

## **BAB 2**

### **TINJAUAN LITERATUR**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Penyebaran Informasi**

Manusia dan informasi memiliki hubungan yang tidak dapat dipisahkan. Seiring dengan dinamika kehidupan yang terus berkembang, permasalahan yang dihadapi manusia kini semakin beragam dan kompleks, sehingga informasi menjadi kebutuhan penting dalam aktivitas sehari-hari. Menurut Davis (1985), informasi adalah “data yang telah diproses menjadi suatu bentuk yang bermakna bagi penerimanya dan memiliki nilai nyata yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini maupun di masa mendatang”. Suatu informasi dapat dianggap bernilai jika informasi tersebut memberikan suatu manfaat yang lebih dibanding dengan hanya menampilkan data mentah (Soufitri, 2023).

Berdasarkan tujuan dan fungsinya, informasi dapat dibedakan menjadi beberapa jenis. Effendy (2011) menjelaskan bahwa dalam proses komunikasi, informasi berfungsi untuk memberikan pengetahuan (edukatif), menyampaikan fakta atau kabar (informatif), memberi hiburan (rekreatif), serta memengaruhi pandangan dan perilaku (persuasif). Keempat fungsi tersebut juga merepresentasikan bentuk atau jenis informasi yang banyak ditemukan di berbagai media, termasuk media sosial. Agar manfaat dari informasi dapat dirasakan secara luas, diperlukan proses penyebaran informasi yang optimal sehingga pesan yang disampaikan dapat menjangkau pihak-pihak yang membutuhkan.

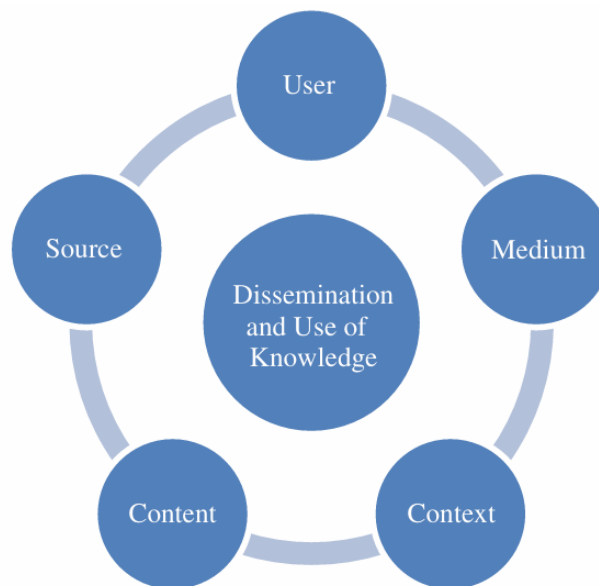
Dalam berbagai penelitian, istilah penyebaran informasi serupa diseminasi informasi (*information dissemination*). Sastropoetro (1987) berpendapat bahwa penyebaran informasi merupakan proses penyampaian pesan berbasis fakta atau data yang sesuai dengan kenyataan. Kegiatan ini bertujuan untuk menimbulkan pengertian yang benar dan jelas, serta menciptakan kesamaan pemahaman antara penyebar informasi dan penerima informasi. Diseminasi informasi (*information dissemination*) merujuk pada proses berbagi informasi kepada pihak-pihak yang membutuhkan (Chatterjee & Samanta, 2021). Sementara itu, Kusumajantia et al. (2018) mendefinisikan diseminasi informasi sebagai kegiatan penyampaian informasi kepada individu atau kelompok, yang bertujuan agar mereka memperoleh pengetahuan, membangun kesadaran, serta terdorong untuk menggunakan informasi tersebut. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, penyebaran informasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian informasi berbasis fakta atau pengetahuan kepada individu maupun kelompok tertentu dengan tujuan agar informasi tersebut dipahami, menumbuhkan kesadaran, serta dimanfaatkan oleh penerima informasi.

Keberhasilan proses penyebaran informasi sangat bergantung pada komunikasi yang efektif, di mana informasi dapat disampaikan dengan jelas dan tepat waktu, sehingga mempermudah pelaksanaan aktivitas sehari-hari (Wardhana, 2024). Selaras dengan pendapat tersebut, Rodiah et al. (2018) menegaskan bahwa diseminasi informasi sebagai suatu bentuk komunikasi, harus memenuhi unsur 5W+1H, yakni siapa yang terlibat (*who*), apa yang disampaikan (*what*), kapan komunikasi tersebut berlangsung (*when*), di mana komunikasi tersebut dilakukan

(*where*), apa alasan dan tujuan dari komunikasi tersebut (*why*), serta bagaimana pesan tersebut (*how*). Pemenuhan unsur-unsur ini membantu memastikan pesan yang disampaikan tidak hanya lengkap, tetapi juga relevan dengan kebutuhan manusia. Dengan demikian, komunikasi yang memperhatikan unsur-unsur tersebut menjadi bagian penting dalam memastikan proses penyebaran informasi dapat berlangsung secara optimal.

