Comdent: Communication Student Journal, Volume 1, No. 2, 2023, pp. 256-271
https://doi.org/10.24198/comdent.v1i2.50994

Strategi komunikasi Jakarta *Feminist* sebagai informasi layanan bantuan kekerasan berbasis gender

Maghfira Prima Grafitia[1], Yanti Setianti[2], Priyo Subekti[3]
[1,2,3]Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

ABSTRAK

Latar Belakang: *Jakarta Feminist* memperkenalkan "Cari Layanan" sebagai platform untuk memfasilitasi korban kekerasan dalam mendapatkan informasi tentang layanan bantuan. Penelitian ini merujuk pada model strategi komunikasi organisasi nirlaba oleh Sally J. Patterson yang terdiri dari tujuh langkah. **Tujuan:** Penelitian ini difokuskan pada evaluasi strategi komunikasi *Jakarta Feminist* dalam mempromosikan "Cari Layanan" sebagai sumber informasi bantuan kekerasan berbasis gender. Tujuan utamanya adalah untuk menilai sejauh mana strategi tersebut sesuai dengan tujuan organisasi. **Metode:** Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka. Validasi data dilakukan menggunakan triangulasi sumber data. **Hasil:** Temuan penelitian mengungkap beberapa hal kunci. Pertama, Jakarta Feminist telah mematuhi langkah-langkah persiapan perencanaan yang disarankan oleh Patterson, meskipun analisis situasi masih belum mendalam. Kedua, meskipun penentuan target audiens telah jelas, formulasi tujuan masih belum optimal dalam hal spesifikasi, pengukuran, dan penentuan batas waktu. Ketiga, pengembangan pesan telah dilakukan dengan baik, meskipun pesan yang disampaikan masih kurang jelas bagi target audiens. Keempat, strategi penyebaran melibatkan pertemuan tatap muka dan media online. Terakhir, evaluasi dilakukan melalui berbagai acara sesuai dengan model Patterson, seperti *focus group*, analisis layanan kliping, dan survei *sampling*. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang keberhasilan dan kekurangan strategi komunikasi Jakarta Feminist dalam mempromosikan "Cari Layanan".

Kata-kata kunci: Strategi; komunikasi; organisasi nonprofit; informasi layanan; Jakarta Feminist

Communication strategy of Jakarta Feminist as information on gender-based violence assistance services

ABSTRACT

Background: *Jakarta Feminist introduced "Cari Layanan" as a platform to facilitate victims of violence in accessing information about support services. This research refers to Sally J. Patterson's model of nonprofit organizational communication strategy, which consists of seven steps.* ***Objective:*** *This study focuses on evaluating Jakarta Feminist's communication strategy in promoting "Cari Layanan" as a gender-based violence support information source. The main objective is to assess the alignment of this strategy with the organization's goals.* ***Method:*** *Qualitative research method was employed. Data were collected through interviews, observations, and literature review, validated using data source triangulation.* ***Findings:*** *The research revealed several key findings. Firstly, Jakarta Feminist adhered to Patterson's recommended preparatory planning steps, although the situational analysis remained somewhat superficial. Secondly, target audience determination was clear, but goal formulation still lacked specificity, measurability, and deadline setting. Thirdly, message development was adequate, though the conveyed message was not entirely clear to the target audience. Fourthly, dissemination strategy involved face-to-face meetings and online media. Lastly, evaluation was conducted through various events according to the Patterson model, such as focus groups, clipping services and analysis, and sampling surveys. Overall, the study provides valuable insights into the successes and shortcomings of Jakarta Feminist's communication strategies in promoting "Cari Layanan".*

Keywords*: Strategy; communication; non-profit organization; service information; Jakarta Feminist*

Untuk mengutip artikel ini (Gaya APA):
Grafitia, M.P, Setianti, Y., & Subekti, P. (2023). Strategi komunikasi Jakarta Feminist sebagai informasi layanan bantuan kekerasan berbasis gender. *Comdent: Communication Student Journal*, *1*(2), 256-271. https://doi.org/10.24198/comdent.v1i2.50994

Korespondensi: Maghfira Prima Grafitia S.I.kom. Universitas Padjadjaran. Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, , Jatinangor, Kab. Sumedang, Jawa Barat 45363. *Email*: maghfira.work@gmail.com

ISSN: 2986-8297 (Online). Website: http://jurnal.unpad.ac.id/comdent
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/). Copyright © 2023 The Author(s).

PENDAHULUAN

Jakarta Feminist dibentuk pada tahun 2014 dan berawal dari diskusi *group facebook* sebagai tempat aman untuk perempuan dan kelompok minoritas untuk membagikan pengalaman mereka saat menghadapi kekerasan, diskriminasi, dan penindasan di Jakarta. Sekarang berkembang menjadi komunitas yang bertujuan untuk mempromosikan nilai feminis dalam meraih kesetaraan gender di Indonesia. Perkumpulan Lintas *Feminist Jakarta* atau *Jakarta Feminist* bekerja sebagai katalisator atau organisasi yang menyebabkan adanya perubahan, dalam hal ini untuk Gerakan Perempuan Indonesia dengan menggabungkan aktivis dari berbagai macam latar belakang di seluruh daerah Indonesia. *Jakarta Feminist* juga merupakan inisiator pertama adanya Gerakan *Woman's March* Jakarta dan pencipta Cari Layanan, sebuah direktori untuk korban-penyintas kekerasan berbasis gender.

Kekerasan berbasis gender sudah marak terjadi di Indonesia. Sejak adanya pandemi, kekerasan berbasis gender mulai mengalami peningkatan. Konsultan Isu Gender, Tunggal Pawestri, mengungkapkan bahwa kekerasan berbasis gender telah meningkat sampai 63%, sedangkan kasus kekerasan berbasis gender online (KBGO) naik hampir 300% (*Human Resource Management International Digest*, 2020). Data ini juga didukung oleh Dokumen Rilis Pers SAFEnet 2021, yang menyebutkan pada masa pandemi COVID-19, angka KBGO mengalami peningkatan hingga tiga kali lipat (Safenet, 2021). Terlihat dari laporan, peningkatan kekerasan berbasis gender sangat signifikan, terutama pada kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) dan Kekerasan Berbasis Gender online. Kekerasan berbasis gender atau KBG sendiri merupakan tindakan yang dilakukan diluar dari kehendak seseorang yang terjadi akibat perbedaan atau asumsi perbedaan terhadap peran laki-laki dan perempuan (Maher et al., 2018). Kekerasan berbasis gender bisa berbentuk kekerasan seksual, kekerasan fisik, kekerasan psikologis, dan kekerasan ekonomi.

