

**Kampanye Digital “Stop Kekerasan Pada Anak dan Perempuan”
Melalui Instagram @ppapp.jakbar**

Faras Panca Wangi, Dini Wahdiyati, Yulia Rahmawati

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
Jl. Limau II No.3 3, RT.3/RW.3, Kramat Pela, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12210
Email Korespondensi: pancafaras@gmail.com

***Abstract** - This study discusses the effectiveness of the digital campaign "Stop Violence Against Children and Women" by the West Jakarta PPAPP Sub-department through the Instagram account @ppapp.jakbar. Using a descriptive qualitative method with Pierre Lévy's New Media theory, this study aims to identify the extent to which this campaign builds public awareness about preventing violence and increases public interaction and participation in the digital space. The results of the study show that although the campaign has been implemented from 2021 to the present, and has experienced an increase in the number of followers, public engagement is still low. This is due to the lack of an attractive visual communication strategy, limited human resources to manage content, less than optimal use of Instagram's interactive features such as quizzes, polls, discussions in the comments column, and one-way campaign messages. This study recommends strengthening the campaign strategy with a participatory approach, improving visual quality, and cross-community collaboration to expand the reach of the message. These findings emphasize the importance of careful content planning and emotionally relevant message delivery to encourage more active and sustainable public involvement in digital campaigns.*

***Keywords:** Digital Campaign; Violence; Instagram; Awareness; Participation*

Abstrak – Penelitian ini membahas efektivitas kampanye digital “Stop Kekerasan Pada Anak dan Perempuan” oleh Suku Dinas PPAPP Jakarta Barat melalui akun Instagram @ppapp.jakbar. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teori New Media dari Pierre Lévy, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana kampanye ini membangun kesadaran masyarakat tentang pencegahan kekerasan serta meningkatkan interaksi dan partisipasi masyarakat di ruang digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun kampanye telah dilaksanakan pada tahun 2021 hingga sekarang, serta mengalami peningkatan jumlah pengikut tetapi keterlibatan publik masih rendah. Hal ini disebabkan oleh minimnya strategi komunikasi visual yang menarik, terbatasnya sumber daya manusia yang mengelola konten, belum optimalnya pemanfaatan fitur interaktif Instagram seperti kuis, polling, diskusi di kolom komentar serta pesan kampanye yang bersifat satu arah. Penelitian ini merekomendasikan penguatan strategi kampanye dengan pendekatan partisipatif, peningkatan kualitas visual, dan kolaborasi lintas komunitas untuk memperluas jangkauan pesan. Temuan ini menekankan pentingnya perencanaan konten yang matang dan penyampaian pesan yang relevan secara emosional untuk mendorong keterlibatan masyarakat yang lebih aktif dan berkelanjutan dalam kampanye digital.

Kata Kunci: Kampanye Digital; Kekerasan; Kesadaran; Partisipasi

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama di bidang media sosial, telah bergerak dengan sangat pesat saat ini. Media sosial adalah platform atau layanan online yang memungkinkan penggunaannya untuk mengakses, mengikuti, serta berpartisipasi dalam pembuatan, memberikan komentar, hingga membagikan berbagai konten yang Terdapat dalam beragam format, seperti teks, gambar, video, dan foto (Hidayatullah dalam Qatrunnada et al., 2020).

Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa. Media sosial telah merubah cara individu berinteraksi, berbagi informasi, dan mengakses beragam konten yang tersedia. Media sosial seperti Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi memiliki potensi yang besar sebagai alat untuk menyebarkan pesan - pesan edukasi.

Instagram adalah platform media sosial yang digunakan oleh penggunanya untuk berbagi informasi melalui gambar, foto, video, dan keterangan (Atmoko dalam Sutrisno & Mayangsari, 2021) Instagram tidak hanya merupakan media yang digunakan untuk mengekspresikan diri tetapi juga digunakan sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat luas.

Instagram memberikan ruang yang luas bagi institusi pemerintah maupun lembaga sosial untuk menjangkau masyarakat secara lebih efektif dan interaktif.

Informasi maupun gerakan yang dilakukan oleh seseorang dapat menyebar dengan

mudah dan cepat. Hal ini dapat menimbulkan sisi buruk maupun sisi positif yang akan ditimbulkan (Lestari & Dicky, 2024)

Media sosial bisa diibaratkan seperti pedang bermata dua; di satu sisi dapat membawa dampak positif, namun di sisi lain juga bisa menimbulkan dampak negatif. Karena itu, penting untuk menggunakan media sosial secara bijak agar manfaat positifnya bisa diperoleh secara maksimal (Wahdiyati et al., 2023).

Dalam kehidupan ini, seringkali kita menyaksikan peristiwa-peristiwa yang memprihatinkan bagi banyak masyarakat. Salah satu contohnya adalah pelecehan, kekerasan, dan penyimpangan yang dilakukan oleh individu-individu yang tidak memiliki etika dalam menjalani kehidupan (Wulandari dalam Rohmah et al., 2019)

Salah satu isu yang kerap menjadi perhatian adalah kekerasan terhadap anak dan perempuan. Fenomena ini masih menjadi persoalan krusial yang memerlukan perhatian masyarakat dalam menciptakan lingkungan yang aman (Al Adawiah, 2024).

Kekerasan terhadap anak dan perempuan masih sering terjadi di berbagai lingkungan, seperti rumah tangga, institusi pendidikan, hingga ruang publik. Efek yang akan terjadi jika terkena tindak kekerasan adalah gangguan fisik, gangguan psikologis, masalah sosial, dan masalah perilaku.

