Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author:	Naskah Publikasi
Assignment title:	Muhammad Himawan Sutanto
Submission title:	Strategi Advokasi Anti Kekerasan Berbasis Gender Online pa...
File name:	ada_Akun_AwasKBGOSebagai_Upaya_Meningkatkan_Kesada...
File size:	254.74K
Page count:	14
Word count:	5,653
Character count:	38,341
Submission date:	14-Mar-2024 02:40PM (UTC+0700)
Submission ID:	2320131672

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license

ISSN 2088-8050 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

Strategi Advokasi Anti Kekerasan Berbasis Gender Online pada Akun @AwasKBGO Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Publik

Gandya Fitrah[1*], M. Himawan Sutanto[2]

*Corresponding Author: gandyakesuma@webmail.umm.ac.id
[1,2] Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Muhammadiyah Malang

DOI: 10.22219/jurnalsospol.v9i2.27080

Abstract

The purpose of this study is to analyze and identify the forms of advocacy strategies that are used by @AwasKBGO—an account of an advocacy organization under the SAFEnet initiative—on a variety of social media platforms. The purpose of the advocacy is to educate and increase public awareness about the dangers of online gender-based violence in social media. Digital violence develops following the dynamics of information technology in this digital era. One of digital violences that is currently infamous is online gender-based violence or KBGO– in short. The most obvious and frequent examples are accessing, using, manipulating, and distributing personal data, photos or videos, as well as personal information and personal content without consent. This research uses a qualitative approach method with in-depth interview data collection techniques. The research results show that @AwasKBGO as the only advocacy institution that focuses on Online Gender-Based Violence (KBGO) has implemented a communication advocacy strategy which includes analysis, strategy, mobility, action, evaluation and sustainability.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengidentifikasi bentuk-bentuk strategi advokasi apa saja yang digunakan @AwasKBGO—Akun lembaga advokat di bawah inisiatif SAFEnet—di berbagai platform media sosialnya dalam mengedukasi guna meningkatkan kepedulian dan kesadaran masyarakat atas bahayanya fenomena Kekerasan berbasis gender online di media sosial. Kekerasan digital berkembang mengikuti dinamika teknologi informasi pada era digital ini. salah satu jenis kekerasan digital yang sedang marak di ranah media sosial adalah kekerasan berbasis gender online atau disingkat KBGO. Contoh paling nyata dan kerap terjadi adalah mengakses, menggunakan, memanipulasi, dan menyebarkan data pribadi, foto atau video, serta informasi dan konten pribadi tanpa persetujuan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatanakualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam ini diharapkan mendapatkan penjabaran strategi-strategi advokasi komunikasi yang pihak @AwasKBGO gunakan dalam melakukan kampanye edukasi dan aksi melawan terhadap kejahatan Kekerasan berbasis gender online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @AwasKBGO sebagai satu-satunya Lembaga advokat yang berfokus pada Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) telah menjalankan strategi advokasi komunikasi yang meliputi analisis, strategi, mobilitass, aksi, evaluasi, dan kesinambungan.

Keywords
KBGO; Kesadaran Publik, Media Sosial; Strategi Advokasi

Article History
Received July, 31
Revised August, 11
Accepted October, 30
Published October, 31

Corresponding Author
Gandya Fitrah,
Universitas Muhammadiyah Malang,Jl. Raya Tlogomas No.246, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur.65144

Pendahuluan

Dengan adanya perkembangan teknologi hari demi hari bahkan tiap tahunnya, kekerasan berbasis gender online marak terjadi. Kekerasan berbasis gender online—yang selanjutnya disebut KBGO—dapat terjadi kepada siapa aja apapun gendernya, korban KBGO bisa keluarga, teman dekat, atau masyarakat umum lainnya yang bahkan kita tidak mengenalnya. Isu terkait kekerasan berbasis gender merupakan isu penting yang bergulir saat ini. Dalam catatan Komnas Perempuan jumlah kasus Kekerasan terhadap Perempuan (KtP) sepanjang tahun 2020 sebesar 299.911 kasus,

176

Copyright 2024 Turnitin. All rights reserved.

Strategi Advokasi Anti Kekerasan Berbasis Gender Online pada Akun @AwasKBGO Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Publik

by Naskah Publikasi

Submission date: 14-Mar-2024 02:40PM (UTC+0700)
Submission ID: 2320131672
File name: ada_Akun_AwasKBGOSebagai_Upaya_Meningkatkan_Kesadaran_Publik.pdf (254.74K)
Word count: 5653
Character count: 38341

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license

ISSN 2088-8090 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

Strategi Advokasi Anti Kekerasan Berbasis Gender Online pada Akun @AwasKBGO Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Publik

Gandya Fitrah[1*], M. Himawan Sutanto[2]

*Corresponding Author: gandyakesuma@webmail.umm.ac.id
[1,2] Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Muhammadiyah Malang
DOI: 10.22219/jurnalsospol.v9i2.27080

Abstract

The purpose of this study is to analyze and identify the forms of advocacy strategies that are used by @AwasKBGO—an account of an advocacy organization under the SAFEnet initiative—on a variety of social media platforms. The purpose of the advocacy is to educate and increase public awareness about the dangers of online gender-based violence in social media. Digital violence develops following the dynamics of information technology in this digital era. One of digital violences that is currently infamous is online gender-based violence or KBGO– in short. The most obvious and frequent examples are accessing, using, manipulating, and distributing personal data, photos or videos, as well as personal information and personal content without consent. This research uses a qualitative approach method with in-depth interview data collection techniques. The research results show that @AwasKBGO as the only advocacy institution that focuses on Online Gender-Based Violence (KBGO) has implemented a communication advocacy strategy which includes analysis, strategy, mobility, action, evaluation and sustainability.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengidentifikasi bentuk-bentuk strategi advokasi apa saja yang digunakan @AwasKBGO—Akun lembaga advokat di bawah inisiatif SAFEnet—di berbagai platform media sosialnya dalam mengedukasi guna meningkatkan kepedulian dan kesadaran masyarakat atas bahayanya fenomena Kekerasan berbasis gender online di media sosial. Kekerasan digital berkembang mengikuti dinamika teknologi informasi pada era digital ini. salah satu jenis kekerasan digital yang sedang marak di ranah media sosial adalah kekerasan berbasis gender online atau disingkat KBGO. Contoh paling nyata dan kerap terjadi adalah mengakses, menggunakan, memanipulasi, dan menyebarkan data pribadi, foto atau video, serta informasi dan konten pribadi tanpa persetujuan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatanakualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam ini diharapkan mendapatkan penjabaran strategi-strategi advokasi komunikasi yang pihak @AwasKBGO gunakan dalam melakukan kampanye edukasi dan aksi melawan terhadap kejahatan Kekerasan berbasis gender online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @AwasKBGO sebagai satu-satunya Lembaga advokat yang berfokus pada Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) telah menjalankan strategi advokasi komunikasi yang meliputi analisis, strategi, mobilitass, aksi, evaluasi, dan kesinambungan.

