

STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK KEBIJAKAN PPKPT DI PERGURUAN TINGGI LLDIKTI WILAYAH 3

Diah Pratiwi¹, Tuti Widiastuti², Yohanes Arie Kuncoroyakti³

Magister Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma^{1,2,3}

diahbundaakbar@gmail.com¹, tuti.widiastuti@staff.gunadarma.ac.id²,
suratyohanes@gmail.com³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menggambarkan secara mendalam strategi komunikasi publik yang diterapkan oleh Satuan Tugas PPKPT dalam mendiseminasikan informasi kebijakan pencegahan dan penanganan kekerasan di lingkungan perguruan tinggi pada wilayah LLDIKTI III. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian ini menggunakan Teori Elaboration Likelihood Model (ELM) sebagai bagian dari teori komunikasi persuasif. Peneliti melakukan wawancara kepada informan dari Satgas PPKPT, dosen dan mahasiswa yang sesuai dengan kriteria penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Pada penelitian ini menggunakan tujuh informan yang tersebar di beberapa kampus yang berada di LLDIKTI Wilayah 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif melalui diseminasi informasi menjadi kunci dalam mengubah resistensi menjadi penerimaan. Diseminasi dilakukan dengan menyesuaikan bahasa, media, dan pendekatan sesuai karakteristik audiens, baik melalui jalur formal, hukum, religius, maupun kreatif. Peran mahasiswa sebagai agen perubahan juga terbukti signifikan dalam memperluas jangkauan pesan, baik melalui organisasi kemahasiswaan, peer education, hingga media kreatif seperti podcast dan radio kampus. Diseminasi memastikan kebijakan dipahami dan diterima, sedangkan evaluasi memastikan kebijakan berjalan efektif serta mampu menumbuhkan budaya kolektif anti kekerasan.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Satgas PPKPT, Informasi, Persuasif

PENDAHULUAN

Kekerasan seksual banyak terjadi di lingkungan pendidikan, salah satunya di lingkungan perguruan tinggi. Kasus kekerasan seksual yang terjadi banyak melibatkan mahasiswa bahkan akademisi di lingkungan perguruan tinggi. Salah satu peristiwa kekerasan seksual pernah dialami oleh belasan mahasiswa di salah satu universitas negeri ternama di Indonesia, dimana dosen yang menjadi panutan bagi mahasiswa melakukan tindak pelecehan seksual secara terang-terangan dan terbukti melanggar kode etik dosen yang seharusnya dijalankan dengan baik. Maraknya kasus pelecehan seksual yang terjadi di lingkungan kampus tentunya menjadi fokus baru bagi pemerintah. Setelah banyaknya laporan yang masuk dan menjadi viral, pemerintah melalui Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbudristek) melakukan pencegahan dengan tujuan agar kasus-kasus pelecehan seksual tersebut tidak berulang terjadi Kembali dan menimbulkan banyak korban. Kemendikbudristek melakukan implementasi dari kebijakan Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual (PPKS) di lingkungan perguruan tinggi (Purnamasica, 2024).

Permendikbud Ristek No. 30 tahun 2021 tentang pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual di Lingkungan Perguruan Tinggi (tahun 2022 berganti menjadi Permendikbud PPKS) mulai diimplementasikan dan diterapkan oleh seluruh perguruan tinggi di Indonesia melalui terbitnya Persesjen No. 17 tahun 2022 tentang Pedoman pelaksanaan Permendikbud No. 30 tahun 2021. Kebijakan tersebut mewajibkan setiap perguruan tinggi di Indonesia, baik negeri maupun swasta wajib membentuk satuan tugas pencegahan dan penanganan kekerasan seksual (satgas PPKS) (Wulandari et al., 2024). Implementasi kebijakan

yang dilakukan oleh satgas PPKS (berubah menjadi satgas PPKPT) adalah pencegahan dan penanganan kekerasan seksual di lingkungan perguruan tinggi dengan membagikan informasi menyeluruh kepada civitas akademik, mahasiswa dan semua pihak yang terlibat di lingkungan perguruan tinggi. Karenanya, dibutuhkan upaya diseminasi informasi yang dilakukan oleh satgas PPKPT untuk mencegah dan menangani kekerasan seksual di lingkungan kampus (Ashila et al., 2024).

Strategi komunikasi merupakan sebuah cara-cara, kiat ataupun taktik yang bisa dilakukan dalam melaksanakan perencanaan komunikasi (Panjaitan & Maimunah, 2022). Strategi komunikasi merupakan salah satu bagian dalam perencanaan komunikasi. Dikarenakan strategi komunikasi sendiri akan dilakukan setelah adanya suatu perencanaan komunikasi yang dirancang sebelumnya. Jika disusun dimulai dari adanya kebijakan komunikasi, lalu perencanaan komunikasi dirancang, kemudian dilanjutkan dengan taktik melalui strategi komunikasi dan yang terakhir adalah kegiatan komunikasi. Strategi komunikasi adalah proses perencanaan komunikasi yang bertujuan menciptakan pengaruh terhadap audiens secara sistematis dan terarah. Strategi ini mencakup pemilihan pesan, media, pendekatan, serta waktu penyampaian pesan agar sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan audiens. Dengan strategi komunikasi, organisasi atau individu dapat menyampaikan pesan secara efektif, efisien, dan berdampak (Syarif Maulana, 2023).

