

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis prostitusi hingga kini seolah tidak ada matinya. Bisnis ini menjadi laris manis karena menjanjikan dapat menghasilkan banyak uang dengan cepat. Karena hal tersebut, banyak orang yang pada akhirnya menggantungkan hidupnya dari penghasilan mereka menggeluti dunia malam. Menurut Organisasi Perubahan Sosial Indonesia (OPSI), pada tahun 2019 estimasi jumlah Pekerja Seks perempuan di Indonesia mencapai kisaran 230.000 orang, belum termasuk Pekerja Seks pria dan transgender (Komnas HAM, 2019). Prostitusi atau pelacuran itu sendiri menurut Kartini Kartono dalam bukunya *Patologi Sosial*, merupakan sebuah peristiwa penyimpangan seksual dimana perempuan atau laki-laki menyerahkan badannya untuk berbuat cabul secara seksual demi memperoleh upah (Putrawan, 2020, p. 16).

Sejatinya prostitusi merupakan tindakan ilegal yang melanggar hukum dan bertentangan dengan moral masyarakat Indonesia (Utami & Wadjo, 2021, p. 25). Akan tetapi, realitanya pelaku kegiatan ini di Indonesia justru sangat masif, terdapat kelompok kecil maupun kelompok besar yang terlibat di dalamnya (Abdi, 2019, p. 1). Bahkan terdapat banyak tempat yang secara terselubung dikhususkan untuk menjalankan praktik bisnis prostitusi.

Di setiap desa, kampung, bahkan kota, akan ada saja individu atau kelompok yang melakukan prostitusi (Abdi, 2019, p. 1). Abdi dalam bukunya yang berjudul *Prostitusi Kisah 60 Daerah di Indonesia*, menyebutkan daerah-daerah di Indonesia yang tidak terlepas dari gemerlap dunia prostitusi, diantaranya seperti Batam, Denpasar, Jakarta, Bandung, Semarang, Medan, Surabaya, dan masih banyak lagi (Abdi, 2019, pp. 10-43).

Praktik bisnis prostitusi merupakan masalah sosial yang memberikan dampak negatif dan merugikan masyarakat. Salah satunya menjadi pemicu penyebaran infeksi HIV/AIDS. *Human Immunodeficiency Virus* (HIV) merupakan sebuah virus yang menyerang sistem kekebalan tubuh hingga membuat orang yang terkena virus ini akan rentan terhadap berbagai penyakit, kemudian kumpulan penyakit atau gejala akibat infeksi virus ini diartikan sebagai *Acquired Immune Deficiency Syndrome* (AIDS) (Setiarto, Karo, & Tambaip, 2021, p. 8). Salah satu cara penularan virus HIV yaitu melalui transmisi hubungan seksual (baik homoseksual maupun heteroseksual) yang terjadi ketika sekresi cairan vagina atau cairan preseminal seseorang mengalami kontak dengan mukosa mulut pasangannya (Setiarto, Karo, & Tambaip, 2021, p. 48).

Mereka yang melakukan hubungan seksual dengan banyak mitra seks menjadi kelompok masyarakat yang beresiko tinggi akan transmisi HIV (Setiarto, Karo, & Tambaip, 2021, p. 9). Seperti yang diketahui bahwa praktik prostitusi identik dengan hubungan seksual berganti-ganti pasangan.

Maka menjadi relevan apabila prostitusi menjadi penyebab maraknya penyakit HIV/AIDS di dunia termasuk Indonesia (Hairuddin, 2022, p. 7).

Pekerja Seks atau yang juga dikenal sebagai WTS (Wanita Tuna Susila) merupakan seseorang yang bekerja dengan menyerahkan tubuhnya untuk berhubungan seksual dengan orang lain (pelanggan) tanpa ikatan pernikahan demi mendapatkan imbalan baik berupa sejumlah uang maupun materi lainnya (Utami & Wadjo, 2021, p. 28). Pekerja Seks yang menjadi aktor utama dari kegiatan prostitusi tentunya menjadi pihak yang memiliki resiko tinggi tertular virus HIV. Meskipun demikian banyak orang tetap ingin melakoni profesi sebagai Pekerja Seks karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti terhimpit masalah perekonomian, pernah mengalami kebangkrutan, memiliki keluarga *broken-home*, hingga dipaksa oleh orang tuanya sendiri (Wawancara dengan Susilowati, Petugas Lapangan, 25 Maret 2022).

Praktik prostitusi dapat bertahan hingga sekarang karena dilakukan secara terselubung di tempat yang semakin beragam. Rumah-rumah kos, penampungan, dan apartemen kini menjadi fasilitas yang dapat mereka manfaatkan untuk menjalankan praktik prostitusi. Sebagaimana yang dinyatakan oleh (Abdi, 2019, p. 3), rumah kos atau penampungan menjadi tempat yang paling aman dan murah untuk bertransaksi.

Bandungan merupakan daerah yang diketahui memiliki bisnis prostitusi tersembunyi dibalik rumah-rumah kos dan penampungan berupa panti. Daerah yang berlokasi di Kabupaten Semarang, Jawa Tengah ini

dikenal sebagai salah satu daerah wisata yang memiliki keindahan alam. Akan tetapi terlepas dari pesona alam yang dimiliki, sudah menjadi rahasia umum bila Bandungan memiliki sisi lain, yaitu sebagai daerah yang hingga kini masih terdapat praktik bisnis prostitusi. Prostitusi di Bandungan mengambil dalih pariwisata karena kegiatan seksual tidak dilakukan di tempat tinggal Pekerja Seks, melainkan di hotel yang termasuk dalam ranah pariwisata.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Susilowati, bisnis prostitusi di Bandungan juga dikenal karena terdapat banyak karaoke plus-plus, yaitu tempat karaoke yang tidak hanya menawarkan ruangan untuk bernyanyi, namun juga menawarkan jasa LC, serta menjual paket makanan dan minuman keras. Hingga saat ini terdapat sebanyak 76 tempat karaoke di Bandungan, baik dalam kategori besar maupun kecil (Heru, 2023). Pekerja Seks yang bekerja di tempat karaoke biasanya lebih memilih disebut sebagai LC (*Ladies Company*) atau pemandu karaoke. Mereka menemani para pelanggan untuk bersenang-senang dengan bernyanyi sambil menikmati minuman keras, lalu ketika pelanggan ingin melanjutkan untuk melakukan hubungan seksual, mereka akan pergi ke hotel terdekat (Wawancara dengan Susilowati, Petugas Lapangan, 25 Maret 2022).

Ada banyak Pekerja Seks di Bandungan yang jumlahnya tidak dapat dipastikan karena tidak semua Pekerja Seks menetap dalam waktu yang lama, ada yang hanya singgah sementara lalu berpindah ke daerah lain (Wawancara dengan Susilowati, Petugas Lapangan, 25 Maret 2022).

Banyaknya jumlah Pekerja Seks di Bandungan dari sejak dulu membuat masyarakat Bandungan terbiasa dengan kehadiran Pekerja Seks. Mereka dapat hidup saling berdampingan, yang terpenting para Pekerja Seks memiliki sopan santun serta sikap saling menghargai dengan masyarakat sekitar. Akan tetapi dengan adanya akses untuk bertemu dan bertransaksi dengan Pekerja Seks, membuat Bandungan menjadi salah satu destinasi pariwisata yang rentan penularan HIV/AIDS (Priyanto, 2020).

Bandungan dengan kegiatan prostitusinya menjadi salah satu daerah yang menjadi penyumbang dan penyebab tingginya angka HIV/AIDS di Jawa Tengah. Berdasarkan data yang dihimpun oleh SIHA (Sistem Informasi HIV/AIDS dan IMS), pada tahun 2019 secara nasional jumlah infeksi HIV di Jawa Tengah menduduki peringkat ke empat dengan total 5.630 kasus, sedangkan jumlah kasus AIDS menduduki peringkat pertama dengan total 1.613 kasus (Kementerian Kesehatan RI, 2020). Di Wilayah Kabupaten Semarang pada tahun 2019, KPA (Komisi Penanggulangan AIDS) mendata telah ditemukan sebanyak 96 kasus HIV dan berdasarkan pemetaan kecamatan Bandungan menjadi salah satu wilayah selain Getasan, Bergas, dan Bawen yang kerap ditemukan kasus penyakit menular seksual (PMS) (Priyanto, 2020).

