

Salwa Rahmania Rizky Aron
202110040311138
Ilmu Komunikasi

**PESAN KAMPANYE SOSIAL ANTIKEKERASAN BERBASIS GENDER
ONLINE**

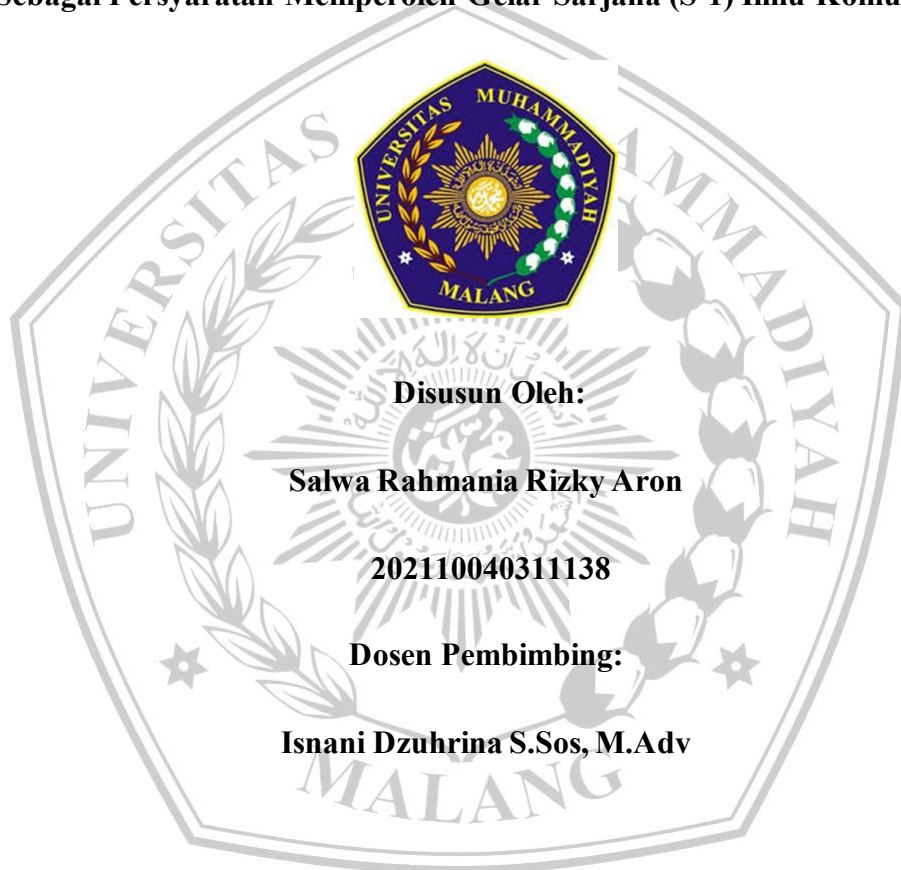
(Analisis Isi Kuantitatif pada Akun Instagram @awaskbgo)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Salwa Rahmania Rizky Aron

202110040311138

Dosen Pembimbing:

Isnani Dzuhrina S.Sos, M.Adv

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2025

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

PESAN KAMPANYE SOSIAL ANTI KEKERASAN BERBASIS GENDER ONLINE

(Analisis Isi Kuantitatif pada Akun Instagram @awaskbgo)

Diajukan Oleh :

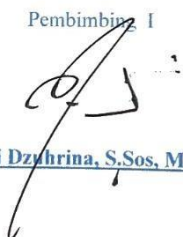
SALWA RAHMANIA RIZKY RON

202110040311138

Telah disetujui

Rabu / 1 Oktober 2025

Pembimbing I



Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv.

