

**SIKAP MENGENAI PESAN KAMPANYE JO KAWIN BOCAH DAN PERSEPSI
RESIKO TERHADAP KESADARAN PERILAKU PENCEGAHAN PERNIKAHAN DINI**

Lintang Nungky Nurmaida, Wiwid Noor Rakhmad, Agus Naryoso

Email : lintang26nungky@gmail.com

Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman : <http://www/fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The research was motivated by an increase in the rate of early marriage in Purwodadi, so efforts to prevent it were formed through the socialization of the Jo Kawin Bocah campaign in collaboration with the Grobogan Children's Forum as peer communicators. SMP Negeri 1 Purwodadi is one of the only schools in Purwodadi that will have the opportunity to receive socialization about this campaign in 2023. Providing this campaign should be able to provide information so that it can be predicted that teenagers will have behavioral awareness about preventing early marriage. This research was conducted using the Theory of Planned Behavior by analyzing the influence of attitudes regarding campaign messages and risk perceptions on behavioral awareness. The method used in the research is explanatory quantitative with non-probability sampling techniques, especially purposive sampling.

The results of research conducted on 31 respondents who took part in the Jo Kawin Bocah campaign socialization showed that variables, namely attitudes regarding campaign messages and risk perceptions, had a significant influence on awareness of early marriage prevention behavior. Hypothesis testing using multiple linear regression analysis shows a

significance value of 0.000 with a percentage of influence resulting from variables of 65.3%. So it was concluded that the research conducted to look at behavioral awareness in preventing early marriage showed results that were in line with the theoretical reference used.

Keywords : *Attitudes Regarding Campaign Messages, Risk Perception, Awareness of Early Marriage Prevention Behavior, Theory of Planned Behavior*

ABSTRAK

Penelitian di latarbelakangi adanya kenaikan angka pernikahan dini di Purwodadi sehingga dibentuklah upaya pencegahannya melalui sosialisasi kampanye Jo Kawin Bocah yang bekerja sama dengan Forum Anak Grobogan selaku komunikator sebaya. SMP Negeri 1 Purwodadi termasuk sekolah satu satunya di Purwodadi yang berkesempatan mendapatkan sosialisasi kampanye tersebut di tahun 2023. Pengadaan kampanye ini seharusnya mampu memberikan informasi sehingga dapat diprediksi remaja memiliki kesadaran perilaku akan pencegahan pernikahan dini. Penelitian ini dilakukan menggunakan *Theory of Planned Behavior* dengan menganalisis pengaruh antara sikap mengenai pesan kampanye dan persepsi resiko terhadap kesadaran perilaku. Metode yang digunakan pada penelitian adalah kuantitatif eksplanatori dengan teknik *non-probability sampling* khususnya *purposive sampling*.

Hasil penelitian yang dilakukan kepada 31 responden yang mengikuti sosialisasi kampanye Jo Kawin Bocah menunjukkan bahwa variabel yaitu sikap mengenai pesan kampanye dan persepsi resiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran perilaku pencegahan pernikahan dini. Pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan besaran persentase pengaruh yang dihasilkan dari variabel sebesar 65,3%. Maka disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan untuk melihat kesadaran perilaku dalam pencegahan pernikahan dini menunjukkan hasil yang sejalan dengan acuan teori yang digunakan.

Kata Kunci : *Sikap Mengenai Pesan Kampanye, Persepsi Resiko, Kesadaran Perilaku Pencegahan Pernikahan Dini,, Theory of Planned Behavior*

