

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kekerasan yang dilakukan kepada perempuan dan anak merupakan sebuah isu krusial yang menjadi prioritas perhatian pemerintah Indonesia. Jika tidak ditangani secara serius, kekerasan ini berpotensi menimbulkan dampak jangka panjang, khususnya bagi generasi penerus bangsa kelak yakni anak-anak. Seorang anak yang menjadi korban kekerasan berisiko mengalami kerusakan mental dan moral akibat trauma mendalam yang ditimbulkan. Fenomena ini semakin mengkhawatirkan karena kasus-kasus kekerasan kerap terjadi di lingkungan terdekat, termasuk dalam lingkup keluarga dan masyarakat. Tindakan kekerasan kepada perempuan dan anak mencakup berbagai bentuk perlakuan yang merugikan, baik lewat fisik, emosional, maupun seksual. Kekerasan ini kerap disertai dengan ancaman dan intimidasi yang dapat menimbulkan penderitaan mendalam bagi korban. (Furi & Saptatiningsih, 2020).

Berdasarkan UU No. 35 Tahun 2014 Pasal 1 Ayat 1, anak diartikan sebagai individu yang belum mencapai usia 18 (delapan belas) tahun, terhitung anak yang masih ada dalam kandungan. Sementara itu, Pasal 1 Ayat 2 menjabarkan bahwa perlindungan anak merupakan seluruh bentuk upaya yang ditujukan untuk memastikan serta melindungi anak beserta hak-haknya supaya dapat hidup dan berkembang secara optimal, serta berperan sesuai dengan harkat dan martabat kemanusiaan, sekaligus memperoleh perlindungan dari segala bentuk diskriminasi dan kekerasan. Namun, meskipun hak-hak anak telah disusun dan dijamin dalam peraturan UU, kenyataannya perempuan dan anak masih kerap menjadi korban tindak kekerasan di Indonesia. (peraturan.bpk.go.id).

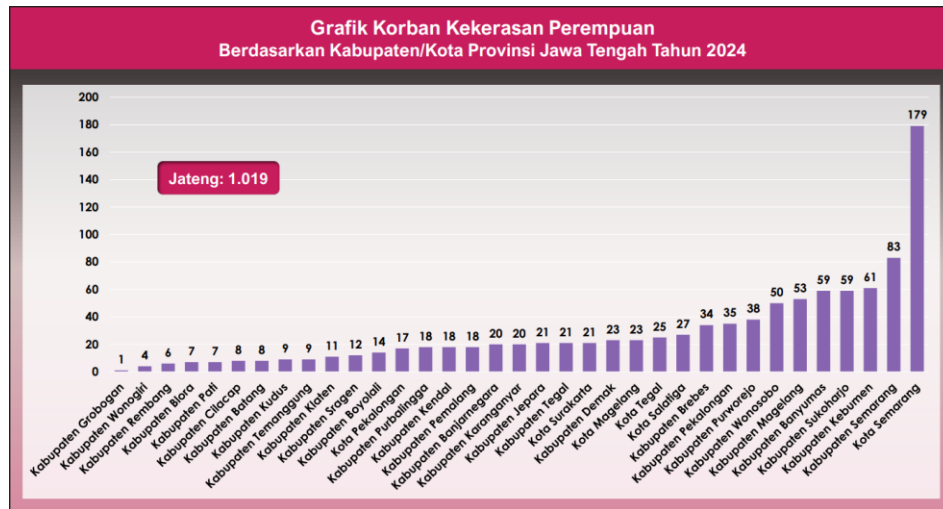
Meskipun berbagai upaya pencegahan telah dilakukan, kenyataannya kekerasan masih kerap terjadi di tengah masyarakat. Bentuk-bentuk kekerasan tersebut meliputi pelecehan seksual, penganiayaan, pembunuhan, serta berbagai tindakan kriminal lainnya. Di negara sebesar Indonesia, kekerasan tetap menjadi permasalahan sosial yang kompleks dan membutuhkan penanganan yang serius dan berkelanjutan. Padahal, setiap individu memiliki hak untuk hidup dalam lingkungan

yang damai dan bebas dari ancaman kekerasan maupun ketidakadilan. Ironisnya, kelompok rentan seperti perempuan dan anak justru menjadi kaum yang paling sering menjadi korban kekerasan hingga saat ini. (Nova & Prathama , Peran UPTDPerlindungan Perempuan dan Anak dalam Penanganan Tindak Kekerasan Anak di Kota Surabaya, 2023).