Wakil Dekan I



Ko Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Salwa Rahmania Rizky Aron
202110040311138

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

L U L U S



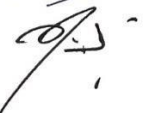
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Rabu, 1 Oktober 2025

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Budi Suprpto, M.Si, Ph.D.** ()
2. **Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si.** ()
3. **Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv.** ()




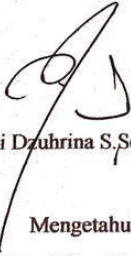
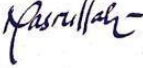

Mengetahui

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik





Joko Susilo, M.Si.


LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	Lembar Persetujuan Skripsi
	Nama : Salwa Rahmania Rizky Aron
	NIM : 202110040311138
	Jurusan : Ilmu Komunikasi
	Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
	Judul Skripsi : Kecenderungan Isi Pesan Kampanye Sosial KBGO (Analisis Isi Kuantitatif pada Akun Instagram @awaskbgo)
	Disetujui, Pembimbing
	
	Isnani Dzuhrina S, Sos, M. Adv
	Mengetahui, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
	
	Nasrullah, S.Sos, M.Si.
 STARS	Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting)
	Kampus II Jl. Bandung Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 149 (Hunting)
	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting)

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29
TENTANG
PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG


UMMPASTI

**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:*)

Oleh:

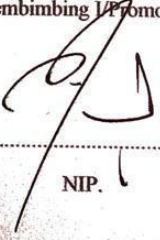
Nama : Salwa Rahmania Rizky Aron
NIM : 202110040311138


Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

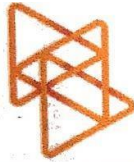
Malang, 12 Agustus 2025

Pembimbing / Promotor


NIP.


STARS
Kampus I

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Salwa Rahmania Rizky
NIM : 2021 100 403 11 138

Hasil Plagiasi : 21/8 21/8

BAB I	22	10		
BAB II	2			
BAB III	5			

BAB IV	17			
BAB V	3			
BAB VI	5			






Malang, 21 Agustus 2025
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



SURAT PERNYATAAN

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT PERNYATAAN
 100 1904-2024	Yang Bertandatangan di bawah ini :
 UMMPASTI BERSAMA MARDI	Nama : Salwa Rahmania Rizky Aron NIM : 202110040311138 Program Studi : Ilmu Komunikasi Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
	Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa
	I. Tugas Akhir dengan Judul :
	Kecenderungan Isi Pesan Kampanye Sosial KBGO (Analisis Isi Kuantitatif pada Akun Instagram @awaskbgo)
	adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
	2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
	3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.
	Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.
	Malang, 2025 Yang Menyatakan,  METERAI TEMPEL 08AM/01535613 Salwa Rahmania Rizky Aron
 UN-QA STARS	Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 581 253 (Hunting) F. +62 341 460 435
	Kampus II Jl. Bendungan Sutarni No. 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 581 189 (Hunting) F. +62 341 887 080
	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 918 (Hunting) F. +62 341 460 435 E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI


Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
15/03/2025	Fenomena/Topik Penelitian	
12/04/2025	Draft Proposal	
17/04/2025	Revisi Proposal	
26/04/2025	Seminar Proposal	
03/05/2025	Instrumen Penelitian	
23/05/2025	Penelitian Lapang	
10/06/2025	Draft Bab 4 dan 5	
25/07/2025	Revisi Bab 4 dan 5	
05/08/2025	Seminar Hasil	
	Daftar Sidang	


Malang, 12 Agustus 2025


Dosen Pembimbing

Isnani Dzuhrina S.Sos, M.Adv

BERITA ACARA SEMINAR HASIL


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG


100
1945-2025


LIMPASTI
MAGISTER

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

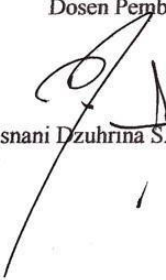
Pada hari Selasa, 05 Agustus 2025
Pukul 15:30 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

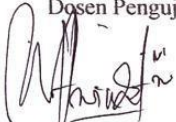
1. Nama : Salwa Rahmania Rizky Aron
2. NIM : 202110040311138
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Kecenderungan Isi Pesan Kampanye Sosial KBGO
(Analisis Isi Kuantitatif pada Akun Instagram @awaskbgo)
6. Pembimbing : Isnani Dzuhrina S.Sos, M.Adv
7. Penguji : Dr. Winda Hardyanti, S.Sos, M.Si

Malang, 12 Agustus' 2025


Dosen Pembimbing .