PENDAHULUAN

Pernikahan dini adalah suatu ikatan yang dilakukan oleh pasangan laki-laki dan perempuan di mana keduanya atau salah satunya belum memasuki usia ideal untuk menikah atau <19 tahun (Retno Sudewi, 2021:2). Sebenarnya, istilah pernikahan dini tidak tercantum dalam undang - undang yang membahas tentang perkawinan di Indonesia tetapi dicantumkan dengan jelas pembatasan usia bagi seseorang untuk melakukan pernikahan. Pembatasan usia minimal untuk melakukan pernikahan tersebut telah dilakukan pembaharuan dari UU No 1 Tahun 1974 menjadi UU No 16 Tahun 2019 pada 15 Oktober 2019 yang isinya mengenai penetapan batas usia minimum antara laki-laki dan perempuan untuk melangsungkan pernikahan disamakan, yaitu di atas 19 tahun. Meskipun sebagaimana tertera dalam UU perkawinan terdapat batas usia minimal menikah, namun apabila pasangan di bawah 19 tahun dapat memenuhi persyaratan sesuai Peraturan Mahkamah Agung No 5 tahun 2019 dapat mengajukan permohonan dispensasi kawin. Namun, sejak berlakunya regulasi baru tentang batas usia minimal menikah di atas 19 tahun dan

mewajibkan pernikahan pasangan di bawah 19 tahun dicatat dalam pendataan justru mengakibatkan peningkatan angka permohonan dispensasi kawin di pengadilan agama, salah satunya di Jawa Tengah.

Jawa Tengah merupakan provinsi yang secara nasional di tahun 2019 masih berada di posisi grafik hijau dengan angka 10,2% berada tepat di bawah rata-rata nasional yang bernilai 10,82 % (Badan Pusat Statistik, 2020). Dari banyaknya Kabupaten/Kota di Jawa Tengah, salah satu kecamatan di Kabupaten Grobogan menjadi sorotan karena menyumbang angka dispensasi kawin terbanyak hingga menempati posisi pertama di Jawa Tengah pada pertengahan 2022, yaitu Kecamatan Purwodadi. Berdasarkan data pernikahan anak di Jawa Tengah pada pertengahan 2022, Kecamatan Purwodadi mendapatkan jumlah 345 kasus pernikahan dini (Kanwil Kemenag Jateng, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Indah Kurniasari (2019) menemukan bahwa fenomena pernikahan dini di Purwodadi tahun 2016-2019 merupakan peristiwa yang wajar di mana sebanyak 58% (29 pasangan) melakukan pernikahan dini atas dasar keinginan sendiri karena

pernikahan dinilai dapat menghindari dari perbuatan zina dan meringankan beban orang tua, sementara 42% (21 pasangan) lainnya hasil perjodohan orangtua. Hal ini menunjukkan kurangnya kesadaran masyarakat akan dampak pernikahan dini

Melihat faktor pendorong fenomena pernikahan dini di atas, maka dilakukan upaya kampanye untuk meningkatkan kesadaran dalam mencegah pernikahan dini. Dinas perempuan dan anak Jawa Tengah di tahun 2020 melakukan peluncuran gerakan kampanye “Jo Kawin Bocah” dengan tujuan utama meningkatkan kesadaran dan komitmen bersama pemangku kepentingan dalam melalui tersosialisasinya pengetahuan dan keterampilan/kecakapan hidup bagi anak-anak (Retno Sudewi, 2021: 15). Kampanye ini aktif diselenggarakan ke berbagai daerah di Jawa Tengah mulai tahun 2021 dan tentu saja Kecamatan Purwodadi masuk ke dalam daftar daerah yang mendapatkan kampanye tersebut. Purwodadi selaku daerah yang memiliki permohonan dispensasi kawin terbanyak di Jawa Tengah berkomitmen bersama dengan Forum Anak Grobogan sebagai pendidik dan konselor dalam penyelenggaraan sosialisasi kampanye Jo

Kawin Bocah sebagai pemberdayaan teman sebaya (Indartiningsih, komunikasi pribadi, 24 Agustus 2023). Satu- satunya sekolah di Purwodadi yang mendapatkan sosialisasi kampanye Jo Kawin Bocah adalah SMP Negeri 1 Purwodadi, yakni tanggal 25 Juli 2023 dengan membawakan materi Penyiapan Perencanaan Kehidupan