Dengan jumlah kasus yang tinggi disertai dengan pertimbangan adanya berbagai hambatan, membuat pencegahan HIV/AIDS memerlukan perhatian yang lebih, terutama pada Pekerja Seks sebagai populasi yang beresiko tinggi. Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melakukan sinergi untuk

menekan penyebaran infeksi HIV/AIDS, tidak hanya mendorong *Voluntary Counselling and Testing* (VCT), namun dikarenakan untuk menjangkau kelompok beresiko memiliki kesulitan tersendiri, maka Dinas Kesehatan Jawa Tengah juga menggandeng Lembaga Swadaya Masyarakat untuk melakukan penjangkauan pada kelompok tersebut (Diskominfo Jateng, 2021).

Di wilayah Bandung pencegahan HIV/AIDS selain menjadi tanggung jawab pemerintah, juga menjadi tanggung jawab dari sebuah Lembaga Swadaya Masyarakat bernama Yayasan Sokoguru. Sutardi, salah satu pendiri sekaligus koordinator dari yayasan ini menjelaskan bahwa secara resmi sejak tahun 2016, Yayasan Sokoguru diberi kepercayaan untuk memberi edukasi, merujuk tes HIV/AIDS, dan melakukan pendampingan pengobatan pada Pekerja Seks di Bandung. Dalam menjangkau Pekerja Seks, Yayasan Sokoguru menerjunkan Petugas Lapangan. Merekalah yang memberikan edukasi dan mengajak para Pekerja Seks di Bandung untuk melakukan tes HIV, kemudian mereka juga memberikan pendampingan pengobatan bagi Pekerja Seks dengan status ODHA (Wawancara dengan Sutardi, koordinator, 20 April 2022).

Pada perjalanannya, pelaksanaan tugas Yayasan Sokoguru dalam mencegah HIV/AIDS di kalangan Pekerja Seks menghadapi beberapa hambatan. Menurut Tardi, Pekerja Seks di Bandung masih sulit untuk mengelola kesehatan mereka sendiri, mereka lemah jika mendapatkan tawaran bayaran lebih mahal dari pelanggan agar dapat melakukan

hubungan seksual tanpa kondom, padahal dalam satu hari para Pekerja Seks dapat melayani lebih dari tiga pelanggan (Wawancara dengan Sutardi, koordinator, 20 April 2022). Penggunaan kondom sangat penting karena tidak hanya sebagai alat kontrasepsi, namun juga sebagai alat pencegah penularan IMS (Infeksi Menular Seksual), termasuk HIV/AIDS (Hairuddin, 2022, p. 6).

Hambatan juga ditemui pada Pekerja Seks dengan status ODHA (Orang Dengan HIV/AIDS) agar tetap patuh dan rutin dalam pengobatan terapi Antiretroviral (ARV). Hal ini dikarenakan ODHA tidak boleh menghentikan terapi ARV seumur hidupnya. Penghentian pengobatan justru akan berbahaya karena beresiko membuat tubuh resisten terhadap obat tersebut, jika dilakukan dengan benar terapi ARV ini dapat mengurangi resiko penularan HIV, menurunkan angka kematian dan kesakitan, serta meningkatkan kualitas hidup ODHA (Setiarto, Karo, & Tambaip, 2021, p. 2). Kemudian hambatan lain juga ditemui terkait dengan stigma akan ODHA. Pekerja Seks di Bandungan masih malu dan takut jika ketahuan terinfeksi HIV (Wawancara dengan Sutardi, koordinator, 20 April 2022). Seringkali Pekerja Seks di Bandungan menolak untuk melakukan tes kesehatan karena mereka merasa sehat-sehat saja (Wawancara dengan Susilowati, Petugas Lapangan, 25 Maret 2022).

Melihat fakta bahwa tugas dan tanggung jawab Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru tidaklah mudah karena mereka harus berhadapan dengan berbagai hambatan, maka upaya komunikasi persuasif yang ditujukan

kepada para Pekerja Seks dilakukan. Komunikasi persuasif itu sendiri menurut G.R. Miller didefinisikan sebagai penyampaian pesan yang ditujukan untuk dapat membentuk, memperkuat, atau mengubah tanggapan orang lain (Stiff & Mongeau, 2016, p. 4). Dalam konteks penelitian ini, komunikasi persuasif menjadi praktik yang dilakukan oleh Yayasan Sokoguru sebagai upaya preventif dalam mengatasi isu kesehatan HIV/AIDS pada kalangan Pekerja Seks di Bandung.

Adapun proses komunikasi menjadi fokus dari penelitian ini agar dapat mengetahui dan menggambarkan secara menyeluruh upaya persuasi yang dilakukan Petugas Lapangan. Teknik komunikasi persuasif juga menjadi fokus dari penelitian ini dikarenakan peneliti memiliki asumsi bahwa dalam mengatasi suatu hambatan diperlukan tindakan atau langkah penyelesaian yang disesuaikan dengan hambatan tersebut. Jika teknik yang digunakan tepat, maka upaya persuasif dapat mencapai tujuan yang diinginkan komunikator. Dalam konteks ini, anggota Yayasan Sokoguru melakukan upaya komunikasi kepada para Pekerja Seks dengan tujuan agar mereka mau dan terus secara rutin mengikuti jadwal tes HIV/AIDS, serta bagi mereka yang dinyatakan positif HIV agar tetap rutin mengikuti rangkaian pengobatan yang harus dijalani. Dengan demikian melalui upaya tersebut diharapkan penyebaran HIV/AIDS di kalangan Pekerja Seks di Bandung dapat ditekan dan tidak terjadi peningkatan jumlah kasus.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian dengan judul “Proses Komunikasi dan Teknik Komunikasi Persuasif Yayasan

Sokoguru kepada Pekerja Seks di Bandungan dalam Upaya Pencegahan HIV/AIDS” disusun. Penelitian ini disusun atas kesadaran peneliti akan praktik bisnis prostitusi di Bandungan yang menyebabkan problematika penyebaran HIV/AIDS, dan para Pekerja Seks sebagai pihak yang memiliki resiko besar terinfeksi virus HIV perlu mendapatkan perhatian dan bimbingan secara khusus, mengingat mengubah perilaku kelompok sosial tertentu bukanlah pekerjaan yang mudah, apalagi jika terdapat hambatan-hambatan dalam prosesnya.

Sebelumnya telah terdapat penelitian terdahulu yang berkaitan dengan upaya komunikasi persuasif, yaitu oleh Candrasari & Naning (2019) dengan judul “*Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan Kabupaten Bogor dalam Penyuluhan Penyakit Kaki Gajah*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh penyuluh di lingkungan Kelurahan Nanggewer Kabupaten Bogor dalam penyuluhan tentang penyakit kaki gajah. Metode yang digunakan penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi persuasif dan strategi komunikasi. Dari penelitian ini diketahui bahwa strategi komunikasi penyuluhan mengenai penyakit kaki gajah dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat, bina suasana, advokasi, dan kemitraan. Akan tetapi strategi komunikasi persuasif yang dilakukan belum maksimal karena ada beberapa kendala yaitu kurangnya penggunaan media promosi dan kurangnya antusiasme masyarakat dalam mengikuti penyuluhan.

