

Pengaruh Pesan Kampanye Laporkan Pelecehan Seksual oleh PT Transjakarta terhadap Kesadaran Penumpang Perempuan dalam Melaporkan Tindakan Pelecehan

Nabilah Qonita^{1*}, Muhammad Ruslan Ramli²

¹²Universitas Esa Unggul, Indonesia

*nabilaqonita2002@student.esaunggul.ac.id

Abstract

Sexual harassment in public transportation remains a critical issue that reduces passengers' sense of safety and comfort, particularly among women. Although incidents occur frequently, reporting rates remain relatively low, indicating limitations in awareness, procedural understanding, and attitudes toward reporting. In response, PT TransJakarta launched the "Report Sexual Harassment" campaign as a persuasive communication effort to raise awareness and encourage reporting; however, the effectiveness of its message requires empirical evidence. This study aims to analyze the influence of the campaign message on female passengers' awareness of reporting sexual harassment using the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) framework, where the campaign message serves as the stimulus, passengers' awareness as the organism, and reporting behavior as the response. Guided by a positivist paradigm, this research employed a quantitative survey method. A total of 96 female passengers at the TransJakarta Monas Bus Stop were selected using incidental sampling. Data were collected through a structured questionnaire and analyzed using simple linear regression. The findings indicate a positive relationship between the campaign message and reporting awareness, as shown by the regression equation $Y = 2.444 + 0.395X$. The t-test result ($t = 4.829$; $p < 0.001$) confirms that the campaign message has a positive and significant effect on female passengers' reporting awareness. The coefficient of determination ($R^2 = 0.199$) suggests that the campaign message explains 19.9% of the variance in reporting awareness, while the remaining variance is influenced by other factors beyond the scope of this study. Overall, the results highlight the role of campaign messaging in improving understanding of harassment forms, clarifying reporting procedures, and fostering positive attitudes toward reporting in public settings. Practically, PT TransJakarta is encouraged to optimize message dissemination across vehicles/stops and digital platforms, strengthen procedural visual materials (e.g., QR codes/infographics), and improve access to reporting channels to enhance campaign effectiveness.

Keywords: Campaign, Sexual Harassment, Awareness, TransJakarta, Reporting

Abstrak

Pelecehan seksual di transportasi publik masih menjadi isu krusial yang menurunkan rasa aman dan kenyamanan pengguna jasa, terutama penumpang perempuan. Walaupun kejadian kerap berlangsung, tingkat pelaporan korban masih rendah, menunjukkan keterbatasan pada kesadaran, pemahaman prosedural, dan sikap terhadap tindakan melapor. PT TransJakarta merespons melalui kampanye Laporkan Pelecehan Seksual sebagai komunikasi persuasif untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong keberanian melapor, namun efektivitas pesan kampanye perlu dibuktikan secara empiris. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pesan kampanye tersebut terhadap kesadaran penumpang perempuan dalam melaporkan pelecehan seksual dengan kerangka Stimulus-Organism-Response (S-O-R): pesan kampanye sebagai stimulus, kesadaran penumpang sebagai organisme, dan perilaku pelaporan sebagai respons. Penelitian berparadigma

positivistik dengan pendekatan kuantitatif melalui metode survei. Sampel berjumlah 96 penumpang perempuan di Halte TransJakarta Monas dipilih menggunakan incidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur, lalu dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil menunjukkan persamaan $Y = 2,444 + 0,395X$ yang mengindikasikan hubungan positif antara pesan kampanye dan kesadaran pelaporan; uji t menghasilkan $t = 4,829$ dengan $p < 0,001$ sehingga pengaruhnya positif dan signifikan. Nilai $R^2 = 0,199$ menunjukkan pesan kampanye menjelaskan 19,9% variasi kesadaran pelaporan, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain di luar penelitian. Temuan ini menegaskan peran pesan kampanye dalam meningkatkan pemahaman bentuk pelecehan, kejelasan prosedur, serta pembentukan sikap positif untuk melapor di ruang publik. Secara praktis, PT TransJakarta disarankan mengoptimalkan sebaran pesan di halte/armada dan kanal digital, memperkuat materi visual prosedural (mis. QR/infografik), serta mempermudah akses kanal pelaporan untuk meningkatkan keberhasilan kampanye.