Keywords
KBGO; Kesadaran Publik, Media Sosial; Strategi Advokasi

Article History
Received July, 31
Revised August, 11
Accepted October, 30
Published October, 31

Corresponding Author
Gandya Fitrah,
Universitas Muhammadiyah Malang.Jl. Raya Tlogomas No.246, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur.65144

Pendahuluan

Dengan adanya perkembangan teknologi hari demi hari bahkan tiap tahunnya, kekerasan berbasis gender online marak terjadi. Kekerasan berbasis gender online—yang selanjutnya disebut KBGO—dapat terjadi kepada siapa aja apapun gendernya, korban KBGO bisa keluarga, teman dekat, atau masyarakat umum lainnya yang bahkan kita tidak mengenalnya. Isu terkait kekerasan berbasis gender merupakan isu penting yang bergulir saat ini. Dalam catatan Komnas Perempuan jumlah kasus Kekerasan terhadap Perempuan (KtP) sepanjang tahun 2020 sebesar 299.911 kasus,

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license
ISSN 2088-8090 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

terdiri dari kasus yang ditangani oleh: Pengadilan Negeri/Pengadilan Agama sejumlah 291.677 kasus, Lembaga layanan mitra Komnas Perempuan sejumlah 88.234 kasus, Unit Pelayanan dan Rujukan (UPR) Komnas Perempuan sebanyak 2.389 kasus, dengan catatan 2.134 kasus merupakan kasus berbasis gender dan 255 kasus di antaranya adalah kasus tidak berbasis gender atau memberikan informasi. Catatan Tahunan Komnas Perempuan 2021, Kekerasan Berbasis Gender Online di masa pandemi mengalami kenaikan. Begitu juga dari survey lainnya, termasuk UN Women dalam beberapa laporannya menyatakan ada peningkatan kasus KBGO secara tajam, serta kurang dari 540 persen korban mencari pertolongan. KBGO adalah kekerasan yang difasilitasi teknologi terhadap seseorang didasarkan atas seks/gender.

SAFEnet *(Asia Tenggara Freedom of Expression Network)* merupakan organisasi yang memperjuangkan hak-hak digital di Asia Tenggara, mengklasifikasikan jenis-jenis KBGO dan disalurkan kepada Komnas Perempuan setidaknya ada beberapa bentuk KBGO. Pertama ialah pelanggaran privasi yang umumnya dilakukan dengan cara mengakses, menggunakan, memanipulasi dan menyebarkan data pribadi, foto atau video, serta informasi dan konten pribadi tanpa sepengetahuan dan tanpa persetujuan. Selanjutnya ialah *Doxing* yaitu menggali dan menyebarkan informasi pribadi seseorang, dengan memberikan akses untuk tujuan jahat lainnya, misal pelecehan atau intimidasi di dunia nyata. Selain itu terdapat pula pengawasan dan pemantauan yaitu menggunakan *spyware*, GPS atau teknologi lainnya tanpa persetujuan untuk melacak pergerakan target. Kemudian terdapat pula perusakan reputasi/ kredibilitas yaitu membuat dan berbagi data pribadi yang salah (mis. Akun media sosial) dengan tujuan merusak reputasi pengguna hingga memanipulasi atau membuat konten palsu, mencuri identitas dan impersonasi (mis. berpura-pura menjadi orang tersebut dan membuat gambar atau postingan yang berpotensi merusak reputasi orangnya dan membagikannya secarai publik). Terakhir, pelecehan secara online dengan target pada gender atau seksualitas tertentu.

Dari pemaparan di atas, maka media sosial akan menjadi alat yang penting untuk memberikan segala informasi edukasi mengenai KBGO dikarenakan harus dibedakan antara Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) atau KBG yang difasilitasi teknologi agar solusi yang diberikan menjadi tepat dan efektif. Di tengah semakin luasnya jangkauan internet, canggihnya perkembangan dan penyebaran teknologi informasi, serta populernya penggunaan media sosial, telah menghadirkan bentuk-bentuk baru kekerasan berbasis gender.

Kekerasan berbasis gender online (KBGO) atau KBG yang difasilitasi teknologi sama halnya dengan berbasis gender di dunia nyata, tindak kekerasan tersebut harus memiliki niatan atau maksud melecehkan korban berdasarkan gender atau seksual. Jika tidak, maka kekerasan tersebut masuk dalam kategori kekerasan umum di ranah online. Jika KBGO yang terjadi, solusinya bukan semata penegakan hukum, tetapi juga perlu intervensi yang mampu mengubah cara pandang pelaku terkait relasi gender dan seksual dengan korban. Tanpa intervensi ini, setelah menjalani hukuman, pelaku akan tetap memiliki cara pandang bias gender dan seksual. Di sinilah fungsi advokasi yang dibentuk SAFEnet "AwasKBGO" untuk melakukan strategi *Advocacy and Kesadaran Publik* yang dibutuhkan dalam memberi wawasan serta pengetahuan bagi masyarakat untuk turut membantu melawan kejahatan di media sosial dan menuntut tegas para pelaku tindakan kekerasan berbasis gender online.

Guna mendukung pembahasan permasalahan di atas, berikut terdapat rincian literatur yang disusun oleh peneliti terdahulu yang relevan terhadap objek penelitian saat ini. Berdasarkan hasil pencarian mengenai literatur-literatur sebelumnya dalam 5 tahun terakhir, terdapat penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, seperti riset dari Ratnasari, Sumartia, dan Romli (2020) yang berfokus pada kekuatan dan tantangan penggunaan *message appeals* dalam strategi pesan Kampanye "Awas KBGO!". Selain itu terdapat pula penelitian dari Illene, Damajanti, & Muljosumarto (2019), Hayati (2021), Oktafiana & Kristiana (2021), dan juga Prameswari, Hehanussa, & Salamor (2021) yang secara umum berfokus pada upaya membangun kesadaran

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license
ISSN 2088-8090 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

masyarakat mengenai KBGO di media sosial. Beberapa riset lain mengenai KBGO juga tampak dari karya Musyaffa & Effendi (2022), Arianto (2021), dan Dirna (2021). Sedikit berbeda dengan riset-riset sebelumnya penelitian Syarifuddin, Harahap, Faisal, & Daudsyah (2023) berfokus mengetahui tingkat pemahaman pengungsi mengenai KBGO yang dilakukan suami, orangtua, keluarga dan masyarakat baik di ruang pribat atau publik.