Selanjutnya penelitian berjudul “*Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh dalam Meningkatkan Kesadaran Remaja tentang Bahaya Merokok*” oleh Rasulinda & Syam (2017). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi persuasif yang dilakukan Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh dalam meningkatkan kesadaran remaja tentang bahaya merokok. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi persuasif dan teori AIDDA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh melakukan upaya mencegah perilaku merokok siswa dengan memberikan sosialisasi, penyuluhan, pertemuan, dan pembinaan tentang bahaya merokok. Strategi komunikasi persuasif dilakukan secara langsung dan tidak langsung dengan melibatkan berbagai pihak seperti guru, orang tua, dan tokoh masyarakat melalui penggunaan media massa brosur, *leaflet*, dan poster. Meskipun terdapat hambatan seperti terbatasnya fasilitas dan jumlah tenaga penyuluhan, upaya yang telah dilakukan dapat berjalan sesuai dengan harapan yaitu timbulnya rasa tertarik pada diri siswa untuk berhenti merokok. Akan tetapi dikarenakan merokok sudah menjadi kebudayaan yang sulit dirubah, maka sulit untuk menghentikan siswa yang telah memiliki kebiasaan merokok meskipun mereka mendapatkan sosialisasi.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada subyek yang diteliti. Subyek dari penelitian ini adalah Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru, yang berperan sebagai komunikator dalam melakukan

upaya komunikasi persuasif kepada Pekerja Seks di Bandung. Penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama membahas mengenai isu kesehatan, namun pada penelitian ini isu kesehatan yang dibahas adalah HIV/AIDS. Adapun mengenai teori yang digunakan, penelitian ini juga menggunakan teori komunikasi persuasif. Akan tetapi, penelitian ini lebih menekankan fokus pada penggunaan teknik-teknik komunikasi persuasif, yang mana dalam penelitian sebelumnya aspek ini tidak menjadi acuan utama dalam menjawab atau mendeskripsikan masalah penelitian. Peneliti menggunakan aspek teknik komunikasi persuasif untuk dapat mendeskripsikan apa saja dan bagaimana teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Yayasan Sokoguru untuk mencegah penyebaran HIV/AIDS pada kalangan Pekerja Seks di Bandung. Peneliti juga menggunakan model komunikasi SMCR untuk dapat mendeskripsikan proses komunikasi persuasif yang dilakukan Petugas Lapangan kepada Pekerja Seks di Bandung.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

Bagaimana proses komunikasi dan teknik komunikasi persuasif Yayasan Sokoguru kepada Pekerja Seks di Bandung dalam upaya pencegahan HIV/AIDS?

C. Tujuan Penelitian

Agar penelitian ini memiliki arah yang lebih jelas dan sesuai dengan permasalahan penelitian yang telah dirumuskan, maka ditetapkan tujuan yaitu mendeskripsikan proses komunikasi dan teknik komunikasi persuasif Yayasan Sokoguru kepada Pekerja Seks di Bandungan dalam upaya pencegahan HIV/AIDS.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangsih baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ranah ilmu komunikasi khususnya bagi pengembangan teknik persuasi. Selain itu diharapkan penelitian ini juga dapat menambah literatur dalam ranah ilmu komunikasi kesehatan terkait dengan prostitusi dan pencegahan HIV/AIDS.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi pemerintah dan Yayasan Sokoguru, serta lembaga organisasi lainnya untuk merumuskan atau mengembangkan

kebijakan, dukungan, dan strategi dalam mencegah dan mengurangi kasus HIV/AIDS di Indonesia khususnya di kalangan Pekerja Seks.

E. Kerangka Teori

1. Pengertian Komunikasi Persuasif

Persuasi merupakan kata yang mengacu pada proses mempengaruhi sikap, keyakinan, nilai, dan perilaku orang lain (DeVito, 2015, p. 400). Sedangkan yang dimaksud dengan komunikasi persuasif, menurut G.R. Miller, merupakan penyampaian pesan yang ditujukan untuk dapat membentuk, memperkuat, atau mengubah tanggapan orang lain (Stiff & Mongeau, 2016, p. 4). Dari kedua pengertian tersebut dapat dipahami bahwa komunikasi persuasif merupakan upaya penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk membentuk, memperkuat, atau mengubah sikap, keyakinan, nilai, dan perilaku komunikan.

Ketika berkomunikasi secara persuasif, kita menginginkan agar orang lain melihat dunia seperti yang kita lihat dan ikut memperbaiki kesalahannya (Osborn, Osborn, Osborn, & Turner, 2015, p. 333). Dalam hal ini, seseorang memiliki kesempatan untuk membuat dunia menjadi lebih baik dengan melakukan upaya persuasi yang etis, yaitu ketika tindakan persuasi didasarkan pada

alasan yang masuk akal dan peka terhadap minat dan kebutuhan orang lain (Osborn, Osborn, Osborn, & Turner, 2015, p. 333).

Komunikasi persuasif dalam konteks penelitian ini kaitannya sebagai upaya preventif dalam menangani suatu isu kesehatan. Upaya preventif (pencegahan) merupakan salah satu dari ruang lingkup dalam kajian komunikasi kesehatan, selain upaya kuratif (pengobatan), upaya promotif, dan upaya rehabilitatif. Menurut Notoatmodjo komunikasi kesehatan itu sendiri merupakan usaha yang sistematis dengan berbagai prinsip dan metode komunikasi, baik komunikasi interpersonal maupun komunikasi massa dengan tujuan untuk mempengaruhi secara positif perilaku kesehatan masyarakat (Putri, Ambarwati, & Hadiyanto, 2021, p. 75).

Dalam komunikasi kesehatan, tindakan preventif suatu penyakit merupakan hal penting dan utama dikarenakan biaya yang dikeluarkan lebih terjangkau dibandingkan dengan upaya pengobatan maupun rehabilitasi, serta hasil yang diperoleh juga lebih baik (Harahap & Putra, 2019, p. 110). Adapun tujuan utama dari tindakan preventif terhadap suatu penyakit diantaranya adalah untuk melakukan pengobatan secepat-cepatnya dan setepat-tepatnya, pencegahan penularan kepada orang lain, dan mencegah terjadinya kecacatan (Putri, Ambarwati, & Hadiyanto, 2021, p. 77). Dari tujuan tersebut, beberapa usaha yang dapat dilakukan diantaranya adalah mencari penderita di tengah masyarakat dengan

pemeriksaan darah, rontgen, dan memberikan pengobatan, mencari dan mengawasi orang lain yang berhubungan dengan penderita penyakit menular, melakukan pendidikan kesehatan pada masyarakat, berupaya menghilangkan gangguan kemampuan bekerja pada seseorang akibat suatu penyakit, dan melakukan perawatan serta pengobatan pada penderita agar dapat pulih (Putri, Ambarwati, & Hadiyanto, 2021, p. 78).

2. Tujuan Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif dilakukan dengan beberapa tujuan umum yaitu untuk mempengaruhi sikap, keyakinan, nilai, atau perilaku. Adapun penjelasan mengenai tujuan tersebut diantaranya (DeVito, 2015, p. 400).

2.1 Persuasi dilakukan untuk memperkuat pandangan komunikan.

Misalnya komunikator dalam perayaan agama memberi kotbah untuk memperkuat keyakinan umatnya, atau iklan layanan masyarakat yang berusaha memperkuat keyakinan orang lain tentang bahaya merokok. Sedangkan untuk melemahkan kepercayaan komunikan, komunikator berusaha menunjukkan bahwa apa yang komunikan yakini mungkin tidak sepenuhnya benar. Misalnya, komunikator berusaha melemahkan sikap positif komunikan terhadap partai atau kebijakan politik tertentu.

2.2 Untuk mengubah sikap, keyakinan, atau nilai. Tujuan komunikasi persuasif dimana komunikator berusaha mengubah sikap, keyakinan, atau nilai yang dimiliki komunikan terhadap suatu hal. Misalnya, berusaha mengubah sikap komunikan mengenai larangan merokok di kampus, mengubah keyakinan komunikan mengenai pengaruh televisi terhadap kekerasan, atau mengubah nilai komunikan mengenai kemanjuran perang.

2.3 Memotivasi untuk bertindak. Tujuan komunikasi persuasif yang paling sering dilakukan adalah untuk membuat orang lain atau komunikan melakukan sesuatu. Misalnya, berusaha membuat komunikan bertindak untuk memilih seseorang daripada yang lain atau membujuk agar komunikan mau berdonasi bagi para tunawisma.

3. Tahapan Persuasif

Keberhasilan pesan persuasif tidak dilihat dari proporsi “semua atau tidak sama sekali”, namun jika itu mampu menggerakkan orang lain melalui proses atau tahapan menuju tujuan (Osborn, Osborn, Osborn, & Turner, 2015, p. 341). William J. McGuire, profesor psikologi di Universitas Yale, menyatakan bahwa persuasif yang sukses adalah proses yang melibatkan hingga 12 fase. Michael Osborn dengan rekan-rekannya mengelompokkan fase-fase tersebut ke dalam lima tahap yaitu kesadaran, pemahaman,

kesepakatan, pemberlakuan, dan integrasi (Osborn, Osborn, Osborn, & Turner, 2015, pp. 340-343).

3.1 *Awareness* (kesadaran). Kadang-kadang tahap ini disebut dengan tahap peningkatan kesadaran. Kesadaran merupakan kondisi dimana seseorang mengetahui tentang masalah dan memperhatikannya. Menciptakan kesadaran orang lain menjadi sangat penting ketika orang tersebut tidak percaya bahwa sebenarnya ada masalah.

