

KESADARAN HUKUM, PSYCHO ADVERTISING DAN PSYCHOPRENEURSHIP

Divania Fazrina

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email : 202110515076@mhs.ubharajaya.ac.id

Maharani Amelia Firjatullah

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email : 202110515163@mhs.ubharajaya.ac.id

Afrizal Qimas Chairi

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email : 202110515129@mhs.ubharajaya.ac.id

Isna Faradilla

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email : 202110515152@mhs.ubharajaya.ac.id

Al Fachri Nurfath

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email : 202110515021@mhs.ubharajaya.ac.id

Evani Alvi Nugraha

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email : 202110515175@mhs.ubharajaya.ac.id

Fadillah Fitria Harahap

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email : 202110515247@mhs.ubharajaya.ac.id

Hana Rihhadatul Aisy

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email : 202110515165@mhs.ubharajaya.ac.id

Salsabila Putri Azzahra

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email : 202110515165@mhs.ubharajaya.ac.id

Velena Amalia Putri

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Abstract

The "Legal Awareness, Psycho Advertising, and Psychopreneurship" Community Service Program (KKN) seeks to improve community knowledge on legal issues, innovative marketing strategies, and psychology-driven entrepreneurship. This study adopts a qualitative descriptive method with a direct participatory approach. The program included two days of seminars: the first day focused on psychopreneurship and creative marketing to support MSME development, while the second day addressed domestic violence (DV) issues, including victims' rights and legal procedures for offenders. Findings reveal that the participatory approach successfully enhances student-community engagement, strengthens legal awareness, and offers practical guidance for business growth. The program concludes with recommendations to develop similar initiatives, aiming to foster a legally aware and economically self-reliant community in the future.

Keywords: *legal awareness, innovative marketing, psychopreneurship, domestic violence, MSMEs.*

Abstrak

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) bertema "Kesadaran Hukum, Psycro Adversting, dan Psychopreneurship" bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai isu hukum, startegi pemasaran inovatif, dan kewirausahaan berbasisi psikologi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan partisipatif langsung. Kegiatan program melibatkan seminar selama dua hari: hari pertama membahas psychopreneurship dan pemasaran kreatif untuk mendukung pengembangan UMKM, sedangkan hari kedua berfokus pada topik Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT) termasuk hak - hak korban serta proses hukum terhadap pelaku. Hasil program menunjukkan bahwa metode partisipatif berhasil meningkatkan hubungan mahasiswa dengan masyarakat, memperkuat kesadaran hukum, dan memberikan panduan praktis untuk pengembangan usaha. Program ini menghasilkan rekomendasi untuk mengembangkan inisiatif serupa di masa depan, yang bertujuan menciptakan masyarakat yang lebih sadar hukum dan mandiri secara ekonomi.

Kata Kunci : Kesadaran hukum, pemasaran inovatif, psychopreneurship, KDRT, UMKM

PENDAHULUAN (1000-1500 words)

Kekerasan dalam Rumah Tangga (KDRT) merupakan salah satu bentuk pelanggaran hak asasi manusia yang terjadi dalam lingkup keluarga, yang berdampak luas pada individu dan masyarakat. Fenomena ini melibatkan kekerasan fisik, psikologis, seksual, maupun penelantaran yang sering kali terjadi secara tersembunyi. Di Indonesia, pengaturan tentang KDRT telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004, yang bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap korban dan menanggulangi praktik kekerasan tersebut. Namun, meskipun telah ada peraturan hukum yang jelas, kesadaran hukum masyarakat terhadap isu ini masih perlu terus ditingkatkan (Swasti et al., 2022). Kesadaran hukum merupakan pemahaman dan pengertian seseorang terhadap hukum yang berlaku, termasuk tindakan yang dapat dilakukan untuk melindungi diri dari kekerasan. Kesadaran hukum yang rendah dapat menjadi salah satu faktor penyebab terjadinya KDRT, di mana individu tidak memahami hak-hak mereka dan tidak memiliki cukup pengetahuan untuk melapor atau mencari bantuan (Suryanto, 2023). Oleh karena itu, penanaman kesadaran hukum terkait KDRT sangat penting, baik

