

Strategi Komunikasi Dinas PPAPP DKI Jakarta dalam Mengkampanyekan Program Pos SAPA**Novianti Sari Dewi^{1,*}, Nawiroh Vera², Liska Putri Purnama Sari³**^{1,2}Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif³Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif^{1,2,3}Universitas Budi Luhur-JakartaEmail: ^{1,*}1971503147@student.budiluhur.ac.id, ²Nawiroh.vera@budiluhur.ac.id,
³liskaa059@gmail.com

*Corresponding Author

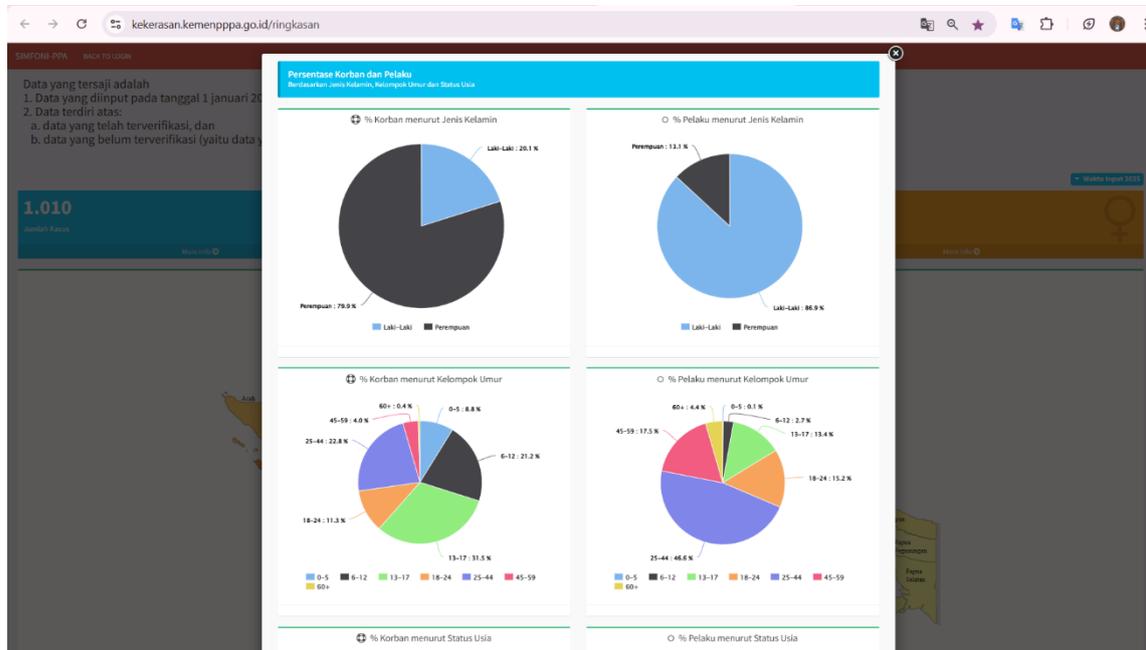
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Pemberdayaan, Perlindungan Anak, dan Pengendalian Penduduk (PPAPP) Provinsi DKI Jakarta dalam mengkampanyekan program Pos Sahabat Perempuan dan Anak (Pos SAPA). Menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan memanfaatkan wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka untuk mendapatkan data yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas PPAPP menggunakan berbagai media komunikasi seperti Instagram, YouTube, dan situs web resmi untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Strategi komunikasi tersebut mengacu pada teori 7C by Cutlip Center and Broom yang mencakup kredibilitas, konteks, konten, kejelasan, kontinuitas, saluran, dan kapabilitas audiens. Program Pos SAPA merupakan upaya kolaborasi antara Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dan UNDP Indonesia, yang bertujuan memberikan layanan pengaduan dan pendampingan kepada korban kekerasan dan pelecehan seksual. Penelitian ini menekankan pentingnya strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang layanan Pos SAPA.

Kata kunci: DPPAPP; Pos SAPA; Strategi Komunikasi**PENDAHULUAN**

Kekerasan seksual adalah tindakan yang merendahkan, menghina, melecehkan, atau menyerang tubuh dan fungsi reproduksi seseorang akibat ketimpangan relasi kuasa atau gender. Tindakan ini dapat menyebabkan penderitaan psikis dan fisik, gangguan kesehatan reproduksi, hingga hilangnya kesempatan untuk belajar atau hidup dengan aman. Bentuk kekerasan seksual meliputi pemerkosaan, menguntit, penyebaran informasi bernuansa seksual tanpa izin, lelucon atau materi seksual yang tidak diinginkan, hingga ancaman atau

paksaan untuk melakukan kegiatan seksual. Semua tindakan tersebut berpotensi merugikan korban secara fisik, mental, dan sosial (Kemendikbud, 2022).