3.2 *Understanding* (pemahaman). Pemahaman merupakan tahap kedua dalam proses persuasif. Pada tahap ini komunikator harus memahami perkataan komunikator dan mengetahui bagaimana melaksanakan yang telah dia pahami.

3.3 *Agreement* (kesepakatan). Dalam proses persuasif, tahap ketiga merupakan kesepakatan. Pada tahap ini komunikator telah menerima posisi komunikator. Hal ini ditandai dengan adanya afirmasi yang membangun kearah menuju tujuan persuasi. Misalnya komunikator mengatakan “Dia benar, ini merupakan masalah yang serius” atau “saya harus melakukan sesuatu, karena hal ini dapat mempengaruhi hidup saya,”

3.4 *Anactement* (pemberlakuan). Tahap selanjutnya adalah pemberlakuan, yaitu suatu hal yang membuat komunikator menerima perkataan komunikator. Pada tahap ini komunikator berupaya memberi komunikator cara untuk membuat persetujuan dan

menegaskan komitmen. Misalnya mengajak komunikan agar mengangkat tangan atau memberikan tanda tangan.

3.5 *Integration* (integrasi). Tahap terakhir adalah integrasi komitmen baru ke dalam keyakinan dan nilai komunikan sebelumnya. Komunikan harus melihat hubungan antara pesan dari komunikator dengan nilai-nilai inti yang mereka miliki agar efek dari komunikasi persuasif dapat bertahan lama (konsisten).

4. Teknik-Teknik Komunikasi Persuasif

Agar komunikator mampu menggerakkan komunikan mencapai tahapan komunikasi persuasif, terdapat teknik-teknik komunikasi persuasif yang bisa digunakan. Menurut Effendy, teknik komunikasi persuasif itu sendiri merupakan cara seni yang dilakukan komunikator dalam melakukan penyampaian pesan sedemikian rupa sehingga dapat menimbulkan suatu dampak pada komunikan (Salim, 2022, p. 112). Dikutip dari Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi, teknik-teknik tersebut diantaranya (Pratama, Hairunnisa, & Boer, 2019, p. 6).

4.1 Teknik Asosiasi. Teknik ini dilakukan dengan menyajikan pesan komunikasi pada suatu objek atau peristiwa terkini yang menarik perhatian audiens atau komunikan. Penggunaan teknik ini dapat digambarkan misalnya pada situasi komunikan yang berasal dari latar belakang adat istiadat atau suku yang berbeda-beda

(heterogen), maka untuk merangkul semua aspek budaya, pendekatan komunikasi dapat dilakukan dengan menghadirkan komunikator yang berasal dari tokoh-tokoh masyarakat lintas budaya sehingga pesan dapat dikomunikasikan secara merata (Erviani, 2017, p. 242). Dengan kata lain, dapat artikan bahwa teknik ini dilakukan untuk menarik perhatian komunikan dengan menghadirkan komunikator atau publik figur yang mampu menyampaikan isi pesan yang relevan dan menarik bagi mereka.

4.2 Teknik Integrasi. Teknik integrasi merupakan teknik yang dilakukan oleh komunikator dengan menyatukan diri dengan komunikan. Komunikator baik melalui upaya verbal maupun nonverbal menggambarkan bahwa dirinya senasib atau menjadi satu dengan komunikan. Misalnya, ketika menghadapi komunikan yang heterogen lalu menemui kesulitan untuk mengumpulkan mereka agar ikut andil dalam berdiskusi, maka dalam teknik ini komunikator dari lintas budaya berupaya untuk merangkul dengan berbicara dari hati ke hati, adapun komunikasi nonverbal dapat dilakukan dengan mengajak komunikan untuk melakukan kegiatan yang melibatkan mereka sehingga efek keterhubungan antara satu dengan yang lain dapat terjadi (Erviani, 2017, p. 242). Dengan kata lain, dapat diartikan bahwa teknik ini dilakukan dengan cara komunikator berupaya menjadi teman yang memahami dibandingkan menjadi pihak yang terlihat sebagai atasan.

4.3 Teknik Ganjaran. Teknik ini dilakukan dengan tujuan mempengaruhi orang lain melalui cara mengiming-iming komunikasi dengan hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan. Misalnya, dalam upaya mengajak masyarakat agar mau menjaga lingkungan dengan mengikuti bank sampah, pengurus suatu bank sampah di Surabaya melakukan upaya komunikasi pada masyarakat dengan mengatakan bahwa memilah sampah dapat menghasilkan uang dengan menunjukkan bukti yaitu buku tabungan dan nilai uangnya, hal itu menjadi daya tarik bagi warga untuk mengikuti bank sampah (Budiono, 2022, p. 108). Maka dapat dipahami bahwa teknik ini dilakukan komunikator untuk mencapai tujuannya dengan cara membujuk komunikasi dengan hal-hal yang menguntungkan komunikasi tersebut.

4.4 Teknik Tataan. Dalam kegiatan persuasi, teknik tataan merupakan seni menata pesan sedemikian rupa dengan imbauan emosional agar enak dibaca atau didengar, menarik perhatian, dan dapat memotivasi komunikasi untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut. Teknik ini diibaratkan seperti menghias kue yang baru dikeluarkan dari pemanggangan, kue yang tadinya tidak menarik menjadi lebih indah sehingga dapat memikat perhatian siapapun yang melihatnya (Silviani, 2020, p. 54). Sebagai halnya hanya memperindah kue, maka keadaan kue tersebut tidak diubah, demikian menurut (Silviani, 2020, p. 54), usaha menimbulkan

imbauan emosional dimaksudkan komunikator hanya untuk membuat komunikan dapat lebih tertarik hatinya tanpa membuat fakta pesan menjadi cacat.

4.5 Teknik *Red-herring*. Teknik ini dilakukan komunikator untuk memenangkan perdebatan, atau ketika berada dalam posisi yang terdesak. Komunikator berusaha menyerang lawan dengan mengelakkan argumentasi lawan yang lemah dan mengalihkannya pada aspek yang dikuasai komunikator. Misalnya, ketika Dinas Pariwisata berdebat argumen dengan masyarakat karena perbedaan karakteristik, latar belakang, dan pola pikir, maka Dinas Pariwisata berupaya memperkuat argumen dengan menunjukkan data dan dokumen lapangan yang mereka miliki agar masyarakat dapat menerima dan mengkaji kembali informasi yang diberikan sehingga kesepakatan bersama dapat diambil (Erviani, 2017, p. 244).

Menurut Cangara dalam (Siregar, Harahap, & Aidha, 2020, p. 67), *red-herring* dapat diimplementasikan dengan dua teknik, diantaranya: *one-sides issue* yaitu teknik penyampaian isi pesan dengan memaparkan salah satu sisi saja, dari sisi baiknya, sisi buruknya, sebabnya, atau akibatnya saja, dan *two-side issue* yaitu teknik penyampaian isi pesan dengan memaparkan kedua sisi, sisi baik dan sisi buruk, atau sebab dan akibat. Cangara dalam (Siregar, Harahap, & Aidha, 2020, p. 67) juga menjelaskan bahwa *one-sides issue* biasanya dilakukan karena sebelumnya komunikan sudah

mengetahui isi pesan sehingga komunikator melakukan teknik ini untuk memperjelas atau memperkuat isi pesan tersebut. Teknik tersebut diberikan kepada komunikan dengan pendidikan rendah, sehingga pesan sengaja dikemas secara ringkas dan tidak bertele-tele. Sedangkan teknik *two-side issue*, menurut Cangara dalam (Siregar, Harahap, & Aidha, 2020, p. 67) biasanya dilakukan saat pesan masih menjadi bahan perdebatan karena adanya sikap pesimis dari komunikan sehingga menjadi oposisi. Teknik itu ditujukan untuk komunikan dengan pendidikan tinggi karena biasanya mereka melihat suatu hal dari sebab akibat atau sisi baik buruknya.

5. Model Komunikasi SMCR

Teknik komunikasi persuasif diatas, dalam praktiknya dapat dipahami dengan merefleksikan makna dari komunikasi itu sendiri. Menurut Gerald R. Miller komunikasi merupakan kegiatan penyampaian pesan yang secara sadar dilakukan oleh sumber kepada penerima untuk mempengaruhi perilaku penerima (Mulyana, 2008, p. 68). Praktik dari kegiatan penyampaian pesan tersebut dapat direpresentasikan melalui model komunikasi SMCR yang dikemukakan oleh David K. Berlo. Model SMCR merupakan singkatan dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima) yang dijelaskan sebagai berikut (Mulyana, 2008, p. 162).