untuk mencegah terjadinya kekerasan dalam rumah tangga maupun untuk memberikan dukungan kepada korban agar dapat mengakses bantuan hukum dan psikologis yang dibutuhkan (Ewick & Silbey, 2023). Pembahasan ini akan mencakup pengertian kesadaran hukum, penjelasan tentang KDRT, faktor-faktor penyebabnya, dampak yang ditimbulkan pada korban, serta langkah-langkah penanganan baik secara psikologis maupun hukum. Melalui pemahaman yang lebih dalam, diharapkan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran hukum mereka terhadap KDRT dan berperan aktif dalam menciptakan keluarga yang sehat dan harmonis (Setiawan et al., 2023; Zahra, 2023).

Pemasaran kreatif merupakan pendekatan yang semakin relevan dalam dunia bisnis modern, di mana perusahaan tidak hanya berfokus pada penjualan produk atau jasa, tetapi juga mempengaruhi perilaku sosial untuk mencapai tujuan yang lebih luas. Di tengah persaingan yang semakin ketat, perusahaan perlu berinovasi dengan menciptakan kampanye pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian konsumen dan membedakan diri dari pesaing. Kreativitas dalam pemasaran memungkinkan perusahaan untuk menggunakan berbagai teknologi dan strategi yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang pasar dan perilaku konsumen (Barella, 2024). Dalam konteks ini, pemasaran kreatif bukan hanya tentang memasarkan produk, tetapi juga membangun hubungan emosional dengan konsumen. Strategi ini melibatkan pemanfaatan psikologi pemasaran, seperti membangkitkan emosi konsumen untuk memotivasi mereka membuat keputusan pembelian. Oleh karena itu, penerapan prinsip pemasaran kreatif yang efektif dapat membawa perubahan positif, baik bagi perusahaan maupun masyarakat (Sik, 2024). Selain itu, penerapan teknologi digital juga memberikan kemudahan dalam mencapai audiens yang lebih luas dan menciptakan dampak yang lebih besar terhadap konsumen (Melani et al., 2024). Dalam hal ini akan membahas konsep pemasaran kreatif, penerapannya dalam dunia bisnis, serta langkah-langkah yang dapat diambil oleh perusahaan untuk menerapkan pemasaran kreatif secara efektif. Melalui pemahaman yang lebih mendalam, diharapkan dapat tercipta kampanye pemasaran yang lebih inovatif dan berdampak positif bagi perkembangan bisnis.

Konsep psychopreneurship atau kewirausahaan berbasis psikologi semakin berkembang seiring dengan kesadaran yang meningkat tentang pentingnya kesejahteraan mental dalam dunia bisnis. Istilah ini berasal dari gabungan kata "entrepreneur" dan "psychology," yang menggambarkan seorang wirausahawan yang memanfaatkan prinsip-prinsip psikologi dalam mengelola bisnisnya. Psychopreneurship bukan hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga bertujuan untuk memberikan dampak sosial yang positif, seperti mengatasi masalah psikologis di masyarakat melalui barang atau layanan yang dikembangkan (Wardhani et al., 2022). Pendekatan ini membawa perspektif baru dalam dunia kewirausahaan, yang melibatkan pemahaman mendalam tentang perilaku manusia, motivasi, dan dinamika psikologis dalam menjalankan bisnis.