Kata Kunci: Kampanye, Pelecehan Seksual, Kesadaran, Transjakarta, Pelaporan

Pendahuluan

Transportasi publik memiliki peran ganda, tidak hanya sebagai sarana mobilitas, tetapi juga sebagai ruang publik yang harus menjamin keamanan dan kenyamanan penumpang perempuan. Namun, berbagai studi menunjukkan bahwa pelecehan seksual masih menjadi persoalan serius di transportasi umum. UN Women (2020) mencatat bahwa kasus pelecehan seksual di ruang publik merupakan pengalaman yang tidak jarang dialami oleh perempuan di lingkungan perkotaan termasuk transportasi umum. Kondisi ini menunjukkan bahwa sistem transportasi publik belum sepenuhnya mampu memberikan perlindungan yang optimal serta mendorong korban untuk melaporkan kejadian yang dialami. Di Indonesia, Seiring dengan meningkatnya pemanfaatan transportasi umum seperti TransJakarta dalam rangka menekan kemacetan, risiko terjadinya pelecehan seksual di ruang publik juga cenderung meningkat. Data Koalisi Ruang Publik Aman, (2019) menunjukkan bahwa 63% perempuan pernah mengalami pelecehan seksual di ruang publik, sementara 13% kasus terjadi di angkutan umum. Data Dinas Perhubungan DKI Jakarta, (2023) mencatat 42 laporan pelecehan seksual di TransJakarta selama Januari–Oktober 2023, yang sebagian besar terjadi di halte dan bus pada jam sibuk. Rendahnya angka pelaporan tersebut diperkirakan bukan karena minimnya kasus, melainkan akibat rasa takut, malu, serta kurangnya pemahaman dan kepercayaan terhadap sistem pelaporan.

Sebagai respons, PT TransJakarta meluncurkan kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” sejak akhir 2022 melalui videotron, media sosial, pelatihan petugas, serta penyediaan saluran pelaporan seperti aplikasi TIJE dan hotline pengaduan. Meskipun terdapat peningkatan jumlah laporan, angka tersebut masih jauh dari estimasi kasus aktual, sehingga keberhasilan pesan kampanye dalam mendorong kesadaran dan keberanian penumpang perempuan untuk melapor perlu dikaji lebih lanjut.

Halte Monas ditetapkan sebagai lokasi penelitian karena memiliki tingkat aktivitas penumpang yang relatif tinggi, berkisar antara 3.500–4.000 orang per hari,

dengan sebagian besar pengguna merupakan perempuan. Kepadatan dan keterbatasan pengawasan menjadikan halte ini rentan terhadap pelecehan seksual. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa bentuk pelecehan yang sering terjadi di transportasi umum meliputi catcalling, sentuhan fisik tanpa izin, dan pengambilan gambar secara diam-diam, namun hanya sebagian kecil korban yang melaporkan kejadian tersebut (Nabila et al., 2024)

Rendahnya pelaporan dipengaruhi oleh keterbatasan pemahaman korban mengenai bentuk pelecehan seksual serta rendahnya kepercayaan terhadap mekanisme penanganan kasus (Putri et al., 2024). Sementara itu, keberhasilan kampanye publik sangat bergantung pada kemampuan pesan dalam membentuk persepsi, membangun empati, dan mendorong tindakan nyata (Firmansyah et al., 2024). Dengan demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh pesan kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” terhadap kesadaran serta perilaku pelaporan penumpang perempuan di lokasi transportasi padat seperti Halte Monas masih tergolong terbatas. Penelitian ini difokuskan pada penilaian keberhasilan pesan kampanye TransJakarta serta pengaruhnya dalam meningkatkan kesadaran serta keberanian penumpang perempuan untuk melakukan pelaporan pelecehan seksual, sebagai respons atas celah penelitian yang ada.

Landasan Teori

A. Teori S-O-R

Penelitian ini didasarkan pada teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R) Mehrabian (1974), yang memandang bahwa pengaruh pesan terjadi melalui proses internal individu, mencakup aspek kognitif dan afektif, sebelum terbentuknya respons. Dengan kata lain, stimulus diproses terlebih dahulu oleh individu (organism) sehingga memunculkan sikap dan perilaku tertentu (response). Dalam penelitian ini, pesan kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” yang disampaikan oleh PT TransJakarta melalui berbagai media, seperti poster halte, media sosial, infografis dalam bus, dan aplikasi TIJE, diposisikan sebagai stimulus. Organism merujuk pada proses pemaknaan penumpang perempuan terhadap pesan tersebut, yang mencakup pemahaman, sikap, persepsi rasa aman, serta empati terhadap korban pelecehan seksual. Proses ini menentukan sejauh mana pesan kampanye mampu membentuk kesadaran individu. Sementara itu, response diwujudkan dalam bentuk niat dan keberanian penumpang perempuan untuk melaporkan tindakan pelecehan seksual, termasuk pengetahuan mengenai prosedur pelaporan yang tersedia. Dengan demikian, teori S-O-R digunakan sebagai kerangka analisis untuk melihat pengaruh pesan kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” dalam meningkatkan kesadaran dan perilaku pelaporan penumpang perempuan di lingkungan TransJakarta.

B. Pesan Kampanye

Pesan kampanye merupakan upaya komunikasi yang dirancang secara strategis untuk mendorong perubahan sikap dan perilaku masyarakat dalam merespons isu sosial. Dalam penelitian ini, pesan kampanye dipahami sebagai upaya

terstruktur PT TransJakarta melalui media offline dan digital untuk meningkatkan kesadaran serta keberanian penumpang perempuan dalam melaporkan bentuk pelecehan seksual yang dialami penumpang di transportasi umum. Pesan kampanye melibatkan strategi komunikasi yang sistematis, mulai dari perumusan pesan hingga evaluasi dampak (Puspita, 2021). Kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” disampaikan melalui media visual di bus dan halte serta media digital seperti Instagram dan Twitter untuk menjangkau masyarakat perkotaan.

