Jurnal The Source, Vol. 7, No. 1, Bulan Juni 2025: 1-5
e-ISSN 2621-2242

PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MENGELOLA ISU KEKERASAN BERBASIS GENDER ONLINE (KBGO) DI RUANG PUBLIK DIGITAL

Agnes Claudia Ohoira[1], Ferdy Zahromi Alfarezi[2], Aufa Raghib Dewandra[3], Muhammad Rendy Putra Ritzkyta[4]
[1234]Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid Jakarta
Email : ferdizahromi@gmail.com

ABSTRAK. Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) menjadi masalah publik yang kian meningkat sejalan dengan meluasnya platform digital dan frekuensi penggunaan internet. Fenomena ini tidak hanya memengaruhi kondisi psikologis, sosial, dan ekonomi para korban, tetapi juga berdampak pada persepsi masyarakat serta citra organisasi dan lembaga yang terlibat. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fungsi Public Relations dalam menangani isu Kekerasan Berbasis Gender Online di dalam ruang digital dengan pendekatan manajemen isu. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa tinjauan pustaka terhadap buku, artikel ilmiah, dan dokumen terkait yang berhubungan dengan Public Relations dan KBGO. Temuan dalam pembahasan menunjukkan bahwa Public Relations memegang posisi strategis sebagai pengelola komunikasi yang bertanggung jawab dalam mendeteksi, mengawasi, dan merespons isu KBGO secara etis dan berkelanjutan. Implementasi model komunikasi Public Relations, terutama model simetris dua arah serta perencanaan program humas dengan model RACE (Research, Action, Communication, Evaluation), menjadi pendekatan yang relevan untuk menciptakan dialog, meningkatkan kesadaran masyarakat, serta mempertahankan kepercayaan para pemangku kepentingan. Dengan demikian, pengelolaan isu KBGO oleh Public Relations tidak hanya berfokus pada perlindungan citra organisasi, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap penciptaan ruang digital yang aman, inklusif, dan adil gender.

Kata kunci: *Public Relations; Manajemen Isu; Kekerasan Berbasis Gender Online; Ruang Publik Digital*

ABSTRACT. *Online Gender-Based Violence (OGBV) has become a growing public problem in line with the expansion of digital platforms and the frequency of internet use. This phenomenon not only affects the psychological, social, and economic conditions of victims but also impacts public perception and the image of the organizations and institutions involved. This study aims to explore the role of Public Relations in addressing the issue of Online Gender-Based Violence in the digital space using an issue management approach. The method used in this study is descriptive qualitative with data collection techniques in the form of a literature review of books, scientific articles, and related documents related to Public Relations and OGBV. The findings in this discussion indicate that Public Relations holds a strategic position as a communications manager responsible for detecting, monitoring, and responding to issues of online violence (KBGO) ethically and sustainably. The implementation of Public Relations communication models, particularly the two-way symmetrical model and public relations program planning using the RACE (Research, Action, Communication, Evaluation) model, is a relevant approach to creating dialogue, increasing public awareness, and maintaining stakeholder trust. Thus, Public Relations' management of online violence (KBGO) issues not only focuses on protecting the organization's image but also contributes to the creation of a safe, inclusive, and gender-equitable digital space.*

Keywords*: Public Relations; Issue Management; Online Gender-Based Violence; Digital Public Space*

PENDAHULUAN

Kekerasan yang terkait dengan gender di abad digital telah menjadi isu yang sangat signifikan, terutama bagi wanita, sejalan dengan kemajuan pesat dalam ilmu pengetahuan dan teknologi. Statistik menunjukkan adanya lonjakan kasus yang mencapai empat kali lipat pada tahun 2024 jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

