



DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v7i3>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Narasi Kampanye Digital tentang Kesadaran Trauma Kekerasan Fisik dan Mental

Yolanda Alvionita<sup>1\*</sup>, Choirul Ulil Albab<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, Indonesia, [yolandaalvi683@gmail.com](mailto:yolandaalvi683@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, Indonesia, [ch.ulilalbab@dsn.dinus.ac.id](mailto:ch.ulilalbab@dsn.dinus.ac.id)

\*Corresponding Author: [yolandaalvi683@gmail.com](mailto:yolandaalvi683@gmail.com)

**Abstract:** *This study examines narrative construction in a digital campaign raising awareness of trauma from physical and mental abuse, focusing on the 16 Days of Activism Against Gender-Based Violence (16HAKTP) by @yayasanpkpa. The campaign aims to increase public awareness and encourage participation in prevention and trauma recovery, especially for women. This research analyzes how narratives are structured and delivered, as well as the communication strategies used to foster awareness, empathy, and engagement. It applies persuasive communication and radical feminism theories, using a qualitative descriptive method with semiotic analysis. Data were collected through social media observation, documentation, and supporting interviews. The findings show that the narratives are systematically constructed using emotional, educational, and persuasive approaches. Strategies such as thematic hashtags, symbolic visuals, survivor testimonies, and participatory calls to action effectively build empathy, reduce stigma toward survivors, and promote active public involvement in addressing gender-based violence.*

**Keywords:** *Digital Campaign, Violence Against Women, Persuasive Communication, Feminism*

**Abstrak:** Penelitian ini mengkaji narasi dalam kampanye digital kesadaran trauma akibat kekerasan fisik dan mental pada program 16 Hari Anti Kekerasan terhadap Perempuan oleh akun Instagram @yayasanpkpa. Kampanye ini bertujuan meningkatkan kesadaran publik serta mendorong partisipasi dalam pencegahan dan pemulihan trauma, khususnya bagi perempuan. Penelitian bertujuan menganalisis konstruksi narasi serta strategi komunikasi dalam membangun empati dan aksi publik. Pendekatan yang digunakan adalah teori komunikasi persuasif dan feminisme radikal, dengan metode kualitatif deskriptif serta analisis semiotika. Data diperoleh melalui observasi konten, dokumentasi, dan wawancara pendukung. Hasil menunjukkan narasi disusun secara terstruktur melalui pendekatan emosional, edukatif, dan persuasif, dengan strategi berupa penggunaan hashtag, visual simbolik, testimoni penyintas, dan ajakan partisipatif. Strategi ini efektif dalam membangun empati, mengurangi stigma terhadap korban, serta meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap isu kekerasan berbasis gender.

---

**Kata Kunci:** Kampanye Digital, Kekerasan Terhadap Perempuan, Komunikasi Persuasif, Feminisme

---

## PENDAHULUAN

Isu terkait kekerasan fisik dan mental telah menjadi masalah sosial yang sangat kompleks dan mendalam yang dampaknya tidak hanya terlihat dalam bentuk luka-luka fisik yang tampak jelas, tetapi juga dalam gangguan psikologis dan emosional yang seringkali tersembunyi (Bronson, 2023). Dalam hal ini, trauma fisik dan mental yang dialami korban kekerasan sering kali meninggalkan bekas yang mendalam dan sulit untuk disembuhkan tanpa pemahaman yang mendalam dan dukungan yang memadai dari masyarakat dan lingkungan sekitar (Wibowo, 2022).

Kekerasan fisik dan mental, baik yang terjadi dalam hubungan rumah tangga, tempat kerja, atau lingkungan sosial lainnya, adalah bentuk pelanggaran hak asasi manusia yang dapat merusak kualitas hidup korban secara keseluruhan. Banyak korban kekerasan tidak dapat berbicara tentang penderitaan mereka karena stigmatisasi, rasa malu, atau ketakutan bahwa pelaku akan membalas mereka. Selain itu, ada juga masalah ketidaktahuan atau kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya menangani trauma fisik dan psikologis yang dialami korban kekerasan. (Dharmasetya, 2024). Karena itu, dengan adanya kampanye digital yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang trauma kekerasan fisik dan mental sangat penting dalam membangun pemahaman dan mengubah sikap serta persepsi masyarakat terhadap isu ini.