Secara operasional, pesan kampanye diukur melalui indikator:

1. Intensitas pesan (frekuensi dan sebaran media);
2. Konten pesan (kejelasan dan relevansi);
3. Media yang digunakan (offline dan online);
4. Respons publik (tingkat perhatian dan keterlibatan).

Pesan kampanye dalam penelitian ini diposisikan sebagai instrumen komunikasi sekaligus sarana perubahan sosial dalam membangun kesadaran pelaporan pelecehan seksual.

C. Pelecehan Seksual

Pelecehan seksual tidak hanya merepresentasikan kekerasan berbasis gender, tetapi juga memicu rangkaian dampak kompleks yang memengaruhi kondisi mental, posisi sosial, dan integritas fisik korban. Tindakan ini mencakup segala berbagai ekspresi seksual yang tidak dikehendaki, baik dalam bentuk verbal, non-verbal, visual, maupun fisik yang membuat individu merasa tidak nyaman, terintimidasi, atau terhina. Pelecehan seksual dapat terjadi di berbagai ruang, termasuk ruang publik dan transportasi umum, serta memiliki risiko lebih besar bagi kelompok rentan seperti perempuan dan anak-anak, sebagaimana ditegaskan dalam Peraturan Menteri PPPA Nomor 1 Tahun 2020.

Dalam penelitian ini, pelecehan seksual dijadikan sebagai latar belakang masalah yang menunjukkan pentingnya peran komunikasi publik. Fokus utamanya bukan pada tindakan pelecehan itu sendiri, melainkan bagaimana pesan kampanye dari PT TransJakarta dapat membentuk kesadaran penumpang perempuan untuk berani melaporkan pelecehan. Upaya menciptakan transportasi umum yang aman dan ramah bagi seluruh pengguna tidak dapat dilepaskan dari pentingnya komunikasi yang efektif dan bersifat edukatif.

D. Kesadaran

Kesadaran merupakan kondisi psikologis yang menunjukkan tingkat pemahaman dan kepedulian individu terhadap dirinya dan lingkungan sosial. Dalam penelitian ini, kesadaran dimaknai sebagai pemahaman serta kepedulian penumpang perempuan terhadap kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual”, termasuk kemauan untuk bertindak dengan melaporkan pelecehan yang dialami atau disaksikan. Kesadaran sosial mencakup aspek pengetahuan terhadap isu serta empati dan rasa peduli, yang mendorong individu tidak hanya mengetahui, tetapi juga bertindak (Fitri & Hidayat, 2020). Kesadaran tersebut terbentuk melalui

edukasi berkelanjutan dan penyampaian pesan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari (Marlina & Wijaya, 2021).

Kesadaran juga dipengaruhi oleh nilai budaya dan norma sosial yang dapat menyebabkan pelecehan dianggap sebagai hal lumrah, sehingga tidak disadari sebagai pelanggaran. Oleh karena itu, pesan kampanye perlu mengubah cara pandang masyarakat, tidak sekadar menyampaikan informasi. Dalam konteks transportasi publik, penggunaan media visual dan digital terbukti meningkatkan kewaspadaan serta kesadaran masyarakat terhadap isu pelecehan seksual (Farida & Gunawan, 2024).

Dalam penelitian ini, kesadaran diposisikan sebagai variabel intervening yang menjembatani pesan kampanye PT TransJakarta dengan tindakan pelaporan penumpang perempuan. Secara operasional, variabel kesadaran diukur melalui indikator:

1. Pengetahuan tentang bentuk-bentuk pelecehan seksual;
2. Pemahaman terhadap prosedur pelaporan;
3. Sikap terhadap pentingnya pelaporan.

Dengan demikian, kesadaran dipandang sebagai hasil interaksi antara pesan kampanye, konteks sosial, pengalaman personal, dan nilai budaya, yang berperan penting dalam mendorong perubahan perilaku pelaporan pelecehan seksual di transportasi publik.

E. Tindakan Melapor

Tindakan melapor merupakan bentuk respons nyata yang dilakukan korban atau saksi untuk menyampaikan kejadian pelecehan seksual kepada pihak berwenang. Dalam konteks penelitian ini, perilaku pelaporan dipahami sebagai bentuk kesadaran serta keberanian penumpang perempuan dalam merespons pengalaman pelecehan seksual di transportasi umum, khususnya TransJakarta. Pilihan untuk melakukan pelaporan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, antara lain persepsi rasa aman, adanya dukungan sosial, aksesibilitas dan anonimitas mekanisme pelaporan, serta tingkat kepercayaan terhadap institusi yang berwenang (Prasetyo & Indrawati, 2022).

Dalam kerangka penelitian ini, tindakan melapor diposisikan sebagai variabel dependen untuk mengukur sejauh mana kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” mampu mendorong perubahan perilaku serta meningkatkan keberanian penumpang perempuan dalam melaporkan pelecehan seksual.