Gambar 1. Data Pelaku dan Korban Kasus PKS
(Sumber: <https://kekerasan.kemenpppa.go.id/ringkasan>)

Berdasarkan data Simfoni PPA, menunjukkan presentasi korban menurut jenis kelamin diperoleh jika perempuan dengan 80% adalah korban yang sering terjadi dalam kasus kekerasan seksual. Kemudian pelaku yang paling banyak dalam tindak kekerasan seksual adalah laki-laki dengan jumlah 87,7 %. Tidak menutup kemungkinan perempuan dapat menjadi pelaku dengan presentasi 10.3%. Pada dasarnya, pelaku maupun korban dalam tindak kekerasan seksual dapat berjenis kelamin perempuan ataupun laki-laki, namun dalam kenyataannya perempuanlah yang banyak menjadi korban. *World Health Organization (WHO)* badan PBB yang bertindak sebagai koordinator kesehatan umum internasional, dalam penelitian mengenai prevalensi kekerasan terhadap perempuan secara global dan regional, “*menyatakan bahwa kekerasan fisik dan seksual terhadap perempuan telah mencapai tingkat epidemi, dan menyebutkan satu dari tiga perempuan di seluruh dunia menjadi korban kekerasan seksual atau fisik (Hairi, Prianter Jaya. 2015)*”.

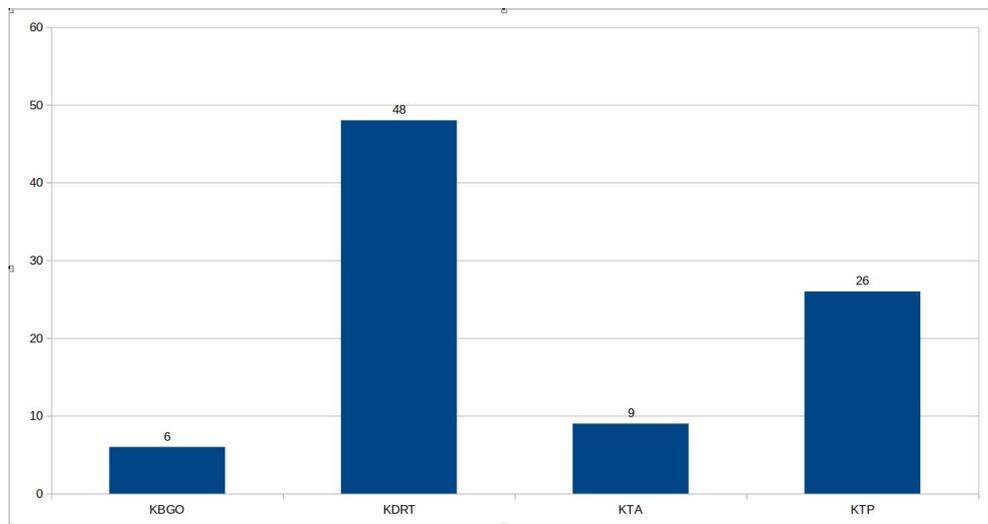
Perempuan sering kali menjadi korban, berada pada posisi tidak berani melawan atau karena pengaruh relasi kuasa. Selanjutnya, dikutip dari siaran pers Komnas Perempuan, survei yang dilakukan tahun 2019 oleh Mendikbud Ristek menyatakan bahwa “lingkungan perguruan

tinggi (kampus) menempati urutan ketiga sebesar 15% lokasi terjadinya tindak kekerasan seksual, setelah jalanan sebanyak 33% dan transportasi umum sebesar 19%" (Komnas Perempuan, 2021).

Pemerintah provinsi DKI Jakarta dalam hal ini, menangani kasus kekerasan dan pelecehan seksual berkomitmen untuk memberikan perlindungan terhadap perempuan dan anak. Dituangkan dalam beragam program dan kolaborasi dengan pihak *United Nations Development Programme* (UNDP). UNDP merupakan organisasi multilateral paling besar dalam memberi bantuan teknis dan pembangunan di dunia dan memiliki perwakilannya di setiap negara seperti halnya di Indonesia. UNDP Indonesia untuk provinsi DKI Jakarta membantu penguatan lembaga rujukan menangani kasus kekerasan terhadap perempuan, salah satunya melalui jalur pelaporan Pos Sahabat Perempuan dan Anak (Pos SAPA), yang dimiliki oleh salah satu perangkat daerah sub Dinas DKI Jakarta yaitu Dinas PPAPP (DPPAPP).

Dalam menjalankan amanat Permendikbud Ristek Nomor 30 Tahun 2021 tentang Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual di Lingkungan Perguruan Tinggi, Dinas PPAPP mewujudkan layanan Pos SAPA (Pos Sahabat Perempuan dan Anak). Pos SAPA adalah salah satu layanan yang dimiliki oleh Dinas PPAPP DKI Jakarta. Program Pos SAPA yang dimiliki Dinas atas dasar implementasi Keputusan Kegiatan Strategis Daerah (KSD) 13, dan adanya perkembangan dari aturan tersebut. Program Pos SAPA dijalankan tugasnya oleh bidang Pemberdayaan, Perempuan dan Anak (PPA) dibantu oleh bidang Advokasi dan Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE).

