EFEKTIVITAS PESAN

(Studi Terhadap Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal *Youtube* Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan

Mencapai derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Penyiaran

Disusun Oleh:

Muhammad Ghazi Al Azzam

07031281823122

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

TAHUN 2022

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

"EFEKTIVITAS PESAN"
(STUDI TERHADAP FILM PENDEK DEMI NAMA BAIK KAMPUS PADA KANAL *YOUTUBE* CERDAS BERKARAKTER KEMENDIKBUD RI)

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh

Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi

Oleh :

MUHAMMAD GHAZI AL AZZAM

NIM. 07031281823122

Pembimbing I	Tanda Tangan	Tanggal
1 Dr. Andy Alfatih, MPA NIP. 96012241990011001		19/7/2022
Pembimbing II		
2 Krisna Murti, S.I.Kom., MA NIP. 198807252019031010		19/7/2022

Mengetahui,
Ketua Jurusan,

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

"EFEKTIVITAS PESAN"
(STUDI TERHADAP FILM PENDEK DEMI NAMA BAIK KAMPUS PADA KANAL *YOUTUBE* CERDAS BERKARAKTER KEMENDIKBUD RI)

Skripsi
Oleh :
MUHAMMAD GHAZI AL AZZAM
NIM. 07031281823122

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 26 Juli 2022

Pembimbing :	Tanda Tangan
1 Dr. Andy Alfatih, MPA NIP. 96012241990011001	----------
2 Krisna Murti, S.I.Kom., MA NIP. 198807252019031010	----------

Penguji :	Tanda Tangan
1 Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc. NIP.199209132019032 015	----------
2 Harry Yogsunandar, S.IP., M.I.Kom. NIP.	----------

Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,	Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Prof. Dr. Alfitri, M.Si NIP. 196601221990031004	**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si** NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Muhammad Ghazi Al Azzam
NIM	:	07031281823122
Tempat dan Tanggal Lahir	:	Bukittinggi/ 26 Juni 2002
Program Studi/Jurusan	:	Ilmu Komunikas
Judul Skripsi	:	Efektivitas Pesan (Studi Terhadap Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada kanal youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud R

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Indralaya, 20 Juli 2022
Yang membuat pernyataan,

Muhammad Ghazi Al Azzam
NIM. 07031281823122

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"*Que Sera, SERA*"

Skripsi ini penulis selesaikan untuk dipersembahkan kepada:

- Bapak Darmawil Syafwar dan Ibu Rina Nursanti yang merupakan Abi dan Ummi penulis, yang tanpa ridho, restu, dan izin keduanya penulis tidak akan dapat menyelesaikan penelitian ini
- Untuk orang-orang yang bangga dan bahagian bersama ku
- Untuk almamater tercinta yaitu Universitas Sriwijaya yang telah memberikan banyak ilmu beserta pengalaman hidup yang dapat digunakan untuk menghadapi masa depan
- Dan terakhir untuk semua orang yang hadir dalam kehidupan penulis selama 20 tahun penulis berada di dunia ini

ABSTRACT

Short film is a form of mass communication that is used to convey the message that the production team wants to give to the public. This short film is a short film with an advotorial type where this film is made on someone's orders with the aim of conveying the message he wants. In this study, the short film For the Good Name of the Campus was produced by the Ministry of Education and Culture to advertise the prevention and treatment of sexual harassment and violence in the campus environment. The purpose of this research is to find out whether the message conveyed in this short film can effectively influence the nature of Sriwijaya University Communication Science students. This research is guided by the AISAS model which has 5 dimensions, namely attention, interest, search, action, and share. The research method used in this research is descriptive quantitative analysis which analyzes 75 respondents from the Department of Communication Sciences, Sriwijaya University. The total average score obtained in this study was 290. With this score, the effectiveness of the message (Study of the short film For the Good Name of the Campus on the Youtube Smart Character

Keywords: Short Film, *youtube*, Message Effectiveness

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Andy Alfatih, MPA	**Krisna Murti, S.I.Kom., MA.**
NIP. 96012241990011001	**NIP. 198807252019031010**

Mengetahui,

Ketua Jurusan,

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

ABSTRAK

Film pendek adalah salah satu bentuk dari sebuah komunikasi massa yang digunakan untuk menyampaikan pesan yang ingin diberikan oleh tim produksi kepada masyarakat. Film pendek ini termasuk ke dalam film pendek dengan jenis advotorial yang mana film ini dibuat atas pesanan seseorang dengan tujuan menyampaikan pesan yang ia inginkan. Pada penelitian ini film pendek Demi Nama Baik Kampus diproduksi oleh Kemendikbud untuk mengiklankan pencegahan dan penanganan pelecehan serta kekerasan seksual di lingkungan kampus. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mencari tahu apakah pesan yang disampaikan pada film pendek ini efektif dapat mempengaruhi sifat mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya. Penelitian ini berpedoman pada model AISAS yang memiliki 5 dimensi yaitu *attention, interest, search, action,* dan *share*. Metode penelitin yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif deskriptif yang menganalisis 75 responden yang berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya. Total skor rata-rata yang didapat pada penelitian ini adalah 290. Dengan skor ini efektivitas pesan (Studi terhadap film pendek Demi Nama Baik Kampus pada kanal *youtube* Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI) dikatagorikan baik dan efektif.

