



## PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @DPPAPPDKI SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI PENCEGAHAN KEKERASAN PADA PEREMPUAN DAN ANAK DI DKI JAKARTA

Azrul Bayzaki<sup>1</sup>, Rizky Fauzi<sup>2</sup>

Ilmu Komunikasi STIKOM Interstudi, Jl Wijaya II No 62, Kebayoran baru, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12160

### ABSTRAK

#### ARTICLE INFO

##### Article history:

Received September, 2025

Revised September, 2025

Accepted September, 2025

Available online September, 2025

[Bayzaki.skinpead@gmail.com](mailto:Bayzaki.skinpead@gmail.com)<sup>1</sup>,  
[rifa271187@gmail.com](mailto:rifa271187@gmail.com)<sup>2</sup>

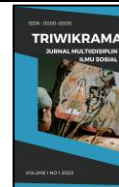
This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

Dinas Pemberdayaan Anak dan Pengendalian Penduduk Provinsi DKI Jakarta (PPAPP), sebuah lembaga yang bergerak di bidang pemberdayaan anak dan pengendalian penduduk, mencoba menggunakan media sosial Instagram dengan nama @dppappdki, wadah untuk mengkomunikasikan pentingnya pencegahan kekerasan terhadap perempuan dan anak di DKI Jakarta. Untuk penelitian ini penulis memilih akun Instagram Dinas PPAPP untuk melihat seberapa baiknya informasi dari media sosial Instagram dari Dinas PPAPP sebagai media sosialisasi pencegahan kekerasan pada perempuan dan anak di Jakarta. Penelitian ini menggunakan teknik penelitian deskriptif dan kualitatif, meliputi wawancara langsung dengan informan kunci, informan ahli dan informan pendukung, serta pengumpulan data melalui observasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Claire Diaz Ortiz (2019): Story Brand, yang terdiri dari Story, How, Audience, Reach, dan Excellence. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Dinas PPAPP memiliki beberapa jenis konten regular seperti infografis, flyer artikel, video reels edukasi sebagai konten regular. Pengguna Instagram bagi Dinas PPAPP sudah cukup maksimal, dengan cara menyajikan beberapa informasi mengenai kekerasan pada perempuan dan anak di DKI Jakarta membantu menyadarkan Sebagian masyarakat tentang bahaya kekerasan pada perempuan dan anak. Kemudian Dinas PPAPP juga berinteraksi dengan para followers dengan menggunakan fitur pesan langsung dan komentar - untuk berinteraksi dengan pengikut yang mengajukan keluhan secara digital.

**Kata Kunci:** Komunikasi, Broadcasting, Media Sosialiasi, Instagram, Dinas PPAPP

### ABSTRACT

*The DKI Jakarta Provincial Office of Child Empowerment and Population Control (PPAPP), an institution engaged in child empowerment and population control, tries to use Instagram social media under the name @dppappdki, a forum to communicate the importance of preventing violence against women and children in DKI Jakarta. For this research, the author chose the PPAPP Office's Instagram account to see how good the information from the PPAPP Office's Instagram social media is as a medium for socializing the prevention of violence against women and children in Jakarta. This research uses descriptive and qualitative research techniques, including direct interviews with key informants, expert informants and supporting informants, as well as data collection through observation. The theory used in this research is Claire Diaz Ortiz's (2019) theory: Story Brand, which consists of Story, How, Audience, Reach, and Excellence. The results showed that the PPAPP Office has several types of regular content such as infographics, flyer articles, educational video reels as regular content. The use of Instagram for the PPAPP Office is quite maximal, by presenting some information about violence against women and children in DKI Jakarta, it helps to make some people aware of the dangers of violence against women and children. Then the PPAPP Office also interacts with followers by using the*



---

*direct message and comment features - to interact with followers who submit complaints digitally.*

**Keywords:** *Communication, Broadcasting, Socialization Media, Instagram, PPAPP Agency*

---

## PENDAHULUAN

Saat ini teknologi perkembangan media penyiaran sedang mengalami banyak perubahan yang pesat, sebagai contohnya saat ini sedang marak munculnya *new media* atau biasa kita kenal sebagai sosial media, perkembangan sosial media ini banyak ragam jenisnya, ada yang berinteraksi dengan lewat berbagi foto dan video seperti youtube, Instagram, path, ada juga yang di peruntukan untuk mengirim pesan atau chatting seperti Whatsapp, Facebook, Twitter dan masih banyak lagi.

Menurut data dari Napoeloncat, Instagram termasuk ke dalam platform media sosial terpopuler di Indonesia dengan 113,39 juta pengguna (per-Oktober 2023). Jumlah ini meningkat 1,34% dibandingkan angkat bulan sebelumnya yang sebanyak 111,187 Juta pengguna. Jumlah pengguna Instagram mungkin masih kalah dengan facebook yang mana facebook memiliki pengguna sebanyak 198 juta pengguna, angka ini memang terbilang tinggi dibanding Instagram (Cat, 2023). Namun jika dilihat dari tahun terbentuknya kedua platform tersebut, instagram terbilang cukup muda dengan selisih 6 tahun. Dapat diartikan Instagram memiliki perkembangan yang sangat pesat dibandingkan facebook.

Perkembang social media ini sangat membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Berger Media sosial pada dasarnya adalah platform atau wadah publikasi yang terhubung dengan Internet berubah menjadi penerbit dan sumber informasi yang dapat diandalkan (Lubis, 2014). Media berperan sebagai jembatan atau wadah untuk menunjukkan suatu peristiwa atau sesuatu informasi kepada masyarakat melalui fitur unggah, sehingga dapat memberi tahu publik tentang masalah ini sehingga dapat menjadi bahan pembicaraan atau menjadi isu yang harus diperhatikan.

