

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF CENTER FOR GENDER
EQUALITY, DISABILITY, AND SOCIAL INCLUSION (GEDSI) DALAM
MEMBANGUN KEMITRAAN STRATEGIS**

(Studi pada Center for GEDSI Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta)



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Diah Putri Sulistyowati

NIM 22107030081

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Diah Putri Sulistyowati

Nomor Induk : 22107030081

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 24 Juli 2026



Diah Putri Sulistyowati

NIM 22107030081

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-4595/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF CENTER FOR GENDER EQUALITY, DISABILITY, AND SOCIAL INCLUSION (GEDSI) DALAM MEMBANGUN KEMITRAAN STRATEGIS (Studi pada Center for GEDSI Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DIAH PUTRI SULISTYOWATI
Nomor Induk Mahasiswa : 22107030081
Telah diujikan pada : Senin, 10 Agustus 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 6a87c6be690ed

Ketua Sidang

Dr. Bono Setyo, M.Si.
SIGNED



Valid ID: 6a86c552aa163

Penguji I

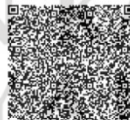
Latifa Zahra, M.A.
SIGNED



Valid ID: 6a86cecd99ea9

Penguji II

KURNIA INDASAH, S.Kom.I, M.A.
SIGNED



Valid ID: 6a87ccc04a7a6

Yogyakarta, 10 Agustus 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Diah Putri Sulistyowati
NIM : 22107030081
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF CENTER FOR GENDER EQUALITY, DISABILITY, AND SOCIAL INCLUSION DALAM MEMBANGUN KEMITRAAN STRATEGIS

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 23 Juli 2026
Pembimbing


Dr. Bano Setvo, M.Si.
NIP. 19690317 2008001 1 013

MOTTO

And whoever relies upon Allah – then He is sufficient for him.

Q.S. At-Talaq [65]: 3



PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

ALMAMATER

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, petunjuk, dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Persuasif Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion (GEDSI) Dalam Membangun Kemitraan Strategis (Studi Pada Center For GEDSI Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta)". Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad Saw., beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos.I, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Bapak Dr. Bono Setyo, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dalam penulisan penelitian ini.

4. Ibu Latifa Zahra, M.A selaku Dosen Penguji Satu (P1) dalam Seminar Proposal Skripsi dan Seminar Hasil (Munaqosyah).
5. Ibu Kurnia Indasah, S.Kom.I, M.A. selaku Dosen Penguji Dua (P2) dalam Seminar Hasil (Munaqosyah).
6. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Ibu Erin Gayatri, M.A selaku informan satu yang telah memberikan waktu dan menjadi sumber data penelitian ini.
8. Ibu Dr. Wiwin Siti Aminah Rohmawati selaku informan dua yang telah memberikan waktu dan menjadi sumber data penelitian ini.
9. Arif Prasetyo, S.Sos, M.Pd. selaku sumber triangulasi data pada penelitian ini.
10. Untuk kedua orang tua penulis. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus dan dukungan yang tak pernah berkurang. Terima kasih telah mengusahakan pendidikan terbaik. Terima kasih telah mempercayai anak perempuan kalian untuk melangkah lebih jauh, menjelajahi banyak tempat, mencoba banyak pengalaman, dan memilih jalannya sendiri. Kepercayaan itu menjadi kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus bertumbuh dan berani menghadapi setiap proses kehidupan.
11. Diri saya sendiri Diah Putri. Terima kasih telah berani melangkah hingga sampai titik ini. Terima kasih telah berani menjalani masa kuliah sambil bekerja, mencoba berbagai pekerjaan, menerima

setiap kesempatan untuk belajar, dan terus percaya setiap pengalaman akan membawa pelajaran yang berharga. Tidak semua langkah berjalan mudah, tetapi setiap pengalaman mengajarkan tanggung jawab, kerja keras, dan keberanian untuk berkembang. Skripsi ini bukan hanya tentang gelar yang berhasil diraih, namun tentang perjalanan panjang seorang anak pertama perempuan yang memilih untuk terus belajar, bertumbuh, dan siap untuk langkah perjalanan-perjalanan hebat berikutnya.

12. Semua orang baik dan orang menyebarkan yang pernah hadir dalam perjalanan penulis. Terima kasih telah menjadi bagian dari cerita yang tidak akan pernah terlupakan. Penulis akan selalu menyimpan kalian dalam bagian terbaik dari perjalanan hidup ini.