Kata Kunci: Film Pendek, *youtube*, Efektivitas Pesan

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Andy Alfatih, MPA	**Krisna Murti, S.I.Kom., MA.**
NIP. 96012241990011001	**NIP. 198807252019031010**

Mengetahui,

Ketua Jurusan,

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanallah WaTa'ala yang telah memberikan peneliti kesempatan dan kesehatan untuk dapat menyelesaikan proposal skripsi yang digarap oleh peneliti dengan judul "Efektvitas Media (Studi Terhadap Iklan Layanan Masyarakat Tentang Pencegahan Pelecehan Seksual Pada Video Dalam Kanal *Youtube* Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI)". Penyusunan proposal skripsi ini dikerjakan dengan tujuan menyelesaikan studi Sarjana Strata 1 (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi, konsentrasi Penyiaran, Universitas Sriwijaya.

Dalam menjalani dunia perkuliahan ini, peneliti merasa mendpat banyak bantuan secara moril juga materil. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti, terutama kepada :

1. Sekali lagi saya ucapkan kepada Allah Subhanallah Wa Ta'ala yang telah mengizinkan saya untuk menyelesaikan tugas akhir saya ini
2. Diri peneliti pribadi, yang telah berhasil menyelasaikan tugas akhirnya sesuai kemampuan dirinya
3. Abi, Ummi, Bangqi, Patong, Zayd, Adam dan semua keluarga besar saya yang telah memberikan bantuan moril dan materil selama saya hidup, terutama pada masa perkuliahan saya.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta para jajarannya.
6. Bapak Dr. Husni Thamrin, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
7. Universitas Sriwijaya.
8. Bapak Andy Alfatih, MPA. Selaku dosen pembimbing pertama saya
9. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., MA yang telah dengan sabar sebagai pembimbing kedua untuk membimbing saya dalam menyelesaikan tugas ini
10. Juga seluruh dosen jurusan Ilmu Komunikasi yang terlah memberikan ilmunya kepada kami semua, terutama penulis pribadi.

11. Terima kasih juga saya ucapkan kepada Yayasan Topaz Borneo yang telah memberikan bantuan secara financial dalam bentuk beasiswa, yang sangat membantu kehidupan saya selama perkuliahan.
12. Teman-teman jurusan ilmu komunikasi angkatan 2018
13. Anak-anak Aclass 18 yang telah memberikan warna dalam kehidupan perkuliahaan ini, terutama Jaknz; Nanan; Angak: Prewed; dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu karena listnya akan sangat panjang sekali
14. Para dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya
15. Teman-teman organisasi HIMABAJAJ, BO COGITO FISIP UNSRI, dan WAKI FISIP UNSRI yang telah memberikan pengalaman dan pertemanan dalam dunia organisasi
16. Teman-teman UKM PS Unsri, Basket Unsri, Fisip United, dan Basket Fisip Unsri.
17. Anggota keluarga cemara Tessa, Onti, Asa, Metek, dan Mister Sigit atas pertemanan tidak sehatnya yang mengajak saya begadang hampir tiap malam untuk mengerjakan tugas akhir ini.
18. Terima kasih yang sebesar-besarnya saya ucapkan kepada tiap-tiap personal yang saya temui selama masa studi saya di Universitas Sriwijaya ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu
19. LAST BUT NOT LEAST. I wanna thank me. I want to thank me for believeing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I want to thank me for having no days off. I want to thank me for never quitting. I want to thank me for always being a giver and always trying to give more than I receive. I want to thank me for trying to do more right and wrong. I want to thank me for just, being me. There is no I in team, but there's I in Win. Thank you ME.

Palembang,

Muhammad Ghazi Al Azzam

DAFTAR ISI

SAMPUL SKRIPSI ..... **I**
HALAMAN JUDUL ..... **II**
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI ..... **iv**
PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **v**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **vi**
ABSTRACT ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR BAGAN ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**
BAB I **1**
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Rumusan Masalah 8
1.3. Tujuan Penelitian 8
1.4. Manfaat Penelitian 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **10**
2.1. Landasan Teori 10
2.2. Efektivitas Pesan 10
2.3. Beberapa Teori Efektivitas Media 17
2.4. Teori Yang Digunakan 19
2.5. Kerangka Teori 20
2.6. Kerangka Pemikiran 22
2.7. Hipotesis Deskriptif 24
2.8. Penelitian Terdahulu 24
BAB III METODE PENELITIAN **27**
3.1. Desain Penelitian 27

3.2. Definisi Konsep 27
3.3. Definisi Operasional 28
3.4. Unit Analisis Dan Unit Observasi 32
3.5. Populasi dan Sampel 32
3.6. Data dan Sumber Data 33
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen 34
3.8. Teknik Pengumpulan Data 36
3.9. Teknik Analisis Data 38
BAB IV GAMBARAN UMUM INSTANSI PENELITIAN 40
4.1. Objek Penelitian 40
4.2. Film pendek Demi Nama Baik Kampus dalam kanal *youtube* Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI 41
4.3. Target Film pendek Demi Nama Baik Kampus 41
4.4. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya 42
4.5. Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya 43
BAB V HASIL DAN ANALISIS 46
5.1. Analisis Deskriptif Kuantitatif 47
5.1.1. Attention 48
5.1.2. Interest 55
5.1.3. Search 66
5.1.4. Action 73
5.1.5. Share 81
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN 93
6.1. Kesimpulan 93
6.2. Saran 94
DAFTAR PUSTAKA 96
LAMPIRAN 104

