

Model Kampanye Anti Kekerasan Seksual di Media Sosial Instagram oleh SAFEnet

Dewi Kartika Wuri¹, Fauziah Muslimah²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sebuah kampanye di media sosial untuk menyuarakan anti kekerasan seksual melalui Instagram. Salah satu bentuk kekerasan seksual di media digital adalah kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) merupakan suatu tindak kekerasan yang di fasilitasi teknologi. Fenomena kasus KBGO yang meningkat dalam beberapa tahun terakhir dapat menimbulkan kekhawatiran dan kurangnya rasa aman masyarakat di dunia digital. Dalam menanggapi hal tersebut, SAFEnet membentuk suatu gerakan kampanye dengan nama Awaskbgo. Kampanye Awaskbgo merupakan kampanye sosial yang berfokus untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai isu KBGO.

Penelitian yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana proses kampanye Awaskbgo dalam perspektif komunikasi pembangunan dan mengetahui apakah para pengikut akun media sosial mengadopsi inovasi dari kampanye Awaskbgo. Dalam proses pengumpulan data, penelitian ini menggunakan teknik wawancara dengan tim media sosial @awaskbgo dan studi dokumentasi dan untuk mendukung data penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye Awaskbgo yang dilakukan melalui berbagai media ini telah berperan dalam proses menyalurkan informasi atau inovasi, pemecahan masalah, dan pengambil keputusan. Dalam proses adopsi inovasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa semua informan telah mengadopsi informasi pada kampanye Awaskbgo. Kampanye Awaskbgo menggunakan model komunikasi banyak tahap di mana proses penyampaian informasi menggunakan berbagai media seperti media massa dan media interpersonal.

Kata Kunci: KBGO, Media Sosial, Kampanye Sosial

Abstract

This study aims to determine how a campaign on social media to voice anti-sexual violence through Instagram. One form of sexual violence in digital media is Online Gender-Based Violence (KBGO) is an act of violence facilitated by technology. The phenomenon of KBGO cases that have increased in recent years can cause concern and a lack of sense of security for people in the digital world. In response to this, SAFEnet formed a campaign movement called Awaskbgo. The Awaskbgo campaign is a social campaign that focuses on increasing public knowledge about KBGO issues.

The research conducted with a qualitative approach with a descriptive type of research was conducted with the aim of determining how the Awaskbgo campaign process is from a development communication perspective and determining whether social media account followers adopt innovations from the Awaskbgo campaign. In the data collection process, this study used interview techniques with the @awaskbgo social media team and documentation studies to support research data.

The results of this study indicate that the Awaskbgo campaign carried out through various media has played a role in the process of distributing information or innovation, problem

¹ UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dewikartikaaw@gmail.com

² UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, fauziah.muslimah@uinjkt.ac.id

solving, and decision making. In the process of adopting innovation, the results of the study showed that all informants had adopted information on the Awas KBGO campaign. The Beware of KBGO campaign uses a multi-stage communication model where the information delivery process uses various media such as mass media and interpersonal media.

Keywords: KBGO, Social Media, Social Campaign

PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, semua aktivitas manusia dipengaruhi dan dibantu oleh internet. Kebutuhan akan penggunaan dan pemanfaatan informasi bisa didapatkan dengan mudah melalui internet dan media sosial. Idealnya, internet dan media sosial menjadi tempat yang aman untuk masyarakat berpendapat dan berekspresi. Tapi di sisi lain, kebebasan dan kemudahan tersebut membuat kekerasan digital masih menghantui masyarakat, salah satunya adalah kekerasan berbasis gender online. Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) adalah suatu tindak kekerasan yang difasilitasi oleh teknologi yang menyerang gender atau seksual seseorang dengan niat melecehkan korban (SAFEEnet, 2019, 4).

Di Indonesia, terdapat beberapa penggunaan istilah KBGO. Meskipun terdapat penggunaan istilah yang beragam namun penggunaan istilah tersebut tetap sesuai dengan definisinya. Adapun beberapa istilah tersebut, seperti Kekerasan Berbasis Gender Siber (KBGS) yang digunakan Komnas Perempuan pada 2020, Kekerasan Siber Berbasis Gender (KSBG) yang digunakan Komnas Perempuan pada 2021, dan Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) yang digunakan oleh Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Apik dan Southeast Asia Freedom of Expression Network (SAFEEnet) (SAFEEnet, 2022, bab 4, 52-53). Selain istilah-istilah tersebut, Undang-Undang No.12 Tahun 2022 tentang tindak pidana kekerasan seksual menyebutkan KBGO dengan istilah Kekerasan Seksual Berbasis Elektronik.

Fenomena KBGO yang terus meningkat dapat menjadi cerminan bahwa masih minimnya ruang aman untuk berpendapat dan berekspresi di media sosial. Berdasarkan Catatan Tahunan (CATAHU) Komnas Perempuan tahun 2022, terdapat 97 kasus kekerasan siber berbasis gender pada tahun 2018, kasus tersebut kemudian meningkat menjadi 281 pada tahun 2019, kasus tersebut terus meningkat menjadi 940 kasus pada tahun 2020, dan pada tahun 2021 tercatat lonjakan kasus kekerasan siber berbasis gender yang sangat besar yakni 1.721 kasus (Komnas Perempuan 2022, 67).

Selain Komnas Perempuan, lembaga lain yang mencatat adanya peningkatan kasus KBGO adalah Southeast Asia Freedom of Expression Network (SAFEEnet). Sejak tahun 2019, SAFEEnet ikut serta mencatat lonjakan kasus KBGO yang terjadi di masyarakat. Pada tahun 2019, SAFEEnet

mencatat adanya 60 kasus KBGO, angka tersebut meningkat menjadi 620 kasus pada tahun 2020, dan 677 kasus pada tahun 2021 (SAFEnet, 2022, bab 4, 59).

Berdasarkan data dari SAFEnet Indonesia, kasus Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) di Indonesia pada tahun 2024 meningkat empat kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya. Pada triwulan I tahun 2023 terjadi 118 kasus, sedangkan pada triwulan I tahun 2024 terjadi 480 kasus. Korban KBGO yang paling banyak adalah kelompok usia 18-25 tahun, dengan 272 kasus atau 57% dari total kasus. Diikuti oleh anak-anak di bawah 18 tahun dengan 123 kasus atau 26%. Kasus-kasus ini mencakup pelecehan dan eksploitasi seksual, penyebaran konten intim non-konsensual, serta berbagai bentuk kekerasan lainnya di ranah daring (KemenPPA, 2024).

Berdasarkan data-data tersebut dapat terlihat bahwa selama masa pandemi covid-19, fenomena KBGO mengalami peningkatan yang sangat pesat. Pandemi covid-19 yang terjadi sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Berbagai ketentuan yang menyarankan agar masyarakat menjaga jarak dan peraturan mengenai isolasi mandiri menyebabkan banyaknya aktivitas dan interaksi dilakukan secara daring. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan WEF Youth Survey 2020, ditemukan bahwa 87% responden dari rentang usia 16-35 tahun mengaku bahwa pada masa pandemi penggunaan media sosial mereka meningkat dan 42% mengaku telah menggunakan aplikasi digital baru.

Selain pandemi covid-19 dan kemajuan teknologi, tingginya angka pengguna sosial juga menjadi peluang terjadinya tindak kekerasan berbasis siber, termasuk KBGO. Berdasarkan laporan We Are Social melalui katadata.co.id (2022) pada januari 2022, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia. Angka tersebut meningkat dari 202,6 juta dari januari 2021. Selain itu, laporan We Are Social melalui dataindonesia.id (2022), menyatakan adanya peningkatan pengguna aktif sosial media di Indonesia sebesar 12,35%. Pada januari 2022, tercatat terdapat 191 juta pengguna aktif media sosial. Angka tersebut meningkat dari 170 juta orang pengguna aktif media sosial di tahun 2021.

Kemudahan teknologi serta tingginya angka pengguna sosial dapat memberikan peluang bagi para pelaku KBGO untuk melakukan tindak kekerasan kepada para korban. Berbagai kasus KBGO yang marak terjadi dapat terlihat di berbagai pemberitaan nasional. Salah satu berita mengenai KBGO terlihat di media *Suara.com* dengan judul berita *Kisah Pilu Korban Kekerasan Online, Foto Payudara Tersebar Hingga Dikeluarkan Dari Sekolah*. Berita tersebut berisi mengenai kisah seorang penyintas KBGO yang bernama Dara. Saat berusia 13 tahun, Dara yang tinggal berjauhan sering mengirimkan foto payudara kepada ibunya karena ia mengidap radang payudara. Kasus KBGO yang dialami Dara terjadi ketika seniornya menjenguknya ketika ia

sedang sakit. Pada saat itu, seniornya meminjam gawai Dara dengan alasan ingin berkomunikasi dengan orang tuanya. Tanpa Dara sadari ternyata senior tersebut membuka galeri foto Dara dan menyebarkan foto tersebut ke grup angkatannya. Akibat perbuatan senior tersebut, Dara mendapat diskriminasi dari guru dan teman-temannya.

