality*).”
(Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa menurutnya dan berdasarkan pengalamannya, terdapat kampanye Kesetaraan Untuk Semua dan *#CelebratingEquality* yang merupakan kampanye kesetaraan yang diadakan oleh Garis Hitam Project. Berikut penjelasan informan 3:

“Kampanye kita itu untuk *campaign*nya sendiri itu yang pertama Kesetaraan Untuk Semua, terus *#CelebratingEquality* yang kamu angkat ini, terus yang terakhir itu yang sama Campaign.com itu Festival Kesetaraan.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa menurutnya dan berdasarkan pengalamannya, kampanye kesetaraan yang diadakan oleh Garis Hitam project adalah Kesetaraan Untuk Semua, *#CelebratingEquality*, dan juga Festival Kesetaraan. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan terkait dengan proses pemilihan ide kampanye mengenai kesetaraan bagi mantan narapidana wanita. Berikut penjelasan informan 1:

“Intinya adalah *personal experience*, jadi itu adalah *personal experience* aku dulu ke nabi *and then* setelah mendapatkan ide dari dalam, aku ngajak teman – teman aku, Achmad dan beberapa teman – teman aku kayak *i think about* bisa ngga sih bikin *project* kayak gini gitu loh kayaknya menarik gitu, setau aku ngga ada *project* yang ngurusin ini dan menurut aku penting banget. Akhirnya udah, jadi idenya sebenarnya dari lapas perempuan, idenya ada di dalam lapas perempuan melalui pengalaman pribadi hehehe.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa proses pemilihan ide isu kesetaraan pada mantan narapidana wanita ini berdasarkan dari pengalaman pribadi informan 1 yang dimana pada akhirnya informan 1 mengajak teman – temannya untuk membentuk Garis Hitam Project. Berikut penjelasan informan 2:

“Yang #CelebratingEquality yah aku ceritain. Okeee, itu waktu itu kejadiannya dari 2020 yaa kita mulai nyusun kampanyenya, dan itu tuh disaat pertama kali covid ada dan disitu kegiatan kita yang tadinya *full offline* di lapas itu semuanya langsung stop 0 gitu dan kita beralih ke *online* dan dalam pemilihan #CelebratingEquality ini kita coba gimana caranya dengan media yang ada itu yaitu online dan Instagram kita tuh coba untuk tetep nyelenggarain kampanye, untuk nyebarin nilai – nilai kesetaraan itu ke masyarakat lebih luas lagi yang memang kita cari possibilitynya lebih besar itu gimana biar bisa tetep kita jalanin ini dan tetep jalanin tujuan dari organisasi kita kayak gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa proses pemilihan ide yang dijalankan adalah karena kegiatan pada Garis Hitam Project yang tadinya dilaksanakan secara *offline* menjadi *online* karena covid-19. Hal ini membuat informan 2 dan tim mencari cara untuk tetap menyuarakan isu kesetaraan melalui media – media yang ada. Berikut penjelasan informan 3:

“Okeee, sebenarnya kalau misalnya kita ngeliat campaignnya yang #CelebratingEquality itu mencakup banyak yaa, cuma fokusnya untuk kelompok marginal terutama mantan narapidana wanita. Awalnya itu kita membuat Festival Inklusi, nah Festival Inklusi ini melibatkan juga teman – teman difabel seperti itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa proses pemilihan ide yang dijalankan mencakup banyak fenomena diskriminasi yang terjadi di Indonesia tetapi fokusnya lebih ke isu kesetaraan pada mantan narapidana wanita. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan mengenai permasalahan yang dihadapi terkait dengan penerapan kesetaraan bagi mantan narapidana wanita. Berikut penjelasan informan 1:

“Permasalahan bahwa banyak narapidana dan mantan narapidana wanita yang justru lebih nyaman di dalam penjara karena lingkungan sosial di luar penjara yang tidak jarang memberikan mereka diskriminasi dan tidak memberikan ruang kepada mereka untuk menjadi lebih baik.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa permasalahannya seperti yang sudah dijelaskan bahwa banyak narapidana dan mantan narapidana wanita yang lebih nyaman di dalam penjara karena lingkungan sosial di luar dari penjara tersebut memberikan mereka diskriminasi dan tidak memberikan ruang kepada mereka untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Berikut penjelasan informan 2:

“Karena banyak mantan narapidana wanita yang sulit untuk kembali ke lingkungan masyarakat karna sulit untuk diterima lagi di lingkungan masyarakat.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa permasalahannya adalah banyak dari mantan narapidana wanita yang sulit untuk kembali ke lingkungan masyarakat karena masyarakat yang sulit untuk menerima mereka kembali. Berikut penjelasan informan 3:

“Karna narapidana dan mantan narapidana lebih nyaman di dalam penjara dibandingkan dengan di luar penjara karena lingkungan sosial mereka.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa permasalahannya adalah narapidana dan mantan narapidana wanita lebih nyaman berada di dalam penjara dibandingkan dengan di luar penjara.

- Berdasarkan pernyataan ketiga informan di atas, dapat diketahui bahwa kampanye *#CelebratingEquality* merupakan kampanye yang diadakan oleh Garis Hitam Project yang membahas mengenai isu kesetaraan pada kelompok marginal terutama mantan narapidana wanita. Kampanye *#CelebratingEquality* merupakan salah satu kampanye kesetaraan yang dijalankan oleh Garis Hitam Project yang paling banyak mendapatkan donasi di aplikasi dan juga *website* Campaign.com. Ketiga informan menjelaskan bahwa Garis Hitam Project merupakan sebuah organisasi yang bergerak di bidang sosial yang berdiri pada tahun 2019 dengan untuk memberikan ruang dan juga kesejahteraan untuk mantan narapidana wanita yang mendapatkan diskriminasi dari lingkungan sosial dan juga keluarga. Ketiga informan menjelaskan bahwa awal mula terbentuknya adalah karna Rifai selaku Founder datang berkunjung ke lapas perempuan yang ada di Mamuju dan mendengarkan cerita – cerita dari narapidana wanita disana dan tergerak hatinya untuk mensejahterakan mereka.

Dari pernyataan ketiga informan tersebut bagaimana terbentuknya Garis Hitam Project dan juga kampanye *#CelebratingEquality* yang mengangkat isu kesetaraan bagi mantan narapidana wanita dan kemudian selanjutnya peneliti akan melakukan pembahasan secara komperhensif dan berfokus pada konsep manajemen kampanye yang terdapat 5 fase, yakni; fase perencanaan, fase

pengembangan, fase implementasi, fase pemantauan, dan fase evaluasi yang dijalankan oleh Garis Hitam Project selama kampanye *#CelebratingEquality* berlangsung.

4.2.2. Fase Perencanaan Pada Manajemen Kampanye

Pada penjelasan mengenai Fase Perencanaan pada Manajemen Kampanye, masing – masing informan menjelaskan berdasarkan pengetahuan dan pemahaman informan tersebut dengan latar belakang jabatan dan periode yang berbeda – beda. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan mengenai apa yang melatarbelakangi diadakannya kampanye *#CelebratingEquality*. Berikut penjelasan informan 1:

“Sebenarnya yang melatarbelakangi adalah karena kita kepilih melalui program Campaign.com, campaign for change yang mereka punya *match making project* dan *match making project* ini mereka memilih komunitas – komunitas gitu loh kayak komunitas – komunitas, and then kita masuk 5 komunitas kesetaraan terbaik, and then yaa we decided buat untuk membuat sebuah program untuk bisa masyarakat tuh bisa ikut aksi di dalam aplikasinya, nah akhirnya project yang tadi itu kita bikin setelah kita diskusi apa sih yang sebenarnya menjadi penting buat kita angkat gitu. Akhirnya kita sepakat bahwa isu yang kita angkat adalah *to raise awareness* buat masyarakat tentang kesetaraan bagi mantan narapidana wanita, makannya ada *hashtag project* tadi.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa yang melatarbelakangi diadakannya kampanye *#CelebratingEquality* adalah karena Garis Hitam Project terpilih melalui program dari Campaign.com dan juga masuk ke 5 komunitas kesetaraan terbaik. Setelah itu, Informan 1 dan tim memilih untuk membuat sebuah program untuk masyarakat dapat mengikuti aksi di dalam aplikasi atau *website* Campaign.com sehingga terbentuklah kampanye *#CelebratingEquality*. Berikut penjelasan informan 2:

“Nah, yang melatarbelakangi diadakannya itu ada beberapa hal yaa, yang pertama itu karena tadi kita melihat kondisi kampanye kita yang emang harus *swich* ke *online full* jadi kita cari tau gimana caranya kita tetep bisa kampanye tapi dengan media yang lain, terus juga yang kedua dengan ngeliat kegiatan yang narapidana lakuin itu disaat covid itu bener – bener berhenti karena memang kunjungan ke lapas itu kan dikurangi yaa jadi kita gimana caranya harus tetap membuat mereka beraktivitas, buat memberdayakan mereka tapi dengan cara yang lain. Makannya kita adain campaign *#CelebratingEquality* ini. Yang ketiga itu dikarenakan memang ditahun itu kita nyelenggarakan festival kesetaraan waktu itu di tahun 2021 nya jadi setelah kampanye ini kita nyelenggarakan festival kesetaraan. Jadi

#CelebratingEquality ini sebetulnya adalah rangkaian dari festival kesetaraan yang akan kita adakan di tahun itu juga kayak gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan dari sudut pandangnya bahwa yang melatarbelakangi diadakannya kampanye *#CelebratingEquality* adalah karena pada awalnya terjadi pandemi covid-19 yang membuat semua akses menjadi terbatas dan juga membuat kegiatan yang dilakukan Garis Hitam Project berubah menjadi full online. Sehingga mereka mencari cara agar narapidana wanita dan mantan narapidana wanita yang saat pandemic menjadi terbatas akses dan kegiatannya, tetap bisa beraktivitas dan diberdayakan. Serta di tahun 2021 yang dimana Garis Hitam Project juga mengadakan Festival Kesetaraan yang dimana *#CelebratingEquality* merupakan salah satu kampanye di dalam Festival Kesetaraan tersebut. Berikut penjelasan informan 3:

“Yang pertama yang melatarbelakangi adalah *awareness* temen – temen. Pemuda – pemuda yang ada di Indonesia, kita pengen membangun *awareness* mereka. Dengan melalui kampanye ini kita berharap bukan hanya temen – temen anak muda, bukan hanya yang terpanggil melainkan pemerintah seperti itu. Karna pemerintah dalam hal ini bisa membangun akses buat temen – temen disabilitas seperti pariwisata. Mereka yang mungkin memiliki akses yang sulit gitu kan dan juga dan juga dalam hal narapidana seperti yang sudah dijelaskan bahwa berdasarkan dari pengalaman kak Rifai yang dimana narapidana takut untuk keluar penjara karna status sosialnya yang bisa mempengaruhi ia untuk tidak dapat pekerjaan dan lain sebagainya. Bahkan mereka dijauhkan oleh keluarga mereka sendiri, diasingkan. Dari situ lah muncul *campaign* ini seperti itu, kita pengen *awareness* temen – temen terus lebih ke pemerintah juga jadi saat Festival Inklusi itu berlangsung kita melibatkan pemerintah yang terkait seperti itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa yang melatarbelakangi diadakannya kampanye *#CelebratingEquality* adalah kesadaran dari pemuda – pemuda yang ada di Indonesia yang dimana Garis Hitam Project ingin membangun kesadaran masyarakat khususnya pemuda – pemuda Indonesia untuk lebih memperdulikan mantan narapidana wanita dan kelompok marginal lainnya yang dimana mereka sangat rentan untuk mengalami diskriminasi. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan bagaimana mereka melakukan analisis situasi sehingga terbentuknya kampanye *#CelebratingEquality* menurut pandangan dan pengalaman mereka masing – masing. Berikut penjelasan informan 1:

“Analisis situasinya sebenarnya adalah pada saat kita mendapatkan jadi data bahwa mereka membutuhkan hak kesetaraan adalah ketika kita melakukan *mini research*

di dalam lapas perempuan kelas 3 Mamuju, *so actually before* kita starting project kita tuh sempat *mini interview* beberapa narapidana secara acak, so kita tanya tentang bagaimana perasaan mereka, apa sih yang mereka takutin kalau keluar terus kayak apa ketakutan terbesar mereka gitu dan apa harapan mereka yang kayak gitu loh dan dari hasil wawancara itu kita berhasil menarik kesimpulan bahwa memang kebanyakan dari mereka adalah takut keluar dari penjara karena takut tidak mendapatkan pekerjaan, takut didiskriminasi dan ngga diterima oleh masyarakat, so yaa *that's why* yang menjadi data kita untuk melakukan *project* itu adalah itu.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa analisis situasi yang dilakukan sehingga dapat terbentuknya kampanye *#CelebratingEquality* adalah berawal pada saat mereka mendapatkan data ketika melakukan research di dalam lapas perempuan. Sebelum melakukan project ini, informan 1 dan tim melakukan *interview* singkat beberapa narapidana secara acak dan menanyakan keadaan dan ketakutan – ketakutan yang mereka hadapi setelah nantinya keluar dari penjara. Berikut penjelasan informan 2:

“*#CelebratingEquality* ini kita kan join sama Campaign.com yaa waktu itu programnya mereka di aplikasi dan *website* mereka jadi kita Menyusun program juga *#CelebratingEquality* ini seperti apa. Dan di sana di bidang kesetaraan, itu bukan hanya organisasi kita tapi ada beberapa organisasi lainnya juga. Disamping analisis situasi yang tadi saya sebutkan tentang keadaan narapidana di mamuju seperti apa, yang kita lakukan juga ngeliat nilai – nilai yang dibawa sama organisasi lain tuh apa. Jadi kita mencari titik poin yang berbeda dari organisasi lain. Memang di isu kesetaraan di aplikasi dan *website* Campaign.com itu kayak gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa analisis situasi yang dilakukan sehingga dapat terbentuknya kampanye *#CelebratingEquality* adalah pada saat Garis Hitam Project bergabung bersama Campaign.com, menyusun kampanye tersebut berdasarkan analisis situasi yang sudah dilakukan yaitu melihat keadaan dan pendapat narapidana dan mantan narapidana wanita yang berada di lapas perempuan. Selain itu, informan 2 dan tim juga melihat nilai apa saja yang dibawakan oleh organisasi lain sehingga informan 2 dan tim mencari titik pembeda agar kampanye yang dibuat dapat berbeda dengan kampanye yang dibuat oleh organisasi lain yang ada di Campaign.com. Berikut penjelasan informan 3:

“Sebenarnya, untuk outputnya itu cukup luar biasa ya Nadaya dan karna kita berkolaborasi sama Campaign.com jadi itu sangat membantu kita dalam melakukan dan memulai kampanye kita. Kita juga melihat dan itu works yaa jadi kita lakukan

untuk Campaign.com ini. Untuk detilnya aku kurang tau seperti apa, mungkin ka Rifai lebih tau yaa seperti itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa analisis situasi yang dilakukan sehingga dapat terbentuknya kampanye *#CelebratingEquality* adalah hamper sama seperti yang telah dijelaskan oleh informan 2 yaitu pada awalnya karna Garis Hitam Project itu sendiri bergabung dengan Campaign.com. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan mengenai adakah acuan kampanye serupa di dalam Garis Hitam Project atau di luar dari garis Hitam Project dalam melakukan kampanye *#CelebratingEquality*. Berikut penjelasan informan 1:

“*#CelebratingEquality is actually* itu kita ngga ada acuan sih sebenarnya, *it's a pure* ide dari tim Garis Hitam Project, tapi mungkin kampanye *is like a same you know* sama mungkin dengan kampanye – kampanye project lain gitu kayak *raise awareness, so i think we doing same things but* mungkin karena kita berbeda projectnya tentang lapas perempuan jadi kayak *i feel like* kita ngga ada acuan dari mana karna *it's pure* idenya dari tim gitu terus idenya tentang *#CelebratingEquality it's mean* itu adalah ide dari tim kita juga, kita harus meselebrasikan hak kesetaraan bagi semua masyarakat gitu loh khususnya mantan narapidana wanita, itu adalah ori ide tapi *of course* buat *campaign – campaign* tentunya *i mean everybody doing campaign you know, so yaa.*” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa kampanye *#CelebratingEquality* yang diadakan oleh Garis Hitam Project tidak ada acuan dari manapun terkait dengan isu mantan narapidana wanita karena memang murni dari apa yang ingin diangkat oleh Garis Hitam Project itu sendiri. Berikut penjelasan informan 2:

“Di kampanye kita yang sebelumnya, acuan yang kita lakukan itu acuan dari kampanye kita sebelumnya di kesetaraan untuk semua, jadi di kesetaraan itu semua yang udah kita lakuin itu dan memang itu dilakukan juga di Campaign.com yaa jadi kita coba liat nilai apa yang kita bawa dan kita coba *deliver* nilai yang baru di *#CelebratingEquality* ini tapi tetap mengacu tentang langkah – langkahnya, bentuknya, dan medianya itu dari yang sebelumnya kayak gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa menurutnya, acuan dari kampanye *#CelebratingEquality* itu dari kampanye yang sebelumnya diadakan oleh Garis Hitam Project yaitu Kesetaraan Untuk Semua. Berikut penjelasan informan 3:

“Aku kurang tau kalau dari kak Rifai, tapi kalau dari aku itu ada gitu kan untuk aku jadiin acuan juga.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa menurutnya, terdapat acuan kampanye serupa yang akhirnya membentuk *#CelebratingEquality* terutama acuan dalam media sosial yang digunakan. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan mengenai apa tujuan dari diadakannya kampanye *#CelebratingEquality*. Berikut penjelasan informan 1:

“Yap, tujuannya sangat simple sih, kita pengen ngajak anak – anak muda melalui aplikasi dan web campaign buat ikut aksi menyuarkan hak kesetaraan, jadi mereka melakukan you know mereka bikin *challenge*, kita menyiapkan *challenge to understand* isunya. Jadi *challenge* itu sebenarnya untuk memahami kalau ternyata ada loh isu kesetaraan bagi mantan narapidana wanita gitu. And then selain itu juga dari program ini juga kita dari Garis Hitam Project berharap bahwa ini memberikan pengetahuan kepada masyarakat bahwa salah satu isu penting adalah isu kesetaraan dan salah satu di dalamnya adalah hak bagi mantan narapidana wanita. Terus yaa we want to raise awareness.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa tujuan dari diadakannya kampanye *#CelebratingEquality* menurutnya adalah karena ingin mengajak anak – anak muda melalui aplikasi dan *website* Campaign.com untuk mengikuti aksi yang menyuarkan kesetaraan dan juga informan 1 menjelaskan bahwa dengan adanya kampanye *#CelebratingEquality*, informan 1 berharap dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat bahwa salah satu isu penting adalah isu kesetaraan yang di mana di dalamnya terdapat isu kesetaraan bagi mantan narapidana wanita. Berikut penjelasan informan 2:

“Itu untuk mendukung kelompok marginal itu utamanya. Kelompok marginal yang kita usungkan itu bukan hanya mantan narapidana wanita sebetulnya tapi memang itu yang jadi fokus utama. Tapi ada lain kayak misalkan kelompok disabilitas, kayak gitu juga kita dukung. Dan juga untuk memberikan space ruang bersama terhadap kesetaraan jadi menghadirkan kesadaran khususnya untuk anak – anak muda terkait kesetaraan itu untuk semuanya gitu jadi tempat yang kita miliki, tempat belajar, tempat kita berkarya itu bukan hanya tempat untuk orang – orang yang memang sempurna tetapi juga untuk mereka yang termarginalkan kayak gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa tujuan dari diadakannya kampanye *#CelebratingEquality* menurutnya adalah mendukung kelompok marginal terutama mantan narapidana wanita serta memberikan ruang bersama untuk kesetaraan. Berikut penjelasan informan 3:

“Tentunya kita mau reach awareness pemuda pemudi dan masyarakat yaa khususnya juga pemerintah seperti itu. Supaya temen – temen bisa melihat sesuatu ngga dari sisi gelapnya seperti itu. Mereka juga punya hidup yang seperti mantan narapidana juga punya hidup yang harus mereka jalankan, harus memberi makan diri mereka sendiri atau mereka punya keluarga gitu. Terus selanjutnya untuk spesifik lagi soal mantan narapidana wanita ya kita pengen menciptakan lapangan kerja buat temen – temen mantan narapidana wanita seperti itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa tujuan dari diadakannya kampanye #CelebratingEquality menurutnya adalah ingin mencapai kesadaran pemuda – pemudi, masyarakat, khususnya pemerintah agar masyarakat tidak melihat sesuatu dari 1 sisi saja karena pada dasarnya semua manusia berhak mendapatkan kesempatan kedua. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan bagaimana ketiga informan tersebut menentukan target sasaran dari kampanye #CelebratingEquality. Berikut penjelasan informan 1:

“Cara menentukannya it’s a really simple we just kayak karena di dalam kampanye ini yang paling mudah untuk kita ajak adalah anak muda gitu. *Somehow i mean senior citizen*, orang – orang tua kita tuh mungkin bisa juga but it’s not all you know kayak gasemuanya bisa tertarik mungkin karena yaa mereka ada pekerjaan yang mungkin mereka sibuki tapi anak – anak muda sekarang tuh lebih mudah untuk kita ajak gitu *so that’s why* menentukan sasaran kita tuh yaudah kita kayaknya yang cocok kita ajak buat *understand* isu ini adalah anak muda gitu yaudah kita decided bahwa *project* kita fokus untuk target sasaran kita anak muda dan juga mantan narapidana wanita lainnya yang diluar sana yang mungkin mereka ngga tau kalau mereka punya hak kesetaraan gitu.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa menentukan target sasaran dari kampanye #CelebratingEquality adalah dengan melihat siapa saja yang lebih sering bermain media sosial yang dimana hal tersebut jawabannya adalah anak muda dan juga target sasaran lainnya menurut informan 1 adalah mantan narapidana wanita diluar sana yang belum mengetahui bahwa mereka punya hak kesetaraan yang sama dengan masyarakat yang lain. Berikut penjelasan informan 2:

“Target sasaran yang kita tetapkan itu anak muda yaitu dari kalangan anak SMA sampai kuliah ataupun memang first graduate. Dan itu kenapa? Karena yang kita lakukan disini adalah melalui teknologi Campaign.com, jadinya kalau misalkan pada saat itu pertimbangannya kalau misalkan itu di bawah dari umur yang dianggap dewasa, takutnya mereka belum bisa mengerti penggunaan itu dan juga nilai yang kita deliver dan juga untuk yang ke atas takutnya sama juga, gaada deviceny dan lain sebagainya. Jadi yang kita tentukan adalah orang – orang anak muda dari kalangan SMA khususnya dan kuliah kayak gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa penentuan target sasaran dari kampanye *#CelebratingEquality* adalah anak muda. Hal ini dikarenakan kampanye *#CelebratingEquality* yang menggunakan *platform* Campaign.com yang dimana melalui *platform* tersebut, target yang tepat adalah anak muda karena pengguna dari *platform* tersebut rata – rata anak muda. Berikut penjelasan informan 3:

“Kalau menentukan sendiri kita pertama itu kita melakukan Analisa dulu yaa dari tim kak Rifai itu melakukan analisa, tapi sasaran kita yang utama adalah *youth*. Karna menurut kita itu adalah pengaruh yang sangat besar karna *youth* itu bakal jadi pemimpin *the next day* seperti itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa penentuan target sasaran dari kampanye *#CelebratingEquality* adalah dengan melakukan analisa yang dimana dari tim informan 1 melakukan analisa. Setelah analisa dilakukan, lalu diketahui bahwa target sasaran dari kampanye *#CelebratingEquality* ini adalah anak muda karena pada dasarnya anak muda merupakan pengaruh yang besar bagi masyarakat luas yang dimana hal ini dikarenakan anak muda nantinya akan menjadi pemimpin negara. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan bagaimana menentukan periode pelaksanaan kampanye *#CelebratingEquality*. Berikut penjelasan informan 1:

“Itu penentuan waktunya berasal dari pihak Campaign.com, jadi kita dikasih waktu emmm kalau gasalah kurang lebih 2 bulan *and then* yaa mereka yang menentukan, kita hanya menyaiapkan *tools – toolsnya* apa, *challengenya* apa, dan kenapa isu ini penting gitu dan penjelasan tentang isu nya.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa penentuan periode pelaksanaan kampanye berasal dari Campaign.com yang dimana pihak Campaign.com memberikan waktu kepada Garis Hitam Project kurang lebih selama 2 bulan untuk menyiapkan persiapan menuju hingga kampanye berlangsung. Berikut penjelasan informan 2:

“Kalau periode pelaksanaannya waktu itu sebenarnya dikasih waktu sama pihak *campaignnya* kurang lebih sebulan lebih yaa untuk pelaksanaan dan evaluasinya tapi kalau dari perencanaan itu dari mei ya berarti sampe evaluasi juli dan disitu kita maksimalin waktunya. Jadi karna sebulan lebih berapa minggu itu kita maksimalin untuk kita jalanin dari mulai pembagian awalnya, proses pengenalannya, sampai tahap akhir kita evaluasi kayak gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa penentuan periode pelaksanaan kampanye berasal dari pihak Campaign.com yang memberikan waktu kurang lebih selama

satu bulan lebih untuk menjalankan kampanye *#CelebratingEquality*. Berikut penjelasan informan 3:

“Untuk periodenya itu sebenarnya timlinenya dari dimulainya festival inklusi itu sampai selesai seperti itu. Jadi selama event itu berlangsung, kita mengkampanyekan *#CelebratingEquality* itu. Timelinenya juga ditentukan yah oleh tim dari Campaign.com itu sendiri jadi emang sudah ditentukan.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa penentuan periode pelaksanaan kampanye ditentukan oleh tim Campaign.com itu sendiri sama seperti yang sudah dijelaskan oleh informan 1 dan informan 2.

Berdasarkan pernyataan ketiga informan di atas, dapat diketahui bahwa fase perencanaan pada konsep manajemen kampanye sudah dijalankan oleh kampanye *#CelebratingEquality* yang dijalankan oleh Garis Hitam Project. Hal ini dibuktikan dengan ketiga informan yang melakukan fase perencanaan tersebut dengan melakukan analisis situasi yang dimana ketiga informan tersebut menjelaskan bahwa analisis situasi yang dilakukan dalam fase perencanaan kampanye *#CelebratingEquality* adalah dengan melihat data dan keadaan di lapas perempuan kelas 3 di Mamuju, melakukan wawancara singkat dengan beberapa narapidana wanita yang berada disana dan mengetahui ketakutan mereka setelah nantinya keluar dari penjara yang dimana mereka takut mengalami diskriminasi dan tidak diterima di lingkungan masyarakat dan juga lingkungan keluarga. Selain itu, analisis situasi yang dilakukan adalah dengan melihat kampanye kesetaraan yang ada di aplikasi dan juga *website* Campaign.com serta melihat isu kesetaraan yang dibawakan oleh organisasi lain dan mencari isu kesetaraan yang berbeda dengan organisasi lain yaitu isu kesetaraan bagi mantan narapidana wanita.

Selain melakukan analisis situasi, ketiga informan juga melakukan analisis kondisi internal dan juga eksternal Garis Hitam Project yang dimana ketiga informan menjelaskan bahwa acuan kampanye serupa sebenarnya tidak ada yang benar – benar serupa karena pada dasarnya isu kesetaraan bagi mantan narapidana adalah isu yang cukup langka untuk dibawakan terlebih lagi di Mamuju, Sulawesi Barat. Ketiga informan menjelaskan bahwa tujuan mengadakan kampanye *#CelebratingEquality* adalah untuk menyadarkan dan juga mengajak anak – anak muda untuk menyuarakan kesetaraan bagi kelompok marginal terutama mantan

narapidana wanita yang dimana mereka sering sekali mendapatkan diskriminasi. Setelah itu, ketiga informan juga menjelaskan bahwa target sasaran dari kampanye *#CelebratingEquality* adalah anak – anak muda yang dimana alasan memilih target tersebut karena anak muda merupakan kalangan yang lebih banyak bermain media sosial dan juga aplikasi dan *website* Campaign.com serta anak muda juga merupakan pengaruh bagi masyarakat luas dikarenakan nantinya anak muda akan menjadi pemimpin masa depan. Ketiga informan juga menjelaskan periode pelaksanaan kampanye yang dilaksanakan sudah ditentukan oleh pihak dari Campaign.com karena pada kampanye *#CelebratingEquality* ini Garis Hitam Project bekerjasama dengan Campaign.com yang dimana periode pelaksanaan kampanye *#CelebratingEquality* dilaksanakan pada bulan Mei hingga bulan Juli dari perencanaan kampanye hingga evaluasi kampanye.

Berdasarkan pernyataan ketiga informan di atas, fase perencanaan pada kampanye *#CelebratingEquality* sudah sejalan dengan fase perencanaan pada konsep manajemen kampanye yaitu melakukan analisis situasi, mengetahui secara keseluruhan masalah yang ada, serta menganalisis kondisi internal dan eksternal organisasi (Venus D. A., 2018). Hal serupa juga dapat dilihat dari penjelasan bahwa analisis situasi merupakan salah satu tahap yang dapat dilakukan agar kampanye dapat berjalan secara efektif (Astrini, 2013).

Tabel 4. 1 Bentuk Kampanye Fase Perencanaan

Bentuk Kampanye	Fase Perencanaan
Media Sosial	Melakukan analisis situasi dengan melihat mayoritas pengguna media sosial guna menentukan target sasaran kampanye.
Aksi - <i>Volunteer</i> - Donasi	Merencanakan program <i>volunteer</i> dengan pihak <i>platform</i> Campaign.com.
Pemberdayaan	Melakukan analisis situasi dengan melihat keadaan narapidana dan mantan narapidana wanita di Lapas Perempuan Kelas III Mamuju dan melihat apa yang mereka butuhkan.

4.2.3. Fase Pengembangan Pada Manajemen Kampanye

Pada penjelasan mengenai Fase Pengembangan pada Manajemen Kampanye, ketiga informan menjelaskan hal tersebut berdasarkan pengetahuan dan pemahamannya dilatarbelakangi oleh jabatan dan periode berada dalam Garis Hitam Project yang berbeda – beda. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan mengenai apa yang menjadi pesan dalam kampanye *#CelebratingEquality*. Berikut penjelasan informan 1:

“Pesannya sebenarnya dari *#CelebratingEquality* kita pengen menselebrasikan bahwa semua orang itu punya hak setara *including* para mantan narapidana wanita, jadi arti dari *campaign* ini sendiri sebenarnya kita pengen bahwa semua masyarakat ikut andil dalam mengkampanyekan isu ini, *so it's not just me*, bukan hanya Nadaya saja, bukan hanya Garis Hitam Project saja tetapi *all of us* dan kita harus memahami bahwa kita tuh semua orang tuh berbeda gitu loh, semua berbeda, punya masa lalu yang berbeda, dan memulai sebuah aktivitas itu kita berbeda – beda gitu loh kayak tiap orang percaya pasti punya *bad experience* atau kalau engga hitamnya di masa lalu gitu loh kayak *we have that, all of us*. Dan kita harus memahami bahwa mantan narapidana wanita memiliki juga *background criminal* mereka gitu, namun kita percaya bahwa every people have a second change to be a good person. *That's why* kita melalui *#CelebratingEquality* kita pengen bahwa orang – orang memahami itu bahwa setiap orang punya kesempatan kedua untuk menjadi pribadi yang lebih baik.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa yang menjadi pesan dalam kampanye *#CelebratingEquality* adalah informan 1 dan tim ingin menyuarakan kepada semua orang bahwa mantan narapidana wanita juga berhak mendapatkan hak yang sama serta ingin memberitahu kepada semua orang bahwa semua manusia berhak untuk mendapatkan kesempatan kedua guna menjadi pribadi yang lebih baik. Sama seperti informan 1, berikut penjelasan informan 2:

“Pesan khususnya untuk kita sama – sama menyadari bahwa di sekeliling kita tuh ada kelompok marginal dan juga tempat kita itu bukan untuk kita sendiri tapi untuk banyak kelompok – kelompok yang memang berbeda dari kita jadi kesetaraan itu wajib untuk kita ketahui dan kita terapkan di kehidupan nyata kita gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa yang menjadi pesan dalam kampanye *#CelebratingEquality* adalah agar kita semua sama – sama menyadari bahwa disekeliling kita terdapat kelompok marginal khususnya mantan narapidana wanita. Sehingga hak kesetaraan bukan hanya milik kita, tetapi milik semua masyarakat

apapun keadaannya. Sama dengan informan 1 dan informan 2, berikut penjelasan informan 3:

“Pesannya itu adalah yang tadi yang kayak semua orang berhak mendapatkan kesempatan kedua dan hidup yang layak seperti itu. Itu sih main pesannya seperti itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa yang menjadi pesan dalam kampanye *#CelebratingEquality* adalah bahwa semua orang berhak mendapatkan kesempatan kedua dan juga berhak mendapatkan hidup yang layak. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan media apa saja yang digunakan selama kampanye *#CelebratingEquality* berlangsung. Berikut penjelasan informan 1:

“*We actually using social media* Instagram dan juga aplikasi dan *website* Campaign.com.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa media yang digunakan selama kampanye *#CelebratingEquality* berlangsung adalah media sosial Instagram dan juga aplikasi serta *website* dari Campaign.com. Sama seperti informan 1, berikut penjelasan informan 2:

“Medianya tuh ada dari aplikasi dan *website* Campaign.com, terus juga lewat Instagram. Di Instagram itu kita dari postan *feeds* Instagram dan juga Instagram *live*, terus juga ada media Zoom webinar itu juga kita selenggarakan kayak gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa media yang digunakan selama kampanye *#CelebratingEquality* berlangsung adalah aplikasi dan *website* dari Campaign.com dan juga media sosial Instagram. Sama seperti informan 1 dan informan 2, berikut penjelasan informan 3:

“Untuk saat ini kita kemarin masih menggunakan Instagram dan lebih ke sosialisasi lewat *event* Festival Inklusi tersebut. Dan pastinya juga kita menggunakan aplikasi dan *website* dari Campaign.com ya.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa media yang digunakan selama kampanye *#CelebratingEquality* berlangsung adalah media sosial Instagram dan aplikasi serta *website* milik Campaign.com. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan mengenai

kenapa memilih media yang sudah dijelaskan sebelumnya sebagai wadah dari kampanye #CelebratingEquality. Berikut penjelasan informan 1:

“So aplikasi dan *website* ini kita gunakan karena *it's actually the tools* dari pihak Campaign.com, dan untuk ngajakin mereka untuk ikut aksi kita menggunakan aplikasi dan *website* itu untuk ikut aksi di dalam. So yaa, kedua adalah media Instagram, kenapa Instagram karena *most of the people* yang pengen *campaign, the best* untuk *doing campaign* adalah Instagram, *so far* kita tim berpikir bahwa Instagram adalah media yang cocok dan mungkin cara Instagram tuh lebih mudah untuk *you know* untuk orang melihat kita gitu. *And then a last one should be* Zoom kayak yaa *we doing many* Zoom, karena sometimes Instagram itu kita posting story, cerita tentang narapidana, *it's worth* it tapi kadang tuh sharing dengan cara langsung melalui Zoom itu kadang *much better*.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa alasan memilih media tersebut karena aplikasi dan *website* dari Campaign.com itu sendiri sudah pasti digunakan karena memang tools dari Campaign.com itu sendiri. Dan kenapa memilih Instagram adalah karena media terbaik untuk melakukan kampanye menurut informan 1 adalah Instagram karena dengan menggunakan Instagram, lebih mudah untuk orang – orang melihat kampanye tersebut. Sama seperti informan 1, berikut penjelasan informan 2:

“Kalau dari aplikasi dan *website* Campaign.com itu dikarenakan memang kita integrasi sama program mereka, jadi kita harus untuk melalui media tersebut. Kalau misalkan dari Instagram, karena yang pertama kemarin kita mau juga ningkatin engagement Instagram kita, jadi kita hadirin dari mulai promosi dan juga kampanyenya prosesnya sampai akhir itu di Instagram kita dan juga promosi di Instagram – Instagram promosi di media Instagram kayak gitu. Terus juga dari Instagram live, karna kita di sana juga *talkshow* sama beberapa narasumber dan kita mau menggait bukan hanya peserta, waktu itu kita nyelenggarakan di tengah – tengah kampanye ini. Bukan cuma peserta aja tetapi juga masyarakat yang lebih luas di Instagram itu. Dan di media Zoom di webinar itu kita khususkan memang untuk, disitu kita mau mendalami ke mereka tentang nilai kesetaraan dari kampanye kita itu sendiri.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa alasan memilih media tersebut karena aplikasi dan *website* dari campaign.com itu sendiri sudah pasti digunakan karena memang Garis Hitam Project bekerjasama dengan Campaign.com. Dan kenapa memilih Instagram karena memang ingin meningkatkan engagement dari Instagram Campaign.com itu sendiri dan banyak masyarakat pengguna Instagram yang dapat mengetahui kampanye #CelebratingEquality. Sama seperti informan 1 dan informan 2, berikut penjelasan informan 3:

“Karna yaa mungkin Nadaya tau siapa sih anak muda yang gapunya Instagram *now days* gitu kan. Jadi lebih cepet penyebaran informasinya lebih cepet dan juga karna ini program Campaign.com jadi menggunakan aplikasi dan *websitenya* juga kan.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa alasan memilih media tersebut karena semua anak muda saat ini pasti menggunakan Instagram karena penyebaran informasi melalui Instagram lebih cepat dan juga menggunakan aplikasi dan *website* Campaign.com karena ini merupakan program Kerjasama dengan pihak Campaign.com. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan isi konten apa saja yang dibagikan pada media – media yang sudah dijelaskan sebelumnya. Berikut penjelasan informan 1:

“Kontennya kalau di dalam aplikasi dan *website* campaign kita ada *challenge*, kita juga ada penjelasan kenapa isu ini penting, penjelasan tentang Garis Hitam Project kenapa isunya penting dan juga menyiapkan *challenge – challenge* jadi orang – orang bisa ngikutin *challengenya* kita ada 4 *challenge* yang hanya foto, mereka hanya foto dengan beberapa gerakan tangan, ada yang berpegangan tangan, ada yang foto bersama keluarga, dan mereka bisa posting di aplikasi dan *website* Campaign. Di Instagram kita ada beberapa konten, tentang *story* tentang mantan narapidana, konten tentang product dari mantan narapidana, konten tentang kegiatan – kegiatan program dari Garis Hitam Project dan kalau Zoom we just doing zoom terkait tantang *campaign*, jadi Zoom kepakainya buat Zoom you know kayak have a meeting dan juga buat konten – konten di dalem ketika kita ada Zoom yang berkegiatan secara virtual.”(Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa konten yang dibagikan pada media yang sudah dijelaskan sebelumnya seperti pada aplikasi dan *website* Campaign.com, konten yang dibagikan seperti *challenge*, penjelasan mengapa isu tersebut penting. Pada media sosial Instagram, konten yang dibagikan seperti *story* tentang mantan narapidana, program – program yang diadakan oleh Garis Hitam Project, dan juga menggunakan aplikasi Zoom untuk mengadakan rapat. Berikut penjelasan informan 2:

“Kalau dari aplikasi dan *website* Campaign.com itu kontennya dari langkah – langkah kampanye, terus juga tentang kampanyenya itu sendiri. Kalau misalkan di Instagram itu mulai dari pembukaan programnya, tentang kampanyenya, arti dari kampanyenya, terus juga pemberitahuan soal webinar, Instagram *live* dan lain sebagainya, itu yang kita bagikan.”(Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa konten yang dibagikan pada media yang sudah dijelaskan sebelumnya seperti pada aplikasi dan *website* Campaign.com kontennya seperti langkah – langkah kampanye, konten mengenai kampanye itu sendiri dan pada media sosial Instagram, kontennya seperti pembukaan program, arti dari kampanye tersebut, tentang kampanye tersebut, Instagram live, hingga pemberitahuan mengenai webinar yang diadakan. Berikut penjelasan informan 3:

“Untuk *website* itu seperti *challenge* gitu yaa jadi ada 4 *challenge* gitu jadi *youth* bisa ikutin aksi lewat *challenge* itu. Untuk Instagram biasanya melalui poster, video *reels*, dan pas #*CelebratingEquality* itu ada *live* Instagram sama beberapa narasumber.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa konten yang dibagikan pada media yang sudah dijelaskan sebelumnya seperti pada aplikasi dan *website* Campaign.com konten yang dibagikan seperti 4 *challenge* sehingga anak muda dapat mengikuti *challenge* tersebut. Dan pada media sosial Instagram, konten yang dibagikan seperti poster, video *reels*, dan juga Instagram live.

Berdasarkan pernyataan ketiga informan di atas, dapat diketahui bahwa fase pengembangan pada konsep manajemen kampanye sudah dijalankan oleh kampanye #*CelebratingEquality* yang dijalankan oleh Garis Hitam Project. Hal ini dibuktikan dengan ketiga informan yang melakukan fase pengembangan tersebut dengan melakukan rancangan pesan yang dimana ketiga informan menjelaskan bahwa yang menjadi pesan dalam kampanye #*CelebratingEquality* adalah agar kita semua menyadari bahwa disekeliling kita banyak kelompok marginal khususnya mantan narapidana wanita yang juga berhak mendapatkan hak kesetaraan dan juga ingin menyuarakan kepada masyarakat bahwa mantan narapidana wanita berhak mendapatkan hak yang sama dan juga kesempatan kedua serta kehidupan yang layak dan lebih baik.

Ketiga informan juga menjelaskan saluran atau media yang digunakan dalam kampanye #*CelebratingEquality* adalah aplikasi dan *website* Campaign.com, media sosial Instagram, dan juga Zoom. Hal ini dikarenakan pada kampanye #*CelebratingEquality*, Garis Hitam Project melakukan kerjasama dengan Campaign.com sehingga menggunakan *platform* digital mereka. Untuk media sosial Instagram, ketiga informan menjelaskan bahwa saat ini Instagram merupakan

salah satu media terbaik untuk mengadakan kampanye dan banyak sekali masyarakat dan anak muda yang menggunakan media sosial Instagram sehingga penyebaran informasi mengenai kampanye *#CelebratingEquality* bisa disebarluaskan lebih luas. Dan untuk media Zoom digunakan untuk melakukan *sharing session* secara langsung serta digunakan untuk sosialisasi kepada yang ada. Ketiga informan juga menjelaskan isi konten yang dibagikan pada media – media tersebut seperti pada aplikasi dan *website* Campaign.com, konten yang dibagikan adalah langkah – langkah mengikuti kampanye *#CelebratingEquality* dengan melakukan 4 *challenge* yang dimana *challenge* tersebut adalah mengunggah foto dengan konsep yang sudah ditentukan oleh tim Garis Hitam Project. Pada media sosial Instagram, konten yang dibagikan berupa poster, story, reels, dan juga Instagram live mengenai isu kesetaraan bagi kelompok marginal khususnya mantan narapidana wanita.

Berdasarkan pernyataan ketiga informan di atas, fase pengembangan pada kampanye *#CelebratingEquality* sudah sejalan dengan fase pengembangan pada konsep manajemen kampanye yaitu rancangan pesan, saluran atau media yang digunakan, alasan pemilihan saluran atau media, dan juga konten apa saja yang dibagikan pada saluran atau media tersebut (Venus D. A., 2018). Hal serupa juga dijelaskan bahwa mengkonstruksi pesan, menyeleksi pesan dan menyeleksi saluran kampanye merupakan salah satu tahap yang dilakukan dalam realisasi unsur – unsur kampanye (Astrini, 2013).