Sejak tahun pertama Komnas Perempuan melaporkan jumlah kasus kekerasan terhadap perempuan di tahun 2001, kasus KBG meningkat sebesar 792% menjadi 431.471 sampai tahun 2019. Berdasarkan dari penelitian Perkumpulan Lintas Feminis Jakarta tahun 2021, terdapat peningkatan korban kekerasan 'baru' selama pandemi COVID-19, terdapat 22 persen respon korban mengatakan bahwa mereka terkena kekerasan untuk pertama kali saat pandemi. Tidak hanya jumlah, namun frekuensi dan intensitas dari Kekerasan berbasis gender (KBG) juga meningkat selama pandemi. Kekerasan yang paling sering dialami oleh korban selama pandemi covid-19 adalah kekerasan verbal (Suzor et al., 2019).

Jakarta Feminist memperkenalkan Cari Layanan untuk memberikan informasi terkait kekerasan berbasis gender tetapi pada tanggal 5 Desember 2021, Akun *Instagram* Cari Layanan (Figure 1) membuat sebuah *postingan* klarifikasi yang berisikan pemberitahuan bahwa Cari Layanan tidak

Sumber: *Instagram* Cari Layanan, 2021

Gambar 1 Post Instagram klarifikasi Cari Layanan

menerima laporan kekerasan, namun dapat digunakan untuk mengakses informasi mengenai lebih dari 100 lembaga layanan di *website* Cari Layanan. Hal ini menjadi permasalahan bagi *Jakarta Feminist* karena pengertian dari Cari Layanan sendiri sudah dituliskan di beberapa *platform* media sosial dan *website* Cari Layanan, namun masih banyak miskonsepsi akan adanya Cari Layanan di mata masyarakat.

Jakarta Feminist ingin memperkenalkan Cari Layanan sebagai sebuah *website directory* atau penyedia informasi lembaga layanan kekerasan berbasis gender. Namun pada kenyataannya, berdasarkan pra riset yang peneliti lakukan pada Kate Walton, selaku *communications manager* dari *Jakarta Feminist*, mengatakan bahwa setiap bulannya selalu terdapat beberapa orang yang melakukan laporan kekerasan melalui *direct message* (DM) *Instagram* Cari Layanan. Pada bulan Juni 2022 saja sudah terdapat 6 orang yang melakukan laporan kekerasan ke DM *Instagram* Cari Layanan. Setiap bulannya pasti selalu ada orang yang melaporkan kasus kekerasannya kepada *direct message Instagram* Cari Layanan. Padahal Cari Layanan bukanlah sebuah lembaga layanan konsultasi. Namun Cari Layanan hanya dapat memberikan informasi mengenai lembaga layanan konsultasi bagi korban atau penyintas kekerasan berbasis gender.

Pada hari selasa tanggal 23 Februari tahun 2021, *Jakarta Feminist* meluncurkan *website* Cari Layanan. Cari layanan adalah *website* yang dapat membantu mencarikan beragam layanan yang dibutuhkan korban kekerasan berbasis gender di seluruh Indonesia. Cari layanan bekerjasama dengan beberapa lembaga pemerintah maupun non pemerintah seperti LBH Apik dibeberapa daerah yang sebagian besar dari lembaga tersebut menyediakan layanan gratis atau tanpa biaya. Cari layanan dapat digunakan oleh korban ataupun teman dan keluarga yang membutuhkan

bantuan layanan kekerasan berbasis gender. Cari layanan menyediakan informasi lembaga layanan konseling, konsultasi, bantuan hukum, rumah aman, kesehatan, khusus anak, dan disabilitas berdasarkan lokasi yang terjamin kerahasiaannya.

Tujuan adanya cari layanan adalah untuk membantu anak muda daerah urban di Indonesia yang melek dengan internet untuk bisa mendapatkan pelayanan kekerasan berbasis gender dengan mudah. Dikhususkan untuk anak muda yang melek internet karena Cari Layanan hanya bisa diakses dengan internet melalui website www.carilayanan.com atau bisa juga diakses melalui website www.belipotbunga.com bagi korban yang tidak memungkinkan untuk terang-terangan meminta pertolongan.

Meskipun Cari Layanan diluncurkan dengan niat baik dan kebutuhan yang jelas, tantangan signifikan muncul dalam menjangkau target audiens. Data kunjungan *website* menunjukkan bahwa pada bulan awal setelah peluncuran, jumlah pengguna yang mengakses situs jauh lebih rendah dari yang diharapkan. Meskipun terjadi peningkatan pengunjung secara bertahap—dari 623 pengguna pada Juni 2021 menjadi 3,500 pengunjung dengan 4,000 sesi pada September 2022—masih ada kesenjangan antara potensi layanan ini dengan realisasi penggunaannya oleh masyarakat. Lebih jauh lagi, miskonsepsi mengenai fungsi dan tujuan dari Cari Layanan menambah kompleksitas tantangan yang dihadapi.

Kesenjangan ini menyoroti kebutuhan kritis akan strategi komunikasi yang efektif dan terarah. Mengacu pada kerangka kerja strategi komunikasi nonprofit yang dikembangkan oleh Sally J. Patterson dan Janel M. Radtke, yang mencakup tujuh langkah mulai dari persiapan perencanaan hingga pengukuran dan evaluasi, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan memperbaiki pendekatan komunikasi *Jakarta Feminist*. Dengan fokus pada pengenalan Cari Layanan sebagai informasi layanan bantuan bagi kekerasan berbasis gender, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengatasi penyebab dari miskonsepsi di masyarakat serta meningkatkan kesadaran dan penggunaan layanan yang disediakan oleh Cari Layanan.

Dalam konteks ini, penelitian berusaha untuk menjawab pertanyaan kunci: "Bagaimana Strategi Komunikasi *Jakarta Feminist* dalam Memperkenalkan Cari Layanan Sebagai Informasi Layanan Bantuan Bagi Kekerasan Berbasis Gender?" Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas strategi komunikasi saat ini dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan strategi komunikasi Jakarta Feminist dalam mempromosikan Cari Layanan.