KBGO merujuk pada tindak kekerasan yang langsung dialami oleh individu berdasarkan gender dan didorong oleh teknologi. Berdasarkan laporan tahunan tentang Kekerasan Terhadap Perempuan yang dirilis oleh Komnas Perempuan pada Maret 2021, jumlah kasus KBGO mengalami peningkatan drastis dari tahun 2019 ke 2020, mencapai total 699 kasus. Di tahun 2019, ada 241 kasus yang tercatat, sedangkan pada tahun berikutnya, angka tersebut meloncat menjadi 940. Kenaikan ini diperkuat oleh pernyataan dalam Rakornas BNPB pada tahun 2021 yang mengungkapkan bahwa risiko perempuan menghadapi eksploitasi atau kekerasan daring semakin meningkat akibat akses internet yang lebih luas selama masa pandemi. Dengan demikian, selama pandemi COVID-19, jumlah kasus KBGO di Indonesia melonjak sebesar 300% (Hayati, 2021).

Merujuk pada Suzor, et.al (2018), kekerasan berbasis gender online (KBGO) adalah bentuk kekerasan yang dimediasi, difasilitasi, dan diperkuat oleh teknologi internet. Mengingat posisi perempuan yang lebih terpapar terhadap ancaman, isu KBGO sangat terkait dengan norma-norma gender yang membangun hubungan hierarkis antara wanita dan pria. Perempuan dan sifat feminitas mereka sering kali dilihat sebagai objek, sementara tindakan kekerasan yang mencerminkan maskulinitas dianggap sebagai perilaku normal bagi pria dalam mengekspresikan diri (Richardson 2010).

Bentuk KBGO meliputi pelecehan daring, perundungan berbasis gender, ancaman seksual, penyebaran konten intim tanpa persetujuan, hingga doxing. Fenomena ini menunjukkan bahwa ruang publik digital belum sepenuhnya menjadi ruang yang aman dan inklusif bagi seluruh kelompok masyarakat.

KBGO tidak hanya berdampak pada korban secara psikologis, sosial, dan ekonomi, tetapi juga menjadi isu publik yang memengaruhi persepsi dan opini masyarakat terhadap organisasi, institusi, maupun komunitas yang berkaitan dengan isu tersebut.

Pandangan ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Sandra Oliver yang menekankan bahwa masalah publik yang tidak ditangani dengan baik oleh Public Relations bisa berkembang menjadi krisis dan berpotensi merusak reputasi organisasi, karena dapat menciptakan pandangan negatif di kalangan pemangku kepentingan (Oliver, 2015: 68–69).

Dalam konteks manajemen humas, Public Relations berperan sebagai pengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya. Public Relations tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga mengelola isu, membangun hubungan dengan

pemangku kepentingan, serta menjaga reputasi organisasi. Oleh karena itu, kajian mengenai peran Public Relations dalam mengelola isu Kekerasan Berbasis Gender Online di ruang publik digital menjadi penting untuk diteliti lebih lanjut.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami peran Public Relations dalam mengelola isu KBGO di ruang publik digital. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif deskriptif dengan maksud untuk mengeksplorasi secara menyeluruh fungsi Public Relations dalam menangani masalah Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) di ruang publik digital. Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak

bertujuan untuk melakukan pengukuran angka, tetapi lebih kepada interpretasi, analisis konsep, serta pemahaman mengenai taktik komunikasi dan pengelolaan isu yang diterapkan oleh Public Relations dalam merespons fenomena KBGO.