Semoga Allah SWT membalas amal baik dan selalu dilimpahkan keberkahan-Nya kepada pihak-pihak tersebut. Aamiin ya rabbal 'alamiin.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 23 Juli 2026

Penulis,



Diah Putri Sulistyowati

NIM 22107030081

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	2
PENDAHULUAN.....	2
A. Latar Belakang Masalah.....	2
B. Rumusan Masalah.....	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian	15
1. Manfaat Teoritis	15
2. Manfaat Praktis	16
E. Tinjauan Pustaka	16
F. Landasan Teori	20
1. Strategi Komunikasi.....	20
2. Kemitraan.....	33
3. Kesetaraan Gender, Kekerasan Seksual, dan Disabilitas	34
G. Kerangka Pemikiran.....	36
H. Metode Penelitian.....	37
3. Jenis Penelitian.....	37
4. Subjek dan Objek Penelitian	37
5. Sumber Data.....	38
6. Teknik Pengumpulan Data	39
7. Metode Analisis Data	42
8. Keabsahan Data.....	43
BAB II	45
GAMBARAN UMUM	45

A. Gambaran Umum Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion (GEDSI).....	45
B. Logo	46
C. Sejarah.....	46
D. Lokasi.....	48
E. Struktur Organisasi.....	49
F. Visi Center for GEDSI	52
G. Mitra.....	52
H. Profil Narasumber	55
BAB III.....	62
HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Hasil Penelitian	62
B. Pembahasan.....	73
BAB V.....	86
PENUTUP.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	94
INTERVIEW GUIDE	94
LAMPIRAN.....	97
CURRICULUM VITAE	97

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kajian Pustaka.....	19
Tabel 2 Informan	55
Tabel 3 Temuan Penelitian Berdasar Teori.....	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penyandang disabilitas di lingkungan perguruan tinggi	4
Gambar 2.2 Logo Center for GEDSI.....	46
Gambar 2.3 Lokasi Center for GEDSI.....	48



ABSTRACT

Strategic partnerships play a crucial role in the sustainability of organizational programs, particularly those related to gender equality, disability, and social inclusion. The relatively new Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion (GEDSI) at Nahdlatul Ulama University in Yogyakarta relies on effective persuasive communication to build stakeholder trust and foster lasting partnerships. This study aims to examine the persuasive communication strategies implemented by the GEDSI Center to build these strategic partnerships. A qualitative case study was conducted, and data were collected through in-depth interviews, observations, and document reviews. The key informants for this study were Erin Gayatri, M.A. (Director of the GEDSI Center) and Wiwin Siti Aminah Rohmawati (Senior Advisor and First Director of the GEDSI Center). The research findings indicate that the GEDSI Research Center implements three persuasive communication strategies from DeFleur and Ball-Rokeach: psychodynamic, sociocultural, and meaning-building strategies. These three strategies have proven effective in fostering trust, facilitating message adaptation to partner characteristics, building shared values, and maintaining strategic collaboration with diverse stakeholders.

Keywords : *persuasive communication, communication strategy, strategic partnership, Center for GEDSI.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

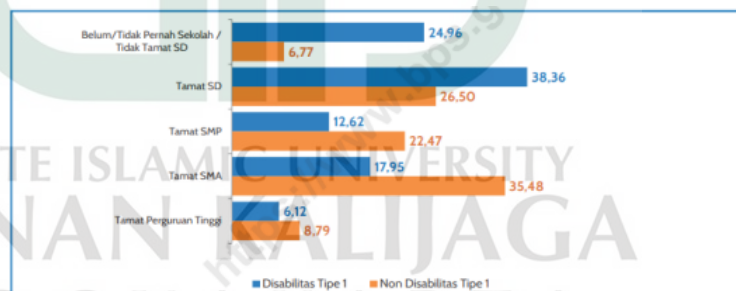
Perguruan tinggi tidak hanya berperan sebagai institusi pendidikan, tetapi juga memiliki tanggung jawab dalam menciptakan lingkungan akademik yang setara, inklusif, dan dapat diakses oleh seluruh kelompok masyarakat. Dalam konteks pendidikan tinggi di Indonesia, isu kesetaraan gender, disabilitas, dan inklusi sosial menjadi bagian penting karena masih terdapat berbagai bentuk kesenjangan dalam akses, partisipasi, dukungan akademik, maupun kesempatan untuk berkembang di lingkungan perguruan tinggi. Isu GEDSI menjadi semakin penting karena universitas tidak hanya berfungsi sebagai tempat memperoleh pendidikan, tetapi sebagai ruang pembentukan pengetahuan, nilai, relasi sosial, dan budaya yang dapat memengaruhi masyarakat memahami kesetaraan dan keberagaman. Penelitian oleh Gomez Marcos, Ruiz Toledo, dan Ruff Escobar (Rokhmah et al., 2024) menunjukkan bahwa universitas berperan penting dalam mencegah berbagai jenis diskriminasi sekaligus mendukung inklusi sosial. Penelitian ini menempatkan kesetaraan gender dan pengurangan ketidakadilan sebagai elemen krusial dalam menciptakan universitas yang inklusif. Dengan demikian, institusi pendidikan tinggi tidak hanya cukup memberikan akses pendidikan secara formal, tetapi juga harus memastikan bahwa suasana akademis dapat memberikan peluang yang setara bagi