Tak jauh berbeda dari publikasi media lokal *Kabarselebes.id* dengan judul *Kasus Kekerasan Seksual Online di Universitas Tadulako Memprihatinkan* menjelaskan bahwa kasus kekerasan seksual secara online di kampus Universitas Tadulako (Tadulako) Palu semakin memprihatinkan. Kampus yang biasanya menjadi wilayah aman kini dianggap berbahaya. Komunitas Celebes Bergerak menyebut, 90 persen kasus kekerasan seksual secara online yang dilaporkan di Untad Palu pelakunya adalah tenaga pendidik. Saat ini sejumlah pihak termasuk Satgas TPKS dan Celebes Bergerak di tahun 2023 terus melakukan upaya sosialisasi dan pendekatan dengan mahasiswa untuk menekan angka kekerasan seksual.

Selain berita tersebut, kasus KBGO juga terlihat di media *Detik News* dengan judul *Komnas Perempuan: Video Mirip Nagita Adalah Morphing, Termasuk Kekerasan*. Pemberitaan tersebut menyebutkan bahwa konten video seks yang menyerupai artis Nagita Slavina merupakan *morphing* atau konten rekayasa. Morphing merupakan salah satu bentuk KBGO yang ditujukan untuk merusak reputasi dan memeras korbannya.

Di sisi lain, dengan nada banyak kasus KBGO di Indonesia, bukan tidak ada sama sekali upaya dan gerakan sosial untuk pencegahannya. Dalam proses mencegah terjadinya kasus kekerasan seksual yang kian marak, para ulama perempuan Indonesia juga sangat berperan dalam pencegahan hal tersebut. Salah satunya, dilakukan oleh Kongres Ulama Perempuan Indonesia (KUPI) ikut serta dalam menanggapi kasus kekerasan seksual. KUPI meminta agar pemerintah turut serta bertanggung jawab dan mewujudkan sistem hukum yang memberikan keadilan kepada korban. KUPI juga berharap peran media massa dapat dioptimalkan untuk mendukung korban dan menghilangkan impunitas pelaku kekerasan seksual (VOA Indonesia, 2022).

Dalam menangani kasus KBGO, diperlukan berbagai peranan baik dari pemerintah, masyarakat, dan lembaga. Salah satu lembaga yang aktif mengedukasi dan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai KBGO adalah SAFEnet. Southeast Asia Freedom of Expression Network (SAFEnet) adalah lembaga yang berfokus untuk memperjuangkan hak-hak digital masyarakat di kawasan Asia Tenggara. Dalam menanggapi kasus KBGO yang terus meningkat, SAFEnet telah melakukan kampanye sosial yang bernama “Awat KBGO”. Kampanye yang dilakukan sejak tahun 2019 ini dilakukan dengan tujuan mengembangkan dan mendistribusikan pengetahuan mengenai KBGO kepada masyarakat. Kampanye Awat KBGO tersebut dilakukan

dengan memberikan berbagai informasi mengenai KBGO melalui akun media sosial @awaskbgo dan website awaskbgo.id. Dalam akun media sosial Instagram @awaskbgo, dapat terlihat bahwa kampanye tersebut ditujukan kepada publik agar mereka mengerti dan memahami KBGO, baik secara definisi, bentuk, dampak, cara pencegahan, dan cara menghadapinya.

Berikut merupakan salah satu contoh bentuk kampanye di akun media sosial instagram @awaskbgo.

Gambar 1. 1 Contoh Kampanye Awas KBGO di Instagram



Sumber: Instagram @awaskbgo, tanggal 23 November 2021

Postingan yang telah disukai oleh 11.387 orang tersebut berisi himbauan kepada masyarakat untuk tetap berhati-hati dalam memberikan data pribadinya. Postingan tersebut juga mengedukasi masyarakat mengenai social engineering atau rekayasa sosial yang dapat memanipulasi psikologis seseorang untuk melakukan atau memberikan informasi tertentu. Selain

itu, postingan tersebut juga mengedukasi mengenai dampak yang terjadi bila data pribadi kita bocor.

Dalam pelaksanaan kampanye sosial, Awas KBGO memanfaatkan berbagai media sosial yang ada. Media sosial yang digunakan dapat berperan penting dalam penyampaian informasi karena media sosial yang digunakan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas sehingga penyampaian informasi yang dilakukan lebih efektif. Selain memberikan edukasi kepada publik, kampanye Awas KBGO juga memberikan berbagai layanan kepada masyarakat seperti layanan pendampingan konsultasi terkait privasi dan keamanan digital, dan pendampingan pelaporan ke platform digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, fenomena mengenai KBGO yang terus meningkat menjadi suatu hal yang penting untuk diteliti. Berkaitan dengan hal tersebut, kampanye yang dilakukan Awas KBGO merupakan suatu kampanye yang penting dikaji karena kampanye tersebut dapat mengedukasi masyarakat sehingga masyarakat dapat menyadari, memahami, dan mencegah terjadinya kasus KBGO yang terjadi.

METODE

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki pertanyaan, yaitu bagaimana model kampanye anti kekerasan seksual Awas KBGO yang dilakukan oleh SAFEnet?. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai strategi penelitian untuk memahami permasalahan sosial secara menyeluruh yang dalam proses pengumpulan dan analisis datanya menggunakan kata-kata yang disusun secara terperinci dengan menggunakan latar belakang ilmiah (Ismayani 2019, 27).

Dalam metode penelitian kualitatif, langkah-langkah dalam analisis data dan gambar pada desain cukup unik dan beragam. Selain itu, pada metode penelitian kualitatif, data berupa teks dan gambar sangat diandalkan. Salah satu karakteristik penelitian kualitatif adalah fleksibilitas. Fleksibilitas yang dimaksud adalah berfokus kepada teknik pengumpulan data yang direncanakan dan tidak terpaku kepada konsep (Khoiriyah, Nurkhayati, & Habibie 2021, 106). Dengan menggunakan pendekatan kualitatif diharapkan dapat membantu memahami dan menjelaskan suatu fenomena penelitian dengan lebih baik (Creswell & Creswell, 2018).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara, yaitu wawancara dan dokumentasi. Wawancara merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh pewawancara dengan responden yang bertujuan untuk memperoleh informasi dan mengumpulkan data (Sudaryono, 2018). Pada penelitian ini, informan adalah tim konten dan media sosial

SAFEnet, yaitu Kepala Subdivisi Kesetaraan dan Inklusi SAFEnet, Wida Arioka dan Relawan program kampanye Awas KBGO SAFEnet, Iin Valentine. Sedangkan, dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dokumen buku, artikel jurnal, dan publikasi konten di media sosial tentang kampanye anti kekerasan sosial di *Instagram*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berkaitan dengan kasus-kasus KBGO tersebut, dalam sudut pandang hukum di Indonesia, KBGO telah diatur dalam UU No.12 Tahun 2022 tentang tindak pidana kekerasan seksual. Dalam undang-undang tersebut, KBGO atau yang disebut kekerasan seksual berbasis elektronik diatur dalam pasal 14, yakni:

1. *Melakukan perekaman dan/ atau mengambil gambar atau tangkapan layar yang bermuatan seksual di luar kehendak atau tanpa persetujuan orang yang menjadi objek perekaman atau gambar atau tangkapan layar;*
2. *Mentransmisikan informasi elektronik dan/ atau dokumen elektronik yang bermuatan seksual di luar kehendak penerima yang ditujukan terhadap keinginan seksual; dan/atau*
3. *Melakukan penguntitan dan/ atau pelacakan menggunakan sistem elektronik terhadap orang yang menjadi obyek dalam informasi/dokumen elektronik untuk tujuan seksual.*

Berdasarkan ketentuan regulasi tersebut, KBGO menjadi perhatian beberapa pihak, terutama untuk Langkah pencegahannya. Berbagai bentuk kasus KBGO yang terjadi dapat menyebabkan kekhawatiran pada masyarakat, khususnya dalam menggunakan internet dan media sosial dengan kampanye sosial.

Dalam hal ini, kampanye sosial adalah kegiatan berkampanye yang dilakukan oleh seseorang dengan serangkaian tindakan untuk mengkomunikasikan pesan yang biasanya berisi tentang masalah-masalah sosial kemasyarakatan. Kampanye sosial merupakan kampanye yang bersifat non komersial karena tujuannya adalah perubahan agar masyarakat menjadi lebih baik (Indonesiastudents.com, 2017).

Rogers dan Storey dalam Venus (2007:7) menjelaskan kampanye sebagai perencanaan serangkaian tindakan komunikasi dengan tujuan menciptakan efek tertentu untuk masyarakat luas dan dilakukan secara berkelanjutan sesuai waktu yang ditentukan. Tujuan kampanye sosial biasanya menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap masalah sosial yang sedang terjadi.

Kampanye menurut Rogers dan Storey adalah suatu bentuk komunikasi terencana yang dilakukan secara persuasif kepada masyarakat dalam kurun waktu tertentu yang bertujuan untuk menciptakan pengaruh kepada masyarakat yang dituju (Budiwaspada & Mansoor, 2020).

