

**PENGARUH KAMPANYE 16 HARI ANTI KEKERASAN TERHADAP
PEREMPUAN KOMNAS PEREMPUAN TERHADAP SIKAP
FOLLOWERS INSTAGRAM #HEARMETOO**

(survei pada pengguna Instagram *followers* #HearMeToo).

FEBRY ISNAINI

ABSTRAK

Kekerasan terhadap perempuan pada tahun 2017 tercatat pada catatan tahunan Komnas Perempuan sebanyak 348.446. Penyebab terjadinya kekerasan bisa disebabkan oleh faktor budaya, budaya yang ada pada masyarakat saat ini menempatkan perempuan posisinya lebih rendah dari pada laki-laki. Namun disisi lain jika ada kekerasan terjadi di lingkungan sekitar kebanyakan masyarakat takut untuk mengungkapkan atau takut untuk melapor, karena menganggap sebagai aib untuk keluarga mereka sehingga lebih baik diam dan menutup diri. Lewat kampanye 16 Hari Anti Kekerasan Terhadap Perempuan, UN Women dan Komnas Perempuan mengajak seluruh masyarakat untuk berani buka suara jika disekitarnya terjadi kekerasan dan segera melapor. **Pendekatan** yang digunakan dalam penelitian ini adalah **kuantitatif**. **Penelitian ini bertujuan** untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kampanye 16 Hari Anti Kekerasan Terhadap Perempuan melalui Instagram terhadap Sikap Masyarakat. Populasi pada penelitian ini adalah *followers* Instagram #HearMeToo berjumlah 29.400 orang. **Model yang digunakan** dalam penelitian ini adalah **Model Nowak dan Warneryd**. Untuk mengetahui adanya hubungan dan pengaruh peneliti menggunakan uji korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. **Hasil penelitian** ini menunjukkan bahwa hasil hipotesis penelitian membuktikan H_0 ditolak dan H_a diterima, terdapat pengaruh sedang atau cukup antara kampanye 16 Hari Anti Kekerasan Terhadap Perempuan melalui Instagram terhadap Sikap Masyarakat. Hal ini karena pesan kampanye pada Instagram sesuai dengan dimensi-dimensi yang ada pada model kampanye Nowak dan Warneryd, sehingga dapat mengakibatkan adanya perubahan sikap pada masyarakat.

Kata kunci: Kampanye, Sikap, Model Kampanye Nowak dan warneryd.

**INFLUENCE OF 16-DAY CAMPAIGN OF ANTI-VIOLENCE AGAINST
WOMEN KOMNAS PEREMPUAN TOWARDS THE ATTITUDES OF
INSTAGRAM FOLLOWERS #HEARMETOO**

(A survey on user Instagram followers #HearMeToo).

Febry Isnaini

Abstract

The violence against women in 2017 was recorded on the annual record of Komnas Perempuan 348,446. The cause of violence can be caused by cultural factors, the culture that exists in today's society puts women's position lower than men. However, on the other hand if there is violence happening in the neighborhood around most people are afraid to reveal or fear to report, because consider it as a disgrace to their families so that it is better to silence and shut away. Through a 16 day Anti-violence campaign against women, UN Women and Komnas Perempuan invites the whole community to dare to open a vote if there is violence and report immediately. The approach used in this study is quantitative. The research aims to find out how much of the 16 day Anti-violence campaign affects women through Instagram towards community attitudes. The population in this study was an Instagram follower #HearMeToo amounting to 29,400 people. The models used in this study were Model Nowak and Warneryd. To learn of the relationship and influence of researchers using correlation test, coefficient of determination and hypothesis test. The results showed that the research hypotheses proved that H_0 was rejected and H_a was accepted, there was a moderate or insufficient influence between the 16-day campaign of Anti-violence against women through Instagram towards community attitudes. This is because the message of the campaign on Instagram corresponds to the dimensions present in the campaign model Nowak and Warneryd, so that it can lead to a change in attitudes to the community.

Keywords: campaign, attitude, campaign Model Nowak and Warneryd.