5.1 *Source* (sumber) merupakan suatu pihak baik seseorang maupun kelompok yang menciptakan pesan.

5.2 *Message* (pesan) merupakan terjemahan ide atau gagasan dalam bentuk kode simbolik yang dapat berupa bahasa atau isyarat.

5.3 *Channel* (saluran) merupakan medium yang membawa pesan, seperti udara yang menyalurkan gelombang suara, buku, televisi, radio, dan lain-lain.

5.4 *Receiver* (penerima) merupakan seseorang atau kelompok yang berperan sebagai pihak yang menerima pesan.

Menurut Berlo, dalam proses komunikasi baik sumber maupun penerima, keduanya dipengaruhi oleh faktor-faktor pribadi, seperti keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya (Mulyana, 2008, p. 162). Sedangkan pesan dalam proses komunikasi dikembangkan berdasarkan elemen, struktur, isi, pemberlakuan, dan kode, yang dalam proses penyaluran pesan tersebut berhubungan dengan panca indra manusia yaitu melihat, mendengar, menyentuh, membau, serta merasakan (Mulyana, 2008, pp. 162-163).

6. Pesan verbal

Pesan dalam komunikasi adalah tentang verbal dan nonverbal. Pesan verbal berupa kata-kata (bahasa) baik ucapan (diskusi, pidato, wawancara) maupun tulisan (novel, surat, artikel)

(Mulyana, 2008, p. 70). Kata merupakan simbol yang digunakan oleh orang-orang yang merepresentasikan sesuatu, yang memicu pikiran, konsep atau perasaan (Beebe, Beebe, & Ivy, 2015, p. 80). Adapun dalam penggunaannya, kata memiliki berbagai kekuatan, diantaranya adalah (Beebe, Beebe, & Ivy, 2015, pp. 84-85).

6.1 Kekuatan untuk menciptakan dan memberi label pada pengalaman.

Adanya nama suatu fenomena atau pengalaman memiliki kekuatan untuk membuat fenomena atau pengalaman tersebut menjadi lebih nyata. Contohnya Covid-19. Virus tersebut dinamai menurut orang yang menemukan kondisi tersebut.

6.2 Kekuatan untuk mengkomunikasikan perasaan. Kata-kata memberi

label pada perasaan yang sulit diungkapkan. Dengan kata lain, kata-kata memiliki kekuatan untuk mengkomunikasikan keadaan emosional dan suasana hati seseorang. Akan tetapi tidak hanya terbatas untuk mengekspresikan perasaan, namun kata-kata juga memiliki kekuatan untuk memengaruhi kesehatan emosional, mental, dan fisik seseorang.

6.3 Kekuatan untuk mempengaruhi pikiran dan tindakan. Kata-kata

memiliki kekuatan untuk memengaruhi cara seseorang berpikir dan bereaksi terhadap sesuatu. Contohnya, suatu produk penurunan berat badan memiliki nama Ayds yang mirip dengan nama penyakit AIDS, hal itu menyebabkan produk tersebut tidak sukses dipasarkan karena orang enggan mengkonsumsinya.

6.4 Kekuatan untuk membentuk dan mencerminkan budaya. Di dalam suatu kelompok budaya, bahasa dikembangkan secara unik untuk menjalin hubungan dan meningkatkan solidaritas. Sehingga bahasa yang digunakan seseorang akan membentuk dan mencerminkan budaya orang tersebut.

6.5 Kekuatan untuk membuat dan memutuskan hubungan. Kata-kata dapat membangun atau menghancurkan sebuah hubungan. Seseorang dapat mengatakan sesuatu yang tidak pantas sehingga membuatnya kehilangan hubungan yang baik.

7. Pesan nonverbal

Komunikasi nonverbal melengkapi komunikasi verbal. Baik pesan verbal maupun nonverbal, keduanya sangat penting bagi keberhasilan sebuah hubungan (Beebe, Beebe, & Ivy, 2015, p. 85).

Pesan nonverbal dapat dipahami sebagai pesan yang berupa tindakan atau isyarat anggota tubuh (Mulyana, 2008, p. 70). Isyarat nonverbal tidak hanya penting bagi tahap awal hubungan, namun juga penting dalam upaya mempertahankan, memperdalam, hingga mengakhiri hubungan tersebut (Beebe, Beebe, & Ivy, 2015, p. 102).

Berikut ini Steven A. Beebe bersama dengan rekannya menjelaskan tujuh kode komunikasi nonverbal untuk meningkatkan pemahaman terhadap perilaku manusia (Beebe, Beebe, & Ivy, 2015, pp. 107-113).

7.1 *Appearance* (penampilan) merupakan isyarat nonverbal yang berkaitan dengan bentuk dan ukuran tubuh, warna dan tekstur kulit, gaya pakaian, dan gaya rambut. Pakaian merupakan aspek lain dari penampilan fisik yang tidak hanya berfungsi untuk menjaga tubuh tetap hangat dan terlindungi, namun juga untuk menjaga kesopanan, menyampaikan kepribadian, status, dan budaya, serta mengkomunikasikan identitas dengan suatu kelompok. Kemudian artefak (elemen lain dari penampilan) seperti riasan, parfum, tato, perhiasan, tindik, kacamata, dan sebagainya juga turut menampilkan budaya dan kepribadian seseorang. Semua unsur itu berpengaruh terhadap kredibilitas dan daya tarik seseorang, perasaan seseorang terhadap dirinya sendiri, serta persepsi dari orang lain.

7.2 *Body Movement, gestures, dan posture*. Gerak tubuh, gestur, dan postur secara umum disebut dengan istilah kinesik. Contohnya seperti duduk lebih tegak saat seseorang merasa optimis atau duduk cenderung membungkuk ketika seseorang mengalami hari yang buruk. Dalam praktiknya kinesik dapat mengkomunikasikan status, kehangatan, kredibilitas, informasi, sikap, kesukaan, dan minat seseorang terhadap orang lain.

7.3 *Eye contact*, Dalam berkomunikasi, kontak mata berperan penting dalam penilaian kredibilitas komunikator. Seseorang yang sedikit melakukan kontak mata dan cenderung menggerakkan mata dengan gugup akan dianggap kurang dapat dipercaya dan kurang kredibel

dibandingkan dengan seseorang yang nyaman dan percaya diri saat melakukan kontak mata. Dengan kontak mata seseorang dapat menilai kepercayaan, ketulusan, dan kejujuran orang lain.

7.4 *Facial Expressions*. Ekspresi wajah merupakan isyarat nonverbal yang dapat mengungkapkan jenis emosi yang seseorang rasakan. Menurut Ekman dan Friesen, secara universal wajah manusia memiliki enam emosi utama yaitu kesedihan, kebahagiaan, ketakutan, keterkejutan, kemarahan, dan jijik atau menghina. Ekspresi wajah mengisyaratkan pikiran dan mengekspresikan emosi serta sikap seseorang.

7.5 *Touch*. Sentuhan merupakan isyarat komunikasi nonverbal yang kuat dan paling berpotensi disalahpahami. Sentuhan sangat penting untuk perkembangan pribadi, kesehatan fisik, dan kesejahteraan manusia, namun sentuhan juga dapat menyebabkan masalah apabila digunakan dengan buruk. Jumlah sentuhan yang dibutuhkan dan dapat diterima seseorang dipengaruhi oleh latar belakang budaya. Budaya dengan kontak sentuhan yang tinggi akan menganggap sentuhan merupakan hal yang biasa, namun budaya sentuhan yang rendah akan menganggap sentuhan kurang pantas dan jarang terjadi. Dalam praktiknya sentuhan dapat mengkomunikasikan kasih sayang, keintiman, dan penolakan.