Tabel 4. 2 Bentuk Kampanye Fase Pengembangan

Bentuk Kampanye	Fase Pengembangan
Media Sosial	Rancangan pesan yang akan disampaikan melalui media sosial Instagram dengan konten berupa Instagram <i>feeds</i> , Instagram <i>story</i> dan juga Instagram <i>live</i> . Konten yang dibagikan seperti poster kampanye <i>#CelebratingEquality</i> , konten story tentang narapidana, kegiatan yang dilakukan, dan lain sebagainya.
Aksi	Rancangan pesan pada aksi yang dilakukan adalah dengan mengadakan 4 aksi yang dapat dilakukan yaitu foto dengan tangan mengepal di dada dengan
- <i>Volunteer</i>	
- Donasi	

caption mengenai kesetaraan, foto dengan tangan saling berjabat dengan caption mengenai kesetaraan, foto timbangan atau foto yang menggambarkan kesetaraan, dan foto dengan caption *we are on one space*.

Pemberdayaan

Rancangan pesan pada pemberdayaan adalah membagikan konten produk yang dibuat oleh mantan narapidana.

4.2.4. Fase Implementasi Pada Manajemen Kampanye

Pada penjelasan mengenai Fase Implementasi pada Manajemen Kampanye, ketiga informan menjelaskan hal tersebut berdasarkan pengetahuan dan pemahamannya dilatarbelakangi oleh jabatan dan periode berada dalam Garis Hitam Project yang berbeda – beda. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan kegiatan apa saja yang dilakukan pada kampanye *#CelebratingEquality*. Berikut penjelasan informan 1:

“Mulai dari awal kampanye tentunya pasti kita ada perencanaan jadi awalnya ketika kita *accepted one of the community project* yang bakal bersaing dengan beberapa *community project* lainnya, kita *make a plan*, kita membuat perencanaan projectnya kayak gimana, implementasinya kayak gimana, dan *how we encourage people*, *how this project gonna be you know people gonna interest to getting know* projectnya. Jadi setelah perencanaan, kita juga membangun beberapa komunikasi *stakeholder* yang bisa *support* kita, membangunnya dalam bentuk *share* tentang konten kita, bisa juga dalam bentuk dukungan, nah waktu itu kita membangun komunikasi dengan pemerintah juga beberapa media – media, media – media di Instagram, dan juga beberapa kita ajak juga anak – anak yang cukup *i would say like mini influencer* di Mamuju, di Sulawesi Barat. And then, setelah bangun komunikasi dengan berbagai pihak, akhirnya penentuan konten, setelah merencanakan tadi kita ada membangun komunikasi terus kontennya apa nih di dalam, *it’s actually including* di perencanaan sebenarnya tapi waktu itu kita spesifik membahas terkait konten yang bagus untuk di dalam aplikasi dan *website* kampanye ada 4 *challenge* itu kayak gimana supaya orang tuh lebih mudah gitu loh gaterlalu ribet buat ikut *challenge* tapi *challengenya* itu dapat kena, akhirnya kita menggunakan foto yang mungkin orang – orang tuh pasti ada di hp nya gitu dan mudah dilakukan *everywhere*. Kita mengundang membuka, kita ada 400 orang dan *every volunteer* itu *have to invited at least 5* orang setiap *volunteer*, jadi di dalam kegiatan kita ada rangkaian kegiatan, jadi selain kita ada rangkaian kegiatan di campaign kita juga ada rangkaian kegiatan di . Kita *provide training*, kita *provide class*, kita juga kasih *challenge* ke mereka, salah satu *challengenya* adalah share ke Instagram tentang untuk ikut *challenge* itu, terus mereka harus ngajakin orang lagi buat ikut *challenge* di dalam isu. *And then the last project* kita dan pembukaan kita itu dibuka langsung oleh Wakil Gubernur Sulawesi Barat waktu itu. Dan *closing*, *and then* terakhir kita kegiatannya adalah *closing ceremony* dan setelah itu dari pihak Campaign.com mengatakan bahwa ada 1000

lebih yang mengikuti *challenge* kita di *campaign* dan *after that* kita rangkaian kegiatan terakhir adalah pencairan dana dari bantuan dari Campaign.com and then kita implementasi jadi penggunaan dana itu kita implementasi kemarin membuat pelatihan menjahit.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa kegiatan yang dilakukan pada kampanye #CelebratingEquality seperti membuat perencanaan, implementasi, memikirkan agar kampanye ini dapat menarik perhatian masyarakat, lalu membangun komunikasi dan hubungan dengan stakeholder dan juga pemerintah sekitar lapas, menentukan konten apa saja yang akan dibuat, menentukan *challenge* yang akan ada di aplikasi dan *website* Campaign.com, membuka , dan juga pencairan dana dari Campaign.com yang didistribusikan untuk pelatihan menjahit narapidana dan mantan narapidana wanita. Berikut penjelasan informan 2:

“Kegiatan yang dilakukan itu pertama ada kampanye itu sendiri., itu ada 4 step jadi mereka harus foto di aplikasi dan *website* Campaign.com itu sekaligus donasi, mereka juga donasi ke kita melalui Campaign.com, terus juga kita menyelenggarakan program *volunteer*, di program *volunteer* itu ada webinar terus juga ada Instagram *live* tentang *talkshow* dengan beberapa narasumber dan kerjasama sama organisasi di bidang kesetaraan lain kayak gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa kegiatan yang dilakukan pada kampanye #CelebratingEquality seperti *challenge* pada kampanye itu sendiri, program *volunteer*, webinar, dan juga Instagram *live*. Berikut penjelasan informan 3:

“Kalau kegiatannya itu ada kita buat *campaign*, *upload* foto di Campaign.com, ada *live* Instagram juga, terus ada kayak webinar *online* seperti itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa kegiatan yang dilakukan pada kampanye #CelebratingEquality seperti membuat kampanye, *challenge* mengupload foto di Campaign.com, webinar *online*, serta Instagram. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan mengenai bagaimana Garis Hitam Project melakukan pengemasan pada pesan #CelebratingEquality agar dapat menarik perhatian publik. Berikut penjelasan informan 1 :

“Oke jadi sebenarnya pengemasan dari kampanyenya sebenarnya sederhana banget sih karena isunya sebenarnya sudah menarik gitu jadi untuk dapat perhatian publik itu sudah menarik dari isunya *wich is* itu kita isunya fokusnya mengangkat isu kesetaraan bagi mantan narapidana wanita, itu sebenarnya sudah unik. Nah

pengemasannya seperti apa, untuk mendapatkan perhatian agar orang pengen gitu ikut kampanye di dalam aplikasi dan *website* Campaign itu kita buat sederhana.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa pengemasan pesan yang dilakukan adalah dengan *challenge* yang diadakan pada aplikasi dan *website* Campaign.com dibuat sederhana sehingga semua pengguna atau semua target sasaran dapat mengikuti *challenge* tersebut. Karena menurut informan 1, pengemasan pesan dilakukan secara sederhana karena isu dari kampanye ini sudah sangat menarik. Berikut penjelasan informan 2:

“Kita nyelenggarakan *volunteer*, itu sih pengemasan dari kampanyenya, jadi kita *open volunteer* disana buat ngasih kesempatan banyak anak muda buat ikut kampanye ini karena kampanye ini kan gabisa dilakuin bisa diselesaikan satu waktu tapi memang bukan tujuan kita hanya untuk menyelesaikan kampanye ini aja, tapi kita juga mau mengedukasi mereka jadinya kita *open volunteer* dan waktunya itu sekitar sebulan mereka ikutin buat nantinya kita hadirin webinar, *talkshow* sama pembicara kayak gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa pengemasan pesan yang dilakukan adalah dengan menyelenggarakan *volunteer*. Karena dengan diadakannya program *volunteer* tersebut dapat membuka kesempatan bagi anak muda untuk dapat bergabung menjadi salah satu partisipan dalam kampanye *#CelebratingEquality*. Berikut penjelasan informan 3:

“Nah yang pertama bener banget, *packaging* tuh harus unik gitu kan supaya orang tuh ngeliatnya tertarik gitu kan. Jadi kita *ngepackage* bagaimana caranya kita memperluas *networking* kita pertama, jadi kita bisa mendapatkan *speaker – speaker* yang berkualitas yang memang brandingnya udah bagus nih di kalangan anak muda dan temen – temen anak muda juga dapat *insight* yang bagus nih jadi ngga sekedar dateng, bengong, gitu kan, jadi kita pengen mereka dapat *insight* dari *speaker – speaker* kita yang memang berkualitas seperti itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa pengemasan pesan yang dilakukan adalah dengan mendapatkan pembicara – pembicara yang berkualitas dan *branding* yang dimiliki sudah bagus di kalangan pemuda – pemudi. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan taktik yang dilakukan untuk menyampaikan pesan kampanye *#CelebratingEquality*. Berikut penjelasan informan 1:

“Campaign itu kita buat sederhana tapi artinya dalam gitu makannya beberapa dari *challengenya* itu contoh tangan di satukan antara kanan dan kiri lalu foto artinya

adalah saling menerima satu sama lain gitu jadi kayak *it's really simple challenge* tapi tentunya untuk pengemasannya dibuat *simple* tapi bisa dilakukan oleh semua orang gitu. Terus karena dari awal sudah di dalam *challenge* itu kita udah jelasin bahwa ini adalah isu mengangkat awareness pada masyarakat tentang isu kesetaraan mantan narapidana wanita yaa itu udah unik sebenarnya jadi udah sangat menarik perhatian publik dan so far kita mendapatkan *appreciate* dari berbagai pihak, kita semua orang yang ikut *challenge* malah mereka senang banget gitu loh karena yang mereka dapatkan adalah informasi baru ternyata ada loh kita harus setara gitu dengan mantan narapidana wanita, kayak gitu.” (Wawancara, Sahida 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa taktik yang dilakukan untuk menyampaikan pesan adalah dengan membuat kampanye tersebut menjadi sesederhana mungkin sehingga banyak orang yang mengikuti *challenge* dari kampanye tersebut. Berikut penjelasan informan 2:

“Buat taktik pengemasan pesan kampanyenya itu dari serangkaian kegiatan *volunteer* dan kampanye kita itu di aplikasi dan *website* Campaign.com.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa taktik yang dilakukan untuk menyampaikan pesan adalah dengan serangkaian kegiatan *volunteer* dan *challenge* pada kampanye di aplikasi dan *website* Campaign.com. Berikut penjelasan informan 3:

“Yang pertama taktiknya itu mengajak membuat *campaign* video, terus foto juga seperti yang dilakukan di Campaign.com, terus *challenge – challenge* yang kita lakukan seperti itu sih. Terus mereka bisa dapet sertifikat juga kan yaa gitu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa taktik yang dilakukan untuk menyampaikan pesan adalah dengan mengajak masyarakat mengikuti *challenge* yang ada di aplikasi dan *website* Campaign.com dan juga *volunteer* dan yang mengikuti program ini akan mendapatkan sertifikat.