Perkembang pesat pengguna sosial media instagram bisa membantu dalam penggiringan public tentang isu kekerasan seksual pada perempuan dan anak di DKI Jakarta. Kekerasan terhadap perempuan sering muncul baik di media cetak maupun online. Akhir-akhir ini di Indonesia semakin banyak pemberitaan mengenai kasus-kasus kekerasan terhadap perempuan dewasa dan anak-anak. Hal ini menunjukkan bahwa kekerasan terhadap perempuan masih merupakan masalah yang tersebar luas dan dilakukan oleh laki-laki di berbagai wilayah secara global (Sodah, 2023)

Menurut data dari SIMPONI-PPA jumlah kasus kekerasan di Jakarta pada tahun 2023 terjadi 660 kasus kekerasan, 580 kasus terjadi pada perempuan. Sedangkan pada kelompok umur sendiri, ada 383 kasus terjadi pada anak-anak atau kelompok di bawah umur. Dari data - data ini dapat disimpulkan kasus kekerasan pada perempuan dan anak adalah sebuah masalah yang serius dan harus segera diatasi (PPPA, 2023)

Hal ini yang menyebabkan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta melalui Dinas Pemberdayaan Anak dan Pengendalian Penduduk Provinsi DKI Jakarta (PPAPP), sebuah lembaga yang bergerak di bidang pemberdayaan anak dan pengendalian penduduk, mencoba menggunakan media sosial Instagram dengan nama @dppappdki, wadah untuk mengkomunikasikan pentingnya pencegahan kekerasan terhadap perempuan dan anak di DKI Jakarta. Lewat akun instagramnya mereka kerap kali mengadakan Webinar dan melakukan pembuatan konten yang berkaitan dengan pemberdayaan perempuan dan anak.

Maka berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengkaji mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media sosialisasi pencegahan kekerasan pada Perempuan dan anak di DKI Jakarta. Tidak hanya itu saja penulis juga ingin mengkaji mengenai langkah dan strategi



berkomunikasi yang dilakukan oleh @dppappdki pada akun instagram-nya dalam melakukan sosialisasi pencegahan kekerasan seksual pada perempuan dan anak di DKI Jakarta. Fokus pada permasalahan dari artikel ini adalah apa bagaimana pemanfaatan akun Instagram @dppappdki sebagai media sosialisasi pencegahan kekerasan seksual pada Perempuan dan anak di DKI Jakarta? Serta bagaimana cara strategi berkomunikasi dinas PPAPP pada akun instagramnya?

## TINJAUAN LITERATUR

### Penelitian terdahulu

Sebelum memulai penelitian, penulis melakukan peninjauan beberapa jurnal terdahulu guna untuk menjadi jurnal perbandingan dan sebagai jurnal referensi dalam menyusun penelitian ini. Beberapa jurnal yang sudah penulis temui sebagai berikut: 1). Jurnal dari Analisa Yudika Wulandari dari mahasiswa dari Universitas negeri Yogyakarta, fakultas ilmu sosial dan dari jurusan Ilmu komunikasi dengan judul “Peran Instagram @Perempuanberkisah sebagai media pemberdayaan Perempuan”. Dalam penelitiannya, penulis jurnal tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penulis juga menggunakan wawancara dan studi dokumen sebagai teknik pengumpulan datanya, tentunya dalam mendukung teknik pengumpulan datanya dengan menjunjung keabsahaan datanya, penulis menggunakan teori triangulasi sumber dan menggunakan teknik analisis dengan 3 cara yaitu: reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dari penelitian tersebut mendapatkan hasil keputusan bahwa; Instagram @perempuanberkisah berfungsi sebagai tempat atau wadah untuk penyampaian tentang pemberdayaan perempuan dengan memenuhi kebutuhan media perempuan, menyebarkan topik. Pengelola dan pengguna sebagai komunikator, konten, dan pengikut mendukung pemberdayaan perempuan (Wulandari, 2020). 2). Jurnal yang ditulis oleh Muhammad Faturahman Anwa, Dudi Rustandi dari mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Sosialisasi Jabar Quick Response”. Dalam penelitiannya, penulis jurnal tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penulis juga menggunakan studi dokumen sebagai teknik pengumpulan datanya, tentunya dalam mendukung teknik pengumpulan datanya penulis menggunakan teknik analisis dengan 3 cara yaitu: reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasilnya: penulis menemukan bahwa Instagram Quick Response Jawa Barat terutama berfokus pada tiga jenis konten utama: infografis, gambar, dan video. Selain itu, akun tersebut sesekali membagikan informasi terkait bencana. Untuk berinteraksi dengan pengikut dan mengatasi kekhawatiran mereka, Respon Cepat Instagram Jawa Barat memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti pesan langsung dan komentar, menyediakan platform digital bagi pengikut untuk menyampaikan keluhan dan menerima bantuan. (Muhammad Faturahman Anwar, 2023).

Setelah melakukan pencarian tentang jurnal terdahulu penulis tentunya juga menggunakan beberapa konsep teori dalam penelitian ini, itu semua ditujukan untuk mempermudah penulis dalam menjalankan penelitian ini, konsep teori yang digunakan sebagai berikut:

### Komunikasi Penyiaran

Secara etimologis, “komunikasi” berasal dari kata latin “*communicatio*” dan “*communis*” yang artinya sama. Kata juga memiliki arti yang sama (Zilfah Adnan, 2017) .Oleh karena itu, dalam pengertian ini komunikasi terjadi ketika pihak-pihak yang terlibat mempunyai kesamaan makna tentang apa yang dikomunikasikan. Dengan kata lain, hubungan antar pihak dikatakan komunikatif apabila terdapat saling pengertian mengenai apa yang dikomunikasikannya. Sedangkan dalam pengertian paradigmatis banyak sekali Ada banyak definisi komunikasi, tetapi secara keseluruhan, komunikasi adalah komunikasi pesan, informasi, atau sikap untuk merubah pendapat dan tindakan, baik secara langsung (komunikasi personal) maupun tidak langsung (komunikasi melalui



media). Dengan melihat definisi ini, kita dapat mengambil kesimpulan bahwa tujuan umum komunikasi adalah untuk menghasilkan dampak tertentu.