KAJIAN PUSTAKA

Untuk mengatasi isu-isu sosial yang kompleks seperti kekerasan berbasis gender, organisasi nonprofit seperti *Jakarta Feminist* berada di garis depan dalam upaya membangun kesadaran

dan mendorong perubahan sosial. Dalam menghadapi tantangan sosial, khususnya isu kekerasan berbasis gender, organisasi nonprofit seperti *Jakarta Feminist* membutuhkan strategi komunikasi yang efektif untuk dapat melakukan perubahan. Model strategi komunikasi yang dirumuskan oleh Sally J. Patterson menawarkan pendekatan sistematis yang vital bagi organisasi ini untuk merancang dan mengimplementasikan inisiatif komunikasi mereka dengan efektif. Kunci dari model ini terletak pada pengakuan bahwa komunikasi yang sukses tidak hanya terjadi begitu saja ia membutuhkan perencanaan yang cermat, pelaksanaan yang terstruktur, dan evaluasi yang berkelanjutan.

Perencanaan strategis merupakan fondasi untuk setiap upaya komunikasi, terdiri atas kejelasan dalam penetapan tujuan jangka panjang, visi, dan misi organisasi. Tujuan komunikasi yang ditetapkan dalam tahap ini harus selaras dengan nilai inti organisasi dan mendukung pencapaian visi dan misinya secara keseluruhan. Penetapan tujuan yang spesifik memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi target audiens dengan lebih efektif dan menentukan pesan kunci yang akan disampaikan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa upaya komunikasi diarahkan dan dapat diukur, memberikan landasan yang kuat untuk aktivitas selanjutnya.

Analisis situasi merupakan langkah selanjutnya yang penting, memberikan wawasan berharga tentang lingkungan operasional organisasi. Melalui analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), organisasi dapat menilai faktor-faktor internal dan eksternal yang mungkin mempengaruhi keberhasilan strategi komunikasi mereka. Pengenalan akan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman membantu dalam pengembangan strategi yang responsif dan adaptif terhadap dinamika yang terus berubah, memungkinkan organisasi untuk merespons dengan lebih efektif terhadap tantangan yang muncul.

Penentuan target audiens yang tepat sangat krusial, menuntut pemahaman yang mendalam tentang kelompok individu yang ingin dijangkau organisasi. Karakteristik demografis, perilaku, dan preferensi komunikasi dari audiens ini harus dipertimbangkan secara teliti untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan relevan dan resonan. Penargetan audiens yang efektif adalah kunci untuk meningkatkan probabilitas bahwa pesan akan diterima dan merespons dengan cara yang diinginkan, sehingga mendorong keterlibatan aktif dan aksi nyata.

Pengembangan tujuan komunikasi yang jelas dan terukur adalah esensial dalam memastikan bahwa upaya komunikasi dapat diukur dan dievaluasi. Menetapkan tujuan yang SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound*) memberikan arah dan fokus yang jelas, memastikan bahwa semua kegiatan komunikasi berkontribusi terhadap hasil yang diinginkan. Tujuan ini membimbing pengembangan pesan dan pemilihan taktik, memastikan bahwa inisiatif komunikasi bergerak maju secara koheren dan terkoordinasi. Kemudian, pengembangan pesan yang efektif menuntut kreativitas dan kejelasan, memastikan bahwa pesan memenuhi kebutuhan dan harapan

audiens sambil menyampaikan nilai inti dan tujuan organisasi. Pesan yang kohesif, konsisten, dan mudah dipahami dapat memotivasi audiens untuk mengambil tindakan atau mengubah persepsi mereka, memperkuat hubungan antara organisasi dan masyarakat yang mereka layani.

Penyebaran strategi memerlukan pemilihan saluran komunikasi yang efektif untuk menjangkau target audiens. Dari media tradisional hingga digital, pemilihan ini harus disesuaikan dengan preferensi dan perilaku audiens, memaksimalkan efektivitas dan efisiensi pesan yang disampaikan. Pemilihan media yang tepat memperluas jangkauan dan dampak pesan, memperkuat visibilitas dan pesan organisasi.

Evaluasi yang berkelanjutan memainkan peran kritis dalam menilai efektivitas strategi komunikasi, memungkinkan organisasi untuk menyesuaikan dan meningkatkan upaya mereka. Pengumpulan dan analisis data memberikan wawasan tentang apakah tujuan komunikasi telah tercapai dan mengidentifikasi area untuk perbaikan. Proses ini memastikan bahwa strategi komunikasi tetap relevan dan responsif terhadap kebutuhan audiens dan tantangan yang berubah.

Melalui penerapan model strategi komunikasi Patterson, organisasi nonprofit seperti *Jakarta Feminist* dapat mengembangkan dan mengimplementasikan strategi komunikasi yang tidak hanya meningkatkan kesadaran tentang isu kekerasan berbasis gender tetapi juga mendorong perubahan sosial yang signifikan. Model ini memberikan kerangka kerja yang komprehensif yang mendukung organisasi dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi inisiatif komunikasi, memastikan bahwa mereka dapat mencapai audiens mereka dengan pesan yang kuat dan mempengaruhi perubahan sosial yang positif. Melalui komunikasi yang strategis dan efektif, organisasi dapat memobilisasi dukungan, mempromosikan advokasi, dan mendorong aksi, berkontribusi terhadap pembangunan masyarakat yang lebih adil dan inklusif.

METODE PENELITIAN

Penelitian tentang Strategi Komunikasi Organisasi Nonprofit *Jakarta Feminist* dalam Memperkenalkan "Cari Layanan" adalah sebuah upaya untuk memahami pendekatan yang digunakan oleh organisasi tersebut dalam menghadapi tantangan kekerasan berbasis gender. Penelitian ini diarahkan untuk mengungkap bagaimana *Jakarta Feminist* menggunakan strategi komunikasi untuk mempromosikan platform "Cari Layanan" sebagai sumber informasi bagi korban kekerasan. Dalam konteks ini, penggunaan metode penelitian kualitatif adalah pilihan yang tepat karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan memahami fenomena kompleks dengan lebih mendalam (Creswell, 2018).