Ordoñez & Serrat (2017) mendefinisikan diseminasi (*dissemination*) sebagai “penyampaian sekaligus penerimaan pesan, keterlibatan individu dalam sebuah proses, atau *transfer* suatu produk pengetahuan”. Pendapat ini menegaskan bahwa penyebaran informasi tidak hanya sebatas kegiatan menyampaikan informasi, tetapi juga melibatkan audiens sebagai penerima aktif yang memahami dan menggunakan informasi tersebut, sehingga pada akhirnya dapat menumbuhkan kesadaran, pemahaman, dan tindakan yang menghasilkan perubahan. Lebih lanjut, Ordoñez & Serrat (2017) menjelaskan bahwa *Disseminating Knowledge Product* melibatkan lima elemen utama yang saling berkaitan (lihat Bagan 2.1). Dalam konteks penelitian ini, informasi Kekerasan Berbasis Gender *Online* (KBGO) yang disebarakan melalui Instagram juga dapat dipandang sebagai salah satu bentuk produk pengetahuan. Adapun lima elemen tersebut meliputi:

**Bagan 2.1 Penyebaran dan Pemanfaatan Pengetahuan**



(Sumber: *Ordoñez & Serrat, 2017*)

1. Sumber (*Source*)

Sumber adalah pihak awal yang menghasilkan atau menyediakan informasi, baik berupa individu, seperti penulis, pembuat konten, dan peneliti, maupun berupa institusi atau lembaga. Kredibilitas sumber menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan proses penyebaran informasi. Menurut Kuiken & Sijde (2011), ketika sebuah sumber dianggap terpercaya, pengguna akan lebih terbuka untuk menerima informasi. Sebaliknya, ketika sumber dianggap tidak dapat dipercaya, konten yang disebarkan cenderung lebih sulit diterima, bahkan berpotensi ditolak oleh pengguna.

2. Konten (*Content*)

Konten adalah inti dari proses penyebaran informasi, yaitu produk pengetahuan atau informasi yang ingin disebarkan. Proses penyebaran informasi dapat berjalan dengan optimal ketika sumber memiliki visi yang jelas serta

pemahaman yang jelas mengenai konten yang akan disebar (Ordoñez & Serrat, 2017). Oleh karena itu, konten perlu disusun secara matang agar relevan dengan kebutuhan pengguna, mampu memberikan manfaat, serta menarik perhatian mereka.

### 3. Konteks (*Context*)

Konteks merujuk pada situasi, keadaan, latar belakang, serta lingkungan yang memengaruhi proses komunikasi dan penyampaian informasi (Dewi, 2024). Menurut Ordoñez & Serrat (2017), lingkungan tempat organisasi bekerja maupun lingkungan penggunanya akan terus berkembang dan berubah seiring waktu. Kondisi tersebut mendorong organisasi untuk peka terhadap perubahan konteks yang terjadi, sehingga informasi yang disampaikan tetap relevan serta sesuai dengan kondisi dan kebutuhan pengguna.

### 4. Media (*Medium*)

Media adalah saluran atau metode yang digunakan untuk menyampaikan konten dari sumber ke pengguna. Menurut Sari (2016), pemilihan media ditentukan berdasarkan karakteristik isi dan tujuan informasi yang akan disampaikan, serta jenis media yang mudah diakses oleh pengguna. Media penyebaran informasi dapat berupa media tulisan, grafis, elektronik, media cetak, media penyiaran, maupun komunikasi verbal. Pemilihan media yang tepat penting untuk memastikan bahwa informasi dapat menjangkau audiens yang dituju.

## 5. Pengguna (*User*)

Pengguna adalah individu atau kelompok yang menjadi sasaran utama penyebaran informasi. Dalam proses ini, penting untuk mengidentifikasi secara jelas siapa pengguna yang dituju serta memahami kebutuhan dan karakteristik mereka agar informasi yang disampaikan dapat dimanfaatkan secara optimal. Tidak hanya itu, dengan memahami pengguna, organisasi juga dapat menyesuaikan strategi penyebaran informasi sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh pengguna.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa penyebaran informasi tidak hanya sebatas proses menyampaikan informasi, melainkan juga memastikan bahwa informasi tersebut dapat diterima, dipahami, dan dimanfaatkan oleh pengguna. Proses ini berjalan melalui keterkaitan antara sumber, konten, konteks, media, dan pengguna yang saling melengkapi.

Diseminasi pengetahuan yang efektif diharapkan dapat menggerakkan tiga tahapan yang saling berkaitan, yaitu kesadaran (*awareness*), pemahaman (*understanding*), dan tindakan (*action*) (Ordoñez & Serrat, 2017). Sementara itu, Sastropetro (1987) berpendapat bahwa untuk memastikan proses penyebaran informasi berlangsung secara optimal, terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi:

1. Pesan yang akan disebarkan harus disusun secara ringkas dan jelas agar mudah dipahami oleh penerima informasi. Mengingat setiap individu memiliki daya tangkap yang berbeda, penyebar informasi harus memastikan pesan tersebut dapat dipahami oleh berbagai kalangan.

2. Penggunaan lambang-lambang dalam penyebaran informasi, baik berupa bahasa, simbol, gambar, ataupun isyarat, harus disesuaikan dengan penerima informasi agar pesan mudah dipahami.
3. Pesan yang disebarkan diharapkan mampu menarik perhatian dan minat penerima informasi, serta mendorong mereka untuk melakukan suatu tindakan.
4. Pesan yang disebarkan juga diharapkan dapat menimbulkan keinginan penerima informasi untuk menyelesaikan berbagai permasalahan yang ditemui di lingkungan sekitarnya.
5. Pesan tersebut mampu menimbulkan rangsangan kepada penerima agar mereka dapat merespons informasi yang disampaikan secara positif.

Dengan demikian, berbagai syarat penyebaran informasi tersebut diharapkan dapat membantu penyampaian pesan secara lebih optimal sehingga mampu menumbuhkan kesadaran, pemahaman, serta mendorong tindakan dari penerima informasi, termasuk dalam konteks penyebaran informasi mengenai KBGO.