Isnani Dzuhrina S.Sos, M.Adv

Dosen Penguji,


Dr. Winda Hardyanti, S.Sos, M.Si

Mengetahui,
Kaprosdi/Sekprodi Ilmu Komunikasi


Nasrullah, S.Sos, M.Si


Kampus I

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Salwa Rahmania Rizky Aron
NIM : 202110040311138
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 tahun akademik 2024 / 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 12 Agustus 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 223 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No. 186 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 148 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAKSI

ABSTRAKSI

Salwa Rahmania Rizky Aron, NIM 202110040311138, Pesan Kampanye Sosial Kekerasan Berbasis Gender Online (Analisis Isi Kuantitatif pada Akun Instagram @awaskbgo).

Di era digital, media sosial menjadi ruang strategis dalam penyebaran pesan kampanye sosial, termasuk isu Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) yang terus mengalami peningkatan kasus setiap tahunnya. Akun Instagram @awaskbgo hadir sebagai sarana edukasi dan advokasi publik melalui kampanye "Awas KBGO!". Namun, belum banyak penelitian yang mengkaji jenis pesan dominan yang digunakan dalam kampanye tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan: "Seberapa besar frekuensi isi pesan kampanye sosial KBGO di akun Instagram @awaskbgo?" dengan tujuan mengetahui dominasi jenis pesan yang digunakan dalam konten kampanye.

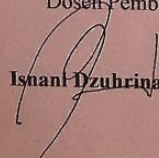
Penelitian ini menggunakan teori pesan kampanye dari A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab yang membagi pesan ke dalam tiga kategori utama: informatif, persuasif, dan koersif. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode analisis isi deskriptif. Data penelitian terdiri dari 22 unggahan (19 gambar dan 3 video) di akun Instagram @awaskbgo selama periode 27 Februari 2024 – 25 Januari 2025. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, sementara uji reliabilitas antar-koder menggunakan rumus Holsti menghasilkan nilai 0,7272 (72,72%), yang menunjukkan konsistensi tinggi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan persuasif merupakan kategori paling dominan dengan 11 kali kemunculan (50%), diikuti pesan informatif sebanyak 7 kali (31,81%), dan pesan koersif sebanyak 4 kali (18,18%). Dominasi pesan persuasif mencerminkan strategi komunikasi @awaskbgo yang menekankan ajakan dan pembujukan untuk meningkatkan partisipasi publik terhadap isu KBGO. Pesan informatif berfungsi sebagai dasar edukasi, sedangkan pesan koersif memperkuat penegasan hukum dan urgensi isu. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan kampanye sosial digital @awaskbgo bergantung pada keseimbangan antara penyampaian informasi, penggerakan audiens, dan penegasan urgensi isu, menjadikan Instagram sebagai instrumen strategis dalam advokasi sosial.

Kata Kunci: Analisis Isi Kuantitatif, Kampanye Sosial, Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO), Instagram, Pesan Kampanye.

Malang, 12 Agustus 2025

Mengetahui,
Dosen Pembimbing


Ishant Dzuhriana S.Sos, M.Adv

Penulis


Salwa Rahmania Rizky Aron

ABSTRAK

Salwa Rahmania Rizky Aron, NIM 202110040311138, Pesan Kampanye Sosial Anti Kekerasan Berbasis Gender Online (Analisis Isi Kuantitatif pada Akun Instagram @awaskbgo).