Selain itu, kampanye juga didefinisikan oleh Rice & Paisley. Menurutnya, kampanye adalah suatu proses komunikatif yang dilakukan untuk mempengaruhi tingkah laku dan kepercayaan orang lain (Fatimah, 2018). Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kampanye merupakan suatu proses komunikasi persuasif yang dilakukan secara berkelanjutan dengan tujuan untuk memengaruhi masyarakat.

Ada tiga tipe kampanye menurut (Larson 2001, 240-256), yaitu; pertama, *the politically oriented campaign for the office* atau kampanye yang berorientasi pada politik. Pusat kampanye ini terdapat pada nama individu. Adapun tujuan kepentingan pada tipe kampanye ini, seperti kampanye untuk mengajak masyarakat untuk memilih seseorang untuk menjabat, kampanye untuk mengeluarkan seseorang dipenjara, dan sebagainya. Kampanye yang berorientasi politik biasanya memiliki slogan dengan nama kandidat. Kedua, *the product-oriented advertising campaign* atau kampanye iklan berorientasi produk. Pada dasarnya, kampanye ini dilakukan untuk mempromosikan atau mengiklankan suatu produk. Tipe kampanye ini biasa dilakukan dalam tujuan pemasaran. Ketiga, *the Ideological or cause-oriented campaign*. Tipe kampanye ideologi atau biasa yang disebut dengan *social movements* (gerakan sosial) tidak digunakan untuk mempromosikan produk maupun kandidat politik. Akan tetapi, tipe kampanye ini digunakan untuk mengajak para audiens untuk ikut serta dalam suatu perubahan perilaku atau merangkul masyarakat untuk menganut suatu keyakinan atau ideologi tertentu. Contoh dari kampanye ini adalah mempromosikan langkah-langkah pencegahan yang mungkin diambil individu untuk menghindari penyakit menular seksual, kampanye untuk memberikan sumbangan ke berbagai badan amal nirlaba untuk tujuan baik, dan kampanye untuk mendorong orang untuk membantu dan menjaga lingkungan.

Kampanye di Media Sosial

Sosial media adalah layanan web yang dapat memungkinkan individu untuk membangun profil kepada publik atau semi-publik dalam sistem yang terbatas, mengartikulasikan daftar pengguna lain mengenai dengan siapa mereka melakukan koneksi, dan melihat dan melintasi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dalam suatu sistem. Sejak beberapa tahun terakhir, sosial media telah membentuk suatu cara baru untuk para individu berinteraksi, memberikan informasi, dan menyebarkan informasi. Metode dalam proses interaksi dan

membagikan informasi ini dapat mengubah cara organisasi atau brand untuk terlibat dengan publik (Kim, 2016).

Pada kampanye yang dilakukan di media sosial, berbagai kerangka atau model kampanye untuk media sosial dapat dimanfaatkan untuk merencanakan serta menyelaraskan kampanye media sosial dengan visi organisasi, dan meningkatkan kualitas nilai media sosial dalam konteks bisnis. Pada kampanye media sosial, berbagai penelitian, desain, keterlibatan, dan evaluasi merupakan komponen kunci untuk kampanye media sosial (Kim, 2016).

Kekerasan Berbasis Gender Online

Association for Progressive Communications (APC) mendefinisikan kekerasan berbasis gender online sebagai bentuk kekerasan yang dilakukan seseorang yang didukung dan diperburuk dengan adanya teknologi informasi, seperti internet, media sosial, email, dan telepon genggam (APC, 2017). Selain itu, KBGO juga dapat didefinisikan sebagai bentuk kekerasan yang dilakukan dengan penggunaan teknologi digital yang menyerang gender, tubuh, dan konstruk sosial korban yang dapat berdampak buruk terhadap kondisi fisik, psikis, seksual dan ekonomi korban (Hayati 2021, 46). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa KBGO adalah tindak kekerasan yang difasilitasi oleh teknologi yang bersifat menyerang gender atau seksual yang dapat berdampak buruk bagi berbagai aspek kehidupan korbannya.

Adapun, bentuk-bentuk KBGO dari APC melaporkan beberapa bentuk tindakan kekerasan berbasis gender online, yakni:

1. Pelanggaran privasi:
 - a. Mengakses, menggunakan, memanipulasi, dan/atau menyebarkan data pribadi tanpa persetujuan.
 - b. Mengambil, mengakses, menggunakan, memanipulasi, dan/atau menyebarkan foto atau video tanpa persetujuan.
 - c. Berbagi atau menyebarkan informasi konten pribadi, termasuk gambar seksual, klip audio, dan klip video tanpa sepengetahuan atau persetujuan.
 - d. Doxing, menyebarkan informasi pribadi tentang seseorang tanpa persetujuan yang terkadang bertujuan untuk pelecehan atau tujuan lain.
 - e. Menghubungi atau melecehkan orang-orang disekitar korban untuk mendapatkan akses kepada korban.

2. Pengawasan dan pemantauan:
 - a. Pemantauan, pelacakan, dan pengawasan kegiatan online dan offline.
 - b. Menggunakan media penguntit tanpa persetujuan pengguna.
 - c. Menggunakan GPS atau perangkat lunak geolocator lainnya untuk melacak gerakan seseorang tanpa persetujuan.
 - d. Menguntit.
3. Merusak reputasi atau kredibilitas:
 - a. Menghapus, mengirim atau memanipulasi email atau konten tanpa persetujuan.
 - b. Membuat dan membagikan data pribadi palsu dengan tujuan merusak reputasi pengguna.
 - c. Manipulasi atau membuat foto atau video palsu.
 - d. Pencurian identitas dan membagikannya kepada publik.
 - e. Menyebarkan informasi pribadi untuk tujuan merusak reputasi seseorang.
 - f. Membuat komentar atau postingan online yang menyinggung, meremehkan, atau palsu yang dimaksudkan untuk menodai reputasi seseorang.
4. Pelecehan (terdapat kemungkinan disertai dengan pelecehan secara langsung):
 - a. "Cyber bullying" atau pelecehan melalui pesan, perhatian, atau kontak yang tidak diinginkan.
 - b. Ancaman kekerasan langsung, termasuk ancaman kekerasan seksual atau fisik.
 - c. Komentar kasar.
 - d. Mengirim atau menerima materi seksual eksplisit yang tidak diminta.
 - e. Hasutan untuk melakukan kekerasan fisik.
 - f. Ujaran kebencian, postingan media sosial, atau surat yang sering ditargetkan pada gender atau seksualitas.
 - g. Konten online yang menggambarkan wanita sebagai objek seksual.
 - h. Penggunaan komentar seksis dan/atau gender atau pemanggilan nama.
 - i. Penggunaan gambar tidak senonoh atau kekerasan yang merendahkan wanita.
 - j. Menyalahgunakan atau mempermalukan seorang wanita karena mengekspresikan pandangan yang tidak normatif.
 - k. Konseling bunuh diri atau menganjurkan femisida.
 - l. Mobbing, termasuk pemilihan target untuk intimidasi atau pelecehan.
 - m. Mobbing oleh sekelompok sebagai praktik yang secara khusus difasilitasi oleh teknologi.

5. Ancaman dan/atau kekerasan langsung:

- a. Perdagangan perempuan melalui penggunaan teknologi, termasuk penggunaan teknologi untuk korban.
- b. seleksi dan persiapan (kekerasan seksual terencana dan/atau femisida)
- c. Pemerasan atau pemerasan seksual.
- d. Pencurian identitas, uang dan/atau properti.
- e. Peniruan identitas yang mengakibatkan serangan fisik.

6. Serangan yang ditargetkan ke komunitas:

- a. Meretas situs web, media sosial, dan/atau akun email organisasi dan komunitas dengan niat jahat.
- b. Pengawasan dan pemantauan kegiatan.

7. Ancaman kekerasan langsung kepada anggota masyarakat.

- a. Mobbing, khususnya ketika memilih target untuk intimidasi atau pelecehan oleh sekelompok orang sebagai praktik yang difasilitasi oleh teknologi.
- b. Pengungkapan informasi anonim.

Bentuk-bentuk KBGO yang telah diungkapkan oleh APC juga merupakan salah satu sumber yang dinyatakan oleh SAFEnet.

SAFEnet sebagai Creator Kampanya Anti Kekerasan Seksual di Instagram

Southeast Asia Freedom of Expression Network (SAFEnet) merupakan suatu organisasi daerah yang memusatkan perhatiannya pada perjuangan hak-hak digital di Asia Tenggara. Organisasi SAFEnet didirikan di Denpasar, Bali pada 27 Juni 2013 sebagai bentuk tanggapan karena banyaknya masyarakat yang dikriminalisasi karena ekspresinya di ranah digital. Mengingat kasus-kasus serupa tidak hanya terjadi di Indonesia saja, SAFEnet kemudian bersolidaritas dengan teman-teman di Asia Tenggara mengenai kebebasan berekspresi. Fokus kinerja SAFEnet pada masa awal lembaga ini terbentuk adalah melakukan pemantauan, advokasi, dan solidaritas mengenai kebebasan berekspresi di Internet. Adapun tujuan awal berdirinya SAFEnet adalah solidaritas antar korban yang memiliki keresahan-keresahan di ranah digital. Tujuan tersebut membawa SAFEnet untuk berfokus dalam memperjuangkan hak-hak digital, seperti hak mengakses internet, hak, berekspresi, dan hak untuk mempunyai rasa aman di ranah digital.