### **2.1.2 Instagram sebagai Media Penyebaran Informasi**

Media sosial adalah media yang diakses menggunakan internet dan memungkinkan penggunaanya untuk interaksi, berbagi, bekerja sama, maupun berkomunikasi satu sama lain secara digital (Nasrullah, 2017). Dengan kata lain, media sosial menjadi media yang menghubungkan satu individu, dengan individu lain. Kaplan & Haenlein (2010) mengelompokkan media sosial ke dalam enam jenis, yaitu:

1. Proyek kolaborasi situs web, yaitu platform yang memungkinkan pengguna untuk menambahkan, mengedit, atau menghapus konten yang tersedia dalam suatu situs web, seperti Wikipedia.
2. Blog (*microblog*), yaitu platform yang memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk mengekspresikan pendapat, pengalaman, atau kritik terhadap suatu hal melalui tulisan, sebagai contoh Twitter dan Quora.
3. Konten atau isi, yaitu platform yang memungkinkan pengguna membagikan berbagai konten multimedia seperti foto, video, seperti pada Instagram dan YouTube, serta *e-book*.
4. Situs jejaring sosial, yaitu platform yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil pribadi, sosial, atau kelompok sehingga dapat terhubung dengan individu lain, seperti Facebook dan Instagram.
5. *Virtual game world*, yaitu aplikasi berbasis teknologi tiga dimensi (3D) yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dalam bentuk avatar digital, seperti yang ditemukan dalam berbagai game daring.
6. *Virtual social world*, yaitu platform yang menawarkan pengalaman hidup dalam dunia digital di mana pengguna dapat berinteraksi lebih bebas dengan individu lain.

Dari berbagai jenis media sosial tersebut, Instagram menjadi salah satu platform yang banyak digunakan, khususnya di kalangan mahasiswa. Sutrisno & Mayangsari (2021) mendefinisikan Instagram sebagai aplikasi media digital yang memungkinkan penggunanya untuk menyampaikan informasi dalam bentuk foto maupun video. Awalnya, Instagram lebih dikenal sebagai platform hiburan yang

banyak diminati oleh masyarakat. Namun, seiring berjalannya waktu, peran Instagram berkembang menjadi sumber informasi dan media penyebaran informasi yang banyak dimanfaatkan oleh penggunanya.

Penyebaran informasi (*dissemination*) merupakan proses penyampaian sekaligus penerimaan pesan, keterlibatan individu dalam sebuah proses, atau transfer suatu produk pengetahuan (Ordoñez & Serrat, 2017). Dalam proses ini, diperlukan media yang tepat agar pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens yang dituju. Seiring dengan perkembangan teknologi, media sosial telah menjadi salah satu media yang sering digunakan masyarakat dalam menyebarkan informasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Puntodi (2011) yang menyatakan bahwa media sosial memiliki sifat seperti virus, di mana informasi yang dibagikan dapat tersebar dengan cepat. Sifat viral ini menjadikan media sosial, termasuk Instagram, sering digunakan sebagai sarana penyebaran informasi edukatif karena dapat menjangkau audiens yang lebih luas dalam waktu singkat, sehingga platform tersebut dipandang sebagai salah satu media yang mendukung proses penyebaran informasi tersebut.

Menurut laporan We Are Social & Meltwater (2025), sekitar 82,4% pengguna internet di Indonesia menggunakan Instagram setidaknya satu kali dalam sebulan. Dalam konteks penyebaran informasi, Instagram banyak diminati masyarakat karena memiliki fitur-fitur yang memungkinkan penyebaran informasi secara luas dan cepat. Beberapa fitur Instagram tersebut antara lain sebagai berikut:

1. *Feed*

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto atau video sekaligus membangun interaksi dengan akun-akun yang diikuti. Foto yang diunggah pada

fitur *feed* dapat berjumlah 1 foto (*single post*), hingga 20 foto yang disajikan secara bergulir (*carousel*) (Instagram, 2025b).

## 2. *Reels*

*Reels* merupakan fitur yang digunakan pengguna untuk menonton dan membuat video berdurasi maksimal 20 menit dengan memanfaatkan berbagai fitur tambahan seperti teks, filter, musik, serta fitur lainnya. Selain itu, pengguna juga dapat menggabungkan beberapa klip video dan mengatur kecepatan video (Instagram, 2025d).

## 3. *Story*

Fitur ini memfasilitasi pengguna untuk membagikan foto atau video pendek secara sementara yang akan hilang dalam waktu 24 jam. *Story* dilengkapi dengan berbagai elemen seperti teks, musik, filter, stiker interaktif, GIF, serta fitur interaktif lain seperti fitur *add yours*, *question box*, *polling* yang dapat mendukung interaksi antarpengguna (Instagram, 2025d).

## 4. Sorotan Cerita (*Highlight*)

*Highlight* berfungsi sebagai media yang menyimpan dan menampilkan *story* pilihan pengguna pada halaman profil, sehingga *story* tetap dapat diakses meskipun telah melewati batas waktu 24 jam (Instagram, 2025d). Dengan fitur ini, informasi penting dapat tersimpan lebih lama dan dapat diakses kembali oleh pengguna melalui halaman profil.

## 5. Profil

Profil merupakan halaman yang berisi identitas pengguna, yang mencakup nama, *username*, bio, seluruh unggahan, pengikut (*followers*), mengikuti (*following*), serta akses menuju pengaturan akun (Instagram, 2025e).