Penting untuk dipahami bahwa kekerasan ini tidak hanya berdampak pada fisik, tetapi juga dapat menimbulkan trauma psikologis jangka panjang yang memengaruhi pertumbuhan, kepercayaan

diri, hingga kualitas hidup korban. Oleh sebab itu, peran serta masyarakat menjadi sangat penting dalam menciptakan budaya yang menghargai hak asasi manusia, kesetaraan gender, dan keamanan sosial.

Gangguan psikologis merupakan gangguan yang paling besar dirasakan dan membutuhkan pemulihan yang cukup panjang dibandingkan gangguan fisik (Rivandy & Tohir 2016). Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya serius dalam mencegah dan menangani kasus kekerasan pada anak dan perempuan agar mereka dapat tumbuh dengan aman dan nyaman serta mendapat hak – haknya secara penuh.

Kekerasan terhadap perempuan dan anak sering kali diibaratkan sebagai fenomena gunung es, di mana masih banyak kasus yang tersembunyi di bawah permukaan dan belum terungkap, meskipun sebenarnya telah dialami oleh perempuan dan anak-anak. (Perempuan, K. M 2020).

Ketiadaan laporan bukan berarti ketiadaan kasus. Justru, banyak korban memilih diam karena sistem perlindungan yang belum sepenuhnya berpihak kepada mereka. Dalam konteks ini, negara dan masyarakat memiliki peran penting dalam membangun sistem yang aman dan mendukung bagi korban untuk bersuara. Upaya seperti penyediaan layanan pengaduan yang mudah diakses, pendampingan psikologis, perlindungan hukum, serta edukasi publik harus diperkuat dan disosialisasikan secara masif.

Hingga saat ini, meskipun ilmu pengetahuan dan teknologi telah berkembang pesat, perempuan masih lebih sering menjadi korban kekerasan dibandingkan laki-laki, baik di lingkungan keluarga, dunia industri, tempat kerja, maupun dalam konteks sosial dan budaya.

Perbedaan jenis kelamin serta pandangan yang bias terhadap gender menyebabkan perempuan kerap diperlakukan secara tidak adil. (Azizah, 2021).

Semua faktor ini menunjukkan pentingnya pemberdayaan. Perempuan berdaya memiliki otonomi dan mampu menentukan pilihan untuk melakukan atau menghindari perilaku tertentu serta bertanggung jawab menentukan nasibnya di masa depan (Sa & Achmad, 2024).

Pemberdayaan perempuan dan anak bukan hanya soal meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga merupakan upaya sistemik untuk mengubah struktur sosial yang masih diskriminatif. Ketika perempuan memiliki akses yang setara terhadap pendidikan, ekonomi, serta informasi, mereka akan lebih mampu mengenali dan melawan bentuk-bentuk kekerasan yang dialami. Pemberdayaan ini juga mencakup peningkatan kepercayaan diri, kemampuan mengambil keputusan, serta keberanian untuk menyuarkan hak dan ketidakadilan yang terjadi di sekitar mereka.

Berdasarkan data dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemen PPA) pada tahun 2025, terdapat sebanyak 5.669 kasus kekerasan yang dialami oleh perempuan dan anak di Indonesia. dengan rincian 4.911 korban perempuan dan 1.153 korban laki – laki.

Data tersebut mengindikasikan bahwa kekerasan terhadap perempuan dan anak masih merupakan masalah serius di Indonesia. Tingginya angka kekerasan ini menunjukkan masih adanya celah dalam sistem perlindungan serta minimnya pemahaman masyarakat terkait pentingnya

pengecehan dan pelaporan tindakan kekerasan.

Menurut data yang diambil dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemen PPA) pada tahun 2025, jenis kekerasan yang paling sering dialami oleh korban adalah kekerasan seksual, yang mencatatkan jumlah sebanyak 2. 418 kasus. Diikuti oleh kekerasan fisik dengan 1. 897 kasus, serta kekerasan psikis yang mencapai 1. 764 kasus. Selain itu terdapat 642 kasus penelantaran, 475 kasus trafficking, serta 91 kasus eksploitasi.

Data di atas hanya menampilkan kasus-kasus yang telah dilaporkan, sehingga kemungkinan jumlah kasus yang terjadi di lapangan sebenarnya lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh banyaknya kasus yang tidak dilaporkan karena berbagai macam alasan (Pinjungwati, 2020 dalam Al Adawiah, 2024), Misalnya, seringkali korban dan keluarga merasa malu, takut, atau tidak yakin tentang cara melaporkan tindak kekerasan yang dialami (Adawiah & Eleanora, 2023).

Suku Dinas Pemberdayaan, Perlindungan Anak, dan Pengendalian Penduduk (PPAPP) Jakarta Barat memiliki peran penting dalam memberikan perlindungan dan juga edukasi kepada masyarakat terkait pentingnya pencegahan kekerasan terhadap perempuan dan anak.

Sesuai dengan Peraturan Gubernur Nomor 57 Tahun 2022 mengenai Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah, Suku Dinas PPAPP memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan urusan pemerintahan di bidang pemberdayaan masyarakat, pemberdayaan perempuan, perlindungan anak, serta pengendalian penduduk dan keluarga

berencana, yang menjadi kewenangan daerah.

Dengan adanya peran dari Suku Dinas PPAPP ini dapat memberikan edukasi kepada masyarakat tentang hak-hak perempuan dan anak melalui Kampanye Digital. Salah satu bentuk upaya yang dilakukan oleh Suku Dinas PPAPP Jakarta Barat adalah melalui kampanye digital yang dilakukan secara konsisten di akun Instagramnya, yaitu @ppapp.jakbar.

Kampanye digital adalah aktivitas yang dirancang secara strategis untuk menyampaikan gagasan, pesan, atau konsep melalui beragam media digital, dengan tujuan utama untuk mencapai sasaran tertentu. (Anastasya et al., 2024). Kampanye “Stop Kekerasan Pada Anak dan Perempuan” ini telah dilaksanakan sejak tahun 2021 hingga saat ini Melalui platform instagram.