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....29
Tabel 3. 2 Kategori Jawaban Skala Likert.....37
Tabel 3. 3 Skor Skala Likert.....38
Tabel 5. 1 Kriteria Penilaian Berdasarkan Rata-rata Skor (Analisis Deskriptif).....48
Tabel 5. 2 Mengetahui Adanya Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI 49
Tabel 5. 3 MengetahuiaAdanya Cara untuk Mengakses Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal Youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI.....51
Tabel 5. 4 Mengetahui Bahwa Isi Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal Youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI adalah Penting.....53
Tabel 5. 5 Membicarakan Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal Youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI.....57
Tabel 5. 6 Menoton Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal Youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI.....59
Tabel 5. 7 Mempelajari Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal Youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI.....61
Tabel 5. 8 Menyukai Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal Youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI.....64
Tabel 5. 9 Menggali Informasi Mengenai Pelecehan Seksual Lebih Dalam.....67
Tabel 5. 10 Mempelajari Informasi Mengenai Isu-isu Pelecehan Seksual Secara Mendalam.....69
Tabel 5. 11 Merasa Cukup dengan Informasi yang Didapat Melalui Media Lain Tentang Pelecehan Seksual.....71
Tabel 5. 12 Bertekad Tidak Memiliki Niat untuk Melakukan Tindakan Pelecehan Seksual karena Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal Youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI.....74
Tabel 5. 13 Tidak Melakukan Tindak Pelecehan Seksual karena Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal Youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI.....76
Tabel 5. 14 Melakukan Tindakan Pencegahan Pelecehan Seksual Seperti pada Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal Youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI.....79
Tabel 5. 15 Menyebarkan Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal Youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI ke Media Sosial Pribadi.....82
Tabel 5. 16 Menyebarkan Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal Youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI ke Orang Sekitar.....84
Tabel 5. 17 Menyebarkan Pesan pada Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal Youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI ke Media Sosial Pribadi86
Tabel 5. 18 Menyebarkan Pesan pada Film Pendek Demi Nama Baik Kampus pada Kanal Youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI ke Orang Sekitar.....88
Tabel 5. 19 Rekapitulasi Skor Rata-rata Efektivitas Pesan per Dimensi.....90

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Alur Pemikiran 23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penonton Video Iklan Layanan Masyarakat 5
Gambar 1. 2 Jumlah Mahasiswa Seluruh Indonesia..... 6
Gambar 4. 1 Film pendek Demi Nama Baik Kampus dalam kanal *youtube* Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI.....40
Gambar 4. 2 Mahasiswa Aktif Fisip Unsri 43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1Kuesioner Penelitian 104
Lampiran 2 Hasil Kuesioner.....109
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Instrumen.....111
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....116
Lampiran 5 Hasil Plagiasi 116

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Proses pertukaran pesan yang melibatkan seorang pemilik pesan kepada pihak lainnya merupakan kegiatan yang disebut dengan komunikasi. Berkomunikasi adalah kata kerja yang dilakukan oleh seluruh makhluk hidup dengan cara dan bahasanya masing-masing. Manusia berkomunikasi dengan bahasa manusia, burung-burung berkomunikasi dengan cuitannya, begitu pula tumbuhan dengan caranya sendiri. Secara sederhana, komunikasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memberikan suatu informasi dari satu orang ke orang lainnya. Maka dari itulah semuanya berkomunikasi karena tiap-tiap persona merasa memiliki suatu informasi yang harus diutarakan ke orang atau kelompok lain.

Ada banyak bentuk komunikasi yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari kita. Tiap-tiap bentuk komunikasi tentu saja memiliki fokus yang berbeda-beda, tetapi tetap pada satu tujuan, yaitu mempengaruhi si penerima pesan agar bertindak sesuai dengan isi pesan yang disampaikan. Contohnya adalah komunikasi kesehatan, tujuan dari komunikasi kesehatan biasanya adalah agar masyarakat melakukan pola hidup sehat dalam kehidupan sehari-harinya; komunikasi pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan produk mereka agar masyarakat mengetahui dan membeli produk mereka; atau contoh terakhir adalah komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengkomunikasikan mengenai suatu program yang mereka usung. Dan begitu pula bentuk-bentuk komunikasi lainnya.

Hal ini sejalan dengan pendapat William Albig yang mengatakan bahwa komunikasi merupakan suatu proses sosial, yang memiliki pengertian yaitu pelemparan pesan/lambang yang mana mau tidak mau akan menumbuhkan pengaruh pada semua proses dan berakibat pada bentuk perilaku manusia dan adat kebiasaan.

Jenis-jenis komunikasi dapat dibedakan berdasarkan objek tujuan penerima pesan. Salah satu jenis komunikasi yang dibedakan berdasarkan objek penerima

pesan adalah komunikasi massa. Tujuan utama dari semua bentuk komunikasi massa adalah untuk menyampaikan pesan, bagaimana pesan tersebut dapat sampai kepada massa dan dapat mengubah perilaku pihak yang menjadi objek pesan sesuai dengan apa yang dimaksud pemilik pesan dalam pesan yang dikirimnya. Agar pesan tersebut dapat sampai kepada massa yang telah ditentukan, maka dibutuhkan sebuah media yang dapat menarik perhatian massa tersebut agar mau memperhatikan pesan yang akan disampaikan kepada mereka. Salah satu bentuk dari komunikasi massa adalah film pendek.

Film pendek merupakan sebuah media hiburan yang menarik dan dapat digunakan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu yang ingin disampaikan kepada tim kreatif kepada penonton. Dapat kita ketahui bahwa belakangan ini, banyak sekali film pendek yang dibuat dengan tujuan untuk mengiklankan sesuatu, jenis dari film pendek tersebut adalah film pendek advertorial. Film pendek advertorial adalah sebuah film pendek yang diproduksi sesuai dengan keinginan seorang pemesan film, yang bertujuan untuk mengiklankan sesuatu. Contoh dari film pendek advertorial adalah mini series yang berjudul Perjalanan Terbaik Sepanjang Masa oleh *Toyota* yang mempromosikan item-item terbaru dari mobil keluaran terbaru mereka. Atau contohnya lainnya adalah Film Pendek Demi Nama Baik Kampus oleh Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI yang menjadi bahan sosialisasi dari kemendikbud terhadap pencegahan pelecehan seksual.

