



PERAN KAMPANYE KOMUNIKASI DIGITAL MELALUI IKLAN EDUKASI KESEHATAN MENTAL DALAM MENGURANGI DAMPAK PSIKOSOSIAL KEKERASAN BERBASIS GENDER ONLINE

Ni Putu Sinta Dewi¹ , Edy Chandra² , I Gusti Ayu Ratna Pramesti Dasih³

^{1,2,3} Program Studi Doktor Ilmu Komunikasi, Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar
Email: sintadewiniputu@gmail.com¹, edychandra332@gmail.com², igustiayuratnapramesti@gmail.com³

Abstrak

Kekerasan berbasis gender online (KBGO) merupakan fenomena komunikasi digital yang berdampak signifikan terhadap kesehatan mental korban. Paparan berulang terhadap pelecehan, intimidasi, dan perundungan berbasis gender di ruang digital berkontribusi pada munculnya kecemasan, stres, depresi, rasa tidak aman, serta penurunan harga diri. Penelitian ini bertujuan mengkaji peran kampanye komunikasi digital melalui iklan edukasi kesehatan mental dalam mengurangi dampak psikososial kekerasan berbasis gender online. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur. Analisis data dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi peran kampanye dalam membangun kesadaran kesehatan mental dalam membentuk sikap sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan edukasi kesehatan mental berperan penting dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai keterkaitan antara kekerasan digital dan gangguan kesehatan mental. Kampanye komunikasi digital memiliki peran secara masif pada penguatan kesadaran kolektif mengenai tanggung jawab bersama dalam menjaga kesehatan mental di ruang digital. Kesadaran ini menempatkan bahwa keamanan psikologis bukan hanya persoalan individu, tetapi merupakan hasil dari praktik komunikasi yang berlandaskan empati.

Kata Kunci: *Kesehatan-Mental, Kampanye-Komunikasi-Digital, Kekerasan-Berbasis-Gender-Online*

Abstract

Online gender-based violence (OGBV) constitutes a form of digital communication that has significant implications for victims' mental health. Repeated exposure to gender-based harassment, intimidation, and online bullying contributes to the emergence of anxiety, stress, depression, feelings of insecurity, and decreased self-esteem. This study aims to examine the role of digital communication campaigns delivered through mental health educational advertising in reducing the psychosocial impacts of online gender-based violence. The research adopts a qualitative approach using a literature study method. Data analysis is conducted thematically to identify the role of campaigns in fostering mental health awareness and shaping social attitudes. The findings indicate that mental health educational advertising plays a crucial role in enhancing public understanding of the relationship between digital violence and mental health disorders. Digital communication campaigns also contribute significantly to strengthening collective awareness of shared responsibility in safeguarding mental health within digital spaces. This awareness positions psychological safety not merely as an individual concern, but as an outcome of communication practices grounded in empathy.

Keywords: *Mental Health, Digital Communication Campaigns, Online Gender-Based Violence*

@Jurnal Ners Prodi Sarjana Keperawatan & Profesi Ners FIK UP 2026

* Corresponding author :

Address : Jl. Ismail Marzuki Mataram
Email : sintadewiniputu@gmail.com
Phone : 083114534277

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang begitu signifikan terhadap pola komunikasi masyarakat modern. Media digital, khususnya media sosial, tidak hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, juga sebagai ruang pembentukan identitas, relasi sosial, dan opini publik. Intensitas dan paparan penggunaan media digital yang semakin tinggi mengindikasikan peluang dominan bagi penyebaran pesan edukatif, namun sekaligus membuka ruang bagi berbagai bentuk penyimpangan komunikasi, termasuk kekerasan berbasis gender online. Pada aspek ini ruang digital tidak sepenuhnya netral, melainkan sarat dengan relasi kuasa dan praktik dominasi simbolik yang berpotensi merugikan kelompok rentan.