Di era digital, media sosial menjadi ruang strategis dalam penyebaran pesan kampanye sosial, termasuk isu Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) yang terus mengalami peningkatan kasus setiap tahunnya. Akun Instagram @awaskbgo hadir sebagai sarana edukasi dan advokasi publik melalui kampanye “Awaskbgo!”. Namun, belum banyak penelitian yang mengkaji jenis pesan dominan yang digunakan dalam kampanye tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan: “*Seberapa besar frekuensi isi pesan kampanye sosial KBGO di akun Instagram @awaskbgo?*” dengan tujuan mengetahui dominasi jenis pesan yang digunakan dalam konten kampanye.

Penelitian ini menggunakan teori pesan kampanye dari A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab yang membagi pesan ke dalam tiga kategori utama: informatif, persuasif, dan koersif. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode analisis isi deskriptif. Data penelitian terdiri dari 22 unggahan (19 gambar dan 3 video) di akun Instagram @awaskbgo selama periode 27 Februari 2024 – 25 Januari 2025. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, sementara uji reliabilitas antar-koder menggunakan rumus Holsti menghasilkan nilai 0,7272 (72,72%), yang menunjukkan konsistensi tinggi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan persuasif merupakan kategori paling dominan dengan 11 kali kemunculan (50%), diikuti pesan informatif sebanyak 7 kali (31,81%), dan pesan koersif sebanyak 4 kali (18,18%). Temuan ini membuktikan konsep pesan kampanye dari Rogers & Storey (1987) bahwa kampanye sosial cenderung mengandalkan pesan persuasif sebagai strategi utama dalam membangun kesadaran dan mendorong partisipasi publik. Dengan demikian, penelitian ini mengonfirmasi bahwa teori pesan kampanye tersebut tetap relevan

Salwa Rahmania Rizky Aron
202110040311138
Ilmu Komunikasi

dalam konteks kampanye digital, khususnya pada isu anti-KBGO di media sosial. Dominasi pesan persuasif menunjukkan bahwa pendekatan ajakan moral dan empati masih menjadi kunci keberhasilan dalam memengaruhi audiens di era media baru.

Kata Kunci: Analisis Isi Kuantitatif, Kampanye Sosial, Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO), Instagram, Pesan Kampanye.

Malang, 22 Oktober 2025

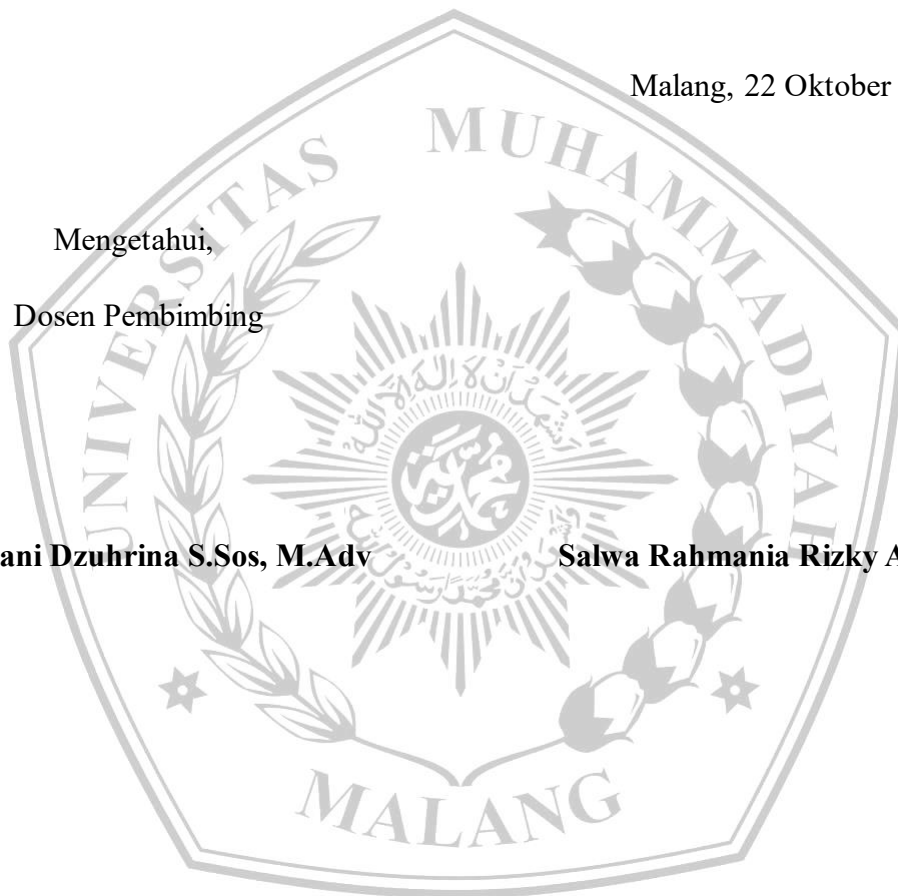
Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Penulis