Seiring berkembangnya zaman, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) pun semakin menyadari peran penting mereka sebagai agen perubahan dalam mewujudkan visi kewirausahaan sosial yang berkelanjutan. Mereka didorong untuk mengembangkan keterampilan wirausaha yang mengintegrasikan psikologi, seperti menciptakan layanan

atau produk yang mendukung kesehatan mental dan pengembangan diri masyarakat (Dude & Kurjono, 2023). Dalam konteks ini, psychopreneurship memberikan peluang bagi para pelaku usaha untuk mengelola bisnis dengan pendekatan yang lebih humanistik, yang tidak hanya mengutamakan keuntungan ekonomi tetapi juga kebermanfaatan sosial.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penjelasan ini cenderung bersifat kualitatif, dengan pendekatan deskriptif. Penjelasan di setiap sesi menguraikan konsep-konsep, strategi, dan pengetahuan yang berkaitan dengan topik yang dibahas (kesadaran hukum KDRT, strategi pemasaran kreatif, dan kewirausahaan). Informasi yang disajikan lebih fokus pada pemahaman, penjelasan, dan analisis isu-isu yang ada di lapangan, serta upaya untuk memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi masyarakat dalam setiap konteks tersebut.

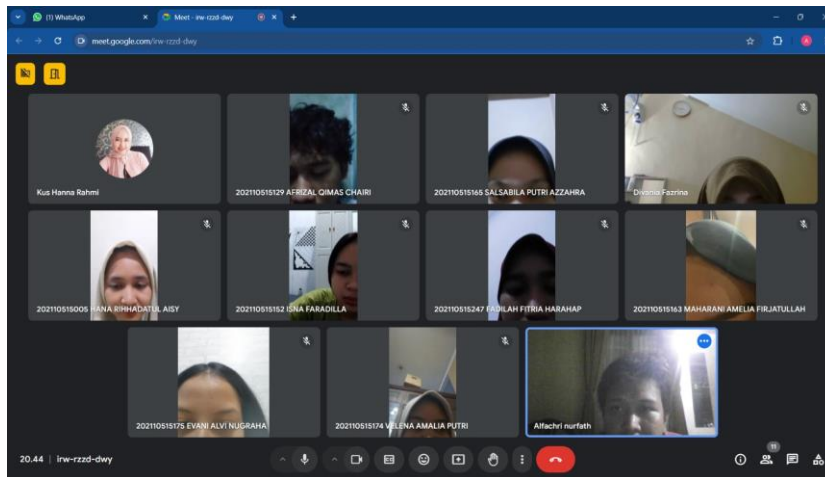
Adapun dalam setiap sesi, penulis melakukan analisis situasi, memberikan pemahaman teori, serta menyusun strategi untuk mengatasi permasalahan tertentu (seperti kesadaran hukum, pemasaran kreatif, dan kewirausahaan), namun tidak ada data kuantitatif atau eksperimen yang dijelaskan dalam materi tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan (bisa berupa subjudul) (1500-2500 kata)

Mahasiswa sebelum terjun lapangan dibekali dengan pembekalan kuliah kerja nyata dengan dosen pembimbing lapangan yang sudah ditunjuk oleh fakultas psikologi. Pembekalan ini merupakan bagian penting dalam kegiatan KKN yang bertemakan “Kesadaran Hukum, Psycho Advertising dan Psychopreneurship”. Pembekalan dilakukan selama 1 (satu) hari melalui daring dengan dosen pembimbing lapangan yang sudah ditunjuk oleh fakultas. Seluruh mahasiswa peserta KKN ini yang berjumlah 10 orang dan kemudian dibagi menjadi dalam beberapa tugas, lalu diakhir zoom meeting dengan dosen pembimbing lapangan mahasiswa diberikan kesempatan untuk bertanya dan mendiskusikan hal-hal yang kemungkinan akan menjadi kendala dalam melaksanakan program kerja lapangan.