## 6. Direct Message (DM)

Fitur DM memungkinkan pengguna berkomunikasi secara privat dalam bentuk teks, foto, video, *reels*, maupun unggahan lainnya, baik dengan satu orang maupun beberapa orang sekaligus (Instagram, 2025d). Fitur ini sering dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi secara personal, dan membangun interaksi yang lebih dekat pengguna lain.

## 7. Siaran Langsung (*Live*)

Melalui fitur *Live*, pengguna dapat melakukan siaran langsung dan berinteraksi dengan pengikut secara *real-time* (Instagram, 2025c). Melalui fitur ini, pengguna dapat berkomunikasi langsung dengan pengikutnya selama siaran berlangsung.

## 8. Beranda (*Home*)

Fitur Beranda berfungsi sebagai halaman utama Instagram yang memperlihatkan unggahan *feed* terbaru dari akun yang diikuti oleh pengguna, baik dalam bentuk foto, video, maupun konten lainnya (Instagram, 2025a). Dalam fitur ini, pengguna dapat saling berinteraksi dengan memberikan *like* maupun komentar.

## 9. *Explore*

*Explore* digunakan untuk mencari konten ataupun akun Instagram berdasarkan kata kunci dan *username* tertentu (Enterprise, 2021). Selain itu, pada halaman ini pengguna dapat menemukan rekomendasi unggahan yang sesuai dengan minat mereka, termasuk dari akun yang tidak mereka ikuti. Dengan algoritma yang didasarkan pada interaksi pengguna, fitur ini membantu suatu informasi menjangkau lebih banyak audiens yang tertarik dengan topik terkait.

Selain fitur utama tersebut, Instagram juga menyediakan fitur tambahan seperti pengikut dan mengikuti, tombol *like*, komentar, pengikut (*followers*), mengikuti (*following*), *caption*, *hashtag*, *share*, serta fitur lainnya yang mendukung penyebaran informasi yang lebih luas dan interaktif. Dengan berbagai fitur tersebut, Instagram berperan sebagai media yang mendukung penyebaran informasi secara luas dan interaktif, termasuk dalam penyampaian informasi mengenai KBGO.

### 2.1.3 Kekerasan Berbasis Gender *Online* (KBGO)

Kekerasan berbasis gender merupakan tindakan yang disengaja yang merugikan seseorang dan terjadi karena ketidaksetaraan kekuasaan yang berasal dari peran gender (Purwanti, 2020). Lebih lanjut, Siregar (2023) menekankan bahwa kekerasan ini terjadi karena perbedaan gender atau dalam konteks relasi kuasa antara laki-laki dan perempuan. Komnas Perempuan (2025) membagi kekerasan berbasis gender ke dalam beberapa ranah, yaitu ranah personal, ranah publik, dan ranah negara. Dalam ranah publik, kekerasan juga dapat terjadi di ruang digital, yang kemudian dikenal sebagai Kekerasan Berbasis Gender *Online* (KBGO).

Kekerasan Berbasis Gender *Online* (KBGO) didefinisikan sebagai suatu bentuk kekerasan yang terjadi di ranah *online* yang dipicu oleh ketimpangan relasi kuasa gender antara korban dan pelaku (Southeast Asia Freedom of Expression Network, 2019). Tindakan KBGO umum ditemukan pada berbagai platform digital seperti media sosial dan situs web, dengan tujuan utama mengintimidasi, melecehkan, serta mengancam korban secara psikologis maupun fisik. Media sosial yang paling sering digunakan dalam praktik KBGO, di antaranya Facebook, Instagram, dan WhatsApp (Hayati, 2021). Kondisi ini dipengaruhi oleh karakteristik media sosial yang memungkinkan identitas individu disamarkan atau bahkan anonim. Hal ini berbeda dengan interaksi di dunia nyata, di mana identitas individu cenderung sulit disamarkan dan mudah dikenali (Musyaffa & Effendi, 2022). Hal tersebut yang kemudian menjadikan instagram salah satu tempat KBGO. Karakteristik tersebut menjadikan media sosial menjadi salah satu ruang yang rentan terhadap terjadinya KBGO

Istilah KBGO juga sering digunakan berdampingan dengan istilah lain, seperti kejahatan siber dan Kekerasan Siber Berbasis Gender (KSBG). Dalam konteks hukum di Indonesia, Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2022 tentang Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS) menggunakan istilah Kekerasan Seksual Berbasis Elektronik (KSBE) untuk merujuk pada bentuk kekerasan seksual yang difasilitasi oleh teknologi digital.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, KBGO dapat dipahami sebagai bentuk kekerasan berbasis gender yang memanfaatkan teknologi digital dan karakteristik ruang siber untuk melakukan berbagai tindakan yang merugikan

korban. Komnas Perempuan (2023), kemudian mengidentifikasi beberapa bentuk KBGO yang umum terjadi di masyarakat, di antaranya sebagai berikut:

1. Pelecehan *online* (*Cyber harassment*)

*Cyber harassment* adalah tindakan pelecehan di dunia digital yang dilakukan melalui pesan atau komentar bersifat menyerang dan melecehkan (Southeast Asia Freedom of Expression Network, 2024).