Dari beberapa literatur terdahulu yang telah disajikan di atas, penelitian tersebut menunjukkan sejumlah perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang saya berjudul *Kesadaran Publik Dalam Strategi Advokasi Anti Kekerasan Berbasis Gender Online "AwasKBGO"*. Persamaan dalam 10 literatur sebelumnya sama sama berfokus pada fenomena atau peristiwa Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO), beberapa juga memiliki kesamaan untuk meningkatkan atau mencoba munumbuhkan rasa *aware* dan mawas diri seperti penelitian oleh (Hayati, 2021), (Arianto, 2021), (Prameswari, Hehanussa, & Salamor, 2021), (Illene, Damajanti, & Muljosumarto, 2019) dan (Syarifuddin, harahap, Faisal, & Daudsyah, 2023). Perbedaan pada penelitian-penelitian tersebut terletak objek penelitian yang diteliti lebih ke membahas peristiwa secara general mengenai fenomena KBGO. Sedangkan, pada penelitian saya berfokus pada Lembaga Advokat SAFEnet yang berperan menjadi pusat informasi advokasi KBGO di Indonesia yaitu, "AwasKBGO".

Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh (Ratnasari, Sumartias, & Romli, Penggunaan Message Appeals dalam Strategi Pesan Kampanye Anti Kekerasan Berbasis Gender Online, 2020), (Ratnasari, Sumartias, & Romli, Social Media, Digital Activism, and Online Gender-Based Violence in Indonesia, 2021), (Oktafiana & Kristiana, 2021), memiliki persamaan berfokus pada mengidentifikasi strategi-strategi yang digunakan dalam mengatasi fenomena KBGO. Perbedaannya adalah strategi yang dipakai dalam menguraikan kampanye anti kekerasan berbasis gender online "AwasKBGO" di bawah inisiatif SAFEnet dan juga menggunakan jenis teori komunikasi yang berbeda dalam menguraikan strategi kampanye tersebut.

Kesadaran Publik

Kesadaran Publik adalah bentuk kesadaran pola pikir atau cara pandang suatu masyarakat/publik terhadap pandangan sebuah objek, termasuk kemampuan publik dalam mengetahui sejauh mana mereka memahami atau mengenal sesuatu. Memahami dalam hal ini bisa suatu produk, kebijakan atau suatu fenomena sosial. Publik bisa diartikan suatu khalayak atau sejumlah orang dengan jumlah banyak. Sementara awareness atau kesadaran merupakan kondisi dalam keaadan mengerti dan merasakan apa yang dialami seseorang atau kondisi tertentu. Ciri-ciri kelompok masyarakat yang memiliki kesadaran ini yaitu sangat memahami, peduli permasalahan dan didasari dengan kepedulian. (Therik & Lino, 2021) mengatakan bahwa kesadaran adalah pengetahuan atau pikiran sadar yang mengatur akal, hidup yang sadar merupakan bagian dari sikap atau perilaku. Demikian Poedjawijatna memberikan pengertian kesadaran yang sama pula. Kesadaran ialah pengetahuan, sadar dan tahu. Mengetahui atau sadar tentang keadaan tergugahnya jiwa terhadap sesuatu. Hal ini juga merupakan adanya keterkaitan dengan faktor kesengajaan dalam memilih tindakan baik atau buruk. Faktor kesengajaan yang menyebabkan seorang tersebut dari ketidaktahuan menjadi tahu, terbangun namun seperti tertidur, tidak tergugah hatinya terhadap sesuatu dan masa bodoh.

Dasar teori dari kesadaran publik adalah teori yang dikemukakan Gestalt, dengan menggunakan medan (field) tematik, yang kemudian dikembangkan oleh Marton dan Booth (1997) yang konsern kepada struktur dari kesadaran manusia terhadap lingkungannya. Mereka berkata berdasarkan pengalaman bahwa dasar analisis berasal dari struktur sudut pandang dan sugesti yang mengandung aspek kesadaran yang dapat meningkatkan suatu tema dari konteks, dan dapat menurunkan bagian dari tema tersebut. Berbagai studi menunjukan bahwa faktor yang paling signifikan pengaruhnya terhadap persoalan lingkungan adalah Kesadaran Publik (kesadaran publik) bukan kebijakan pemerintah (Chukwuma dalam Said dkk, 2003). Dengan kata lain, problem

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license
ISSN 2088-8090 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

lingkungan hidup berakar dari aktifitas manusia serta pola konsumsi dan produksi yang tidak berkaitan dengan kebijakan pemerintah. (Simatupang, 2009)

Strategi Advokasi Komunikasi

Advokasi adalah kegiataan yang lazim dikenal dalam dunia hukum. Advokasi tidak hanya berarti *to defend* (membela), melainkan pula *to promote* (mengemukakan atau memajukan), *to create* (menciptakan) dan *to change* (melakukan perubahan). (Wiryawan, Riyantini, & Handayani, 2021) Menyatakan bahwa hal yang penting dalam advokasi adalah strategi komunikasi. Secara sederhana strategi komunikasi dapat diartikan sebagai seni dalam menentukan atau memilih teknik/metode yang tepat untuk mewujudkan tujuan komunikasi. Advokasi membutuhkan teknik komunikasi tertentu agar tujuan advokasinya berhasil. Dalam melakukan aktivitas advokasi media sosial berperan aktif dalam memperlebar jangkauan melalui media online salah satunya media sosial. Dalam model komunikasi yang dapat dikembangkan dalam advokasi hasil riset adalah model yang dikembangkan oleh teori advokasi yang pertama kali diperkenalkan oleh *Center for Communication Programs (CCP) Johns Hopkins University (1988). Center for Communication Programs (CCP) Johns Hopkins University (1988)* yang biasa disebut dengan "Bagan A" karena bentuknya yang seperti piramida. Unsur-unsur tersebut diantaranya; Analisis, Strategi, Mobilisasi, Aksi dan Evaluasi.