Mengutip Moleong (2012), metode penelitian kualitatif adalah pendekatan yang memberikan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan serta perilaku yang diamati. Penelitian ini

bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan yang terkait dengan kekerasan berbasis gender. Paradigma positivisme dipilih sebagai kerangka kerja penelitian, di mana realitas sosial dianggap sebagai sesuatu yang dapat diobservasi secara empiris (Suriati et al., 2022). Dalam paradigma ini, penelitian disusun dengan keyakinan bahwa realitas dapat dipahami melalui pengamatan yang sistematis dan objektif.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi kepustakaan. Penggunaan wawancara mendalam bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang dalam dan komprehensif tentang pandangan, pengalaman, dan persepsi dari mereka yang terlibat langsung dalam pelaksanaan strategi komunikasi *Jakarta Feminist*. Observasi memberikan kesempatan untuk memahami dinamika interaksi antara *Jakarta Feminist* dan target audiens mereka. Studi kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dan mendukung untuk memahami konteks lebih luas dari isu kekerasan berbasis gender dan strategi komunikasi nonprofit.

Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih informan berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu yang terkait dengan masalah penelitian. Dalam konteks ini, Noval Auliady, Kate Walton, dan Matthew Girsang dipilih sebagai informan kunci. Ketiganya dipilih karena mereka memiliki pemahaman yang mendalam tentang strategi komunikasi yang sedang diterapkan oleh *Jakarta Feminist*, serta memiliki keterlibatan langsung dalam proses pengembangan dan implementasi “Cari Layanan”. Martha & Kresno (2016) menekankan bahwa dalam penelitian kualitatif, tidak ada jumlah sampel minimal yang ditetapkan, dan penelitian sering kali menggunakan sampel yang kecil. Dalam hal ini, pemilihan tiga informan dianggap mencukupi untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang strategi komunikasi *Jakarta Feminist*.

Noval Auliady, sebagai Program Manager *Jakarta Feminist*, memiliki pengetahuan yang luas tentang tujuan dan visi organisasi, serta pengalaman dalam mengembangkan strategi komunikasi. Kate Walton, sebagai *Communications Manager*, bertanggung jawab atas penyusunan pesan dan strategi komunikasi organisasi. Matthew Girsang, sebagai *Partnership Officer*, memiliki pengalaman dalam membangun hubungan dengan mitra dan *stakeholders* terkait. Ketiganya memiliki pemahaman yang mendalam tentang tantangan yang dihadapi oleh *Jakarta Feminist* dalam memperkenalkan “Cari Layanan” dan mampu memberikan wawasan yang berharga tentang efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan.

Wawancara dilakukan dengan menggunakan pertanyaan terstruktur sebagai panduan (Babbie, 2016). Dalam proses wawancara, peneliti berusaha untuk memastikan bahwa informan merasa nyaman dan terbuka untuk berbagi pandangan dan pengalaman mereka. Peneliti juga

memperhatikan kemungkinan munculnya tema atau isu yang penting dan relevan yang mungkin belum terpikirkan sebelumnya.

Setelah pengumpulan data selesai, peneliti menganalisis informasi yang diperoleh dengan cermat. Data dari wawancara, observasi, dan studi kepustakaan disusun dan dianalisis untuk mengidentifikasi pola, tren, dan temuan utama (Patton, 2015). Selama proses analisis, peneliti tetap terbuka terhadap kemungkinan munculnya perspektif baru atau isu yang menarik untuk dijelajahi lebih lanjut.

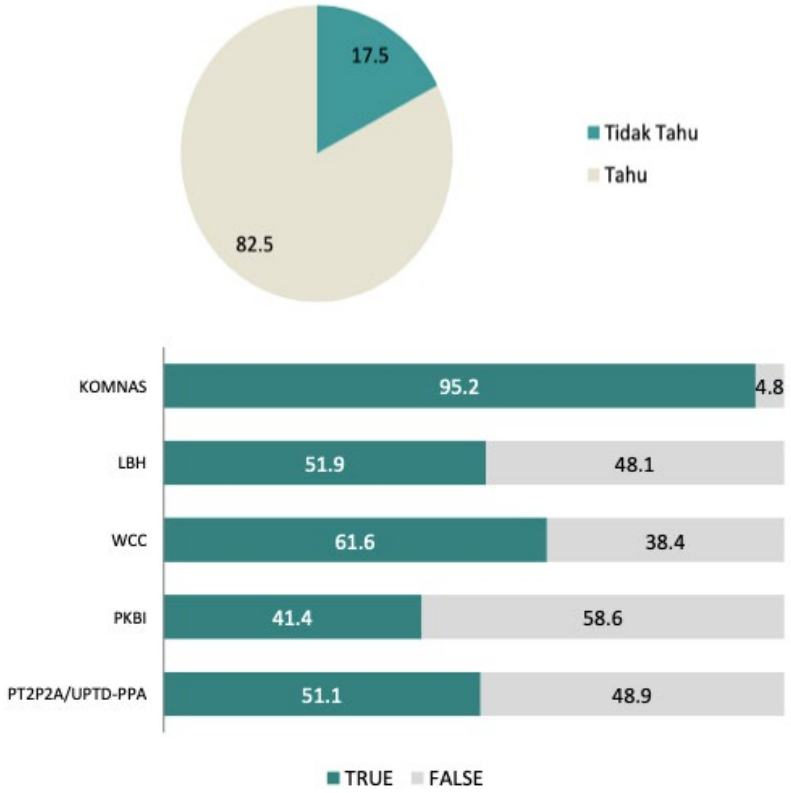
Dari hasil analisis, peneliti dapat menyimpulkan beberapa temuan kunci tentang efektivitas strategi komunikasi *Jakarta Feminist* dalam memperkenalkan "Cari Layanan". Temuan ini kemudian disajikan secara sistematis dalam laporan penelitian, yang meliputi evaluasi terhadap pencapaian tujuan, analisis kekuatan dan kelemahan, serta rekomendasi untuk perbaikan lebih lanjut (Irwan, 2018).

Dalam konteks penelitian ini, metode penelitian kualitatif terbukti menjadi pendekatan yang sesuai untuk memahami kompleksitas strategi komunikasi *Jakarta Feminist* dalam memperkenalkan "Cari Layanan". Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggali lebih dalam untuk memahami dinamika dan interaksi yang terjadi dalam upaya organisasi dalam menyediakan bantuan kepada korban kekerasan berbasis gender. Kesimpulan dan rekomendasi dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi pengembangan strategi komunikasi organisasi nonprofit lainnya yang bergerak dalam bidang yang serupa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan model strategi komunikasi untuk organisasi nonprofit menurut Sally J. Patterson. Menurut Sally J. Patterson terdapat tujuh langkah strategi komunikasi yaitu Persiapan Perencanaan, Analisis Situasi, Penargetan Sasaran, Tujuan komunikasi, Pengembangan Pesan, Penyebaran strategi, dan Pengukuran dan evaluasi.