individu dengan beragam latar belakang, identitas, kemampuan, dan kondisi sosial. Perspektif GEDSI menunjukkan bahwa kesetaraan gender tidak hanya berfokus pada perempuan sebagai kelompok yang mengalami ketidakadilan. Kesetaraan gender berkaitan dengan bagaimana laki-laki, perempuan, serta individu yang memiliki identitas dan kondisi sosial yang berbeda mendapatkan kesempatan, akses, partisipasi, dan perlakuan yang adil. Oleh karena itu, pembahasan tentang gender harus dilihat dalam konteks hubungan sosial dan struktur peluang, bukan hanya pada perbedaan biologis antara pria dan wanita. Pendekatan ini penting agar upaya kesetaraan tidak hanya tentang penyederhanaan masalah gender dengan menempatkan satu kelompok sebagai korban atau sebagai pihak yang selalu membutuhkan perlindungan.

Selain isu kesetaraan gender, Persoalan GEDSI terikat erat dengan inklusi sosial. Inklusi sosial mensyaratkan bahwa individu serta kelompok dengan latar belakang yang berbeda tidak hanya ada dalam sebuah institusi, tetapi juga harus mendapatkan kesempatan untuk berpartisipasi dan merasakan manfaat yang setara. Dalam hal ini, pendekatan GEDSI menjadi penting karena mengaitkan isu gender, disabilitas, dan kelompok yang terpinggirkan dalam satu kerangka yang lebih luas. Penelitian yang dilakukan oleh (Perspective, 2023) misalnya, mengungkapkan betapa pentingnya memperkuat modal sosial dan partisipasi masyarakat melalui sudut pandang GEDSI untuk meningkatkan keterlibatan kelompok yang selama ini kurang terwakili.

Di sisi lain, isu disabilitas juga menyoroti masalah akses dan partisipasi yang masih perlu diperhatikan dalam pendidikan tinggi (Riswari et al., 2022) melalui penelitiannya tentang penerapan pendidikan inklusif di institusi pendidikan tinggi Indonesia menemukan adanya kesenjangan antara komitmen terhadap pendidikan inklusif dan realisasinya. Perguruan tinggi masih menghadapi tantangan dalam hal kesiapan pengelolaan, fasilitas, aksesibilitas lingkungan kampus, serta kesiapan sumber daya manusia dalam memberikan layanan kepada mahasiswa yang memiliki disabilitas. Penyandang disabilitas di Indonesia sering kali mendapatkan diskriminasi karena keadaan fisik dan mentalnya. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia yang ditulis dalam buku Potret Penyandang Disabilitas di Indonesia hasil *Long Form* 2020 ((BPS), 2024).

Gambar 1 1 Penyandang disabilitas di lingkungan perguruan tinggi



Sumber : buku Potret Penyandang Disabilitas di Indonesia

Data menunjukkan bahwa penyandang disabilitas tipe 1 dengan kelompok umur diatas 15 tahun memiliki keterbatasan signifikan dalam akses pendidikan. Sebanyak 24,96% penyandang disabilitas tipe 1 yang tidak memperoleh pendidikan atau tidak menyelesaikan Sekolah Dasar (SD).