Transformasi perkembangan digital dapat dilihat dari cara individu berkomunikasi, berinteraksi, dan membangun relasi sosial. Media digital, khususnya media sosial, tidak hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga sebagai ruang publik baru yang membentuk wacana, identitas, dan relasi kuasa. Intensitas penggunaan media digital yang semakin tinggi membawa konsekuensi sosial yang kompleks, salah satunya adalah meningkatnya fenomena kekerasan berbasis gender online. Fenomena ini menunjukkan bahwa ruang digital tidak sepenuhnya aman dan inklusif, terutama bagi kelompok rentan (Boestam et al., 2022).

Kekerasan berbasis gender online merupakan bentuk kekerasan yang memanfaatkan teknologi digital untuk melakukan pelecehan, intimidasi, eksploitasi, atau pengendalian terhadap individu berdasarkan identitas gendernya. Bentuk kekerasan ini dapat berupa ujaran kebencian, pelecehan seksual daring, penyebaran konten intim tanpa persetujuan, doxing, hingga ancaman dan perundungan berbasis gender. Adapun perempuan dan kelompok minoritas gender menjadi sasaran utama KBGO, seiring dengan masifnya budaya patriarki yang tereproduksi dalam ruang digital. Dengan demikian, KBGO bukan sekadar persoalan teknologi, melainkan persoalan sosial, budaya, dan komunikasi (Hayati, 2021).

Dampak KBGO tidak berhenti pada ranah digital, tetapi meluas pada kehidupan psikologis dan sosial korban. Pengalaman kekerasan di ruang online sering kali menimbulkan gangguan kesehatan mental, seperti kecemasan, depresi, stres pascatrauma, rasa tidak aman, dan penurunan harga diri. Selain itu, korban juga mengalami dampak sosial berupa penarikan diri dari ruang publik, terganggunya relasi sosial, serta berkurangnya partisipasi dalam aktivitas digital maupun offline. Dampak psikososial ini menunjukkan bahwa KBGO merupakan ancaman serius terhadap kesejahteraan individu (Setyowati, 2024).

Aspek psikososial menjadi komponen terpenting dalam memahami dampak KBGO, karena kekerasan digital tidak hanya melukai individu secara emosional, tetapi juga memengaruhi relasi sosial, partisipasi publik, dan kepercayaan diri korban. Ketakutan akan stigma, *victim blaming*, serta minimnya literasi masyarakat mengenai KBGO sering membuat korban tidak mau melapor atau mencari bantuan (Adkiras, 2021). Situasi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kompleksitas masalah KBGO dan kesiapan sistem sosial serta komunikasi publik dalam meresponsnya secara komprehensif.

Pendekatan kesehatan mental menjadi begitu krusial sebagai upaya mitigasi dampak psikososial KBGO. Edukasi kesehatan mental berperan dalam membantu individu mengenali kondisi psikologisnya, memahami bahwa bentuk-bentuk kekerasan berdampak terhadap kesehatan mental, serta mendorong perilaku dalam menghadapi dan menanganinya (Wardaningsih, 2020).

Kampanye komunikasi digital melalui iklan edukasi kesehatan mental merupakan salah satu strategi yang relevan dalam media sosial digunakan terutama untuk mempersuasi publik. Media digital sebagai medium penyampaian pesan secara luas, cepat, dan interaktif, sehingga efektif untuk menjangkau kelompok sasaran (Destrian, 2025). Iklan edukatif, khususnya iklan layanan masyarakat, dapat berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, pembentukan sikap, serta advokasi sosial yang menekankan pentingnya kesehatan mental dan penolakan terhadap kekerasan berbasis gender.

Selain itu, kampanye komunikasi digital memiliki potensi untuk menghubungkan pesan kesehatan mental dengan literasi digital. Literasi digital menjadi salah satu strategi individu memahami risiko kekerasan di ruang online, mengenali bentuk-bentuk KBGO, serta mengetahui langkah-langkah preventif dan responsif. Dengan demikian, iklan edukasi kesehatan mental tidak hanya berfungsi sebagai media penyembuhan simbolik, tetapi juga sebagai alat pencegahan kekerasan berbasis gender online.