Strategi komunikasi memiliki beberapa fungsi utama. Pertama, sebagai alat koordinasi komunikasi, strategi memungkinkan setiap pesan yang disampaikan konsisten dan tidak saling bertentangan, terutama dalam organisasi besar atau kampanye multi-platform (Nasher & Rahadian, 2021). Kedua, strategi komunikasi berfungsi sebagai panduan operasional bagi komunikator dalam menyusun konten, memilih media, dan menentukan waktu penyampaian pesan. Fungsi ini memastikan bahwa setiap kegiatan komunikasi dilakukan dengan tujuan yang jelas dan terukur. Strategi komunikasi juga berfungsi dalam menyampaikan nilai dan visi organisasi kepada publik secara sistematis. Dalam konteks komunikasi organisasi, strategi komunikasi menjadi instrumen untuk menyampaikan misi dan budaya organisasi secara internal dan eksternal, sehingga terjadi keselarasan antara identitas dan persepsi publik (Gibran et al., 2024).

Kebijakan publik memiliki sejumlah karakteristik khas yang membedakannya dari bentuk kebijakan lain seperti kebijakan organisasi atau kebijakan pribadi. Salah satu karakteristik utamanya adalah bahwa kebijakan publik ditujukan untuk kepentingan umum (*public interest*), bukan hanya untuk individu atau kelompok tertentu. Kebijakan ini juga dibuat oleh lembaga yang memiliki otoritas formal, seperti eksekutif (presiden, gubernur), legislatif (DPR), atau lembaga teknis pemerintahan. Karakteristik lainnya adalah bersifat mengikat secara hukum, karena biasanya dituangkan dalam bentuk undang-undang, peraturan, atau keputusan resmi (Putri & Susanti, 2024).

TINJAUAN PUSTAKA

Kebijakan publik bersifat dinamis dan adaptif, artinya dapat mengalami perubahan sesuai perkembangan sosial, ekonomi, atau politik. Kebijakan juga melibatkan banyak aktor, baik dari sektor pemerintah maupun nonpemerintah seperti media, akademisi, LSM, dan masyarakat, yang semuanya mempengaruhi formulasi dan implementasinya. Tujuan utama dari kebijakan publik adalah untuk mewujudkan kepentingan dan kesejahteraan masyarakat melalui pengaturan, pelayanan, serta perlindungan yang dilakukan oleh negara atau pemerintah secara terstruktur dan sah. Kebijakan publik hadir sebagai respon terhadap persoalan-persoalan sosial, ekonomi, politik, atau lingkungan yang tidak bisa diselesaikan oleh individu atau sektor swasta secara sendiri-sendiri (Medvi & Syahminan, 2024).

Pada penelitian ini juga melihat bagaimana proses persuasi dilakukan. Komunikasi persuasif adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan secara sadar dan terencana, untuk mengubah atau memperkuat sikap dan perilaku seseorang melalui argumen logis dan daya tarik emosional. Komunikasi persuasif sangat relevan dalam konteks kampanye sosial, promosi kesehatan, pendidikan publik, komunikasi politik, dan pemasaran. Salah satu tujuan strategis dari komunikasi persuasif adalah untuk menciptakan perubahan perilaku sosial dengan cara yang halus dan terencana. Hal ini banyak digunakan dalam kampanye yang menyangkut kepentingan publik, seperti edukasi anti-kekerasan, pelestarian lingkungan, atau promosi vaksinasi. Dalam konteks tersebut, persuasi juga bertujuan mengurangi resistensi audiens terhadap isu atau program baru, serta membentuk opini publik yang mendukung kebijakan tertentu. Dengan kata lain, persuasi tidak hanya mendorong penerimaan terhadap suatu pesan, tetapi juga membangun legitimasi, kepercayaan, dan komitmen dari audiens terhadap pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi persuasif sangat tergantung pada pemahaman terhadap karakteristik audiens dan penggunaan strategi komunikasi yang tepat (Medvi & Syahminan, 2024).

Elaboration Likelihood Model (ELM) merupakan salah satu teori penting dalam studi komunikasi persuasif yang dikembangkan oleh Richard E. Petty dan John T. Cacioppo pada awal 1980-an. Teori ini menjelaskan bagaimana individu memproses pesan persuasif dan bagaimana proses tersebut dapat memengaruhi perubahan sikap secara jangka pendek maupun jangka panjang. Secara umum, ELM menyatakan bahwa efektivitas komunikasi persuasif sangat dipengaruhi oleh tingkat elaborasi atau sejauh mana seseorang memikirkan, menganalisis, dan mengevaluasi pesan yang diterima. Teori ini dibangun atas dasar bahwa tidak semua orang memproses informasi dengan cara yang sama; ada yang berpikir kritis terhadap isi pesan, dan ada pula yang hanya merespons permukaan dari pesan tersebut.