Pemerintah memiliki tanggung jawab yang penting dalam menanggulangi angka kekerasan terhadap anak melalui langkah-langkah pencegahan dan penanganan yang terstruktur. Di Kota Semarang, kewajiban ini dijalankan oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A). DP3A Kota Semarang memiliki peran strategis dalam mendukung pelaksanaan tugas kepala daerah, khususnya Wali Kota, dalam melaksanakan tugas pemerintahan yang berkaitan dengan pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak, sesuai dengan ketentuan yang berlaku kewenangan yang dimiliki oleh pemerintah daerah. (Sumber : Database Peraturan BPK). Mengacu pada Peraturan Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA) No. 4 Tahun 2018 tentang Pembentukan Unit Pelaksana Teknis Daerah Perlindungan Perempuan dan Anak (UPTD PPA), dinyatakan bahwa pemerintah daerah memiliki kewajiban dalam memberikan perhatian khusus sebagai bagian dari upaya penanggulangan kasus kekerasan yang dialami oleh perempuan dan anak. Salah satu bentuk perhatian tersebut diwujudkan melalui pembentukan UPTD PPA di seluruh wilayah Indonesia sebagai unit layanan teknis yang berfungsi untuk memberikan perlindungan, pendampingan, dan penanganan kasus secara langsung kepada korban. (Nova & Prathama , Peran UPTDPerlindungan Perempuan dan Anak dalam Penanganan Tindak Kekerasan Anak di Kota Surabaya, 2023).

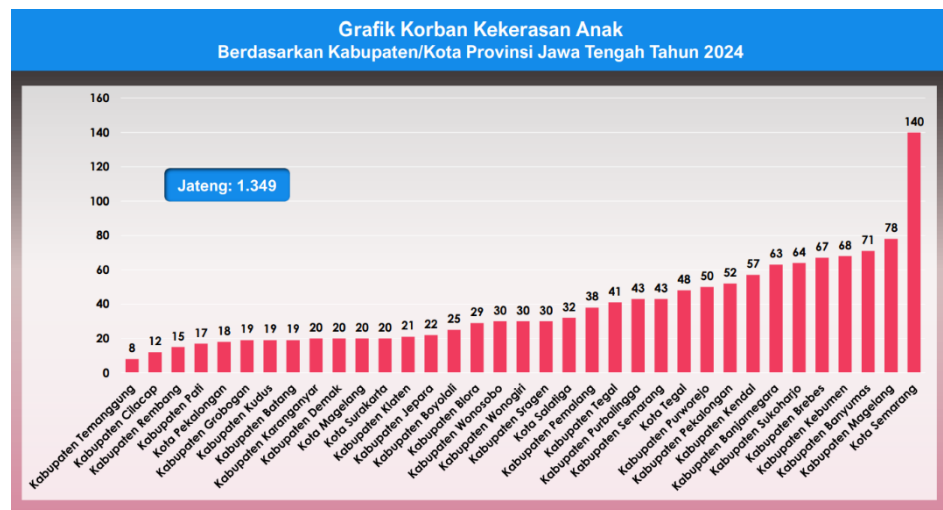
Merujuk pada data yang diperoleh dari laman kekerasan.kemenppa.go.id dan dirilis oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, dan Keluarga Berencana (DP3AKB) Provinsi Jawa Tengah, pada tahun 2024 tercatat sebanyak 1.349 kasus kekerasan terhadap anak serta 1.019 kasus kekerasan kepada perempuan di wilayah tersebut. Jumlah ini menunjukkan peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu pada tahun 2023 yang mencatat 1.327 kasus kekerasan kepada anak dan 955 kasus yang korbannya perempuan. Kota Semarang menempati

posisi tertinggi dalam jumlah kasus di Provinsi Jawa Tengah, dengan 140 kasus kekerasan terhadap anak dan 179 kasus kekerasan terhadap perempuan.