Data dari Organisasi Kesehatan Dunia menunjukkan bahwa sekitar 1 dari 3 perempuan di seluruh dunia pernah mengalami kekerasan "sikap atau seksual", baik oleh pasangan intim maupun orang lain, yang menyebabkan gangguan mental dan "sikap" dalam jangka panjang (WHO, 2022). Survei Nasional Kesehatan di Indonesia (2018) menemukan bahwa sekitar 27% perempuan pernah mengalami kekerasan fisik atau emosional dalam kehidupan mereka. Namun, pria dan anak-anak juga terlibat dalam kekerasan, meskipun tingkatnya lebih rendah (Survei Nasional Kesehatan, 2018). Meskipun tingginya angka prevalensi kekerasan, banyak korban merasa kesulitan untuk mengungkapkan penderitaan mereka karena stigma, rasa malu, atau ketakutan akan pembalasan dari pelaku. Selain itu, kurangnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya penanganan trauma yang dialami korban kekerasan, baik fisik maupun psikologis, menjadi masalah besar. Oleh karena itu, kampanye digital yang meningkatkan kesadaran tentang trauma kekerasan fisik dan mental sangat penting untuk mengubah sikap dan persepsi masyarakat terhadap isu ini.

Media sosial memiliki peran penting dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini publik. Platform seperti Instagram memungkinkan pesan kampanye menjangkau audiens yang luas dari berbagai latar belakang. Selain itu, pemanfaatan media digital dalam penyampaian informasi dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pesan yang disampaikan di ruang digital (Albab, 2022). Kampanye digital tentang kekerasan fisik dan mental telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Laporan dari Pew Research Center (2023) menyatakan bahwa sekitar 72% orang dewasa di Indonesia aktif menggunakan media sosial, dan sebagian besar terlibat dalam kampanye sosial online (Zeng, 2021).

Berbagai jenis konten, termasuk testimoni pribadi, video, gambar, dan artikel, memberi orang kesempatan untuk menyuarakan masalah sosial, termasuk kampanye kekerasan fisik dan mental. Instagram bukan hanya platform untuk menyebarkan berita; itu juga merupakan tempat untuk berbicara, berbagi pengalaman, dan membantu satu sama lain (Darmayulis, 2022). Sebuah studi oleh *Social Media Research Foundation* (2024) menemukan bahwa sekitar 60% pengguna media sosial merasa lebih teredukasi tentang isu kekerasan fisik dan mental berkat kampanye yang ditemukan di platform ini.

Kesuksesan kampanye kesadaran mengenai trauma kekerasan fisik dan mental tidak hanya bergantung pada keberadaan media sosial sebagai alat komunikasi, tetapi juga pada bagaimana narasi kampanye tersebut dibangun dan disampaikan (Kristanto, 2024). Media digital memiliki kekuatan dalam membentuk pemahaman serta sikap masyarakat terhadap suatu isu melalui penyebaran informasi yang cepat dan luas (Albab, 2022). Narasi yang kuat dan menyentuh dapat mempengaruhi perilaku audiens. Pengalaman pribadi korban, informasi tentang efek psikologis kekerasan, dan pentingnya dukungan sosial dan psikologis sangat menentukan keberhasilan kampanye. Narasi yang tepat dapat membuat masyarakat merasa empati dengan korban kekerasan dan mengubah cara mereka melihat mereka tidak hanya sebagai orang yang menderita, tetapi juga sebagai pihak yang membutuhkan dukungan dan perawatan.