Layanan Pos SAPA Dinas PPAPP sampai dengan tahun 2022 sudah menerima sebanyak 89 pengaduan. Jenis tindakan kekerasan seksual yang paling banyak dilaporkan adalah Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT) seperti data di bawah ini.



Gambar 2. Data Pelaporan Pos SAPA Tahun 2022
(Sumber: Kantor PPPA, dokumentasi Staff Tenaga Ahli Data)

Layanan Pos SAPA tersebar pada moda transportasi, jalur pendidikan, rumah pelayanan terpadu ramah anak, dan badan usaha milik daerah. Berdasarkan data kasus yang sudah melaporkan kepada Unit Pelaksana Tugas (UPT) Pusat Pemberdayaan Perempuan dan Anak (PPPA) di atas, korban melaporkan melalui kanal SAPA yang ada di wilayah DKI Jakarta. Presentase dominan diketahui jika korban yang melapor merupakan korban kekerasan dalam rumah tangga. Para korban akan diberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan yaitu layanan hukum, layanan psikologi dan layanan pendampingan korban.

Program Pos SAPA merupakan salah satu metode layanan pengaduan pelecehan dan kekerasan seksual yang dimiliki Dinas PPAPP dari beberapa layanan yang dimiliki seperti layanan pengaduan datang langsung ke PPPA. Layanan Pos SAPA tersebar pada moda transportasi, jalur pendidikan, rumah pelayanan terpadu ramah anak, dan badan usaha milik daerah. Dinas PPAPP DKI Jakarta menyosialisasikan Pos SAPA kepada masyarakat dengan strategi dan penerapan yang dirancang untuk berjalan efektif menggunakan perantara media komunikasi yaitu *Youtube*, *Instagram* dan *Website* serta pelaksanaan *event*.

Sosialisasi Dinas PPAPP DKI Jakarta penting untuk menjangkau publik dan menyebarkan informasi tentang Pos SAPA sebagai wadah pengaduan dan penanganan. Agar masyarakat mengetahui keberadaannya, diperlukan strategi komunikasi yang efektif untuk memastikan pelaksanaannya berjalan optimal.

Topik penelitian yang sama telah dilakukan oleh Rani Nofri Anggraini (2020) di Pekanbaru, Riau dengan judul “Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan

Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Aksi Pekanbaru Bersih”. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penetapan strategi komunikasi meliputi strategi komunikator, penyusunan pesan, media yang digunakan, strategi khalayak dan efek yang ditimbulkan. Strategi penyusunan pesan yang dilakukan yaitu dengan menyampaikan inti pokok pesan mengenai Aksi Pekanbaru Bersih kepada khalayak pesan yaitu masyarakat Pekanbaru. Media yang digunakan adalah koran harian Tribun dan Riau Pos, televisi, *website* resmi pemerintah, media luar ruang seperti baliho dan spanduk, serta media sosial Instagram.

Sedangkan penelitian lainnya dilakukan oleh Rosnandar Romli (2020) di Bandung dengan judul “Implementasi Strategi Komunikasi “Bandung Juara” Sebagai Bagian dari City Branding Kota Bandung”. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi “Bandung Juara” sebagai bagian dari *city branding* Kota Bandung diinternalisasi oleh pemerintah Kota Bandung serta masyarakat Kota Bandung melalui berbagai program seperti menggalakan bersepeda, musrenbang, mempermudah izin usaha, relawan kebersihan dan penataan taman kota. Implementasi strategi komunikasi oleh Pemkot Bandung dalam mewujudkan Program “Bandung Juara” sudah dilakukan, tetapi semua itu tidak menjamin proses internalisasi *stakeholder* kota akan sukses terbentuk.

Selanjutnya, pada penelitian Naldi Vadillah pada tahun (2021) Strategi Komunikasi dalam Mensosialisasikan Program Website Layanan Aspirasi dan Pengaduan *Online* Rakyat (Lapor) di Kota Makassar (Studi pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar). Hasil penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi dalam mensosialisasikan *Website* LAPOR di Kota Makassar sudah menerapkan indikator penelitian yang berjalan sesuai dengan tujuan di luncurkan *website* LAPOR agar masyarakat dengan mudah melapor terkait dengan keluhan dalam membantu proses pembangunan dan layanan masyarakat. Program LAPOR di tengah masyarakat sudah dilakukan dengan memasang iklan di surat kabar, penyebaran stiker dan pemasangan iklan di media sosial yang biasa dilakukan oleh lembaga terkait untuk menarik perhatian masyarakat.

Berdasarkan tiga penelitian terdahulu di atas, sejauh ini belum ada topik pembahasan yang meneliti mengenai Program Pos Sahabat Perempuan dan Anak (Pos SAPA) yang dimiliki oleh Dinas PPAPP untuk mengangkat isu kekerasan seksual yang sedang marak terjadi saat ini. Dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Dinas PPAPP DKI Jakarta dalam Mengkampanyekan Program Pos SAPA”. Bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang

dilakukan DPPAPP dalam mengkampanyekan program Pos SAPA kepada masyarakat agar dapat terpublikasikan dengan baik dan manfaatnya nyata bagi publik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan keadaan secara mendalam melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Subjek penelitian adalah Kepala Bidang Advokasi dan KIE Dinas PPAPP DKI Jakarta, dengan fokus pada strategi komunikasi sebagai objek penelitian. Penelitian ini mengadopsi paradigma post-positivisme, yang memandang manusia sebagai pencipta realitas sosial melalui interaksi simbolis dan konstruksi makna subjektif yang kemudian menjadi objektif.