Namun, meskipun kampanye ini telah berlangsung selama beberapa tahun dan secara konsisten memproduksi konten, interaksi masyarakat terhadap unggahan di akun @ppapp.jakbar masih tergolong rendah. Minimnya jumlah likes, komentar, share, serta kurangnya partisipasi aktif dari pengikut akun tersebut menjadi indikasi bahwa pesan yang disampaikan belum sepenuhnya menjangkau audiens yang dituju.

Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana kampanye digital ini mampu membangun kesadaran publik terkait pencegahan kekerasan serta meningkatkan interaksi dan partisipasi publik dalam ruang digital.

Penelitian ini diperkuat oleh tiga penelitian terdahulu yang relevan. Penelitian oleh Vanessa Bella Juliet

Arianita dkk. mengkaji kampanye digital #IndonesiaBicaraBaik yang dilakukan oleh Perhumas Indonesia di Instagram, menunjukkan bahwa strategi komunikasi melalui kategori konten edukatif belum dilengkapi evaluasi efektivitas yang terukur. Penelitian oleh Safyra Fajari Oktafiana dan Nova Kristiana menekankan pentingnya desain visual kampanye digital terhadap isu pelecehan seksual di Instagram @awaskbgo, dengan hasil yang menunjukkan media kampanye sangat layak dan efektif.

Sementara itu, penelitian oleh Lani Dharmasetya dkk. menyoroti peran kampanye daring sebagai sarana edukasi dan mobilisasi sosial dalam mencegah Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT), dengan potensi besar untuk membangun kesadaran, empati, serta dukungan terhadap korban melalui media sosial.

Ketiga penelitian ini menegaskan bahwa kampanye digital di media sosial dapat menjadi strategi komunikasi yang kuat dalam menyuarakan isu sosial dan membangun kesadaran publik. Namun, penelitian ini memiliki kebaruan dan orisinalitas yang jelas, yaitu fokus pada analisis interaktivitas dan partisipasi publik dalam kampanye digital “Stop Kekerasan pada Anak dan Perempuan” di Instagram @ppapp.jakbar.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, studi ini tidak hanya menilai efektivitas konten dan desain visual, tetapi juga mengeksplorasi bagaimana elemen interaktif dapat meningkatkan keterlibatan publik dan membangun komunikasi dua arah yang lebih efektif. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan baru tentang pentingnya strategi komunikasi

yang partisipatif dalam kampanye digital untuk isu kekerasan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif bertujuan menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata, baik tertulis maupun lisan, yang diperoleh dari objek yang diamati sepanjang proses penelitian (Moleong 2019: 6)

Penelitian ini bersifat humanistik, di mana manusia diposisikan sebagai subjek utama dalam suatu fenomena sosial. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif, dengan fokus untuk menggambarkan apa yang terlihat, terdengar, dirasakan, serta hal-hal yang ditanyakan (Sugiono, 2015).

Penelitian ini menggunakan Teori New Media yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Dalam karyanya berjudul "New Media: Teori dan Aplikasi" (2011:30). Teori ini terdapat dua pandangan yaitu Interaksi Sosial dan Integrasi Sosial. Levy menguraikan bahwa teori ini mengkaji dinamika dan perkembangan media masa kini. Selain itu, teori ini sangat relevan dengan kemajuan teknologi komunikasi, khususnya media sosial, yang kini telah menjadi salah satu sarana komunikasi yang paling populer di kalangan masyarakat modern.

Pierre Levy melihat World Wide Web (WWW) menjadi bentuk lingkungan informasi yang terbuka, elastis serta bergerak, yang mengharuskan individu meluaskan pengetahuan yang baru. Teori ini sangat relevan dengan karakteristik media sosial yang dinamis, dan partisipatif.

Dengan hadirnya media sosial sebagai bentuk media baru, peneliti

berpendapat bahwa teori media baru sangat relevan dalam konteks keberadaan media sosial ini. Teori new media yang dikembangkan oleh Pierre Levy digunakan untuk melihat bagaimana media sosial berperan sebagai ruang interaktif yang memungkinkan masyarakat bukan hanya menerima informasi, tetapi juga menjadi bagian dari proses komunikasi itu sendiri.

Penelitian ini melibatkan tiga orang informan yang dianggap relevan dan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan terkait kampanye digital yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman, yang terdiri dari empat tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, pengumpulan data dan verifikasi.

Dalam memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan Triangulasi Sumber. Triangulasi sumber berfungsi untuk menghindari bias peneliti, karena data yang diperoleh dari beberapa sumber memberikan gambaran yang lebih luas dan komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

Penggunaan berbagai referensi yang relevan juga berperan penting dalam validitas data, karena referensi tersebut memberikan landasan teoritis yang kuat. Maka dari itu, penelitian ini dapat menjadi lebih kuat dan dapat dipercaya, sehingga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang kampanye digital yang diteliti.

Hasil Dan Pembahasan

Kampanye Digital “Stop Kekerasan pada Anak dan Perempuan melalui akun

instagram @ppapp.jakbar telah dijalankan sejak tahun 2021. Kampanye ini merupakan salah satu bentuk upaya edukatif dalam menyampaikan pesan – pesan terkait pencegahan kekerasan pada Anak dan Perempuan. Pesan yang disampaikan berbentuk konten dengan penekanan pada elemen grafis, sehingga publik dapat lebih mudah dan cepat memahami isi pesan kampanye tanpa perlu membaca keterangan yang mendalam (Moestopo, 2021).

Namun, meski isu yang diangkat sangat relevan dan sangat informatif, tingkat interaksi dan partisipasi publik terhadap konten yang diunggah masih tergolong rendah. Fenomena ini menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah kampanye digital tidak hanya diukur dari jumlah pengikut atau penyebaran informasi, tetapi juga dari kualitas keterlibatan publiknya.