Belakangan ini banyak sekali kasus pelecehan dan kekerasan seksual yang terjadi di Indonesia. Dilansir CNN, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) mengatakan bahwa sampai akhir tahun 2021 setidaknya tercatat ada 8.800 kasus kekerasan seksual yang terjadi di Indonesia. Dalam Kompas.com, Menteri PPPA yaitu Bintang Puspayoga mengatakan dari 10.247 kasus kekerasan kepada perempuan, 15,2 persen diantaranya adalah kasus kekerasan seksual pada perempuan. Selain itu, juga terdapat 14.517 kasus kekerasan terhadap anak dan porsi besarnya yaitu 45,1 persen adalah kasus kekerasan seksual kepada anak-anak. Angka ini adalah angka yang sangat mengkhawatirkan, bahkan

jika ada 1 orang saja yang menjadi korban dari kekerasan seksual, merupakan bentuk dari tidak amannya lingkungan yang kita tempati terhadap masyarakatnya.

Dari banyaknya kasus kekerasan dan pelecehan seksual yang terjadi, tidak sedikit pelaku dan korban adalah orang yang berada di lingkungan yang sama, seperti ayah yang memperkosa anaknya, guru melecehkan muridnya, pemuka agama yang rudapaksa jamaahnya, dan dosen yang melakukan hal yang tak sepatutnya kepada mahasiswanya sendiri. Tidak adanya payung hukum yang dapat melindungi korban membuat para pelaku tidak takut melancarkan aksi tidak terpuji tersebut. Ujung-ujungnya korban hanya dapat mengadu kepada warga internet untuk menceritakan kisah pilunya dengan tujuan agar mendapatkan dukungan moral dari masyarakat internet yang cangkupannya luas.

Banyaknya korban yang menceritakan kisah kekerasan seksual yang dirasakan oleh dirinya di internet, membuat beberapa selebriti seperti Cinta Laura Kiehl dan Hannah Al Rashid yang berkampanye menggunakan media sosial yang dimilikinya untuk menuntut adanya payung hukum yang dapat melindungi korban kekerasan seksual dan memberikan efek jera kepada pelaku dan para calon pelaku kekerasan seksual. Dengan adanya kampanye yang dilakukan oleh orang-orang ternama ini membuat masyarakat ikut peduli dan meramaikan isu yang sedang hangat ini. Selain melalui media sosial, kampanye tentang kekerasan dan pelecehan seksual pun dilakukan oleh para pembuat film, misalnya belakangan ini ada film yang mengangkat isu tentang pelecehan dan kekerasan seksual seperti film “Dear Nathan, Thank you salma”, “Seperti Dendam, Rindu Harus Dibayar Tuntas”, dan “Penyalin Cahaya”. Untuk judul terakhir, mengisahkan tentang kekerasan seksual di dalam lingkungan yang dialami oleh tokoh utama secara langsung.

Para pelaku kekerasan seksual, biasanya mencari calon korban yang kelihatan lebih lemah dari dirinya, maka dengan perasaan superiornya kemudian ia mengelabuhi korban agar dapat memaksa korban untuk melakukan suatu tindakan tidak terpuji tersebut. Hal ini diamini oleh Dwiyanti (2014) yang mengatakan bahwa pelaku menyalahgunakan kekuatan dan kekuasaan yang ia miliki untuk mengontrol calon korban agar mau mengikuti kemauannya tersebut. Kasus seperti ini banyak

sekali didapati di lingkungan perguruan tinggi, dimana hasil riset yang dilakukan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi (Kemendikbud Ristek) pada tahun 2019 yang menyebutkan bahwa lingkungan perguruan tinggi berada pada posisi tiga teratas sebagai lingkungan dimana terjadinya kekerasan seksual dengan jumlah 15%.

Nadiem Makarim sebagai Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi meyakini bahwa angka diatas bukanlah angka yang sebenarnya, namun jika semakin diselidiki lebih dalam akan lebih banyak lagi jumlah kasus yang tak terlihat, seperti gunung es. Kemudian ia melanjutkan bahwa kekerasan seksual di lingkungan kampus sudah menjadi pandemi. Maka dari itu ia mengeluarkan Permendikbud no. 30 tahun 2021 sebagai alat perlindungan kepada siapa saja yang berada di lingkungan kampus dari bahaya kekerasan seksual. Sebagai bahan kampanye untuk menciptakan lingkungan perguruan tinggi yang aman dari predator seksual, Kemendikbud memproduksi sebuah film pendek dengan judul Demi Nama Baik Kampus di kanal *youtube* resmi milik Kementerian Pendidikan dan Kebudyaan Republik Indonesia

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat beberapa alasan yang melatarbelakangi dalam pemilihan judul dan permasalahan pada penelitian ini, yaitu :

1. Penonton film ‘Demi Nama Baik Kampus’ sangat sedikit
2. Film pendek Demi Nama Baik Kampus merupakan sarana sosialisasi pencegahan dan penanganan pelecehan serta kekerasan seksual di lingkungan perguruan tinggi

1.1.1. Penonton film ‘Demi Nama Baik Kampus’ sangat sedikit

Pesan dapat dikatakan berhasil apabila, target dari tujuan penyebaran pesan tersebut tercapai. Namun, bagaimana target dari pesan akan tercapai, apabila pesan yang disebarkan ternyata tidak sampai kepada khalayak yang menjadi target dari pesan tersebut. Hal inilah yang terjadi pada film pendek