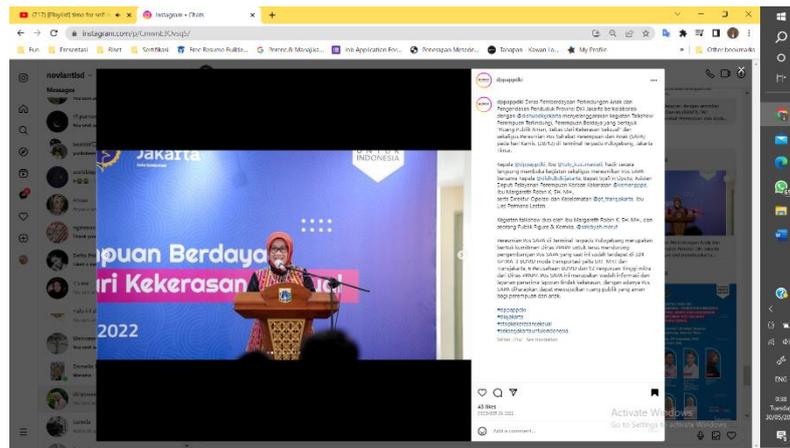
Teori yang digunakan adalah teori 7C dari Cutlip, Center, dan Broom untuk menganalisis strategi komunikasi. Peneliti menganalisis data dengan langkah mengambil kesimpulan dan verifikasi, pada awalnya peneliti berusaha mencari makna dan data yang telah dikumpulkan, peneliti mengambil kesimpulan awal yang masih terus dianalisis dengan mengumpulkan data-data baru untuk mendapatkan kesimpulan yang sebenarnya menggunakan triangulasi sumber dalam menguji kredibilitas data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas strategi komunikasi Dinas PPAPP dalam mengkampanyekan program Pos SAPA. Data diperoleh melalui wawancara dengan key informan dan informan yang dipilih berdasarkan kebutuhan penelitian, serta didukung oleh data tambahan yang relevan. Peneliti menggunakan teori Strategi Public Relations 7C dari Cutlip, Center, dan Broom untuk menganalisis hasil wawancara dan mencapai tujuan penelitian.

1. *Credibility* (Kredibilitas)

Kredibilitas dalam sebuah strategi komunikasi berawal dari hubungan saling percaya yang diciptakan oleh pihak komunikator secara nyata untuk melayani publiknya yang memiliki keyakinan dan rasa hormat (*respect*).



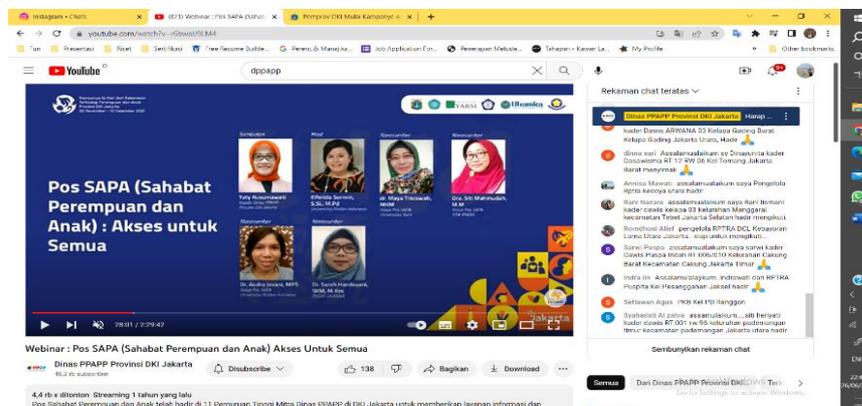
Gambar 3. Konten Kredibilitas Media Sosial Instagram
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CmwnE3OvsqS/>)

“DPPAPP setiap kegiatan Ibu Kadis selalu hadir jika tidak ada agenda wajib baik selaku narasumber ataupun sambutan. Ibu Kadis selalu hadir untuk melayani dan dekat dengan masyarakat atau juga memonitoring. Seperti pas Talkshow tahun 2022 sekaligus launching call center Pos SAPA LRT Jakarta di LRT Velodrome Pengangsaan Dua bersama Ibu Bintang Menteri PPPA. Kalau Ibu tidak bisa hadir akan disosipiskan”.

Dinas PPAPP membangun hubungan saling percaya dengan masyarakat melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan. Kepala Dinas PPAPP secara aktif hadir atau mendisposisikan perwakilannya dalam acara-acara penting, seperti launching call center Pos SAPA, untuk menunjukkan komitmen dan kepedulian kepada publik. Kehadiran pimpinan menciptakan kepercayaan dan rasa hormat (*respect*) dari publik, sesuai teori kredibilitas yang menekankan pentingnya hubungan saling percaya antara komunikator dan audiens.