ELM dibangun atas beberapa asumsi dasar, di antaranya bahwa (1) individu berbeda dalam tingkat keterlibatan dan perhatian terhadap suatu isu, (2) motivasi dan kemampuan untuk memproses pesan menentukan jalur persuasi yang digunakan, dan (3) perubahan sikap tergantung pada kualitas pemrosesan informasi tersebut. Oleh karena itu, strategi komunikasi persuasif harus mempertimbangkan kondisi psikologis audiens. Bila audiens bersifat aktif dan kritis, pendekatan logis melalui *central route* lebih disarankan. Sebaliknya, jika audiens bersifat pasif atau rendah keterlibatannya, maka pendekatan *peripheral* seperti menggunakan tokoh terkenal, musik menarik, atau visual yang kuat dapat lebih efektif (Littlejohn et al., 2017).

METODELOGI PENELITIAN

Subjek penelitian adalah individu, kelompok, atau entitas yang menjadi sumber data utama dalam suatu penelitian. Subjek Penelitian ini ialah anggota Satgas PPKPT perguruan tinggi yang ada di wilayah LLDIKTI III, mahasiswa dan dosen dari perguruan tinggi yang ada di wilayah LLDIKTI III. Peneliti melihat ini karena mereka berinteraksi langsung dengan program komunikasi kebijakan tersebut (Hajar, 2023). Objek penelitian adalah segala sesuatu yang menjadi fokus utama kajian atau yang diteliti dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, objek penelitiannya adalah strategi komunikasi publik termasuk elemen-elemen seperti pesan, media, audiens, metode penyampaian, dan respons publik terhadap strategi tersebut. Pendekatan kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang berfokus pada pemahaman fenomena secara mendalam dengan cara menggambarkan keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya, berdasarkan perspektif partisipan atau subjek penelitian. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan ketika peneliti ingin menjelaskan suatu kejadian, proses, atau kelompok

sosial secara rinci tanpa manipulasi atau kontrol, serta membiarkan makna muncul dari data yang diperoleh di lapangan. Paradigma konstruktivis adalah pandangan filosofis dalam penelitian yang meyakini bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif dan tetap, melainkan dibentuk melalui pengalaman, interaksi, dan pemaknaan subjek secara subjektif (Hajar, 2023).

HASIL DAN DISKUSI

Satgas PPKPT di setiap perguruan tinggi memiliki strategi komunikasi yang berbeda untuk menyampaikan kebijakan kepada sivitas akademika. Universitas Kristen Indonesia (UKI) menggunakan pola akademik dan formal dengan menekankan edukasi berbasis data, seminar, dan forum diskusi agar sivitas memahami kebijakan secara rasional. Institut Bisnis Nusantara (IBN) lebih menonjolkan pendekatan kreatif dengan memanfaatkan media digital dan *influencer* kampus sehingga pesan PPKPT lebih dekat dengan gaya komunikasi mahasiswa. Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) mengaitkan strateginya dengan nilai keislaman melalui pengajian, dakwah kampus, dan forum musyawarah sehingga pesan kebijakan dibingkai dalam ajaran moral dan agama. Universitas Bhayangkara (UBHARA) menekankan strategi regulatif dengan basis hukum dan kedisiplinan, di mana komunikasi dilakukan melalui seminar hukum, simulasi kasus, dan forum kedisiplinan yang menekankan aspek sanksi. Sementara itu, Akademi Komunikasi Media Radio dan Televisi Jakarta (AKMRTV) mengandalkan keunggulan di bidang komunikasi massa dengan menyebarkan pesan lewat media kreatif seperti radio kampus, podcast, dan video kampanye. Dengan demikian, meskipun bertujuan sama, strategi komunikasi tiap kampus berbeda sesuai identitas dan kekuatan institusinya masing-masing.

Strategi komunikasi dilakukan setelah adanya perencanaan komunikasi yang dilanjutkan dengan taktik melalui strategi komunikasi. Evaluasi atas penerapan strategi komunikasi yang dijalankan menjadi sangat penting bagi hasil penerapan yang efektif. Evaluasi merupakan bagian penting dalam implementasi strategi komunikasi Satgas PPKPT, karena melalui evaluasi dapat diukur efektivitas penyampaian pesan dan pencapaian misi satgas di setiap perguruan tinggi. Evaluasi dilakukan dengan beragam metode sesuai karakteristik kampus masing-masing, mulai dari survei kepuasan dan kesadaran mahasiswa, monitoring jumlah laporan kasus, serta efektivitas kegiatan sosialisasi sebagaimana dilakukan oleh UKI dan IBN, hingga forum musyawarah dan laporan periodik kepada pimpinan sebagaimana diterapkan di UMJ. Di Ubhara, evaluasi ditekankan pada laporan rutin bulanan ke rektorat dan audit hukum internal yang mencerminkan identitas kampus berbasis disiplin hukum. Sementara di AKMRTV, evaluasi lebih menonjolkan pengukuran engagement media digital melalui viewers, pendengar, interaksi di media sosial, serta polling mahasiswa. Variasi metode evaluasi ini menunjukkan bahwa meskipun cara yang digunakan berbeda, semua satgas menempatkan evaluasi sebagai langkah krusial untuk memastikan strategi komunikasi yang dijalankan tetap relevan, efektif, dan mampu meningkatkan kualitas pencegahan serta penanganan kekerasan di lingkungan kampus.