Gambar 1. 1 Data grafik korban kekerasan pada perempuan di Kota Semarang tahun 2024

(sumber : ppid.dp3akb.jatengprov.go.id)



Gambar 1. 2 Data grafik korban kekerasan pada anak di Kota Semarang tahun 2024

(sumber : ppid.dp3akb.jatengprov.go.id)

Menurut data di atas menunjukkan kasus kekerasan pada perempuan dan anak di Kota Semarang menjadi yang tertinggi dengan jumlah angka kekerasan

paling banyak, yaitu 179 kasus kekerasan terhadap perempuan dan 140 kasus kekerasan terhadap anak, dimana Kota Semarang merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang memiliki pertumbuhan yang terus meningkat setiap tahunnya mulai dari angka kelahiran maupun pendatang. Apabila permasalahan kekerasan terhadap perempuan dan anak tidak ditangani secara optimal, maka hal tersebut berpotensi memicu munculnya berbagai permasalahan sosial lainnya di tengah masyarakat. misalnya melonjaknya angka kasus kriminalitas, menurunnya kualitas seorang anak akibat trauma yang didapatkan dari para pelaku kekerasan. Tidak diragukan lagi bahwa Kota Semarang, sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah, menarik banyak orang yang mencari pekerjaan. Tingginya tingkat kekerasan kepada perempuan di Kota Semarang disebabkan oleh kondisi ekonomi dan lingkungan yang sangat menekan kehidupan masyarakat (Satriani, 2019).

Menurut buku *Bullying* karya tim Yayasan sejiwa dalam (Triana, 2019) mengatakan bahwa kekerasan terbagi dalam 2 jenis, yaitu :

1. Kekerasan fisik merupakan bentuk kekerasan yang dapat diamati secara langsung karena terjadi adanya sentuhan fisik antara pelaku dan korban. Tindakan ini umumnya terlihat oleh orang lain dan mencakup perilaku seperti menampar, melempar benda, menginjak kaki, menjegal, meludahi, memalak, serta bentuk agresi fisik lainnya.
2. Kekerasan non fisik merupakan contoh kekerasan yang tidak tampak secara langsung karena tidak adanya sentuhan kontak fisik antara pelaku dan korban. Jenis kekerasan ini sering kali sulit dikenali, karena dampaknya bersifat psikologis dan tidak selalu terlihat secara kasat mata..

Kekerasan non fisik terdapat 2 jenis, yaitu :