2. Context (Konteks)

Konteks menyangkut sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan kehidupan sosial, pesan yang disampaikan jelas didukung dengan sikap partisipatif.



Gambar 4. Konten Konteks Melalui Youtube
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=MIsYcDQqVb4&t=2844s.>)

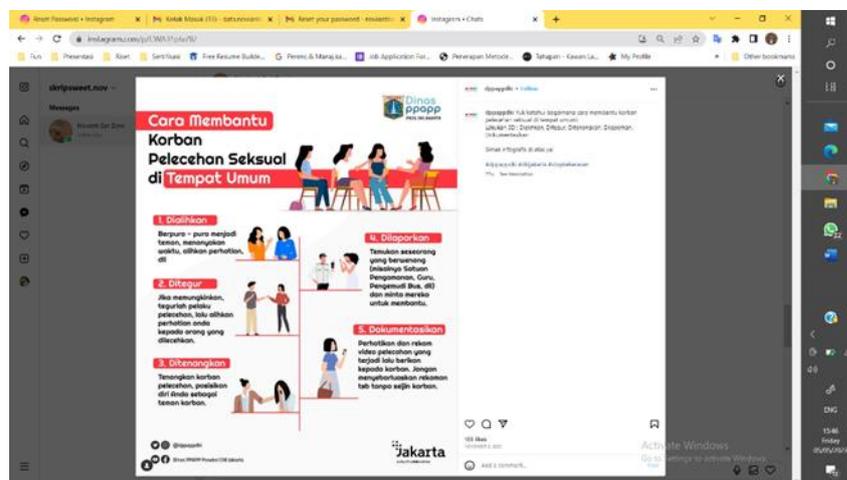
Menurut Informan Pelaksana Pemberdayaan Perempuan, Pak Jacob:

“Ya biasanya kami memilih pembicara yang seorang praktisi atau akademisi yang menurut kami tepat dan sesuai untuk membawakan topik yang akan disampaikan. Atau karna kami bersifat turunan dari kegiatan pemerintah pusat secara vertical dari PPPA karna bersifat kebijakan, kami juga mengundang dari kementerian PPPA misalnya aselon II, Deputy seperti itu. memang topik yang kami angkat yang sedang viral di masyarakat. Yang terakhir dan juga angka kekerasan dimana hal ini kami punya unit pelayanan teknis puspa Perlindungan perempuan dan anak yang melayani korban kekerasan. Nah dari angka itu juga, angka kekerasannya dalam hal apa, misalnya kdrt, pelecehan atau apa. Nah misalnya tahun 2022 waktu itu kami karena ada Undang-Undang tindak pidana kekerasan seksual yang baru launching. Nah itu yang kami focus sosialisasi tentang penguatan itu. Dan juga sosialisasi karena waktu itu lagi ramai juga, marak pelecehan di transportasi di transjakarta khususnya karena itu salah satu mitra BUMD kami, kami melakukan penguatan di petugas pos sapa bumd itu, di petugas transportasi. Bagaimana sih pelayanan dan pencegahan pelecehan seksual di transportasi. Itu yang kami angkat dengan kata dan bahasa yang mudah dimengerti bukan bahasa pemerintah”.

Sosialisasi disesuaikan dengan kebutuhan yang relevan di masyarakat. Isu-isu terkini, seperti pencegahan kekerasan seksual, diprioritaskan. Dinas PPAPP juga melibatkan praktisi atau akademisi yang kompeten untuk menyampaikan materi dengan cara yang mudah dipahami oleh audiens, termasuk pelatihan bagi petugas transportasi untuk pencegahan pelecehan seksual, mencerminkan adaptasi strategi komunikasi yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

3. Content (Konten)

Konten merupakan isi pesan yang menyangkut kepentingan orang banyak/publik sehingga informasi dapat diterima dan bermanfaat sesuai kebutuhan bagi masyarakat.



Gambar 5. Konten Content Melalui Media Sosial Instagram

(Sumber: <https://dppapp.jakarta.go.id/berita/pemprov-dki-mulai-kampanye-anti-kekerasan->

terhadap-perempuan-dan-anak/)

“Dinas PPPA menyajikan kontennya dalam bentuk infografis, standing banner, video blog, narasi melalui pelaksanaan event offline dan juga meme mengenai tips dan trick dengan mencantumkan informasi-informasi yang penting dengan kata dan bahasa yang mudah dipahami disertai dengan tambahan ilustrasi gambar yang mendukung dan sesuai dengan informasi sosialisasi yang disampaikan”.

Isi pesan disajikan dalam berbagai bentuk, seperti infografis, *standing banner*, *video blog*, *meme*, dan materi lainnya yang informatif dan mudah dipahami. Konten ini dirancang untuk menarik perhatian masyarakat dengan tambahan ilustrasi dan bahasa yang sederhana agar pesan tersampaikan dengan baik. Beragam format memungkinkan pesan menjangkau audiens dengan preferensi yang berbeda, mendukung teori bahwa konten yang relevan meningkatkan efektivitas komunikasi.