Komunikasi publik merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan kepada khalayak luas dengan menggunakan media atau saluran tertentu yang memungkinkan pesan dapat diakses secara terbuka. Penggunaan media memungkinkan pesan menjangkau audiens yang luas dan tersebar secara geografis. Media juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik, karena seleksi dan penyajian informasi dapat memengaruhi cara masyarakat memahami isu tertentu. Pada penerapan strategi komunikasi Implementasi kebijakan yang dilakukan oleh satgas PPKPT di lingkungan perguruan tinggi, satgas PPKPT perguruan tinggi memanfaatkan penggunaan media atau saluran komunikasi yang digunakan.

Penerapan strategi komunikasi dalam implementasi kebijakan Satgas PPKPT di perguruan tinggi sangat dipengaruhi oleh karakteristik dan identitas institusinya masing-

masing, meskipun pada dasarnya seluruh Satgas memanfaatkan berbagai saluran komunikasi untuk memperluas jangkauan informasi. Satgas di UKI mengoptimalkan seminar, kuliah umum, brosur, serta media digital seperti Instagram dan WhatsApp grup agar pesan lebih mudah diterima mahasiswa yang aktif di dunia maya. Satgas di IBN juga menekankan kombinasi media formal seperti seminar dan sosialisasi dengan media populer seperti TikTok dan email kampus untuk menjangkau sivitas secara lebih luas. Satgas di UMJ menonjolkan identitas religious kampus melalui forum pengajian, khutbah Jumat, dan kolaborasi dengan organisasi otonom Muhammadiyah, sehingga pesan kebijakan terintegrasi dengan nilai keislaman. Satgas di Ubhara memilih jalur regulatif dengan seminar hukum, forum mahasiswa, buletin kampus, hingga simulasi kasus, menegaskan peran disiplin dan hukum sebagai basis komunikasi. Sementara itu, Satgas di AKMRTV memanfaatkan kekuatan media broadcasting melalui radio kampus (UKM), podcast, serta event kreatif yang sesuai dengan kompetensi mahasiswa komunikasi. Dengan demikian, terlihat bahwa setiap Satgas memanfaatkan media komunikasi yang berbeda sesuai konteks kampusnya, namun tujuan utamanya sama, yaitu memastikan pesan kebijakan PPKPT dapat dipahami dan diterima oleh seluruh sivitas akademika.

Pemilihan media dalam penerapan strategi komunikasi Satgas PPKPT di perguruan tinggi sangat dipengaruhi oleh karakteristik audiens dan konteks institusinya masing-masing. Satgas di UKI dan IBN menekankan diferensiasi media, di mana mahasiswa lebih banyak dijangkau melalui media digital interaktif dan konten kreatif, sementara dosen serta tenaga kependidikan lebih efektif melalui forum formal, email, dan pertemuan resmi. Di UMJ, pemilihan media disesuaikan dengan basis komunitas kampus Islami, sehingga mahasiswa dijangkau lewat dakwah interaktif dan media sosial, sedangkan dosen melalui forum pengajian dan rapat resmi. Sementara itu, di Ubhara media dipilih dengan pendekatan efektivitas, yaitu forum hukum untuk audiens kritis, media sosial untuk mahasiswa umum, dan simulasi kasus untuk meningkatkan partisipasi aktif. Berbeda lagi dengan AKMRTV, di mana pemilihan media didasarkan pada kompetensi mahasiswa komunikasi, sehingga konten audiovisual seperti video, podcast, dan televisi internal lebih efektif dibandingkan media cetak atau forum formal. Dengan demikian, strategi pemilihan media pada Satgas PPKPT menunjukkan variasi yang unik, tetapi pada dasarnya memiliki tujuan sama, yakni memastikan pesan dapat diterima oleh seluruh lapisan sivitas akademika sesuai dengan kebiasaan dan kebutuhan mereka.