Pada tingkat tamat Sekolah Dasar (SD), kelompok disabilitas tipe 1 memiliki presentase 38,36% dan yang menamatkan Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebesar 12,62%. Di tingkat Sekolah Menengah Akhir (SMA) presentase penyandang disabilitas tipe 1 yang berhasil menyelesaikan pendidikan adalah 35,48%. Ketimpangan pendidikan semakin terlihat di jenjang lebih tinggi, hanya 6,12% penyandang disabilitas tipe 1 yang berhasil menyelesaikan studinya. Angka ini menunjukkan bahwa akses ke perguruan tinggi masih menjadi kendala besar bagi penyandang disabilitas, meskipun berbagai universitas sudah mulai berupaya menerapkan pendidikan inklusif. Hal ini menunjukkan pentingnya penguatan modal sosial dan partisipasi masyarakat melalui perspektif GEDSI untuk mendorong keterlibatan kelompok yang selama ini kurang terwakili.

Urgensi penerapan sudut pandang ini terlihat dalam penelitian yang dilakukan oleh (Rokhmah et al., 2024) terkait pemahaman mahasiswa mengenai topik gender, disabilitas, dan inklusi sosial di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta dan Universitas Muhammadiyah Makassar. Penemuan dalam studi tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa sudah dapat mengidentifikasi berbagai masalah yang berkaitan dengan gender dan disabilitas, namun mereka masih memerlukan dukungan dalam memahami serta menganalisis isu-isu tersebut secara lebih menyeluruh melalui lensa GEDSI. Hasil ini mengindikasikan bahwa keberadaan kebijakan atau program yang berkaitan dengan GEDSI saja tidak mencukupi. Institusi

pendidikan tinggi juga perlu melaksanakan komunikasi, pendidikan, peningkatan kapasitas, dan kerja sama agar sudut pandang ini dapat diadopsi dan dipahami oleh komunitas akademik.

Kebutuhan ini kemudian mendorong munculnya berbagai inisiatif di tingkat lembaga dalam lingkungan universitas yang secara khusus fokus pada isu kesetaraan gender, disabilitas, dan inklusi sosial. *International Labour Organization* (ILO) pada tahun 2023 juga merilis panduan untuk mengedepankan GEDSI serta pencegahan dan penanganan kekerasan seksual dalam lembaga pendidikan dan pelatihan di Indonesia. Panduan tersebut ditujukan kepada pengelola program GEDSI, staf pendidikan, mahasiswa, serta pihak-pihak lain yang berperan dalam pengembangan lingkungan pendidikan yang peka terhadap isu gender, disabilitas, dan inklusi sosial (Apriana & Rozi, 2022).

Salah satu perguruan tinggi yang berupaya dalam isu kesetaraan gender, disabilitas, dan inklusi sosial adalah Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta, upayanya menerapkan pendidikan inkludif dan aman untuk kelompok rentan, dibuktikan dengan mendirikan *Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion* (GEDSI) yang hadir di bawah Lembaga Penelitian, Pengabdian, dan Pengembangan Masyarakat (LP3M) sebagai respon universitas terhadap tantangan-tantangan tersebut. *Center for Gender Equality and Social Inclusion* (GEDSI). Sesuai dengan namanya, pusat studi ini berfokus pada kesetaraan gender, perlindungan terhadap kekerasan seksual, dan aktif mengadvokasi hak penyandang

disabilitas dan menjadi ruang strategis dalam upaya universitas menjadi lingkungan kampus yang aman, setara, inklusif, dan jauh dari kekerasan.

Center for GEDSI Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta merupakan pusat studi yang relatif baru dalam menjalankan program-program kerja yang berkaitan dengan isu GEDSI. Pusat studi ini memiliki karakteristik lembaga dan persoalan komunikasi yang terdapat dalam proses pembangunan kemitraannya. Pada awal perkembangannya, Center for GEDSI tidak hanya berhadapan dengan luasnya cakupan isu yang dikerjakan, tetapi juga keterbatasan sumber daya manusia, portofolio kelembagaan, dan sumber daya lain yang dibutuhkan oleh lembaga. Kondisi tersebut menjadikan kemitraan dengan pihak eksternal bukan sekedar aktivitas pendukung, melainkan menjadi kebutuhan untuk memperkuat kapasitas dan memperluas kerja-kerja Center for GEDSI. Persoalan tersebut menjadi menarik karena keterbatasan internal berlangsung bersamaan dengan kebutuhan GEDSI untuk membangun hubungan dengan mitra yang memiliki karakter berbeda, mulai dari sesama institusi pendidikan, pemerintah, NGO, hingga lembaga internasional. Dengan demikian, persoalan yang muncul bukan semata-mata mengenai bagaimana Center for GEDSI berkomunikasi dengan pihak luar, tetapi bagaimana komunikasi tersebut direncanakan dan disesuaikan untuk mencapai tujuan kemitraan.