Mengacu pada teori New Media, khususnya pandangan Pierre Levy, media digital seperti Instagram seharusnya berfungsi sebagai ruang interaktif yang memungkinkan keterlibatan sosial dan demokrasi partisipatif. Kampanye @ppapp.jakbar pada tahap awal justru menampilkan konten yang bersifat satu arah dan kurang menstimulus dialog atau partisipasi aktif.

Menurut Pierre Levy, media seharusnya menjadi lingkungan yang terbuka dan fleksibel, memungkinkan pengguna tidak hanya sebagai konsumen pasif tetapi juga pelaku aktif yang berbagi pengetahuan dan pengalaman. Kurangnya elemen interaktif, seperti pertanyaan terbuka, polling, atau tantangan sosial dalam konten yang diunggah, membatasi ruang tersebut sehingga interaksi publik menjadi minimal.

Pemilihan Instagram sebagai Media Kampanye Digital

Berdasarkan hasil wawancara dengan Humas sekaligus pengelola akun Instagram @ppapp.jakbar, pemilihan Instagram sebagai media utama dalam kampanye dan edukasi digital bukan tanpa alasan. Instagram dipilih karena merupakan salah satu platform media sosial yang paling populer dan umum digunakan oleh masyarakat Indonesia. Instagram memiliki beragam format konten visual yang dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menyampaikan pesan kampanye.

Menurut teori New Media, media digital bukan hanya saluran satu arah, melainkan ruang partisipatif yang memungkinkan komunikasi dua arah dan kolaborasi antara pengguna dan penyelenggara media. Instagram, dengan fitur-fitur seperti *Reels*, *Stories*, dan *Collabs*, sebenarnya menawarkan potensi besar untuk membangun dialog sosial serta keterlibatan publik secara aktif.

Explore juga merupakan tampilan populer dan banyak digemari para pengguna Instagram (Faisal Zain et al., 2023). Oleh karena itu *Explore*, membuka peluang bagi terbangunnya dialog sosial dan peningkatan keterlibatan publik secara aktif dalam kampanye digital. Namun temuan menunjukkan bahwa pendekatan kampanye pada tahap awal bersifat informatif dan satu arah. Konten yang dominan berupa info grafis dan video tanpa ajakan berinteraksi mengindikasikan bahwa aspek partisipasi belum maksimal.

Fitur-fitur tersebut harusnya dapat memberikan fleksibilitas dalam menyampaikan pesan secara kreatif dan dinamis. Setiap format konten memiliki

keunggulan tersendiri. *Reels* cocok untuk konten berdurasi panjang, *Story* efektif untuk komunikasi cepat dan ringan, Fitur *Collabs* juga memungkinkan kerja sama dengan influencer atau pihak lain yang memiliki audiens lebih luas, sehingga dapat memperkuat jangkauan kampanye.

Keunggulan utama Instagram terletak pada kemampuannya membangun komunikasi dua arah. Melalui kolom komentar, fitur polling di story, atau interaksi di *Reels*, masyarakat bisa diajak untuk berdiskusi, menyampaikan pengalaman, atau memberikan dukungan terhadap isu yang sedang diangkat.

Teori New Media menekankan bahwa individu memungkinkan untuk mengembangkan pengetahuan baru dan berpartisipasi dalam proses demokratis yang lebih interaktif. Interaksi yang terjadi di media ini mendukung pembagian informasi dan kekuasaan secara lebih merata dalam masyarakat.

Oleh karena itu Pengelolaan kampanye digital ini Perlu dirancang bukan hanya sebagai alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai platform interaktif yang mengajak masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dan berkelanjutan. Sebagai salah satu platform media sosial terpopuler saat ini, Instagram memegang peran penting dalam menjamin terciptanya interaksi pengguna yang berlangsung dalam lingkungan yang aman dan mendukung secara positif (Medvi & Syahminan, 2024).

Hal ini menjadikan Instagram tidak hanya sebagai alat penyampaian informasi satu arah, tetapi sebagai media interaktif yang memungkinkan terjadinya dialog sosial. Selain itu, penggunaan tagar (hashtag) yang relevan seperti juga

berkontribusi besar dalam memperluas jangkauan konten, bahkan hingga ke audiens yang belum mengikuti akun tersebut.

Dengan algoritma Instagram yang mendukung konten viral dan interaktif, strategi digital kampanye menjadi lebih kuat dan memiliki potensi untuk membentuk opini publik secara luas. Pengelolaan kampanye digital melalui Instagram juga perlu dirancang secara strategis dan berkelanjutan. Kampanye tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga harus mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif, misalnya melalui tantangan sosial (*social challenge*), berbagi cerita pribadi, atau menjawab pertanyaan interaktif.

Dengan demikian, Instagram dapat berfungsi sebagai platform edukatif sekaligus ruang partisipatif yang membangun solidaritas publik dalam upaya mencegah dan menghapus kekerasan terhadap anak dan perempuan. penguatan kapasitas pengelolaan konten dan pemanfaatan fitur Instagram secara maksimal menjadi penting agar kampanye yang dilakukan tidak hanya menjangkau banyak orang, tetapi juga mampu menggerakkan aksi nyata di masyarakat.

Tantangan Interaksi dan Partisipasi Publik

Salah satu tantangan utama dalam pelaksanaan kampanye digital oleh akun Instagram @ppapp.jakbar adalah rendahnya tingkat interaksi dan partisipasi publik terhadap konten yang diunggah. Meskipun kampanye ini mengangkat isu yang sangat penting dan relevan, seperti kekerasan terhadap anak dan perempuan, namun pada awal pelaksanaannya belum

didukung oleh perencanaan strategis yang matang, baik dari sisi desain komunikasi visual maupun pendekatan interaktif kepada audiens.