Analisis, yaitu langkah pertama untuk melaksanakan advokasi yang efektif. Pada tahap ini yang dilakukan adalah mencari informasi yang akurat tentang permasalahan yang ada, masyarakat yang terlibat, kebijakan serta keberadaannya, organisasi-organisasi, dan jalur-jalur yang dapat mempengaruhi para pengambil keputusan. Selanjutnya strategi, yaitu dibangun berdasarkan tahapan analisis yang mengarahkan, merencanakan, dan memfokuskan upaya pada tujuan. Sedangkan mobilisasi ialah pembentukan koalisi untuk memperkuat advokasi. Peristiwa, kegiatan, pesan, dan materi pendukung harus dirancang sesuai dengan tujuan, kelompok sasaran, kemitraan, dan sumber sumber yang ada. Adapun, aksi ialah mempertahankan kekompakan kegiatan aksi dan semua mitra merupakan hal yang mendasar dalam pelaksanaan advokasi. Pengulangan pesan dan pengulangan alat bantu yang kredibel yang dibuat secara berulang sangat membantu untuk dapat mempertahankan perhatian terhadap isu yang ada. Sementara itu, evaluasi, ialah monitoring secara rutin dan objektif apa yang telah dicapai dan apa yang masih harus dikerjakan. Proses evaluasi bisa lebih penting daripada dampak evaluasi. Terakhir, kesinambungan, yaitu advokasi yang berkelanjutan atau yang berlangsung terus menerus. Bukan sekedar sebuah kebijakan atau peraturan. Perencanaan terhadap kesinambungan berarti memperjelas tujuan jangka panjang, mempertahankan keutuhan fungsi koalisi, dan menyesuaikan data argumentasi seiring dengan perubahan yang terjadi.

Teori advokasi ini pada intinya merupakan alat untuk mempengaruhi kebijakan publik melalui berbagai macam bentuk komunikasi persuasif dengan tujuan mengendalikan perilaku individu, masyarakat dan lembaga. Advokasi berkesinambungan dengan komunikasi publik untuk mendukung tujuan yang telah ditentukan. Proses tersebut melibatkan berbagai khalayak, komunitas, dan juga pembuat kebijakan seperti pemerintah demi mendapatkan bantuan maupun dukungan sosial. Komunikasi menjadi sebuah fasilitas dalam aktivitas advokasi untuk menemukan dan memahami suatu masalah serta solusi potensial bagi pihak-pihak yang terlibat. Advokasi menganggap komunikasi sebagai alat untuk mengubah psikologi atau perilaku individu (Atnan, 2016).

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan alasan penelitian ini mengumpulkan data lapangan yang didapatkan melalui wawancara mendalam atau indepth interview dengan narasumber atau informan yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini Informan dipilih berdasarkan pertimbangan dalam memenuhi data penelitian yang

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license
ISSN 2088-8090 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

dibutuhkan atau yang benar-benar menguasai objek penelitian. Yang akan menjadi subjek penelitian adalah Pihak perwakilan dari SAFEnet yang memiliki wewenang hingga mempunyai informasi terkait objek penelitian. Informan utama dalam sesi wawancara pertama ini adalah Ellen Kusuma, rekomendasi langsung dari Email pusat @AwasKBGO yang berperan sebagai Kepala Subdivisi Digital At-Risk di SAFEnet dan Informan pendukung dalam sesi wawancara ke-2 adalah Wida sebagai perwakilan pihak SAFEnet sebagai Kepala devisi kesetaraan dan inklusi yang juga membawahi kampanye @AwasKBGO. Penggunaan pendekatan penelitian kualitatif pada penelitian ini adalah berfokus untuk menganalisis kegiatan proses komunikasi advokasi yang dilakukan @AwasKBGO dalam melakukan edukasi seputar KBGO sekaligus memfasilitasi para penyintas dalam laporan pengaduan. Daftar dan pola wawancara berasal dari Unsur-unsur Strategi Teori Advokasi yang dikemas dalam pandangan Ilmu Komunikasi terkait bagaimana mencapai Kesadaran Publik terhadap konten AwasKBGO. Seluruh hasil wawancara dimuat pada lampiran pembahasan.

Tabel 1. Kerangka Pertanyaan Strategi Komunikasi Advokasi guna mengetahui kinerja AwasKBGO pada platformnya dalam mencapai Kesadaran Publik

Strategi Komunikasi Advokasi	Keterangan	Pertanyaan
Analisis	Hasil analisis (analisis isu, analisis publik, media yang akan dipakai, analisis stakeholder, analisis kebijakan, analisis peluang dan hambatan—SWOT) menjadi fondasi dalam menyusun strategi yang tepat. Mutu analisis akan sangat mempengaruhi kualitas dari strategi yang akan disusun.	1. (analisis isu) Apakah pihak (admin/kreator konten) @AwasKBGO melakukan riset terlebih dahulu sebelum memilih topik atau permasalahan yang akan diangkat? Jika iya, bagaimana bentuk proses risetnya? 2. (analisis isu) Pada saat melakukan riset secara keseluruhan, isu/masalah apa yang paling urgent dan belum mendapatkan perhatian dari masyarakat perihal KBGO di ranah media sosial menurut pihak @AwasKBGO? 3. (primary stakeholder) Apakah ada Instansi pemerintah yang turut mendukung gerakan ini? Adakah Kebijakan baru/revisi yang harus dibuat oleh instansi pemerintah tersebut dalam menangani fenomena maraknya kasus KBGO? 4. (primary stakeholder) Media atau saluran informasi apa yang efektif menjangkau kelompok masyarakat tersebut? 5. (secondary stakeholder) Adakah kelompok masyarakat (organisasi, komunitas dll) lain

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license
ISSN 2088-8090 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

		yang mempunyai kaitan erat dengan masalah ini? siapa saja? 6. (secondary stakeholder) Saat melakukan aktivitas konten edukasi di media sosial, sudah dengan siapa saja @AwasKBGO berkolaborasi?
2 Strategi	Advokasi sebagai sebuah proses Komunikasi strategis memerlukan strategi yang jelas dan kuat dengan memperhatikan kaidah SMART (Spesifik, Measureable/Dapat diukur, Action/Dapat Dikerjakan, Realistic dan Time Bound/ Ada Kurun waktu yang jelas).	1. Bagaimana cara/strategi pihak @AwasKBGO di media sosial dalam meningkatan kepedulian publik/masyarakat terhadap bahayanya KBGO atau edukasi seputar KBGO? 2. Apakah ada target audiens yang secara spesifik, misal lebih menyasar perempuan atau laki, umur berapa, Lokasi dimana dll (beserta alasan) 3. Untuk menyampaikan edukasi dan layanan seputar KBGO biasanya menggunakan media apa saja, di antaranya apakah ada yang lebih diprioritaskan
Mobilisasi	Strategi yang digunakan untuk menggunakan kekuatan massa/ orang yang dapat dilakukan melalui berbagai langkah seperti parade, pawai, demonstrasi dan sejenisnya. Kegiatan seperti ini akan memicu dan banyak mengundang media massa untuk memblow-up.	1. Apakah gerakan AwasKBGO pernah mengikuti turun jalan/aksi protes? Salah satunya saat menuntut/dalam memperingati apa? 2. Bersama koalisi siapa ketika megikuti aksi turun jalan?
Aksi	Serangkaian kegiatan komunikasi, baik individual, kelompok, maupun massa berupa demo atau unjuk rasa dengan memanfaatkan berbagai media/saluran komunikasi yang ada.	1. Apakah ada agenda rutin aksi turun jalan atau bersifat fleksibel (tergantung situasi) 2. Apakah AwasKBGO memiliki kelas kelas sebagai ruang edukasi masyarakat?
Evaluasi	Evaluasi dilakukan baik terhadap proses, ouput maupun dampak dari kegiatan yang dilakukan. Hal ini dilakukan secara berkala selama dari awal proses	1. Dengan seiringnya waktu pasti terjadi adanya perubahan maupun perkembangan bahkan kendala dalam melakukan aksi kampanye. Langkah evaluasi apa aja yang dilakukan AwasKBGO