Kemudian, sejak tahun 2018, SAFEnet mulai memperluas kinerjanya karena SAFEnet melihat permasalahan lain selain dari kebebasan berekspresi, seperti keterbatasan akses internet

di daerah terpencil dan permasalahan keamanan digital, seperti masyarakat yang mendapat ancaman di ranah digital, contohnya hacking dan doxing. Oleh karena itu, SAFEnet mulai bekerja untuk memperjuangkan hak-hak digital kepada masyarakat, seperti hak untuk mengakses Internet, hak untuk bebas berekspresi, dan hak atas rasa aman di ranah digital. Adapun tujuan perluasan kinerja tersebut dilakukan untuk membantu masyarakat yang tidak memiliki akses kepada internet agar mereka dapat menerima informasi. Selain itu, aspek keamanan digital juga menjadi fokus SAFEnet agar masyarakat tetap aman dalam berinternet dan bermedia sosial.

Pada tahun 2019, SAFEnet mulai memberikan pelatihan-pelatihan mengenai keamanan fisik, psikososial, dan digital untuk meningkatkan resiliensi dan menekankan angka kekerasan digital yang marak kepada kelompok rentan di Indonesia dan kawasan Asia Tenggara. Sejak tahun 2019, Organisasi SAFEnet telah menjadi organisasi berbentuk Badan Hukum Perkumpulan yang terdaftar dengan nama Pembela Kebebasan Asia Tenggara. Pada tahun 2019, pendirian perkumpulan SAFEnet telah diperkuat dengan Surat Keputusan Menteri Hukum dan HAM Republik Indonesia Nomor: AHU-0000401.AH.01.07. yang didasarkan pada Akta Notaris Nomor 4 Tanggal 11 Januari 2019, dibuat Oleh I Gusti Agung Bagus Mahapradnyana, SH, M.Kn.

Kampanye Awes KBGO di Media Instagram

Pada awal 2018, SAFEnet mulai menyadari bahwa ada bentuk kekerasan digital lain, dimana korban dapat mendapatkan bentuk pelecehan melalui internet. Sejak saat itu, SAFEnet mulai membahas mengenai isu KBGO. Kemudian, pada pertengahan tahun 2019, SAFEnet bekerja sama dengan Komnas Perempuan untuk membentuk suatu layanan mengenai konsultasi keamanan digital. Kemudian, sebagai bentuk tanggapan akan peningkatan angka kekerasan terhadap perempuan dalam dunia siber, SAFEnet menginisiasi suatu kampanye online #Awes KBGO. Kampanye ini juga dilakukan sebagai bentuk partisipasi SAFEnet dalam 16 Hari Anti Kekerasan terhadap Perempuan atau 16HAKTP. Selanjutnya, pada awal tahun 2020 kampanye ini dibuka menjadi layanan untuk publik.

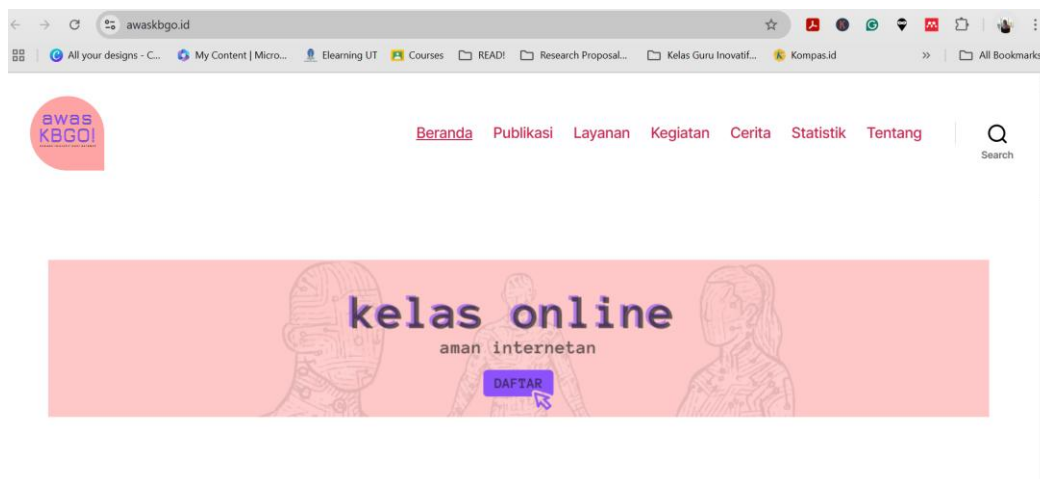
Kampanye yang berfokus pada isu KBGO ini, dipimpin oleh subdivisi Digital At-Risks di SAFEnet. Divisi Digital At-Risk merupakan satu tim yang memiliki fokus mengenai isu KBGO. Divisi ini bekerja dalam proses advokasi kebijakan, edukasi, dan literasi mengenai KBGO, privasi, keamanan digital, dan penanganan kasus KBGO dalam kemitraan bersama Komnas Perempuan. Pada tahun 2023, subdivisi Digital At-Risk berubah menjadi subdivisi Kesetaraan dan Inklusi. Hal tersebut terjadi karena terdapat perkembangan mengenai serangan-serangan digital dan banyak korban KBGO berasal dari kelompok rentan yang terancam di ranah digital.

SAFEnet menyadari bahwa masih kurangnya pemahaman publik akan KBGO dapat menjadi salah satu penyebab naiknya angka kasus KBGO. Karena itu, kampanye Awas KBGO yang dilakukan SAFEnet bertujuan untuk mengembangkan dan mendistribusikan pengetahuan mengenai KBGO di Indonesia. Kampanye ini difokuskan dengan mengunggah informasi-informasi yang dapat meningkatkan kesadaran publik untuk lebih hati-hati dalam melakukan aktivitas di internet.

Proses kampanye Awas KBGO yang dilakukan oleh SAFEnet dilakukan dengan meluncurkan berbagai panduan praktis, riset, konten media sosial, kelas online, dan pustaka Awas KBGO. Adapun informasi-informasi tersebut disebarluaskan di berbagai media sosial @awaskbgo dan website awaskbgo.id.

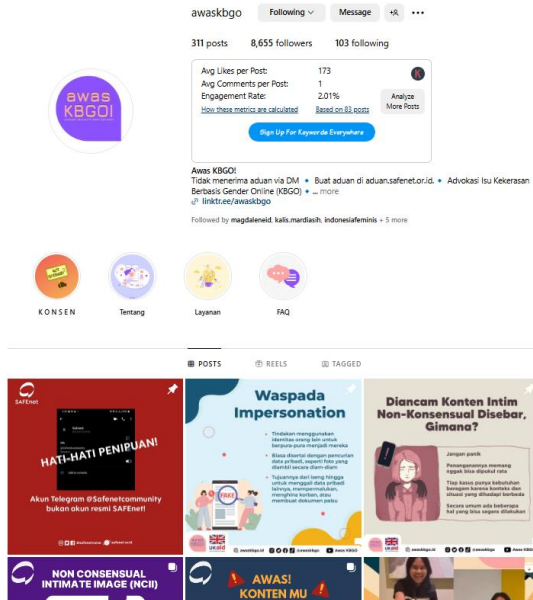
Berikut media komunikasi dan informasi kampanye Awas KBGO:

Gambar 1.2 Website Awas KBGO



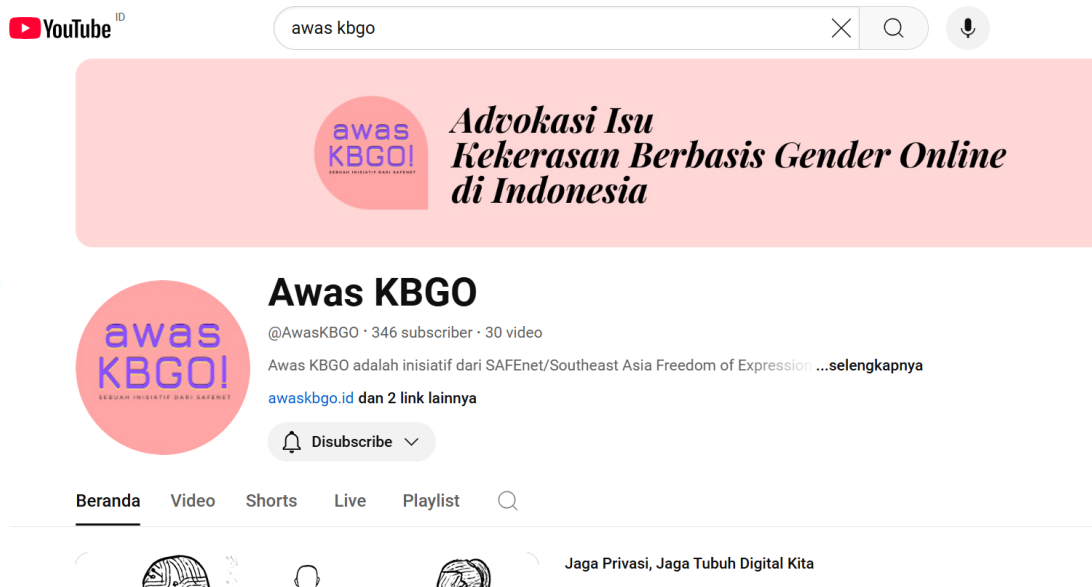
Sumber: <https://awaskbgo.id/>

Gambar 1.3 Instagram @awaskbgo



Sumber: <https://www.instagram.com/awaskbgo/>

Gambar 1. 4 Youtube Awask BGO



Sumber: <https://www.youtube.com/@AwaskBGO>

Berikut media komunikasi dan informasi kampanye Awaskbgo:

1. Instagram dengan menggunakan akun @awaskbgo
2. Twitter atau X dengan menggunakan akun @awaskbgo
3. Youtube dengan menggunakan akun Awaskbgo
4. Facebook dengan menggunakan akun Awaskbgo
5. Website dengan menggunakan website awaskbgo.id
6. Media interpersonal

Adapun, proses kampanye yang dilakukan melalui berbagai platform tersebut dilakukan dengan pendekatan yang non-diskriminatif. Informasi yang diberikan dalam kampanye Awaskbgo telah dikemas sedemikian mungkin agar mudah dipahami dan disebarluaskan sehingga informasi dalam kampanye Awaskbgo dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas.

Kampanye Awaskbgo yang dilakukan oleh SAFEnet

Peningkatan kasus KBGO yang sangat pesat selama beberapa tahun terakhir dapat menyebabkan kekhawatiran di masyarakat. Selain itu, masih minimnya persebaran informasi mengenai isu KBGO juga membuat KBGO sendiri tidak diketahui dan didengar oleh beberapa kalangan masyarakat. Sebagai bentuk tanggapan akan masalah tersebut, SAFEnet mulai berinisiasi untuk mengkampanyekan isu KBGO melalui kampanye Awaskbgo.

Sebelum memberikan hasil temuan penelitian dalam bentuk deskriptif, peneliti akan menyajikan tabel mengenai data temuan dalam penelitian. Tabel ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai temuan-temuan dalam penelitian dan memudahkan pemahaman analisis secara lebih lanjut.

Kampanye Awaskbgo merupakan kampanye yang berfokus pada isu-isu KBGO. Sejak 2019, kampanye ini telah memberikan berbagai informasi dan edukasi mengenai KBGO, baik dari definisi, bentuk, regulasi, serta langkah-langkah untuk mencegah dan menghadapi kasus KBGO. Penyampaian dan persebaran informasi tersebut dilakukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat akan isu-isu KBGO dengan penyampaian yang mudah dipahami dan dimengerti. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Wida Arioka selaku kepala subdivisi kesetaraan dan inklusi SAFEnet.

“Awaskbgo sendiri merupakan media kampanye untuk mengkampanyekan isu-isu KBGO. KBGO sendiri banyak menggunakan istilah-istilah berbahasa Inggris, jadi kita mencoba menyederhanakan berbagai istilah

KBGO kepada masyarakat agar masyarakat mudah memahaminya. Contohnya seperti doxing, yakni penyebaran data pribadi. Dari definisi tersebut nanti juga harus kita jelaskan kenapa kita harus menjaga data pribadi beserta resiko-resikonya. Jadi, intinya kami berusaha mengkampanyekan isu KBGO dengan bahasa yang mudah dipahami oleh siapapun.” (Wawancara Wida Arioka, 20 Juli 2023)

Pada awal proses terbentuknya, kampanye ini telah direncanakan secara terorganisir oleh lembaga SAFEnet bersamaan dengan para anggotanya. Proses perencanaan yang melibatkan partisipasi tersebut pasti telah memiliki berbagai pertimbangan-pertimbangan yang nantinya akan bermanfaat untuk kampanye tersebut. Setelah proses tersebut, kampanye tersebut mulai dipublikasikan kepada masyarakat dengan nama Awas KBGO. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Wida Arioka selaku kepala subdivisi kesetaraan dan inklusi SAFEnet.

“Isu KBGO sudah mulai kita bicarakan bersama dengan organisasi pada tahun 2018. Pada saat itu mulai ada kasus yang korbannya mengalami pelecehan melalui whatsapp kemudian ketika korban memposting pelecehan tersebut, korban dituntut dengan UU ITE mengenai pencemaran nama baik. Jika dilihat dari kasus tersebut, korban hanya ingin menuntut keadilan ketika dilecehkan namun kenapa ia dituntut mencemarkan nama baik. Kasus tersebut menyadarkan SAFEnet bahwa korban bukan hanya mengalami kriminalisasi. Namun ada bentuk kekerasan digital lain di ranah digital dimana masyarakat dapat terkena pelecehan secara digital. Kemudian pada 2018, SAFEnet mulai belajar mengenai KBGO dan pada tahun 2019 SAFEnet mulai berkampanye mengenai KBGO dengan membuka akun media sosial Awas KBGO seperti di media instagram, facebook, dan twitter” (Wawancara Wida Arioka, 20 Juli 2023).

Dalam proses perencanaan pada kampanye Awas KBGO, aspek partisipasi keanggotaan menjadi salah satu hal yang utama. Hal tersebut sebagaimana yang diungkapkan oleh Bu Wida Arioka selaku kepala subdivisi Kesetaraan dan Inklusi.

“Pada divisi kesetaraan dan inklusi, alur perencanaan biasanya dilakukan bersama-sama dengan para anggota divisi. Kita melihat potensi dan tren KBGO atau permasalahan yang ada saat ini karena ruang digital itu sangat luas dan berkembang. Seperti tahun lalu kita masuk ke teman-teman disabilitas sensorik, tuli, dan netra karena kita melihat adanya permasalahan seperti teman netra di mana mereka tidak bisa melihat namun mereka perlu masuk ke dunia digital dan bagaimana mereka mengamankan dirinya di ranah digital. Kemudian, teman-teman tuli ketika mereka tidak dapat menerima informasi yang bentuknya suara, sedangkan sekarang masih kurang banyak media sosial yang menambahkan transkrip tulisan. Kemudian kita melihat kemampuan divisi, apakah dapat menjangkau proyek tersebut atau tidak.” (Wawancara Wida Arioka, 20 Juli 2023).

Dalam melakukan proses edukasi kepada publik, kampanye Awas KBGO tidak menargetkan kampanye tersebut kepada masyarakat atau individu tertentu. Namun, kampanye yang dilakukan ditargetkan untuk masyarakat secara luas. Hal tersebut dikarenakan masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui mengenai KBGO jadi kampanye ini terus berusaha mengakrabkan isu ini kepada masyarakat. Hal tersebut diungkapkan oleh Iin Valentine selaku relawan Awas KBGO.

“Target lebih ke masyarakat luas, jadi kalo kita memvisualisasikan orangnya siapa yang dituju itu sebenarnya kita masih general karena istilah KBGO sendiri belum semua orang akrab dengan istilah tersebut. Lembaga-lembaga yang membuat kajian mengenai KBGO terkadang masih ada istilah-istilah yang berbeda. Namun kami di SAFEnet menyatakan bentuk kekerasan tersebut sebagai KBGO. Sampai sekarang juga targetnya memberitahukan kepada masyarakat luas mengenai KBGO itu apa. Kemudian lebih mengerucut lagi seperti bentuk-bentuk KBGO seperti apa, kondisi terkini, tantangan-tantangan, pencegahannya dan layanan yang dapat dituju ketika kita terkena kasus KBGO.” (Wawancara Iin Valentine, 8 September 2023).

Selain memberikan informasi dan edukasi mengenai KBGO, kampanye Awas KBGO juga turut serta mengadvokasi rencana kebijakan kepada pemerintah agar kebijakan yang terbentuk nantinya dapat adil dan memberikan solusi kepada permasalahan yang ada di masyarakat.

“Dalam proses advokasi, SAFEnet sebagai organisasi masyarakat sipil juga berusaha ikut serta dalam proses penyampaian aspirasi dari masyarakat kepada pemerintah, seperti dalam proses pembuatan undang-undang, seperti UU ITE dan turunan UU TPKS agar undang-undang tersebut lebih dapat berperspektif korban dan adil.” (Wawancara Wida Arioka, 20 Juli 2023).

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Iin Valentine, selaku relawan Awas KBGO.