Gambar 1. Materi Pesan Kampanye Jo Kawin Bocah

Penggunaan kampanye memungkinkan remaja untuk memperoleh informasi seputar pernikahan dini hingga pentingnya mencegah tindakan tersebut. Hal ini dikarenakan kampanye public relations adalah aktivitas proses komunikasi dari suatu lembaga/organisasi yang bertujuan menciptakan kesadaran dan

pengetahuan melalui penyampaian pesan yang terencana dan berkesinambungan sehingga menumbuhkan hubungan positif (Ruslan, 2008). Pada dasarnya tujuan penggunaan kampanye public relations adalah public awareness yang meliputi pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap kepentingan sosial. Berdasar pada Theory of Planned Behavior yang menjelaskan bahwa seseorang akan melakukan sesuatu dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap individu terhadap perilaku dan norma subjektif (Ajzen dalam Nuri Purwanto et al., 2022:15). Sikap individu merupakan keyakinan dari dalam diri sendiri atau persepsi subjektif mengenai positif atau negatif suatu hal tertentu. Sementara itu, norma subjektif adalah niat individu untuk berperilaku karena pengaruh tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Sebelumnya, upaya yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan kesadaran pencegahan pernikahan dini adalah sosialisasi pesan kampanye Jo Kawin Bocah

oleh Forum Anak Grobogan sehingga dalam hal ini diprediksi apabila social referentnya mendukung sebuah perilaku dan individu memiliki sikap

positif terhadap pesan kampanye mereka akan cenderung berniat melakukan tindakan yang disarankan.

Selain itu, variabel lain yang membentuk niat untuk berperilaku adalah persepsi kontrol. Perceived behavioral control tersebut menjelaskan tentang sejauh mana keyakinan individu memiliki kontrol atau kemampuan untuk berperilaku karena ada faktor lain yang mengendalikan individu tidak bebas berperilaku, meskipun memiliki sikap positif dan norma yang mendukung (Ajzen dalam Nuri Purwanto et al., 2022:17). Hal ini terbukti dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indah Kurniasari (2019) yang menemukan hasil penyebab terbesar pernikahan dini di Purwodadi adalah keyakinan individu akan manfaat pernikahan dini, seperti terhindar dari pergaulan bebas atau zina sekaligus meringankan ekonomi keluarga sehingga disimpulkan bahwa masih rendahnya persepsi akan resiko remaja terhadap pernikahan dini

RUMUSAN MASALAH

Perubahan regulasi UU tentang batas usia minimal untuk melakukan pernikahan dini di tahun 2019 dan berlangsungnya Covid di tahun 2020 telah mengakibatkan kenaikan permohonan

dispensasi kawin di Jawa Tengah. Kecamatan Purwodadi termasuk daerah dengan permohonan dispensasi kawin terbanyak se kabupaten/kota di Jawa Tengah hingga menduduki posisi pertama pada pertengahan 2022. Beberapa variabel yang menjadi faktor pendorong terjadinya pernikahan dini di Purwodadi adalah kurangnya kesadaran masyarakat karena rendahnya persepsi resiko dan tekanan sosial budaya di sekitar yang mendukung perjdodhan anak (Indah Kurniasari, 2019). Maka dari itu, perlunya kesadaran remaja untuk mencegah pernikahan dini.

Dalam upaya meningkatkan kesadaran remaja tentang pencegahan pernikahan dini, Dinas Perempuan dan Anak Jateng merancang kampanye Jo Kawin Bocah sebagai langkah progresif mengkomunikasikan pesan seputar pemahaman dan pengetahuan tentang pernikahan dini. Salah satu daerah yang sudah melakukan sosialisasi kampanye tersebut adalah Kecamatan Purwodadi yang bekerjasama dengan Forum Anak Grobogan dalam event “FAG Goes To School” yang menasar langsung pada remaja. Satu- satunya sekolah di Purwodadi yang mendapatkan sosialisasi melalui kegiatan FAG Goes to School

adalah SMP Negeri 1 Purwodadi pada 25 Juli 2023.