### **Media Sosial**

saat ini, menggunakan Media sosial adalah hal yang biasa dan hal yang wajib bagi sebagian masyarakat. semua itu dikarenakan media sosial digunakan untuk berinteraksi, mendapatkan, dan berbagi informasi dengan cepat melalui internet. Akibatnya, semakin banyak media sosial baru muncul, memberi Masyarakat kebebasan untuk memilih mana yang mereka ingin gunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. (Sutrisno, 2021)

Menurut pendapat dari hidayatullah yang dimuat didalam jurnal (Sutrisno, 2021) media sosial merupakan sebuah situs atau layanan online yang digunakan masyarakat untuk mengonsumsi, mengikuti, mengomentari, dan menyebarkan konten dalam berbagai format, seperti teks, gambar, video, dan foto.

### **Instagram**

Menurut Suratman (2017), bergantung pada pemahaman fungsi aplikasi ini secara keseluruhan. Kata "insta" di Instagram berasal dari kata "instan", mengingatkan kita pada kamera Polaroid, yang dulu dikenal menghasilkan "foto instan". Instagram juga memungkinkan pengguna untuk berbagi foto secara instan, dengan ikonnya menyerupai kamera Polaroid. Bagian "gram" berasal dari "telegram", yang mengacu pada pengiriman informasi dengan cepat kepada orang lain. Sama seperti telegram, Instagram memungkinkan pengguna mengunggah dan berbagi foto dengan cepat melalui internet, memastikan informasi menjangkau orang lain dengan cepat. Oleh karena itu, Instagram merupakan perpaduan dari kata "Instan" dan "Telegram". Ini adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai platform jejaring sosial, termasuk Instagram itu sendiri. (SURATMAN, 2017)

### **Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Sosialisasi**

Instagram kini menjadi salah satu platform media sosial terpopuler, dan dapat dikatakan sebagai media utama untuk membangun brand awareness. Menurut Zahrina (2017), Instagram adalah media yang menunjukkan tampilan visual, sehingga sangat efektif membantu daerah-daerah dalam mengembangkan inovasi yang sedang berjalan (Julsinda, 2019).

Menurut penelitian sebelumnya tentang Peran Instagram @Perempuanberkisah sebagai media pemberdayaan Perempuan yang dilakukan oleh (Wulandari, 2020) Instagram berperan menjadi wadah untuk memenuhi kebutuhan media perempuan dengan memanfaatkan berbagai fitur Instagram. Ini memperkuat suara perempuan, berbagi pendapat, memberikan ruang untuk kebebasan berekspresi, dan memamerkan karya mereka. (Wulandari, 2020)

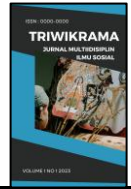
### **Model Share**

Model Share merupakan sebuah model yang dikemukakan oleh Claire Diaz-Ortiz pada tahun (2019) yang diterbitkan pada sebuah buku yang berjudul Social Media Success For Every Brand. Model Share adalah singkatan dari Story, How, Audience, Reach, dan Excellence (Muhammad Faturahman Anwar, 2023). Ini adalah kerangka kerja yang digunakan oleh pengguna media sosial untuk memasarkan merek secara efektif dan mencapai kesuksesan dalam kampanye mereka. Berikut merupakan tinjauan mengenai model share menurut Claire Diaz-Ortiz (2019):

#### **a. Story**

Story Brand Script digunakan untuk menciptakan celah cerita yang melibatkan pengikut media sosial dan mendorong interaksi.

- 1) Untuk memperoleh timbal balik dalam model share ini, konten berperan sebagai elemen utama dalam menjalankan publikasi atau pemasaran di media sosial.



- 2) Biasanya, media sosial digunakan untuk pemasaran merek dibandingkan pemasaran langsung, artinya fokusnya tidak selalu pada penjualan. Sebaliknya, ia mempunyai banyak tujuan, seperti menyebarkan informasi.
  - 3) Konten harus dibuat secara efektif agar selaras dengan anggaran media sosial. Anggaran ini melibatkan produksi berbagai jenis konten, termasuk postingan yang dikurasi, konten asli, artikel, kutipan, statistik, testimonial, ajakan bertindak langsung dan transisi, gambar inspiratif, selfie, video, dan banyak lagi.
- b. How
- 1) Menggunakan lebih sedikit akun platform dapat meningkatkan efektivitas penerbitan dan pemasaran konten.
  - 2) Konsistensi dalam unggahan konten sangat penting, dengan mempertimbangkan waktu media sosial dan kalender editorial yang selaras dengan audiens dan kapasitas merek Anda.
  - 3) Alat pihak ketiga seperti Submittable, Sprout Social, Buffer, dan Hootsuite dapat membantu penjadwalan, kurasi konten, dan analisis.
  - 4) Evaluasi brand di media sosial secara teratur untuk memprioritaskan dan fokus pada platform terpenting untuk mempromosikan merek.
- c. Audience
- 1) Keberhasilan suatu merek di media sosial tercermin dari seberapa efektif pengikutnya terlibat dan menggunakan merek tersebut.
  - 2) Pengikut potensial sangatlah penting; media sosial harus secara konsisten meningkatkan pembuatan konten agar pengikut tetap bersemangat untuk postingan baru.
  - 3) Membangun relasi yang kuat dengan pengikut untuk mendorong keterlibatan dan interaksi yang mereka cari.
  - 4) Membuat postingan yang berdampak memerlukan koneksi real-time dan keterlibatan audiens yang aktif.
  - 5) Tawarkan bukti nyata keterlibatan audiens untuk menangkap dan mempertahankan perhatian mereka.
- d. Reach
- 1) Kembangkan profil media sosial yang kuat untuk meningkatkan otoritas media sosial Anda.
  - 2) Fokus pada pengikut yang aktif terlibat, karena mereka adalah audiens inti media sosial Anda.
  - 3) Dapatkan pengikut baru melalui tiga strategi: membuat konten yang efektif, memanfaatkan influencer, dan menggunakan layanan periklanan untuk memperluas jangkauan.
  - 4) Berkonsentrasilah pada konten yang dicari dan dinikmati pengikut, memungkinkan Anda mengukur keberhasilan postingan Anda dan melacak keterlibatan pengikut dari waktu ke waktu.
- e. Excellence
- 1) Melakukan evaluasi pada konten untuk memastikan pengikut dapat dengan mudah memahami konten yang dibagikan.
  - 2) Karena tanggapan pengikut tidak selalu langsung, pertimbangkan hal ini saat menjadwalkan unggahan konten, karena interaksi waktu nyata tidak selalu diperlukan.
  - 3) Tinjau postingan untuk menemukan kesalahan apa pun dan atasi secara efisien, terus berikan informasi kepada pengikut.
  - 4) Tawarkan ruang terbuka kepada pengikut untuk berdialog jika ada masalah yang muncul dengan konten.