Dilansir dari situs resmi *Center for Gender Equality and Social Inclusion* (GEDSI), pusat studi ini memiliki visi menjadikan kampus dan masyarakat akademik yang memiliki kesadaran dan keberpihakan terhadap

kesetaraan gender, hak-hak penyandang disabilitas, dan kelompok rentan berbasis agama, etnis, budaya, usia, dan ekonomi. Namun demikian, implementasi nilai-nilai tersebut menghadapi berbagai tantangan dan hambatan. Terutama dalam hal penyediaan fasilitas yang aksesibel bagi penyandang disabilitas dan kelompok rentan lainnya, rendahnya pemahaman akan isu-isu ini menambah hambatan bagi Center for GEDSI. Selain itu, masih banyak ditemukannya praktik-praktik diskriminasi dan stereotip di lingkungan perguruan tinggi. Sehingga isu yang diangkat Center for GEDSI sering kali dianggap sebagai tanggung jawab kelompok atau unit tertentu yang fokus mengadvokasi hak-hak kelompok rentan sehingga belum sepenuhnya menjadi bagian dari civitas akademika yang seharusnya mendapat dukungan dari berbagai elemen kampus. Dukungan yang dibutuhkan tidak hanya tentang penyediaan sarana dan prasarana, namun juga memerlukan perubahan cara pandang dan budaya organisasi yang melibatkan banyak pihak di lingkungan perguruan tinggi untuk tercapainya kesetaraan.

Oleh karena itu, upaya mewujudkan kampus inklusif tidak dapat dilakukan oleh satu institusi secara mandiri sehingga membutuhkan banyak pihak yang berkolaborasi, baik dari aspek pendidikan, hukum, sosial, dan budaya yang melekat di lingkungan perguruan tinggi. Kemitraan dengan berbagai sektor seperti pemerintah, masyarakat sipil, media, NGO, komunitas-komunitas dengan isu yang sama, dan sektor swasta lainnya dapat mendukung kelancaran program dan visi misi yang menjadi tujuan

utama. Perkuatan advokasi dapat mempercepat perubahan sosial yang lebih inklusif. Untuk mencapai visi dan tujuan secara efektif melalui program kemitraan, Center for GEDSI membutuhkan strategi yang tepat maka perlunya sebuah hubungan kemitraan dengan pihak lain dalam mencapai dan mewujudkan tujuan bersama melalui kemitraan dan kolaborasi. Kemitraan ini meliputi kolaborasi dengan fakultas, lembaga internal kampus, organisasi kemahasiswaan, lembaga pemerintah, Lembaga Swadaya Pemerintah (LSM), serta sektor swasta lainnya.

Namun demikian, pada era ini membangun kemitraan dengan multipihak tentu saja bukanlah proses sederhana. Kemitraan tidak hanya diartikan sebagai hubungan kerja sama antar pihak, tetapi juga merupakan proses interaksi sosial yang dilatarbelakangi oleh berbagai hal seperti kepentingan, pemaknaan yang mungkin berbeda terhadap suatu isu. Dalam konteks *Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion (GEDSI)*, isu yang diangkat memiliki kompleksitas tinggi yang dapat mempengaruhi perbedaan pemahaman atau tujuan dengan pihak lain. Pemahaman berbeda terhadap kelompok rentan itu seringkali menjadi tantangan atau bahkan hambatan dalam membangun kemitraan yang berkelanjutan. Dalam kondisi ini, komunikasi memegang peran yang sangat krusial dalam menentukan keberhasilan suatu kemitraan dengan berbagai pihak yang berkaitan. Komunikasi dalam kemitraan organisasi memiliki fungsi strategis dalam membangun hubungan harmonis yang saling memahami dan menciptakan komitmen jangka panjang bersama antar pihak

yang berkaitan. Dengan pemahaman yang selaras, tujuan bersama seperti program-program advokasi terhadap kelompok rentan akan terlaksana dengan maksimal.