Urgensi kajian ini juga berdasarkan oleh karakteristik media digital yang mampu membentuk opini publik. Kampanye yang dirancang secara strategis dapat berperan sebagai counter-narrative terhadap normalisasi kekerasan, seksisme, dan stigma kesehatan mental di ruang digital. Oleh karena itu, kajian mengenai peran kampanye komunikasi digital menjadi penting untuk memahami sejauh mana iklan edukasi kesehatan mental dapat berkontribusi dalam mengurangi dampak psikososial KBGO.

Berdasarkan uraian tersebut, masih terdapat kebutuhan akademis untuk mengkaji secara sistematis peran kampanye komunikasi digital melalui iklan edukasi kesehatan mental dalam

konteks kekerasan berbasis gender online. Kajian ini diperlukan untuk menjembatani perspektif komunikasi digital, komunikasi kesehatan, dan studi gender dalam menjelaskan mekanisme komunikasi yang efektif dalam merespons dampak psikososial KBGO.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk mengkaji peran kampanye komunikasi digital melalui iklan edukasi kesehatan mental dalam mengurangi dampak psikososial kekerasan berbasis gender online. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis konsep, peran, dan strategi komunikasi yang dikemukakan dalam berbagai kajian ilmiah terkait komunikasi digital, kesehatan mental, dan kekerasan berbasis gender.

Metode studi literatur diterapkan dengan menelaah artikel jurnal ilmiah, buku akademik, laporan penelitian, serta dokumen kebijakan yang relevan dan memiliki kredibilitas akademik. Pemilihan sumber dilakukan secara selektif berdasarkan kesesuaian dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian (Adlini et al., 2022).

Analisis data dilakukan secara kualitatif interpretatif melalui analisis tematik, dengan mengidentifikasi dan mengkategorikan tema-tema utama yang berkaitan dengan kampanye komunikasi digital, karakteristik pesan iklan edukasi kesehatan mental, serta peran kampanye dalam mengurangi dampak psikososial kekerasan berbasis gender online. Keabsahan data dijaga melalui perbandingan lintas sumber dan penggunaan kerangka teori yang relevan (Saleh, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampanye komunikasi digital memiliki posisi strategis dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kekerasan berbasis gender online karena dijalankan di ruang yang sama dengan terjadinya praktik kekerasan tersebut. Media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga sebagai ruang sosial yang membentuk pola interaksi, representasi identitas, dan relasi kuasa. Dalam konteks ini, pesan kampanye memiliki relevansi kontekstual yang tinggi dengan pengalaman korban kekerasan berbasis gender online (Siswoyo & Siswadi, 2024). Kondisi tersebut memperkuat peran kampanye sebagai instrumen komunikasi yang efektif dalam merespons persoalan kekerasan berbasis gender di ruang daring.

Keberadaan kampanye di media digital memberikan jangkauan yang luas dan intens melalui mekanisme partisipasi pengguna, budaya interaktif, serta distribusi konten yang berkelanjutan. Pola komunikasi yang terbentuk

tidak bersifat satu arah, melainkan membangun proses pertukaran makna yang memengaruhi pengetahuan, sikap, dan penilaian sosial masyarakat. Dinamika ini menjadikan kampanye komunikasi digital sebagai sarana pembentukan kesadaran kolektif terhadap kekerasan berbasis gender online (Ratnasari et al., 2021).

Iklan edukasi kesehatan mental berperan penting dalam menjelaskan keterkaitan antara praktik kekerasan digital dan dampak psikologis yang dialami korban. Kekerasan berbasis gender online sering dipersepsikan sebagai tindakan simbolik yang tidak menimbulkan konsekuensi serius. Padahal, paparan berulang terhadap pelecehan, intimidasi, dan perundungan daring berkorelasi dengan meningkatnya kecemasan, stres, depresi, rasa tidak aman, serta penurunan harga diri (Ayodeji, 2025). Melalui penyampaian pesan edukatif, kampanye menempatkan kekerasan digital sebagai persoalan kesehatan mental yang nyata dan berdampak jangka panjang.