“Tentu itu kami lakukan, terakhir kami sempat bersama lembaga-lembaga lain mau audiensi tentang undang-undang. Secara garis besar, hal itu menjadi pr (pekerjaan rumah) juga untuk Awas KBGO memantau regulasi-regulasi. Kita juga tidak bekerja sendiri, kita mengumpulkan suara-suara dengan lembaga lain yang memiliki konsentrasi yang sama di isu ini untuk memberikan rekomendasi mengenai regulasi kepada orang-orang di ranah pemerintahan. Selain itu kita juga mengawasi regulasi aplikasi yang akan diaplikasikan. Jadi itu memang menjadi salah satu tugas di Awas KBGO yang berhubungan dengan advokasi dan regulasi.” (Wawancara Iin Valentine, 8 September 2023)

Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa kepentingan masyarakat merupakan suatu hal yang diutamakan dalam proses kampanye yang dilakukan oleh Awaskbgo. Hal tersebut juga sejalan dengan prinsip dan tujuan awal dilakukannya kampanye ini, yakni untuk menanggapi berbagai keresahan yang dialami oleh masyarakat terkait dengan isu kekerasan di ranah digital. Dalam pelaksanaan kampanyenya, Awaskbgo telah melakukan kemitraan dengan berbagai lembaga. Hal tersebut dilakukan agar dapat mendapat dukungan dari berbagai lembaga yang memiliki isu yang sama sehingga tujuan dapat dicapai lebih cepat serta dapat menghadapi berbagai tantangan-tantangan dalam prosesnya.

“Dari Awaskbgo sendiri kita bekerja sama seperti dengan Koalisi Masyarakat Anti Kekerasan Seksual, KEMENPPPA, KOMINFO, Komnas Perempuan dan Komnas HAM, LBH APIK, LBH, dan sebagainya. Kerjasama kami dilakukan bersama dengan lembaga yang memiliki isu dan minat yang sama.” (Wawancara Wida Arioka, 20 Juli 2023)

Selain mendapatkan dukungan dari kemitraan, kampanye Awaskbgo juga terkadang mendapatkan bantuan dukungan baik dari lembaga dalam negeri maupun luar negeri. Berbagai dukungan yang diterima oleh kampanye Awaskbgo sering kali berasal dari berbagai lembaga yang memiliki ketertarikan isu yang sama.

“Pada saat ini tidak ada, namun biasanya kalo kita membuat konten atau buku panduan biasanya ada yang mendukung, dan biasanya logonya ada di konten tersebut. Jadi, bisa dikatakan kita cukup transparan juga dengan siapa yang mendanai kita. Biasanya yang mendanai Awaskbgo itu biasanya mereka yang memiliki concern mengenai isu perempuan, isu keberagaman.” (Wawancara Wida Arioka, 20 Juli 2023).

Keterbukaan lembaga SAFEnet dan kampanye Awaskbgo dalam menjalankan programnya dapat memberikan reaksi positif dari masyarakat penerima pesan kepada lembaga SAFEnet. Dengan mengedepankan aspek transparansi, kampanye Awaskbgo dapat mendapatkan dukungan serta kepercayaan dari publik.

Adapun, jenis-jenis konten kampanye awaskbgo tersebut juga disesuaikan dengan jenis media yang digunakan saat berkampanye. Berikut beberapa media digital yang digunakan oleh kampanye Awaskbgo:

1. Media Instagram

Pada media Instagram, penyampain informasi mengenai KBGO telah dilakukan dengan menggunakan akun @awaskbgo. Akun yang telah diikuti oleh 8.169 pengikut media sosial ini

telah memuat 280 informasi yang berfokus pada isu KBGO. Dalam menyampaikan informasi melalui Instagram, kampanye Awaskbgo turut menggunakan dan memanfaatkan berbagai fitur-fitur yang ada pada media tersebut. Selain itu, format penyampaian informasi juga disesuaikan dengan media tersebut, seperti melalui feeds Instagram, reels, live streaming, stories, dan sebagainya. Pada kampanye Awaskbgo, fitur feeds telah digunakan untuk menyampaikan informasi-informasi mengenai KBGO yang dibahas secara padat dan jelas yang kemudian dikemas dengan menggunakan visual grafis yang menarik.

Selain itu, kampanye Awaskbgo juga menggunakan fitur reels dimana proses penyampaian informasi dilakukan dengan menggunakan format video dengan durasi antara 60-90 detik. Selain kedua fitur tersebut, fitur stories juga sering digunakan oleh kampanye Awaskbgo untuk memberikan informasi-informasi mengenai acara yang berhubungan dengan isu-isu KBGO, baik yang dilakukan oleh Awaskbgo ataupun mitra dari SAFEnet. Penggunaan fitur live streaming juga dilakukan untuk menyampaikan informasi mengenai isu-isu KBGO.

Komunikasi tersebut juga dimanfaatkan untuk membantu masyarakat apabila mereka membutuhkan layanan-layanan tertentu. Hal tersebut diungkapkan oleh Iin Valentine selaku relawan Awaskbgo.

“Pada waktu itu kan kita rajin banget bikin konten ya jadi banyak komen-komen. Aku inget banget waktu itu ada komen tentang keterlibatan laki-laki itu diperlukan loh dalam menyuarakan isu KBGO, kemudian komen itu rame banget ada yang setuju dan sebagainya. Komen tersebut itu kami ulas, walaupun isu ini masih terikat dengan isu perempuan tapi isu ini ga hanya buat perempuan tetapi juga untuk orang-orang lain dengan gender dan orientasi yang berbeda juga. Jadi kita berusaha mengakrabkan isu ini dan menyadarkan bahwa isu ini isu bersama. Selain itu, konten-konten lain kita juga mendapatkan feedback baik dari komen atau direct message. Kalau direct message biasanya ada yang membahas konten kemudian menanyakan mengenai layanan-layanan KBGO.” (Wawancara Iin Valentine, 8 September 2023)

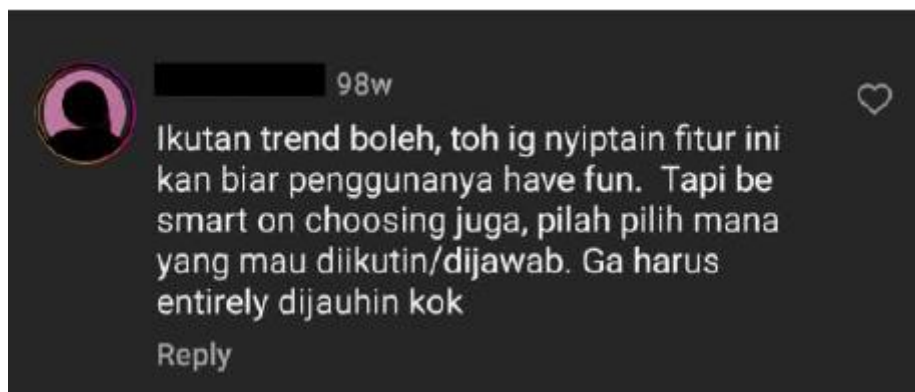
Berbagai pesan timbal balik yang diterima oleh kampanye Awaskbgo dapat dikonfirmasi dengan melihat ragam komentar pada akun Instagram @awaskbgo. Kolom komentar yang ada pada konten-konten di media kampanye Awaskbgo dapat menjadi tempat untuk memberikan pendapat ataupun menanyakan informasi yang berkaitan dengan isu KBGO. Berikut beberapa komentar yang terdapat pada kampanye Awaskbgo, khususnya di media Instagram.

Gambar 1.5 Komentar Pada Akun Instagram @awaskbgo



Sumber: Tangkapan Layar Komentar pada Instagram @awaskbgo, tanggal 23 November 2021.

Gambar 1.6 Komentar Pada Akun Instagram @awaskbgo



Sumber: Tangkapan Layar Komentar pada Instagram @awaskbgo, tanggal 23 November 2021.

Berdasarkan hasil temuan penelitian, berbagai media telah digunakan oleh Awas KBGO dalam mengkampanyekan isu-isu KBGO. Perbedaan karakteristik dan fitur dalam berbagai media tersebut juga telah digunakan dan disesuaikan agar para audiens tertarik dan menyadari akan isu

yang disampaikan. Selain itu, proses penyampaian pesan yang dilakukan juga telah menerima timbal balik pesan dari para penerimanya. Pesan timbal balik tersebut digunakan untuk mengembangkan kampanye Awas KBGO dan membantu masyarakat mengenai layanan-layanan terkait KBGO.

Jenis-jenis konten yang dimuat dalam kampanye Awas KBGO cukup beragam, seperti terdapat konten yang memuat instruksi, konten yang berisi informasi, edukasi, dan sebagainya. Beragam konten yang dibuat dan disampaikan dalam kampanye dilakukan untuk mengedukasi masyarakat agar mereka dapat menyadari dan memahami isu ini. Berikut beberapa konten yang terdapat pada beberapa media sosial kampanye Awas KBGO.

1. Konten informatif mengenai isu KBGO. Salah satu konten yang menjelaskan mengenai KBGO merupakan kekerasan yang melanggar HAM ini merupakan konten informatif yang bertujuan agar masyarakat dapat menyadari bahaya dari kekerasan yang ada di ranah digital, terutama KBGO.