4. Clarity (Kejelasan)

Konten kejelasan berkaitan dengan bagaimana pesan yang dibuat menggunakan kata-kata yang jelas agar dapat dimengerti antara komunikator dengan komunikan.



Gambar 6. Konten Kejelasan Melalui Website

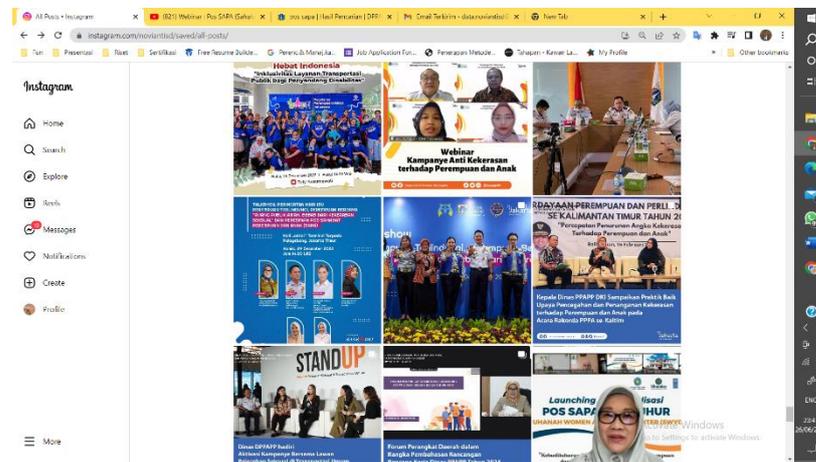
(Sumber: <https://dppapp.jakarta.go.id/news/2020/12/dinas-ppapp-operasikan-pos-sapa-di-10-perguruan-tinggi.>)

“Kami biasanya memilih kata2 ya sesuai dengan apa namanya penerima informasi yang menerima gitu loh. Kalo misalnya targetnya masyarakat kelas apa yaitu kita menggunakan Bahasa yang mudah, jadi bukan Bahasa pemerintah Bahasa kegiatan kami yang membingungkan tpi kami selalu berusaha mengikuti melihat audiens yang kami terima gitu sih jadi engga membingungkan, karena kan tujuannya yang penting pesannya tersampai. Dalam kegiatan sosialisasi kalo secara langsung seperti itu bisa ditanyakan ke bidang advokasi. Tpi kalo kami tidak mengandung sara, tidak ada kesetiaan gender, tidak memihak dalam hal politik. Tpi kalo pemilihan warna itu bisa ditanyakan ke tim advokasi yang lebih tepatnya”.

Kejelasan dalam komunikasi memastikan pesan diterima oleh berbagai kalangan, mendukung teori bahwa pemahaman audiens adalah kunci dalam menyampaikan pesan yang efektif. Dinas PPAPP menggunakan bahasa yang jelas dan sesuai dengan audiens untuk memastikan pesan mudah dimengerti. Menghindari penggunaan istilah yang rumit atau bernuansa politis, sehingga informasi dapat diterima dengan efektif oleh semua lapisan masyarakat.

5. *Continuity and Consistency* (Kontinuitas dan Konsistensi)

Komunikasi bersifat berkelanjutan dengan pesan yang bervariasi. Kontinuitas meningkatkan probabilitas penerimaan pesan dalam jangka panjang, sedangkan konsistensi komunikasi memperkuat daya ingat publik terhadap pesan.



Gambar 7. Konten Kontinuitas dan Konsistensi Melalui Instagram
(Sumber: <https://www.instagram.com/noviantisd/saved/all-posts/>.)

“Sosialisasi Pos SAPA sepanjang tahun, baik berdasarkan jadwal yang telah dibuat ataupun sesuai dengan moment yang sedang berkembang yang atau sesuai dengan arahan dari kepala pada setiap bulannya. Namun karena KSD dari Kepala di tahun ini mengenai topik stunting, maka sosialisasi saat ini di media sosial Dinas PPAPP mengenai stunting dan Puspa. Balik lagi, Pos SAPA Dinas PPAPP ini juga berkolaborasi dengan mitranya sehingga untuk jadwal sosialisasi mitra bisa sama sehingga dapat kolaborasi atau sebaliknya bisa beda”.

Sosialisasi Pos SAPA dilakukan sepanjang tahun sesuai jadwal yang telah ditentukan maupun momen yang sedang relevan, seperti isu *stunting*. Dinas PPAPP juga berkolaborasi dengan mitra untuk memperluas jangkauan dan efektivitas pelaksanaan sosialisasi.