7.6 *Voice*. Suara merupakan sarana untuk mengkomunikasikan emosi, pikiran, dan sifat hubungan seseorang dengan orang lain. Melalui

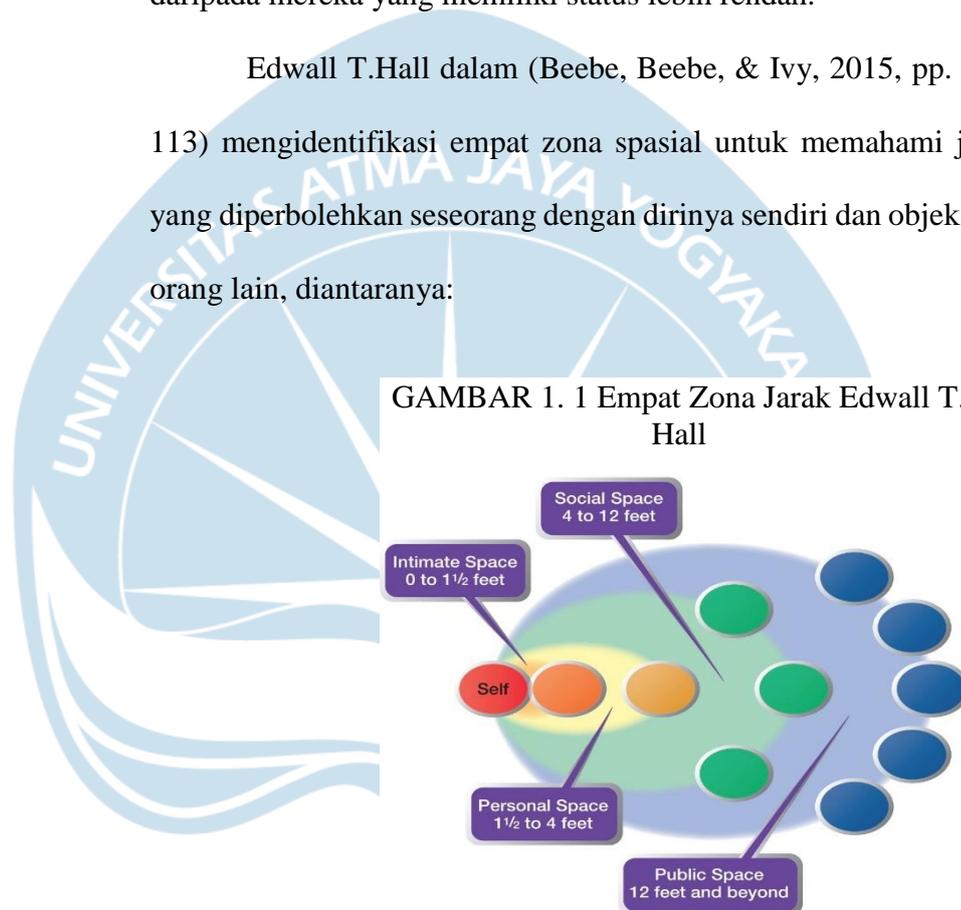
nada, volume, kecepatan, dan penggunaan keheningan, seseorang memberikan petunjuk penting tentang rasa percaya dirinya dan mempengaruhi persepsi orang lain. Seseorang yang berbicara lambat dan lembut, serta sering salah mengucapkan kata cenderung kurang kredibel dan persuasif daripada seseorang yang berbicara dengan lancar, jelas, cepat, dan dengan volume yang tepat.

7.7 *Physical environment, space, dan territory.* Lingkungan fisik merupakan elemen nonverbal yang mengkomunikasikan informasi tentang seseorang yang berfungsi di lingkungan itu dan menyediakan konteks yang mengubah perilaku. Lingkungan fisik adalah perpanjangan dari kepribadian, dimana pilihan yang seseorang buat tentang lingkungan tempat tinggalnya mengungkapkan banyak hal mengenai orang tersebut. Lingkungan dimana orang berkomunikasi akan merubah perilaku nonverbal yang menyesuaikan lingkungan tersebut. Misalnya, lingkungan komunikasi yang formal membuat gerakan seseorang lebih terkendali, postur tubuh lebih kaku, dan ucapan yang terbatas dan berbisik.

Ketika berkomunikasi, ruang atau jarak antar peserta komunikasi dapat memberikan informasi mengenai status, kekuasaan, dan keintiman. Seberapa dekat seseorang secara fisik dengan orang lain berkaitan dengan seberapa baik mereka saling mengenal. Hal tersebut dengan pertimbangan kekuasaan dan status,

serta latar belakang budaya. Umumnya, semakin menyukai orang lain maka jarak seseorang berdiri akan lebih dekat. Lalu orang dengan status lebih tinggi akan mendapatkan lebih banyak ruang daripada mereka yang memiliki status lebih rendah.

Edwall T.Hall dalam (Beebe, Beebe, & Ivy, 2015, pp. 112-113) mengidentifikasi empat zona spasial untuk memahami jarak yang diperbolehkan seseorang dengan dirinya sendiri dan objek atau orang lain, diantaranya:



Sumber: (Beebe, Beebe, & Ivy, 2015, p. 112)

- 7.7.1 Ruang intim, yaitu komunikasi yang paling pribadi dengan jarak 0 sampai 1½ kaki.
- 7.7.2 Ruang pribadi, yaitu jarak 1½ sampai empat kaki. Sebagian besar interaksi terjadi dengan keluarga dan teman. Seseorang dapat merasa tidak nyaman jika

orang yang tidak dikenal memasuki zona ini secara sengaja.

7.7.3 Ruang sosial, yaitu jarak berkisar empat hingga 12 kaki, dengan mayoritas interaksi terjadi pada kelompok formal dan hubungan profesional.

7.7.4 Ruang publik, yaitu setidaknya dalam 12 kaki pembicara publik memposisikan dirinya dengan audiens, namun di zona ini biasanya komunikasi interpersonal tidak terjadi.

Adapun selain zona spasial, seseorang juga menggunakan ruang dan objek untuk mengkomunikasikan kepemilikan atas ruang yang disebut dengan teritorialitas. Misalnya, seseorang meletakkan tas dan buku di kursi untuk menandakan kepemilikan sementara atas tempat duduk tersebut. Ketika orang tersebut pergi dan kembali, lalu melihat orang lain memindahkan barangnya dan menempati kursi tersebut, orang tersebut dapat merasa marah karena menganggap hal tersebut sebagai pelanggaran teritorial. Teritori memberikan petunjuk atas penggunaan atau kepemilikan, seperti kunci pintu atau sandi komputer.

8. Saluran Komunikasi

Saluran atau media komunikasi merupakan sarana yang digunakan untuk mengirimkan pesan kepada penerima (Beebe, Beebe, & Ivy, 2015, p. 7). Saluran mencakup panca indera manusia dan berbagai sarana teknologi (Shockley-Zalabak, 2013, p. 11). Interaksi tatap muka, pertemuan kelompok, pertemuan yang dimediasi komputer, surat, memo, dan situs web merupakan beberapa saluran yang dapat digunakan untuk mentransmisikan pesan (Shockley-Zalabak, 2013, p. 37).

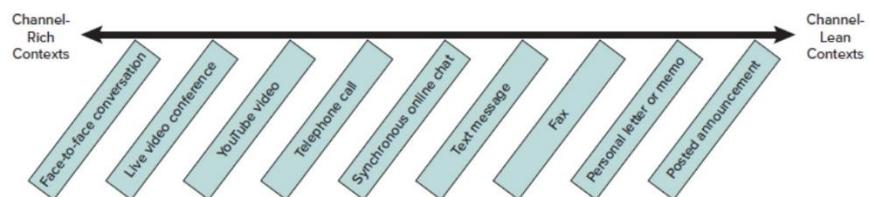
Saluran yang digunakan komunikator berpotensi mempengaruhi makna yang diberikan pada pesan (Pearson, Nelson, Titsworth, & Hosek, 2021, p. 11). Misalnya adanya implikasi pada saat seseorang memutuskan hubungan dengan orang lain melalui email atau teks karena seringkali email dan pesan teks lebih keras dibandingkan dengan komunikasi tatap muka (Shockley-Zalabak, 2013, p. 11). Meskipun saluran dapat digunakan begitu saja, namun pemilihan saluran dapat mengkomunikasikan sikap yang halus dan penting berkaitan dengan penerima dan mengenai pesan itu sendiri (Shockley-Zalabak, 2013, p. 38).

Beberapa situasi merupakan *channel-rich contexts*, yang artinya situasi tersebut melibatkan banyak saluran komunikasi yang berbeda, atau *channel-lean contexts*, yaitu situasi dengan jumlah saluran yang lebih sedikit (gambar 1) (Floyd, 2021, p. 13). Kekayaan

saluran komunikasi dapat didasarkan pada empat kriteria, yaitu jumlah umpan balik yang dapat diterima oleh komunikator, jumlah isyarat yang dapat dikirimkan saluran dan yang dapat ditafsirkan oleh penerima, ragam bahasa yang dapat digunakan, serta potensi untuk dapat mengekspresikan emosi dan perasaan (Beebe, Beebe, & Ivy, 2015, p. 21).