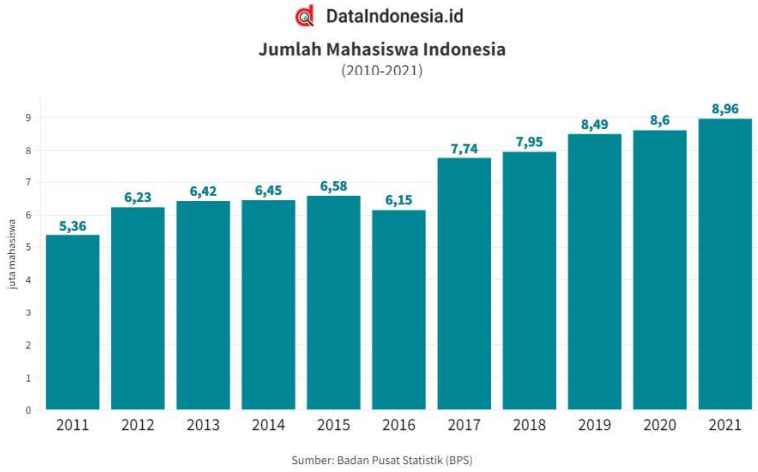
mengenai pencegahan pelecehan seksual pada video dalam kanal *youtube* Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI.

Film pendek yang berjudul Demi Nama Baik Kampus pada kanal *youtube* Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI dibuat sebagai bentuk sosialisasi terhadap program pencegahan kekerasan dan pelecehan seksual dalam lingkungan kampus. Namun, hingga saat ini, jumlah penonton dari video tersebut hanya berkisar 400.000 kali tonton dengan jumlah suka yang hanya 38.000 suka..

Gambar 1. 1 Jumlah Penonton Video Iklan Layanan Masyarakat

Setelah diketahui sebelumnya bahwa target penonton dari film pendek tersebut adalah keluarga besar perguruan tinggi se Indonesia, terutama mahasiswa yang jumlahnya lebih banyak dibandingkan dengan civitas akademika lainnya seperti pegawai maupun pengajar. Angka diatas sungguh sangatlah kecil dibanding dengan jumlah mahasiswa seluruh Indonesia yang berkisar 8 juta orang.

Gambar 1. 2 Jumlah Mahasiswa Seluruh Indonesia



Artinya adalah, masih sangat sedikit dari keseluruhan jumlah mahasiswa seluruh Indonesia yang telah menonton film pendek mengenai pencegahan pelecehan seksual yang diproduksi oleh Kemendikbud dan diunggah ke kanal *youtube* resmi milik Kemendikbud

1.1.2. Film pendek Demi Nama Baik Kampus merupakan sarana sosialisasi pencegahan dan penanganan pelecehan serta kekerasan seksual di lingkungan perguruan tinggi

Menteri Pendidikan, Kebudyaan, Riset dan Teknologi (Mendikbud ristek) Nadiem Anwar Makarim, menjabarkan angka kekerasan dan pelecehan seksual yang terjadi di lingkungan kampus.

Menurut hasil evaluasi yang ia dapatkan, setidaknya dari awal tahun sampai pertengahan tahun 2021, terdapat lebih dari 2.500 kasus kekerasan seksual di lingkungan kampus. Ia menyampaikan juga, bahwa angka ini sudah lebih banyak dari keseluruhan kasus kekerasan seksual pada tahun 2020.

Ia melanjutkan bahwa kasus kekerasan dan pelecehan seksual sudah menjadi pandemi di lingkungan perguruan tinggi, dimana dikutip cnnindonesia.com Nadiem mengatakan, hasil survey yang dilakukan oleh pihak Kemendikbud Ristek mendapati 77% dosen mengakui terdapat kekerasan seksual yang terjadi di lingkungan kampus dan 63% diantaranya memilih untuk diam atau tidak melaporkan kejadian yang mereka ketahui tersebut.

Pada tahun 2019, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi (Kemendikbud Ristek) pada tahun 2019 yang menyebutkan bahwa lingkungan perguruan tinggi berada pada posisi tiga teratas sebagai lingkungan dimana terjadinya kekerasan seksual dengan jumlah 15%.

Nadiem Anwar Makarim kemudian memberikan statement yang cukup berani dengan mengatakan bahwa angka-angka tersebut ia yakini akan lebih tinggi dari yang kita ketahui apabila dilakukan investigasi mendalam mengenai kasus kekerasan seksual yang terjadi di lingkungan kampus. Menurutnya kasus kekerasan seksual di lingkungan kampus seperti gunung es, apa yang terlihat memang besar, namun apa yang tidak terlihat lebih besar lagi.

Seperti halnya di kampus kita tercinta, semulanya kita merasa kampus kita bersih dan jauh dari adanya pelecehan seksual yang terjadi di lingkungan kampus. Namun dugaan kita selama ini tidaklah benar, hingga beberapa waktu lalu sempat ramai diperbincangkan baik di dunia maya maupun di dunia nyata. Seperti yang dimuat pada liputan6.com yang mengutip pernyataan Kepala Subdit 4 Remaja, Anak dan Wanita (Renakta) Ditreskrimum Polda Sumsel Komisaris Polisi Masnoni yang mengatakan bahwa pihaknya telah menerima 4 aduan mengenai adanya tindak pelecehan seksual yang dilakukan oleh 2 oknum dosen Universitas Sriwijaya.

Berita mengenai kasus pelecehan seksual yang terjadi di Unsri ini bermula ketika salah seorang mahasiswi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Sriwijaya menuliskan kisah kekerasan

seksual yang ia dapati dari dosennya secara *anonymous* di akun twitter @unsrifess. Kemudian kisahnya ini menuai banyak komentar dan perbincangan dari warga Universitas Sriwijaya (UNSRI) di twitter. Kemudian kisahnya sampai ke telinga presiden Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Unsri, sehingga akhirnya kasus ini pun dibawa ke jalur hukum dengan pendampingan yang diberikan oleh pihak BEM Unsri.