Konten yang diunggah pada tahap awal cenderung bersifat informatif satu arah, tanpa adanya upaya yang cukup untuk menciptakan dialog atau keterlibatan aktif dari pengikut akun. Hasil wawancara yang dilakukan lewat DM (direct message) dengan beberapa pengikut akun instagram @ppapp.jakbar menyatakan bahwa pesan yang disampaikan dalam kampanye ini dianggap cukup edukatif dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami.

Konten-konten tersebut dinilai memberikan informasi penting mengenai bentuk kekerasan, hak-hak perempuan dan anak, serta layanan pengaduan yang tersedia. Namun, meskipun mengapresiasi isi kontennya, responden mengaku jarang memberikan respons berupa like, komentar, atau membagikan konten tersebut ke orang lain. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara apresiasi terhadap isi konten dan partisipasi nyata di dalam platform.

Menurut responden, salah satu alasan utama kurangnya interaksi adalah tampilan visual konten yang belum cukup menarik atau relevan dengan gaya visual yang biasa dinikmati di media sosial, khususnya Instagram. Selain itu, banyak konten yang masih kurang memuat unsur ajakan atau stimulasi interaktif yang dapat mendorong pengguna untuk terlibat lebih jauh.

Konten yang bersifat ajakan terbuka seperti pertanyaan ringan, polling, kuis, atau narasi yang mengundang diskusi masih jarang ditemukan. Padahal, menurutnya, hal-hal seperti itu penting dalam

membangun keterlibatan emosional sekaligus menciptakan ruang partisipasi aktif bagi audiens. Pandangan ini sejalan dengan pengakuan dari pengelola akun, yang menyebutkan bahwa tantangan dalam meningkatkan interaksi digital masih menjadi salah satu fokus evaluasi internal.

Responden juga menyatakan bahwa saat ini, konten hiburan mendominasi *feeds* pengguna Instagram. Oleh karena itu, jika kampanye digital yang bersifat informatif ini ingin tetap relevan dan tidak terabaikan, maka perlu adanya inovasi dalam pendekatan visual dan gaya penyajian. Misalnya, penggunaan Reels yang mengangkat skenario keseharian, infografik yang *eye-catching*, bisa menjadi langkah untuk membuat pesan lebih relatable dan mudah diterima.

Disarankan pula untuk secara rutin menggunakan fitur-fitur interaktif seperti polling di Instagram *Story*, tantangan (*challenge*), kuis singkat, serta mengajak pengguna untuk membagikan pengalaman atau opini mereka di kolom komentar. Ini tidak hanya memperluas jangkauan konten, tetapi juga membangun rasa kepemilikan dan keterlibatan emosional dari audiens.

Secara keseluruhan, minimnya interaksi publik bukan disebabkan oleh kurangnya kepedulian terhadap isu, melainkan karena strategi komunikasi kampanye yang masih belum menyentuh aspek engagement secara optimal. Kampanye digital seperti yang dilakukan oleh PPAPP Jakarta Barat sebenarnya memiliki potensi yang sangat kuat sebagai alat advokasi sosial.

Namun, potensi ini hanya akan efektif apabila pesan-pesan yang dibawa dikemas dengan pendekatan kreatif, interaktif, dan relevan dengan kebiasaan

publik sebagai sasaran. Oleh karena itu, ke depan perlu adanya peningkatan kapasitas tim, evaluasi konten secara berkala, serta integrasi strategi komunikasi digital yang berorientasi pada partisipasi publik secara aktif dan berkelanjutan.



Gambar 1. Reels Animasi kampanye
(Sumber : Instagram ppapp.jakbar)

Gambar 1 diatas merupakan contoh Reels kampanye yang diunggah oleh akun ppapp@jakbar. Konten ini menampilkan ilustrasi 2 anak, salah satunya terlihat menangis dan takut, serta simbol dengan tangan larangan. Dibagian kanan tertera ajakan singkat “Berani Laporkan!”. Dengan informasi tambahan di caption “Lapor ke P2TP2A”. Secara visual dan pesan, konten ini bersifat deklaratif dan sangat informatif, dengan tujuan menyampaikan pesan pencegahan kekerasan terhadap anak.

Namun masih bersifat satu arah karena tidak adanya unsur ajakan partisipatif, seperti pertanyaan terbuka atau call to action seperti tambahan caption “apakah teman – teman pernah melihat atau mengalami kekerasan? ceritakan di kolom komentar atau bisa kirim DM langsung!”.

Selain itu, Reels ini belum sepenuhnya memanfaatkan fitur Instagram secara maksimal. Belum terdapat penggunaan hashtag kampanye seperti #StopKekerasan, #LindungiAnak, atau #BeraniLapor yang berfungsi untuk memperluas jangkauan dan keterlibatan publik.

Tidak adanya elemen interaktif atau strategi konten membuat pesan yang disampaikan kurang menggugah atau membangun keterlibatan emosional dari audiens. Reels ini diunggah pada tahun 2021, dan berdasarkan hasil wawancara dengan pihak terkait, diketahui bahwa pada saat itu belum ada perencanaan konten yang matang maupun strategi khusus dalam pembuatan visualisasi dan penyusunan pesan kampanye. Hal ini membuat konten bersifat lebih reaktif daripada strategis, sehingga efektivitas dalam membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat masih tergolong rendah.

Evaluasi Strategi Komunikasi dan Visualisasi Konten

Perubahan mulai terlihat pada awal tahun 2025 saat Suku Dinas PPAPP DKI Jakarta menugaskan tenaga humas di masing-masing wilayah administrasi, termasuk Jakarta Barat. Kehadiran tenaga humas ini memberikan dampak signifikan terhadap pengelolaan media sosial, khususnya akun Instagram @ppapp.jakbar.