2. Penyebaran foto atau video intim tanpa persetujuan (*Non-Consensual Dissemination of Intimate Images*)

*Non-Consensual Dissemination of Intimate Images* (NCII) adalah tindakan menyebarkan foto atau video intim tanpa persetujuan (*consent*). Konten ini awalnya direkam dengan persetujuan korban, tetapi penyebarannya terjadi tanpa persetujuan mereka. Selain itu, foto atau video tersebut dapat diperoleh melalui peretasan atau eksploitasi. NCII sering kali digunakan untuk mempermalukan, memeras, atau mengintimidasi korban (Adinda et al., 2022). Dalam beberapa kasus, penyebaran ini dilakukan sebagai bentuk balas dendam oleh mantan pasangan, yang sering dikenal dengan istilah *revenge porn*.

3. Pemalsuan identitas (*Impersonation*)

Pemalsuan identitas merupakan tindakan membuat akun atau profil palsu yang seolah-olah milik korban. Akun tersebut digunakan untuk mengunggah konten ofensif, provokatif, atau seksual dengan tujuan merusak reputasi korban. Pemalsuan identitas sering kali dimanfaatkan untuk mencemarkan nama baik, memicu serangan, atau bahkan menyebabkan kriminalisasi terhadap korban (Adinda et al., 2022).

#### 4. Peretasan (*Hacking*)

Peretasan merujuk pada tindakan mengakses atau mengambil alih akun orang lain tanpa persetujuan. Peretasan sering kali dilakukan untuk mencuri data, melanggar privasi, atau menyebarkan informasi menggunakan akun korban dengan cara yang dapat membahayakan pemiliknya (Adinda et al., 2022).

#### 5. Pendekatan untuk memperdaya (*Cyber grooming*)

*Cyber grooming* adalah tindakan di mana pelaku, yang biasanya individu dewasa, menargetkan anak atau remaja dengan membangun kedekatan emosional untuk mendapatkan kepercayaan mereka. Proses ini sering kali melibatkan persuasi perilaku seksual agar korban bersedia terlibat dalam hubungan di dunia nyata. Setelah kepercayaan terjalin, pelaku akan mengajak korban bertemu untuk melakukan kejahatannya (Adinda et al., 2022).

#### 6. Pencemaran nama baik (*Online defamation*)

Pencemaran nama baik merupakan tindakan menyebarkan informasi yang salah, menyesatkan, atau menghina korban di dunia digital dengan tujuan merusak reputasi (Komnas Perempuan, 2021).

#### 7. Manipulasi foto atau video (*Morphing*)

*Morphing* dipahami sebagai tindakan memanipulasi foto atau video individu tanpa persetujuan. Dalam beberapa kasus, wajah korban disunting dan ditempelkan ke tubuh individu lain dalam konten yang mengandung unsur seksual, lalu disebarluaskan melalui berbagai platform *online* (Adinda et al., 2022).

#### 8. Penguntitan (*Cyber stalking*)

*Cyber stalking* dipahami sebagai tindakan menguntit atau mengawasi seseorang di dunia digital dengan tujuan menimbulkan ketidaknyamanan. Pelaku biasanya sengaja membuat korban sadar bahwa ia sedang diawasi. Bentuk kekerasan ini sering kali digunakan untuk melecehkan, mengintimidasi, atau mengancam korban, bahkan dapat berujung pada kekerasan di dunia nyata (Adinda et al., 2022).

Berbagai bentuk KBGO yang telah diuraikan sering kali membawa dampak nyata pada kehidupan korban serta lingkungan sekitarnya. Dampak yang dialami setiap korban dapat berbeda-beda tergantung pada bentuk kekerasan yang dialami serta kondisi individu korban. Menurut Khasanah et al. (2022), beberapa dampak yang umumnya dialami oleh korban KBGO meliputi:

1. Kerugian psikologis seperti depresi, putus asa, malu, serta perilaku menyakiti diri sendiri (*self-harm*).
2. Keterasingan sosial, di mana korban cenderung menarik diri dari interaksi sosial.
3. Kerugian ekonomi, seperti kehilangan penghasilan dan menjadi pengangguran.
4. Mobilitas yang terbatas, sehingga korban sulit terlibat aktif dalam berbagai aspek kehidupan.
5. Sensor diri, yang membuat korban kehilangan akses terhadap informasi, layanan *online*, serta komunikasi sosial dan profesional.

Melihat luasnya dampak yang ditimbulkan oleh KBGO, penyebaran informasi menjadi upaya penting dalam menumbuhkan pemahaman masyarakat,

khususnya dalam konteks ini mahasiswa, mengenai isu KBGO. Edukasi mengenai bentuk-bentuk, cara pencegahan, serta langkah yang dapat diambil jika mengalami KBGO menjadi kunci dalam melindungi mahasiswa dari risiko kekerasan tersebut. Dengan akses informasi yang lebih luas, mahasiswa diharapkan dapat lebih berhati-hati dalam menggunakan media digital serta mampu melindungi diri sendiri maupun lingkungan sekitarnya dari ancaman KBGO.

## 2.2 Penelitian Sejenis Sebelumnya

Media sosial telah menjadi sarana yang banyak digunakan dalam penyebaran informasi, termasuk terkait isu-isu sosial seperti Kekerasan Berbasis Gender *Online* (KBGO). Berbagai penelitian telah mengkaji bagaimana media sosial, khususnya Instagram, digunakan sebagai media penyebaran informasi untuk meningkatkan kesadaran publik mengenai isu sosial, meskipun dengan pendekatan dan fokus yang berbeda. Penelitian sejenis sebelumnya digunakan sebagai pembanding antara penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Penelitian sejenis yang pertama adalah penelitian yang berjudul “Analisis Pemanfaatan Instagram @dearcattallers.id sebagai Media untuk Membentuk Kesadaran mengenai Isu *Catcalling* terhadap Wanita di Indonesia” yang ditulis oleh Elvira (2021) dan diterbitkan dalam Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana akun Instagram @dearcattallers.id digunakan dalam penyebaran informasi dan pembentukan kesadaran mengenai isu *catcalling* di Indonesia. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Media Model Praktis yang terdiri dari 4 langkah yakni, *identity*, *selection*, *interaction*, dan *application*, yang kemudian lebih lanjut