Isnani Dzuhrina S.Sos, M.Adv

Salwa Rahmania Rizky Aron



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan segala kerendahan hati dan limpahan rasa syukur yang tak terhingga, penulis memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Atas izin, rahmat, serta kasih sayang-Nya, penulis diberikan kekuatan, kesehatan, dan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Pesan Kampanye Kekerasan Berbasis Gender Online (Analisis Isi Kuantitatif pada Akun Instagram @awaskbgo)*” ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan peran berbagai pihak, skripsi ini tidak akan pernah bisa terwujud. Oleh karena itu, melalui kata pengantar ini, izinkan penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bidaron Bhoko dan Aryanti Arsyad yang selalu menjadi sumber inspirasi dan kekuatan. Terima kasih atas segala usaha, doa, pengorbanan, dan cinta kasih yang tak pernah lekang oleh waktu. Terima kasih telah mengajarkan arti ketulusan dan kerja keras, serta selalu hadir dalam setiap tahap kehidupan penulis—baik dalam suka maupun duka. Segala pencapaian ini tidak lepas dari pondasi dan nilai-nilai kehidupan yang kalian tanamkan sejak awal.
2. Kedua kakak penulis, Fitria Hardyanti Aron dan Dian Rizky Sukmawati Aron, yang selalu menjadi panutan dalam hidup. Terima kasih atas kasih sayang yang tak pernah putus, atas setiap bentuk perhatian yang diberikan, dan atas segala upaya yang kalian lakukan untuk mendukung langkah penulis. Dalam setiap pencapaian penulis, ada peran kalian yang sangat berarti. Tanpa doa, nasihat, dan dukungan kalian, penulis tak akan pernah sampai di titik ini.

3. Dosen pembimbing, Ibu Isnani Dzuhrina, S.Sos., M.Adv., yang telah dengan sabar membimbing penulis dari tahap awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, dan arahan yang begitu berharga. Bimbingan Ibu tidak hanya membantu penulis dalam menyusun karya ini secara akademis, tetapi juga memberi kejelasan arah ketika penulis merasa bimbang dalam proses penelitian. Penulis sangat menghargai setiap masukan yang Ibu berikan, yang telah menjadi bagian penting dalam tercapainya penyusunan skripsi ini.
4. Kepada seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan dukungan selama penulis menempuh masa studi. Terima kasih atas kesempatan belajar yang berharga serta segala bantuan administrasi dan pelayanan yang memudahkan penulis dalam menyelesaikan studi ini.
5. Saudara-saudara seperjuangan penulis, Sakinah Aulia Putri Adnan, Salsabila Hassan, Zahra Maharani, Baiq Juayriah, dan Inaia Fadia Mochsen, yang telah menemani perjalanan panjang ini dengan canda tawa, semangat, dan dukungan yang tulus. Terima kasih telah menjadi bagian dari setiap langkah, memberikan semangat di saat-saat sulit, serta menjadi tempat berbagi keluh kesah maupun harapan. Kalian bukan hanya teman, tapi juga saudara yang selalu mendorong penulis untuk terus tumbuh dan tidak mudah menyerah.
6. Kepada seluruh teman-teman penulis, terkhusus Rahmawati Asy' Syifa Putri, terimakasih atas dukungannya selama ini baik dalam bentuk semangat, perhatian, maupun kehadiran, dukungan tersebut telah menjadi salah satu sumber kekuatan yang sangat berarti bagi penulis. Kehadiran kalian telah memberi warna dalam perjalanan perkuliahan penulis. Setiap tawa, semangat, dan doa yang kalian berikan menjadi energi yang membuat penulis terus melangkah dan tidak pernah menyerah. Semoga tali pertemanan ini selalu erat dan membawa kebaikan di setiap langkah kita ke depan.