Mengacu pada theory of planned behavior yang menjelaskan bahwa niat individu berperilaku dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan perceived behavior control. Penelitian ini juga menggunakan faktor-faktor tersebut untuk memprediksi pengaruhnya terhadap niat dalam kesadaran berperilaku mencegah pernikahan dini. Sikap dalam penelitian ini direpresentasikan pada sikap mengenai pesan kampanye Jo Kawin Bocah dan norma subjektif direpresentasikan pada dukungan dari Forum Anak Grobogan sebagai social referent yang menyampaikan pesan kampanye. Sementara perceived behavior control direpresentasikan pada persepsi resiko bahwa kendali individu dalam berperilaku salah satunya dipengaruhi faktor lain berupa kemungkinan terjadinya konsekuensi negatif dari pernikahan dini.

Dengan demikian, pertanyaan yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah 'apakah sikap mengenai pesan kampanye Jo Kawin Bocah dalam event sosialisasi Forum Anak dan persepsi resiko berpengaruh terhadap kesadaran perilaku

HIPOTESIS

H1 : Terdapat pengaruh antara sikap mengenai pesan kampanye Jo Kawin Bocah (X1) dan persepsi resiko (X2) terhadap kesadaran perilaku pencegahan pernikahan dii pada siswa di SMP Negeri 1 Purwodadi (Y).

DEFINISI KONSEPTUAL DAN OPERASIONAL

Definisi Konseptual

Sikap Mengenai Pesan Kampanye

Sikap adalah satu predisposisi atau kecenderungan yang relatif stabil dan berlangsung terus-menerus untuk bertingkah laku atau mereaksi dengan satu cara tertentu terhadap pribadi lain, objek, lembaga, atau persoalan tertentu baik itu merespon secara positif atau negatif, maupun mendukung (*favourable*) atau tidak mendukung (*unfavourable*) dengan melibatkan komponen kognitif, afektif, dan konatif. Maka, sikap mengenai pesan kampanye merupakan penilaian seseorang terhadap pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi yang terstruktur yang bentuknya persuasif atau membujuk untuk membangun kesadaran khalayak sesuai tujuan yang direncanakan. Evaluasi pada

pesan kampanye dapat berupa mendukung (positif) atau tidak mendukung (negatif). Penelitian ini menilai sikap pesan kampanye dari isi pesannya.

Persepsi Resiko

Persepsi resiko didefinisikan sebagai proses penilaian seseorang terhadap suatu kondisi tidak pasti yang dapat mengancam atau membuat kerugian

Kesadaran Perilaku Pencegahan Pernikahan Dini

Kesadaran perilaku diartikan sebagai pemahaman individu akan tindakannya sendiri yang mencakup proses individu mengetahui, memahami, dan menilai. Kesadaran perilaku merupakan hasil dari niat individu setelah mengetahui stimulus objek terlebih dahulu untuk mempersiapkan diri dalam mengenali suatu objek tertentu dan menghadapi segala kemungkinan peristiwa sebelum mengadopsi perilaku baru. Maka dari itu, kesadaran perilaku pencegahan pernikahan dini adalah keadaan seseorang mengetahui seputar pernikahan dini terlebih dahulu sehingga dapat

mempersiapkan diri untuk menghindari terjadinya pernikahan di bawah 18 tahun.

Definisi Operasional

Sikap Mengenai Pesan Kampanye

Indikatornya adalah :

1. Sikap kognitif pada format yaitu penilaian responden mengenai bagaimana cara penyampaian pesan.
2. Sikap kognitif pada nuansa pesan yaitu penilaian responden mengenai sejauh mana pesan memiliki daya tarik emosional untuk memotivasi.
3. Sikap kognitif pada konteks pesan yaitu penilaian responden mengenai seberapa relevan isi pesan kampanye dengan kebutuhan individu.
4. Sikap kognitif pada waktu yaitu penilaian responden mengenai sejauh mana pesan disampaikan pada waktu tertentu untuk dapat dipercaya
5. Sikap Kognitif pada pengulangan yaitu penilaian responden mengenai seberapa sering pesan disampaikan secara berulang.