Tantangan utama dalam proses diseminasi informasi Satgas PPKPT di lingkungan perguruan tinggi terletak pada beragam faktor yang memengaruhi penerimaan pesan oleh sivitas akademika. Beberapa tantangan yang muncul adalah masih adanya minimnya kesadaran mahasiswa terhadap isu kekerasan, sehingga kebijakan Satgas sering dianggap sebagai hal yang tidak mendesak. Selain itu, terdapat pula budaya diam (*silence culture*) yang membuat korban maupun saksi enggan melapor karena takut stigma, tekanan sosial, atau balasan dari pelaku. Di kampus dengan identitas keagamaan, tantangannya seringkali muncul karena isu kekerasan dianggap tabu untuk dibicarakan secara terbuka, sementara di institusi dengan latar hukum, kendalanya justru terkait rasa takut mahasiswa akan konsekuensi hukum yang mungkin timbul. Di sisi lain, di kampus berbasis komunikasi, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana memastikan pesan yang disampaikan melalui media kreatif tidak berhenti hanya sebagai konten hiburan, tetapi benar-benar dipahami sebagai pesan edukatif. Dengan demikian, tantangan diseminasi informasi Satgas PPKPT bukan hanya soal penyediaan media komunikasi, tetapi juga menyangkut bagaimana mengubah persepsi, membangun kepercayaan, serta menciptakan ruang aman bagi mahasiswa untuk menerima dan merespons pesan yang disampaikan.

Secara umum, ELM menyatakan bahwa efektivitas komunikasi persuasif sangat dipengaruhi oleh tingkat elaborasi atau sejauh mana seseorang memikirkan, menganalisis, dan

mengevaluasi pesan yang diterima. Teori ini dibangun atas dasar bahwa tidak semua orang memproses informasi dengan cara yang sama; ada yang berpikir kritis terhadap isi pesan, dan ada pula yang hanya merespons permukaan dari pesan tersebut. Pendekatan-pendekatan yang dilakukan oleh Satgas PPKPT dalam implementasi strategi komunikasi di perguruan tinggi melihat apakah pendekatan logis dan berbasis data digunakan oleh Satgas PPKPT dalam menyampaikan pesan kepada audiens yang kritis.

Berdasarkan penjelasan dari para informan, dapat disimpulkan bahwa pendekatan logis dan berbasis data menjadi strategi utama Satgas PPKPT dalam menyampaikan pesan kepada audiens yang kritis seperti dosen, pimpinan fakultas, maupun mahasiswa senior. Seluruh informan menekankan pentingnya penggunaan landasan hukum dan regulasi resmi, baik yang bersumber dari Permendikbud No. 30 Tahun 2021, KUHP, maupun kebijakan pemerintah terkait PPKPT, sebagai dasar legitimasi pesan. Di UMJ, pendekatan ini diperkaya dengan fatwa Muhammadiyah yang menegaskan dimensi keagamaan sebagai bagian dari legitimasi moral. Sementara itu, di AKMRTV, data kasus nyata yang dikaitkan dengan riset komunikasi menjadi penopang utama agar pesan lebih relevan dengan bidang keilmuan mahasiswa komunikasi. Dengan demikian, meskipun tiap perguruan tinggi memiliki kekhasan dalam menyesuaikan konteksnya, benang merah dari strategi komunikasi Satgas adalah penggunaan data, regulasi, dan studi kasus sebagai instrumen persuasif untuk membangun kredibilitas serta meyakinkan audiens kritis terhadap urgensi kebijakan PPKPT.

Pemanfaatan elemen visual dalam menjangkau audiens menjadi salah satu strategi penting Satgas PPKPT karena visual mampu menyampaikan pesan dengan lebih cepat, menarik, dan mudah dipahami. Melalui media seperti poster, infografis, video pendek, hingga animasi, pesan tentang pencegahan dan penanganan kekerasan dapat disampaikan dengan cara yang tidak kaku, sehingga lebih mudah diterima terutama oleh mahasiswa yang akrab dengan konten digital. Elemen visual juga membantu memperkuat pesan logis dengan dukungan ilustrasi dan data grafis, sekaligus membangkitkan sisi emosional audiens melalui gambar atau cerita visual yang menyentuh. Dengan demikian, penggunaan visual bukan hanya sebagai pelengkap komunikasi, tetapi juga sebagai sarana strategis untuk meningkatkan daya tarik, efektivitas, dan jangkauan pesan Satgas di lingkungan kampus. Pemanfaatan elemen visual dan tokoh publik menjadi strategi efektif Satgas PPKPT dalam menjangkau audiens, khususnya mahasiswa. Elemen visual seperti poster, infografis, video kreatif, animasi, hingga simulasi kasus terbukti mampu menyampaikan pesan dengan cara yang lebih menarik, cepat dipahami, dan menyentuh sisi emosional audiens. Selain itu, kehadiran figur public yang relevan dengan konteks kampus semakin memperkuat daya tarik pesan—misalnya dosen senior atau alumni berprestasi di UKI, influencer kampus di IBN, tokoh agama di UMJ, praktisi hukum dan aparat kepolisian di Ubhara, hingga penyiar dan praktisi media di AKMRTV. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun setiap perguruan tinggi memilih bentuk dan tokoh yang berbeda sesuai identitas institusinya, pemanfaatan elemen visual dan figur publik secara konsisten berfungsi sebagai jalur perifer yang memperkuat strategi komunikasi Satgas dalam memperluas jangkauan dan efektivitas pesan PPKPT di lingkungan kampus.