F. Paradigma Penelitian

Dengan berpijak pada paradigma positivistik, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memahami fenomena sosial melalui data terukur yang dianalisis secara statistik. Pendekatan ini dinilai tepat untuk menjawab tujuan penelitian, yaitu menguji pengaruh pesan kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” PT TransJakarta terhadap meningkatnya kesadaran penumpang perempuan untuk melaporkan pelecehan seksual di Halte Monas. Sugiyono (2021) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif berfokus pada pengujian hipotesis dengan memanfaatkan

data berbentuk angka yang diolah melalui analisis statistik, sehingga hasil penelitian yang diperoleh bersifat terukur, objektif, dan dapat digunakan sebagai dasar dalam menilai efektivitas suatu kampanye sosial.

Penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H0 : Tidak Terdapat Pengaruh Pesan Kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” oleh PT TransJakarta terhadap peningkatan kesadaran penumpang perempuan untuk melaporkan tindakan pelecehan.

H1 : Terdapat Pengaruh Pesan Kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” oleh PT TransJakarta terhadap peningkatan kesadaran penumpang perempuan untuk melaporkan tindakan pelecehan.

Metode Penelitian

Metode kuantitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan pengaruh pesan kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” PT TransJakarta terhadap kesadaran penumpang perempuan dalam melaporkan pelecehan seksual di Halte Monas, Jakarta Pusat. Pendekatan ini bertujuan mendeskripsikan fenomena melalui data numerik tanpa melakukan pengujian hubungan sebab-akibat secara langsung (Sugiyono, 2021).

Data penelitian diperoleh melalui kuesioner yang mengukur persepsi responden terhadap aspek kampanye, meliputi intensitas penyampaian pesan, konten pesan, media yang digunakan, serta keberanian untuk melapor. Analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan secara objektif pengaruh pesan kampanye. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan evaluasi dan pengembangan strategi kampanye PT TransJakarta ke depan.

A. Populasi

Sugiyono (2021) memaknai populasi sebagai keseluruhan elemen penelitian, baik berupa objek maupun subjek, yang memiliki karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti sebagai dasar untuk dipelajari serta dijadikan acuan penarikan kesimpulan. Seluruh penumpang perempuan pengguna TransJakarta di Halte Monas yang memiliki kemungkinan terpapar pesan kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” PT TransJakarta ditetapkan sebagai populasi penelitian. Berdasarkan data PT Transportasi Jakarta (2023), jumlah penumpang harian di Halte Monas berkisar antara 3.500–4.000 orang, dengan estimasi 60% merupakan perempuan. Maka, jumlah populasi diperkirakan sekitar 2.400 penumpang perempuan per hari.

B. Sampel

Arikunto (2021) menjelaskan bahwa sampel merupakan sebagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili objek penelitian. Penggunaan sampel menjadi diperlukan ketika populasi penelitian memiliki jumlah yang terlalu besar sehingga tidak memungkinkan untuk diteliti secara menyeluruh. Dalam penelitian ini digunakan teknik sampel insidental (incidental sampling), yaitu teknik penentuan

sampel berdasarkan kebetulan, dimana siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dipandang sesuai sebagai sumber data dapat dijadikan sebagai sampel penelitian sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2021:131). Teknik ini dipilih karena populasi penumpang perempuan di Halte Monas sangat besar dan terus berubah setiap waktu, sehingga lebih praktis apabila peneliti mengambil responden yang ditemui secara langsung di lokasi penelitian pada saat pengumpulan data berlangsung.

Sampel insidental memudahkan peneliti dalam menjangkau responden secara cepat dan efisien, terutama pada situasi lapangan dengan mobilitas tinggi seperti halte transportasi umum. Menurut Suryadi et al. (2019), teknik ini sesuai digunakan apabila populasi sulit diidentifikasi secara pasti jumlahnya dan peneliti membutuhkan fleksibilitas dalam proses pengambilan data.

Dalam penelitian ini, responden adalah penumpang perempuan yang secara kebetulan ditemui di Halte Monas saat penelitian berlangsung dan memenuhi kriteria penelitian, yaitu penumpang perempuan yang mengetahui atau pernah terpapar kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” oleh PT TransJakarta. Dengan demikian, pemilihan responden dilakukan berdasarkan ketersediaan dan kesediaan responden pada saat itu tanpa pembagian kelompok tertentu seperti waktu keberangkatan.

C. Jenis Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2021:137), data primer merujuk pada data yang dikumpulkan langsung dari responden sebagai sumber utama penelitian. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian ini menghimpun data primer melalui distribusi kuesioner kepada penumpang perempuan di Halte Monas, Jakarta Pusat.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sumber-sumber pendukung yang relevan, seperti dokumen dan publikasi ilmiah. Nazir (2022:54) menyebutkan bahwa data sekunder dapat berasal dari dokumen resmi, arsip, serta hasil penelitian terdahulu yang dapat dipercaya. Adapun sumber data sekunder yang digunakan meliputi laporan tahunan PT TransJakarta, data Dinas Perhubungan DKI Jakarta, jurnal ilmiah, dan literatur terkait pelecehan seksual serta kampanye sosial.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode, antara lain:

1. Angket (Kuesioner)

Angket digunakan sebagai teknik utama untuk mengumpulkan data primer. Menurut Sugiyono (2021:142), “Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk menghimpun data sekunder, meliputi laporan pelecehan seksual di TransJakarta, informasi mengenai jumlah penumpang, media kampanye yang digunakan, serta dokumentasi visual terkait kegiatan kampanye. Menurut Moleong (2021:217), "Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menghimpun dokumen-dokumen resmi atau catatan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

E. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur hal yang ingin diteliti. Instrumen dikatakan valid apabila dapat menghasilkan data yang sesuai dengan variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2022:153), instrumen dianggap valid jika benar-benar dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas instrumen dapat dilihat dari adanya hubungan yang signifikan antara skor setiap item pernyataan dengan skor total keseluruhan.

F. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur suatu variabel. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memberikan hasil yang relatif sama ketika pengukuran dilakukan berulang pada objek yang sama. Menurut Ghozali (2021:49), "Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu."

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik kuantitatif, yaitu metode yang digunakan untuk mengolah data numerik atau skor kuesioner, kemudian diinterpretasikan sesuai dengan tujuan penelitian dan pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2021:207), analisis data kuantitatif adalah proses pengolahan dan pengujian data berupa angka untuk memperoleh simpulan penelitian yang valid dan objektif, baik menggunakan statistik deskriptif maupun statistik inferensial.

H. Subjek Penelitian

Sebagai sistem Bus Rapid Transit (BRT), TransJakarta berperan sebagai sarana transportasi publik utama di Jakarta dan juga menciptakan ruang sosial dengan intensitas interaksi yang cukup tinggi. Dalam penelitian ini, TransJakarta diposisikan sebagai subjek operasional yang menyediakan lingkungan mobilitas dengan karakteristik kepadatan penumpang, dinamika ruang bergerak, serta potensi kerentanan yang timbul dari keterbatasan ruang pribadi. Kondisi fisik dan sosial tersebut menciptakan lingkungan yang relevan untuk mengkaji pengalaman

pengguna, khususnya terkait isu keamanan dan risiko pelecehan seksual dalam transportasi publik.

Sebagai respons terhadap meningkatnya perhatian publik terhadap kasus pelecehan di transportasi umum, PT TransJakarta mengimplementasikan kampanye "Laporkan Pelecehan Seksual". Kampanye ini dioperasikan melalui penyebaran materi komunikasi visual di halte dan armada bus, serta penyediaan prosedur pelaporan melalui petugas layanan maupun kanal digital resmi. Upaya ini bertujuan memperkuat mekanisme perlindungan penumpang, meningkatkan kesadaran kolektif, dan mendorong pengungkapan kasus yang kerap tidak dilaporkan akibat stigma atau ketidakjelasan prosedur. Dalam kerangka penelitian, kampanye ini menjadi elemen penting yang menunjukkan bagaimana institusi layanan transportasi berperan dalam menciptakan lingkungan yang lebih aman serta peka terhadap isu kekerasan berbasis gender di ruang publik.

Hasil dan Pembahasan

A. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 96 responden dengan karakteristik sebagai berikut:

1. Penumpang perempuan
2. Mengetahui atau pernah terpapar kampanye "Laporkan Pelecehan Seksual" oleh PT TransJakarta.

Penelitian ini melibatkan sebanyak 96 responden yang merupakan pengguna transportasi umum TransJakarta. Responden terdiri dari berbagai usia, tingkat frekuensi penggunaan, waktu tiba di halte, status pekerjaan, serta pengalaman terkait menampilkan seksual di transportasi umum.

B. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.444	.322		7.581	<.001
Nilai Rata – Rata Variabel Pesan Kampanye "Laporkan Pelecehan Seksual"	.395	.082	.446	4.829	<.001

Sumber: SPSS 29

Berdasarkan tabel Coefficients, persamaan regresi linier sederhana diperoleh sebagai berikut: $Y = 2.444 + 0.395X$ Persamaan ini menunjukkan bahwa konstanta sebesar 2.444 mengindikasikan bahwa ketika pesan kampanye "Laporkan Pelecehan Seksual" tidak berpengaruh ($X = 0$), kesadaran penumpang perempuan dalam melaporkan pelecehan seksual (Y) berada pada angka 2.444. Sedangkan

koefisien regresi sebesar 0.395 mengartikan bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel pesan kampanye akan berkontribusi meningkatkan kesadaran penumpang perempuan sebesar 0.395 satuan. Nilai koefisien yang positif ini menandakan adanya hubungan searah antara kedua variabel, sehingga peningkatan intensitas kampanye akan diikuti dengan peningkatan kesadaran penumpang perempuan.

C. Uji T

Hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 4.829 dengan nilai signifikansi <0.001. Karena nilai signifikansi ini lebih kecil dari batas 0,05 ($p < 0,05$), dapat disimpulkan bahwa variabel pesan kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran penumpang perempuan dalam melaporkan pelecehan seksual. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif antara pesan kampanye dan kesadaran penumpang perempuan diterima. Temuan ini menegaskan bahwa pesan kampanye yang disampaikan, dapat mempengaruhi kesadaran perempuan untuk melaporkan tindakan pelecehan seksual yang mereka alami.

D. Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,199 atau 19,9 persen. Angka ini menunjukkan bahwa sekitar 19,9 persen variasi pada kesadaran penumpang perempuan dalam melaporkan pelecehan seksual dapat dijelaskan oleh variabel pesan kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual”. Sementara itu, sisanya sebesar 80,1 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini, seperti kondisi sosial, budaya, lingkungan, maupun pengalaman pribadi korban. Selain itu, nilai R sebesar 0,446 menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat dan positif antara pesan kampanye dengan kesadaran penumpang perempuan.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.446 ^a	.199	.190	.346

Sumber: SPSS 29

Sebanyak 96 responden perempuan dipilih berdasarkan kriteria penggunaan layanan TransJakarta dan paparan terhadap kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual”. Karakteristik responden menunjukkan profil penumpang yang relevan untuk menilai pengaruh pesan kampanye, mengingat kelompok ini merupakan pengguna aktif transportasi publik sekaligus kelompok yang rentan terhadap pelecehan seksual. Rentang usia responden berada pada 19–47 tahun, dengan dominasi usia dewasa muda, khususnya usia 23 tahun (12,5%). Komposisi ini mencerminkan karakter pengguna transportasi massal perkotaan yang memiliki mobilitas tinggi dan cenderung responsif terhadap kampanye layanan publik. Dari sisi intensitas penggunaan, 62,5% responden menggunakan TransJakarta minimal

satu kali per minggu, dan 38,5% menggunakannya tiga kali atau lebih per minggu, menunjukkan tingkat paparan kampanye yang relatif tinggi.

Meskipun menggunakan sampel insidental, peneliti menetapkan proporsi responden yang seimbang pada setiap waktu pengambilan data, yaitu pagi, siang, dan sore masing-masing sebesar 33,3% untuk memastikan keterwakilan variasi kondisi perjalanan dan tingkat kepadatan penumpang pada setiap rentang waktu. Berdasarkan status pekerjaan, responden didominasi oleh pekerja (64,6%), yang umumnya melakukan perjalanan rutin pada jam sibuk, sehingga relevan dalam konteks paparan pesan kampanye. Terkait pengalaman pelecehan seksual, sebanyak 4,2% responden mengaku pernah menjadi korban secara langsung, sedangkan 29,2% pernah menyaksikan kejadian pelecehan di TransJakarta. Hasil ini menegaskan bahwa isu pelecehan seksual merupakan fenomena nyata yang disadari oleh sebagian responden, sehingga mendukung urgensi pelaksanaan kampanye yang diteliti.

Secara keseluruhan, karakteristik responden mencerminkan penumpang perempuan TransJakarta yang berada pada usia produktif, memiliki intensitas perjalanan tinggi, serta menyadari risiko pelecehan seksual di transportasi publik, sehingga layak dijadikan dasar untuk menilai pengaruh pesan kampanye dalam meningkatkan kesadaran dan kecenderungan melapor.

E. Pesan kampanye Laporkan Pelecehan Seksual PT Transjakarta

Analisis variabel pesan kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” menunjukkan bahwa pesan kampanye PT TransJakarta dibentuk oleh empat aspek utama, yaitu intensitas pesan, konten, media, dan respons publik. Responden perempuan di Halte Monas umumnya menyatakan sering terpapar pesan kampanye melalui halte, interior bus, dan media digital resmi, yang menunjukkan konsistensi eksposur kampanye. Intensitas ini berkontribusi pada peningkatan perhatian, sejalan dengan prinsip mere exposure dan temuan Alvia et al. (2025), meskipun masih terdapat keterbatasan pemerataan distribusi di beberapa titik layanan.

Dari sisi konten, pesan kampanye dinilai jelas, ringkas, dan relevan dengan pengalaman perjalanan sehari-hari, khususnya dalam memberikan instruksi pelaporan yang mudah dipahami. Hal ini sejalan dengan Adelia et al. (2024) yang menegaskan pentingnya instruksi tindakan yang eksplisit dalam kampanye antipelecehan. Relevansi pesan juga memperkuat keterkaitan dengan situasi pengguna, sebagaimana dikemukakan Fazri et al. (2022).

Pada aspek media, penggunaan kombinasi media offline dan online, seperti poster, stiker, visual dalam bus, aplikasi TIJE, dan media sosial, memperluas jangkauan serta meningkatkan retensi informasi. Strategi multikanal ini mendukung efektivitas kampanye publik di ruang mobilitas tinggi. Respons publik menunjukkan kecenderungan positif, ditandai dengan meningkatnya perhatian, kesadaran, dan keberanian untuk melapor. Hasil ini sejalan dengan temuan Alvia et al. (2025) dan dapat dipahami melalui kerangka teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R). Secara keseluruhan, pengaruh pesan kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” berada pada kategori tinggi dan dinilai efektif dalam meningkatkan kesadaran serta

kesiapan penumpang perempuan untuk melaporkan tindakan pelecehan seksual di transportasi publik.