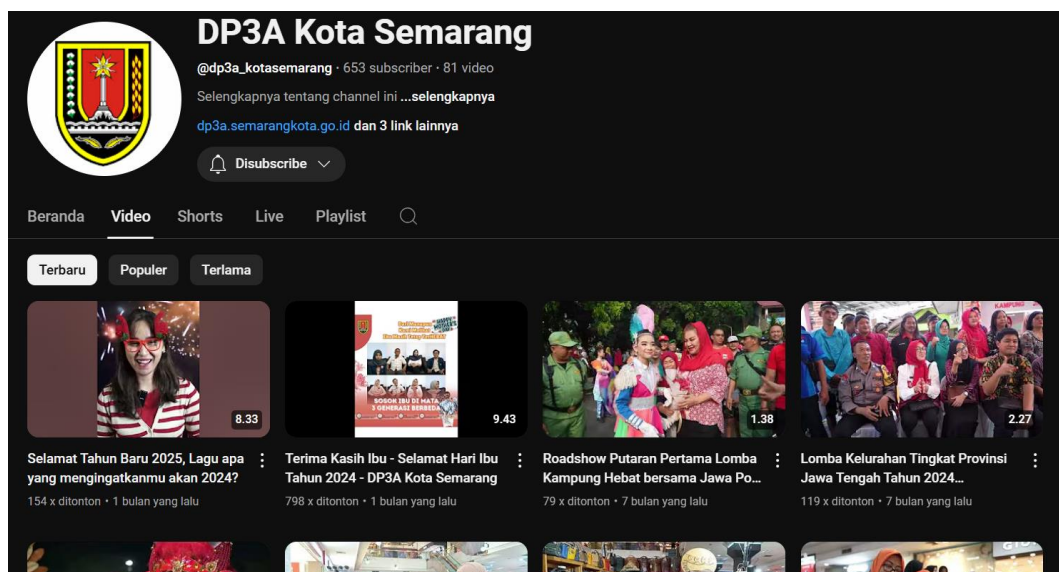
1. Kekerasan verbal merupakan bentuk kekerasan yang dilakukan lewat penggunaan kata-kata yang bersifat menyakiti atau merendahkan. Contoh dari kekerasan ini antara lain berupa makian, bentakan, teriakan, tuduhan tanpa dasar, hingga tindakan mempermalukan korban di hadapan orang lain.
2. Kekerasan psikis atau psikologis merupakan bentuk kekerasan yang diekspresikan melalui bahasa tubuh dan perlakuan non-verbal yang dapat menimbulkan tekanan mental atau emosional pada korban. Contoh dari

kekerasan ini antara lain tatapan sinis, pandangan yang mengandung ancaman, tindakan mengucilkan, memandang dengan merendahkan, mencibir, serta menatap tajam secara intimidatif.

Kekerasan terhadap perempuan merupakan peristiwa yang tidak dapat diprediksi waktu terjadinya. Namun demikian, upaya untuk meminimalisirnya dapat dilakukan melalui pemberian perlindungan, langkah-langkah pencegahan, serta penanganan yang melibatkan peran aktif pemerintah dan partisipasi masyarakat (Satriani, 2019). Dibutuhkan upaya konkret dalam menangani kasus kekerasan terhadap perempuan dan anak, yang menjadi bagian dari tanggung jawab pemerintah daerah, yang sudah diatur dalam Perda No. 5 Tahun 2016 Pasal 7 tentang Perlindungan Perempuan dan Anak. Dalam peraturan tersebut, ditegaskan kewajiban dan tanggung jawab dalam melindungi perempuan dan anak dari tindakan kekerasan merupakan tanggung jawab kolektif yang harus diemban oleh seluruh elemen masyarakat. Upaya mengurangi kasus kekerasan yang dilakukan oleh pemerintah dilaksanakan melalui Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Semarang. Dalam rangka memenuhi hak-hak anak yang menjadi korban kekerasan, Pemerintah Daerah Kota Semarang membentuk lembaga sebagai perangkat daerah, DP3A berperan dalam menjalankan fungsi pemerintahan yang berkaitan dengan pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak. Pembentukan organisasi ini didasarkan pada Perda Kota Semarang No. 14 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Semarang.

Dalam menjalankan fungsinya, DP3A Kota Semarang memperoleh dukungan dari Unit Pelaksana Teknis Daerah Perlindungan Perempuan dan Anak (UPTD PPA). UPTD PPA bertanggung jawab dalam menjalankan fungsi teknis operasional DP3A, terutama terkait penyediaan layanan bagi perempuan dan anak yang menjadi korban kekerasan, diskriminasi, memerlukan perlakuan khusus, maupun menghadapi berbagai permasalahan lainnya di tingkat daerah. Salah satu peran utama UPTD PPA adalah menerima laporan atau melakukan penerimaan terhadap korban, serta memberi informasi yang berkaitan dengan hak-hak korban. (Perwal Kota Semarang No. 13 Tahun 2023).