6. Channel (Saluran)

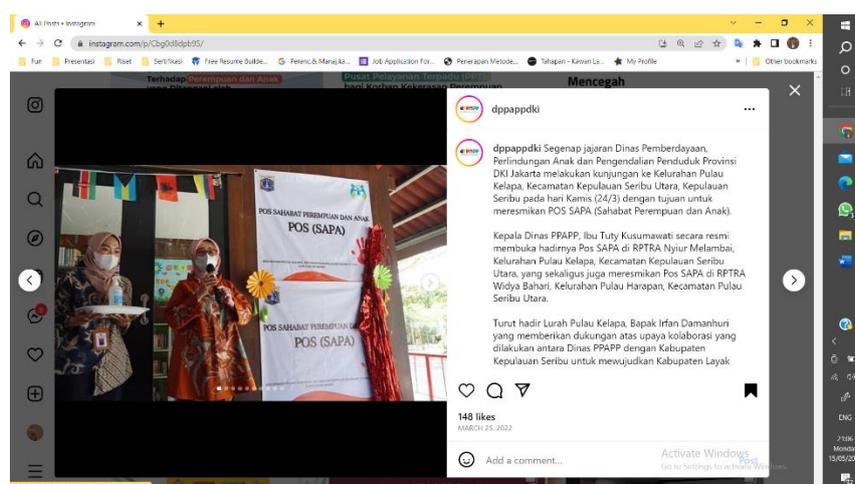
Strategi komunikasi tentunya mempergunakan saluran media informasi dalam membantu proses penginformasian kepada masyarakat. Dinas PPAPP menggunakan media sosial, seperti *Instagram* dan *YouTube*, serta *website* sebagai saluran komunikasi utama. Saluran ini dipilih karena terjangkau, efektif, dan mampu menjangkau publik secara luas dengan cepat.

“Dalam sosialisasi Pos SAPA agar memudahkan penyebaran informasinya kami menggunakan bantuan media komunikasi teknologi yaitu media sosial dan website sebagai media berita kegiatan yang dilakukan Dinas PPAPP. Media yang efektif tentunya media sosial yaitu melalui Instagram dan Youtube Dinas PPAPP, biaya yang murah, bahkan tidak berbayar, namun massif dalam penyebaran informasi kepada publik serta serentak”.

Media sosial digunakan sebagai alat publikasi yang mudah diakses masyarakat tanpa biaya tambahan memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas, sesuai tren komunikasi modern yang lebih efektif dalam menjangkau publik secara massif.

7. Capability of The Audiens (Kapabilitas Audiens)

Kapabilitas audiens memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak. Untuk memudahkan masyarakat, Dinas PPAPP menyediakan akses layanan yang mudah dijangkau, seperti *call center* Pos SAPA yang tersedia di moda transportasi umum (TransJakarta, MRT, LRT), RPTRA, dan fasilitas komunitas lainnya. Informasi juga disebarluaskan melalui stiker, *banner*, dan infografis, sehingga layanan Pos SAPA dapat diakses oleh berbagai kalangan dengan lebih efisien.



Gambar 8. Konten Kapabilitas Audiens Melalui Media Sosial
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/Cbg0d8dpb95/>.)

“Pos SAPA hadir untuk membantu kebutuhan masyarakat. Dalam mengaksesnya diharapkan dapat memudahkan. Itu sebabnya kerjasama yang dilakukan agar ada banyak tangan untuk lebih banyak kemudahan untuk menjangkau layanan pos sapa. Seperti halnya di moda transportasi, masyarakat yang menggunakan transportasi umum dapat menemukan call center pos sapa pada moda transportasi TJ pada sticker yang ada pada dinding kaca TJ atau petugas yang saat ini sudah banyak menggunakan kaos bertuliskan stop anti kekerasan dan terdapat call center yang dapat dihubungi. Kemudian tersedia di RPTRA juga, di sana terdapat banner dan infografis yang tersebar baik di medsos atau RPTRA untuk memudahkan penghuni rusun dalam mengakses layanan pos sapa”.

Mempermudah akses informasi menunjukkan adaptasi strategi komunikasi dengan kemampuan audiens, sesuai prinsip bahwa layanan harus inklusif dan ramah pengguna.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Strategi komunikasi Dinas PPAPP dalam menyosialisasikan Pos SAPA menjawab hipotesis awal penelitian dengan menunjukkan bahwa penerapan teori 7C dari Cutlip, Center, dan Broom, efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. Pendekatan yang responsif, berbasis data, dan inklusif mendukung keberhasilan program ini. Melalui media sosial (*Instagram dan YouTube*) serta *website*. Media ini dipilih karena gratis, efektif, dan mampu menjangkau masyarakat luas di era digital.

Program Pos SAPA, yang pertama kali dibentuk pada 2019, merupakan hasil kolaborasi antara Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dan UNDP Indonesia. Program ini bekerja sama dengan BUMD moda transportasi (Transjakarta, MRT, LRT) serta telah menjalin kemitraan dengan 12 perguruan tinggi di DKI Jakarta. Hingga saat ini, Pos SAPA hadir di 334 RPTRA dan menjadi rujukan untuk pengaduan serta layanan informasi, komunikasi, dan edukasi kekerasan. Selain itu, konten sosialisasi Pos SAPA di media sosial *Instagram* seputar Pos SAPA sebanyak 32 konten sejak tahun 2020-2025. *Youtube* sebanyak 5 konten sejak tahun 2021-2022 dan *website* terdapat 10 konten sejak tahun 2020-2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2024). Bentuk-Bentuk Kekerasan Seksual. Jakarta: Puspeka. URL: <https://merdekadarikekerasan.kemdikbud.go.id/definisi-dan-bentuk-kekerasan/>.
- Admin. (2023). Kekerasan Terhadap Perempuan di Ranah Publik dan Negara: Minimnya Perlindungan dan Pemulihan. URL: <https://komnasperempuan.go.id/catatan-tahunan-detail/catahu-2022-kekerasan-terhadap-perempuan-di-ranah-publik-dan-negara-minimnya-perlindungan-dan-pemulihan>.