Semenjak adanya kasus yang menimpa mahasiswi FKIP tersebut kemudian munculah kasus serupa dengan pelaku dan korban yang berbeda. Kali ini terjadi Fakultas Ekonomi Unsri, pelaku adalah dosen dan korban adalah mahasiswa.

Setelah dilakukan penyidikan, kedua dosen tersebut dinonaktifkan sebagai dosen fungsional. Tuntutan bagi keduanya belum dikeluarkan oleh pihak pengadil karena keduanya belum ditetapkan bersalah meskipun status keduanya saat ini telah menjadi terdakwa.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah peneliti paparkan di atas, maka dari itu, telah ditentukan rumusan masalah dari penelitian ini, adalah "Seberapa efektif film pendek dengan judul Demi Nama Baik Kampus dalam mempromosikan lingkungan aman dari pelecehan dan kekerasan seksual?"

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah efektif film pendek dengan judul Demi Nama Baik Kampus dalam mempromosikan lingkungan aman dari pelecehan dan kekerasan seksual?

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan tujuan masalah diatas, maka manfaat penelitian disimpulkan di bawah ini :

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Memberikan informasi tentang Efektivitas Pesan berupa film pendek pada kanal *youtube* Berkarakter Kemendikbud RI dengan judul Demi Nama Baik Kampus
2. Memberikan referensi tambahan bagi dunia akademik, terutama pada ranah Ilmu Komunikasi dan Penyiaran
3. Sebagai referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya dengan topik serupa

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penelitian

1. Sebagai sarana penambahan wawasan dan pengetahuan tentang Efektivitas Pesan berupa film pendek pada kanal *youtube* Berkarakter Kemendikbud RI dengan judul Demi Nama Baik Kampus
2. Sebagai bentuk pengaplikasian ilmu dan teori yang didapatkan selama masa perkuliahan

b. Bagi Pembaca

1. Sebagai pengingat untuk selalu menjaga perilaku demi lingkungan yang bersih dari kekerasan dan pelecehan seksual
2. Sebagai referensi tambahan kepada penelitian selanjutnya
3. Sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi konten iklan layanan masyarakat kedepannya

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Arikunto, Suharsimi. (2010). "*Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik"*. Jakarta : Rineka Cipta.

Aw, S. (2005). Komunikasi efektif untuk mendukung kinerja perkantoran. Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi, 5(2).

Cangara, Hafied. (2010). "Pengantar Ilmu Komunikasi". Jakarta: Rajawali Pers.

Durianto, Darmadi, Sugianto, Anton Wachidin Widjaja. Et.al. 2003. "Infasi pasar dengan iklan yang efektif : strategis dan teknik pengukuran". Jakarta. Gramedia pustaka utama

Effendy, O. U. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti

Effendy, Onong Uchjana. (2008). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Fraenkel, J. L., Wallen, N. E., & Hyun, H. H.. (2012). How to design and evaluate research in education eighth edition. New York : Mc Graw Hill.

Javandalasta, P. (2011). Lima Hari Mahir Bikin Film. Surabaya: PT. Java Pustaka Group.

Kim Christian Schroder. (2016). Teori Audience. In S. W. Littlejohn & K. A. Foss (Eds.), Ensiklopedia Teori Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup

Kotler Philip, and Keller K. (2016). "Marketing Management 15th Global Edition". England: Pearson Educationn Limited.

Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). "Teknik praktis riset komunikasi". Prenada Media.

Lee, Monle. 2007. "Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global". Jakarta: Kencana.

Mardiasmo. (2017). "Perpajakan Edisi Terbaru". Yogyakarta: Andi.

Nasrullah, R. (2019). Teori dan riset khalayak media. Prenada Media.

Notoatmodjo, S. (2003). Pendidikan dan Perilaku Kesehatan. Jakarta: PT Rineka Cipta (2005). Metodologi Penelitian Kesehatan.

Onong Uchjana Effendy. (2006). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Riswandi, (2009). “Ilmu komunikasi”. Jakarta : Graha Ilmu

Sedarmayanti, M. P. APU. (2009), “Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja”. Bandung: Penerbit Mandar Maju.

Sobur Alex. (2004). Semiotika Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). “The Dentsu Way: 9 Lessons for Innovation in Marketing from the World's Leading Advertising Agency”. McGraw-Hill.

Sugiyono. (2018). “Metode Penelitian Kuantitatif”. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.

Suprapto, T. (2009). “Pengantar teori & manajemen komunikasi”. Media Pressindo.

Susetyo, Budi. (2010). “Statistik untuk Analisa Data Penelitian). Bandung: Aditama

Syahrum Dan Salim, 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Bandung: Citapustaka Media.

Winarsunu, T. (2008). Psikologi keselamatan kerja. Malang: UMM Press

WJS Poerwodarminto. (1976). Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta: PN Balai Pustaka,

Sumber Jurnal

Adamson, K. A., & Prion, S. (2013). Reliability: measuring internal consistency using Cronbach's α. Clinical simulation in Nursing, 9(5), e179-e180.

Adiyanto, W. (2020). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai ruang diskusi upaya pencegahan pelecehan seksual di lingkungan akademis. Jurnal Ilmiah Pangabdhi, 6(2), 78-83.

Adiyanto, W. (2020). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai ruang diskusi upaya pencegahan pelecehan seksual di lingkungan akademis. Jurnal Ilmiah Pangabdhi, 6(2), 78-83.

Arief radjab (2020) Efektivitas Media Akun Instagram @palembang.update(Studi Pada Mahasiswa FISIP jurusan Ilmu Komunikasi di Kampus Indralaya tahun 2019 dalam memenuhi kebutuhan informasi kebarakan hutan di Kecamatan Inderalaya Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan)

Bayuliana, E., Rafidah, R., & Mutia, A. (2018). ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN ONLINE GO-JEK DALAM UPAYA PENINGKATAN PENGGUNA JASA GO-JEK DI KOTA JAMBI (Doctoral dissertation, UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI).