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license
ISSN 2088-8090 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

	analisis sampai menuju tindakan.	sebagai lembaga advokat di bawah inisatif SAFEnet?
Kesinambungan	Proses advokasi seringkali memerlukan waktu yang cukup panjang. Karena advokasi bukanlah bentuk "komunikasi tunggal". Tujuan dari waktu ke waktu perlu dirinci dan diperjelas. Demikian pula isi pesan, dari waktu ke waktu perlu makin diperluas dan diperdalam. Hasil evaluasi dari tahap yang sudah diselesaikan harus dimanfaatkan untuk memperbaiki/menyusun rencana strategis berikutnya.	1. Dalam hasil evaluasi yang dilakukan demi perkembangan yang lebih baik, bentuk tindakan perbaikan seperti apa (contohnya) yang dilakukan?

Hasil dan Pembahasan

Strategi Komunikasi Advokasi @AwasKBGO dalam Meningkatkan Kesadaran Publik

Pembahasan dalam artikel ini akan berpatokan pada 6 unsur dalam teori Advokasi guna mengidentifikasi strategi-strategi apa saja yang dipakai oleh @AwasKBGO dalam melakukan kampanye advokasinya di media social untuk mengedukasi masyarakat demi meningkatkan kesadaran publik. Keenam unsur tersebut terdiri dari analisis, strategi, mobilisasi, aksi, evaluasi, dan kesinambungan.

Analisis

Pada tahap ini yang dilakukan adalah mencari informasi yang akurat tentang permasalahan yang ada, masyarakat yang terlibat, kebijakan serta keberadaannya, organisasi-organisasi. Seperti yang dijelaskan informan I, pada tahap mencari persoalan permasalahan KBGO (Kekerasan Berbasis Gender Online) @AwasKBGO sebagai inisiatif SAFEnet diawali dengan salah satunya melakukan peresponan terhadap peristiwa-peristiwa KBGO baik dalam laporan bersifat aduan yang masuk ke dalam SAFEnet maupun melalui berita media online dan literatur-literatur. Pada tahap awal strategi komunikasi advokasi ini Hasil analisis (analisis isu, analisis publik, media yang akan dipakai, analisis stakeholder, analisis kebijakan, analisis peluang dan hambatan—SWOT) menjadi fondasi dalam menyusun strategi yang tepat.

Tabel 2. Penyajian data wawancara informan beserta output progam dari strategi komunikasi advokasi dengan platform yang digunakan dari hasil analisis.

Strategi	Taktik	Output	Outcome
Menginformasikan pemahaman bentuk atau jenis kekerasan berbasis gender online yang kerap terjadi, salah satunya seperti; penyebaran konten intim non-konsensual.	merespons peristiwa KBGO kepada publik secara umum. Kontennya berbentuk kualitatif dan kuantitatif berdasarkan data aduan yang masuk di SAFEnet atau dari literatur lainnya seperti artikel	Riset/*analysis issue, Social media campaign*	Public Attention, Public knowledge

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license
ISSN 2088-8090 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

	online ataupun yang akademis.		
Mengedukasi masyarakat mengenai KBGO karena masih menjadi wawasan baru di tengah-tengah masyarakat	Berpusat pada pilar topik utama yang paling dasar yaitu, memberikan pemahaman bentuk atau jenis kekerasan berbasis gender online.	*Social media campaign*	
Melakukan hubungan erat dengan para stakeholder AwasKBGO	SAFEnet dari awal memulai advokasi isu KBGO dari 2019 selalu melibatkan pemangku kepentingan lintas sektor baik dari pemerintahan (Kemenkominfo, KPPPA, Polri, dst), lembaga HAM nasional (Komnas Perempuan), platform digital (Meta, IG, Google, Twitter, TikTok, WhatsApp, dll), lembaga PBB terkait, ataupun lembaga berbasis lokal, nasional, regional, bahkan internasional, termasuk komunitas marjinal, feminis, LBH dan para pengada layanan untuk korban	*content collaboration (video animasi, infografis)*, *event collaboration*, menggunakan stakeholder sebagai media partner, maupun narasumber di suatu acara webinar	Public Attention, Public Interest
Melakukan kolaborasi bersama komunitas, organisasi maupun lembaga yang memiliki tujuan yang sama (menangani kekerasan berbasis gender online)	membuka kesempatan kolaborasi seluas-luasnya pada pihak yang memiliki nilai yang sama dalam mengadvokasi KBGO.		

Dalam tabel 2 di atas, berdasar penyajian data wawancara, Informan menjelaskan progam-progam strategi yang dilakukan @AwasKBGO. Seperti yang dijelaskan di awal bahwa dalam tahap analisis juga terdiri dari; analisis isu, analisis publik, media yang akan dipakai, analisis stakeholder, analsiis kebijakan, analisis peluang dan hambatan—SWOT). Untuk Analisis isu salah satu progam strategi dalam rangka memberikan informasi pemahaman bentuk atau jenis kekerasan berbasis gender online yang kerap terjadi @AwasKBGO melakukan taktik dengan menciptakan fitur atau ruang aduan dalam media social maupun website resminya dan melakukan riset pada literatur atau artikel online yang membahas terkait Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO).