## Dinas PPAPP

Dinas PPAPP adalah dinas pemberdayaan perlindungan anak dan pengendalian penduduk sebuah bagian Lembaga dari Pemrov DKI Jakarta yang berfokus kepada pengendalian penduduk dan pemberdayaan Perempuan dan anak. Pada dasarnya dinas PPAPP memiliki tugas sebagai melaksanakan pemberdayaan Perempuan dan anak serta pengendalian penduduk. Untuk beroperasi dengan baik, satuan kerja daerah atau SKPD di tingkat provinsi, kabupaten/kota, dan provinsi harus bekerja sama dengan masyarakat atau organisasi terkait lainnya. Ini diatur oleh peraturan gubernur provinsi DKI Jakarta nomor 283 tahun 2016, yang mengatur tata kerja dan organisasi dinas Tata Kerja Departemen Pemberdayaan, Perlindungan Anak, dan Pengendalian Penduduk (UU Dinas PPAPP ,2021.).

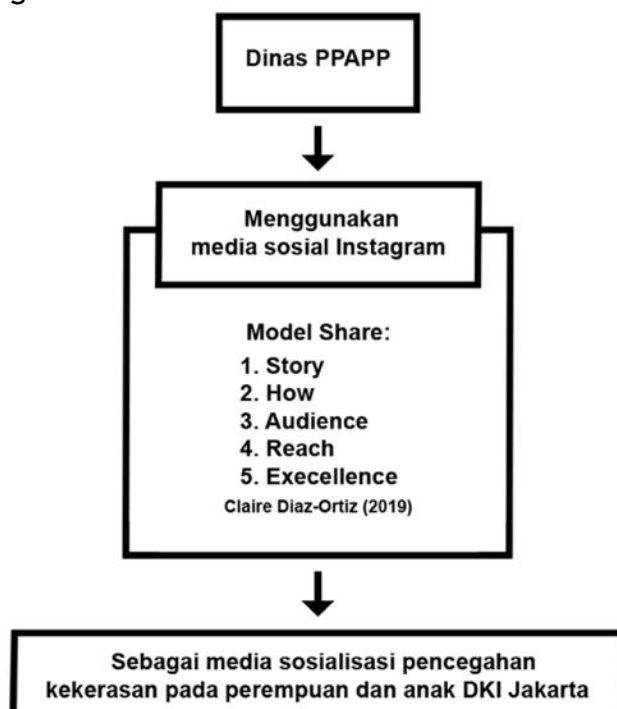
## Kererasan perempuan dan anak

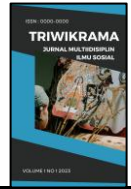
Kekerasan atau penganiayaan yang dialami perempuan dapat bermanifestasi dalam bentuk fisik maupun non fisik. Kekerasan semacam ini sering kali disebabkan oleh perbedaan peran dan harapan (Oktavianus Kondorura, 2018).

Mengenai anak, secara harfiah anak dapat diartikan sebagai seseorang yang dilahirkan dari hubungan perkawinan yang sah secara agama maupun hukum, antara seorang laki-laki dan seorang perempuan (Drs. Asrofi, 2020). Seiring berjalannya waktu, kekerasan seksual meningkat. Komisi Nasional Perlindungan Anak dan Perempuan mengatakan bahwa pemerkosaan, pelecehan seksual, eksploitasi seksual, penyiksaan seksual, perbudakan seksual, dan intimidasi atau serangan adalah beberapa jenis kekerasan seksual. Secara khusus, Indonesia memiliki undang-undang sendiri tentang perlindungan anak, khususnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang Perlindungan Anak (Drs. Asrofi, 2020).

## KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran merupakan salah satu bagian terpenting dari penelitian sebab kerangka pemikiran bertujuan untuk menjelas pola dan jalanya penelitian. Kerangka pemikiran disusun sebagai argumen yang menjelaskan kemungkinan hubungan antara berbagai faktor yang saling berkaitan dan membentuk konstelasi permasalahan. oleh karena itu penulis merangkan pola kerangka pemikiran, sebagai berikut:





## METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai pemanfaatan akun instagram @dppappdki sebagai media sosialisasi pencegahan kekerasan seksual dan anak di DKI Jakarta ini termasuk ke dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif. Penulis menggunakan metode tersebut tentunya itu tanpa sebab, itu semua didasari karena tujuan dari penulis yang ingin mencoba dan memahami sebuah fenomena yang sedang terjadi yang tentunya tidak dapat untuk diperoleh pengukuran, dan serta hasil dari penelitian ini menggunakan data deskriptif daripada data angka. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk memahami, mengungkap, dan menjelaskan fenomena yang terjadi yaitu tentang “pemanfaatan akun Instagram @dppappdki sebagai media sosialisasi pencegahan kekerasan seksual dan anak di DKI Jakarta”.

