

# KAMPANYE FEMINISME OLEH YAYASAN JURNAL PEREMPUAN MELALUI AKUN INSTAGRAM (ANALISIS ISI PADA KONTEN POST @JURNAL\_PEREMPUAN)

## ABSTRAK

Penggunaan internet terus meningkat setiap tahunnya beriringan dengan perubahan kebiasaan masyarakat. Sebagaimana disebutkan dalam Teori Mediatisasi oleh Andreas Hepp (2013), terjadinya interelasi antara media dengan sosio kultural, seperti halnya kampanye feminisme oleh Yayasan Jurnal Perempuan (YJP) melalui akun Instagram @jurnal\_perempuan. Menariknya, dengan berbagai prestasi YJP, ternyata akun Instagramnya masih mencapai angka *engagement rate* yang rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kampanye feminisme oleh YJP mencakup frekuensi kategori dominan pada konten Instagram @jurnal\_perempuan. Dengan metode kuantitatif deskriptif, peneliti melakukan Analisis Isi dengan *total sampling*, yakni konten *post* Bulan Juli 2023 hingga November 2023 sebanyak 69 konten *post*. Hasil penelitian menemukan bahwa *Frame of Relevance* paling dominan ialah Kajian Feminisme (40,6%), *Constellation of Actor* paling banyak dengan kategori Tidak Ada Tag (42%), dan *Communicative Practice* dominan ialah *Carousel* (59,4%). Ketiga variabel menunjukkan bahwa YJP belum membawakan konten dan memanfaatkan fitur dengan proporsional sehingga berpengaruh buruk terhadap *engagement rate* bahkan efektivitas kampanye feminisme oleh YJP melalui akun Instagramnya.

**Kata Kunci:** Kampanye Feminisme, Analisis Isi, *Engagement Rate*

**FEMINISM CAMPAIGN BY YAYASAN JURNAL PEREMPUAN THROUGH  
INSTAGRAM ACCOUNT (CONTENT ANALYSIS OF @JURNAL\_PEREMPUAN)**

**ABSTRACT**

*Internet usage continues to increase every year along with changes in people's habits. As mentioned in the Mediatization Theory by Andreas Hepp (2013), the interrelation between media and socio-cultural, such as the feminism campaign by Yayasan Jurnal Perempuan (YJP) through the Instagram account @jurnal\_perempuan. Interestingly, despite YJP's various achievements, it turns out that its Instagram account still achieves a low engagement rate. This research aims to analyze the feminism campaign by YJP including the frequency of dominant categories on @jurnal\_perempuan's content post. Using a descriptive quantitative method, the researcher conducted Content Analysis with Total Sampling, namely content posts from July 2023 to November 2023 totaling 69 content posts. The research results found that the most dominant Frame of Relevance was Feminism Studies (40.6%), the Constellation of Actor was the most common in the No Tag category (42%), and the dominant Communicative Practice was Carousel (59.4%). The three variables show that YJP has not delivered content and utilized features proportionally, which adversely affects the engagement rate and even the effectiveness of the feminism campaign by YJP through its Instagram account.*

**Keywords: Feminism Campaign, Content Analysis, Engagement Rate**