dibahas dengan menggunakan teori *Social Information Processing (SIP)* untuk mengetahui pemanfaatan akun tersebut dalam mengedukasi audiensnya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi akun Instagram @dearcatcallers.id. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun tersebut efektif dalam mengedukasi masyarakat melalui pemanfaatan fitur-fitur Instagram seperti profil, *follow* dan *followers*, unggahan yang berupa foto atau video, Instagram *story*, *like*, dan juga komentar. Hambatan yang dihadapi pada proses edukasi ini adalah keterbatasan dalam mengunggah karena regulasi UU ITE, serta komentar negatif dari sebagian audiens. Namun, hambatan tersebut dapat diatasi dengan pemilihan konten yang lebih selektif dan tetap sejalan dengan tujuan akun dalam menyebarkan informasi serta meningkatkan kesadaran publik mengenai isu pelecehan seksual di Indonesia.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Elvira (2021) dengan penelitian ini terletak pada penggunaan Instagram sebagai media penyebaran informasi dan edukasi terkait isu sosial. Persamaan lainnya terletak pada penggunaan metode penelitian, yaitu metode kualitatif. Adapun perbedaannya terletak pada subjek penelitian, di mana Elvira (2021) meneliti akun Instagram @dearcatcallers.id dengan isu utama *catcalling*, sementara penelitian ini menggunakan @girlup.diponegoro sebagai subjeknya dan berfokus pada penyebaran informasi KBGO. Perbedaan lainnya juga terletak pada teori yang digunakan, di mana Elvira (2021) mengacu pada teori Media Model Praktis dan *Social Information Processing (SIP)*, sementara penelitian ini menggunakan teori *Disseminating Knowledge Products*.

Penelitian sejenis sebelumnya yang kedua adalah penelitian berjudul “*Netnographic Study: Caring for Online Gender-Based Violence on Instagram @awaskbgo*” yang ditulis oleh Eranutrise et al. (2024) dan diterbitkan dalam *Formosa Journal of Sustainable Research* (FJSR). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Instagram digunakan sebagai media penyebaran informasi dan edukasi mengenai KBGO serta melihat bentuk interaksi yang terjadi di ruang digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual (netnografi), dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi aktivitas akun Instagram @awaskbgo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @awaskbgo berkontribusi besar dalam memberikan informasi dan pemahaman mengenai KBGO melalui unggahan konten edukatif, penyelenggaraan *workshop*, serta kegiatan *live* Instagram interaktif. Selain itu, akun Instagram @awaskbgo juga menyediakan layanan pengaduan serta konseling kepada korban KBGO, sehingga menunjukkan bahwa akun tersebut tidak hanya menjadi media edukasi, tetapi juga sebagai wadah advokasi.

Persamaan penelitian Eranutrise et al. (2024) dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian, penyebaran informasi KBGO melalui Instagram. Tidak hanya itu, keduanya juga menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian Eranutrise et al. (2024) dengan penelitian ini terletak pada subjek penelitian, di mana penelitian Eranutrise et al. (2024) meneliti akun Instagram @awaskbgo yang dikelola oleh organisasi Southeast Asia Freedom of Expression Network (SAFE-net) dengan sasaran masyarakat umum, sementara penelitian ini

meneliti akun Instagram @girlup.diponegoro yang sasaran utamanya adalah mahasiswa Universitas Diponegoro.

Penelitian sejenis sebelumnya yang ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Napeladiar & Rosalia (2025) dengan judul “Analisis Penyebaran Informasi terkait KBGO pada Akun Instagram Awaskbgo” dan diterbitkan dalam Hulondalo: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi pada tahun 2025. Penelitian ini meninjau informasi dan konten mengenai KBGO yang diunggah oleh akun Instagram @awaskbgo, dengan memfokuskan hubungan antara representamen (visual dan teks), objek (pesan tentang KBGO), dan interpretan (pemaknaan audiens). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce yang menekankan pada hubungan representamen (visual/teks), objek (pesan KBGO), dan interpretan (pemaknaan audiens), serta teori respons kognitif audiens untuk melihat dampak informasi yang disampaikan dan pemahaman audiens terhadapnya. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dokumentasi empat unggahan Instagram @awaskbgo dan wawancara dengan empat audiens aktif @awaskbgo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten visual berupa infografis, video pendek, narasi penyintas, dan poster digital informatif dapat membangun empati serta meningkatkan pemahaman audiens mengenai KBGO. Selain itu, konten tersebut juga memicu respons kognitif pada audiens, di mana informasi yang diterima dihubungkan dengan pengalaman pribadi maupun orang terdekat sehingga mendorong mereka untuk berpikir lebih kritis, meningkatkan kesadaran akan ancaman KBGO, serta berpartisipasi dalam advokasi.

Persamaan penelitian Napeladiar & Rosalia (2025) dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji penyebaran informasi KBGO melalui Instagram, serta menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun perbedaannya terletak pada teori yang digunakan, di mana Napeladiar & Rosalia (2025) menggunakan analisis semiotika Peirce yang dilengkapi dengan teori respons kognitif audiens oleh Anthony Greenwald, sementara penelitian ini menggunakan teori *Disseminating Knowledge Products* oleh Ordoñez & Serrat. Selain itu, subjek pada penelitian Napeladiar & Rosalia (2025) adalah akun Instagram @awaskbgo, sementara penelitian ini berfokus pada akun Instagram @girlup.diponegoro sebagai subjek penelitian.