Tujuan jangka panjang dari kampanye digital di media sosial Instagram mengenai trauma fisik dan mental adalah mengurangi stigma dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pemulihan bagi korban. Survei oleh *National Domestic Violence Hotline* (2023) menunjukkan bahwa meskipun 75% orang yang disurvei mengetahui tentang isu kekerasan dalam rumah tangga, hanya 42% yang merasa memiliki pemahaman yang cukup mengenai dampak psikologis dan cara memberikan dukungan kepada korban. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran dan pemahaman yang mendalam mengenai trauma kekerasan.

Dalam era digital ini, penggunaan kampanye digital menjadi sangat relevan dan efektif untuk menyebarkan pesan-pesan penting terkait kesadaran akan trauma kekerasan. Media sosial Instagram memiliki jangkauan yang luas dan dapat menyentuh berbagai lapisan masyarakat, tanpa batasan waktu dan ruang (Saputra, 2024). Kampanye digital memungkinkan informasi tentang trauma kekerasan fisik dan mental disebarluaskan dengan cepat dan memberikan ruang bagi audiens untuk berbicara, berbagi pengalaman, dan saling mendukung. Melalui kampanye digital ini, pesan dapat menjangkau audiens yang lebih besar, mulai dari generasi muda hingga kelompok yang lebih tua, bahkan mereka yang tinggal di daerah yang mungkin tidak memiliki akses ke pendidikan formal atau lembaga pendukung (Rodríguez, 2019).

Dengan kemajuan teknologi, kampanye digital melalui Instagram juga memanfaatkan berbagai elemen kreatif, seperti video, infografis, atau desain visual lainnya yang dapat menggugah perhatian dan meningkatkan daya tarik pesan. Pesan yang disampaikan lebih mudah diingat dan lebih efektif untuk dikomunikasikan karena efek psikologis kekerasan melalui cerita visual yang kuat. Instagram memiliki banyak potensi untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang trauma fisik dan mental.

Salah satu kampanye digital yang tersedia di akun Instagram @yayasanpkpa adalah narasi kampanye digital, yang merupakan teknik komunikasi strategis yang digunakan untuk menyampaikan keadilan sosial, pemberdayaan perempuan, dan perlindungan anak kepada masyarakat umum. Yayasan PKPA membangun cerita yang kuat dan menyentuh melalui platform Instagram ini untuk mendorong kesadaran, empati, dan tindakan nyata dari masyarakat. Unggahan yang konsisten dan terarah dari foto, video, infografik, dan testimoni membentuk cerita ini.

Bahasa yang digunakan seringkali empatik, lugas, dan mendorong orang untuk berpartisipasi. Selain itu, visual yang ditampilkan dibuat menarik sehingga menarik perhatian audiens. PKPA juga menyertakan ajakan untuk bertindak, seperti berdonasi, berbagi informasi, atau mengikuti kegiatan sosial untuk membuat masyarakat terlibat. Selain berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan program, cerita digital di Instagram ini juga berfungsi sebagai penghubung antara upaya PKPA di lapangan dan kesadaran publik yang lebih luas. Akun ini juga menjadi ruang diskusi yang memperkuat jejaring solidaritas dan kerja sama untuk

perubahan sosial yang lebih adil bagi perempuan di Indonesia. Ini dicapai melalui komunikasi dua arah melalui komentar, pesan langsung, dan interaksi lainnya.

Keberhasilan kampanye kesadaran tentang trauma kekerasan fisik dan mental tidak hanya bergantung pada keberadaan Instagram sebagai alat komunikasi, tetapi juga pada bagaimana narasi dalam kampanye tersebut dibangun dan disampaikan kepada publik (Kristanto, 2024). Narasi sangat penting untuk kampanye digital karena cara cerita dibuat dapat mempengaruhi bagaimana audiens melihat suatu isu dan seberapa besar mereka tergerak untuk bertindak atau mengubah perilaku mereka. Narasi yang disampaikan dapat mencakup kisah pribadi korban kekerasan, informasi tentang efek psikologis kekerasan fisik dan mental, dan pentingnya dukungan sosial dan psikologis bagi korban. Dalam banyak kasus, narasi yang kuat dan menyentuh dapat menggugah masyarakat untuk berempati dengan korban kekerasan dan mengubah cara mereka melihat mereka tidak hanya sebagai individu yang menderita, tetapi juga sebagai pihak yang membutuhkan dukungan dan pemulihan (Maulida, 2021).