Merujuk pada hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis pada tanggal 10 Februari 2025 dengan Mas Habibilah Karim, S.E., M.M., selaku pegawai Bidang Permasalahatan dan Data Informasi Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Semarang, diperoleh informasi bahwa akun media sosial DP3A Kota Semarang, khususnya pada platform YouTube, masih kurang aktif dalam memproduksi dan mengunggah konten. Adapun akun YouTube tersebut telah dibuat pada tanggal 11 Oktober 2018 oleh Mas Habibilah Karim, S.E.,M.M.



Gambar 1. 3 Halaman Youtube Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Semarang

(https://www.youtube.com/@dp3a_kotasemarang)

Berdasarkan pengambilan data penulis pada 10 Februari 2025, *Channel* Youtube DP3A Kota Semarang terakhir mengunggah konten pada tanggal 3 Januari 2025 tentang Tahun Baru 2025. Kurangnya konten edukasi dalam *Channel* Youtube Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Semarang, bahkan konten iklan layanan masyarakat terakhir di unggah pada tanggal 19 September 2023 yang berjudul “Aku Butuh Bapak”. *Channel* Youtube DP3A Kota Semarang, memiliki jumlah *subscriber* atau pelanggan sebanyak 635, jumlah video sebanyak 81 dan jumlah sebanyak 46.024 tayangan.

Menurut Fared *et al* dalam (Iszanul Dani Nurdiansah, 2024) di zaman globalisasi yang serba digital saat ini, akses dalam mencari informasi semakin mudah dan cepat seiring berkembangnya teknologi. Masyarakat cenderung menggunakan platform media sosial dalam mengakses informasi yang aktual dan merubah pandangan dan sikap mereka pada isu-isu yang ada (Darmawan *et al.*, 2021) dalam (Iszanul Dani Nurdiansah, 2024). Informasi yang disebarluaskan melalui media massa sering kali dianggap sebagai sumber yang kredibel oleh sebagian masyarakat. Pengetahuan memiliki kemampuan transformatif yang signifikan terhadap sikap, perilaku, dan pola pikir individu (Akmal *at al.*, 2015) dalam (Iszanul Dani Nurdiansah, 2024). Sehingga banyak pebisnis dan organisasi yang memanfaatkan media sebagai upaya mempromosikan dan menyebarkan pesan dan informasi.

Dalam wawancara yang Penulis lakukan dengan Mas Habibilah Karim, S.E, M.M selaku pegawai Bidang Per masyarakat dan Data Informasi DP3A Kota Semarang pada 1 Mei 2025, beliau mengatakan bahwa DP3A Kota Semarang melakukan penyuluhan kepada sekolah-sekolah untuk memberikan edukasi agar terhindar dari pelaku atau korban kekerasan di masa depan. Selain itu, hal ini diperkuat melalui implementasi program Sekolah Ramah Anak (SRA) yang bertujuan mewujudkan lingkungan pendidikan yang aman, bersih, sehat, serta nyaman bagi anak-anak dengan memenuhi hak-hak mereka. Selain itu, program ini bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada anak-anak dari tindak kekerasan, diskriminasi, dan perlakuan yang tidak semestinya, serta mendorong partisipasi mereka dalam proses pembelajaran dan pengambilan keputusan di lingkungan sekolah. Mas Habibilah menyatakan bahwa akun media sosial DP3A Kota Semarang masih kurang dalam memberikan video-video edukasi mengenai kekerasan, sebelumnya DP3A sudah pernah meng-*upload* konten berupa *Reels*, animasi, iklan layanan masyarakat, Vlog, wawancara. Namun, konten yang berbentuk iklan layanan masyarakat memiliki interaksi atau *engagement* yang paling tinggi. Mas Habibilah menambahkan, DP3A Kota Semarang memerlukan konten iklan layanan masyarakat untuk mendorong tindakan pencegahan dan

dukungan bagi korban, serta mengedukasi publik tentang pentingnya perlindungan terhadap perempuan dan anak, dan memperluas jangkauan informasi.