- Admin. (2021). Nadiem Buat Aturan Penanganan Kekerasan Seksual di Kampus. CNN Indonesia. URL: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20211026182753-20-712722/nadiem-buat-aturan-penanganan-kekerasan-seksual-di-kampus>.
- Admin. (2021). Siaran Pers Komnas Perempuan Tentang Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi RI No. 30 Tahun 2021 Tentang Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual (PPKS) di Lingkungan Perguruan Tinggi. Jakarta: Komnas Perempuan. URL: <https://komnasperempuan.go.id/siaran-pers-detail/siaran-pers-komnas-perempuan-tentang-peraturan-menteri-pendidikan-kebudayaan-ri-no-30-tahun-2021-tentang-pencegahan-dan-penanganan-kekerasan-seksual-ppks-di-lingkungan-perguruan-tinggi-29-oktober-2021>.
- Andriansyah, Anugrah. (2022). Komnas Perempuan: Kasus Kekerasan Seksual di Lingkungan Pendidikan, Paling Tinggi di Universitas. URL: <https://www.voaindonesia.com/a/komnas-perempuan-kasus-kekerasan-seksual-di-lingkungan-pendidikan-paling-tinggi-di-universitas/6525659.html>.
- Bayu, Dimas Jarot. (2021). 71,8% Masyarakat Indonesia Pernah Alami Kekerasan Seksual. URL: <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/addac1e466bd244/718-masyarakat-indonesia-pernah-alami-kekerasan-seksual>.
- Dahlan, Universitas Ahmad. (2022). Indonesia Darurat Kekerasan Seksual. Jakarta: LLDIKTI Wilayah III. URL: <https://lldikti5.kemdikbud.go.id/home/detailpost/indonesia-darurat-kekerasan-seksual>.
- Gischa, Serafica. (2020). Sosialisasi: Pengertian, Proses, Fungsi dan Tujuan. Kompas.com. URL: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/02/01/140000269/sosialisasi-pengertian-proses-fungsi-dan-tujuannya?page=all>.
- Hairi, Prianter Jaya. (2015). "Problem Kekerasan Seksual: Menelaah Arah Kebijakan Pemerintah Dalam Penanggulangannya". *Jurnal Negera Hukum*. 6(1).2.
- Kriyantono, Rachmat. 2021. *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas dan Public Relations Writing*. Jakarta: Kencana.
- Masrukhin. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Tengah: Media Ilmu Press.
- Monica, Tia. (2019). "Strategi Komunikasi Humas BPJS Ketenagakerjaan Tangerang Selatan dalam Mensosialisasikan Aplikasi BPJSTKU". Universitas Budi Luhur: Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.
- Nofri Angraini, Rani, Evawani Elysa Lubis. (2020). "Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Aksi Pekanbaru Bersih". *Jurnal Online Mahasiswa Jom Fisip*. 7: Edisi II Juli – Desember 2020. 3 6-7.
- Pamungkas, Yoma Bagus, Ami Saptiyono, Edi Nurwahyu Julianto. (2022). "Strategi Komunikasi *Public Relations* Dinas Kesehatan Kota Semarang dalam Menyosialisasikan Vaksinasi

Covid-19 Pada Anak Melalui Official Akun Instagram @dkksemarang". *Jurnal Dinamika Sosial Budaya, USM*. 24(1).240 242-246.

Pengelola. (2021). Permen Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual di Lingkungan Perguruan Tinggi Tuai Dukungan. URL: <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2021/11/permen-pencegahan-dan-penanganan-kekerasan-seksual-di-lingkungan-perguruan-tinggi-tuai-dukungan>.

Romli, Rosnandar, Nada Arina Romli. (2020). "Implementasi Strategi Komunikasi "Bandung Juara" sebagai bagian dari City Branding Kota Bandung. *Jurnal Profesi Humas*. 4(2). 263-289.

Sembiring, Raymond Leon. (2022). Data Kasus Kekerasan Seksual di Indonesia. Jakarta: owntalk. URL: <https://owntalk.co.id/2022/01/12/data-kasus-kekerasan-seksual-di-indonesia/>.

Tobing, Aldi Geri Lumban. (2022). Dinas PPAPP Kolaborasi dengan Sembilan BUMD Bentuk Pos SAPA. URL: <https://www.beritajakarta.id/read/95431/dinas-ppapp-kolaborasi-dengan-sembilan-bumd-bentuk-pos-sapa>.