Persepsi Resiko

Indikatornya adalah :

1. Kontrol individu pada resiko sebagai ancaman fatal yaitu keyakinan responden mengenai bahaya dari sumber resiko.
2. Kontrol individu pada resiko sebagai nasib yaitu keyakinan responden mengenai ketidakpastian terjadinya resiko.
3. Kontrol individu pada resiko sebagai menguji kekuatan yaitu keyakinan responden mengenai keuntungan dari sumber resiko.
4. Kontrol individu pada resiko sebagai permainan perubahan yaitu keyakinan responden Penilaian responden mengenai mengenai kemampuan sumber resiko dalam membawa perubahan.
5. Kontrol individu pada resiko sebagai indikator peringatan dini yaitu keyakinan responden mengenai prediksi kemungkinan terjadinya bahaya dari sumber resiko.

Kesadaran Perilaku Pencegahan Pernikahan Dini

Indikatornya adalah :

1. Kesadaran akan pemahaman dan pengetahuan yaitu penilaian mengenai sejauh mana responden telah memahami pesan dari informasi yang sudah disampaikan.
2. Kesadaran akan pengenalan peristiwa mental di sekitarnya yaitu penilaian mengenai seberapa jauh responden mengenali fenomena itu di sekitarnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan tipe penelitian eksplanatoris dengan tujuan untuk menjelaskan pengaruh antar variabel. Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah siswa di SMP Negeri 1 Purwodadi sebagai satu-satunya sekolah di Purwodadi yang berkesempatan mendapatkan sosialisasi kampanye Jo Kawin Bocah. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* kepada 31 responden yang merupakan duta sekolah ramah anak di SMP Negeri 1 Purwodadi yang mengikuti sosialisasi. Data

primer diperoleh dari responden secara langsung melalui

PEMBAHASAN

Pengaruh Sikap Mengenai Pesan Kampanye Jo Kawin Bocah dan Persepsi Resiko Terhadap Kesadaran perilaku Pencegahan Pernikahan Dini

Hasil uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier bergansa diketahui bahwa terjadi penerimaan H_a yang menunjukkan sikap mengenai pesan kampanye (X1) dan persepsi resiko (X2) terhadap kesadaran perilaku pencegahan pernikahan dini (Y) memiliki pengaruh yang signifikan ($Sig = 0,000 < 0,05$). Maknanya apabila sikap mengenai pesan kampanye dan persepsi resiko mengalami peningkatan atau penurunan akan diikuti pula dengan peningkatan atau penurunan kesadaran perilaku responden. Meninjau dari hasil pengujian tersebut, maka penelitian ini sejalan dengan *theory of planned behavior*.

Individu tidak memiliki kontrol sepenuhnya terhadap kemauan diri sendiri, terdapat faktor yang menghalangi niat mereka untuk berperilaku semaunya sendiri. Faktor tersebut diprediksi dalam *Theory of Planned Behavior*, yaitu sikap,

norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Sikap merupakan penilaian subjektif individu terhadap perilaku tertentu, bisa berupa positif atau negatif. Norma subjektif yaitu pandangan/harapan orang lain di lingkungannya mengenai suatu hal akan mempengaruhi persepsi individu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin positif dan semakin tinggi persepsi seseorang bahwa rujukan sosialnya menyarankan untuk melakukan suatu perilaku, maka semakin tinggi pula tekanan sosialnya untuk cenderung melakukan perilaku tersebut. Sementara persepsi kontrol perilaku merupakan kontrol lain yang mempengaruhi niat individu berperilaku merujuk pada persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam berperilaku. Niat individu berperilaku dibentuk dari pemahamannya sendiri dengan menghubungkan manfaat dan kerugian yang mungkin diperoleh dari tindakan tersebut. Semakin tinggi persepsi individu akan resiko suatu hal, semakin tinggi pula niatnya untuk tidak terlibat dalam hal tersebut. Maka, teori tersebut dinilai mampu memprediksi kesadaran perilaku manusia yang mana dalam hal ini adalah remaja untuk mencegah pernikahan dini dengan asumsi bahwa manusia