Dalam tahap Persiapan Perencanaan, Perencanaan yang dilakukan adalah dengan membuat *baseline* dan *endline study* untuk mengetahui seberapa banyak masyarakat yang mengetahui adanya lembaga layanan bantuan KBG dan cara melapor kepada lembaga tersebut. Smith (2018) menekankan pentingnya memahami konteks dan kebutuhan audiens sebelum merancang strategi komunikasi, menyoroti kebutuhan untuk studi *baseline* dan *endline* yang menyeluruh sebagai dasar untuk perencanaan yang efektif. *Baseline study* dilakukan pada saat perencanaan sedangkan *endline study* dilakukan pada akhir program atau pada saat proses evaluasi untuk mengetahui apakah masyarakat Indonesia sudah mengetahui adanya lembaga layanan bantuan setelah adanya promosi program Cari Layanan. *Baseline study* dilakukan kepada kurang lebih 1800 orang, dibagi



Sumber: Wawancara Noval, *Program Manager* Jakarta Feminist. 2024

Gambar 2 Hasil pengetahuan mengenai keberadaan lembaga bantuan KBG

menjadi tiga yang pertama untuk masyarakat Indonesia secara keseluruhan, semua orang boleh menjawab, yang kedua untuk khusus mahasiswa UNJ untuk menjadi representatif dari kawan-kawan mahasiswa, dan yang terakhir untuk masyarakat Kupang. Gambar 2 menunjukkan hasil dari *baseline study* yang dilakukan oleh Jakarta Feminist terkait pengetahuan mengenal lembaga bantuan KBG.

Setelah itu *Jakarta Feminist* melakukan pendekatan ke organisasi, komunitas, dan lembaga pemerintah. Lembaga pemerintah yang di informasikan adalah BAPPENAS (Badan Pembangunan Nasional), Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Anak, Lembaga Perlindungan Saksi dan Korban, KOMNAS Perempuan, dan KOMNAS HAM. Hal ini dilakukan untuk menginformasikan adanya program Cari Layanan.

Jakarta Feminist juga melakukan edukasi ke masyarakat target *audience* Jakarta Feminist yaitu masyarakat Indonesia usia muda yang paham internet. Oleh karena itu Jakarta Feminist melakukan sosialisasi ke kampus dan organisasi mahasiswa dengan melakukan kegiatan mini loka secara online. *Team Jakarta Feminist* membentuk perencanaan strategi lain yaitu perencanaan strategi kerjasama dengan media. *Team Jakarta Feminist* berencana melakukan kerjasama Cari Layanan dengan media adalah untuk lebih menyebarkan edukasi mengenai cara melapor kekerasan berbasis gender dan menyebarkan informasi mengenai Cari Layanan di setiap kasus kekerasan seksual yang di muat di media.

Selain media massa, *Jakarta Feminist* juga menggunakan media sosial khusus Cari Layanan untuk menyebarkan informasi mengenai Cari Layanan. *Jakarta Feminist* merencanakan untuk mengunggah konten setiap tiga sampai empat hari sekali informasi mengenai lebih dari 100 lembaga layanan dan kategori bantuan yang terdapat di Cari Layanan. misalnya di *Instagram* perencanaannya mau *posting* setiap tiga atau empat hari. *Jakarta Feminist* juga merencanakan untuk membuat *chat bot* atau pesan cepat di *Facebook* dan *Twitter* agar informasi mengenai lembaga bantuan kekerasan berbasis gender dapat tersampaikan dengan cepat. Perencanaan strategi selanjutnya adalah strategi *word of mouth* yaitu penyebaran informasi melalui *word of mouth* di media sosial. Jakarta Feminist juga akan turut serta meminta bantuan *Key Opinion Leader* (KOL) yang sudah memiliki hubungan yang baik dengan *Jakarta Feminist* untuk membantu menyebarkan informasi mengenai Cari Layanan.

Dalam tahap analisis situasi dibagi menjadi dua analisis yaitu analisis internal dan eksternal. Untuk analisis internal pada penelitian ini dibagi menjadi kelebihan dan kekurangan. Kelebihan dari penelitian ini adalah Carilayanan.com merupakan satu-satunya website yang menggabungkan informasi mengenai lebih dari 100 lembaga layanan bantuan, Cari Layanan juga sangat menjaga privasi bagi orang yang mengakses website, dan Cari Layanan memiliki domain lain yaitu belipotbunga.com untuk memudahkan korban dalam mengakses website. Kekurangan dari Cari Layanan adalah kurangnya sumber daya manusia, lalu SDM nya pun kurang pengetahuan mengenai digital marketing, Cari Layanan juga kurang memiliki asupan dana yang berkelanjutan.

Pada analisis eksternal, terdapat kesempatan dan ancaman. Kesempatan Cari Layanan adalah isu yang diangkat adalah isu bersama, dengan adanya *website directory* Cari Layanan dapat mempermudah korban untuk memproses pelaporan kasus dan pencarian Lembaga layanan, serta Cari Layanan juga bekerjasama dengan 5 LBH APIK yang dapat membantu dan menyebarkan informasi dari Cari Layanan. Ancaman dari Cari Layanan adalah tidak semua orang dapat mengakses *website* karena harus diakses dengan internet, Cari Layanan juga memiliki permasalahan digital seperti akun media sosial di retas, serta kendala teknis saat membangun *chat bot*, lalu setelah adanya cari layanan ada banyak Lembaga layanan yang belum siap me*manage* kasus kekerasan karena kurangnya SDM. Dalam tahap target sasaran target utama dari Cari Layanan di khususkan bagi masyarakat indonesia usia muda yang memiliki internet. *Jakarta Feminist* juga memfokuskan kepada masyarakat di daerah urban karena untuk aksesibilitas dari internet lebih mudah.