7. Dan terakhir, kepada diri penulis sendiri. Terima kasih telah berusaha bangkit dari setiap kelelahan dan berani menghadapi berbagai keraguan yang datang silih berganti. Terima kasih telah memilih untuk percaya, bahkan ketika segalanya terasa berat dan tidak pasti. Perjalanan ini bukan sekadar tentang menyelesaikan tugas akhir, tetapi tentang mengenal diri sendiri, belajar menerima proses, dan memahami bahwa setiap langkah kecil yang diambil pun memiliki arti. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa perjuangan yang jujur, meski pelan, tetap akan membawa hasil.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Keterbatasan dalam wawasan, pengalaman, dan pendekatan metodologis menjadi bagian dari proses belajar yang penulis hadapi selama penelitian ini berlangsung. Oleh karena itu, masukan dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan untuk pengembangan keilmuan di masa mendatang. Melalui karya ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi sederhana dalam ranah ilmu komunikasi, khususnya pada kajian kampanye sosial yang berkaitan dengan Kekerasan Berbasis Gender Online. Semoga penelitian ini dapat menjadi pijakan awal bagi diskusi yang lebih luas, serta mendorong kesadaran publik terhadap pentingnya ruang digital yang lebih aman dan inklusif.

Malang, 12 Agustus 2025

Penulis

Salwa Rahmania Rizky Aron

NIM 202110040311138

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	iv
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	vii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	viii
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	ix
ABSTRAKSI.....	x
ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Praktis.....	4
1.4.2 Manfaat Akademis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Mediated Communication.....	6
2.1.1 Mediated Communication sebagai Saluran Pesan.....	7
2.1.2 Pengaruh Mediated Communication terhadap Bentuk Pesan.....	8
2.2 Konsep Kampanye Sosial.....	9
2.2.1 Definisi dan Karakteristik.....	9
2.2.2 Pesan dalam Kampanye Sosial.....	9
2.3 Konsep KBGO.....	13
2.3.1 Definisi KBGO.....	13
2.3.2 Bentuk-Bentuk KBGO.....	13
2.4 Analisis Isi (Content Analysis).....	16

BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Pendekatan Penelitian.....	19
3.2 Tipe Penelitian	20
3.3 Metode Penelitian	20
3.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	21
3.5 Unit Analisis	22
3.6 Struktur Kategori	23
3.7 Sumber Data	25
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.9 Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	34
4.1 Profil SAFEnet.....	34
4.1.1 Profil Media Sosial Kampanye “Awas KBGO!”.....	35
BAB V SAJIAN DAN ANALISIS DATA	44
5.1 Profil Coder.....	44
5.2 Uji Reliabilitas	45
5.2.1 Uji Reliabilitas Antara Peneliti dan Koder 1	46
5.2.2 Uji Reliabilitas Antara Peneliti dan Koder 2.....	46
5.3 Sajian Data.....	47
5.3.1 Isi Pesan Informatif	47
5.3.2 Isi Pesan Persuasif	51
5.3.3 Isi Pesan Koersif.....	55
5.4 Analisis Data.....	59
BAB VI PENUTUP.....	63
6.1 Kesimpulan	63
6.2 Saran	65
6.2.1 Akademis.....	65
6.2.2 Praktis.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR PUSTAKA