berpikir secara rasional dan sistematis sehingga memanfaatkan informasi yang tersedia bagi mereka untuk mempertimbangkan implikasi dari perilaku mereka nantinya.

PENUTUP

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian bab-bab sebelumnya serta mengenai pembahasan variabel sikap mengenai pesan kampanye dan persepsi resiko dengan kesadaran perilaku pencegahan pernikahan dini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh sikap mengenai pesan kampanye (X1) dengan kesadaran perilaku (Y), dilihat dari hasil uji T yang memiliki nilai signifikansi sebesar 0,010. Serta terdapat pengaruh persepsi resiko (X2) terhadap kesadaran perilaku (Y) dengan nilai signifikansi 0,000. Keduanya tidak melebihi nilai standarisasi signifikansi 0,05.
2. Sikap mengenai pesan kampanye (X1) dan persepsi resiko (X2) secara simultan berpengaruh dengan kesadaran perilaku (Y),

dilihat dari hasil uji F memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan koefisien determinasi bernilai 0,653. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa besaran pengaruh kedua variabel X terhadap variabel Y sebesar 65,3%. Dengan demikian, teori yang sebelumnya digunakan yaitu *theory of planned behavior* relevan dan bisa digunakan untuk menjelaskan keterkaitan antar variabel sikap mengenai pesan kampanye dan persepsi resiko dengan kesadaran perilaku.

SARAN

1. Positif atau negatifnya sikap mengenai pesan kampanye dan tinggi atau rendahnya persepsi resiko akan berpengaruh pada kesadaran perilaku sehingga dapat digunakan untuk memprediksi dan bahan evaluasi bagi lembaga penyelenggara kampanye Jo Kawin Bocah dalam mengembangkan strategi komunikasi menggunakan pesan kampanye.
2. Bagi peneliti-peneliti lainnya, karena peneliti hanya menilai

faktor sikap dan persepsi kontrol perilaku dari theory of planned behavior sehingga penelitian selanjutnya bisa mengkaji hal serupa dengan variabel yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Botterill, Linda dan Nicole Mazur. (2004). *Risk and Risk Perception : a Literature Review*. Australia: RIRDC
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gregory, Anne. (2004). *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Harun, Rochajat dan Ardianto, Elvinaro. (2012). *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial Perspektif Dominan Kaji Ulang dan Teori Kritis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip., Lee, Nancy., Roberto, Ned. (2002). *Social Marketing*

- Improving The Quality of Life.*
London: Sage Publication, Inc
- Purwanto, Nuri, Budiyanto, dan Suhermin. (2022). *Theory of Planned Behavior (Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth Pada Konsumen Marketplace.* Malang: CV.Literasi Nusantara Abadi.
- Rachmadi, F. (1992). *Public Relations dalam Teori dan Praktek.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robbit, Randy dan Ruth Sullivan. (2005). *Developing the Public Relations Campaign.* USA: Pearson Education, Inc.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sudewi, R. (2021). *Rancangan Proyek Perubahan Cegah Perkawinan Anak Melalui Sinergisitas Jo Kawin Bocah Di Jawa Tengah.* Semarang: Kementrian PPPA Strategi Pencegahan Perkawinan Anak.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Alfabeta
- Venus, Antar. (2009). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi.* Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jurnal**
- Astiti, Suci Putrid. (2018). Young Mother Psychopreneur School : Pendampingan Psikis dan Kewirausahaan Ibu Muda Korban Pernikahan Dini Berbasis Komunitas Terintegrasi. *Jurnal Gender dan Anak*, 11(2), 526-536
- Badriyah, Nurul Lailatul dan Ira Nurmala. (2019). The Relationship Between Perception of Risk and Female Students' Desire in Keeping Menstrual Hygiene at SDN Kamoning Sampang. *The Indonesian Jurnal Public Health*, 14(1), 93 -103
- Fadhillah, Febian Rifky dkk. (2023). Efektivitas Pesan Kampanye Public Relations Digital #Truethroughyou di Instagram Terhadap Branda Image Erigo *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 4 (1), 37-48

