

Abstrak

New media hadir seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, dari sini lah kemudian tercipta media komunikasi baru dalam komunikasi massa yaitu sosial media. Sosial media sendiri di era sekarang ini merupakan salah satu media penyampaian pesan yang cukup efektif, salah satunya adalah kampanye sosial. dimana tujuan dari kampanye sosial adalah kegiatan berkampanye yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan serangkaian tindakan untuk mengkomunikasikan pesan yang biasanya berisi tentang masalah-masalah sosial kemasyarakatan, dalam penelitian ini Rifka Annisa Yogyakarta selaku LSM yang berfokus terhadap penghapusan kekerasan pada perempuan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif dengan studi deskriptif, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada pihak Rifka Annisa Yogyakarta selaku lembaga swadya masyarakat tersebut. Rifka Annisa Yogyakarta memanfaatkan hampir seluruh media sosial sebagai media penyampaian pesan pesan kampanye sosialnya antara lain ; Facebook, Youtube, Instagram, dan website resmi Rifka Annisa Yogyakarta, pemanfaatan media sosial dalam prosese kampanye sosialnya tersebut dilakukan dengan berbagai jenis konten antara lain edukasi informatif seputar perempuan, film pendek, diskusi online, jurnal dan penelitian yang diunggah ke sosial media mereka. Strategi kampanye sosial penghapusan kekerasan perempuan melalui media sosial yang dilakukan oleh LSM Rifka Annisa Yogyakarta memiliki konsep yang cukup terarah dan tersruktur dengan sangat baik.

Kata Kunci : *New Media*, Media Sosial, Kampanye Sosial. Strategi

Abstract

New media comes along with the rapid development of technology, from here it is then created a new communication media in mass communication, namely social media. Social media itself in today's era is one of the media to convey messages that is quite effective, one of which is social campaigns. Where the purpose of a social campaign is a campaigning activity carried out by a person or group with a series of actions to communicate messages that usually contain social issues, in this research Rifka Annisa Yogyakarta as an NGO that focuses on eliminating violence against women. The method used in this research is a qualitative research method with descriptive studies, data collection was carried out by interviewing Rifka Annisa Yogyakarta as the non-governmental organization. Rifka Annisa Yogyakarta utilizes almost all social media as a medium for conveying messages of social campaign messages, among others; Facebook, Youtube, Instagram, and the official website of Rifka Annisa Yogyakarta, the use of social media in the social campaign process is carried out with various types of content including informative education about women, short films, online discussions, journals and research uploaded to their social media. The social campaign strategy for eliminating women's violence through social media carried out by the Rifka Annisa Yogyakarta NGO has a fairly well-directed and structured concept.

Keywords : *New Media, Social Media, Social Campaign, Strategy*