Pada tahap pembuatan tujuan komunikasi adalah Membantu korban kekerasan berbasis gender mendapatkan lembaga layanan dan memberikan edukasi kepada masyarakat indonesia mengenai kekerasan berbasis gender. Edukasi yang dilakukan oleh *team Jakarta Feminist* bertujuan untuk menambah pengetahuan mengenai apa itu kekerasan berbasis gender, tindakan apa yang tepat saat

melihat atau menjadi korban kekerasan berbasis gender, dan apa saja lembaga layanan bantuan yang ada di Indonesia. Dengan adanya edukasi ini diharapkan bisa meningkatkan kesadaran dari target sasaran mengenai kekerasan berbasis gender, cara melaporkan kejadian, cara mendapatkan pelayanan atau pertolongan layanan psikologis, kesehatan, layanan hukum dan sebagainya, dan meningkatkan kesadaran mengenai lembaga bantuan layanan kekerasan berbasis gender.

Pada tahap pengembangan pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh Jakarta Feminist yang dibicarakan oleh Noval Auliady dalam memperkenalkan Cari Layanan adalah; "Melaporkan kasus kekerasan berbasis gender itu gak sesulit yang dibayangkan, itu mudah. Dapat diakses kapanpun dan dimanapun." Tagline dari Cari Layanan adalah dapat diakses dimanapun dan kapanpun digunakan oleh *team Jakarta Feminist* dalam menyampaikan pesan kepada target sasarannya. Jadi dimanapun dan kapanpun masyarakat mengalami kekerasan dan ingin melaporkan atau membutuhkan layanan bantuan bisa langsung mencari di www.carilayanan.com.

Dalam tahap penyebaran strategi komunikasi dilakukan dengan media sosial facebook, Instagram, dan twitter. Kerjasama dengan beberapa organisasi kampus dan kelompok masyarakat dilakukan dengan cara mini loka atau sosialisasi melalui online meeting. Hal ini dilakukan karena adanya pandemi Covid-19 yang membuat sulitnya bertemu secara offline, oleh karena itu Jakarta Feminist tetap melaksanakan sosialisasi melalui online meeting. Jakarta Feminist juga menggunakan *google* ads dan menggunakan SEO atau *search engine optimization* untuk mempromosikan *website* Cari Layanan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah orang untuk menemukan *website* Cari Layanan.

Pada tahap pengukuran dan evaluasi *Jakarta Feminist* membuat evaluasi dengan beberapa cara yang pertama dengan mengadakan *monitory evaluation* pada setiap media sosial yang dimiliki oleh Cari Layanan. *Monitory evaluation* ini dilakukan dengan melihat *insight* dari setiap konten di seluruh media sosialnya dan juga melihat *impression* dari websitenya. Seperti melihat jumlah *followers*, *engagement*, dan *visitor website* menggunakan *Google Analytics*. *Jakarta Feminist* juga menggunakan *endline study* untuk bahan evaluasi. Setelah dilakukan *baseline study* kepada mahasiswa UNJ dan masyarakat Kupang, *endline study* akan dilakukan kepada orang yang sama yang mengisi *baseline study* yaitu mahasiswa UNJ dan masyarakat Kupang. Hal ini dilakukan untuk mengukur *awareness* dari Cari Layanan.

Untuk kegiatan sosialisasi atau miniloka, *Jakarta Feminist* menggunakan tolak ukur dari banyaknya peserta yang mengikuti kegiatan tersebut dan juga melihat dari aktivitas kunjungan pada *website* Cari Layanan. Jika kunjungannya meningkat setelah adanya sosialisasi atau mini loka, maka mini loka atau sosialisasi tersebut dianggap berhasil. Setiap minggunya *team Jakarta Feminist* mengadakan rapat untuk membicarakan perihal Cari Layanan, melihat apakah ada yang

bisa di tingkatkan atau ditambahkan di *website*. Selain itu setiap kegiatan yang telah dijalankan oleh Jakarta Feminist dalam memperkenalkan Cari Layanan dibahas melalui rapat mingguan ini. Walaupun begitu *Jakarta Feminist* masih belum memiliki survei kepuasan masyarakat dalam menggunakan *website* Cari Layanan. Jakarta Feminist tidak menggunakan rating dalam *websitenya* untuk mengetahui kepuasan dari pengguna *website*

Jungbok (2015) menekankan betapa pentingnya tahap persiapan untuk kegiatan organisasi nirlaba. Dalam persiapan perencanaan Cari Layanan, *Jakarta Feminist* belum sepenuhnya melakukan langkah-langkah yang dianjurkan oleh Sally J. Patterson, *Jakarta Feminist* belum mempertimbangkan rencana keuangan untuk mempertahankan organisasi selama 10 tahun kedepan dan merencanakan pengembangan organisasi. Terdapat pula hambatan bagi organisasi *Jakarta Feminist* dalam melaksanakan persiapan perencanaan karena adanya sumber daya manusia yang terbatas membuat pelaksanaan perencanaan Cari Layanan terhambat seperti efektifitas sosial media dari Cari Layanan sendiri, seperti yang dibicarakan oleh Kate Walton selaku *communications manager*, "… Tapi ya aku yakin kalau kita mempunyai sdm dan waktu yang lebih banyak kita sangat-sangat bisa membuat medsosnya lebih efektif. *Yeah so it just a problem of time and energy*."

Saat pelaksanaan persiapan perencanaan, sumber daya manusia sangatlah di perlukan, karena sesuai dengan yang dianjurkan oleh Sally J Patterson, untuk membuat strategi komunikasi nonprofit organisasi dibutuhkan CAT atau *Communications Action Team* untuk merencanakan audit komunikasi, melakukan interview kepada *top management* dan internal *stakeholders* untuk mengetahui masalah komunikasi, mengumpulkan, menginventarisasi, dan menganalisis produk komunikasi yang dikembangkan oleh organisasi, dan sebagainya. Sedangkan di *Jakarta Feminist team* komunikasinya hanya ada dua orang yaitu Kate dan Nurul. Pernyataan ini dikuatkan oleh triangulator Diana Liudin, sebagai *Strategy Manager* Nafas yang mengatakan bahwa dalam melakukan perencaaan dibutuhkan team komunikasi yang cukup agar perencanaan dapat dilakukan dengan baik.