Satu lagi hal yang harus diperhatikan adalah bahwa meskipun media sosial Instagram dapat menjadi ruang yang inklusif untuk berbagi pengalaman dan informasi, platform ini juga rentan terhadap penyebaran informasi yang salah atau tidak akurat (Ney, 2024). Kampanye yang disebar tanpa pengawasan atau pengetahuan yang cukup dapat menyebarkan pesan yang salah atau bahkan memperburuk stigma terhadap korban kekerasan. Misalnya, ada kemungkinan bahwa pengalaman yang tidak didukung data atau informasi yang tidak didasarkan pada fakta ilmiah dapat memperkeruh pemahaman publik tentang trauma fisik dan mental.

Penelitian tentang analisis narasi dalam kampanye digital yang mengangkat kesadaran trauma akibat kekerasan fisik dan mental sangat penting. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling penting untuk menyebarkan berita dan membentuk opini publik di era internet saat ini. Kampanye digital dapat mendorong empati dan membuka mata publik terhadap realitas dalam konteks kekerasan fisik dan mental. Namun, beberapa cerita tidak dapat menyampaikan pesan dengan benar. Di sinilah penelitian ini diperlukan untuk memahami bagaimana narasi dibentuk, membangun kesadaran, dan bagaimana publik menerimanya.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami makna di balik narasi dan simbol dalam kampanye digital terkait trauma akibat kekerasan fisik dan mental. Pendekatan ini menekankan pada pemahaman konteks sosial dan budaya serta menggambarkan fenomena secara mendalam tanpa menguji hubungan sebab-akibat. Analisis semiotika digunakan untuk mengungkap makna tersembunyi dalam elemen komunikasi seperti teks, gambar, dan simbol. Objek penelitian berfokus pada kampanye digital di Instagram, khususnya akun @yayasanpkpa dalam program 16 Hari Anti Kekerasan terhadap Perempuan periode 25 November hingga 10 Desember 2024. Data diperoleh dari sumber primer berupa konten kampanye dan interaksi audiens, serta sumber sekunder seperti literatur, artikel, dan dokumentasi terkait (Sulistiyo, 2023).

Teknik pengumpulan data meliputi analisis konten, observasi partisipatif, dan dokumentasi untuk mengidentifikasi tema, pola narasi, serta strategi komunikasi yang digunakan. Proses analisis dilakukan melalui pengkodean, kategorisasi, dan analisis naratif untuk memahami struktur cerita, pesan, serta hubungan antara elemen visual dan teks dalam membangun makna. Interpretasi data dilakukan secara mendalam untuk melihat bagaimana narasi mempengaruhi kesadaran audiens. Penarikan kesimpulan menggunakan pendekatan induktif, yaitu menyusun kesimpulan berdasarkan temuan khusus di lapangan sehingga mampu menggambarkan secara komprehensif bagaimana narasi kampanye digital membentuk pemahaman masyarakat terhadap isu trauma dan kekerasan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampanye digital yang dilakukan oleh akun Instagram @yayasanpkpa dalam rangka 16 Hari Anti Kekerasan terhadap Perempuan merupakan upaya strategis untuk meningkatkan kesadaran publik dan advokasi perlindungan perempuan melalui media sosial. Kampanye yang berlangsung dari 25 November hingga 10 Desember 2024 ini memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti foto, video, infografis, dan testimoni untuk menyampaikan pesan secara informatif dan menarik. Akun ini juga berfungsi sebagai media komunikasi Yayasan PKPA dalam menyuarakan isu perlindungan anak dan perempuan kepada masyarakat luas, khususnya generasi muda. Tujuan kampanye mencakup peningkatan kesadaran, mendorong perubahan sosial dan kebijakan, serta memberdayakan perempuan agar berani bersuara dan terlibat dalam aksi kolektif.