Selain itu, komunikasi juga berperan penting dalam menciptakan kepercayaan antar pihak terkait. Dalam suatu hubungan kemitraan, kepercayaan adalah elemen kunci yang sangat mempengaruhi keberlangsungan kerja sama. Apabila komunikasi berlangsung secara terbuka, konsisten, dan melibatkan semua pihak, maka hubungan kemitraan yang terjalin akan stabil dan berkelanjutan. Di sisi lain, komunikasi yang kurang efektif akan memunculkan berbagai kesalahpahaman, hilangnya kepercayaan, bahkan timbulnya konflik. Rendahnya mutu komunikasi dalam sebuah organisasi dapat berdampak pada penurunan komitmen mitra terhadap tujuan bersama. Untuk itu, komunikasi bukan hanya berfungsi sebagai pendukung kemitraan, namun juga menjadi elemen dasar dalam menentukan keberlanjutan program kemitraan.

Walaupun komunikasi menjadi elemen yang sangat krusial dalam menjalin kerja sama, banyak organisasi maupun lembaga yang masih menghadapi berbagai tantangan saat menghadapi komunikasi kemitraan.

Komunikasi seringkali dilakukan tanpa rencana komunikasi yang sistematis yang berujung pada miskomunikasi, informasi yang tidak seragam yang menyebabkan perbedaan pemahaman atau penafsiran pandangan diantara pihak-pihak yang terlibat. Hal ini menunjukkan bahwa banyak lembaga yang belum menganggap bahwa komunikasi sebagai proses strategis yang

wajib direncanakan dan dikelola dengan serius. Dalam konteks Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion (GEDSI), perbedaan pemahaman, pandangan tentang isu gender, disabilitas, dan inklusi sosial dapat mempengaruhi kelancaran komunikasi antar pihak mitra. Sebagian mungkin sudah menyadari dengan baik pentingnya inklusivitas di masa ini, sementara pihak lainnya masih memiliki pengetahuan yang terbatas terkait isu-isu ini. Perbedaan ini dapat menjadi penghalang dalam proses interaksi, terutama saat lembaga berupaya membangun kerja sama atau komitmen bersama dalam melaksanakan suatu program atau kegiatan tertentu. Ketika komunikasi tidak bisa menjadi jembatan, maka hubungan kemitraan akan rentan terhadap kesalahpahaman.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa tantangan utama dalam kemitraan tidak hanya berfokus pada cara kerja sama dibentuk, rencana program yang matang, tetapi juga cara pengelolaan komunikasi dalam kemitraan dilakukan dengan strategi yang tepat. Disinilah dibutuhkan strategi komunikasi yang efektif agar visi, misi, dan tujuan Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion (GEDSI) dapat berjalan sesuai dengan rencana. Pemilihan Center for GEDSI Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta sebagai lokasi penelitian didasarkan pada kondisi kelembagaan dan karakter kemitraan yang dihadapi oleh lembaga tersebut. Sebagai pusat studi yang masih berkembang, Center for GEDSI perlu membangun hubungan dengan berbagai pihak untuk mendukung pelaksanaan agenda *gender equality, disability, dan social inclusion*.

Kebutuhan tersebut menjadi semakin kompleks karena pihak yang terlibat dalam kemitraan memiliki latar belakang kelembagaan, kepentingan, karakter, dan kebutuhan komunikasi yang berbeda, mulai dari perguruan tinggi, pemerintah, organisasi masyarakat sipil, komunitas, hingga lembaga internasional.

Kondisi tersebut menempatkan komunikasi bukan hanya sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai program, tetapi sebagai bagian dari proses membangun dan mengembangkan kemitraan. Dalam proses tersebut terdapat kebutuhan untuk menentukan pihak yang relevan, memahami karakter calon mitra, menentukan pendekatan komunikasi, menyampaikan nilai kolaborasi, serta membangun kepercayaan antarpihak. Oleh karena itu, Center for GEDSI Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta memberikan konteks empiris yang relevan untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi persuasif digunakan dalam membangun kemitraan strategis.