Tahap kedua analisis situasi, Dari hasil yang ditemukan di lapangan, dapat dilihat bahwa *Jakarta Feminist* tidak sepenuhnya menemukan segala aspek yang masuk ke dalam analisis situasi yang dikemukakan oleh Sally J. Patterson dalam SWOT mereka. Mitchell (2022) menggambarkan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) sebagai alat krusial untuk memahami tantangan internal dan eksternal yang dihadapi organisasi nirlaba. Dalam menjalankan Cari Layanan, *Jakarta Feminist* menemukan kekuatan mereka dari aspek program, dan kelemahan mereka ada pada aspek sumber daya. Sehingga dalam analisis internal tidak ditemukan aspek infrastruktur, administrasi dan pengembangan organisasi. Pengevaluasian administrasi berfungsi untuk membantu organisasi berorganisasi lebih efisien dalam mencapai tujuannya. Sementara dari

analisis eksternal mereka hanya menemui segi sosial pada kesempatannya, dan segi demografis dan teknologi pada ancaman yang mereka dapatkan.

Berrett & Holliday (2018) menggarisbawahi pentingnya penargetan sasaran yang spesifik dalam kampanye komunikasi nonprofit, untuk memastikan pesan mencapai kelompok yang paling relevan dan responsif. Dari tiga macam target sasaran yang ditentukan oleh Patterson, Jakarta Feminist hanya menentukan target sasaran mereka kepada *the engaged public* yang merupakan publik yang terkait dengan tujuan organisasi. Dengan tujuan untuk memberikan bantuan melalui layanan yang mereka berikan, Cari Layanan menargetkan masyarakat Indonesia berusia muda yang tinggal di daerah urban yang dapat mengakses internet demi memudahkan upaya mereka. Sehingga mereka belum menentukan target lain di luar tujuan dari program mereka yang sebenarnya perlu ditentukan juga oleh Jakarta Feminist demi kelancaran program mereka

Pada tahap pembuatan tujuan Koschmann (2015) menyarankan bahwa tujuan komunikasi harus jelas dan terukur, dengan fokus pada pengaruh nyata terhadap kesadaran atau perilaku audiens, *Jakarta Feminist* dalam membuat program Cari Layanan hanya memenuhi dua aspek yakni *achievable* dan *relevant*. Sementara sifat *specific* belum dipenuhi dalam penetapan tujuan Jakarta Feminist karena terkesan hanya garis besar nya saja. Selain itu sifat *measurable* sulit dipenuhi pada indikator pengetahuan dan memberikan bantuan, karena target dari tujuan itu sendiri juga masih tidak terukur. Dan sifat *time bound* memang tidak ditentukan oleh Jakarta Feminist. Memang dalam penetapan tujuan, sebuah organisasi perlu mempunyai pengukuran tertentu sesuai dengan tujuan yang mereka tetapkan. Maka dari itu sifat *measurable* dalam tujuan perlu dimiliki secara jelas.

Tahap pengembangan pesan, Jakarta Feminist telah memenuhi apa yang disampaikan oleh Sally J. Patterson dengan tiga unsur utama dalam pengembangan pesan yaitu *the issue, why your audience should care dan what you want to your audience to do, think or feel*. Namun dari awal pemilihan isu dari Cari Layanan belum tepat, akan lebih tepat jka isu dari Cari Layanan adalah korban sulit mendapatkan informasi lembaga layanan KBG dari pada bagaimana korban kekerasan berbasis gender mendapatkan layanan bantuan. Karena Cari Layanan adalah sebuah *website directory* yang berisikan informasi mengenai lembaga layanan, bukannya sebuah lembaga layanan. Sedangkan pada bagian *why your audience should care,* akan lebih baik jika Cari Layanan menuliskan audiens akan perduli kepada Cari Layanan karena di dalam website Cari Layanan berisikan informasi mengenai lembaga layanan yang sudah di kategorikan sesuai dengan layanan yang dibutuhkan oleh penyintas. Selain itu, Cari Layanan juga memberikan informasi daerah dari lembaga tersebut sehingga bisa memudahkan penyintas untuk memilih lembaga yang satu daerah. Sedangkan *what you want to your audience to do, think or feel* sudah dibuat dengan tepat. Walaupun proses pembuatan pesan sudah sesuai dengan konsep Sally J Patterson, namun pemilihan isu dan kenapa audiens harus

perduli masih kurang tepat. Karena pesan yang dikemas oleh *Jakarta Feminist* belum memenuhi unsur masalah dan urgensi dari masalah tersebut. Sehingga walaupun pesannya sampai kepada audiens, namun interpretasi audiens berbeda-beda karena kurang spesifiknya pesan yang dibuat.

Pada tahap penyebaran strategi, *Jakarta Feminist* memang hanya menggunakan dua jenis media yakni pertemuan tatap muka dan media online untuk menyebarkan informasi tentang Cari Layanan. Namun hal itu dianggap sudah cukup untuk menjangkau target audiens mereka. Karena pemilihan dan pemanfaatan media untuk menyebarkan pesan strategi komunikasi ini harus disesuikan dengan kebutuhan dan kondisi organisasi, seperti karakteristik target audiens dan ketersediaan sumber daya organisasi. Hal ini juga ditegaskan kembali oleh Triangulator Diana Liudin sebagai ahli strategi PR sekaligus *Strategy Manager* Nafas yang mengatakan bahwa dalam pemilihan media yang digunakan harus menyesuaikan target sasaran dan juga dengan kebutuhan dan kondisi dari organisasi. Pada tahap pengukuran dan evaluasi, *Jakarta Feminist* menggunakan keseluruhan metode yang disebutkan oleh Sally J. Patterson. Namun untuk *sampling surveys*, walaupun Jakarta Feminist sudah menggunakannya tapi tidak terdapat survei kepuasan penggunaan website Cari Layanan. Mereka belum menggunakan survei kepuasan pelanggan dalam membuat *rating* di *website* Cari Layanan. Sehingga *feedback* dari pengguna tidak dapat diketahui dan diukur.

SIMPULAN

Dalam upaya memperkenalkan program Cari Layanan, *Jakarta Feminist* telah mengambil langkah strategis yang sejalan dengan visi dan misinya, berusaha menerapkan model strategi komunikasi nonprofit yang dikembangkan oleh Sally J. Patterson. Proses perencanaan mencakup enam tahapan Patterson yang dirancang untuk membentuk strategi komunikasi yang efektif. Namun, kendala terbesar yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya manusia yang menghambat optimasi perencanaan tersebut. Pendekatan konstruktif terhadap efektivitas, yang ditekankan oleh Liket & Maas (2015), menggarisbawahi pentingnya memfokuskan pada proses internal dan dinamika organisasi sebagai kunci utama, bukan hanya pada indikator tradisional yang mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan realitas kompleksitas organisasi nirlaba. Eka & Anik (2020) menambahkan bahwa komunikasi efektif harus mencakup unsur-unsur tanggung jawab, profesionalisme, kesederhanaan, dan keaslian, menyoroti pentingnya aspek kualitatif dalam komunikasi seperti kejelasan pesan dan keautentikan untuk meningkatkan kualitas interaksi organisasi.