Peningkatan kesadaran kesehatan mental menjadi aspek krusial karena banyak korban tidak memahami kondisi psikologis yang dialami sebagai dampak langsung dari kekerasan daring. Pengalaman emosional seperti kelelahan mental, ketakutan berekspresi, dan penarikan diri dari ruang publik sering dipersepsikan sebagai persoalan individual. Kampanye komunikasi digital menghadirkan kerangka pemahaman baru dengan menempatkan pengalaman tersebut sebagai akibat dari praktik kekerasan berbasis gender yang berlangsung secara sistematis di ruang digital (Siswoyo & Siswadi, 2024).

Iklan edukasi kesehatan mental juga berfungsi memvalidasi pengalaman psikologis korban. Validasi ini membantu korban memahami bahwa penderitaan yang dialami bukan merupakan kelemahan pribadi, melainkan konsekuensi dari relasi kuasa dan norma gender yang timpang. Pendekatan tersebut memperkuat dimensi empati dan keadilan dalam praktik komunikasi digital (Battisti et al., 2024).

Pada tingkat sosial, kampanye komunikasi digital berkontribusi dalam membentuk sikap publik yang lebih sensitif terhadap isu kekerasan berbasis gender online. Penyebaran pesan secara masif dan berulang menjadikan isu kesehatan mental dan keamanan psikologis sebagai bagian dari diskursus publik. Proses ini mengurangi kecenderungan normalisasi kekerasan serta mendorong terbentuknya tanggung jawab sosial dalam interaksi daring (Fitrah & Sutanto, 2023).

Kampanye iklan edukasi kesehatan mental turut berperan dalam mengurangi stigma terhadap korban kekerasan berbasis gender online. Penyajian pesan yang empatik dan sensitif terhadap perspektif gender menggeser narasi yang menyalahkan korban menuju sikap yang lebih adil dan suportif. Perubahan ini memperkuat dukungan

sosial dan menciptakan lingkungan komunikasi digital yang lebih aman (Hayati, 2021).

Kampanye komunikasi digital juga membangun kesadaran kritis bahwa kekerasan berbasis gender online berkaitan erat dengan struktur sosial dan budaya yang timpang. Kekerasan tersebut merefleksikan norma gender, relasi kuasa, dan praktik diskriminatif yang direproduksi di ruang digital (Battisti et al., 2024). Perspektif ini menempatkan kampanye sebagai bagian dari upaya transformasi sosial yang tidak hanya berorientasi pada individu, tetapi juga pada perubahan nilai dan praktik sosial.

Secara komprehensif kampanye komunikasi digital melalui iklan edukasi kesehatan mental berfungsi sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap dampak psikososial kekerasan berbasis gender online. Kampanye tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi membangun pemahaman individual, memperkuat kesadaran sosial, memberikan validasi psikologis, serta mendorong etika komunikasi digital yang berlandaskan empati dan keadilan (Ratnasari et al., 2021; Siswoyo & Siswadi, 2024).

Selain membangun kesadaran dan validasi psikologis, kampanye komunikasi digital melalui iklan edukasi kesehatan mental berperan dalam memperkuat literasi emosional masyarakat di ruang digital. Literasi emosional mencakup kemampuan mengenali, memahami, dan menafsirkan kondisi emosional diri sendiri maupun orang lain dalam interaksi daring. Melalui representasi pengalaman psikologis korban, kampanye membantu audiens mengidentifikasi tanda-tanda tekanan mental yang sering muncul akibat kekerasan berbasis gender online. Proses ini mendorong pemahaman yang lebih reflektif terhadap dampak komunikasi digital terhadap kesejahteraan psikologis.

Kampanye komunikasi digital juga berfungsi sebagai sarana pembingkaihan ulang makna kekerasan berbasis gender online. Praktik yang sebelumnya dianggap sebagai candaan, kritik, atau bentuk kebebasan berekspresi diposisikan kembali sebagai tindakan yang memiliki konsekuensi psikososial. Pembingkaihan ulang ini penting karena membantu masyarakat mengevaluasi ulang norma komunikasi yang selama ini diterima tanpa kritik. Dengan demikian, kampanye berkontribusi pada perubahan cara pandang terhadap batas etis dalam interaksi digital.