Dalam proses menjalin interaksi dan hubungan kemitraan, strategi komunikasi menjadi hal yang penting dalam upayanya untuk mendapatkan berbagai bentuk dukungan dari berbagai pihak dan mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan, strategi tidak hanya berperan sebagai penunjuk jalannya organisasi yang hanya sebatas bagaimana taktik operasional, namun juga bagaimana individu-individu di dalamnya dapat menentukan dan menyesuaikan bagaimana strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi menjadi panduan dari perencanaan komunikasi

(*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*management communication*). Strategi komunikasi harus bersifat fleksibel sesuai kondisi dan situasi yang sedang berlangsung di lapangan yang menunjukkan bagaimana strategi harus segera dilakukan (Effendy, 2011).

Kondisi tersebut menjadi relevan untuk dikaji dari perspektif komunikasi karena kemitraan tidak terbentuk hanya karena adanya kesamaan perhatian terhadap isu GEDSI. Dalam prosesnya, lembaga perlu menyampaikan nilai, tujuan, program, dan bentuk kerja sama kepada pihak lain sehingga muncul ketertarikan, penerimaan, kepercayaan, dan kesediaan untuk terlibat. Dengan demikian, aktivitas kolaborasi yang dilakukan Center for GEDSI dapat dipandang sebagai ruang empiris untuk melihat bagaimana komunikasi digunakan dalam proses membangun hubungan dengan pihak eksternal. Fokus penelitian ini bukan untuk menilai keberhasilan program GEDSI secara keseluruhan, melainkan untuk memahami bagaimana strategi komunikasi persuasif digunakan dalam membangun kemitraan strategis.

Dengan demikian, keberadaan Center for GEDSI UNU Yogyakarta menjadi relevan sebagai objek penelitian karena lembaga ini memiliki fokus kelembagaan yang secara langsung mengintegrasikan isu *gender equality*, *disability*, dan *social inclusion* sekaligus memiliki pengalaman membangun jejaring dan kolaborasi dengan berbagai pihak. Data kelembagaan tersebut memberikan dasar empiris bahwa kemitraan bukan sekadar kemungkinan yang direncanakan, tetapi merupakan bagian dari aktivitas Center for GEDSI yang telah dijalankan dalam berbagai bentuk kerja sama. Oleh

karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji strategi komunikasi persuasif yang digunakan Center for GEDSI UNU Yogyakarta dalam membangun kemitraan strategis, khususnya bagaimana pesan, pendekatan, dan penyesuaian komunikasi digunakan untuk mendorong pihak eksternal terlibat dalam agenda dan program yang berkaitan dengan GEDSI.

Setiap lembaga membutuhkan pihak lain melalui kemitraan untuk mencapai tujuan dan suatu bentuk praktik nyata dari firman Allah swt yang terdapat dalam QS. Al-Ma'idah Ayat 2 tentang berhubungan baik, yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقُلْدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ
يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نَقُومَ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ
الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ
اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya (Qur'an.com, n.d.).

Menurut Tafsir Kementerian Agama Republik Indonesia, potongan ayat tersebut mengandung perintah kepada orang-orang beriman untuk saling menolong dalam melakukan kebaikan dan ketakwaan serta larangan untuk saling membantu dalam perbuatan dosa dan pelanggaran (Indonesia, 2022). Ayat tersebut menjadi landasan nilai bahwa kerja sama dapat

diarahkan untuk mencapai kemaslahatan dan tujuan yang baik. Dalam konteks penelitian ini, nilai tersebut relevan dengan upaya membangun kemitraan antarlembaga dalam mendukung pelaksanaan program yang berkaitan dengan *gender equality*, *disability*, dan *social inclusion* (GEDSI). Dengan demikian, penelitian ini dirancang untuk menjawab pertanyaan utama “Bagaimana strategi komunikasi persuasif Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion (GEDSI) dalam membangun kemitraan strategis?”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi komunikasi persuasif center for gender equality, disability, and social inclusion (GEDSI) dalam membangun kemitraan strategis?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Center for Gender Equality and Social Inclusion (GEDSI) dalam membangun kemitraan strategis.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan mengenai teori-teori yang ada dibidang ilmu komunikasi

terkhusus pada strategi komunikasi untuk kemitraan, serta dapat membuktikan kebenaran teori-teori yang telah ada sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi lembaga pendidikan terutama saat penerapan kesetaraan gender, pendidikan inklusif, dan aktivitas kerja sama dengan strategi komunikasi dalam membangun kemitraan.