Setelah aduan dan data-data riset dari artikel online maupun literatur atau kasus-kasus berdasar aduan @AwasKBGO melakukan *ouput* progam, yaitu kembali riset analisis untuk isu atau konten yang diangkat berdasar data-data tersebut dan melakukan kampanye di social media dengan tujuan mengedukasi public/*audiens* perihal Kekerasan Berbasis Gender Online. Kemudian untuk

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license
ISSN 2088-8090 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

tahap analisis lainnya, seperti yang dikatakan Informan utama Ellen Kusuma, bahwa isu KBGO masih menjadi wawasan baru bagi masyarakat maka @AwasKBGO, maka progam yang dikeluarkan *(ouput progam)* adalah berpusat pada pilar topik utama yang paling dasar yaitu, memberikan pemahaman bentuk atau jenis kekerasan berbasis gender online. Dengan analisis isu ini akan menghasilkan dampak atau *impact* dari ouput progam *Public Attention dan Public knowledge.*

Pada tahap awal analisis *stakeholder*—pemangku kepentingan yang membantu dan berpihak dengan isu atau permasalahan yang sedang diangkat atau memiliki tujuan yang sama—@AwasKBGO melakukan progam strategi dengan melakukan hubungan erat dengan para stakeholder. Kemudian taktik yang dilakukan @AwasKBGO adalah melakukan Kerjasama seperti kolaborasi seperti menjadikannya media partner, pembicara di webminar, rekan aksi damai (demo) dan konsolidasi kepada para stakeholdernya, seperti; sektor baik dari pemerintahan (Kemenkominfo, KPPPA, Polri, dst), lembaga HAM nasional (Komnas Perempuan), platform digital (Meta, IG, Google, Twitter, TikTok, WhatsApp, dll), lembaga PBB terkait, ataupun lembaga berbasis lokal, nasional, regional, bahkan internasional, termasuk komunitas marjinal, feminis, LBH dan para pengada layanan untuk korban. Dengan analisis stakeholder yang dihasilkan akan menghasilkan *outcome Public Attention* dan *Public Interest.*

Strategi

Kegiatan Advokasi adalah proses komunikasi strategis yang memerlukan perencanaan dan susunan strategi yang jelas dan kuat seperti menyangkut soal bagaimana @AwasKBGO sebagai lembaga advokat memperdayakan tenaga, sarana seperti platform media yang dipakai maupun dalam pemilihan metode yang tepat.

Tabel 3. Penyajian data wawancara informan beserta output progam dari strategi komunikasi advokasi dengan platform yang digunakan dalam tahap strategi.

Strategi	Taktik	Output	Outcome
Melakukan penyebaran informasi secara masif di berbagai platform agar dapat dijangkau dan diakses dengan mudah oleh masyarakat	Mengadakan kampanye online di media sosial seperti via webinar atau online workshop, yang juga dilakukan secara luring. menyebarkan publikasi agar mudah diakses dan dipahami.	Webinar, Workshop online/luring. konten multimedia/edukasi digital berformat PDF	Public knowledge, Public engagement, Public sharing
Menyebarkan Informasi edukasi KBGO yang dapat menjangkau dan diterima oleh banyak masyarakat/publik yang tepat sasaran.	Tidak ada spesifik dalam menentukan Target audience. Konten edukasi KBGO menyasar kepada siapa saja yang menggunakan media sosial, terutama Instagram.	*Social media campaign* (Instagram sebagai salah satu kanal komunikasi utama Awas KBGO)	Public knowledge
Mempunyai 1 media sosial utama yang menjadi prioritas dalam melakukan komunikasi advokasi	Memilh Instagram sebagai media sosial utama Awas KBGO (lebih aktif dan rutin dalam mempoting suatu informasi maupun event).	*Social media campaign (* advokasi media, pamflet online/offline progam event, colaboration	Public knowledge, Public Attention, Public Interest, Public sharing

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license
ISSN 2088-8090 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

		content, video campaign)	
Memperkuat hubungan dengan audiens melalui kegiatan, pesan, dan materi pendukung yang dirancang sesuai dengan tujuan, kelompok sasaran dan kemitraan.	Menciptakan ruang aman belajar bersama dan Pustaka Awas KBGO juga selain website dan media sosial sebagai alat edukasi publik.	Mengadakan Kelas online di website awaskbgo.id maupun instagram, workshop daring	Public Engagement, Public Participation, Public Activity, public knowledge

Berdasar paparan tabel di atas hasil penyajian data wawancara oleh Informan, dalam tahap strategi ini berfokus pada progam strategi bagaimana @AwasKBGO melakukan strateginya untuk meningkatkan kepedulian dan kesadaran masyarakat terhadap urgensinya Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) dan bagaimana @AwasKBGO memanfaatkan platform-platform yang dipunya guna yang berfungsi sebagai alat edukasi atau pusat informasi KBGO. Dalam progam strategi ini yang dilakukan @AwasKBGO adalah Mengadakan kampanye online di media sosial seperti via webinar atau online workshop, yang juga dilakukan secara luring dengan *output* progam Webinar, Workshop online/luring, konten multimedia/edukasi digital berformat PDF. Selain itu, @AwasKBGO memilih media social Instagram sebagai pusat informasi edukasi maupun kampanye yang dilakukan. Kemudian, dalam progam strateginya @AwasKBGO juga melakukan relasi antar audiens dengan menciptakan progam belajar besama seperti kelas online di website awaskbg.id maupun instagram, workshop daring. Dalam semua uraian tahap strategi ini akan menghasilkan banyak pencapaian atau dampak berupa: *Public knowledge, Public engagement, Public sharing, Public Attention, Public Interest, Public Participation* bahkan *Public Activity.*

Mobilitas

Pada tahap ini @AwasKBGO menggunakan kekuatan massa/orang dalam melakukan aksi seperti demonstrasi atau aksi kampanye dan sejenisnya. Kegiatan ini akan mempermudah media massa untuk turut ikut memblow-up materi maupun tujuan/tuntutan yang dibawa.

Tabel 4. Penyajian data wawancara informan beserta output progam dari hasil tahap mobilitas

Strategi	Taktik	Output	Outcome
Memperkuat hubungan dengan audiens melalui kegiatan, pesan, dan materi pendukung yang dirancang sesuai dengan tujuan, kelompok sasaran dan kemitraan.	Menciptakan ruang aman belajar bersama dan Pustaka Awas KBGO juga selain website dan media sosial sebagai alat edukasi publik.	Mengadakan Kelas online di website awaskbg.id maupun instagram, workshop daring	Public Engagement, Public Participation, Public Activity, public knowledge

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license
ISSN 2088-8090 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

Aksi

Pada tahap ini berdasar data wawancara Informan, @AwasKBGO melakukan serangkaian kegiatan komunikasi, baik secara individual, kelompok atau massa maupun demo atau unjuk rasa. Proses ini biasanya dilakukan secara terus menerus maupun mengikuti *moment* yang ada. Seperti pada saat urgensinya Pengesahan RUU Penghapusan Kekerasan Seksual, Hari-hari Internasional maupun nasional seperti Hari perempuan, Hari 16 HAKTP (Hari Anti Kekerasan terhadap Perempuan) dll.