Peran lain yang menonjol terletak pada penguatan etika komunikasi digital. Iklan edukasi kesehatan mental tidak hanya menyoroti dampak kekerasan, tetapi juga menyampaikan nilai-nilai penghormatan, empati, dan tanggung jawab dalam berkomunikasi. Paparan pesan secara konsisten mendorong audiens untuk lebih berhati-hati dalam berinteraksi, berkomentar, dan menyebarkan konten. Etika komunikasi ini menjadi fondasi

penting bagi terciptanya ruang digital yang aman dan berkeadilan.

Kampanye komunikasi digital turut berkontribusi dalam membentuk norma sosial baru di ruang daring. Norma tersebut tercermin dalam penolakan terhadap praktik pelecehan, perundungan, dan ujaran berbasis gender. Ketika pesan kampanye diterima dan diinternalisasi secara luas, masyarakat mulai membangun kesepahaman mengenai perilaku yang dapat diterima dan yang tidak dapat dibenarkan. Proses ini memperkuat kontrol sosial berbasis nilai kemanusiaan di ruang digital.

Iklan edukasi kesehatan mental juga berperan sebagai sarana pemberdayaan sosial. Kampanye tidak hanya menyasar korban, tetapi juga audiens umum sebagai bagian dari komunitas digital. Pesan yang disampaikan mendorong masyarakat untuk mengambil peran aktif, seperti memberikan dukungan moral, melaporkan konten bermuatan kekerasan, serta menciptakan lingkungan daring yang lebih supotif. Pemberdayaan ini menempatkan audiens sebagai subjek perubahan sosial, bukan sekadar penerima pesan.

Dalam konteks kelompok muda, kampanye komunikasi digital berfungsi sebagai medium pembentukan kesadaran reflektif terhadap praktik bermedia. Paparan iklan edukasi kesehatan mental membantu kelompok ini memahami konsekuensi psikologis dari interaksi digital yang tidak etis. Kesadaran reflektif tersebut berkontribusi pada penguatan sikap kritis dan tanggung jawab sosial dalam penggunaan media digital, mengingat posisi kelompok muda sebagai pengguna dominan di ruang daring.

Peran kampanye komunikasi digital juga menjembatani kesenjangan antara wacana akademik dan pemahaman publik mengenai kesehatan mental dan kekerasan berbasis gender online. Konsep-konsep yang sebelumnya terbatas dalam kajian ilmiah diterjemahkan ke dalam bahasa komunikasi yang lebih mudah dipahami tanpa menghilangkan substansi. Proses ini memperluas akses masyarakat terhadap pengetahuan yang relevan dan memperkuat peran kampanye sebagai instrumen edukasi publik.

Selain itu, kampanye iklan edukasi kesehatan mental berfungsi sebagai pengingat sosial mengenai tanggung jawab kolektif dalam menjaga keamanan psikologis di ruang digital. Pesan kampanye menegaskan bahwa kesehatan mental bukan hanya persoalan individu, melainkan hasil dari praktik komunikasi yang saling menghormati. Penegasan ini memperkuat kesadaran bahwa setiap pengguna media digital memiliki peran dalam mencegah kekerasan berbasis gender online.

Keberlanjutan kampanye komunikasi digital juga berkontribusi pada pembentukan memori kolektif mengenai dampak kekerasan berbasis

gender online terhadap kesehatan mental. Pesan yang disampaikan secara konsisten membangun ingatan sosial bahwa kekerasan digital meninggalkan dampak jangka panjang. Memori kolektif ini berfungsi sebagai rujukan moral dalam menilai perilaku dan interaksi di ruang digital. Iklan edukasi kesehatan mental dalam kampanye komunikasi digital tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat strategis untuk meningkatkan pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap isu kesehatan mental. Bukti penelitian menunjukkan bahwa kampanye berbasis media sosial memiliki potensi signifikan untuk meningkatkan pemahaman, mengurangi stigma, serta mendorong perilaku positif seperti mencari bantuan profesional dan dukungan sosial. Dalam sebuah kajian tinjauan skoping terhadap kampanye kesehatan mental berbasis sosial media, ditemukan bahwa kampanye-kampanye tersebut mampu memperbaiki pengetahuan tentang kesehatan mental, mengubah sikap masyarakat terhadap isu ini, serta mengurangi stigma yang melekat pada persoalan kesehatan mental di kalangan audiens yang terpapar konten kampanye (Plackett et al., 2025).