Penelitian sejenis sebelumnya yang keempat adalah penelitian berjudul “Pengelolaan Akun Instagram sebagai Diseminasi Informasi di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta” oleh Wardana *et al.* (2025) yang diterbitkan dalam *PUBLIS Journal: Publication Library and Information Science*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta digunakan sebagai media diseminasi informasi, khususnya dalam meningkatkan komunikasi dan keterlibatan pengguna. Penelitian ini menggunakan teori *The Circular Model of SOME* oleh Regina Luttrell, yang mencakup aspek *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*, serta teori *Disseminating Knowledge Products* oleh Ordoñez & Serrat untuk melihat tahapan penyebaran informasi melalui komunikator, pesan, konteks, media, dan penerima informasi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis konten pada unggahan dan interaksi di akun

Instagram @perpusumy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @perpusumy secara konsisten membagikan tiga jenis konten utama yaitu informatif, edukatif, dan hiburan. Selain itu, pemanfaatan fitur Instagram seperti *hashtag* #PerpusUMY, desain unggahan yang konsisten, serta fitur *story*, *polling*, *Q&A*, *live streaming* terbukti efektif dalam meningkatkan jangkauan informasi dan keterlibatan audiens.

Persamaan penelitian Wardana *et al.* (2025) dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji Instagram sebagai media diseminasi informasi atau penyebaran informasi. Persamaan lainnya terletak pada teori digunakan, yakni teori *Disseminating Knowledge Products* yang dikemukakan oleh Ordoñez & Serrat, serta metode penelitian yang sama, yakni kualitatif. Adapun perbedaannya terletak pada subjek dan fokus penelitian, di mana Wardana *et al.* (2025) meneliti akun Instagram @perpusumy dengan fokus pada pemanfaatan Instagram sebagai media penyebaran informasi yang berkaitan dengan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sementara penelitian ini menggunakan @girlup.diponegoro sebagai subjek dengan fokus utama penyebaran informasi mengenai KBGO.

Penelitian sejenis sebelumnya yang kelima adalah penelitian berjudul “*The Practices and Subjects of Feminist Digital Activism: Experiences from Slovakia and Czechia*” oleh Valkovičová & Maďarová (2025). Penelitian ini berfokus pada perkembangan gerakan digital (*digital activism*) feminis di Instagram sebagai upaya meningkatkan kesadaran mengenai kekerasan berbasis gender, pelecehan seksual, dan seksisme di tengah situasi politik negara Slovakia dan Republik Ceko

yang kurang mendukung isu gender. Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi bagaimana praktik aktivisme tersebut dijalankan oleh pengelola akun Instagram, termasuk bagaimana mereka membagikan pengalaman pribadi kekerasan seksual, dan bagaimana interaksi tersebut membentuk jaringan solidaritas di antara masyarakat. Jaringan yang dibentuk oleh pengelola akun dikonseptualisasikan sebagai *networked publics* oleh Boyd dan *connective action* oleh Bennett & Segerberg, yang merupakan bentuk aksi berbasis jaringan komunikasi digital yang bertumpu pada partisipasi dan pengalaman individu. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam terhadap sembilan pengelola akun Instagram edukasi gender di negara Slovakia dan Republik Ceko. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai ruang untuk berbagi pengalaman, meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kekerasan berbasis gender, serta membangun kepercayaan dan solidaritas masyarakat. Meskipun demikian, penelitian menemukan bahwa aktivisme digital tersebut lebih banyak membentuk jaringan komunikasi dan dukungan secara *online*, dan belum sepenuhnya berkembang menjadi gerakan kolektif di luar media sosial.

Persamaan penelitian Valkovičová & Maďarová (2025) dengan penelitian ini adalah keduanya mengkaji bagaimana Instagram dapat menjadi media penyebaran informasi untuk membangun kesadaran mengenai kekerasan berbasis gender, meskipun penelitian ini lebih spesifik pada KBGO. Selain itu, metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan mewawancarai pengurus akun Instagram. Adapun perbedaannya terletak pada fokus penelitian di mana penelitian

Valkovičová & Maďarová (2025) terfokus pada praktik *digital activism* melalui Instagram, sementara penelitian ini berfokus pada penyebaran informasi mengenai KBGO melalui Instagram @girlup.diponegoro. Selain itu, perbedaan juga terlihat pada subjek penelitian, yang mana Valkovičová & Maďarová (2025) menganalisis sembilan akun Instagram yang bergerak dalam *digital activism*, sementara penelitian ini hanya terfokus pada satu akun, yaitu @girlup.diponegoro.

Penelitian sejenis sebelumnya yang keenam adalah penelitian berjudul “*Social Media and Gender Violence: Communication Strategies For a ‘New Education’*” oleh D’ambrosi et al. (2018), yang diterbitkan dalam *Italian Journal of Sociology of Education*. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran media sosial dalam meningkatkan kesadaran budaya (*cultural awareness*), serta mendorong keterlibatan masyarakat dalam melawan kekerasan berbasis gender. Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed method* dengan memadukan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, terhadap 20 situs web di Italia. Fokus penelitian diarahkan pada tiga indikator utama, yaitu kesadaran (*awareness*), partisipasi (*participation*), dan edukasi (*education*) dalam penggunaan media digital untuk isu kekerasan berbasis gender. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat (*awareness-raising*) mengenai kekerasan berbasis gender serta mendorong partisipasi publik melalui berbagai bentuk komunikasi dan interaksi *online*. Selain itu, media digital juga memiliki potensi sebagai bentuk *new education*, yaitu praktik edukasi yang berlangsung melalui ruang komunikasi digital dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial dalam membahas isu kekerasan berbasis gender.