Tabel 5. Penyajian data wawancara informan beserta output progam dari hasil tahap aksi

Strategi	Taktik	Output	Outcome
Mempertahankan kekompakan kegiatan aksi dan semua mitra demi mewujudkan tujuan/visi yang dituju (mengusut/menuntut kejahatan KBGO)	Sebagai bagian dari SAFEnet ada saatnya mengikuti aksi. Melakukan kampanye dengan sebagian besar dilakukan secara online (advokasi secara online.	Social media campaign (mengampanyekan pengesahan RUU Penghapusan Kekerasan Seksual)	Public attention, public sharing, Public Participation, Public Activity

Evaluasi

Evaluasi dilakukan baik dari proses, output yang dihasilkan maupun dampak dari kegiatan advokasi; kampanye di media sosial maupun kegiatan kampanye luring yang terlah dilakukan. Dalam tahap ini berdasar data wawancara Informan, pihak perencanaan dan pengelola konten @AwasKBGO melakukan evaluasi dari rencana strategis yang telah disusun, dan aspek-aspek yang perlu dikoreksi dan diperbaiki secara berkala. Seperti yang ada pada tabel hasil penelitian berikut:

Tabel 5. Penyajian data wawancara informan beserta output progam dari hasil tahap mobilitas

Strategi	Taktik	Output	Outcome
Melakukan tahap akhir, seperti evaluasi rutin secara berkala kepada seluruh tim media sosial strategy/tim content creator, tim teknis media sosial @AwasKBGO	1) Melakukan evaluasi rutin tiap minggunya untuk kembali mengoreksi hasil kampanye sebelumnya maupun untuk memilah isu urgensi apa yang akan diangkat untuk konten berikutnya. 2) Melakukan evaluasi tiap bulan untuk kasus pengaduan yang masuk ke website SAFEnet. 3) Melakukan riset kembali agar pesan yang	1) Melakukan upgrading dalam pengemasan isu/topik dalam konten media Instagram secara berkala 2) Menggunakan fitur Alt teks agar pesan bisa tersampaikan kepada penyandang disabilitas tunanetra	public knowledge, Kepercayaan publik, Public attention

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license
ISSN 2088-8090 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

	disampaikan bisa diterima dari semua kalangan		

Kesinambungan

Dalam melakukan kegiatan advokasi yang mana itu juga salah satu bentuk komunikasi strategis yang dirancang untuk melahirkan sebuah perubahan nilai dan perilaku, seperti dari apatis menjadi *aware,* dari yang hanya sekedar tau sebagai *knowledge* menjadi berkembang pada tahap *action.* Tujuan dan strategi dari waktu ke waktu perlu makin diperdalam dan diperluas lebih spesifik dengan melakukan evaluasi secara rutin. Seperti yang disampaikan pada Wida sebagai Informan pendukung @AwasKBGO, yang melakukan kegiatan evaluasi tiap minggu dan tiap bulan pada masing-masing tujuan tertentu. Salah satu contohnya, Wida mengungkapkan pada saat melakukan evaluasi dan riset kembali, ditemukan korban kasus Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) yang paling rentan dan meningkat adalah anak-anak di usia dini. Maka, pihak/tim @AwasKBGO melakukan peningkatan edukasi berupa konten di media sosial terutama Instagram dengan isu kasus KBGO pada anak-anak usia dini/minor untuk kedepannya.

Informan pendukung juga mengungkapkan, untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan bisa diterima oleh semua kalangan. Selain, melakukan pembaruan pada konten Instagram tiap minggunya, seperti isu apa yang paling urgensi yang perlu disampaikan kepada audiens. @AwasKBGO juga menggunakan fitur Alt. Teks pada Instagram agar kedepannya informasi/pesan pada konten kampanye dan edukasi di Insgragram tetap bisa dibaca oleh para penyandang disabilitas Tunanetra.

Hal ini adalah gambaran dalam suatu proses kesinambungan, dari hasil evaluasi yang dihasilkan harus dimanfaatkan sebagai jenjang strategi baru berikutnya dan bisa mengatasi masalah-masalah atau kekurangan yang sebelumnya ada. Dengan demikian, mengikuti alur berpikir Strategi Komunikasi Advokasi bagan "A" *Frame,* dari tahap akhir evaluasi bisa kembali ke langkah analisis, kemudian strategi hinggan aksi/tindakan untuk terus berkelanjutan atau berkesinambungan sebagaimana yang tergambar dalam bagan "A" *Frame* di atas.

Kesimpulan

Dengan adanya, laporan aduan terkait peningkatan Kekerasan Berbasis Gender Online dari para korban, khususnya pada masa pandemic covid-19 yang mencapai peningkatan sebesar 375% (169 kasus) dibandingkan dengan 2019 (45 kasus) tentang penyebaran konten intim secara non konsensual, SAFEnet berinisiatif meluncurkan @AwasKBGO sebagai afliasi untuk meningkatkan kesadaran public mengenai KBGO melalui platform digital. Dengan adanya kesadaran masyarakat, diharapkan akan melahirkan kerja sama dalam melawan kejahatan KBGO dan memiliki wawasan bagaimana cara menyikapi dan melindungi diri dari KBGO.

Maka, dalam rangka usaha meningkatkan *awereness* yang dilakukan Lembaga advokat @AwasKBGO untuk melakukan strategi advokasi dan aksi kampanye, dalam penelitian ini menggunakan acuan teori dari Johns Hopkins University (1988) dengan 6 unsur-unsur teori advokasi komunikasi yang disebut piramida "Bagan A" yang terdiri dari; Analisis, strategi, Aksi, Mobilitas, Evaluasi dan Kesinambungan. Dapat disimpulkan dalam penelitian ini untuk perancangan komunikasi strategi advokasi yang berhasil dengan tujuan meningkatkan kesadaran public @AwasKBGO telah memenuhi 6 unsur-unsur atau tahapan-tahapan teori advokasi komunikasi milik Johns Hopkins University (1988). @AwasKBGO telah melakukan serangkaian tahapan dari awal analisis (analisis isu dan analisis stakeholder, strategi, mobilitas, aksi hingga tahap evaluasi kemudian kesinambungan. Dengan semua progam strategi beserta output progam yang dibuat @AwasKBGO akan menghasilkan *impact* atau *outcome* progam yaitu kepedulian dan kesadaran public.