Dalam pelaksanaannya, kampanye ini menggunakan strategi komunikasi yang terstruktur melalui pendekatan emosional dan edukatif, penggunaan hashtag tematik, serta visual yang konsisten untuk memperkuat pesan. Kolaborasi dengan komunitas, aktivis, dan tokoh publik turut memperluas jangkauan kampanye, sementara interaktivitas dengan audiens mendorong partisipasi aktif melalui komentar, berbagi konten, dan keterlibatan dalam aksi digital. Konsistensi publikasi selama periode kampanye juga menjadi faktor penting dalam menjaga perhatian publik, sehingga kampanye ini mampu membangun kesadaran kolektif dan mendorong perubahan sosial terkait isu kekerasan terhadap perempuan.

### **Bentuk Narasi dalam Kampanye Digital Kesadaran Trauma Kekerasan**

Menurut Tan (dalam Normawati, Maryam, dan Priliantini, 2018), kampanye merupakan kegiatan persuasif yang bertujuan mempengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku publik. Dalam konteks komunikasi, kampanye berfungsi untuk menginformasikan, memotivasi perubahan, serta membujuk audiens. Hal ini sejalan dengan pandangan Michael Pfau dan Roxanne Parrot (Dilla, 2019) yang menekankan bahwa kampanye tidak terlepas dari komunikasi persuasif dalam lingkup luas. Komunikasi persuasif sendiri bertujuan memengaruhi sikap, kepercayaan, dan perilaku individu agar sesuai dengan tujuan komunikator (Hartono, 2019). Oleh karena itu, kampanye menjadi sarana strategis dalam membentuk sikap publik, khususnya dalam isu sosial seperti kekerasan terhadap perempuan.

Kampanye sosial dirancang secara terencana untuk menciptakan perubahan perilaku audiens melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi (Rogers dan Storey dalam Venus, 2004). Setiap kampanye setidaknya memiliki tujuan menciptakan dampak tertentu, menasar khalayak luas, dilakukan dalam kurun waktu tertentu, dan menggunakan strategi komunikasi yang sistematis (Antar Venus, 2004:7). Dalam konteks kampanye kesadaran trauma akibat kekerasan fisik dan mental, pesan yang disampaikan umumnya berupa edukasi, ajakan empatik, serta testimoni penyintas yang bertujuan mengurangi stigma dan mendorong solidaritas. Keterlibatan figur publik dan organisasi advokasi juga menjadi strategi untuk memperluas jangkauan serta meningkatkan kepercayaan audiens terhadap pesan kampanye.

Narasi dalam kampanye digital tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membangun emosi, empati, dan dorongan tindakan melalui pendekatan komunikasi persuasif dan perspektif feminisme. Strategi seperti *emotional appeal*, *personal storytelling*, dan *call-to-action* digunakan untuk memengaruhi kesadaran audiens. Dalam perspektif feminisme radikal, narasi kampanye berperan sebagai alat advokasi yang menempatkan perempuan sebagai subjek yang berdaya dan melawan struktur patriarki yang menormalisasi kekerasan. Dengan demikian, kampanye digital tidak hanya menjadi media komunikasi, tetapi juga sarana transformasi sosial yang mendorong keadilan dan kesetaraan (Savitri, 2008).

Struktur narasi kampanye umumnya mengikuti pola awalan, konflik, dan penyelesaian yang efektif dalam membangun keterlibatan audiens. Bagian awal memperkenalkan isu melalui data atau fakta, konflik menampilkan pengalaman korban dan dampak kekerasan, sedangkan penyelesaian berisi ajakan bertindak. Pola ini selaras dengan pendekatan naratif

yang dikemukakan Zeng (2021) serta diperkuat oleh temuan Santoso dan Rahayu (2021) mengenai pentingnya keterhubungan emosional di tahap awal. Selain itu, penggunaan gaya bahasa empatik, persuasif, dan informatif, didukung elemen visual seperti warna simbolik dan ekspresi emosional, memperkuat pesan kampanye. Pola storytelling yang menggabungkan edukasi dan ajakan menjadikan kampanye tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membangun empati dan mendorong partisipasi aktif masyarakat (Bendar, 2019).