Persamaan penelitian D'Ambrosi *et al.* (2018) dengan penelitian ini adalah keduanya mengkaji penyebaran informasi terkait isu sosial melalui media sosial. Perbedaannya terletak pada lingkup penelitian, di mana D'Ambrosi *et al.* (2018) mengkaji berbagai platform media sosial di Italia dengan fokus pada kampanye femisida dan pembangunan kesadaran budaya (*cultural awareness*), sementara itu penelitian ini mengkaji akun Instagram @girlup.diponegoro dengan fokus utama pada penyebaran informasi mengenai KBGO di kalangan mahasiswa Universitas Diponegoro.

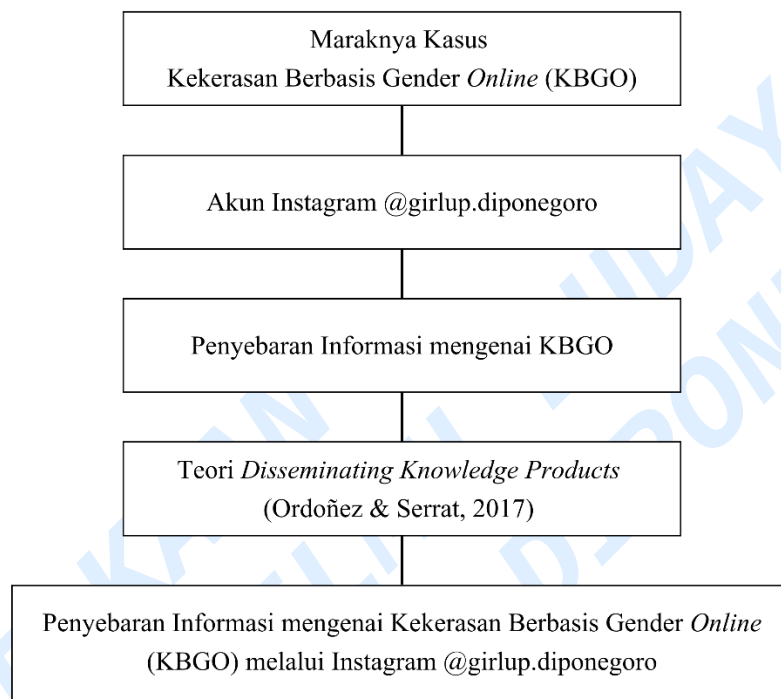
Berdasarkan enam penelitian sejenis sebelumnya yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa persamaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sebagai media penyebaran informasi. Adapun perbedaan utamanya terletak pada fokus kajian, teori yang digunakan, serta subjek penelitian. Penelitian sebelumnya umumnya berfokus pada akun yang membahas isu spesifik, seperti @dearcatcallers.id yang membahas *catcalling*, maupun @awaskbgo yang fokus mengangkat isu KBGO, dengan lingkup audiens yang lebih luas. Sementara itu, penelitian ini secara khusus berfokus pada penyebaran informasi mengenai KBGO oleh organisasi mahasiswa melalui Instagram @girlup.diponegoro, di mana isu KBGO disajikan sebagai bagian dari berbagai isu gender yang diangkat oleh akun tersebut, dengan sasaran audiens mahasiswa Universitas Diponegoro.

### **2.3 Kerangka Pikir**

Menurut Sugiyono (2023), kerangka pikir merupakan model konseptual yang menunjukkan hubungan antara teori dan faktor-faktor yang telah diidentifikasi

dalam penelitian. Penelitian ini mengkaji mengenai penyebaran informasi Kekerasan Berbasis Gender *Online* (KBGO) melalui Instagram @girlup.diponegoro dengan kerangka pikir sebagai berikut.

**Bagan 2.2 Kerangka Pikir**



Penelitian ini berangkat dari fenomena maraknya kasus KBGO yang terjadi di media sosial dan banyak dialami oleh kelompok usia muda, termasuk mahasiswa. Kondisi ini menunjukkan pentingnya penyebaran informasi yang mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan audiens. Salah satu akun yang turut menyebarkan informasi terkait isu gender adalah Instagram @girlup.diponegoro yang dikelola oleh Girl Up Diponegoro. Meskipun akun ini tidak secara khusus berfokus pada KBGO, isu tersebut tetap diangkat dalam beberapa unggahan sebagai bagian dari pembahasan kekerasan berbasis gender. Informasi mengenai KBGO disampaikan

melalui berbagai bentuk konten, seperti infografis, video edukatif, *podcast*, serta bentuk konten lainnya.

Untuk memahami bagaimana proses penyebaran informasi tersebut berlangsung, penelitian ini menggunakan teori *Disseminating Knowledge Products* yang menekankan keterkaitan lima elemen utama dalam proses penyebaran informasi, yaitu sumber (*source*), konten (*content*), konteks (*context*), media (*medium*), dan pengguna (*user*). Melalui kelima elemen tersebut, penelitian dapat melihat bagaimana penyebaran informasi mengenai KBGO dilakukan melalui Instagram @girlup.diponegoro.