2. Objek penelitian adalah isu Kekerasan Berbasis Gender Online di ruang publik digital. Subjek penelitian berupa kajian literatur dan dokumen yang relevan dengan manajemen Public Relations dan KBGO. Objek dari penelitian ini adalah topik Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) yang muncul di lingkungan digital publik, terutama terkait dengan peranan dan fungsi Public Relations dalam mengelola komunikasi strategis. Sementara itu, subjek yang diteliti berupa konsep, teori, dan praktik Public Relations yang berkaitan dengan pengelolaan isu, manajemen reputasi, serta komunikasi etis dalam konteks isu sensitif yang berhubungan dengan gender.
3. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka terhadap buku teks, jurnal ilmiah, dan laporan penelitian yang relevan. Teknik pengumpulan informasi dilakukan dengan cara penelitian literatur, yang mencakup analisis berbagai referensi tertulis seperti buku-buku tentang komunikasi dan Hubungan Masyarakat, artikel ilmiah dari dalam dan luar negeri, hasil penelitian, dokumen kebijakan, serta terbitan lembaga yang berkaitan dengan tema KBGO. Penelitian literatur digunakan untuk mendapatkan pemahaman teoritis dan konseptual tentang Hubungan Masyarakat, pengelolaan isu, model komunikasi, serta perkembangan KBGO dalam dunia digital.
4. Metode Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mengaitkan teori Public Relations dan manajemen isu dengan fenomena KBGO. Analisis data dilakukan melalui pendekatan deskriptif-analitis, yang mencakup penelaahan dan interpretasi data yang diperoleh secara sistematis berdasarkan teori Public Relations dan manajemen isu. Tahapan dalam proses analisis melibatkan pengelompokan konsep, pemahaman teori, serta penghubungan antara temuan dari literatur dan fenomena KBGO di ranah publik digital. Fokus analisis akan tertuju pada peran Public Relations dalam mengenali, memantau, dan menanggapi isu KBGO dengan metode komunikasi dua arah, pengelolaan hubungan dengan pemangku kepentingan, dan penerapan model perencanaan program humas RACE (Research, Action, Communication, Evaluation). Hasil dari analisis tersebut akan disajikan dalam bentuk narasi untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang strategi dan tanggung jawab Public Relations dalam pengelolaan isu KBGO secara etis dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil telaah terhadap literatur yang relevan dengan topik Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO), terungkap bahwa fenomena ini muncul sebagai masalah publik yang rumit di dunia digital dan membutuhkan pengelolaan komunikasi yang sistematis. KBGO memberikan dampak tidak hanya pada korban dalam aspek psikologis dan sosial, tetapi juga membentuk pandangan publik serta citra organisasi dan institusi yang berhubungan dengan masalah tersebut. Dalam hal ini, Public Relations (PR) memiliki peranan krusialsebagai pengelola isu yang bertanggung jawab dalam mendeteksi, memantau, dan merespons perubahan berkaitan dengan

isu KBGO secara etis dan berkelanjutan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip manajemen isu menjadi fondasi utama bagi Public Relations dalam menghadapi KBGO. PR diharuskan untuk mengenali karakteristik masalah, pihak-pihak yang terlibat, serta pandangan publik yang berkembang di ranah digital. Temuan ini mendukung argumen bahwa pengelolaan isu yang efektif tidak hanya bersifat reaktif terhadap krisis, tetapi juga harus proaktif dalam mencegah pertumbuhan isu melalui komunikasi yang terencana dan berbasis informasi. Analisis terhadap sumber yang ada juga mengindikasikan bahwa model perencanaan humas RACE (Research, Action, Communication, Evaluation) merupakan cara yang tepat dalam menangani isu kekerasan berbasis gender online (KBGO). Di fase Research, humas memiliki tugas untuk mengidentifikasi jenis-jenis KBGO yang muncul di dunia maya, menilai dampaknya kepada korban, serta membuat peta pemangku kepentingan yang memiliki kepentingan dan pengaruh terhadap isu ini. Fase ini sangat penting karena kesalahan dalam memahami persoalan dapat mengakibatkan reaksi komunikasi yang kurang peka dan memperburuk situasi bagi korban.

Pada fase Action, analisis menunjukkan bahwa humas perlu menyusun strategi komunikasi yang berfokus pada perlindungan untuk korban dan keadilan gender. Strategi ini melibatkan penyusunan pesan inti yang bersifat edukatif, penuh empati, dan tidak menyalahkan korban, bersama dengan penetapan kebijakan internal organisasi untuk menanggapi isu KBGO. Pendekatan ini mempertegas posisi humas sebagai penasihat manajemen dalam proses pengambilan keputusan strategis mengenai isu-isu yang sensitif. Selanjutnya, dalam fase Komunikasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi dua arah merupakan pendekatan yang paling sesuai untuk mengelola isu KBGO. PR tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, tetapi juga menciptakan kesempatan untuk berdialog dengan publik, media, dan komunitas digital. Metode interaksi dua arah yang simetris mendukung terbentuknya pemahaman timbal balik antara organisasi dan masyarakat, serta meningkatkan tingkat kepercayaan dalam komitmen organisasi untuk menangani isu KBGO dengan cara yang bertanggung jawab.