Sumber data penelitian ini diperoleh dari data primer dan sekunder. Data primer merupakan informasi yang diperoleh langsung dari lapangan, sedangkan data sekunder merupakan informasi dari sumber lain yang dipublikasikan oleh orang lain (Nugrahani, 2014)

Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara dengan narasumber, pada dasarnya pemilihan narasumber adalah bagian terpenting dari sebuah penelitian, karena metode penelitian kualitatif mengenal istilah “*key informant*” dapat diartikan informant atau narasumber ada kunci dari sebuah metode penelitian kualitatif. Maka dari itu penulis sudah menetapkan bahwa orang-orang yang mengelolah akun instagram @dppappdki seperti hal kepala divisi tim creative dan tim creative dinas ppapp dan para *followers* akun instagram @dppappdki, adalah sebuah informan atau narasumber yang tetap pada penelitian ini. Alasan penulis memilih mereka sebagai key informant didasari karena mereka adalah orang - orang yang mengerti tentang aktivitas kegiatan konten dan sosialisasi pencegahan kekerasan seksual terhadap Perempuan dan anak di Instagram.

Dalam wawancara itu akan diambil dengan menggunakan beberapa daftar pertanyaan tentang upaya pencegahan kekerasan seksual dan anak di DKI Jakarta yang sudah dilakukan akun instagram @dppappdki. Dan data sekunder adalah data yang diperoleh penulis melalui pengelolaan akun Instagram @dppappdki maupun situs web dari Dinas PPAPP dan file yang diperoleh dari jurnal-jurnal yang dimuat di web atau situs yang ada di media social.

Dalam sebuah penelitian tidak lengkap rasanya jika penulis tidak menguji keabsahan sebuah sumber data yang telah dikumpulkan. Maka, dari sebuah hasil penelitian akan lebih kredibel atau (Sugiono, 2021) dapat dipercayai jika penulis didukung dengan uji keabsahan. Dari penjabaran yang telah penulis jelaskan guna melengkapi penelitian, penulis menggunakan teknik triangulasi sebagai cara untuk menguatkan data data yang telah diperoleh. Triangulasi pada dasarnya adalah proses menggabungkan atau mencocokkan semua data yang dikumpulkan. Dengan menggunakan teknik ini, penulis menguji validitas data dengan berbagai metode pengumpulan data dan sumber data. (Sugiono, 2021).

Tahap akhir dalam penelitian ini adalah sebuah Analisa data, pada tahap ini penulis menggunakan Analisa model dari Miles dan Huberman, dalam buku yang dimuat oleh (Sugiono, 2021). Analisa model ini pada intinya mengacu pada 3 point pembahasan yaitu: *data Reduction*, *data display*, dan *conclusion*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Sejarah Akun Instagram Dinas PPAPP

Berdasarkan Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 57 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah, Dinas PPAPP merupakan lembaga yang terlibat dalam pengelolaan kegiatan pemerintah yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat, pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak, serta pengendalian penduduk dan keluarga berencana. Dalam upaya pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak, salah satu strategi utamanya adalah mencegah kekerasan terhadap perempuan dan anak.



Menurut Bapak Andhika selaku Kepala Tim kreatif Dinas PPAPP, mengungkapkan dalam upaya memerangi kekerasan, Dinas PPAPP melakukan kegiatan Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) yang menyasar masyarakat melalui berbagai saluran baik media cetak, elektronik, media massa, dan media sosial. Secara khusus, Dinas PPAPP memanfaatkan akun Instagram @dppappdki sebagai media sosialisasi untuk mencegah kekerasan terhadap perempuan dan anak, dengan tujuan untuk menjaga perempuan dan anak di DKI Jakarta dari tindakan tersebut.

Dinas PPAPP telah menggunakan Instagram selama 6 tahun, yakni dimulai pada tahun 2018. Selama menggunakan Instagram Dinas PPAPP memanfaatkan Instagram sebagai media sosialisasi, hal ini dibuktikan dengan konten - konten dinas PPAPP yang kerap kali membagikan informasi mengenai pencegahan kekerasan pada perempuan dan anak. Saat ini Dinas PPAPP telah mengumpulakn sebanyak 27.3 ribu followes dan telah melakukan 2.860 ribu postingan.

## **B. Model Share**

Model Share merupakan sebuah model yang dikemukakan oleh Claire Diaz-Ortiz pada tahun (2019) yang diterbitkan pada sebuah buku yang berjudul *Social Media Success For Every Brand*. Model Share adalah singkatan dari *Story, How, Audience, Reach, dan Excellence*. Model Share sendiri pada umumnya diperuntukan untuk para pengguna media sosial agar sukses dalam memasarkan sebuah *brand*. Dalam konteks ini, penulis menghubungkan informasi yang disajikan dengan konten yang ditampilkan Dinas PPAPP berkaitan dengan teori ini yaitu:

### **1. Story**

Story merupakan salah satu bagian dari konsep turunan dari model share, karena membantu menciptakan peluang keterlibatan bagi pengikut media sosial untuk berpartisipasi dalam aktivitas media sosial yang sedang berlangsung. Untuk mencapai hal ini, konten memainkan peran sentral dalam mendorong publikasi dan menyebarkan informasi di seluruh platform media sosial.

Story sendiri dapat disimpulkan bahwa untuk mendapatkan insight yang memenuhi target, konten memegang kunci yang sangat vital. Konten - konten yang telah disajikan oleh Dinas PPAPP melalui akun Instagramnya terdapat penjelasan dari Stevani R dalam jurnal (Fatchiya, 2019) Pesan efektif dari model AIDA harus memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) menarik perhatian: Informasi harus menarik perhatian audiens sasaran secara efektif, (2) menarik minat: Konten harus memicu rasa ingin tahu, (3) Tindakan: Terakhir, konten harus mendorong audiens untuk mengambil Tindakan (Fatchiya, 2019).