Iklan edukasi kesehatan mental yang dirancang secara komunikatif dapat meningkatkan minat audiens untuk terlibat lebih lanjut dengan sumber-sumber dukungan kesehatan mental. Paparan konten kampanye yang efektif sering kali dikaitkan dengan perubahan norma sosial yang lebih terbuka terhadap kesehatan mental, termasuk peningkatan niat untuk mencari bantuan profesional dan diskusi publik mengenai strategi coping. Hal ini mendukung kerangka bahwa kampanye tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga memfasilitasi perubahan perilaku menuju perilaku yang lebih adaptif dan suportif terhadap tantangan mental (Plackett et al., 2025).

Selain itu, respons publik terhadap kampanye digital menunjukkan pentingnya memahami konteks budaya dan persepsi awal audiens tentang kesehatan mental. Sebuah studi kualitatif terhadap persepsi publik terhadap kampanye kesadaran kesehatan mental di Negara-Negara Dewan Kerja Sama Teluk (Gulf Cooperation Council) menemukan bahwa masih terdapat penolakan terhadap pengakuan kondisi kesehatan mental sebagai masalah serius, serta stigma dan diskriminasi yang kuat terhadap individu dengan gangguan mental. Temuan ini menunjukkan bahwa selain penyebaran informasi, kampanye kesehatan mental digital juga perlu dirancang untuk menantang keyakinan atau stereotip yang keliru tentang kesehatan mental di tingkat sosial budaya (Alomair et al., 2024).

Peran iklan edukasi kesehatan mental dalam kampanye digital juga berkaitan dengan efektivitas media sosial sebagai platform penyebaran konten. Penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan audiens pada konten kampanye—melalui jumlah

tampilan, interaksi, dan diskusi—berkorelasi dengan perubahan pengetahuan dan sikap audiens terhadap kesehatan mental. Hal ini menegaskan bahwa tampilan visual, narasi yang menyentuh, dan pesan yang relevan dengan pengalaman pribadi audiens dapat meningkatkan efektivitas kampanye dalam memengaruhi cara pandang dan perilaku audiens terhadap isu kesehatan mental (Plackett et al., 2025).

Peran komunikasi iklan kesehatan mental dalam kampanye digital juga melibatkan penyesuaian konten dengan karakteristik audiens sasaran agar pesan dapat diterima dan dimaknai secara efektif. Konten yang menyertakan elemen edukatif yang jelas, dengan bahasa yang empatik dan ilustrasi pengalaman emosional, cenderung lebih berhasil dalam mempromosikan sikap suportif dan menurunkan rasa malu atau rasa takut untuk mencari bantuan. Pendekatan semacam ini penting karena kesehatan mental masih sering dianggap sebagai masalah pribadi yang tabu di banyak masyarakat, sehingga kampanye yang efektif harus mampu menerjemahkan pengetahuan ilmiah dan psikologis menjadi pesan yang mudah dipahami dan resonan dengan pengalaman audiens.

Kajian ini juga menemukan bahwa sebagian besar kampanye digital menunjukkan dampak terbesar pada peningkatan pengetahuan dan sikap positif terhadap kesehatan mental, sedangkan perubahan perilaku, seperti perilaku mencari bantuan profesional juga memerlukan paparan yang lebih intens dan waktu yang lebih panjang. Meskipun demikian, tingkat kesadaran terhadap kesehatan mental yang meningkat merupakan langkah awal yang diperlukan sebelum perubahan perilaku yang lebih substansial dapat terjadi (Plackett et al., 2025).