Bram, Y. F. (2005). Analisis efektivitas iklan sebagai salah satu strategi pemasaran perusahaan percetakan dan penerbitan PT Rambang dengan menggunakan metode EPIC Model. Jurnal manajemen & bisnis sriwijaya, 3(6), 1-23.

Chandra, C. A., Sabijono, H., & Runtu, T. (2020). Efektivitas Dan Kontribusi Penerimaan Pajak Bumi Dan Bangunan Perdesaan Dan Perkotaan (Pbb-P2) Terhadap Penerimaan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Di Kota Gorontalo Tahun 2016-2018. Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi, 15(3), 290-298.

Dewi, I. A. R. K. (2018). Pengaruh Permainan Ginger Bread Person Yang Dimodifikasi Terhadap Pengetauan Personal Safety Skill Siswa Untuk Perlindungan Dari Kekerasan Seksual Di SDN 12 Sanur (Doctoral dissertation, Jurusan Keperawatan 2018).

Dian Paramitha, N. K. (2018). Hubungan Sumber Informasi Dengan Partisipasi Wanita Usia Subur (Wus) Melakukan Pemeriksaan Inspeksi Visual Asam Asetat (Iva) (Doctoral dissertation, Jurusan Kebidanan 2018).

DIANA, R. R. (2016). EFEKTIVITAS PESAN KOMUNIKASI DI RADIO KOMUNITAS SWARA IKOPIN JATINANGOR (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).

Dwiyanti, F. (2017). Pelecehan Seksual Pada Perempuan Di Tempat Kerja (Studi Kasus Kantor Satpol PP Provinsi DKI Jakarta). Jurnal Kriminologi Indonesia, 10(1).

ELSAFIRA, N. A., Alfatih, A., & Saraswaty, E. (2021). PENGARUH TERPAAN IKLAN PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM@ ADEMO. STORE TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN (STUDI PADA MAHASISWI ILMU KOMUNIKASI UNSRI KAMPUS PALEMBANG) (Doctoral dissertation, Sriwijaya University).

Faisal, V. I. A. (2019). Impementasi Komunikasi Efektif Dalam Pembelajaran Anak Usia Dini di Tk Rumah Citta Yogyakarta. Jurnal Al-Qalam: Jurnal Kependidikan, 20(1), 1-20.

Fitriana, S. (2013). Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Hasibuan, M. A. (2019). Komunikasi Sirkular (Circular Theory). Network Media, 2(1).

Hassan, M.R., et al. (2015). Anxiety and Depression among Breast Cancer Patients in an Urban Setting in Malaysia. Asian Pac J Cancer

Hilmi, M. (2018). EFEKTIVITAS IKLAN LAZADA MELALUI FACEBOOK (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

Jefrilianto, J., Zafri, Z., & Ofianto, O. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Film Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Di Sma Negeri I Ulakan Tapakis. Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development, 1(2), 332-342.

Krissandy, D. (2014). Semiotika Kepemimpinan Sultan Muhammad Al-Fatih Dalam Film Battle Of Empires Fetih 1453. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Laoh, B. (2013). Peranan produser dalam mendapatkan sponsor untuk film pendek dogma (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).

Larassati, S. (2013). Peranan art director dalam film pendek dogma (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).

Makky, B. M. (2017). Gaya Kepemimpinan Dalam Film (Analisis Isi Dalam Film" Merah Putih" Karya Yadi Sugandi) (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

Millenia, A. P., & Dewi, C. K. (2021). "*Decision Making Processes Menggunakan Model Aisas (attention, Interest, Search, Action, Dan Share) Pada Celebrity Endorsed Advertisement Bittersweet By Najla"*. (eProceedings of Management), *8*(2).

Millenia, A. P., & Dewi, C. K. (2021). Decision Making Processes Menggunakan Model Aisas (attention, Interest, Search, Action, Dan Share) Pada Celebrity

Endorsed Advertisement Bittersweet By Najla. eProceedings of Management, 8(2).

Natalia, T., Vidyarini, T. N., & Yogatama, A. (2019). Efektivitas Pesan Kampanye Penghapusan Kekerasan Terhadap Anak dalam Event Birthday Bounce Back di Wahana Visi Indonesia Urban Surabaya. Jurnal e-Komunikasi, 7(2).

Nuchayati, Umi & As'ad, Syarif. (2018) Analisis Consumer Responses Pada Strategi Pemasaran Digital Perbankan Syariah Dalam Meningkatkan Consumer-Brand Relationship Quality.

Rahmaputri, A. A., Mandalia, S. A., & Ali, D. S. F. (2015). Respon Konsumen Pada Program Sales Promotion Giveaway (studi Kualitatif Pada Melodiary K-pop Online Shop). eProceedings of Management, 2(3).

Razali, G., & Kom, M. I. PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI, HAKIKAT DAN UNSUR-UNSUR KOMUNIKASI. ILMU KOMUNIKASI DAN INFORMASI & TRANSAKSI *ELEKTRONIK*, 1.

Riani, P. (2016). Efektivitas Portal Berita Online Sebagai Sumber Informasi Dosen dan Pegawai Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).

Rinukti, L. A. (2017). " PENGARUH FREKUENSI KOMUNIKASI ANTARBUDAYA TERHADAP FREKUENSI KONFLIK DI PT. CIBA VISION BATAM"(Studi pada Karyawan bagian Produksi PT. Ciba Vision Batam) (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

Siregar, I. A. (2021). Analisis Dan Interpretasi Data Kuantitatif. ALACRITY: Journal of Education, 39-48.