Dalam rangka menentukan isu yang akan diangkat dalam produksi iklan layanan masyarakat (ILM), Penulis melakukan diskusi kelompok (*Focus Group Discussion/FGD*) bersama Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Semarang. Kegiatan ini dilaksanakan dengan melibatkan lima orang perwakilan dari berbagai bidang yang ada di DP3A Kota Semarang, antara lain bidang perlindungan perempuan dan anak, pemenuhan hak anak, pengarusutamaan gender, sekretaris serta bidang pemberdayaan masyarakat dan data informasi. Melalui diskusi ini, dilakukan diskusi terhadap isu-isu yang berkaitan dengan kekerasan terhadap perempuan dan anak di Kota Semarang. Hasil diskusi menunjukkan bahwa kasus kekerasan dalam rumah tangga, kekerasan terhadap anak, serta minimnya pemahaman masyarakat tentang fungsi Unit Pelaksana Teknis Daerah Perlindungan Perempuan dan Anak (UPTD PPA) merupakan isu yang paling relevan dan mendesak untuk diangkat. Oleh karena itu, ketiga isu tersebut kemudian dijadikan tema utama dalam produksi video ILM yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan publik melalui media digital.

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) biasanya digunakan oleh perusahaan dan lembaga untuk menyebarkan informasi dengan cara yang menarik dan menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat (Ti *et al.*, 2017) dalam (Iszanul Dani Nurdiansah, 2024), Iklan Layanan Masyarakat dibuat dengan alur dan gaya yang menarik sehingga dapat menarik perhatian masyarakat. Iklan Layanan Masyarakat dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang masalah penting dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan positif dengan menggunakan pendekatan yang kreatif dan informatif. Selain itu, frekuensi siaran yang konsisten membantu membangun kesadaran dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan, sehingga dampak yang dihasilkan dapat lebih mendalam dan berkelanjutan (Shahab, 2013) dalam (Iszanul Dani Nurdiansah, 2024). Video iklan layanan masyarakat dapat menjadi salah satu strategi yang potensial untuk mengedukasi tentang bahaya kekerasan terhadap perempuan dan anak di Kota Semarang.

Menurut (Nisa, 2015) dalam (Sya'fa, 2023), iklan layanan masyarakat (ILM) berperan sebagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi, ajakan, atau edukasi kepada masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan sosial. Keuntungan ini dapat berupa peningkatan wawasan yang memberikan kontribusi terhadap meningkatnya kesadaran dan terjadinya perubahan perilaku masyarakat terkait isu yang disampaikan melalui iklan, sehingga pada akhirnya memberikan manfaat bagi individu itu sendiri. Iklan Layanan Masyarakat (ILM) memegang peranan krusial dalam dinamika sosial masyarakat. Melalui pesan yang mengandung imbauan atau ajakan, ILM berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pengetahuan, perubahan perilaku, dan peningkatan kesadaran masyarakat (Sya'fa, 2023).

Iklan layanan masyarakat (ILM) merupakan media yang tepat untuk memengaruhi alam bawah sadar masyarakat dan mendorong tindakan sesuai dengan pesan yang disampaikan. ILM yang dirancang dengan baik dapat membangun kesadaran masyarakat sehingga dapat memengaruhi pandangan, gagasan dan perilaku masyarakat kearah yang lebih baik (Kusumaningrum, 2023). Oleh karena itu, ILM dapat membantu menciptakan masyarakat yang lebih sadar, peduli dan bertanggung jawab.

Kemajuan teknologi digital yang pesat telah memicu terjadinya berbagai perubahan. Di masa sekarang, promosi layanan lebih sering dilakukan melalui media sosial yang dimanfaatkan untuk mencapai audiens dengan lebih efektif. Media sosial memberikan ruang untuk berinteraksi langsung dengan audiens, membangun komunitas, dan memperkuat citra Perusahaan. Pentingnya analisis data dalam pemasaran digital dapat membantu menganalisis pengguna online, kebiasaan atau tren masyarakat, menyesuaikan strategi, dan mengukur kesuksesan dalam mengoptimalkan kampanye sosial. Dalam hal ini, engagement mencakup keterlibatan aktif audiens dalam penggunaan layanan. Bagian ini menunjukkan bagaimana audiens ikut terlibat dalam menyebarkan informasi yang dianggap bermanfaat kepada orang lain.