Tahap analisis situasi oleh *Jakarta Feminist* belum sepenuhnya memenuhi standar yang diharapkan Patterson, terutama karena analisis terbatas pada segi program dan sumber daya manusia serta hanya fokus pada aspek sosial, demografi, dan teknologi dalam analisis eksternalnya.

Menurut Patterson, analisis situasi yang komprehensif harus mencakup evaluasi menyeluruh terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi organisasi.

Pada tahap penentuan target sasaran, *Jakarta Feminist* memfokuskan upaya mereka pada *engaged public*, sesuai dengan klasifikasi Patterson. Namun, terdapat kekurangan dalam spesifikasi target demografis dan strategi yang dirancang untuk menjangkau target sasaran ini. Untuk mengoptimalkan keefektifan strategi komunikasi, penjelasan yang lebih spesifik mengenai target demografi dan pendekatan yang lebih fokus diperlukan. Ketika menetapkan tujuan, *Jakarta Feminist* belum sepenuhnya mengintegrasikan prinsip SMART yang disarankan oleh Patterson, dengan tujuan yang ditetapkan hanya mencakup aspek *achievable* dan relevan. Ini menunjukkan bahwa sementara tujuan organisasi alinh dengan misi mereka, terdapat ruang untuk peningkatan dalam membuat tujuan yang spesifik, terukur, realistis, dan terikat waktu.

Dalam pengembangan pesan, *Jakarta Feminist* telah melakukan usaha yang baik, sesuai dengan pedoman Patterson. Namun, terdapat ketidakjelasan dalam pesan yang disampaikan, yang bisa mengakibatkan persepsi beragam di antara audiens. Untuk meningkatkan efektivitas pesan, penting bagi organisasi untuk memformulasikan pesan dengan mempertimbangkan isu yang relevan, alasan audiens harus peduli, dan apa yang diinginkan dari audiens sebagai respons. Strategi penyebaran yang dijalankan *Jakarta Feminist* telah dilaksanakan dengan baik, sesuai dengan pedoman Patterson. Namun, dalam pengukuran dan evaluasi, *Jakarta Feminist* belum memanfaatkan seluruh metode evaluasi yang disarankan Patterson, seperti penggunaan *focus group* dan survei kepuasan pengguna terhadap *website*. Penggunaan metode evaluasi yang lebih beragam dapat memberikan *insight* lebih dalam terhadap efektivitas strategi dan meningkatkan *feedback* dari pengguna.

Secara keseluruhan, upaya *Jakarta Feminist* dalam mengimplementasikan model strategi komunikasi nonprofit menunjukkan komitmen terhadap peningkatan kesadaran dan dukungan terhadap korban kekerasan berbasis gender. Namun, untuk mencapai potensi penuh, perlu adanya peningkatan dalam spesifikasi target, penetapan tujuan, kejelasan pesan, dan metode evaluasi yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

Babbie, E. R. (2016). *The practice of social research* (14th ed.). Cengage Learning.

Berrett, J., & Holliday, B. (2018). The effect of revenue diversification on output creation in nonprofit organizations: A resource dependence perspective. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 29, 1190-1201.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.

Eka, F., & Anik, H. (2020). The effect of organizational communication and job satisfaction on employee

engagement and employee performance at PT. Abyor International. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 1(4), 479-489.

Fileborn, B. (2019). Naming the unspeakable harm of street harassment: A survey-based examination of disclosure practices. *Violence Against Women*, 25(2), 223-248.

Human Resource Management International Digest. (2020). Online harassment: The relationship between cyberbullying and job dissatisfaction in the workplace

Irwan. (2018). *Metode penelitian: Filosofi dan teori*. Garasi Ilmu.

Jungbok, H. (2015). Marketing Strategies for Nonprofit Organizations. *Advances in Management*, 8, 1.

Koschmann, M., Isbell, M., & Sanders, M. (2015). Connecting nonprofit and communication scholarship: A review of key issues and a meta-theoretical framework for future research. *Review of Communication*, 15, 200-220.

Liket, K. C., & Maas, K. (2015). Nonprofit Organizational Effectiveness: Analysis of Best Practices. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 44(2), 268-296.

Maher, J., Spivakovsky, C., McCulloch, J., McGowan, J., Beavis, K., Lea, M., & Sands, T. (2018). Women, disability and violence: Barriers to accessing justice: Key findings and future directions. *ANROWS Compass*.

Martha, T., & Kresno, B. P. (2016). *Penelitian kualitatif: Pengantar metodologi*. Alfabeta.

Mitchell, S.-L., & Clark, M. (2022). Rethinking nonprofit service disintermediation through service communication interactions. *Journal of Service Management*.

Moleong, L. J. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. Sage Publications.

Safenet Voice (2021, Maret 10). Lawan KBGO yang merajalela, peran aparat penegak hukum perlu ditingkatkan. https://id.safenet.or.id/2021/03/lawan-kbgo-yang-merajalela-peran-aparat-penegak-hukum-perlu-ditingkatkan/ diakses pada 23 Desember 2021

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suriati, S., Samsinar, S., & Rusnali, N. A. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*.

Suzor, N., Dragiewicz, M., Harris, B., Gillett, R., Burgess, J., & Van Geelen, T. (2019). Human rights by design: The responsibilities of social media platforms to address gender-based violence online. *Policy & Internet*, 11(1), 84-103.

Tanjung, E. (2021, Februari 11). Kekerasan berbasis gender meningkat 63 persen di masa pandemi. Suara. com. https://www.suara.com/news/2021/02/11/052500/kekerasan-berbasis-gender-meningkat-63-persen-di-masa-pandemi diakses pada 22 Desember 2021

Warta Feminis. (2020, Maret 7). Kekerasan terhadap Perempuan Meningkat Delapan Kali Lipat Selama 12 Tahun Terakhir. https://www.jurnalperempuan.org/warta-feminis/kekerasan-terhadap-perempuan-meningkat-delapan-kali-lipat-selama-12-tahun-terakhir