F. Kesadaran Penumpang Dalam Melaporkan Pelecehan Seksual PT Transjakarta

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kesadaran penumpang perempuan terbentuk secara kuat pada tiga indikator utama, yaitu pengetahuan, pemahaman prosedural, dan sikap terhadap pelaporan. Lebih dari 92% responden mampu mengidentifikasi berbagai bentuk pelecehan seksual, termasuk tanpa kontak fisik, serta memahami hak perlindungan dan pendampingan. Pemahaman prosedural juga tergolong tinggi (>89%), mencakup alur, kanal, dan informasi teknis pelaporan, meskipun masih terdapat sebagian kecil responden yang belum memahami detailnya. Dari sisi sikap, mayoritas responden menilai pelaporan sebagai tindakan penting untuk keselamatan bersama. Secara keseluruhan, kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” PT TransJakarta memengaruhi kesadaran multidimensi penumpang perempuan, namun masih memerlukan penguatan pada penyampaian teknis pelaporan agar efektivitasnya lebih merata.

G. Pengaruh Pesan Kampanye terhadap Kesadaran Penumpang Dalam Melaporkan Pelecehan Seksual PT Transjakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” PT TransJakarta terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran penumpang perempuan untuk melaporkan pelecehan seksual. Nilai koefisien regresi sebesar 0.395 dengan signifikansi <0.001 menunjukkan bahwa peningkatan intensitas paparan kampanye diikuti oleh peningkatan kesadaran pelaporan, sehingga hipotesis penelitian diterima. Temuan ini sejalan dengan kerangka teori Stimulus–Organism–Response (S–O–R), di mana pesan kampanye sebagai stimulus diproses secara kognitif dan afektif oleh penumpang, lalu menghasilkan respons berupa peningkatan kesadaran dan kesiapan melapor.

Nilai R Square sebesar 0.199 mengindikasikan bahwa kampanye berkontribusi sebesar 19,9% terhadap variasi kesadaran pelaporan, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain seperti norma sosial, stigma, dan hambatan struktural. Hal ini menegaskan bahwa kampanye mempengaruhi kesadaran, namun perubahan perilaku pelaporan memerlukan dukungan sistemik. Konsistensi temuan ini dengan penelitian sebelumnya memperkuat bahwa kampanye komunikasi publik berperan penting dalam meningkatkan kesadaran, meskipun bukan satu-satunya faktor penentu. Secara keseluruhan, kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” terbukti mempengaruhi kesadaran penumpang perempuan dan relevan dalam konteks keselamatan transportasi publik berbasis perspektif S–O–R.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Kampanye “Laporkan Pelecehan Seksual” yang dilakukan oleh PT TransJakarta mempengaruhi tingkat kesadaran penumpang perempuan untuk melaporkan tindakan pelecehan seksual. Pesan kampanye yang disampaikan melalui kombinasi media offline dan online terbukti

berpengaruh positif dan signifikan terhadap dimensi kognitif, prosedural, dan afektif kesadaran pelaporan. Kampanye memperkuat pengetahuan mengenai bentuk pelecehan, pemahaman prosedur pelaporan, serta sikap positif terhadap tindakan melapor, sesuai dengan kerangka Stimulus–Organism–Response (S–O–R). Meskipun kesadaran dasar telah ada sebelum paparan kampanye, pesan kampanye berperan penting dalam memperkuat dan menstabilkan kesadaran tersebut. Secara keseluruhan, kampanye TransJakarta berhasil menjalankan fungsi komunikasinya sebagai tindakan preventif dan kampanye kesadaran mengenai pelecehan seksual di transportasi publik.

Daftar Pustaka

- Adelia, I., Online, L. R.-I., & 2024, U. (2024). Esensi Pengalaman Partisipan Perempuan Dalam Menginternalisasi Nilai-Nilai Anti Kekerasan Seksual Oleh Komnas Perempuan. *Ejournal3.Undip.Ac.Id.* <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/48835>
- Alifia Nugroho A. and Lukmanto T., A. P. (2023). Pengaruh terpaan kampanye “Stop Pelecehan Seksual” terhadap sikap pengguna TransJakarta. *Jurnal Interaksi Online*, 11(1), 45–60.
- Alvia, Z., Aris, A., Informatika, S. S.-J. M., & 2025, undefined. (2025). Pengaruh Audio Visual Terhadap Tingkat Pengetahuan Pengenalan Identitas Gender Pada Remaja Dalam Di Madrasah Tsanawiyah Darussalam Gempol Sukodadi. *Ejournal.Sisfokomtek.Org*, 6, 2176–2181. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jumin/article/view/6269>
- Arikunto, S. (2021). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2020). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (Edisi ke-5)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fazri, M., Putri, I., Of, S. S.-D. J., & 2022, U. (2022). Keterampilan Interpersonal Dalam Berkomunikasi Tatap Muka. *Journal.Laaroiba.Com.* <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v2i1.510>
- Firmansyah Adiarsa M. and Aryani N., H. (2023). Efektivitas kampanye sosial dalam membentuk sikap masyarakat. *Jurnal Intervensi Sosial Dan Pembangunan*, 4(2), 66–78.
- Fitriani R., A. and H. (2020). Perubahan kesadaran terhadap kekerasan seksual di ruang publik. *Jurnal Sosial Gender*, 6(2), 55–70.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jakarta, D. P. D. K. I. (2023). *Laporan tahunan kasus pelecehan seksual di TransJakarta*. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.
- Li Wang Y. and Li M., X. (2021). Using the S-O-R model to understand user response to mobile short video ads. *Journal of Marketing Communications*, 27(1), 93–110.