Sejak saat itu, pengelola akun mulai menyusun content plan bulanan secara lebih terstruktur. Perencanaan konten ini mencakup tema-tema kampanye yang relevan, jadwal unggahan, pemilihan format konten, serta sasaran audiens yang lebih spesifik. Tampilan visual konten juga mengalami peningkatan kualitas, baik dari segi estetika maupun konsistensi desain.

Warna-warna dominan seperti oranye, hijau, ungu, dan biru mulai digunakan secara konsisten sebagai identitas visual kampanye. Masing-masing warna ini memiliki makna simbolis yang dapat memperkuat pesan kampanye, serta membantu audiens mengenali konten sebagai bagian dari inisiatif Dinas PPAPP.

Selain itu, fitur-fitur Instagram mulai dimanfaatkan. Fitur *Reels* digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan konten video singkat yang menarik. Fitur *Story* dimanfaatkan untuk membagikan informasi harian. Fitur *Collabs* juga mulai digunakan untuk menjalin kerja sama dengan akun-akun lain seperti Forum Anak, Forum Genre, dan akun resmi Pemerintahan Kota Jakarta Barat. Kolaborasi ini memperluas jangkauan kampanye serta menciptakan keterlibatan lintas komunitas yang lebih kuat.

Dengan berbagai perubahan tersebut, akun @ppapp.jakbar tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga ruang dialog yang membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pencegahan kekerasan terhadap anak dan perempuan secara lebih strategis dan interaktif.





Gambar 2. Flyer Kampanye

Sumber : Instagram ppapp.jakbar

Gambar 2 di atas dapat dijelaskan sebagai salah satu bentuk visual kampanye digital yang dilakukan oleh akun Instagram @ppapp.jakbar dalam menyuarakan pencegahan kekerasan terhadap anak dan perempuan. Flyer Kampanye ini diunggah pada tanggal 3 Februari 2025 dan juga sudah menggunakan salah satu warna yang konsisten sebagai bagian dari identitas visualisasi kampanye, yaitu biru. Flyer ini membawa pesan utama yang kuat dan jelas, yaitu “Jangan takut bersuara” dalam melaporkan kasus kekerasan terhadap anak dan perempuan.

Melalui desain yang cukup menarik dan persuasif, flyer tersebut tidak hanya menginformasikan masyarakat Jakarta tentang adanya layanan pengaduan, tetapi juga mendorong masyarakat untuk berani melaporkan setiap bentuk kekerasan yang terjadi dan dirasakan. Pesan “Laporkan kekerasan pada Perempuan dan Anak” yang ditampilkan dengan tegas menunjukkan komitmen dalam memberantas tindak kekerasan dan memberikan perlindungan terkait kekerasan terhadap anak dan perempuan.

Flyer tersebut juga menggunakan hashtag #stopkekerasanpadaanak dan #stopkekerasanpadaperempuan yang berfungsi untuk memperluas jangkauan konten yang diunggah. Penggunaan hashtag memungkinkan konten ditemukan oleh lebih banyak orang, termasuk mereka yang belum mengikuti akun @ppapp.jakbar. Dengan penggunaan hashtag juga dapat meningkatkan *engagement*, sehingga masyarakat lebih mudah ikut berinteraksi seperti memberikan like, komentar, serta membagikan konten tersebut.

Meskipun interaksi dari pengikut terhadap unggahan flyer kampanye tersebut masih terbilang minim, namun sudah terlihat bahwa beberapa konten yang diunggah telah jauh lebih tertata dan terkonsep, mencerminkan upaya serius dalam membangun kesadaran dan keterlibatan publik.

secara emosional sekaligus meningkatkan empati terhadap korban kekerasan. Konten ini dirancang secara strategis untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya mengenali dan melaporkan tindakan kekerasan. Dengan menyajikan situasi yang realistis, Reels ini mampu memberikan gambaran nyata mengenai bentuk-bentuk kekerasan yang kerap kali tidak disadari atau dianggap sepele.

Hal ini diharapkan dapat membuka wawasan masyarakat tentang pentingnya pencegahan kekerasan sejak dini serta memberikan dukungan terhadap korban. Caption yang disematkan dalam Reels tersebut turut memperkuat pesan utama dengan menyampaikan informasi penting mengenai pusat layanan pengaduan PPA (Perlindungan Perempuan dan Anak) DKI Jakarta.

Hal ini menjadi sangat relevan agar publik mengetahui dengan jelas ke mana mereka harus melapor jika mengalami atau menyaksikan kekerasan. Dengan demikian, konten ini tidak hanya bersifat informatif dan edukatif, tetapi juga fungsional sebagai panduan tindakan. Dari segi interaksi, konten *Reels* ini menunjukkan peningkatan dibandingkan dengan beberapa unggahan lainnya. Meskipun jumlah engagement seperti likes, komentar, dan share masih belum tergolong tinggi secara umum, namun respon yang diterima relatif lebih baik.

Menandakan bahwa pendekatan konten berbasis video dramatik lebih efektif dalam menarik perhatian dan mendorong partisipasi masyarakat. Hal ini menjadi indikasi bahwa kampanye digital melalui format *Reels* memiliki potensi besar dalam



Gambar 3 : Reels Edukasi Pencegahan
Sumber (Instagram ppapp.jakbar)

Gambar 3 dapat dijelaskan sebagai salah satu bentuk kampanye digital yang memanfaatkan fitur Reels di Instagram @ppapp.jakbar untuk menyampaikan pesan edukatif mengenai kekerasan terhadap perempuan. Reels ini menggunakan pendekatan visual yang dramatis untuk menggambarkan contoh kasus kekerasan fisik yang sering dialami oleh perempuan, terutama dalam lingkup hubungan interpersonal.