Berdasarkan data sekunder yang didapatkan oleh penulis dari akun instagramnya, konten - konten yang dibuat oleh Dinas PPAPP berfokus pada penyampaian informasi melalui infografis dan konten vidio. Dengan konten - konten yang telah mereka buat serta memanfaatkan fitur-fitur dari Instagram, sehingga Instagram telah menjadi media sosialisasi bagi Dinas PPAPP. Konten - konten yang dibuat oleh Dinas PPAPP berfokus pada penyampaian informasi melalui infografis, flayer artikel, video reels edukasi. Adapun konten yang disajikan dalam akun instagramnya seperti: 1. Informasi mengenai layanan pengaduan melalui URC 24 Jam, Jakarta Siaga, UPT PPPA, Pos Pengaduan di RPTRA, Pos Sahabat Perempuan dan Anak di 12 Perguruan Tinggi dan BUMD (MRT, LRT, TransJakarta), 2. Bahayanya Kekerasan Berbasis Gender Online, 3. KDRT Bukan Aib, Lawan dan Laporkan!, 4. Waspada! Modus Tindak Pidana Perdagangan Orang, 5. Apa itu Kekerasan dalam Rumah Tangga?, 6. Gerak bersama dalam Kampanye 16 Hari Anti Kekerasan terhadap Perempuan dan Anak, 7. Pencegahan dan penanganan kekerasan seksual di lingkungan kerja, 8. Konten-konten lain yang berkaitan dengan jenis kekerasan dan pencegahannya.

Menurut Onong U. Effendy dalam jurnal (Arsyad, 2018) komunikasi informatif merupakan Proses berbagi pesan, ide, konsep, dan pendapat dengan satu orang atau lebih



tentang sesuatu yang baru, hanya berfokus pada pemberian informasi tanpa maksud untuk mempengaruhi atau mengubah sikap atau pendapatnya. Dalam hal ini penulis mengkaitkan dengan penggunaan komunikasi yang dilakukan oleh Dinas PPAPP dalam akun Instagram-nya yang menerapkan konsep komunikasi informatif. Hal ini didukung dengan pernyataan *keyinforman* Bapak Andhika selaku Kepala Tim Kreatif Dinas PPAPP yang mengungkapkan “menggunakan Instagram agar informasi yang dibuat agar dapat tersebar luas secara masif, sehingga Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) dapat tersampaikan kepada masyarakat luas, salah satunya yakni melakukan pencegahan kekerasan terhadap perempuan dan anak.”

Berdasarkan data sekunder yang didapatkan oleh penulis, akun Instagram Dinas PPAPP telah cukup tepat dalam memanfaatkan Instagram sebagai tempat menyalurkan informasi. Hal ini didukung dengan pernyataan *keyinforman* Bapak Andhika selaku Kepala Tim Kreatif Dinas PPAPP yang mengungkapkan:

“Pemanfaatan Instagram sebagai platform media Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) dalam pencegahan kekerasan terhadap perempuan dan anak berdampak positif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dan mendorong pemberitaan kasus-kasus tersebut. meningkatnya laporan kekerasan bisa dipandang sebagai hal yang positif karena mengindikasikan bahwa telah banyak masyarakat berani untuk melapor dan masyarakat sadar akan pentingnya melakukan pencegahan kekerasan.”

## 2. How

Dalam konsep model share terdapat *How*, model ini digunakan Memprioritaskan platform media sosial tertentu untuk publikasi konten yang lebih efektif. Dalam hal ini Dinas PPAPP tidak terlalumemfokuskan penyebaran sosialisasi melalui Instagram, Dinas PPAPP sendiri juga memiliki akun sosial media yang lain seperti Facebook, Youtube, dan Twitter atau yang sekarang kita kenal X. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan dari informan pendukung yang mengukapkan bahwa: “Meskipun Instagram adalah platform utama yang aktif kami gunakan untuk sosialisasi, Dinas PPAPP juga memanfaatkan media sosial lain seperti Tiktok, Facebook, Twitter, dan YouTube untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Setiap platform memiliki strategi konten yang disesuaikan dengan karakteristik pengguna dan tujuan kampanye.”

## 3. Audience

Audience juga merupakan bagian dari turunan konsep model share, Pengikut media sosial mewakili ukuran kesuksesan yang terlihat, yang mencerminkan bagaimana pengikut terlibat. Interaksi yang sukses antara pengguna media sosial dan pengikutnya ditunjukkan oleh partisipasi aktif dan keterlibatan mereka dengan konten media sosial. Berdasarkan hasil dari jurnal penelitian sebelumnya yang dilakukan Muhammad Faturahman Anwa, Dudi Rustandi, Jabar Quick Response memanfaatkan fitur kolom komentar dan direct message dalam interaksi kepada pengikutnya. Dalam hal ini dikaitkan pada Dinas PPAPP yang memanfaatkan fitur yang sama, Hal ini didukung dengan pernyataan *keyinforman* Bapak Andhika selaku Kepala Tim Kreatif Dinas PPAPP yang mengungkapkan “Dalam membangun relasi kepada para pengikut, biasanya komentar di kolom feed, menyukai komentar di kolom feed, membalas DM.” dan menurut informan pendukung juga audience sering kali berinteraksi dengan Dinas PPAPP melalui berbagai fitur yang ada di Instagram: “Konten yang berisi informasi edukatif dan tips pencegahan kekerasan biasanya mendapatkan tingkat keterlibatan yang tinggi, seperti likes, shares, dan komentar. Selain itu, kami juga mendapatkan banyak pertanyaan hingga aduan berupa DM (direct message) dari masyarakat yang meminta bantuan atau informasi lebih lanjut tentang cara melaporkan



kasus kekerasan atau mendapatkan dukungan. Respon ini menunjukkan bahwa konten kami tidak hanya dilihat, tetapi juga dibaca dan dipertimbangkan secara serius oleh audiens sebagai wadah pertama mereka untuk mencari informasi hingga pertolongan awal tempat aduan bagi yang mendengar, melihat hingga yang mengalami tindak kekerasan. dan memang secara aktif kami berikan respon yang cepat dan memberikan edukasi serta informasi sesuai dengan kebutuhan dari pengikut instagram Dinas PPAPP.” dengan ini Dinas PPAPP membantu para masyarakat dengan cara merespon keluh kesah dan permasalahannya. Dinas PPAPP juga selalu menaruh hotline yang bisa dihubungi guna masyarakat akan lebih mudah berinteraksi jika terjadi kekerasan pada perempuan dan anak di Jakarta.