Satgas PPKPT dalam melaksanakan strategi komunikasinya perlu terlebih dahulu mengidentifikasi jenis audiens agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif. Identifikasi ini dilakukan dengan melihat latar belakang, kebutuhan, serta karakteristik audiens, apakah mereka termasuk kelompok kritis seperti dosen, pimpinan fakultas, dan mahasiswa senior, atau audiens umum seperti mahasiswa pada umumnya. Bagi audiens kritis, Satgas cenderung menggunakan jalur persuasi sentral (*central route*) dengan menekankan data, regulasi, dan argumentasi logis yang berbasis bukti sehingga mampu meyakinkan mereka secara rasional. Sementara itu, untuk audiens umum, Satgas lebih sering menggunakan jalur

persuasi perifer (*peripheral route*) dengan memanfaatkan tokoh publik, visualisasi menarik, maupun kisah inspiratif yang lebih menyentuh aspek emosional. Dengan demikian, penentuan jalur persuasi yang tepat berdasarkan karakter audiens menjadi kunci keberhasilan strategi komunikasi Satgas dalam mendiseminasikan kebijakan PPKPT di lingkungan kampus.

Satgas PPKPT secara konsisten menyesuaikan strategi komunikasinya dengan karakteristik audiens yang dituju melalui pemilihan jalur persuasi yang tepat. Untuk audiens kritis seperti dosen, pimpinan, mahasiswa analitis, atau kelompok dengan pemahaman hukum yang kuat, Satgas cenderung menggunakan jalur *central route* dengan menekankan data, fakta, regulasi, studi kasus, maupun fatwa agama yang sah agar pesan dapat diterima secara rasional. Sementara itu, untuk audiens umum seperti mahasiswa pada umumnya, mahasiswa aktif organisasi, maupun komunitas kreatif, Satgas lebih memilih jalur *peripheral route* dengan menghadirkan tokoh publik, ustadz, polisi, figur panutan, hingga praktisi media, serta mengemas pesan dalam bentuk visual, kisah nyata, atau konten kreatif. Dengan demikian, meskipun terdapat variasi sesuai konteks institusi, pola yang sama terlihat jelas bahwa Satgas selalu melakukan identifikasi audiens terlebih dahulu lalu menyesuaikan *central route* untuk audiens kritis dan *peripheral* untuk audiens umum agar pesan kebijakan PPKPT dapat tersampaikan secara efektif dan tepat sasaran.

Komunikasi persuasif adalah untuk mempengaruhi pikiran, sikap, keyakinan, dan perilaku orang lain secara sukarela, tanpa menggunakan tekanan atau paksaan. Komunikasi ini digunakan untuk mengubah sikap yang sudah ada, memperkuat keyakinan yang telah dimiliki, atau mendorong individu untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Sebagai seorang yang menyampaikan komunikasi persuasive, maka dibutuhkan komunikator yang kredibel dan mampu menyampaikan pesan dengan baik, sehingga perubahan perilaku yang diinginkan bisa terwujud. Kredibilitas komunikator menjadi faktor kunci dalam keberhasilan komunikasi persuasif Satgas PPKPT di perguruan tinggi. Kredibilitas tersebut dibangun melalui transparansi, kompetensi, dan keterlibatan pihak-pihak yang berwenang maupun berpengaruh sesuai dengan konteks institusi. Di UKI dan IBN, kredibilitas diperkuat dengan menghadirkan pakar hukum, psikologi, serta menunjukkan rekam jejak keberhasilan Satgas dalam menangani kasus, sehingga menumbuhkan rasa percaya sivitas akademika. Di UMJ, kredibilitas ditekankan melalui keterlibatan tokoh Muhammadiyah dan pakar hukum Islam yang dipadukan dengan nilai-nilai syariah, memberikan legitimasi moral dan religius. Di Ubhara, kredibilitas dikaitkan dengan otoritas hukum melalui kehadiran aparat, advokat, dan pakar kriminalistik yang menegaskan pendekatan regulatif.

Di AKMRTV, kredibilitas dibangun melalui kekuatan reputasi kampus di bidang komunikasi dengan melibatkan praktisi media serta program khusus tentang isu anti kekerasan. Dengan demikian, meskipun terdapat perbedaan dalam sumber kredibilitas, seluruh satgas memiliki tujuan yang sama, yaitu menumbuhkan kepercayaan audiens agar pesan persuasif dapat diterima dan diinternalisasi dengan baik. Dalam implementasi kebijakan Satgas PPKPT (Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual di Perguruan Tinggi), resistensi atau penolakan sering muncul. Oleh karena itu, strategi komunikasi persuasif menjadi sangat penting dalam implementasi Satgas PPKPT. Kredibilitas komunikator (pimpinan perguruan tinggi, pakar hukum, psikolog, dan tokoh mahasiswa) harus diperkuat agar resistensi bisa diubah menjadi penerimaan. Transparansi, keterlibatan semua pihak, dan pendekatan partisipatif adalah kunci utama.