- Adkiras, R., Zubarita, Z., & Fauzi, A. (2021). Dampak Kekerasan Berbasis Gender Online terhadap Produktivitas dan Psikologis Korban. *Jurnal Kajian Gender*, 12(1), 45–58.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Laporan Survei Internet APJII 2024*. Jakarta: APJII. <https://apjii.or.id/survei2024>
- Basri, B. (2021). Kekerasan Berbasis Gender Online dan Kompleksitas Penanganannya. *Jurnal Sosial Politik*, 18(2), 190–200.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Eriyanto. (2011). *Analisis isi: Pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu politik*. Jakarta: Kencana.
- Griffin, E. (2018). *A first look at communication theory* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hootsuite, & We Are Social. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Komnas Perempuan. (2017). *Catatan Tahunan Kekerasan terhadap Perempuan 2017*. Jakarta: Komnas Perempuan.
- Kotler, P., & Lee, N. (2009). *Up and out of poverty: The social marketing solution*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Roberto, E. L. (1989). *Social marketing: Strategies for changing public behavior*. The Free Press.
- Kriyantono, R. (2022). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liweri, J. (2011). *Komunikasi sebagai wacana*. Jakarta: Kencana.

- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2017). *Theories of human communication* (11th ed.). Waveland Press.
- Madrim, M. (2020). KBGO dan tantangan bukti digital. *Jurnal Kriminologi Digital*, 6(2), 201–215.
- Moulita, N., Muzdalifah, M., & Lubis, F. W. (2023). Dampak KBGO terhadap perempuan di Kota Medan. *Jurnal Gender dan Teknologi*, 5(1), 101–110.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. SAGE Publications.
- Nurtjahjo, A. (2021). Kekerasan berbasis gender online dan respons hukum di Indonesia. Jakarta: Lembaga Bantuan Hukum.
- Nurtjahjo, F. (2021). Kampanye KBGO penting dalam memperkuat kesadaran publik mengenai risiko dan dampak kekerasan berbasis gender di ruang digital. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 5(2), 115–128.
- Plan International. (2020). *Free to be online? Girls and young women's experiences of online harassment*. <https://plan-international.org/publications>
- Ratnasari, D., Sumartias, S., & Romli, A. (2020). Keterlibatan audiens dalam kampanye sosial di media digital. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1), 45–60.
- Ratnasari, D., Sumartias, S., & Romli, R. (2020). Efektivitas pesan kampanye sosial melalui media digital. *Jurnal Komunikator*, 12(2), 112–124.
- Rice, R. E., & Atkin, C. K. (2013). *Public communication campaigns* (4th ed.). SAGE Publications.
- Ridhoi, A. (2020). Kompleksitas penanganan KBGO dalam UU ITE. *Jurnal Hukum Siber*, 8(1), 35–49.

Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). Communication campaigns. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science* (pp. 817–846). SAGE Publications.

SAFEnet. (2021). *Laporan tahunan KBGO*. <https://safenet.or.id>

Septiani, A. (2021). Studi kasus sextortion dalam relasi jarak jauh. *Jurnal Kajian Gender Online*, 4(2), 60–75.

Shirky, C. (2011). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin Books.

Simons, L. (2015). Psychological impact of gender-based online harassment. *Cyberpsychology Journal*, 9(4), 220–235.

Tresia, R., Yanto, D., & Risdiyanto, A. (2024). Interaktivitas audiens dalam kampanye sosial berbasis media digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 6(1), 25–40.

Tresia, A., Yanto, H., & Risdiyanto, H. (2024). Efektivitas visual dalam kampanye edukasi media sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 6(1), 22–36.

We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Widjaja, A. W., & Wahab, M. A. (1987). *Ilmu komunikasi: Pengantar proses terapan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Widodo, A. (2017). *Teknik analisis data untuk penelitian sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2011). *Mass media research: An introduction* (9th ed.). Cengage Learning.