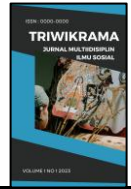
#### 4. Reach

Reach juga merupakan bagian dari turunan konsep model share, untuk Hal ini melibatkan pemahaman jangkauan media sosial kepada pengikutnya dan menciptakan profil media sosial yang efektif untuk meningkatkan otoritas platform. Tujuannya adalah untuk mendapatkan wawasan yang sesuai dengan target audiens yang diinginkan. Menurut Hadi Purnama dalam (Muhammad Faturahman Anwar, 2023) Media sosial memiliki karakteristik seperti jangkauan, yang mengacu pada kemampuannya untuk memperluas jangkauan dari khalayak kecil yang terlokalisasi ke khalayak global. Dalam hal ini dikaitkan dengan penelitian ini, bahwa upaya dari Dinas PPAPP dalam mendapatkan insight/jangkauan yang luas mereka melakukan kolaborasi dengan instansi/lembaga terkait serta melakukan fitur instagram *tag* kepada instansi/individu terhadap konten yang dibuat baik di story maupun di feed hal ini dilakukan guna mendapatkan para pengikut baru. Serta menurut informan pendukung juga mengungkapkan Dinas PPAPP sering melibatkan influencer atau publik figure untuk mengisi konten di Instagram dan juga memanfaatkan iklan melalui radio adlibs. Kolaborasi dengan influencer/publik figure sebagai narasumber membantu kami menjangkau audiens yang lebih luas, sementara iklan radio mendukung promosi kami dengan cara yang berbeda untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Dalam hal ini Dinas PPAPP selalu berupaya memperluas jangkauan untuk mendapatkan para pengikut baru dengan segala cara.

#### 5. Excellence

Excellence juga merupakan bagian dari turunan konsep model share, yang mana ini berisi tentang evaluasi platform media sosial dan menawarkan ruang bagi pengikut untuk berbagi pendapat tentang media sosial tempat mereka berinteraksi. Dalam konteks ini, Dinas PPAPP melakukan evaluasi media sosial dengan melakukan cross-check dengan teliti dan jika terjadi kesalahan post Dinas PPAPP melakukan take down dan segera merevisi konten tersebut dengan melakukan meeting sehingga kesalahan ini tidak terjadi lagi. Hal ini didukung dengan pernyataan keyinforman dan informan pendukung bahwa “Ya, Dinas PPAPP melakukan cross-check dan evaluasi terhadap setiap postingan yang telah dibuat. Kami memiliki proses editorial yang ketat untuk memastikan bahwa semua konten yang diunggah sudah melalui verifikasi dan tinjauan dari tim tenaga ahli. Jika terjadi kesalahan, kami segera melakukan perbaikan dan memperbarui postingan yang relevan. Kami juga memberikan klarifikasi kepada pengikut melalui postingan atau story tambahan jika diperlukan, untuk memastikan informasi yang disampaikan tetap akurat dan dapat dipercaya.”

Dinas PPAPP menawarkan platform bagi pengikutnya untuk memberikan masukan dan kritik melalui kolom komentar dan direct message. Didukung oleh penelitian (Prasetyawan, 2018) dengan disediakannya ruang bagi para pengikut yaitu melalui kolom



komentar dan direct message, mampu mempermudah para follower untuk menyampaikan keluhan, pertanyaan dan saran kepada Dinas PPAPP (Prasetyawan, 2018).

### **C. Keberhasilan Pemanfaatan Akun Instagram Dinas PPAPP sebagai Media Sosialisasi**

Selama menggunakan Instagram Dinas PPAPP merasa puas dalam memanfaatkan Instagram sebagai media sosialisasi pencegahan kekerasan pada perempuan dan anak. Hal ini didukung dengan pernyataan keyinforman Bapak Andhika selaku Kepala Tim Kreatif Dinas PPAPP yang mengungkapkan Sejauh ini Instagram masih menjadi media sosial yang paling efektif dan berpengaruh dalam menyebarkan KIE.

Berdasarkan data sekunder yang didapatkan oleh penulis dari situs dari SIMPONI-PPA (PPPA, 2023) jumlah kasus kekerasan di Jakarta pada tahun setiap tahunnya mengalami penurunan, seperti pada tahun 2021 terjadi 1049 kasus kekerasan pada perempuan, dan 806 terjadi kasus kekerasan terhadap anak di usia dibawah umur, Di tahun selanjutnya pada tahun 2022 terjadi 1312 kasus kekerasan pada perempuan, dan 780 terjadi kasus kekerasan terhadap anak di usia dibawah umur, pada tahun 2023 pun terjadi 571 kasus kekerasan pada perempuan, dan 495 terjadi kasus kekerasan terhadap anak di usia dibawah umur. dan sepanjang tahun 2024 ini angka tersebut semakin mengecil menjadi 15 kasus kekerasan pada perempuan dan 8 kasus kekerasan terhadap anak di usia dibawah umur. Hal ini membuktikan bahwa angka kekerasan pada perempuan dan anak di DKI Jakarta mengalami penurunan.