- Fathoni, Rafi Fathurrahman, Dadang Sugiana, dan Putri Trulline. (2024). Pengaruh Pesan Kampanye Peringatan Bahaya Merokok Terhadap Niat Berhenti Merokok Pada Perokok Aktif Mahasiswa Fikom Unpad. *Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum, dan Ilmu Komunikasi*, 1(4), 368-385.
- Fischhoff, Baruch, Ann Bostrom, and Marilyn Jacobs Quadrel. (1993). *Risk Perception and Communication. Public Health Journal*, 14 (1), 183-203.
- Fragouli, Evangelia dan Pavlos Theodoulou. (2015). The Way People and Societies Perceive The Nature and Context of Risk is Different Due To Psychological and Cultural Issues. *Jurnal of Economics and Business*, 18(1), 29-46.
- Ilma, Mughniatul. (2020). Regulasi Dispensasi dalam Penguatan Aturan Batas Batas Usia Kawin bagi Anak Pasca Lahirnya UU No. 16 tahun 2019. *Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 2(2), 133-166.
- Kirana, Salsabila Ayu dan Supriadi. (2024). Pengaruh Pesan Kampanye #AbuseIsNotLove Terhadap Kesadaran Kekerasan Dalam Hubungan Berpasangan Survei Pada Followers Instagram @lorealIndonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 37-44
- Mutma, Fasya Shifa, Reni Dyanasari, dan Khalifah Sholihah. (2022). Pengaruh Pesan Kampanye Stay at Home di Media Sosial terhadap Motivasi dan Sikap Peduli Kesehatan Sesama Masyarakat di DKI Jakarta Selama Pandemi Covid 19. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 176-196
- Nanda, A.A Istri Syania Vihira dan Naniek Noviari. (2020). Pengaruh Sosialisasi Terhadap Tax Amnesty dengan Resiko Offshore Investment dan Kemudahan Prosedur sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi*, 30(2), 277-292
- Natalia, Trivena, Titi Nur Vidyarini, dan Ayu dan Astri Yogatama. (2019). Efektivitas Pesan Kampanye Penghapusan Kekerasan Terhadap Anak dalam Event Birthday

- Bounce Back di Wahana Visi Indonesia Urban Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 1-9
- Nelansari, Zahra fuadah dan Sri Surjani Tjahjawati. (2022). Analisis Efektivitas Pesan Kampanye Peningkatan Keselamatan di Perlintasan Sebidang PT KAI Daop 2 Bandung. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4 (2), 223-236
- Normawati, Maryam, S., & Priliantini, A. (2018). Pengaruh Kampanye “Let’s Disconnect To Connect” Terhadap Sikap Anti Phubbing : (Survei Pada Followers Official Account Line Starbucks Indonesia). *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(3), 156
- Nuraeni, Imel, witdiawati dan Sukmawati. (2024). Persepsi Remaja Terhadap Pernikahan Dini di Desa Rancabango Kecamatan Tarogong Kaler Kabupaten Garut. *Malahayati Nursing Journal*, 6(1), 233-245
- Rahmadina, Fania dan Yudi Sutarso. (2024). Peran Kampanye Media Sosial, Isu Lingkungan, dan Persepsi Efektivitas Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Pengganti Kemasan Sekali Pakai. *Jurnal Komunikasi*, 36(1), 75-93
- Ramadhani, Maya Rizky. (2021). Pengaruh Persepsi Resiko dan Komunikasi Mulut ke Mulut Pada Media Elektronik Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Pembelian Produk Fashion di E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 616-629
- Ratnasari, E., Sumartias, S., & Romli, R. (2020). Penggunaan Message Appeals dalam Strategi Pesan Kampanye Anti Kekerasan Berbasis Gender Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 352
- Sabarudin dkk. (2020). Efektivitas Pemberian Edukasi secara Online melalui Media Video dan Leaflet Terhadap Tingkat Pengetahuan Pencegahan Covid-19 di Kota Baubau. *Jurnal Farmasi Galenika*, 6(2), 309-318.
- Siagian, H. F. (2013). Partisipasi dan Efek Komunikasi Pemuka Pendapat Dalam Pembangunan. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 14(1), 53-73.