Dalam kegiatan KKN, pendekatan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN ini yaitu dengan metode pendekatan secara partisipatif langsung. Pendekatan ini memiliki peluang untuk mengembangkan dan menjamin suatu komunitas sosial yang memungkinkan terjadinya proses belajar dari Masyarakat untuk beradaptasi dan berintegrasi dengan lingkungannya (Prasmoro et al., 2024) dalam (Dian et al., 2024), dengan cara ini merupakan cara yang cukup efektif untuk bekerja sama yang memungkinkan siswa untuk berkolaborasi secara terbuka dengan pada kegiatan komunitas nyata tanpa diarahkan untuk berkolaborasi secara langsung pada kegiatan yang ada. Dengan begitu terjalinlah ikatan kerjasama dan keakraban antara masyarakat dengan mahasiswa KKN. Pelaksanaan program KKN antara lain dilakukan di kelurahan harapan baru, kegiatan seminar tentang Kesadaran Hukum, Psycho Advertising dan Psychopreneurship di kelurahan harapan baru.



Gambar 1. bimbingan pertama dengan dosen pembimbing lapangan

Dalam hal ini dosen pembimbing lapangan kami melakukan bimbingan pertamanya melalui zoom meeting merupakan salah satu hal penting, karna dengan bimbingan ini kelompok kkn kami mendapatkan gambaran tentang apa saja yang akan kami lakukan semasa kkn nanti.



Gambar 2. Diskusi serta pemberian tugas masing masing anggota

Sebelum memulai kegiatan atau acara, ketua kelompok KKN memberikan arahan kepada anggota untuk memastikan pelaksanaan kegiatan yang telah direncanakan supaya rounddown berjalan sesuai dengan yang diharapkan, lalu pada setiap anggota di berikan tugas masing masing agar adil dalam setiap tugas kkn, setelah di berikan tugas masing masing pada saat kegiatan yang dilakukan oleh anggota dilaporkan dan didokumentasikan oleh dokumen kegiatan, untuk mengisi loogbook.



Gambar 3. sosialisasi dan meminta izin serta penyerahan proposal

Dalam hal ini kelompok kn kami kampus Universitas Bhayangkara Jakarta Raya melakukan sosialisasi dan meminta izin serta penyerahan proposal kepada sekretaris lurah kelurahan harapan jaya untuk melakukan kuliah kerja nyata dan menyampaikan apa saja kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan nantinya yang melibatkan atau dilibatkannya dengan Masyarakat.



Gambar 4. Persiapan sebelum memulai seminar Kesadaran Hukum, Psycho Advertising dan Psychopreneurship

Sebelum melakukan seminar Kesadaran Hukum, Psycho Advertising dan Psychopreneurship kelompok kami melakukan persiapan yaitu mulai dari memasang spanduk, persiapan snack dll, hal itu kami lakukan supaya dalam pelaksanaan seminar sesuai dengan apa yang sudah kelompok kami rencanakan.



Gambar 5. seminar Kesadaran Hukum, Psycho Advertising dan Psychopreneurship

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, seminar adalah pertemuan atau persidangan untuk membahas suatu masalah di bawah pimpinan ahli (Guru Besar, Pakar, dan sebagainya). Definisi yang lebih umum dari seminar adalah sebuah bentuk pengajaran yang diberikan secara khusus untuk membahas suatu topik tertentu yang mana pelaksanaannya bisa dilakukan oleh sebuah lembaga profesional ataupun oleh organisasi komersil lainnya. (Arribathi et al., 2019).

Seminar kelompok kkn kami mengangkat tema kdrt (kekerasan dalam rumah tangga) tentang kesadaran hukun serta psychopreneurship agar dapat membuat seseorang berani memulai membuka usaha dengan berlandaskan psychopreneurship.

KESIMPULAN

Kegiatan MBKM Membangun Desa yang dilaksanakan di Kelurahan Harapan Baru ini bertemakan kesadaran hukum, *psycho advertising* dan *psychopreneurship* dengan metode pendekatan partisipatif atau mahasiswa berpartisipasi secara langsung. Pengarahan dilakukan oleh Dosen Pembimbing Lapangan kepada mahasiswa guna mendukung pelaksanaan program MBKM Membangun Desa. Tahapan demi tahapan dilakukan dalam memulai perencanaan pelaksanaan kegiatan seperti penentuan program, penentuan tugas antar mahasiswa, mengurus perizinan ke pihak kelurahan, dan pembuatan

rundown yang semua kegiatannya didokumentasikan oleh mahasiswa untuk laporan akhir.