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license
ISSN 2088-8090 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

Referensi

Arianto, B. (2021). Media Sosial Sebagai Ruang Baru Kekerasan Berbasis Gender Online di Indonesia. *PERSEPSI Communication Journal, Vol 4, No 2*. doi:https://doi.org/10.30596/persepsi.v4i2.7628

Atnan, N. (2016). Strategi Komunikasi dalam Advokasi Hasil Penelitian (Studi : Mahasiswa Klinik Hukum Anti Korupsi Fakultas Hukum Unpad Tahun 2004). *Jurnal Hukum & Pembangunan*.

Departemen Kajian Strategis. (2021, maret 29). *LM Psikologi UGM Kabinet Gama Pancarona*. (UGM) Dipetik agustus 19, 2023, dari lm.psikologi.ugm.ac.id: https://lm.psikologi.ugm.ac.id/2021/03/satu-tahun-pandemi-meningkatnya-kekerasan-basis-gender-online/

Dirna, F. C. (2021). Pengaruh Media Sosial "Instagram" Di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Kekerasan Berbasis Gender Online. *Jurnal Wanita dan Keluarga, Vol. 2 (2*, 75-92. doi:https://doi.org/10.22146/jwk.3617

Hayati, N. (2021). Media Sosial Dan Kekerasan Berbasis Gender Online Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal hukum, Humaniora, Masyarakat dan Budaya*, 43-52.

Illene, A., Damajanti, M. N., & Muljosumarto, C. (2019). Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Kekerasan Berbasis Gender Online. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra, Vol 1, No 14*.

Indrasty, R. W. (2018). Gender dalam kasus kekerasan terhadap perempuan di media online. *jurnal ilmu jurnalistik, vol 3 (1)*, 90-112. doi:10.15575/ANNABA. V1I1.581

Krisanti Putri, M. E., Wijaya, L. S., & Kristiyani, D. N. (2020). Peran Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus pada Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana - Salatiga). *IMPRESI Jurnal Ilmiah Media, Public Relations dan Komunikasi, Vol 1, No 2*. doi:https://doi.org/10.20961/impresi.v1i2.42227

Musyaffa, R. A., & Effendi, S. (2022, September). Kekerasan Berbasis Gender Online Dalam Interaksi di Media Sosial. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Volume 19 Nomor 2*. Dipetik September 2022

Oktafiana, S. F., & Kristiana, N. (2021). Perancangan Kampanye Sosial Tentang Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan di Indonesia. *Jurnal Barik*, 258-270.

Prameswari, J. C., Hehanussa, D. A., & Salamor, Y. B. (2021). Kekerasan Berbasis Gender Di Media Sosial. *PAMALI Pattimura Magister Law Review*, 55-61.

Pratiwi, M. A., & Satriadi, D. (2021). Persepsi dan Kondisi Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) pada Pekerja Wanita di Indonesia. *Jurnal Masyarakat Maritim, VOL. 5 NO. 2*. doi:https://doi.org/10.31629/jmm.v5i2.3463

Ratnasari, E., Sumartias, S., & Romli, R. (2021). Social Media, Digital Activism, and Online Gender-Based Violence in Indonesia. *Nyimak Journal of Communication*, 97–116.

Ratnasari, E., Sumartias, S., & Romli, R. (2020, December). Penggunaan Message Appeals dalam Strategi Pesan Kampanye Anti Kekerasan Berbasis Gender Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 18, No. 3*, 352-370. doi:https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3844

Safenet Voice. (2020). *SAFEnet*. Dipetik AGUSTUS 18, 2023, dari https://safenet.or.id/: https://safenet.or.id/id/2020/12/rilis-pers-peningkatan-kekerasan-berbasis-gender-online-selama-pandemi/

Simatupang, A. (2009, November). *Kesadaran & Kesadaran Publik (Kesadaran Publik)*. Diambil kembali dari https://ircdindonesia.wordpress.com/: https://ircdindonesia.wordpress.com/

Copyright © 2023, Gandya Fitrah, M. Himawan Sutanto
This is an open access article under the CC–BY-SA license
ISSN 2088-8090 (Print) ISSN 2597-6648 (Online)
Sospol: Jurnal Sosial Politik
Vol 9 No 2 (2023), pp.176-189

Syarifuddin, harahap, N., Faisal, M., & Daudsyah, T. (2023). "Sesi penyadaran Kekerasan Berbasis Gender (Raising Awareness Session on Gender Baesd Violence). *Jurnal Hukum dan Kemasyarakatan Al-Hikmah, Vol. 4, No. 1.*

Therik, J., & Lino, M. (2021). Membangun Kesadaran Masyarakat Sebagai Upaya Pelestarian Lingkungan. *Jurnal Administrasi Publik, Vol. 17 No. 1.*

Wiryawan, D., Riyantini, R., & Handayani, L. (2021). Komunikasi Advokasi Klarifikasi Fakta Pemberitaan Hoaks Pada Instagram @Jalahoaks. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 198-211.

Zainal S, M. (2018). Implementasi Advokasi, Komunikasi, Mobilisasi Sosial Dalam Program Pembanguan Bidang Kesehatan. *Jurnal Perspektif Komunikasi, Vol 1. No. 3.*

Wawancara

Kusuma, Ellen. (2022). Via Gmail, 15 Dec, 2022.

Wida (2023). Via Googlemeet, 12 May, 2023

Strategi Advokasi Anti Kekerasan Berbasis Gender Online pada Akun @AwasKBGO Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Publik

ORIGINALITY REPORT

17%	17%	1%	8%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ircdindonesia.wordpress.com Internet Source	2%
2	123dok.com Internet Source	2%
3	perpustakaan.bnn.go.id Internet Source	2%
4	publikasi.mercubuana.ac.id Internet Source	2%
5	Ridawati Sulaeman, Ni Made Wini Putri Febrina Sari, Dewi Purnamawati, Sukmawati Sukmawati. "Faktor Penyebab Kekerasan Pada Perempuan", Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal, 2022 Publication	1%
6	media.neliti.com Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	1%

Student Paper

8	jurnal.ut.ac.id Internet Source	1 %
9	pontianak.tribunnews.com Internet Source	1 %
10	ojs.bakrie.ac.id Internet Source	1 %
11	jurnal.darmaagung.ac.id Internet Source	1 %
12	www.kemenpppa.go.id Internet Source	1 %
13	dspace.uii.ac.id Internet Source	1 %
14	takihumasunj.com Internet Source	1 %
15	repository.unhas.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 1%
Exclude bibliography	On		