- Siwie, Adilla Kartika, Heru Irianto, dan Annisa Kurniatul Azizah. (2021). Implementasi Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2019 Tentang Perkawinan (Studi Kasus Perkawinan Anak di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Intelektual Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*, 8(2), 84-173
- Syari, Ulumul. (2021). Persepsi Tokoh Agama Kecamatan Balikpapan Timur Terhadap Revisi Undang-Undang Pernikahan Pasal 7 Ayat 1 Tentang Batasan Usia Nikah. *Jurnal Ilmu-Ilmu Hukum dan Syariah*, 9(1), 53-72
- Triana, Nunik dan Hendriyani. (2022). Effect of Risk Perception, Risk Information Seeking and Processing, and Communication behavior on Behavioral Intention. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 26(2), 139-156
- Wardhani, Celintara Anindya Ayu, Sarah Kristina, dan Priyo Hari Adi. (2020). Pengaruh Penerapan E-Filling Terhadap Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak dengan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 12 (2), 121-136
- Yudistira, Y. H., & Widiastuti, N. (2022). The Role of Communication and Mass Media in the Diffusion Process of the Covid-19 Vaccination Program Innovation. *Jurnal Ilmu Komunikasi Ikanal*, 10(2), 45-49
- Yusuf, Muhammad Rifky. (2022). Efektivitas Hukum Terhadap Pemberlakuan Perma No 5 Tahun 2019 dalam Mengatasi Perkawinan di Bawah Umur. *Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 409-418
- Zhao, X., Roditis, M., & Alexander, T. (2019). Fear and Humor Appeals in “The Real Cost” Campaign: Evidence of Potential Effectiveness in Message Pretesting. *American Journal of Preventive Medicine*, 56(2), 531–539

Skripsi

- Kurniasari, Indah. (2019). Analisis Pernikahan Usia Dini Ditinjau Dari Sudut Pandang Ekonomi, Sosial,

dan Religi Studi Pada Kecamatan Purwodadi Kabupaten Grobogan Tahun 2016-2019. (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Sarjana, UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru).

Salisa, Nahreini. (2020). Hubungan Persepsi Resiko dengan Perilaku Merokok Pada Mahasiswa. (Skripsi

Website

Badan Pusat Statistik melalui Survei Sosial Ekonomi Nasional Modul Konsumsi. (2019). Proporsi Perempuan Usia 20-24 Tahun Berstatus Menikah <18 Tahun 2019. Dalam <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTM2MCMY/proporsi-perempuan-umur-20-24-tahun-yang-berstatus-kawin-atau-berstatus-hidup-bersama-sebelum-umur-18-tahun-menurut-provinsi.html>. Diunduh pada 8 September 2022 pukul 09.42 WIB.

Konten Youtube Dunia Statistia. (2020). Cara Hitung Sumbangan Efektif. <https://youtu.be/ip0l3qCNRIY?si=PLhT-Fa2IPhtDbSX>. Diakses pada 10 November 2024 pukul 20.00 WIB.