Dalam konteks yang kaya saluran, seseorang dapat mengevaluasi informasi yang diterima dari semua saluran, misalnya dalam percakapan tatap muka seseorang dapat melihat ekspresi, gerak tubuh, sekaligus merasakan sentuhan, begitu juga dengan percakapan melalui Skype atau Facetime yang dapat menggambarkan kata-kata, gerakan, isyarat wajah, dan nada vokal (Floyd, 2021, p. 13). Sedangkan dalam konteks yang minim saluran, seperti pesan teks akan membuat seseorang hanya bergantung pada teks tersebut dan tidak mendengar suara atau gerakan dari pengirim.

GAMBAR 1. 2
Saluran Komunikasi



Sumber: (Floyd, 2021, p. 13)

F. Kerangka Konsep

Dalam penelitian ini, proses komunikasi dan teknik komunikasi persuasif menjadi fokus utama yaitu kaitannya dalam upaya pencegahan penyebaran HIV/AIDS oleh Yayasan Sokoguru pada kalangan Pekerja Seks di Bandung. Seperti yang diketahui bahwa para Pekerja Seks di Bandung dihadapkan pada rutinitas pekerjaan yang mengharuskan mereka berganti-ganti pasangan dalam berhubungan seksual. Hal tersebut membuat mereka rentan tertular HIV/AIDS. Resiko penularan HIV/AIDS di Bandung juga diperburuk dengan ketidakdisiplinan dalam penggunaan kondom dan penolakan Pekerja Seks untuk melakukan tes kesehatan.

Mengingat Yayasan Sokoguru memiliki peran sebagai komunitas yang bergerak untuk mencegah penularan HIV/AIDS di Bandung, maka bagi Yayasan Sokoguru realitas tersebut menjadi perhatian dan masalah yang harus ditangani. Melalui proses pertukaran pesan atau komunikasi, Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru melakukan upaya persuasif pada Pekerja Seks di Bandung untuk dapat mencegah penularan HIV/AIDS. Persuasif dipahami sebagai upaya untuk mempengaruhi sikap, keyakinan, nilai, dan perilaku orang lain (DeVito, 2015, p. 400). Sedangkan komunikasi persuasif menurut G.R Miller merupakan penyampaian pesan yang ditujukan untuk membentuk, memperkuat, atau mengubah tanggapan orang lain (Stiff & Mongeau, 2016, p. 4).

Secara umum tujuan komunikator persuasif dibagi ke dalam tiga kategori, yaitu untuk memperkuat atau melemahkan sikap, keyakinan, atau

nilai yang dimiliki komunikannya, untuk mengubah sikap, keyakinan, atau nilai yang dimiliki komunikannya, dan untuk memotivasi komunikannya agar bertindak (DeVito, 2015, p. 400). Komunikator persuasif Yayasan Sokoguru mungkin telah menetapkan salah satu dari ketiga tujuan tersebut.

Dalam penelitian ini, proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh petugas Yayasan Sokoguru untuk mencapai tujuan yang telah mereka tetapkan juga dideskripsikan dengan mengacu pada model komunikasi SMCR yang dikemukakan oleh David K. Berlo, yaitu *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima). Dalam penelitian ini, sumber merupakan Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru dan penerima merupakan Pekerja Seks di Bandung. Adapun pesan yang ditransmisikan oleh Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru berupa pesan verbal yaitu berupa ucapan maupun tulisan dan pesan nonverbal yang berupa isyarat anggota tubuh.

Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru dalam mengirimkan pesan nonverbal dianalisis melalui tujuh kode komunikasi nonverbal menurut Steven A. Beebe dan rekannya, yaitu *appearance* yang meliputi gaya berpakaian hingga gaya rambut yang dikenakan oleh Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru. *Body movement, gesture, dan posture* yaitu berkaitan dengan gerak tubuh, gestur, dan postur yang ditunjukkan oleh Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru. *Eye contact* yaitu kontak mata yang dilakukan oleh Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru kepada Pekerja Seks.

Kemudian *facial expressions* yaitu ekspresi wajah yang ditunjukkan oleh Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru. *Touch* yaitu sentuhan yang dilakukan oleh Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru. *Voice* yaitu suara yang dikeluarkan oleh Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru, dan *physical environment, space, dan territory* yaitu lingkungan fisik yang dibangun oleh Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru yang menunjukkan konteks komunikasi dengan Pekerja Seks di Bandung. *Space* merupakan ruang atau jarak ketika Petugas Lapangan berkomunikasi dengan Pekerja Seks di Bandung yang dipahami melalui empat zona spasial menurut Edwall T.Hall, yaitu ruang intim, ruang pribadi, ruang sosial, dan ruang publik.

Adapun untuk mendukung mewujudkan tujuan dan mencapai tahap-tahap tersebut, terdapat teknik-teknik yang dapat digunakan oleh komunikator dari Yayasan Sokoguru dalam melakukan komunikasi persuasif. Teknik-teknik tersebut diantaranya adalah teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik *red-herring* (Pratama, Hairunnisa, & Boer, 2019, p. 6). Teknik asosiasi dilakukan apabila komunikator menyajikan pesan dengan objek atau peristiwa terkini yang dapat menarik perhatian Pekerja Seks. Teknik integrasi dilakukan komunikator dengan menyatukan diri dengan Pekerja Seks baik secara verbal maupun non verbal. Teknik ganjaran dilakukan komunikator dengan cara mengiming-imingi Pekerja Seks dengan hal yang menjanjikan harapan. Teknik tataan dilakukan komunikator melalui penataan pesan dengan imbauan emosional agar dapat menarik perhatian dan memotivasi Pekerja

Seks melakukan hal yang terkait dengan pencegahan HIV/AIDS. Sedangkan teknik *red-herring* merupakan teknik yang dilakukan komunikator dengan menyerang Pekerja Seks dalam perdebatan.

Teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru juga dianalisis menurut saluran komunikasi yang digunakan, baik secara tatap muka maupun melalui penggunaan sarana teknologi seperti *smartphone* dan platform digital seperti WhatsApp. Pemilihan saluran komunikasi sangat penting karena dapat mempengaruhi makna yang diberikan pada pesan yang disampaikan oleh Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru kepada Pekerja Seks di Bandung. Adapun pemilihan saluran komunikasi dipengaruhi oleh situasi *channel-rich contexts* yaitu situasi yang melibatkan banyak saluran komunikasi yang berbeda atau *channel-lean contexts* yaitu situasi dengan jumlah saluran yang sedikit.

Adapun dalam proses komunikasi persuasif yang dilakukan Petugas Lapangan untuk menuju tujuan yang telah ditetapkan juga dideskripsikan berdasarkan tahapan-tahapannya. Menurut ahli tahapan persuasif diantaranya adalah kesadaran, pemahaman, kesepakatan, pemberlakuan, dan intergrasi (Osborn, Osborn, Osborn, & Turner, 2015, pp. 340-343).

Tahap kesadaran ditandai apabila Pekerja Seks mengalami peningkatan kesadaran termasuk mengetahui dan memperhatikan permasalahan HIV/AIDS. Tahap selanjutnya adalah pemahaman, yaitu apabila Pekerja Seks mampu memahami perkataan komunikator dari Yayasan Sokoguru. Setelah itu, pada tahapan kesepakatan, ditandai dengan

penerimaan Pekerja Seks terhadap posisi komunikator dengan menunjukkan afirmasi yang membangun kearah menuju tujuan persuasi. Kemudian, tahap pemberlakuan, apabila komunikator mampu membuat Pekerja Seks memberikan persetujuan dan menegaskan komitmennya dalam mencegah penyebaran HIV/AIDS. Hingga kemudian pada tahap terakhir integrasi, yaitu apabila Pekerja Seks memiliki komitmen baru ke dalam keyakinan dan nilai Pekerja Seks sebelumnya.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan pencerahan dan pemahaman atas suatu fenomena (Anggito & Setiawan, 2018, p. 9). Penelitian ini tidak menggunakan metode kuantifikasi atau prosedur statistik untuk memperoleh hasil penelitian, namun melalui pengumpulan data, analisis, hingga kemudian diinterpretasikan. Metode penelitian kualitatif juga sering disebut sebagai penelitian naturalistik karena dilakukan pada kondisi natural *setting* (Mamik, 2015, p. 4).