Pada fase Evaluasi, terlihat bahwa pengelolaan isu KBGO memerlukan penilaian yang berkelanjutan tentang seberapa efektif strategi komunikasi yang diterapkan. Hasil dari evaluasi ini digunakan untuk menganalisis respons masyarakat, dampak komunikasi terhadap citra organisasi, serta kelangsungan upaya pencegahan KBGO di lingkungan digital. Penilaian ini sangat penting agar strategi Public Relations tetap dapat teradaptasi dengan perubahan isu dan perkembangan di ruang publik digital. Selain itu, temuan dari pembahasan menekankan bahwa keterlibatan para pemangku kepentingan merupakan elemen penting dalam penanganan masalah Kekerasan Berbasis Gender Online. Korban dan penyintas perlu dijadikan fokus utama dalam setiap pendekatan komunikasi, sementara pemerintah, platform digital, media, organisasi masyarakat sipil, dan komunitas daring berfungsi sebagai mitra strategis untuk menciptakan lingkungan digital yang aman dan inklusif. Kerjasama antara para pemangku kepentingan menguatkan posisi Public Relations sebagai penghubung komunikasi dan pengelola hubungan di tengah kompleksitas permasalahan KBGO.

Dengan demikian, hasil dan pembahasan ini mengindikasikan bahwa fungsi Public Relations dalam menangani isu Kekerasan Berbasis Gender Online tidak sekadar berorientasi pada perlindungan citra organisasi, tetapi juga berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat, mendorong perubahan persepsi sosial, serta

menciptakan ekosistem komunikasi digital yang beretika dan berkeadilan gender.

Beragam kajian sebelumnya menegaskan bahwa Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) merupakan isu yang semakin rumit seiring dengan bertambahnya pemakaian media digital. Studi yang dilakukan oleh Moulita, Mazdalifah, dan Lubis (2023) tentang KBGO di Medan menunjukkan bahwa perempuan adalah kelompok yang paling terpapar pada berbagai bentuk kekerasan daring, mulai dari pelecehan verbal hingga penyebaran konten tanpa izin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa KBGO tidak hanya memiliki efek pada aspek mental korban, tetapi juga memengaruhi cara orang berinteraksi di ruang publik digital.

Dengan demikian, penelitian yang disusun oleh Fitrah dan Sutanto (2023) tentang strategi advokasi anti-KBGO melalui media sosial @AwasKBGO menunjukkan bahwa kampanye digital, pendidikan masyarakat, dan partisipasi komunitas memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran publik mengenai isu KBGO. Kajian ini menekankan bahwa komunikasi strategis di platform media sosial bisa menjadi alat yang efektif dalam membentuk pandangan masyarakat dan mendorong perubahan sikap terhadap kekerasan berbasis gender di dunia digital. Temuan ini relevan dengan fungsi Public Relations sebagai pengelola komunikasi dan advokasi isu sosial di ranah digital. Sementara itu, Rani, Destiana, dan Angelie (2025) dengan metode etnografi daring menunjukkan bahwa praktik Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) di media sosial, khususnya di platform X (Twitter), seringkali terkait dengan ungkapan misogini dan seksisme yang bersumber dari struktur sosial patriarki. Penelitian ini mengindikasikan bahwa komunikasi secara digital tidak bersifat objektif, melainkan mencerminkan hubungan kekuasaan dan norma gender yang masih tidak seimbang. Temuan ini memberikan konteks penting bagi studi komunikasi, khususnya dalam memahami bagaimana narasi serta interaksi di ruang publik digital bisa menguatkan atau memprotes praktik kekerasan yang berbasis gender.