Selain itu, kampanye iklan kesehatan mental yang terdistribusi melalui berbagai platform media, seperti TikTok, Instagram, dan YouTube membantu pesan edukasi menjangkau audiens yang beragam dan tersebar luas. Platform ini tidak hanya meningkatkan visibilitas pesan, tetapi juga memfasilitasi bentuk komunikasi partisipatif, di mana audiens bisa berdiskusi, berbagi pengalaman, atau menawarkan dukungan sosial secara daring. Hal ini menunjukkan bahwa iklan kesehatan mental tidak sekadar menjadi media penyebaran pesan, tetapi juga ruang dialog yang dapat memperkuat komunitas dukungan bagi mereka yang terdampak (Plackett et al., 2025).

Penguatan kampanye komunikasi digital dengan fokus pada iklan edukasi kesehatan mental merupakan pendekatan yang relevan dan efektif untuk merespons tantangan psikososial kekerasan berbasis gender online. Peran iklan memperluas jangkauan pengetahuan, mengurangi stigma, mendorong keterlibatan audiens, serta membangun kesadaran yang lebih dalam terhadap pentingnya kesehatan mental sebagai aspek terpenting dalam

kehidupan sosial. Pendekatan ini dalam strategi kampanye dapat memperkuat dampak kolektif dalam menciptakan ruang digital yang lebih aman dan beretika.

SIMPULAN

Kampanye komunikasi digital melalui iklan edukasi kesehatan mental memiliki peran substansial dalam membangun kesadaran masyarakat mengenai dampak psikososial kekerasan berbasis gender online. Penempatan kampanye di ruang digital menjadikannya selaras dengan pola interaksi audiens, sehingga pesan tentang kesehatan mental dan kekerasan daring hadir sebagai bagian dari pengalaman bermedia yang bermakna.

Hasil kajian menunjukkan bahwa iklan edukasi kesehatan mental tidak berhenti pada fungsi informatif, tetapi berkembang sebagai ruang reflektif yang mengaitkan pengalaman kekerasan digital dengan kondisi psikologis yang dialami korban. Peran ini memperdalam pemahaman individu bahwa dampak psikososial kekerasan berbasis gender online tidak dapat dipisahkan dari praktik komunikasi dan dinamika budaya di ruang digital. Pentingnya kampanye komunikasi digital dalam membentuk kesadaran kolektif dan etika bermedia. Penyampaian pesan yang bersifat edukatif dan berlandaskan empati mendorong pergeseran cara pandang masyarakat terhadap korban, mengurangi kecenderungan menyalahkan pihak yang mengalami kekerasan, serta memperkuat dukungan sosial di lingkungan digital.

Pada tataran konseptual, penelitian ini menempatkan kampanye komunikasi digital melalui iklan edukasi kesehatan mental sebagai instrumen strategis dalam upaya pencegahan kekerasan berbasis gender online. Peran kampanye melampaui peningkatan pengetahuan menuju pembentukan kesadaran kritis dan nilai kemanusiaan yang menopang terciptanya ruang komunikasi digital yang berkeadilan dan berorientasi pada kesehatan mental.

DAFTAR PUSTAKA

- Adkiras, F., Zubaria, F. R., & Maharani Fauzi, Z. T. (2021). Konstruksi Pengaturan Kekerasan Berbasis Gender Online Di Indonesia. *Jurnal Lex Renaissance*, 6(4). <https://doi.org/10.20885/jlr.vol6.iss4.art10>
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Alomair, N., Alkhaldi, G., Alsadhan, N. M.,