- Maulida, B., & Sumarni, L. (2024). Manajemen Kampanye Public Relations Anti Kekerasan Dan Pelecehan Seksual Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan PT. Kereta Commuter Indonesia. Repository.Umj.Ac.IdB Maulida, L SumarniHarmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial
- Mehrabian J. A., A. and R. (1974). An approach to environmental psychology. MIT Press.
- Moleong, L. J. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2022). Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Neuman, W. L. (2022). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches (8th ed.). Pearson Education.
- Nunnally, J.C. (2020). Psychometric Theory. New York: McGraw-Hill. PT Transportasi Jakarta. (2023). Laporan Tahunan PT TransJakarta 2023. Jakarta: PT TransJakarta.
- Pratiwi T., D. and H. (2022). Strategi komunikasi kampanye anti kekerasan seksual di transportasi umum di DKI Jakarta. Jurnal Komunikasi Publik, 8(1), 47–58.
- Puspita M., A. and L. (2021). Manajemen kampanye sosial dan strategi komunikasi publik. Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(2), 77–91. <https://eprints2.undip.ac.id/view/subjects/fisip.html>
- Putri Sulistio T. and Farikhah I., R. M. (2022). Tantangan korban pelecehan dalam sistem pelaporan publik. RechtJiva, 9(1), 13–25.
- Ramadhani, D. A., & Yusuf, M. A. (2020). Interaktivitas media sosial dalam kampanye sosial: Studi kasus #MeToo di Indonesia. Jurnal Media dan Komunikasi, 5(2), 115–128.
- Rizky, L. M., & Sulastri, N. (2022). Normalisasi budaya patriarkis terhadap pelecehan seksual di ruang publik. Jurnal Sosiologi Perempuan, 4(1), 33–47.
- Rosdiana Nugraheni R. and Wibowo A., R. (2024). Hambatan pelaporan pelecehan seksual di transportasi publik: Tinjauan hukum dan sosiologis. Lex Suprema, 12(1), 22–37.
- Salazar, L. F., Crosby, R. A., & DiClemente, R. J. (2021). Health Behavior Theory for Public Health: Principles, Foundations, and Applications (2nd ed.). Jones & Bartlett Learning.
- Santre, S., ... T. P. of environmental research and public, & 2022, U. (2022). Effects of blended learning program for cyber sexual harassment prevention among female high school students in Bangkok, Thailand. Mdpi.Com. <https://www.mdpi.com/1660-4601/19/13/8209>
- Slater, M. D. (2018). Theory and method in health campaign evaluation. Communication Methods and Measures, 12(2–3), 126–138.
- Sudjana, N. (2019). Metode Statistika. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
- Susanto, A., & Wijaya, R. A. (2021). Evaluasi dampak kampanye sosial berbasis media digital. Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia, 6(1), 70–83.

- Sushmitha, G., Umadevi, R., & Eashwar, A. V. (2024). IJCM_55A: Harassment in public transport: A study to quantify the violence against women in Chennai district, Tamil Nadu. *Indian Journal of Community Medicine*, 49(Suppl 1), S16.
- UN Women. (2020). *Safe Cities and Safe Public Spaces Global Results Report*. <https://www.unwomen.org>
- Utomo, A., JABN, M. Y., & 2023, undefined. (2023). Upaya Identifikasi dan Pencegahan Tindakan Kekerasan di Lingkungan Pendidikan. *Jabn.Upnjatim.Ac.Id*, 4(1), 56. <https://jabn.upnjatim.ac.id/index.php/jabn/article/view/203>
- Wahyuni, N. D., & Handayani, P. A. (2021). Trauma dan dampak psikologis pelecehan seksual pada perempuan di transportasi umum. *Jurnal Psikologi Sosial Indonesia*, 8(1), 28–42.
- Wang, L., Zhang, Q., & Chen, H. (2023). Credibility of campaign content and behavioral intention: An S-O-R framework. *Asian Journal of Communication*, 33(2), 134–150.
- Wulandari S., R. and R. (2021). Pola komunikasi kampanye sosial berbasis gender di ruang publik. *Jurnal Sosialita*, 5(3), 99–113.
- Wulandari, R. (2023). Pemahaman perempuan tentang bentuk pelecehan seksual di ruang publik. *Jurnal Humani*, 10(2), 88–102.
- Yusuf, R. A., & Lestari, D. (2023). Efektivitas testimoni dalam meningkatkan pelaporan kasus kekerasan seksual. *Jurnal Komunikasi dan Advokasi*, 7(2), 90–104. https://repository.unissula.ac.id/42234/1/Ilmu%20Komunikasi_32802100123_fullpdf.pdf
- Zhang, X., & Crespi, A. (2022). Agenda-setting in digital campaigns: Public response to anti-harassment messaging. *Journal of Media Influence*, 11(1), 15–29.
- Zulvianti, N., Sari, G. I., & Kohar, W. (2021). Bentuk pesan komunikasi organisasi ikatan pemuda dalam peningkatan keamanan dan kenyamanan warga Kota Padang. *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 12(02), 181–191. <https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/2567518>