Gambar 1.7 Konten Kampanye Awas KBGO



Sumber: Instagram @awaskbgo, tanggal 13 Februari 2023

Konten instagram yang diunggah pada 13 Februari 2023 ini telah disukai oleh 131 pengguna instagram. Konten yang berjudul "Kekerasan berbasis Gender Online (KBGO) melanggar HAM", memuat informasi yang menyatakan bahwa KBGO merupakan salah satu masalah HAM karena KBGO melanggar hak untuk hidup, kebebasan, dan keamanan pribadi. Selain itu, KBGO juga melanggar hak privasi, hak kebebasan berekspresi, hak atas kesetaraan dan nondiskriminasi, dan hak atas kesehatan.

2. Konten informatif yang berisi mengenai instruksi-instruksi yang perlu dilakukan oleh masyarakat. Salah satu konten instruksi terdapat pada konten yang berjudul, "Menemukan Konten Intim Kenalan di Akun yang bukan Miliknya?". Konten tersebut berisikan beberapa instruksi yang perlu dilakukan masyarakat ketika menghadapi situasi tersebut. Berbagai instruksi tersebut diharapkan agar konten tersebut tidak tersebar lebih luas lagi.

Gambar 1.8 Konten Kampanye Awas KBGO



Sumber: Instagram @awaskbgo, tanggal 29 April 2022

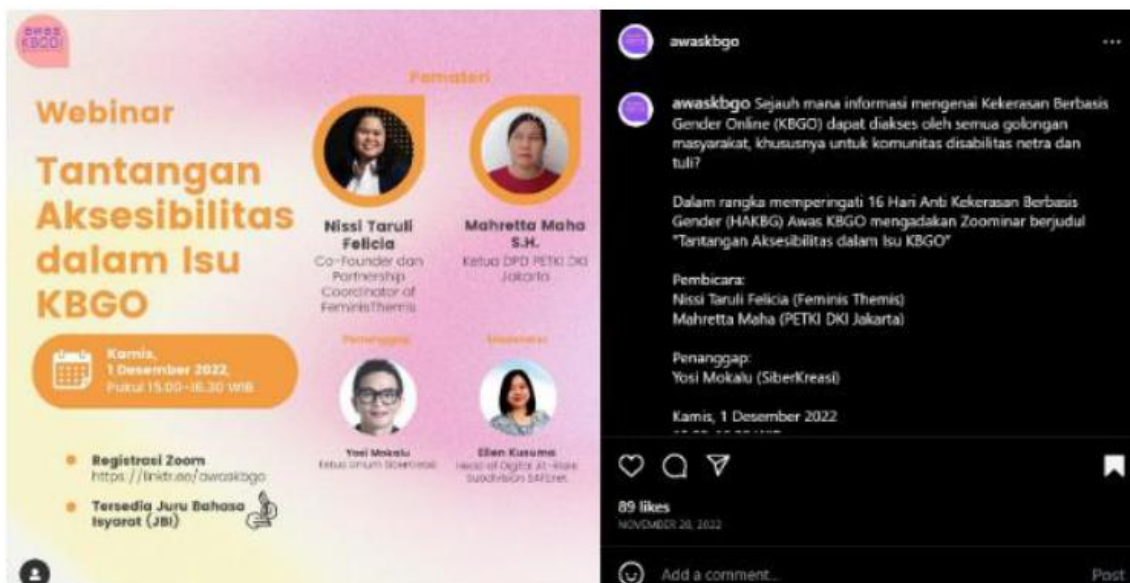
Konten instagram yang telah diunggah pada tanggal 29 April 2022 ini merupakan konten yang bekerjasama dengan UK Aid. Konten yang telah disukai oleh 116 pengguna instagram ini memuat informasi mengenai salah satu bentuk dari KBGO, yakni Non-Consensual Dissemination

of Intimate Images (NCII). NCII merupakan penyebaran konten intim yang dilakukan dengan niatan yang jahat dan tanpa persetujuan dari pihak korban. Konten tersebut juga memuat instruksi mengenai hal apa yang perlu kita lakukan jika dihadapkan hal tersebut. Adapun instruksi tersebut, yakni: menanyakan konten tersebut kepada kenalan, melaporkan kepada platform digital tempat penyebaran konten tersebut, tidak ikut menyebarkan konten tersebut, dan tidak menyimpan konten tersebut.

3. Konten informatif dan edukatif yang diberikan oleh kampanye Awas KBGO juga termuat dalam website Pustaka Awas KBGO. Pada website pustaka.awaskbgo.id terdapat berbagai macam publikasi yang berkaitan dengan KBGO, seperti buku, panduan, hasil riset, dan regulasi terkait KBGO.

Konten informasi acara yang dipublikasikan oleh akun Awas KBGO memuat informasi mengenai acara-acara seperti diskusi ataupun webinar yang dilakukan oleh Awas KBGO. Konten yang memuat informasi acara tersebut berisi tentang informasi topik pembicaraan, narasumber, tempat dan jadwal pelaksanaan acara, dan cara mendaftar untuk mengikuti acara tersebut. Informasi tersebut dilakukan guna mengajak masyarakat umum untuk mengikuti acara tersebut sehingga mereka dapat mengetahui dan menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan KBGO secara langsung dengan para narasumber pembicaranya.

Gambar 1.9 Konten Kampanye Awas KBGO



Sumber: Instagram @awaskbgo, tanggal 28 November 2022

Konten yang memuat informasi acara tersebut berisi tentang informasi topik pembicaraan, narasumber, tempat dan jadwal pelaksanaan acara, dan cara mendaftar untuk mengikuti acara tersebut. Informasi tersebut dilakukan guna mengajak masyarakat umum untuk mengikuti acara tersebut sehingga mereka dapat mengetahui dan menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan KBGO secara langsung dengan para narasumber pembicaranya.

Berbagai konten yang telah dibuat dan didistribusikan oleh Awasi KBGO telah didesain sedemikian rupa agar masyarakat tertarik dan mudah memahami isi pesan yang dibawa. Pesan-pesan yang dibawakan oleh kampanye Awasi KBGO juga bersumber dari berbagai literatur yang telah teruji kredibilitasnya sehingga masyarakat yang menerima pesan tersebut dapat menerima, mempercayai, dan mengkonfirmasi pesan-pesan tersebut. Hal mengenai kredibilitas konten Awasi KBGO diungkapkan oleh Wida Arioka selaku kepala subdivisi kesetaraan dan inklusi SAFEnet.

“Kita berjejaring dengan berbagai lembaga, seperti kita berjejaring dengan LBH APIK kemudian nanti kita baca dan share temuan dari mereka. Sebenarnya cara mengakurasi seperti itu dan kita lebih seringnya melihat dari jurnal-jurnal dan laporan yang memiliki kredibilitas yang pasti. Kemudian biasanya Awasi KBGO tidak langsung share informasi karena biasanya kita melihat perkembangan tren tersebut, risikonya, dan sebagainya.” (Wawancara Wida Arioka, 20 Juli 2023).

Dalam proses penyampaian pesan-pesan informasi, kampanye Awasi KBGO telah berupaya memberikan informasi dan edukasi mengenai isu KBGO melalui berbagai macam media. Kampanye yang telah dilakukan oleh Awasi KBGO tersebut telah memberikan peran-peran tersebut kepada masyarakat.

Pertama, menyalurkan informasi atau inovasi kepada masyarakat sebagai langkah untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai isu KBGO. Dalam proses ini, informasi diberikan oleh pihak Awasi KBGO sebagai pusat informasi.

Kedua, pemecahan masalah. Dalam pemecahan masalah, pihak Awasi KBGO berperan sebagai perantara informasi mengenai permasalahan yang ada pada masyarakat. Selain perantara informasi, pihak Awasi KBGO juga menyediakan layanan pengaduan untuk para korban KBGO.

Ketiga, pengambilan keputusan. Pada peran pengambilan keputusan, pihak Awasi KBGO sebagai fasilitator tidak hanya menjadi perantara informasi mengenai regulasi-regulasi yang ada.

Namun, pihak Awasi KBGO juga berusaha menjadi pihak yang dapat menyampaikan aspirasi masyarakat kepada pemerintah sebagai bahan rekomendasi untuk pembuatan undang-undang. Dalam melaksanakan kampanye, peran media atau saluran komunikasi merupakan suatu hal yang cukup penting agar pesan-pesan yang dibawa dapat sampai kepada masyarakat. Sejak tahun 2019,

kampanye Awas KBGO terus berusaha menyampaikan informasi mengenai KBGO melalui berbagai media. Proses penyampaian informasi tidak hanya dilakukan melalui media digital, tetapi juga menggunakan media interpersonal. Dengan menggunakan media-media tersebut, kampanye Awas KBGO terus melakukan persebaran informasi tanpa melihat perbedaan peran dan kedudukan masyarakat.