### **Analisis Fungsi dan Efektivitas Narasi Kampanye**

Narasi dalam kampanye digital memiliki peran penting dalam membangun empati publik terhadap korban kekerasan. Melalui penyusunan cerita yang menyentuh, persepsi audiens mengalami pergeseran signifikan, dari memandang korban sebagai pihak lemah menjadi individu yang tangguh dan berdaya. Penggunaan istilah “penyintas” turut memperkuat citra positif tersebut. Kampanye digital sendiri merupakan aktivitas strategis dalam menyampaikan pesan melalui media digital untuk mencapai tujuan tertentu (Laowo, 2024). Selain itu, narasi juga berfungsi sebagai alat dekonstruksi stereotip gender dengan menghadirkan kisah nyata yang mampu melawan budaya menyalahkan korban (Bendar, 2019).

Narasi yang disampaikan melalui kampanye @yayasanpkpa efektif membangun kedekatan emosional antara audiens dan penyintas (Waller, 2019). Testimoni dan pengalaman nyata memungkinkan masyarakat memahami penderitaan korban secara lebih mendalam, sehingga memicu empati dan solidaritas. Efek emosional ini menjadi kunci dalam mendorong perubahan sikap publik. Narasi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menjembatani kesenjangan antara pengalaman individu dan kesadaran kolektif, sehingga meningkatkan kepedulian sosial terhadap isu kekerasan (Sitasari, 2022).

Selain membangun empati, narasi juga berfungsi sebagai alat advokasi dan pendorong tindakan nyata. Setiap pesan kampanye umumnya diakhiri dengan ajakan bertindak, seperti menyebarkan informasi atau mendukung layanan pemulihan. Hal ini sejalan dengan fungsi komunikasi persuasif yang mengubah kesadaran menjadi aksi. Penelitian menunjukkan bahwa pendekatan naratif lebih mudah dipahami dan diingat (Bronson, 2023; Dharmasetya et al., 2024), serta efektif meningkatkan kesadaran publik, termasuk dalam isu perlindungan anak (Falleri et al., 2024). Penggunaan daya tarik emosional juga terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian audiens media sosial (Ratnasari et al., 2020).

Tingginya keterlibatan audiens, seperti komentar, like, dan share, menunjukkan keberhasilan narasi dalam mendorong partisipasi aktif. Audiens tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga turut terlibat dalam penyebaran dan aksi nyata. Studi menunjukkan bahwa narasi emosional mampu menciptakan interaksi digital yang tinggi (Darmawan dan Oktaviani, 2019; Waller, 2019), serta mengurangi stigma dan meningkatkan kesadaran sosial (Makati dan Reyhan, 2024; Kristanto et al., 2024). Dalam konteks yang lebih luas, kampanye digital juga menjadi ruang resistensi terhadap struktur patriarki (Wibowo et al., 2022; Maulida, 2021) dan wadah aktivisme digital yang efektif (Rodríguez, 2019; Luthfiana, 2024). Namun demikian, optimalisasi strategi komunikasi tetap diperlukan agar potensi kampanye sebagai alat advokasi sosial dapat dimaksimalkan (Wangi, 2025).

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis, kampanye digital @yayasanpkpa dalam 16HAKTP berhasil membangun narasi yang kuat, terstruktur (orientasi, komplikasi, resolusi), serta memadukan pendekatan emosional, edukatif, dan persuasif melalui berbagai konten dan elemen visual untuk meningkatkan empati dan kesadaran publik. Dari perspektif komunikasi persuasif, kampanye ini efektif mendorong partisipasi aktif audiens, sementara dari sudut pandang feminisme, narasi yang dihadirkan mampu memosisikan perempuan sebagai subjek berdaya

dan melawan kekerasan struktural, sehingga kampanye berfungsi tidak hanya sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai sarana advokasi dan pemberdayaan perempuan di era digital.