Dari penelitian terdahulu tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa KBGO telah banyak diteliti dari sudut pandang pengalaman para korban, strategi advokasi digital, serta pola komunikasi misoginis di media sosial. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji Public Relations sebagai pengelola isu dan komunikator strategis dalam mengatasi KBGO di ruang publik digital masih tergolong sedikit. Maka dari itu, studi ini memfokuskan pada peran Public Relations dalam menangani isu Kekerasan Berbasis Gender Online melalui pendekatan manajemen isu serta komunikasi strategis, sehingga diharapkan dapat melengkapi dan memperluas perspektif dari penelitian yang sebelumnya ada.

SIMPULAN

Berdasarkan diskusi pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) adalah masalah publik yang rumit dan memiliki banyak dimensi yang semakin meningkat seiring dengan bertambahnya penggunaan dunia digital. KBGO tidak hanya memberikan dampak serius kepada korban dalam aspek psikologis, sosial, dan ekonomi, tetapi juga berpengaruh terhadap persepsi publik serta reputasi organisasi, lembaga, dan komunitas yang terlibat dalam masalah ini.

Dalam hal ini, Public Relations (PR) memiliki posisi strategis sebagai pengelola isu yang bertanggung jawab untuk mendeteksi, memantau, dan menanggapi isu KBGO melalui komunikasi yang terencana dan berkelanjutan. PR tidak sekadar berfungsi sebagai penyampai informasi, namun juga sebagai penghubung dialog antara organisasi dan masyarakat, serta sebagai penasihat manajemen dalam

pengambilan keputusan strategis berkaitan dengan isu-isu sensitif.

Pengelolaan isu KBGO yang efektif memerlukan penerapan prinsip-prinsip komunikasi yang etis, empatik, dan adil gender. Penerapan model RACE (Research, Action, Communication, Evaluation) mengindikasikan bahwa pengelolaan isu KBGO harus dimulai dengan riset yang solid, perencanaan strategi yang didasarkan pada data, pelaksanaan komunikasi yang partisipatif, serta evaluasi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, peran Public Relations dalam menangani isu KBGO tidak hanya berfokus pada perlindungan citra organisasi, tetapi juga pada upaya meningkatkan kesadaran masyarakat dan menciptakan ruang digital yang aman serta inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

Dewi Fatmawati. (2024). Perempuan muda di internet: Pengalaman menghadapi dan melawan kekerasan berbasis gender online. Jurnal Analisis Sosiologi, 13(1), 153–171.

Hayati, N. (2021). Media sosial dan kekerasan berbasis gender online selama pandemi Covid-19. Jurnal Humaya: Jurnal Hukum, Humaniora, Masyarakat, dan Budaya, 1(1), 43–52.

Hibrizi, L. A. (2022). Peran public relations dalam organisasi. (Tugas akhir/Skrikpsi). Program Studi Ilmu Komunikasi.

Kesuma, G. (2023). Strategi komunikasi public relations dalam membangun citra organisasi. Artikel Penelitian.

Munawwarah, S. (2025). Kekerasan berbasis gender di era digital: Tantangan baru bagi perempuan. Fakultas Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Furqan Makassar, 6(1), 1–10.

Oliver, S. (2015). Public relations strategy (3rd ed.). Kogan Page.

Rani, C., Destiana, N., & Angelie, D. (2025). Kekerasan berbasis gender online (KBGO) dalam konteks misogini dan seksisme pada media sosial X (Twitter). Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(1).

Safela, A. W., Mahmud, H., & Dewi, N. (2023). Perlindungan hukum terhadap korban kekerasan berbasis gender online (KBGO) ditinjau dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Jurnal Ilmu Hukum.

Trisyeling, T., Romadhan, M. I., & Rizqi, M. (2022). Implementasi model public relations pada PT. Revolusi Sejuta Rasa dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Lembaga Penelitian dan Pengembangan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 1(1), 1–2.