Berdasarkan pernyataan ketiga informan di atas, dapat diketahui bahwa fase implementasi pada konsep manajemen kampanye sudah dijalankan oleh kampanye *#CelebratingEquality* yang dijalankan oleh Garis Hitam Project. Hal ini dibuktikan dengan ketiga informan yang melakukan fase implementasi tersebut dengan melakukan eksekusi program kampanye yang sudah dilaksanakan dengan melakukan tahapan – tahapan manajemen kampanye dari fase perencanaan, implementasi, memikirkan agar kampanye dapat menarik perhatian masyarakat,

membangun komunikasi dan juga hubungan dengan stakeholder dan pemerintahan, menentukan konten, menentukan *challenge* pada aplikasi dan *website* Campaign.com, membuat program *volunteer*, dan juga kegiatan pencairan dana hasil donasi dari Campaign.com.

Ketiga informan menjelaskan bahwa pengemasan pesan yang dilakukan pada kampanye *#CelebratingEquality* yang diadakan oleh perusahaan Garis Hitam Project membuat campaign dan juga *challenge* yang sederhana diiringi dengan isu yang jarang dibicarakan sehingga banyak masyarakat yang dengan mudah dapat mengikuti *challenge* di aplikasi dan *website* Campaign.com tersebut. Lalu ketiga informan juga menjelaskan taktik yang dilakukan adalah dengan *challenge* yang diadakan sesederhana mungkin dan juga program *volunteer* yang diadakan yang dimana *volunteer* akan mendapatkan beberapa keuntungan dengan mengikuti program *volunteer* dalam kampanye *#CelebratingEquality* yang diadakan oleh Garis Hitam Project.

Berdasarkan pernyataan ketiga informan di atas, fase implementasi pada kampanye *#CelebratingEquality* sudah sejalan dengan fase implementasi pada konsep manajemen kampanye yaitu proses eksekusi pada kampanye, strategi dan juga taktik yang digunakan dalam memaksimalkan penyampaian pesan kampanye (Venus D. A., 2018). Hal serupa juga dapat dilihat dari penjelasan bahwa fungsi dari strategi dan taktik adalah suatu cara yang digunakan untuk menunjang keberhasilan kampanye yang akan dilakukan (Ramdhan, 2018).

Tabel 4. 3 Bentuk Kampanye Fase Implementasi

Bentuk Kampanye	Fase Implementasi
Media Sosial	Melakukan strategi dengan mengemas pesan kampanye <i>#CelebratingEquality</i> dengan <i>challenge</i> yang mudah dan konten yang dibagikan dibuat semenarik mungkin.
Aksi <ul style="list-style-type: none"> - <i>Volunteer</i> - Donasi 	Melakukan strategi dan taktik dengan mengemas aksi kampanye <i>#CelebratingEquality</i> dengan mudah melalui <i>platform</i> yang dimana aksi yang dilakukan cukup memposting foto yang dapat di cari di internet. Taktik yang digunakan adalah dengan mengadakan program <i>volunteer</i> yang dimana

	nantinya <i>volunteer</i> bertugas untuk mengajak beberapa temannya untuk mengikuti aksi pada kampanye <i>#CelebratingEquality</i> sehingga banyak yang mengikuti kampanye ini yang dimana nantinya akan dikonversikan aksi tersebut dalam bentuk donasi.
Pemberdayaan	Setelah donasi terkumpul yakni sebanyak Rp12,2jt, Garis Hitam Project mengadakan pelatihan menjahit untuk mantan narapidana wanita agar mantan narapidana wanita mempunyai keahlian untuk mendapatkan pekerjaan yang layak.

4.2.5. Fase Pemantauan Pada Manajemen Kampanye

Pada penjelasan mengenai Fase Pemantauan pada Manajemen Kampanye, ketiga informan menjelaskan hal tersebut berdasarkan pengetahuan dan pemahamannya dilatarbelakangi oleh jabatan dan periode berada dalam Garis Hitam Project yang berbeda – beda. Selanjutnya, ketiga informan akan menjelaskan bagaimana tahapan yang dilakukan agar program – program yang dijalankan dalam kampanye *#CelebratingEquality* dapat sesuai dengan tujuan pelaksanaan kampanye. Berikut penjelasan informan 1:

“Tahapannya seperti yang sudah aku jelaskan tadi ya mulai dari perencanaan, implementasi, dan kita juga kita evaluasi dari semua yang udah kita lakuin, evaluasi dan setelah itu kita perbaiki apa yang kurang untuk di program selanjutnya. Kita juga melakukan pemantauan agar program yang dijalankan sesuai ya dengan perencanaan dan juga tujuan yang ada.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa tahapan pemantauan yang dilakukan adalah dengan melakukan evaluasi di berbagai tahapan yang dilakukan dan juga pemantauan serta memperbaiki jika ada yang kurang dari tahapan – tahapan tersebut. Berikut penjelasan informan 2:

“Di aplikasi dan *website Campaign.com* itu setelah kita melakukan 4 aksi di dalam kampanye kita itu tuh kan ada review ataupun komentar pesan dari mereka. Dan kita melihat dari apa yang mereka tuliskan dan apakah itu match dengan perkiraan tujuan kita. Jadi kita menilai apakah memang apa yang mereka pikirkan tentang kampanye kita, tentang *#CelebratingEquality* ini match sama tujuan dari kampanye kita. Dan dari 1200 orang yang ikut dan menyelesaikan itu sekitar 1000 orang, itu 83% dan

mereka itu fully 100% review mereka terhadap kampanye kita dan apa yang kita tujukan itu match jadi itu yang menjadi tahap kita menilai apakah ini memang sesuai dengan tujuan kita dari awal kayak gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa tahapan pemantauan yang dilakukan adalah dengan memantau komentar pesan dari pengguna yang berpartisipasi dalam *challenge* dan melihat apakah komentar – komentar tersebut sudah cocok dengan tujuan dari kampanye #CelebratingEquality. Berikut penjelasan informan 3:

“Untuk pemantauannya sendiri, kemarin kayaknya ada group dan di group itu ada mentor teman – teman *volunteer*. Tapi kalau untuk pemantauan campaign secara oke mereka udah berapa orang nih yang ikut hastag di Instagram tuh kayaknya belum ada deh, belum kita lakukan. Tapi untuk di Campaign.com sudah pasti kita lihat dari *feedback* teman – teman yaa.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa tahapan pemantauan yang dilakukan adalah dengan membuat group yang berisi mentor dan teman – teman yang bergabung menjadi *volunteer*. Untuk kampanye itu sendiri, informan 3 selaku tim media sosial menjelaskan bahwa pemantauan yang dilakukan adalah dengan melihat *feedback* dari teman – teman yang mengikuti *challenge* di aplikasi dan *website* Campaign.com.

Berdasarkan pernyataan ketiga informan di atas, dapat diketahui bahwa fase pemantauan pada konsep manajemen kampanye sudah dijalankan oleh kampanye #CelebratingEquality yang dijalankan oleh Garis Hitam Project. Hal ini dibuktikan dengan ketiga informan yang melakukan fase pemantauan tersebut dengan melakukan pemantauan pada aplikasi dan *website* Campaign.com pada kampanye #CelebratingEquality dengan melihat *feedback* atau *review* dari pengguna yang berpartisipasi dalam kampanye #CelebratingEquality serta melakukan evaluasi.

Berdasarkan pernyataan ketiga informan di atas, fase pemantauan pada kampanye #CelebratingEquality sudah sejalan dengan fase pemantauan pada konsep manajemen kampanye yaitu melakukan pemantauan agar tahapan – tahapan dalam implementasi yang sebelumnya sudah dilaksanakan sesuai dengan tujuan pelaksanaan kampanye (Venus D. A., 2018). Hal serupa juga dilihat dari penjelasan bahwa sebuah kampanye harus dilakukan pemantauan agar kampanye yang dilakukan tersebut tidak melenceng dari apa yang sudah ditetapkan dan sesuai dengan tujuan sebelumnya (Ramdhan, 2018).

Tabel 4. 4 Bentuk Kampanye Fase Pemantauan

Bentuk Kampanye	Fase Pemantauan
Media Sosial	Melakukan pemantauan dengan melihat seberapa banyak pengguna media sosial Instagram yang menggunakan hastag <i>#CelebratingEquality</i> .
Aksi <ul style="list-style-type: none"> - <i>Volunteer</i> - Donasi 	Melakukan pemantauan program <i>volunteer</i> dengan memantau group chat <i>volunteer</i> yang dimana di dalam group tersebut berisi laporan – laporan sudah sejauh mana <i>volunteer – volunteer</i> tersebut berprogres. Pada Aksi yang dilakukan, Garis Hitam Project melakukan pemantauan sudah sebanyak apa yang mengikuti aksi pada kampanye <i>#CelebratingEquality</i> .
Pemberdayaan	Pemantauan pemberdayaan dilakukan pada saat pemberdayaan tersebut sedang dilaksanakan agar berjalan dengan lancar dan baik.

4.2.6. Fase Evaluasi Pada Manajemen Kampanye

Pada penjelasan mengenai Fase Evaluasi pada Manajemen Kampanye, ketiga informan menjelaskan hal tersebut berdasarkan pengetahuan dan pemahamannya dilatarbelakangi oleh jabatan dan periode berada dalam Garis Hitam Project yang berbeda – beda. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan faktor yang mempengaruhi kampanye *#CelebratingEquality* mendapatkan lebih banyak donasi dibandingkan dengan kampanye kesetaraan lainnya yang ada di Campaign.com. Berikut penjelasan informan 1:

“Sebenarnya faktor yang mempengaruhi adalah isunya, mungkin karena kita isunya berbeda, *i mean* semuanya isu teman – teman komunitas lain isunya unik, cuman isu tentang kesetaraan mantan narapidana wanita itu sangat – sangat baru didengar. Terus yang kenapa sih orang – orang banyak ikut *campaign* kita yang mempengaruhi adalah karena *challenge* kita itu sangat mudah. Jadi, gitu sih kenapa mendapatkan banyak aku rasa ada 2 poin, pertama dari unik dari isunya, kedua adalah kemudahan mengikuti *challengenya*.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan faktor yang mempengaruhi adalah isu dari kampanye *#CelebratingEquality* itu sendiri yang dimana isu kesetaraan pada

mantan narapidana wanita merupakan salah satu isu yang sangat baru didengar oleh masyarakat. Dan karena salah satu alasan banyaknya donasi adalah karena banyak yang mengikuti *challenge* yang diadakan di aplikasi dan *website* Campaign.com yang dimana *challenge* tersebut banyak diikuti karna *challenge* yang diadakan sangat mudah untuk diikuti sehingga semua orang yang melihat bisa ikut *challenge* tersebut. Berikut penjelasan informan 2:

“Kalau untuk lebih banyak dibandingkan komunitas lain itu sebenarnya dari program *volunteer* kita, jadi program *volunteer* kita emang kita buka sebanyak – banyaknya orang, kita keep orang – orang itu kita jaga dengan kita hadirin program – program juga, kita hadirin webinar, terus juga sharing session talk, jadi ada benefit lain yang kita tawarin ke mereka kayak misalkan sertifikat, terus ada juga beberapa hadiah grand prize kayak gitu kita hadirin juga buat mereka sebagai kayak timbal balik lah sedikitnya untuk mereka gitu juga, terus ada penghargaan juga untuk mereka. Jadi kita emang menghimpun banyaknya, sebanyak – banyaknya orang dalam program *volunteer* dan kita keep selama 4 minggu untuk mereka menyelesaikan kampanye kita dan alhamdulillah lebih dari 1000 orang itu masuk dalam *volunteer* kita dan menyelesaikan itu makannya kita dapat donasi sebesar Rp12jt karna satu orang itu diitung donasinya kalau misalkan kampanye itu diitung sebanyak Rp10rb.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan faktor yang mempengaruhi menurutnya adalah program *volunteer* yang diadakan yaitu dengan membuka untuk banyak orang dapat mengikuti program *volunteer* tersebut dan juga menjaga *volunteer* tersebut dengan menghadirkan banyak program seperti webinar, sharing session, sertifikat, serta beberapa grand prize. Berikut penjelasan informan 3:

“Okeee, *maybe* ini yaa kita yang pertama karna *speaker* kita gitu kan, kayak kita ngepackage acaranya sedemikian rupa. Setelah itu kita membuat temen – temen *volunteer* ini bukan hanya cuman mereka dateng dan udah bikin *campaign* selesai gitu kan, tapi kita buat mereka oke mereka datang *volunteer*, buat *campaign*, terus setelah itu mereka dapet sertifikat yang mereka bisa gunakan seperti itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan faktor yang mempengaruhi menurutnya adalah pembicara yang diundang yang menarik banyak perhatian masyarakat dan juga *volunteer* yang bergabung pada kampanye #CelebratingEquality. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan kendala yang dihadapi selama kampanye #CelebratingEquality. Berikut penjelasan informan 1:

“Kendalanya sebenarnya adalah pertama *to understanding* isunya. Terkadang kita udah jelasin di dalam aplikasi dan *website* Campaign.com *but somehow* banyak yang bertanya kenapa? Bagaimana? Akhirnya kemarin kita ngundang beberapa kali mantan narapidana wanita untuk bercerita melalui Zoom atau *live* Instagram. Kedua, mungkin yang menjadi tantangan kita kendala yang dihadapi adalah salah satunya mungkin *social media* karna *somehow* untuk download aplikasi atau ngajak orang buat *download* aplikasi Campaign.com itu rada susah karna ngga semua orang kayak pengen gitu loh kayak ngga pengen ribet gitu karna *download* aplikasi Campaign.com itu lumayan susah dan cari campainya susah gitu loh, itu sih sebenarnya so far.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa kendala yang dihadapi adalah untuk masyarakat mengerti isu yang disampaikan, narapidana wanita dan mantan narapidana wanita yang aksesnya terbatas terkait sosial media dan tidak mau diungkapkan identitasnya serta kendala pada aplikasi Campaign.com itu sendiri karena untuk *download* sebuah aplikasi membutuhkan effort. Berikut penjelasan informan 2:

• “Karna kendalanya itu tentang SDM nya sih tentang *volunteernya*, karna memang *volunteer* ini kan kita buka banyak orang 1000 orang, dan untuk *maintenance* 1000 orang itu selama 4 minggu itu emang agak susah gitu lumayan susah. Jadi kendalanya itu tentang untuk ngepush mereka untuk semangat mereka biar menyelesaikan kampanye kita gitu untuk menyelesaikan aksi kita, jadi kendala kita kemarin karna memang in ikan juga *online* ya jadi kita bertatap muka cuma kayak gini aja dan tidak ada keterikatan di dalam *volunteer* itu yang emang kuat mengikat mereka gitu jadi itu yang jadi kendala.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa kendala yang dihadapi adalah Sumber Daya Manusia (SDM) atau *volunteer* itu sendiri yang dimana dari banyaknya *volunteer* yang bergabung, informan 2 dan tim harus selalu melakukan *maintenance* dan juga memberikan semangat kepada *volunteer – volunteer* tersebut agar dapat menyelesaikan tugasnya hingga kampanye *#CelebratingEquality* selesai. Berikut penjelasan informan 3:

“Okeee, mungkin kalau misal *social media so far* kendalanya tuh di *output* gitu kan, mungkin evaluasinya kurang gitu kan sehingga untuk *data base* nya tuh gaada seperti itu jadi kita mau ngambil data udah berapa banyak dan sekian tuh gaada gitu, itu mungkin salah satu jadi kendala seperti itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa kendala yang dihadapi tim media sosial adalah evaluasi yang kurang sehingga tidak memiliki data base. Selanjutnya, ketiga

informan menjelaskan solusi yang diberikan untuk menghadapi kendala yang dialami tersebut. Berikut penjelasan informan 1:

“Kalau solusinya tadi yang dari mantan narapidana sharing itu kita kasih kemudahan jadi kita ke lapas langsung dan kita live nya langsung di lapas dan juga kita cerita bahwa ini kita kasih pemahaman ke mereka bahwa ‘oh dengan begini kaka mendapatkan dukungan nih dari berbagai pihak seluruh anak Indonesia dan alhamdulillah itu *worth it* dan itu berhasil. Kedua, solusi untuk download aplikasi itu sebenarnya kita kasih solusinya adalah dengan mereka *download* aplikasi dan menyelesaikan *challenge*, kita kasih sertifikat. Jadi kita memberikan sertifikat bagi mereka yang menyelesaikan *challenge*, *that’s why* banyak juga yang menyelesaikan *challenge*.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa solusi yang diberikan adalah untuk akses dari narapidana wanita dan mantan narapidana wanita, informan 1 dan tim memberikan kemudahan dengan datang langsung ke lapas perempuan dan langsung melakukan Instagram *live* di lapas perempuan tersebut. Dan juga untuk kendala mengenai download aplikasi Campaign.com, solusinya adalah dengan memberitahu kepada masyarakat bahwa jika mereka download dan mengikuti *challenge* dari #CelebratingEquality akan mendapatkan sertifikat. Berikut penjelasan informan 2:

“Solusinya itu kita adain evaluasi setiap minggunya, per akhir minggu itu kita adain evaluasi dan juga penghargaan buat mereka yang jadi best *volunteer* yang udah nyelesain aksi, terus promosi aksi itu ke media sosial mereka. Jadi kita juga kasih apresiasi ke mereka sekaligus ngingetin mereka ngepush mereka semangat mereka untuk memang nyelesain ini jadi kita usahain untuk maintenance dan karna ada 1000 orang jadi kita bagi perkelompok jadi perkelompok itu juga kita push dari group – group kelompok gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa solusi yang diberikan adalah mengadakan evaluasi setiap minggunya dan juga memberikan penghargaan kepada *volunteer* yang sudah menyelesaikan aksi dengan predikat best *volunteer*. Berikut penjelasan informan 3:

“Solusinya jadi *next event* nanti kita ada evaluasi gitu kan terus nanti *data basenya* kita kumpulin di satu *drive* aja gitu jadi terus setelah itu kita lakukan audit seperti itu. Entah auditnya dari sisi eksternal ataupun internal kita ngga tau, soalnya untuk auditnya sendiri kita masih belum dan untuk dokumentasi dan dokumen yang lain memang belum *well package* seperti itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa solusi yang diberikan adalah mengadakan evaluasi dan mengumpulkan data base serta melakukan audit baik internal maupun eksternal. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan metode evaluasi yang digunakan dalam kampanye *#CelebratingEquality*. Berikut penjelasan informan 1:

“Kemarin evaluasinya kita mengambil beberapa sampel yang ngikutin *challenge*, kita tanya, kita ngambil 5 sampel yang mengikuti *challenge* dan kita melakukan wawancara pendapat mereka dan kendala – kendala yang dihadapi, itu yang kita lakukan terus juga evaluasi yang kita lakukan ada evaluasi internal kita tim, kemari napa saja yang kurang, selama kegiatan kalau kita menghadapi masalah kenapa itu bisa? Dan seperti apa yang harus kita lakuin gitu. Kita ada evaluasi internal dan juga eksternal. Terus juga eksternal salah satu yang kita lakuin adalah kemarin bagaimana kita ngajakin mantan narapidana wanita itu. Itu juga menjadi evaluasi kita dan evaluasi juga kita lakukan untuk social media untuk lebih banyak *reach out* masyarakat untuk ikut program dan juga melihat program dari Garis Hitam Project.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa menurutnya metode evaluasi yang digunakan adalah dengan mengambil beberapa sample secara acak yang telah mengikuti *challenge* dan melakukan wawancara kepada *sample – sample* tersebut terkait dengan kendala yang dihadapi dan juga informan 1 dan tim melakukan evaluasi internal. Berikut penjelasan informan 2:

“Metode evaluasi itu kalau dari per programnya setiap minggunya kita cuma ngereport aja dari data volunteer yang ada itu udah ada berapa orang yang udah nyelesain aksi kayak gitu terus juga dari *volunteer* itu kan kita juga netapin yaa apa kewajiban *volunteer*. Jadi ada beberapa *volunteer* yang emang udah jalanin kewajiban terus targetnya di per minggunya besok berapa volunteer yang harus nyelesain, minggu besok harus berapa yang nyelesain. Sampai akhir program, kita evaluasinya dari yang saya bilang tadi kita liat di aplikasi dan *website Campaign.com* nya terhadap reviewnya terus kita match sama tujuan kita kayak gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa menurutnya metode evaluasi yang digunakan adalah dengan melakukan report per program yang diadakan pada setiap minggunya dari data *volunteer* yang ada. Dan pada akhir program, evaluasi yang dilakukan adalah dengan melihat review pada aplikasi dan *website Campaign.com* apakah sudah cocok dengan tujuan kampanye *#CelebratingEquality*. Berikut penjelasan informan 3:

“Okee untuk evaluasinya itu aku merasa kurang yaa di setiap selesai eventnya, cuma untuk *nextnya* itu kita bakal adain *think to stop*, *think to start*, sama *think to continue* seperti itu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa menurutnya metode evaluasi yang digunakan pada informan 3 dan tim masih kurang pada setiap selesai acaranya dan berpikir nantinya informan 3 dan tim akan mengadakan *evaluasi think to stop*, *think to start*, dan juga *think to continue*. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan penentuan periode evaluasi pada kampanye *#CelebratingEquality*. Berikut penjelasan informan 1:

“Sebenarnya kita pada saat *#CelebratingEquality* project yaa itu kita lakukan setelah satu konten yang kita lakuin. Contoh kita ada sosialisasi waktu itu anggaplah, karena dalam *#CelebratingEquality* itu kita ada beberapa konten salah satunya kita ada Zoom, kelas gitu dan setiap selesai Zoom kita pasti evaluasi atau *live* Instagram kita pasti evaluasi setelah itu kayak ‘tadi kayaknya kurang’ kita kayak adakan mini meeting dengan internal. Terus contoh oh setiap minggu setelah semuanya kita ada pencapaian kita pasti evaluasi ‘kita di dalam aplikasi kita masih kurang nih kita tertinggal jauh dari tim dari komunitas ini, gimana nih strategi lainnya?’ gitu. Kita selalu evaluasi pada saat setelah project, jadi pada saat *working on the project* kita pasti selalu evaluasi *every single activity* yang kita lakuin. Tapi *in the normal day*, kita cuma ngelakuin evaluasi setiap bulan.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan bahwa penentuan periode evaluasi pada kampanye *#CelebratingEquality* adalah pada saat setelah satu konten atau aktifitas yang dilakukan. Tetapi diluar dari kampanye tersebut biasanya evaluasi yang dilakukan adalah setiap bulan. Berikut penjelasan informan 2:

“Tadi ada yang perminggu, di akhir minggu sama di akhir program saat program itu benar – benar selesai. Jadi ada yang perminggu ada yang 1 bulan sekali.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan bahwa penentuan periode evaluasi pada kampanye *#CelebratingEquality* menurut informan 1 dan tim terdapat evaluasi perminggu, 1 bulan sekali, dan juga setiap program yang diadakan selesai. Berikut penjelasan informan 3:

“Setiap selesai *event* itu harus ada eval sih” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan bahwa penentuan periode evaluasi pada kampanye #CelebratingEquality menurut informan 3 dan tim terdapat evaluasi pada setiap selesai acara atau program. Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan ketercapaian target kampanye #CelebratingEquality untuk menghilangkan diskriminasi terhadap kelompok marginal terutama mantan narapidana wanita. Berikut penjelasan informan 1:

“Pencapaian target kita alhamdulillah yaa dari 400 lebih volunteer itu semuanya sangat – sangat memahami isunya. Karena selain mengikuti *challenge* setiap dikasih, mereka juga kita berikan konten – konten di dalam group seperti *challenge*, kita juga menyiapkan Zoom, dan bertemu langsung dengan mantan narapidana wanita melalui Zoom, mantan narapidana wanita bercerita langsung, kita juga datangkan psikologi kenapa isu ini penting, jadi saya rasa itu sangat – sangat pencapaian targetnya itu sangat – sangat berhasil gitu melalui 400 volunteer itu dan melalui 400 volunteer ini sebenarnya mereka menjadi pelopor atau menjadi duta kita gitu loh kayak ‘oh ada isu seperti ini’ dan kita sudah sampaikan ke mereka. Selain itu, dari 400 ini juga kita mengajak mereka untuk mengajak teman – teman lainnya sebanyak 5 orang. Jadi *that’s why* dalam aplikasi dan *website* kita lebih dari 1000 orang mengikuti karena *we just not only invited* melalui *volunteer* tapi juga melalui teman – teman *volunteer* lainnya. Jadi setelah mereka orang dari *volunteer* ini mengajak orang – orang disekitarnya. Jadi pencapaiannya cukup sukses karena dari *volunteer – volunteer* tadi.” (Wawancara, Sahida, 16 April).

Informan 1 menjelaskan ketercapaian target kampanye #CelebratingEquality untuk menghilangkan diskriminasi terhadap kelompok marginal terutama mantan narapidana wanita adalah *volunteer – volunteer* yang bergabung dalam kampanye #CelebratingEquality memahami isi atau pesan dari kampanye #CelebratingEquality itu sendiri. Bukan hanya *volunteer* itu saja, salah satu ketercapaiannya adalah dengan banyaknya orang yang mengikuti aksi atau *challenge* pada aplikasi dan juga *website* dari Campaign.com. Berikut penjelasan informan 2:

“Kalau untuk pesertanya, pencapaian targetnya itu sekitar 83%, jadi dari yang tadi saya ceritakan kurang lebih 1200an orang itu hadir, itu 1000 orang itu sudah mengisi full, jadi 83% dari pesertanya itu mengisi. Kalau untuk ketercapaian mereka, penilaian mereka terhadap kampanye kita dengan tujuan kita itu nilainya 100%, karena dari *review* mereka itu *match* sekali dengan apa yang kita tujukan di awal kampanye kita kayak gitu.” (Wawancara, Ariana, 14 April).

Informan 2 menjelaskan ketercapaian target kampanye #CelebratingEquality untuk menghilangkan diskriminasi terhadap kelompok marginal terutama mantan narapidana wanita adalah terdapat 83% dari 100% atau

kurang lebih 1000 dari 1200 orang mengikuti aksi atau *challenge* dari kampanye #CelebratingEquality. Dan juga penilaian yang didapatkan melalui review pada kampanye #CelebratingEquality di aplikasi dan juga *website* Campaign.com sangat cocok dengan tujuan awal kampanye #CelebratingEquality. Berikut penjelasan informan 3:

“Oke, alhamdulillah sih untuk sekarang achievement kita, kita dipercayakan untuk bekerjasama dengan lapas perempuan kelas 3 di Mamuju seperti itu, itu salah satu achievement kita juga jadi dari pihak lapas mempercayai kita gitu kan untuk masih bersama – sama temen – temen narapidana disana. Terus untuk tahun ini kita dipercayakan untuk membuat *design package* produk dari temen – temen narapidana dan mantan narapidana perempuan juga seperti itu. Terus dari sisi aku sih sendiri, temen – temen aku juga udah lebih tau gitu kan kayak oh ternyata penjara tuh ngga semengerikan yang kita kira, oh ternyata orang – orang di penjara itu ngga sepenuhnya orang jahat gitu.” (Wawancara, Azis, 25 April).

Informan 3 menjelaskan ketercapaian target kampanye #CelebratingEquality untuk menghilangkan diskriminasi terhadap kelompok marginal terutama mantan narapidana wanita adalah dengan dipercayakan untuk bekerjasama dengan lapas perempuan di Mamuju, Sulawesi Barat. Dan juga Garis Hitam Project juga dipercayakan untuk membuat *design package* produk dari teman – teman narapidana wanita dan mantan narapidana wanita.

Berdasarkan pernyataan ketiga informan di atas, dapat diketahui bahwa fase evaluasi pada konsep manajemen kampanye sudah dijalankan oleh kampanye #CelebratingEquality yang dijalankan oleh Garis Hitam Project. Hal ini dibuktikan dengan ketiga informan yang melakukan fase evaluasi tersebut dengan mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi kampanye #CelebratingEquality mendapatkan lebih banyak donasi dibandingkan dengan kampanye kesetaraan lain yang ada di Campaign.com. Ketiga informan menjelaskan bahwa faktornya adalah isu kesetaraan bagi mantan narapidana wanita itu sendiri yang belum banyak diangkat oleh kampanye lain atau organisasi sosial lain, kemudahan dalam melakukan *challenge* pada aplikasi dan *website* Campaign.com, dan juga program volunteer.

Ketiga informan juga menjelaskan kendala yang mereka hadapi selama kampanye #CelebratingEquality baik secara keseluruhan maupun sesuai dengan jabatan mereka yang dimana kendalanya seperti sulitnya membuat isu kesetaraan

bagi mantan narapidana wanita untuk mudah dimengerti oleh masyarakat, kendala bahwa butuh suatu usaha untuk seseorang mengunduh aplikasi Campaign.com, kendala melakukan maintenance kepada volunteer yang berpartisipasi hingga kurangnya evaluasi. Ketiga informan juga menjelaskan solusi untuk menghadapi kendala – kendala tersebut adalah bagi kendala bahwa diperlukan sebuah usaha untuk mengunduh aplikasi Campaign.com, solusinya dengan memberikan sertifikat kepada masyarakat yang turut berpartisipasi dalam kampanye #CelebratingEquality, untuk volunteer solusinya adalah dengan melakukan evaluasi setiap minggunya dan juga memberikan penghargaan bagi volunteer terbaik.

Selanjutnya, ketiga informan menjelaskan bahwa metode evaluasi dan periode evaluasi yang dilakukan pada kampanye #CelebratingEquality adalah dengan mengambil beberapa sample orang – orang yang sudah melakukan *challenge* secara acak dan melakukan wawancara, serta melakukan evaluasi setiap satu program atau satu aktifitas dalam kampanye tersebut berakhir. Berdasarkan penjelasan ketiga informan mengenai ketercapaian target kampanye #CelebratingEquality volunteer – volunteer yang sangat memahami isu kesetaraan bagi mantan narapidana wanita, 400 volunteer tersebut berhasil membuat menjadi lebih dari 1.000 orang yang melakukan *challenge* atau aksi pada kampanye #CelebratingEquality di aplikasi dan *website* Campaign.com yang dimana 1.000 dari 1.200 orang atau 83% mengikuti secara penuh *challenge* atau aksi pada aplikasi dan *website* Campaign.com. Ketercapaian selanjutnya adalah *review* atau *feedback* dari masyarakat yang mengikuti *challenge* atau aksi 100% cocok dengan tujuan pelaksanaan kampanye #CelebratingEquality. Dalam media sosial Instagram, ketercapaian kampanye #CelebratingEquality belum terlihat jelas karena tidak adanya data base.

Berdasarkan pernyataan ketiga informan di atas, fase evaluasi pada kampanye #CelebratingEquality sudah sejalan dengan fase evaluasi pada konsep manajemen kampanye yaitu melakukan evaluasi untuk mengukur keberhasilan dan juga dampaknya terhadap target sasaran (Venus D. A., 2018). Hal serupa juga dapat dilihat dari penjelasan bahwa evaluasi merupakan sebuah upaya sistematis guna

menilai berbagai aspek yang berkaitan dengan proses pelaksanaan dan juga tujuan dari kampanye yang sedang dijalani (Astrini, 2013).

Tabel 4. 5 Bentuk Kampanye Fase Evaluasi

Bentuk Kampanye	Fase Evaluasi
Media Sosial	Pada media sosial, belum terdapat data base untuk mengukur ketercapaian kampanye <i>#CelebratingEquality</i> .
Aksi <ul style="list-style-type: none"> - <i>Volunteer</i> - Donasi 	Ketercapaian kampanye <i>#CelebratingEquality</i> yakni volunteer yang bergabung bersama Garis Hitam Project berhasil mengajak masyarakat mengikuti aksi pada kampanye <i>#CelebratingEquality</i> dan yang sudah mengikuti aksi akan mendapatkan sertifikat dan juga hal ini yang membuat kampanye <i>#CelebratingEquality</i> mendapatkan donasi sebanyak Rp12,2jt pada platform Campaign.com yang dimana ketercapaian tersebut melebihi ketercapaian kampanye kesetaraan lain yang ada di platform Campaign.com.
Pemberdayaan	Ketercapaian dalam pemberdayaan yang dilakukan adalah mantan narapidana wanita yang mengikuti kelas menjahit menjadi mempunyai keahlian baru yang nantinya dapat digunakan untuk mendapatkan pekerjaan di lingkungan masyarakat.