Dalam proses persebaran informasi, kampanye Awas KBGO yang dilakukan oleh SAFEnet dapat dikatakan sebagai suatu agen sosialisasi yang berperan untuk menyebarkan pengetahuan dan membuka wawasan individu maupun masyarakat umum. Selain sebagai agen sosialisasi, kampanye ini juga dapat dikatakan sebagai gerakan sosial.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang konkret, penelitian mengenai kampanye Awas KBGO yang dilakukan oleh lembaga SAFEnet ini telah menjawab dua rumusan masalah penelitian. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Kampanye Awas KBGO merupakan kampanye sosial yang dilakukan untuk memberikan berbagai pesan-pesan informatif dan edukatif mengenai KBGO kepada masyarakat umum melalui berbagai saluran komunikasi yang digunakannya. Dalam proses penyampaian dan persebaran informasi, kampanye Awas KBGO menggunakan model komunikasi banyak tahap di mana proses penyampaian informasi menggunakan berbagai media seperti media massa dan media interpersonal. Dalam proses penyampaian informasi, kampanye Awas KBGO juga menunjukkan informasi tersebut kepada masyarakat secara umum tanpa membedakan peran dan kedudukannya.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa, inovasi yang ada pada kampanye Awas KBGO menjadi penguat pengetahuan para informan untuk mengadopsi inovasi tersebut. Selain itu, dalam proses penyampaian dan persebaran informasi, kampanye Awas KBGO telah menggunakan berbagai saluran komunikasi, baik melalui media massa maupun media interpersonal. Pada dimensi waktu dan sistem sosial yang menyangkut proses adopsi, dapat diketahui bahwa kampanye yang telah berlangsung sejak tahun 2019 ini terus diminati dan diikuti oleh masyarakat umum.

Selanjutnya, bagi para pembaca, diharapkan dapat meningkatkan informasi mengenai literatur digital, sehingga dapat lebih bijaksana dalam berinternet dan bermedia sosial. Sedangkan, bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan kajian yang sama, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi dan kampanye digital di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Berger, C. R., Roloff, M. E., & Roskos-Ewoldsen, D. R. 2021. *Kampanye Komunikasi: Handbook Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Nusa Media.
- Cardona, David. 2020. *Strategi Komunikasi Pembangunan dalam Penataan Pedagang Kaki Lima*. Surabaya: Scopindo.
- Creswell, John W & Creswell, J. David. 2018. *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. India: SAGE Publications.
- Hardani, dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Herdiansyah, Haris. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional dan Kontemporer*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ismayani, Ade. 2019. *Metodologi Penelitian*. Aceh: Syiah Kuala University Press
- Kim, Carolyn Mae. 2016. *Social Media Campaign Strategies for Public Relations and Marketing*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Kurniawati, K. 2018. *Sosialisasi Kepribadian*. Yogyakarta: Sentra Edukasi Media
- Larson, Charles U. 2001. *Persuasion Reception and Responsibility*. America: Wadsworth.
- Mardikanto, Totok. 2010. *Komunikasi Pembangunan Acuan Bagi Akademisi, Praktisi, dan Peminat Komunikasi Pembangunan*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. America: SAGE Publications.
- Rogers, Everett M. 2003. *Diffusion of Innovation*. New York: Free Press.
- Rustiana, & Suharnis. 2022. *Sosialisasi Anak pada Keluarga Single Parents*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Siyoto, Sandu & Sodik, M. Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sudaryono. 2018. *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers
- Sukmana, Oman. 2016. *Konsep dan Teori Gerakan Sosial*. Malang: Intrans Publishing.

Jurnal

- Budiwaspada, A. E., & Mansoor, A. Z. 2020. *Pemodelan Strategi Kampanye Sosial Pasca Pandemi Covid-19 berbasis 7 Fase Kesedihan Kubler*. *Jurnal Desain*.
- Fatimah, S. 2018. *Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu*. *Resolusi Vol. 1 No. 1 Juni 2018*.
- Galagedarage, T. M., & Salman, A. 2018. *Issues in Internet Adoption and Rural Development: Theory of The Diffusion*. *The Journal of Development*.
- Hayati, N. 2021. *Media Sosial dan Kekerasan Berbasis Gender Online selama Pandemi Covid-19*. *Jurnal Hukum, Humaniora, Masyarakat dan Budaya*.
- Okigbo, C. C., & Mou, S. P. 2017. *Communication for Development: Strategic Adaptations and Historical Literations*. *The Journal of Development Communication*.
- Owusu, E., Ocloo, K. A., & Atanga, R. A. 2020. *Development Communication and Project Sustainability: Empirical Analysis of Ejura Sekyedumase Municipality in Ghana*. *Journal of Development Communication*.
- Ratnasari, E., Sumartias, S., & Romli, R. 2020. *Penggunaan Message Appeals dalam Strategi Pesan Kampanye Anti Kekerasan Berbasis Gender Online*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Dokumen Website

- Annur, Cindy Mutia. 2022. *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. *Databooks*. 23 Maret 2022. Juga dapat diakses pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>

- APC. 2017. Online gender-based violence: A submission from the Association for Progressive Communications to the United Nations Special Rapporteur on Violence Against Women, its Causes and Consequences. Juga dapat diunduh pada: https://www.apc.org/sites/default/files/APCSubmission_UNSR_VAW_GBV_0_0.pdf
- Awas KBGO. 2019. #AwasKBGO: Kampanye SAFEnet untuk Hari Anti Kekerasan terhadap Perempuan. Awas KBGO. 25 November 2019. Juga dapat diakses pada <https://awaskbgo.id/2019/11/25/awaskbgo-kampanye-safenet-untuk-16-hari-anti-kekerasan-terhadap-perempuan/>
- Dai, Di. 2020. ASEAN Youths Emerge from the Pandemic More Resilient, Adaptive and Creative, Reveals the World Economic Forum. World Economic Forum. 23 Juli 2020. Juga dapat diakses pada <https://www.weforum.org/press/2020/07/asean-youths-emerge-from-the-pandemic-more-resilient-adaptive-and-creative-reveals-the-world-economic-forum/>
- Jemadu, Liberty. 2021. Lewat Game Free Fire Pemuda Kaltim Paksa Belasan Anak Perempuan Lakukan Video Call Seks. Suara.com. 30 November 2021. Juga dapat diakses pada <https://www.suara.com/tekno/2021/11/30/163548/lewat-game-free-fire-pemuda-kaltim-paksa-belasan-anak-perempuan-lakukan-video-call-seks>
- KabarSelenes.id. 2023. Kasus Kekerasan Seksual Online di Universitas Tadulako Memprihatinkan. <https://kabarselebes.co.id/berita/2023/12/07/kasus-kekerasan-seksual-online-di-universitas-tadulako-memprihatinkan/>
- Komara, Kannia Nur Haida. 2022. Trending Topic di Twitter, Nama Ardhito Pramono Diduga Terseret Kasus Video Syur. Pikiran Rakyat. 29 Juli 2022. Juga dapat diakses pada <https://www.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-015132245/trending-topic-di-twitter-nama-ardhito-pramono-diduga-terseret-kasus-video-syur?page=2>.
- Luxiana, Kadek Melda. 2022. Komnas Perempuan: Video Mirip Nagita adalah Morphing. Detik News. 16 Januari 2022. Juga dapat diakses pada <https://news.detik.com/berita/d-5899969/komnas-perempuan-video-mirip-nagita-adalah-morphing-termasuk-kekerasan>.
- SAFEnet. Tentang Kami. Juga dapat diakses pada <https://safenet.or.id/id/tentang/>
- SAFEnet. 2019. Memahami dan Menyikapi Kekerasan Berbasis Gender Online: Sebuah Panduan. Juga dapat diunduh pada <https://id.safenet.or.id/wp-content/uploads/2019/11/Panduan-KBGO-v2.pdf>
- SAFEnet. 2022. Laporan Situasi Hak-Hak Digital Indonesia 2021: Pandemi Memang Terkendali Tapi Represi Digital Terus Berlanjut. Juga dapat diunduh pada <https://awaskbgo.id/wp-content/uploads/2022/03/Laporan-Situasi-Hak-Digital-2021-Part-KBGO.pdf>
- SAFEnet. 2023. Laporan Pemantauan Hak-hak Digital Triwulan II 2023. juga dapat diakses pada <https://mega.nz/file/o9UUjZzT#xQMusPAY1eNLstp0LgAFRX63qa15PXOxNSruUv-HZbg>
- Sucahyo, Nurhadi. 2021. Kongres Ulama Perempuan: Indonesia Darurat Kekerasan Seksual. VOA Indonesia. 15 Desember 2021. Juga dapat diakses pada <https://www.voaindonesia.com/a/kongres-ulama-perempuan-indonesia-darurat-kekerasan-seksual/6355508>.
- Siaran Pers KemenPPPA Juli 2024. <https://kemenpppa.go.id/page/view/NTMxMQ==?form=MG0AV3>

Dokumen Regulasi di Indonesia

- Komnas Perempuan. 2022. Bayang Bayang Stagnansi: Daya Pencegahan dan Penanganan Berbanding Peningkatan Jumlah, Ragam dan Kompleksitas Kekerasan Berbasis Gender Terhadap Perempuan. Jakarta: KOMNAS Perempuan.
- Pemerintah Indonesia. Undang-Undang (UU) Nomor Nomor 12 Tahun 2022 tentang Tindak Pidana Kekerasan Seksual. LL Sekretariat Negara No. 6792. Jakarta.