## REFERENSI

- Bendar, A. (2019). *Feminisme Dan Gerakan Sosial. Al-Wardah: Jurnal Kajian Perempuan, Gender, Dan Agama*, 13(1), 2537.
- Bronson, C. (2023). Analisis Fungsi Kampanye Daring Sebagai Sarana Pendidikan Dan Gerakan Sosial Dalam Menciptakan Kepekaan Dan Respon Terhadap Kekerasan Dalam Rumah Tangga. (*Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Iblam*).
- Darmayulis, D. (2022). Analisis Wacana Media Tentang Kekerasan Terhadap Perempuan Dalam Berita Televisi. *Harakat An-Nisa: Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 7(1), 35–44.
- Dharmasetya, L. , B. C. , & M. I. (2024). Analisis Fungsi Kampanye Daring Sebagai Sarana Pendidikan Dan Gerakan Sosial Dalam Menciptakan Kepekaan Dan Respon Terhadap Kekerasan Dalam Rumah Tangga. *Decisio: Law Journal*, 1(1), 28–33.
- Dilla, A. N. , & C. D. A. (2019). Komunikasi Persuasif Dalam Kampanye Gerakan Anti Hoaks Oleh Komunitas Mafindo Jakarta. *Koneksi*, 3(1), 199–206.
- Hartono, M. , & F. R. (2019). Ubungan Antara Kampanye Dengan Sikap Remaja. *Inter Script: Journal Of Creative Communication*, 1(1).
- Kristanto, K. , M. T. , W. K. P. , & M. M. (2024). *Peningkatan Kesadaran Dan Tindakan Pencegahan Kekerasan Seksual Di Lingkungan Universitas Palangka Raya: Membangun Lingkungan Aman Dan Kampus Ramah Perempuan*.
- Laowo, A. C. , & V. Z. (2024). Strategi Kampanye Digital Anggota Legislatif Untuk Meningkatkan Citra (Studi Kasus Di Kota Surakarta). *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(2), 437–456.
- Maulida, H. (2021). Perempuan Dalam Kajian Sosiologi Gender: Konstruksi Peran Sosial, Ruang Publik, Dan Teori Feminis. *Journal Of Politics And Democracy*, 1(1), 71–79.
- Ney, W. (2024). Literatur Review: Strategi Intervensi Psikologi Pada Korban Kekerasan Seksual Ditinjau Dari Teori Ekologi Brofenbrenner. *Jurnal Consulenza: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 7(2), 161–173.
- Rodríguez, J. L. (2019). Instagram As A Medium For Social Change: An Exploration Of Activism And Social Media. *Journal Of Social Media Studies*, 2(3), 145–161.
- Saputra, R. A. V. W. , K. S. I. , & K. M. I. (2024). *Retorika: Teori Dan Teknik Praktis Seni Berbicara Di Era Digital. Wawasan Ilmu*.
- Savitri, N. , & G. A. (2008). *Ham Perempuan: Kritik Teori Hukum Feminis Terhadap Kuhp*. Refika Aditama.
- Sitasari, N. W. (2022). Mengenal Analisa Konten Dan Analisa Tematik Dalam Penelitian Kualitatif. *In Forum Ilmiah* , 19(1), 77–84.
- Sulistiyo, U. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Pt Salim Media Indonesia.
- Waller, D. (2019). The Role Of Social Media In Raising Awareness Of Domestic Violence. *Journal Of Social Issues*, 75(4), 925–941.
- Wangi, F. P. , W. D. , & R. Y. (2025). Kampanye Digital “Stop Kekerasan Pada Anak Dan Perempuan” Melalui Instagram@ Ppapp. Jakbar. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 7(2), 259–274.
- Wibowo, G. A. , C. C. , R. A. , & R. R. (2022). Kesetaraan Gender: Sebuah Tjauan Teori Feminisme. *Seuneubok Lada: Jurnal Ilmu-Ilmu Sejarah, Sosial, Budaya Dan Kependidikan*, 9(2), 121–127.
- Zeng, X. (2021). Narrative Construction In Digital Campaigns: A Case Study Of Social Media Activism. *International Journal Of Media Studies*, 18(2), 23–37.