Dalam implementasi kebijakan Satgas PPKPT di perguruan tinggi, resistensi merupakan tantangan yang tidak bisa dihindari. Namun, berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif menjadi instrumen utama untuk

mengubah penolakan menjadi penerimaan. Pendekatan yang ditempuh beragam, mulai dari dialogis dan partisipatif (membuka forum diskusi, melibatkan mahasiswa dalam kegiatan, serta memberikan klarifikasi regulatif), religius dan kultural (musyawarah dan pembiasaan nilai amar ma'ruf nahi munkar), normatif-hukum (pemahaman mengenai implikasi sanksi akademik maupun hukum), hingga kreatif-edukatif (podcast). Ragam strategi ini memperlihatkan bahwa resistensi dapat diminimalisasi melalui kredibilitas komunikator, transparansi, dan keterlibatan berbagai pihak dengan pendekatan yang disesuaikan pada konteks audiens. Dengan demikian, Satgas PPKPT tidak hanya berfungsi sebagai penegak aturan, tetapi juga sebagai agen perubahan budaya kolektif anti kekerasan di lingkungan perguruan tinggi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kebijakan Satgas PPKPT di perguruan tinggi, khususnya di wilayah LLDIKTI III, tidak dapat dilepaskan dari strategi komunikasi persuasif yang berorientasi pada diseminasi informasi. Pada bagian ini, pembahasan difokuskan pada pengaitan temuan-temuan lapangan dengan asumsi dasar teori Elaboration Likelihood Model (ELM) yang dikemukakan oleh Petty dan Cacioppo. Teori ini menjelaskan bahwa perubahan sikap terjadi melalui dua jalur persuasi, yaitu *central route* (jalur elaborasi tinggi berbasis argumentasi logis, data, dan regulasi) serta *peripheral route* (jalur elaborasi rendah berbasis daya tarik emosional, figur publik, atau elemen visual). Temuan penelitian menunjukkan adanya variasi strategi komunikasi yang digunakan Satgas PPKPT di tiap perguruan tinggi. UKI menekankan edukasi formal melalui seminar, diskusi akademik, dan pendekatan rasional; IBN menggunakan media digital kreatif dan inklusif; UMJ membimbing pesan melalui nilai keislaman dan dakwah kampus; UBHARA menekankan pendekatan hukum dan kedisiplinan; sementara AKMRTV mengandalkan media kreatif seperti radio, podcast, dan video kampus. Jika dikaitkan dengan teori ELM, strategi-strategi ini dapat dipahami sebagai bentuk diferensiasi jalur persuasi.

Pada *central route*, audiens kritis seperti dosen, pimpinan fakultas, dan mahasiswa senior cenderung dipengaruhi oleh argumen yang logis, berbasis data, dan regulasi hukum. Hal ini terlihat dari pendekatan UKI, UBHARA, maupun UMJ yang menekankan aspek akademik, hukum, dan religius sebagai dasar legitimasi pesan. Sementara itu, *peripheral route* lebih tampak pada strategi IBN dan AKMRTV yang memanfaatkan visualisasi, konten kreatif, dan figur publik untuk menyentuh sisi emosional mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa Satgas tidak hanya mengandalkan satu pendekatan, tetapi memadukan keduanya sesuai karakteristik audiens dan identitas kampus. Penelitian juga menemukan bahwa pemilihan media komunikasi sangat beragam, mulai dari media formal seperti seminar, forum hukum, khutbah Jumat, hingga media populer seperti TikTok, podcast, televisi internal, dan radio kampus. Pemilihan media ini tidak hanya ditentukan oleh preferensi teknis, tetapi juga oleh kebutuhan audiens.

Dalam perspektif ELM, indikator-indikator ini menunjukkan keberhasilan penggunaan *central route* dan *peripheral route* secara bersamaan. Peningkatan pemahaman, keberanian melapor, serta perubahan budaya mencerminkan pengolahan pesan melalui elaborasi tinggi (*central route*). Sementara meningkatnya keterlibatan mahasiswa dalam media kreatif dan kegiatan kampus menunjukkan keberhasilan persuasi melalui jalur perifer. Evaluasi yang dilakukan secara periodik, baik melalui survei, laporan bulanan, maupun pengukuran engagement konten, menjadi bukti bahwa efektivitas komunikasi Satgas tidak hanya diukur dari penerimaan pesan, tetapi juga dari perubahan nyata dalam perilaku dan budaya kampus. Secara keseluruhan, pembahasan ini memperlihatkan bahwa implementasi kebijakan Satgas PPKPT di perguruan tinggi sesuai dengan asumsi dasar teori ELM. Satgas secara sadar menyesuaikan pesan, media, dan komunikator dengan karakteristik audiens. Untuk audiens