Streiner, D. L. (2003). Starting at the beginning: an introduction to coefficient alpha and internal consistency. Journal of personality assessment, 80(1), 99-103.

Sukmana, U. (2017). Peran Rubrik Persib Mania Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Pada Koran Harian Tribun Jabar Bandung (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).

Suryaningsih, I. B., & Nugraha, K. S. W. (2018). Epic Model: Efektivitas Iklan Destinasi Wisata Kabupaten Banyuwangi Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Wisatawan Domestik. Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen, 13(2), 8-16.

Tan, A. M., Lestari, M. T., & Ali, D. S. F. (2016). Respon Konsumen Pada Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif, Pemuda Dan Olahraga Di Kawasan Wisata Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan. eProceedings of Management, 3(2).

Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. International journal of medical education, 2, 53.

Utami, S. W. (2016). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pelecehan Seksual Pada Remaja Di Unit Kegiatan Mahasiswa Olahraga Universitas Muhammadiyah Purwokerto (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO).

Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2014). Social media as information source: Recency of updates and credibility of information. Journal of computer-mediated communication, 19(2), 171-183.

Wicaksono, A., Rachmawati, I., & Prabowo, F. S. A. (2015). Analisis AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Penonton Iklan Line Versi Mini Drama Ada Apa Dengan Cinta (AADC) 2014 Pada *Youtube* Di Indonesia. eProceedings of Management, 2(3).

Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan, 7(1).

Sumber Internet :

Achdami, Mulya. (2021). "*Januari-Juli 2021 Terjadi 2500 Kasus, Nadiem: Kekerasan Seksual di Perguruan Tinggi Meningkat*". https://jakartautara.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-1763207132/januari-juli-2021-terjadi-2500-kasus-nadiem-kekerasan-seksual-di-perguruan-tinggi-meningkat diakses pada 21 Maret 2022

Achdami, Mulya. (2021). "*Januari-Juli 2021 Terjadi 2500 Kasus, Nadiem: Kekerasan Seksual di Perguruan Tinggi Meningka*t". https://jakartautara.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-1763207132/januari-juli-2021-terjadi-2500-kasus-nadiem-kekerasan-seksual-di-perguruan-tinggi-meningkat diakses pada 21 Maret 2022

Akun *Youtube* Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI. *youtube*.com/ Cerdas Berkarakter RI diakses pada 19 April 2022

Demi Nama Baik Kampus https://www.*youtube*.com/watch?v=Er0Oz0edpLE&t=7s diakses pada 28 Juni 2022

Hestanto. "*Pengertian Iklan : Tujuan, Sasaran, Jenis, dan Pemilihan Media*". https://www.hestanto.web.id/pengertian-iklan/ diakses pada 6 Maret 2022 https://nasional.kompas.com/read/2022/01/19/18555131/pemerintah-catat-6500-lebih-kasus-kekerasan-seksual-terhadap-anak-sepanjang Diakses pada 21 Maret 2022

Indonesia, CNN (2021) "Survei Nadiem: 77 Perse Dosen Akui Ada Kekerasan Seksual di Kampus". https://www.cnnindonesia.com/nasional/20211111093436-20-719583/survei-nadiem-77-persen-dosen-akui-ada-kekerasan-seksual-di-kampus diakses pada 21 Maret 2022

Indonesia, CNN. (2021). "*Marak Kekerasan Seksual Sepanjang 2021*". https://www.cnnindonesia.com/nasional/20211223151929-20-737872/marak-kekerasan-seksual-sepanjang-2021 diaksess pada 21 Maret 2022

Mahasiswa Aktif Fisip Unsri. http://fisip.unsri.ac.id/mahasiswa-aktif-fisip-unsri/ diakses pada 28 Juni 2022

Mahdi, M. Ivan. 2022. "*Jumlah Mahsiswa Indonesia Mencapai 8,96 Juta pada 2021*", https://dataindonesia.id/ragam/detail/jumlah-mahasiswa-indonesia-mencapai-896-juta-pada-2021 diakses pada 19 April 2022

Mahdi, M. Ivan. 2022. "*Jumlah Mahsiswa Indonesia Mencapai 8,96 Juta pada 2021*", https://dataindonesia.id/ragam/detail/jumlah-mahasiswa-indonesia-mencapai-896-juta-pada-2021 diakses pada 19 April 2022

Mantalaen, Vitorio. 2022. "*Pemerintah Catat 6.500 Lebih Kasus Kekerasan Seksual terhadap Anak Sepanjang 2021*".

Prastiwi, Devira. (2021). "*6 Fakta Terkait Kasus Dugaan Pelecehan Seksual yang Dilakukan Oknum Dosen Unsri*". https://www.liputan6.com/news/read/4730266/6-fakta-terkait-kasus-dugaan-pelecehan-seksual-yang-dilakukan-oknum-dosen-unsri diakses pada 25 Mei 2022

Profil Fisip Unsri. http://fisip.unsri.ac.id/profil/about-us-4/ diakses pada 28 Juni 2022

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi. https://fisip.unsri.ac.id/program-studi/program-studi-s1-ilmu-komunikasi/ diakses pada 28 Juni 2022

WHO. (2017). "*WHO South-East Asia Journal Of Public Health".* 6(1), pp. 1–98 www.searo.who.int/publications/journals/seajph/seajphv6n1.pdf?ua=1. Diakses pada 20 Maret 2022

Sumber Lain :

Indonesia. "*Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran"*

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN, K. P. D. K. (2021). "*KEPUTUSAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 30/M/2021 TENTANG PENCEGAHAN DAN PENANGANAN KEKERASAN SEKSUAL DI LINGKUNGAN PERGURUAN TINGGI"*