Berdasarkan pengambilan data yang Penulis lakukan kepada *channel* Youtube @dp3a_kotasemarang pada 15 Mei 2025, dalam 1 tahun terakhir terdapat

10 konten video dan mendapat total *engagement* sebanyak 1,9 %. Data ini menunjukkan bahwa *engagement* Youtube channel @dp3a_kotasemarang masih belum cukup baik, karena *engagement* yang cukup baik berkisar 3-5%, dan yang masuk kategori sangat baik berada di atas 5% (Influencity.com). Periode satu tahun memberikan gambaran tren dan respons audiens yang aktual, sementara pemilihan 10 video dianggap representatif untuk menganalisis pola *engagement* secara efektif tanpa memperluas ruang lingkup penelitian secara berlebihan. Data yang Penulis peroleh dari platform YouTube bersifat valid.

Analisis konten video YouTube DP3A Kota Semarang yang Penulis lakukan memiliki *engagement* yang rendah karena beberapa faktor utama. Pertama, durasi video yang relatif panjang dan gaya penyampaian yang kurang variatif membuat penonton mudah kehilangan fokus dan tidak tertarik untuk menonton sampai selesai. Hal ini sejalan dengan penelitian (Barger, Peltier, & Schultz, 2016) yang menyatakan bahwa konten video yang singkat dan dinamis cenderung mendapatkan perhatian lebih dari audiens digital. Kedua, konten video kurang mengandung elemen *storytelling* atau narasi emosional yang mampu membangun koneksi dan resonansi dengan penonton, sehingga tidak memicu respons emosional maupun keterlibatan aktif, sebagaimana dijelaskan oleh (Hollebeek, Glynn, & Brodie, 2014).

YouTube merupakan sebuah platform media sosial yang menyediakan layanan penyimpanan dan berbagi video secara daring. Berbagai jenis video dapat diunggah dan disimpan dalam platform YouTube, sehingga dapat diakses oleh semua pengguna Youtube selama terhubung dengan internet. Berdasarkan data artikel yang ditulis oleh Andreas Daniel Panggabean dalam laman *website* rri.co.id tahun 2024, Jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191 juta orang, atau sekitar 73,7% dari total populasi. Dari jumlah tersebut, sebanyak 167 juta merupakan pengguna aktif, yang mencakup 64,3% populasi. Di antara berbagai platform yang tersedia, YouTube berada pada peringkat pertama sebagai platform media sosial yang paling sering digunakan, dengan jumlah pengguna mencapai 139 juta orang atau sekitar 53,8% dari total populasi di Indonesia. Pengguna Youtube

dapat mengunggah video secara gratis ke YouTube dengan menggunakan akun Google sebagai identitas pribadi mereka (Tutiasri, Laminto, & Nazri, 2020).

Merujuk pada paparan sebelumnya, tingginya angka kasus kekerasan terhadap perempuan dan anak di Kota Semarang dan rendahnya *engagement* pada *channel* Youtube DP3A Kota Semarang, Penulis akan merancang produksi video iklan layanan masyarakat berkolaborasi bersama DP3A Kota Semarang. Iklan layanan masyarakat ini dibuat untuk meningkatkan *engagement* pada *channel* Youtube DP3A Kota Semarang. Mas Habibilah dari DP3A Kota Semarang mengatakan bahwa akun media sosial DP3A masih kurang dalam menyediakan video edukasi tentang masalah kekerasan. Meskipun DP3A Kota Semarang telah mengupload berbagai jenis konten, seperti *reels*, animasi, video blog, dan wawancara, konten iklan layanan masyarakat (ILM) memiliki interaksi atau *engagement* paling tinggi diantara semua jenis konten yang pernah dibuat.

Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih menyukai iklan layanan masyarakat, sehingga dapat menjadi media yang tepat untuk menyampaikan pesan penting. Mas Habibilah menekankan bahwa konten ILM diperlukan oleh DP3A Kota Semarang untuk mendorong pencegahan dan mendukung korban kekerasan. Selain itu, konten ini juga bertujuan untuk menaikkan *engagement* pada *channel* Youtube DP3A Kota Semarang. Produksi video iklan layanan masyarakat ini akan berkerja sama dengan DP3A Kota Semarang dan akan di unggah dalam *Channel* Youtube akun DP3A Kota Semarang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada bagian latar belakang, perumusan masalah yang diajukan penulis adalah sebagai berikut:

Kasus kekerasan terhadap perempuan dan anak di Kota Semarang terus mengalami kenaikan. DP3A sebagai lembaga pemerintahan di Kota Semarang yang bertanggung jawab terhadap perlindungan perempuan dan anak, memiliki tupoksi untuk melakukan upaya pencegahan. Iklan layanan masyarakat (ILM) berperan sebagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi, ajakan, atau edukasi kepada masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan sosial. Produksi iklan

layanan masyarakat diharapkan dapat memberikan pengaruh kepada *channel* Youtube DP3A Kota Semarang untuk meningkatkan *engagement*.

1.3 Tujuan

Tujuan dari Produksi Iklan Layanan Masyarakat di *channel* Youtube DP3A Kota Semarang ini adalah untuk meningkatkan *engagement* akun Youtube DP3A Kota Semarang yang saat ini masih tergolong rendah. Dengan meningkatnya *engagement*, mencerminkan partisipasi aktif dan respon positif dari audiens, juga dapat menjalin hubungan yang kuat antara instansi dengan *public*, serta meningkatkan kepercayaan dan dukungan masyarakat terhadap program-program DP3A Kota Semarang.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan Tugas Akhir ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis
 1. Meningkatkan pemahaman dan memperluas wawasan secara lebih mendalam kepada penulis terkait peran, manfaat, serta mekanisme kerja Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Semarang.
 2. Memberikan kontribusi pengetahuan bagi penulis mengenai tahapan proses produksi Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang dilakukan bersama DP3A Kota Semarang, serta memberikan pemahaman tentang strategi yang digunakan oleh DP3A dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui media iklan.
- b. Bagi Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Semarang
 1. Iklan Layanan Masyarakat mampu meraih sasaran audiens dalam cakupan yang lebih luas dan beragam, sehingga DP3A dapat menyebarkan informasi melalui ILM yang dapat ditonton oleh berbagai kalangan masyarakat, baik yang tinggal di Kota Semarang maupun di luar kota.

2. Iklan Layanan Masyarakat memiliki peran dalam mendukung strategi komunikasi publik DP3A dalam menyebarluaskan informasi-informasi penting kepada publik. Dengan menggunakan ILM, dinas dapat mengkomunikasikan program-program, layanan, dan informasi terkait perempuan dan anak dengan metode penyampaian yang lebih efektif serta mudah dimengerti.
- c. Bagi Masyarakat
1. Iklan Layanan Masyarakat memiliki potensi untuk mendorong terbentuknya perubahan yang lebih baik di tengah masyarakat. Perubahan ini dapat berupa peningkatan kualitas hidup, penurunan angka kejahatan, sehingga angka kekerasan terhadap perempuan dan anak dapat terus menurun.
 2. Iklan Layanan Masyarakat dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai berbagai isu kekerasan yang dialami oleh perempuan dan anak seperti isu kekerasan fisik, psikologis, maupun kekerasan seksual.

1.5 Luaran

Dalam pembuatan Tugas Akhir penulis, luaran yang dihasilkan dari pelaksanaan Tugas Akhir ini dengan memproduksi Iklan Layanan Masyarakat sebanyak 3 Video yang mengambil tema dari 2 kasus kekerasan tertingi yaitu kekerasan pada perempuan dan anak, dan 1 video tentang Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) sebagai penyedia layanan bagi korban kekerasan. 3 Video tersebut akan dibagikan melalui platform Youtube Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Semarang.