Hasil dari penelitian kualitatif ini dapat berupa uraian yang mendalam tentang ucapan atau perilaku dari suatu kelompok, organisasi, masyarakat, dan atau individu tertentu dalam suatu

konteks, keadaan tertentu yang dapat diamati dan dikaji dari sudut pandang yang menyeluruh (Jaya, 2020, p. 6). Hasil penelitian tersebut didapat dari analisis terhadap data yang diperoleh dari lapangan dengan teori dan fakta sosial yang ada (Jaya, 2020, p. 112). Dalam konteks penelitian ini, penelitian kualitatif ditujukan agar peneliti dapat menguraikan secara mendalam mengenai Yayasan Sokoguru, khususnya mengenai proses komunikasi dan teknik komunikasi yang mereka gunakan dalam mengatasi hambatan dalam mencegah penyebaran HIV/AIDS pada kalangan Pekerja Seks di Bandung.

Adapun penelitian dengan jenis deskriptif merupakan penelitian yang bersifat independen, yaitu ditujukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu atau lebih variabel, tanpa membuat hubungan atau perbandingan antar variabel (Jaya, 2020, p. 126). Dalam penelitian deskriptif, peneliti mendeskripsikan suatu obyek, fenomena, dan setting sosial yang kemudian dituangkan dalam tulisan (Anggito & Setiawan, 2018, p. 11). Sejalan dengan pengertian tersebut penelitian ini bertujuan untuk menggali fakta yang bersangkutan dengan proses komunikasi dan teknik komunikasi persuasif oleh Petugas Lapangan dari Yayasan Sokoguru dalam upaya mencegah penyebaran HIV/AIDS pada kalangan Pekerja Seks di Bandung. Data yang diperoleh peneliti dideskripsikan sesuai dengan kenyataan di lapangan dalam

bentuk kata-kata atau kalimat yang kemudian kesimpulan diambil berdasarkan tulisan yang telah dipaparkan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Studi kasus merupakan sebuah penelitian mengenai manusia (kelompok, organisasi, maupun individu), peristiwa dan latar secara mendalam (Jaya, 2020, p. 120). Tujuan dari metode ini adalah untuk mendapatkan gambaran secara mendalam tentang suatu kasus yang sedang diteliti dengan cara mengumpulkan berbagai informasi yang kemudian diolah untuk memperoleh solusi sehingga masalah yang diungkap dapat terselesaikan (Jaya, 2020, p. 120). Metode ini digunakan karena peneliti ingin mendapatkan gambaran secara mendalam suatu organisasi yaitu Yayasan Sokoguru dalam melakukan komunikasi persuasif kepada Pekerja Seks di Bandung. Peneliti melakukan pengumpulan dan mengolah informasi untuk mengetahui proses dan teknik komunikasi yang dilakukan Yayasan Sokoguru melalui Petugas Lapangan dalam mengatasi permasalahan pencegahan penyebaran HIV/AIDS.

3. Subyek dan obyek penelitian

Subyek penelitian merupakan informan yang dapat memberikan data penelitian (Mardawani, 2020, p. 45). Subyek dari penelitian ini adalah dua orang Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru. Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru merupakan

narasumber yang mengampu tugas dan kewajiban pencegahan HIV/AIDS pada kalangan Pekerja Seks di wilayah Bandungan. Sehingga mereka dapat memberikan informasi sebagai data yang dapat menjawab masalah penelitian ini.

Obyek penelitian merupakan isu, problem, atau masalah yang diteliti, dikaji, dan diselidiki dalam penelitian (Mardawani, 2020, p. 45). Dari pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa obyek penelitian merupakan titik perhatian atau fokus dalam suatu penelitian. Obyek dalam penelitian ini adalah proses komunikasi dan teknik komunikasi persuasif Yayasan Sokoguru pada Pekerja Seks di Bandungan dalam upaya mencegah HIV/AIDS

4. Lokasi penelitian

Lokasi yang digunakan peneliti untuk melakukan pengumpulan data berada di Yayasan Sokoguru yang beralamat di Jalan Mayor Jendral Sutoyo Dliwang, Ungaran, Kabupaten Semarang, serta di wilayah Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data penelitian (Jaya, 2020, p. 149). Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

4.1 Wawancara

Data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan metode yang memungkinkan peneliti sebagai pewawancara untuk bertanya kepada narasumber dengan tujuan memperoleh informasi mengenai fenomena yang sedang diteliti (West & Turner, 2014, p. 83). Peneliti melakukan wawancara secara terstruktur, yaitu secara terencana berdasarkan pedoman pertanyaan yang sebelumnya telah disiapkan (Jaya, 2020, p. 153).

Teknik wawancara mendalam secara terstruktur ini dimaksudkan untuk menggali informasi dan data tentang proses komunikasi dan teknik komunikasi persuasif Yayasan Sokoguru untuk mencegah HIV/AIDS pada Pekerja Seks di Bandungan. Diharapkan dengan menggunakan pedoman pertanyaan, proses wawancara dapat berlangsung secara terkendali dan tidak menyimpang dari fokus penelitian. Adapun narasumber utama dalam penelitian ini merupakan Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru yang ditugaskan di Bandungan, yaitu Susilowati Dwi Khoironi dan Nurul Azizah.

4.2 Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi dilakukan dengan cara mengamati objek yang akan diteliti, menganalisis, serta mencatat hasil temuan dari tempat penelitian (Jaya, 2020,

p. 150). Pada observasi secara terang-terangan, pengumpulan data dilakukan pada kondisi dimana subjek penelitian menyadari bahwa mereka sedang diamati (Jaya, 2020, p. 151). Dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi dengan mengamati kegiatan yang dilakukan Petugas Lapangan Yayasan Sokoguru ketika bertemu dengan Pekerja Seks di Bandung.

4.3 Dokumentasi

Dokumen sangat penting untuk menunjang keberhasilan penelitian ini. Dokumen merupakan catatan (dapat berupa tulisan, gambar, atau karya seseorang) dari suatu fenomena yang telah terjadi (Jaya, 2020, p. 157). Peneliti menggunakan teknik dokumentasi untuk memperoleh data yang berkaitan dengan masalah penelitian agar dapat melengkapi hasil wawancara, seperti dokumen visi misi dan struktur organisasi dari subjek dalam penelitian ini yaitu Yayasan Sokoguru. Selain mempermudah peneliti dalam mengolah data penelitian, dengan dokumen tersebut dan potret foto atau catatan kecil dari peneliti juga akan membuat penelitian ini menjadi lebih akurat atau kredibel.

6. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti memastikan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber

merupakan pengecekan data yang mengharuskan peneliti mencari lebih dari satu sumber untuk memahami data atau informasi (Helaluddin & Wijaya, 2019, p. 22). Peneliti melakukan triangulasi sumber dengan melakukan wawancara terhadap Pekerja Seks yang bekerja di Bandungan, yaitu Yuliana.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap penting dalam penelitian yang tidak dapat dipisahkan dari tahap pengumpulan data. Menurut Sugiyono analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang telah didapatkan dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, secara sistematis dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, kemudian menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, lalu menyusunnya ke dalam pola, lalu memilih data yang penting dan yang akan dipelajari, hingga membuat kesimpulan agar mudah dipahami oleh peneliti dan orang lain (Anggito & Setiawan, 2018, pp. 236-237)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga jalur kegiatan analisis data menurut Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berikut ini penjelasan mengenai tiga jalur tersebut menurut Miles dan Huberman (Anggito & Setiawan, 2018, pp. 243-249).

5.1 Reduksi data.

Reduksi data merupakan proses analisis data yang dilakukan dengan menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, dan membuang data yang tidak diperlukan, serta mengorganisasi data melalui cara yang sedemikian rupa agar kesimpulan final dapat diperoleh dan diverifikasi

5.2 Penyajian data.

Penyajian data merupakan susunan informasi yang dapat memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data itu sendiri dapat berupa tabel, grafik, diagram, dan sebagainya (Jaya, 2020, p. 167). Semua jenis tersebut dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun secara terpadu dan mudah dimengerti.

5.3 Penarikan kesimpulan.

Salah satu cara untuk menarik kesimpulan yaitu dapat dengan meninjau ulang catatan yang diperoleh selama proses wawancara dan menyesuaikan dengan fakta yang ada di lapangan.