Pelaksanaan program berlangsung dalam dua hari. Pada hari pertama program kegiatan yang dilaksanakan adalah seminar mengenai *Psychopreneurship* dan *Psycho Advertising* yang membahas bagaimana cara memulai wirausaha UMKM, mengembangkan, membangun relasi, serta mempertahankan usaha UMKM. Lalu pada hari kedua, program kegiatan yang dilaksanakan adalah seminar mengenai kesadaran hukum, tema yang diangkat dalam seminar ini merupakan isu sosial yang sering terjadi di masyarakat yaitu "Kekerasan dalam Rumah Tangga (KDRT)" yang di dalamnya membahas mengenai ruang lingkup KDRT, hak korban yang mengalami KDRT serta sanksi dan proses penegakan hukum bagi pelaku KDRT.

DAFTAR PUSTAKA

- Arribathi, A. H., Studi, P., Informasi, S., Raharja, U., Teknik, P. S., & Raharja, I. U. (2019). *Perancangan aplikasi*. 5(2), 156–164.
- Barella, E. (2024). *Pemasaran kreatif: Strategi inovatif dalam dunia bisnis*. Penerbit Karya Abadi.
- Dude, I., & Kurjono, D. (2023). Peran mahasiswa KKN dalam pemberdayaan masyarakat melalui kewirausahaan sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 14(2), 88-101.
- Dian, N., Sianturi, S., Ahiraf, S. A., & Hidayatulloh, S. (2024). *KKN Pemberdayaan Terhadap Masyarakat Menuju Desa Inovatif dan Kreatif serta Sosialisasi Kebersihan Lingkungan dan Pemanfaatan Sampah Rumah Tangga*. 5(2), 155–162.
- Ewick, P., & Silbey, S. S. (2023). *The common place of law: Stories from everyday life*. University of Chicago Press.
- Handes, T. (2019). Psikologi konsumen dan pemasaran kreatif. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 22(4), 112-125.
- Melani, S., et al. (2024). Penerapan pemasaran kreatif untuk meningkatkan bisnis UMKM. *Jurnal Pemasaran Digital*, 10(1), 45-59.
- Nst, T. (2024). Penanganan psikologis bagi korban kekerasan dalam rumah tangga. *Psikologi Keluarga*, 5(1), 45-58.
- PasarTrainer, F. (2024). *Langkah-langkah menerapkan pemasaran kreatif yang efektif*. Penerbit Kreatif Solutions.
- Ruth Yessika Siahaan, et al. (2023). Peran lembaga penegak hukum dalam penanganan kasus KDRT. *Jurnal Hukum dan Keadilan*, 15(4), 250-262.
- Setiawan, M., et al. (2023). Faktor penyebab kekerasan dalam rumah tangga di Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 20(3), 122-134.
- Sik, K. (2024). *Psikologi pemasaran: Memahami perilaku konsumen dalam pemasaran kreatif*. Penerbit Psikologi Press.
- Swasti, S., et al. (2022). *Implementasi kesadaran hukum di masyarakat dalam mencegah tindak kekerasan*. Penerbit Karya Abadi.
- Suryanto, A. (2023). Kesadaran hukum dalam perspektif sosial dan hukum. *Jurnal Hukum dan Masyarakat*, 12(2), 105-118.

Wardhani, S., et al. (2022). *Psychopreneurship: Pendekatan kewirausahaan berbasis psikologi untuk meningkatkan dampak sosial*. Penerbit Sains Pembangunan.

Zahra, R. (2023). *Dampak KDRT terhadap korban: Kajian psikologis dan sosial*. Penerbit Humaniora.