**ABSTRAK**

**Susanti/67140076/2019/Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif dalam Kampanye Anti-Kekerasan Seksual (Kasus Kampanye #MulaiBicara oleh Komunitas Lentera Sintas Indonesia)/Dosen Pembimbing: Dyah Nurul Maliki, S.Pd., M.Si.**

Banyaknya kasus kekerasan seksual yang terjadi dalam lingkungan masyarakat ini, ternyata tidak mampu menggerakkan masyarakat untuk bersuara. Kondisi ini membuat edukasi seksual sejak dini sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran semua pihak untuk memulai budaya melapor ketika mengalami atau menemukan kasus kekerasan seksual. Kampanye anti-kekerasan seksual merupakan salah satu bentuk kegiatan yang mampu menggerakkan kesadaran ini. Kampanye anti-kekerasan seksual yang akan diteliti dalam penelitian ini ialah mengenai kampanye #MulaiBicara yang dibentuk oleh komunitas Lentera Sintas Indonesia.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melihat bagaimana implementasi 10 teknik komunikasi persuasif William S. Howell, yakni meliputi *the yes-response technique, putting it up to you, stimulated disinterest, transfer, bandwagon technique, say it with flowers, don’t ask if ask which, the swap technique, reassurance, technique of irritation* (Soemirat dan Suryana, 2018:4-9), yang dilakukan dalam kampanye #MulaiBicara untuk menunjang keberhasilan berkampanye. Melalui teknik komunikasi persuasif ini, *persuader* akan jeli dalam menghadapi sasaran persuasi, lebih peka terhadap situasi yang dihadapi, dan mampu menentukan kapan harus menggunakan teknik persuasi yang bagaimana.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model Miles danHuberman yang terbagi atas reduksi data, penyajian data, serta penarikan konklusi dan verifikasi (Sugiyono, 2017:252).

Berdasarkan pada hasil penelitian yang diperoleh, peneliti menemukan seluruh teknik komunikasi persuasif William S. Howell diimplementasikan dalam kampanye #MulaiBicara. Teknik komunikasi persuasif William S. Howell yang selalu dilaksanakan ialah teknik *the yes-response technique*, teknik *stimulated disinterest*, dan teknik *technique of irritation*. Ketiga teknik ini merupakan teknik yang paling sering digunakan komunitas Lentera Sintas Indonesia dalam melaksanakan setiap kegiatan kampanye #MulaiBicara. Hal ini bukan berarti bahwa teknik lainnya tidak digunakan. Namun dalam melaksanakan kampanye, dibutuhkannya pemilahan teknik yang sesuai dengan sasaran kampanye, yakni dengan menerapkan strategi *profiling audience* yang ditemukan dilakukan dalam kampanye #MulaiBicara. Peneliti juga menemukan adanya teknik komunikasi persuasif yang dominan, dimana implementasinya dilakukan dengan cara yang berbeda dalam kampanye #MulaiBicara, yakni teknik *reassurance,* yang akan dijelaskan alasannya dalam hasil penelitian ini.

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menyimpulkan sepuluh teknik komunikasi persuasif yang dibentuk oleh William S. Howell ini diimplementasikan dalam kegiatan kampanye #MulaiBicara. Kesimpulan ini dibentuk atas dasar temuan kesesuaian disetiap kegiatan kampanye #MulaiBicara dengan teknik komunikasi persuasif William S. Howell. Tujuan yang ingin dicapai dalam kampanye #MulaiBicara ini ialah untuk merubah sikap, pendapat, pandangan, dan tingkah laku dalam setiap diri masyarakat dengan mulai bicara, untuk meminimalisir kasus kekerasan seksual.

**Kata Kunci:** Komunikasi Persuasif, Kampanye, Kekerasan Seksual