kritis digunakan jalur persuasi *central route* berbasis data, regulasi, dan argumen logis, sementara untuk audiens umum digunakan *peripheral route* dengan mengandalkan figur publik, elemen visual, dan pendekatan emosional. Kombinasi kedua jalur persuasi ini terbukti mampu menjawab tantangan resistensi, meningkatkan pemahaman sivitas akademika, serta mendorong perubahan budaya kampus. Dengan demikian, hasil penelitian menegaskan bahwa strategi komunikasi Satgas PPKPT bukan sekadar bentuk penyebaran informasi administratif, tetapi juga sebuah praktik komunikasi persuasif yang selaras dengan teori ELM dan berkontribusi nyata pada transformasi budaya kolektif menuju kampus yang aman, inklusif, dan bermartabat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pemaparan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai implementasi kebijakan Satgas PPKPT di perguruan tinggi menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif melalui diseminasi informasi menjadi kunci dalam mengubah resistensi menjadi penerimaan. Diseminasi dilakukan dengan menyesuaikan bahasa, media, dan pendekatan sesuai karakteristik audiens, baik melalui jalur formal, hukum, religius, maupun kreatif. Peran mahasiswa sebagai agent of change juga terbukti signifikan dalam memperluas jangkauan pesan, baik melalui organisasi kemahasiswaan, peer education, hingga media kreatif seperti podcast dan radio kampus. Evaluasi menunjukkan indikator keberhasilan berupa meningkatnya pemahaman sivitas akademika terhadap kebijakan PPKPT, bertambahnya jumlah laporan kasus yang ditangani secara adil, menurunnya angka kekerasan, serta terciptanya budaya kampus yang lebih terbuka, suportif, dan bermartabat. Dengan demikian, implementasi Satgas PPKPT tidak hanya berdampak pada aspek administratif, tetapi juga mendorong transformasi budaya kolektif menuju kampus yang aman, inklusif, adil, dan bebas kekerasan.

Penelitian ini membuka peluang bagi kajian lanjutan terkait komunikasi persuasif dalam implementasi kebijakan Satgas PPKPT. Pertama, penelitian berikutnya dapat memperdalam analisis dengan menggunakan teori komunikasi lain, seperti framing atau agenda setting, untuk memahami strategi Satgas dalam membentuk opini publik di lingkungan kampus. Kedua, penelitian komparatif antara perguruan tinggi negeri dan swasta dapat dilakukan untuk mengidentifikasi perbedaan strategi, konteks, serta efektivitas implementasi Satgas. Ketiga, studi kuantitatif berbasis survei dapat dilakukan untuk mengukur tingkat efektivitas diseminasi informasi dan persepsi mahasiswa secara lebih luas dan terukur. Selain itu, penelitian jangka panjang (longitudinal) juga diperlukan untuk melihat sejauh mana implementasi Satgas berpengaruh terhadap perubahan budaya kampus dalam kurun waktu yang lebih lama. Dengan demikian, hasil penelitian di masa mendatang diharapkan dapat memperkaya literatur akademik sekaligus memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan strategi komunikasi di perguruan tinggi.

REFERENSI

- Gibran, R. A., Muhammad Athaya Primananda, Fabhian Halky Syahir, Muhammad Bintang Firdaus, & Handoyo Prasetyo. (2024). OPTIMALISASI SATGAS PPKS UPN “VETERAN” JAKARTA DALAM MENCIPTAKAN LINGKUNGAN PERGURUAN TINGGI YANG AMAN. *Causa: Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan*, 4(12), 71–80.
- Hajar, I. (2023). *Metodologi Penelitian Komunikasi Pendekatan Kualitatif*. Rajawali Pers.
- Littlejohn, S. W., Karen A. Foss, & John G. Oetzel. (2017). *THEORIES OF HUMAN COMMUNICATION* (Eleventh Edition). Waveland Press, Inc.
- Medvi, A., & Syahminan, M. (2024). Strategi Komunikasi Dan Penanggulangan Pelecehan Seksual Dalam Media Sosial Tiktok. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 8(1), 85–97. <https://doi.org/10.22437/jssh.v8i1.36526>

- Nasher, A., & Rahadian, F. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DI SCIENTIA SQUARE PARK DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN REMAJA. *BroadComm*, 3(2), 39–48. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v3i2.225>
- Panjaitan, B. S., & Maimunah. (2022). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AKADEMI KOMUNIKASI MEDIA RADIO DAN TV JAKARTA DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT. *BroadComm*, 4(1), 69–79. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v4i1.236>
- Purnamasica, A. M. (2024). *Strategi Komunikasi Satgas PPKS Universitas Atma Jaya Yogyakarta untuk Menyuarakan Isu Gender dan Kekerasan Seksual di Lingkungan Kampus*. <https://Ojs.Uajy.Ac.Id/Index.Php/SENAPAS/Article/View/9214>.
- Putri, S. Z., & Susanti, H. (2024). Strategi Komunikasi Satuan Tugas Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual (PPKS) Dalam Mensosialisasikan PERMENDIKBUDRISTEKNO 30 Tahun 2021 di Universitas Riau. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 11(2).
- Syarif Maulana. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yrama Widya.
- Wulandari, H. D., Handayani, A., & Jamal, A. (2024). Keputusan Pembentukan Satuan Tugas Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual (PPKS) untuk Menangani Kasus Kekerasan Seksual (Studi Kasus Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Psikologi*, 1(3), 14. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i3.2462>