Meskipun belum adanya bukti yang valid terhadap menurunnya angka kekerasan pada perempuan dan anak di Jakarta berhasil karena andil dari Instagram, seperti yang di ungkapkan keyinforman Dinas PPAPP belum melakukan analisa terkait antara relevansi KIE pencegahan kekerasan melalui Instagram dengan jumlah laporan aduan kekerasan. Namun selama menggunakan Instagram Dinas PPAPP merasa puas dalam memanfaatkan Instagram sebagai media sosialisasi pencegahan kekerasan pada perempuan dan anak. Hal ini didukung dengan pernyataan keyinforman Bapak Andhika selaku Kepala Tim Kreatif Dinas PPAPP yang mengungkapkan Sejauh ini Instagram masih menjadi media sosial yang paling efektif dan berpengaruh dalam menyebarkan KIE. Dan menurut keyinforman juga Penggunaan Instagram sebagai media KIE dalam pencegahan kekerasan terhadap perempuan dan anak berpengaruh terhadap peningkatan kesadaran masyarakat dalam melaporkan kasus kekerasan di lapangan. Kekerasan terhadap perempuan dan anak dapat dikatakan seperti fenomena gunung es, yang mana kasus yang terlihat di lapangan hanya segelintir jika dibandingkan yang tidak terlihat. Maka dari itu, meningkatnya laporan kekerasan bisa dipandang sebagai hal yang positif karena mengindikasikan bahwa telah banyak masyarakat berani untuk melapor dan masyarakat sadar akan pentingnya melakukan pencegahan kekerasan.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam memberikan informasi mengenai pencegahan kekerasan pada perempuan dan anak di DKI Jakarta, akun Instagram Dinas PPAPP mempunyai beberapa jenis konten regular seperti infografis, flayer artikel, video reels edukasi sebagai konten regular. Penggunaan Instagram bagi Dinas PPAPP sudah cukup maksimal, dengan cara menyajikan beberapa informasi mengenai kekerasan pada perempuan dan anak di DKI Jakarta membantu menyadarkan Sebagian masyarakat tentang bahaya kekerasan pada perempuan dan anak, sehingga menyebabkan banyak dari mereka mulai berani untuk melapor kepada Dinas PPAPP.

Dalam memanfaatkan Instagram sebagai media untuk sosialisasi pencegahan kekerasan pada perempuan dan anak, Instagram cukup berhasil dalam menyadarkan Sebagian masyarakat tentang bahaya kekerasan pada perempuan dan anak. Hal ini dibuktikan penurunan angka kekerasan seksual setiap tahunnya, Dinas PPAPP sendiri merasa puas selama menggunakan



Instagram sebagai media sosialisasi pencegahan kekerasan pada perempuan dan anak di DKI Jakarta.

Saran bagi penulis semoga dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan bagi penulis dan dapat diterapkan dalam lingkungan kerja nantinya, serta semoga dengan adanya penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian lainnya dalam pemanfaatan Instagram sebagai media sosialisasi. Kemudian untuk saran dari penulis terhadap Instagram Dinas PPAPP dapat mempertahankan menyebarkan informasi pencegahan kekerasan pada perempuan dan anak yang dikemas melalui konten-konten di Instagram serta lebih memfokuskan penggunaan Instagram ketimbang media lainnya agar penyebaran informasi lebih terperinci.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, r. K. (2018). Studi teknik komunikasi informatif dalam kegiatan orientasi penyuluh agama terhadap calon pengantin oleh badan dkp3a di samarinda. *Ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id*, 4.
- Cat, n. (2023). Retrieved from <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/10/>
- Delun, r. (2020). Apa perbedaan antara gambar, foto, dan gambar? Retrieved from keren one: <https://keren.one/apa-perbedaan-antara-gambar-foto-dan-gambar>
- Drs. Asrofi, s. M. (2020). Pa Mojokerto. Retrieved from penetapan asal usul anak dan akibat hukumnya dalam hukum positif: <http://www.new.pa-mojokerto.go.id/surve-kepuasan/263-penetapan-asal-usul-anak-dan-akibat-hukumnya-dalam-hukum-positif>
- Fatchiya, o. &. (2019). Efektivitas penggunaan media sosial sebagai media promosi wisata umbul ponggok, kabupaten klaten. *Jurnal komunikasi pembangunan*, 13-27.
- Hasanah, a. L. (2022). Pengertian caption dan kegunaannya pada gambar atau foto yang diposting. Retrieved from nasabamedia: <https://www.nesabamedia.com/pengertian-caption/>
- Julsinda, n. N. (2019). Pengaruh difusi inovasi akun jawa quick response di instagram terhadap persepsi brand jawa barat sebagai smart province. Universitas pendidikan indonesia. Jawa barat: universitas pendidikan indonesia.
- Junaidi, r. &. (2019). Analisis strategi konten dalam meraih engagement pada media sosial youtube (studi kasus froyonion). *Prologia*.
- Lubis, e. E. (2014). Potret media sosial dan perempuan. Pekanbaru: fisip universitas riau.
- Muhammad faturahman anwar, d. R. (2023). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai media sosialisasi jawa quick response. Indonesia: universitas telkom.
- Nugrahani, f. (2014). Metode penelitian kualitatif dalam penelitian pendidikan bahasa. Solo: cakra books.
- Oktavianus kondorura, m. S. (2018). Penanganan kekerasan terhadap perempuan dan anak di provinsi kalimantan timur. Samarinda: fisip unmul.
- Pppa, k. (2023). Kekerasan perempuan. Retrieved from simfoni-ppa: <https://kekerasan.kemenpppa.go.id/ringkasan>
- Prasetyawan, r. &. (2018). Manajemen komunikasi dalam meningkatkan pelayanan informasi publik. *Jurnal transformasi*, 1-87.
- Sodah, y. (2023). Kekerasan terhadap perempuan: pencegahan dan penanganan suatu tinjauan psikologi sosial. Pineleng: sekolah tinggi filsafat seminari.
- Sugiono. (2021). Metode penelitian komunikasi. In s. D. Lestari, metode penelitian komunikasi.
- Suratman, d. (2017). Fotografi sebagai media komunikasi antar persona dengan pendekatan nilai keislaman (pada usia 18-25 tahun dalam aplikasi instagram). Bandung: universitas pasundan.
- Sutrisno, a. P. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial instagram @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Bandung: universitas telkom.

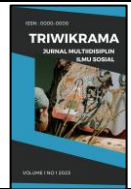
---

## **Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial**

Volume 11, Number 6, 2025

E-ISSN: 2988-1986

Open Access:



---

Winda kustiawan, f. D. (2022). Media sosial sebagai media penyiaran . Sumatra utara: universitas islam negeri sumatra utara.

Wulandari, a. Y. (2020). Peran instagram @perempuanberkisah sebagai media pemberdayaan perempuan. Yogyakarta: fakultas ilmu sosial, universitas negeri yogyakarta.

Zilfah adnan, i. F. (2017). Komunikasi religius (studi fenomenologi tentang komunikasi religius konversi agama kristen ke agama islam di garut kota). Garut: universitas garut.