- Alkasabi, R., & Alageel, S. (2024). *Public perceptions of digital mental health awareness campaign in the Arab Gulf states: A qualitative thematic analysis*. *Frontiers in Public Health*, 12, 1477315. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2024.1477315>
- Andiyansari, P., & Juwono, A. P. (2024). Digital literacy and online gender-based violence survivors. *Jurnal Komunikasi*, 18(2), 229–248. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol18.is2.art7>
- Ayodeji, U. M. (2025). Examining the impact of technology-facilitated gender-based violence on the mental health and wellbeing of adolescents. *Current Journal of Applied Science and Technology*, 44(5), 66–77. <https://doi.org/10.9734/cjast/2025/v44i54537>
- Battisti, M., Kauppinen, I., & Rude, B. (2024). *Breaking the silence: The effects of online social movements on gender-based violence*. *European Journal of Political Economy*, Article 102598. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2024.102598>
- Battisti, M., Zanetti, M. A., & Berti, F. (2024). *Gender-based online violence and mental health outcomes: A critical communication perspective*. *Feminist Media Studies*, 24(2), 312–328. <https://doi.org/10.1080/14680777.2023.2259146>
- Boestam, A. B., Derivanti, A. Des, Study, P., & Komunikasi, I. (2022). *Komunikasi Digital Dan Perubahan Sosial*. 6(4), 2829–2834. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i4.4032>
- Destrian, O., Nuryanto, Y., & Sudarna, S. (2025). DINAMIKA KOMUNIKASI DIGITAL DALAM ADVOKASI KESEHATAN LINGKUNGAN: STUDI KASUS SERLOK BANTARAN CIKAPUNDUNG. *Jurnal Common*, 9(1). <https://doi.org/10.34010/js8ayk93>
- Fitrah, G., & Sutanto, M. H. (2023). Strategi advokasi anti kekerasan berbasis gender online pada akun @AwasKBGO sebagai upaya meningkatkan kesadaran publik. *Sospol*, 9(2), 176–189. <https://doi.org/10.22219/journalsospol.v9i2.27080>
- Gracia-Zomeño, A., Domingo-Gómez, B., García-Perales, R., & García-Toledano, E. (2025). Preventing harassment and gender-based violence in online videogames through education. *Social Sciences*, 14(5), 297. <https://doi.org/10.3390/socsci14050297>
- Hayati, N. (2021). Media Sosial dan Kekerasan Berbasis Gender Online Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Humaya: Jurnal Hukum, Humaniora, Masyarakat, Dan Budaya*, 1(1).

- <https://doi.org/10.33830/humaya.v1i1.1858.2021>.
- Naslund, J. A., Aschbrenner, K. A., Marsch, L. A., & Bartels, S. J. (2016). *The future of mental health care: Digital health interventions*. *Journal of Medical Internet Research*, 18(7), e193. <https://doi.org/10.2196/jmir.5553>.
- Octavia Siswoyo, A., & Siswadi, A. G. P. (2024). *Mental health communication: The phenomenon of cyber sexual harassment through social media*. *Asian Journal of Media and Communication*, 7(1), Article 5. <https://doi.org/10.20885/asjmc.vol7.iss1.art5>.
- Plackett, R., Steward, J.-M., Kassianos, A. P., Duenger, M., Schartau, P., Sheringham, J., Cooper, S., Biddle, L., Kidger, J., & Walters, K. (2025). The effectiveness of social media campaigns in improving knowledge and attitudes toward mental health and help-seeking in high-income countries: A scoping review. *Journal of Medical Internet Research*, 27, e68124. <https://doi.org/10.2196/68124>
- Ratnasari, E., Sumartias, S., & Romli, R. (2021). *Penggunaan message appeals dalam strategi pesan kampanye anti kekerasan berbasis gender online*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 352–370. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3844>
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Penerbit Pustaka Ramadhan.
- <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>.
- Setyowati, R. M., Watie, E. D. S., & Tatas, H. L. (2024). JURNALIS PEREMPUAN DAN KEKERASAN BERBASIS GENDER ONLINE (KBGO). *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 6(1). <https://doi.org/10.54783/jin.v6i1.888>.
- Siswoyo, A. O., & Siswadi, A. G. P. (2024). Social media as a digital space for online gender-based violence: A literature study from forensic psychology. *Journal of Feminism and Gender Studies*, 4(1), Article 46480. <https://doi.org/10.19184/jfgs.v4i1.46480>
- Wardaningsih, A. D., Widjaya, R. O., & Erna, M. (2020). Kampanye Edukasi Kesehatan Mental. Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR), 3.
- Wardaningsih, A. D., Widjaya, R. O., & Erna, M. (2020). Kampanye Edukasi Kesehatan Mental IG @Healthy_Mind Bagi Mahasiswa Jabodetabek Di Masa Pandemi Covid -19. Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR), 3. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v3i0.961>