Penggunaan konsep dramatik ini bertujuan untuk menarik perhatian audiens

menyampaikan pesan-pesan sosial secara lebih luas dan mendalam.

Strategi Peningkatan Interaksi publik

Peningkatan jumlah pengikut pada akun Instagram @ppapp.jakbar merupakan salah satu pencapaian yang patut diapresiasi. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye digital yang dijalankan mulai mendapatkan perhatian dari masyarakat, khususnya setelah adanya perbaikan dalam perencanaan konten yang lebih terstruktur serta penentuan identitas visual yang konsisten dan menarik.

Namun, peningkatan jumlah pengikut belum sepenuhnya berbanding lurus dengan peningkatan interaksi publik terhadap konten yang diunggah. Beberapa unggahan masih terlihat minim interaksi seperti like, komentar, dan share. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada kekurangan dari sisi pendekatan komunikasi yang bersifat persuasif dan interaktif. Misalnya, caption pada unggahan belum banyak memanfaatkan fitur pertanyaan terbuka, polling, atau kuis yang dapat mendorong keterlibatan audiens. Padahal, strategi ini cukup efektif dalam membangun komunikasi dua arah.

Pengelola akun Instagram @ppapp.jakbar menyampaikan bahwa salah satu kendala utama dalam pengelolaan konten adalah keterbatasan sumber daya manusia. Saat ini, hanya terdapat satu tenaga Humas yang bertanggung jawab penuh terhadap seluruh proses produksi konten, mulai dari perencanaan, penulisan naskah, pengambilan gambar/video, proses editing, hingga publikasi.

Minimnya tenaga kerja ini tentu berdampak pada kurangnya waktu dan

energi untuk menyusun strategi interaksi yang lebih kreatif dan berkelanjutan. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut dan memperluas jangkauan kampanye, Suku Dinas Pemberdayaan, Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk (PPAPP) Jakarta Barat juga menjalankan strategi lain yaitu dengan menyebarluaskan informasi melalui media massa.

Salah satu bentuknya adalah dengan membuat dan mendistribusikan *press release* kepada berbagai media. Dengan langkah ini, pesan kampanye yang disuarakan melalui media sosial dapat diperkuat dan menjangkau lebih luas melalui platform media konvensional. Strategi ini sangat penting untuk menjangkau kelompok masyarakat yang mungkin tidak terlalu aktif di media sosial, serta memperkuat eksistensi program kampanye di berbagai kanal komunikasi.

Upaya ini menjadi salah satu langkah strategis dalam membangun interaksi publik yang inklusif dan berkelanjutan, serta mendorong kesadaran kolektif dalam mencegah kekerasan terhadap anak dan perempuan. Semakin banyak dukungan yang diterima, semakin besar peluang keberhasilan suatu kampanye digital. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan telah menjangkau dan diterima oleh berbagai pihak.

Selaras dengan salah satu pandangan teori New Media Pierre Levy yaitu integasi sosial yang mengemukakan bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, melainkan juga sebagai ritual untuk membangun rasa solidaritas dan kebersamaan.

Namun, Keberhasilan suatu kampanye sangat dipengaruhi oleh berbagai

faktor, tidak hanya dari pihak penyelenggara, tetapi juga dari audiens yang menjadi sasaran. Perbedaan pandangan, sikap, dan keyakinan terhadap isu yang disampaikan dalam komunikasi kampanye dapat memengaruhi respons mereka. Oleh karena itu, penting untuk memahami bahwa setiap individu memiliki cara yang berbeda dalam menerima, mengolah, dan menafsirkan informasi yang diterimanya. (Putri et al., 2022). Oleh karena itu, strategi kampanye harus mempertimbangkan keragaman respons audiens untuk mencapai efektivitas yang optimal.

Rendahnya interaksi masih menjadi tantangan dalam mengukur keberhasilan dan efektivitas kampanye yang dijalankan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pesan serta konten, inovasi komunikasi visual yang menarik, serta penambahan tenaga dalam proses pembuatan konten menjadi langkah strategis yang diperlukan.

Mengajak publik untuk berdialog, memberikan ruang partisipasi, serta menyentuh sisi emosional melalui pengalaman yang dialami korban kekerasan menjadi strategi untuk memperkuat jangkauan yang lebih luas serta dampak positif dari kampanye yang dijalankan.

Melalui pendekatan ini, kampanye digital dapat menjadi alat yang berharga dalam upaya mencegah kekerasan dan menciptakan kesadaran yang lebih mendalam dan tindakan yang lebih tegas mengenai isu kritis ini. (Lani et al., 2024). Untuk itu, Kampanye digital dapat menjadi alat efektif untuk mencegah kekerasan dan meningkatkan kesadaran serta tindakan tegas terhadap isu kritis.

Kesimpulan

Kampanye digital “Stop Kekerasan pada Anak dan Perempuan” yang dilaksanakan melalui Instagram @ppapp.jakbar merupakan langkah strategis yang bertujuan untuk meningkatkan interaksi dan kesadaran publik terhadap isu kekerasan. Meskipun kampanye ini telah berjalan sejak tahun 2021, rendahnya tingkat interaksi publik menunjukkan adanya kekurangan dalam perencanaan konten, strategi komunikasi, dan daya tarik visual yang digunakan. Hal ini mengindikasikan perlunya evaluasi dan perbaikan dalam pendekatan yang diambil untuk mencapai audiens yang lebih luas dan lebih terlibat.

Untuk meningkatkan efektivitas kampanye, diperlukan peningkatan kualitas desain visual, penggunaan fitur interaktif yang menarik, serta ajakan untuk berdialog yang lebih kuat dengan audiens. Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye digital dapat berfungsi sebagai alat yang efektif untuk membangun komunikasi dua arah yang partisipatif, sejalan dengan prinsip-prinsip yang diusung oleh teori New Media yang menekankan pentingnya interaktivitas dalam komunikasi modern.

Hasil penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan tentang tantangan yang dihadapi dalam kampanye digital, tetapi juga dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah atau organisasi kampanye sosial dalam merancang kampanye digital yang lebih efektif dan relevan.

Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori New Media, dalam praktik kampanye digital khususnya di Indonesia. Penelitian ini menguatkan posisi teori New Media

dengan menunjukkan bagaimana interaktivitas dan partisipasi publik dapat dioptimalkan dalam kampanye digital, serta memberikan implikasi praktis bagi pelaksanaan kampanye yang lebih efektif di masa depan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan yang lebih strategis dan kreatif dalam merancang kampanye digital, serta perlunya pemahaman yang mendalam tentang audiens untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan. Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut, diharapkan kampanye digital dapat lebih berhasil dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap isu-isu sosial yang penting.

Daftar Pustaka

Adawiah, R. Al, & Eleanora, F. N. (2023). Perundungan Dunia Maya pada Anak: Tinjauan Fenomena dan Tren dalam Rentang 2016–2020. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 14(1). <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v14i1.3065>

Al Adawiah, R. (2024). Pendekatan kepolisian dalam menanggulangi kekerasan terhadap anak di era digital. In *Jurnal Kajian Ilmu Kepolisian dan Anti Korupsi* (Vol. 1, Issue 2). <https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/KIKAK>

Analisis Fungsi Kampanye Daring sebagai Sarana Pendidikan dan Gerakan Sosial dalam Menciptakan Kepekaan dan Respon terhadap Kekerasan dalam Rumah Tangga. (n.d.). <https://jurnallppm.iblam.ac.id/index.php/decisio/index>

Anastasya, O., Laowo, C., & Vanel, Z. (2024). Strategi kampanye digital anggota legislatif untuk meningkatkan citra (*Studi Kasus Di Kota Surakarta*). 4(2).

Azizah, N. (2021). Aliran Feminis dan Teori Kesetaraan Gender dalam Hukum. In *SPECTRUM: Journal of Gender and Children Studies* (Vol. 1, Issue 1). <http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/SPECTRUM>

Dan, K. (n.d.). Metode Penelitian Kuantitatif.

Faisal Zain, M., Hariyati, F., & Rahmawati, Y. (2023). *MADHANGI: Jurnal Ilmu Komunikasi* http://ojsfikom.mputantular.ac.id/index.php/fikom/index_strategi_komunikasi_pemasaran_soft_selling_PT_Antavaya_travel_through_instagram_social_media. 02(01), 15. <http://ojsfikom.mputantular.ac.id/index.php/fikom/index>

Lestari, A. C., & Dicky, A. (2024). *Pengaruh Terpaan Film Barbie Terhadap Sikap Feminitas Perempuan Pada Pasangan.* (Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora)

Medvi, A., & Syahminan, M. (2024). Strategi Komunikasi Dan Penanggulangan Pelecehan Seksual Dalam Media Sosial Tiktok. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 8(1), 85–97. <https://doi.org/10.22437/jssh.v8i1.36526>

Moestopo, U. (2021). Manajemen Kampanye Public Relatios dalam Sosialisasi Program tanggap covid -19 *Muhammad Saifulloh dan Muhammad Fikri Lazuardi*. 4(1), 53–65.

Putri, D. M., Hanathasia, M., Kania, D., & Fortunisa, A. (2022). Peran Psikologi

- Sosial dalam Kampanye Sosial Literasi Kekerasan Berbasis Gender Online untuk Melindungi Self-Image pada Gen Z di Forum Anak Kota Bekasi (FORAKSI). *Indonesian Journal for Social Responsibility*, 4(2), 143–160. <https://doi.org/10.36782/ijrs.v4i02.147>
- Qatrunnada, D., Wijayanti Sutjipto, V., Puspita Sary, M., Kunci, K., Media Sosial, P., Kebutuhan Informasi, P., & Kulit Wajah, K. (n.d.). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial YouTube SKWAD Beauty Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Kulit Wajah pada Subscribers*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/>
- Qualitative Inquiry & Research Design*. (n.d.).
- Rivandy, D. A., & Tohir, M. (n.d.). *PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL CEGAH TINDAK KEKERASAN PADA KALANGAN PELAJAR DI KOTA BANDUNG SOCIAL CAMPAIGN DESIGN TO PREVENT VIOLENCE AMONG STUDENTS IN BANDUNG CITY*.
- Rohmah, K., Khasanah, F., Irsyad, M., Abdurrahman, U. K. H., & Pekalongan, W. (n.d.). *Peran Media Sosial dalam Penyuluhan dan Pencegahan Pelecehan Seksual Terhadap Anak*. <https://proceeding.uingusdur.ac.id/index.php/sinau/index>
- Sa, R., & Achmad, N. (2024). *Nurjannah Achmad/ Potensi Rumah Perlindungan Pekerja Perempuan (RP3)* (Vol. 7, Issue 1). <https://ejournal.uki.ac.id/index.php/inada/>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (n.d.). pengaruh penggunaan media sosial instagram @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers *Jurnal Common* /, 5. <https://doi.org/10.34010/common>
- Wahdiyati, D., Romadlan, S., Prasetya, H., Novita Sari, R., Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah HAMKA, P., Limau, J. I., Baru, K., & Selatan, J. (2023). *Overcoming the Negative Impacts of Social Media through Time Management for Vocational High School Students in South Jakarta*. 7(1), 205–210. <https://doi.org/10.32832/pkm>