E. Tinjauan Pustaka

Sebelum penelitian dilakukan, peneliti telah meneliti beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dijalankan serta membandingkan keduanya dan mempertimbangkan pembaharuan yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu. Penelaahan pustaka dilakukan oleh peneliti untuk menambah rujukan demi menghindari adanya plagiarisme. Beberapa studi yang serupa dengan penelitian yang akan peneliti, antara lain adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama dilakukan oleh Muhammad Yasin dan Hairunnisa pada tahun 2024 dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Strategi Komunikasi Satuan Intelijen Keamanan Polres Kutai Kartanegara Dalam Membangun Kemitraan Dengan Masyarakat Kecamatan Tenggarong”. Hasil studi ini menunjukkan bahwa unit Sat Intelkam melaksanakan aktivitas pencegahan, penyuluhan mengenai keamanan Kamtibmas dan telah menjalin kerjasama dan kolaborasi dengan tokoh-tokoh yang

berpengaruh. Setelahnya, Sat Intelkam Polres Kutai Kartanegara telah berupaya untuk menekan potensi gangguan Kamtibmas dengan membangun kerjasama dan kolaborasi dengan masyarakat. Penelitian tersebut mengungkap bahwa Sat Intelkam menggunakan strategi komunikasi partisipatoris (model Lasswell) dalam menjalin kemitraan untuk menekan gangguan Kamtibmas. Strategi mereka bersifat informatif, persuasif, dan adaptif melalui berbagai media dan pendekatan ke masyarakat (Yasin & Mulawarman, 2024). Hal ini relevan dengan bagaimana Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion dalam membangun kemitraan dengan pihak eksternal karena sama-sama membahas strategi komunikasi dalam konteks kemitraan antara lembaga dengan pihak eksternal. Perbedaananya terletak di objek penelitian adalah institusi keamanan (kepolisian), bukan lembaga pendidikan. Fokus kemitraan untuk keamanan publik, bukan kesetaraan gender kekerasan seksual, atau inklusi sosial.

Penelitian kedua penelitian yang berjudul “Membangun Sinergi: Menelisik Strategi Komunikasi Dalam Kemitraan Bogasari-UMKM Kuliner” yang diteliti oleh Muhammad Rif’at Al-Razi, Jamaluddin, Jenny Ratna Suminar, dan Nindi Aristi pada tahun 2023. Penelitian ini menunjukkan bahwa Bogasari menerapkan strategi komunikasi berbasis kepercayaan, intensitas komunikasi, dan penyesuaian pesan untuk membangun kemitraan yang saling menguntungkan dengan pihak UMKM (Rif & Ratna, 2023). Persamaan dengan penelitian ini adalah Sama-sama

membahas strategi komunikasi dalam membangun hubungan dengan pihak eksternal dengan pendekatan kolaboratif. Letak perbedaannya pada fokus kemitraan, jika penelitian ini berfokus pada kerjasama bisnis dengan UMKM, bukan lembaga akademik atau lembaga sosial.

Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Kiki Kristanto, Firlianty, Theresia Mentari, dan Joanita Jalianery dalam artikelnya yang berjudul “Urgensi Kerjasama Satuan Tugas Pencegahan Dan Penanganan Kekerasan Seksual Universitas Palangka Raya Dan Institusi Eksternal Dalam Penanganan Kasus” yang termuat dalam Jurnal ADM: Jurnal Abdi Dosen dan Mahasiswa pada tahun 2025. Penelitian ini menekankan pentingnya kolaborasi antara Satgas PPKS dan institusi eksternal (polisi, rumah sakit, LSM) dalam penanganan dan pencegahan kekerasan seksual di kampus. Kerja sama ini penting untuk mendukung proses hukum, bantuan psikologis, dan pemulihan korban (Kristanto et al., 2025). Mempunyai kesamaan dengan studi lainnya, yaitu mengkaji kerjasama atau kemitraan antar institusi dalam konteks akademis atau universitas terkait masalah kekerasan seksual dan perlindungan kelompok rentan. Dengan perbedaan pada teori yang digunakan bukan dari bidang ilmu komunikasi.

Tabel 1 Kajian Pustaka

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Muhammad Yasin dan Hairunnisa	Analisis Strategi Komunikasi Satuan Intelijen Keamanan Polres Kutai Kartanegara Dalam Membangun Kemitraan Dengan Masyarakat Kecamatan Tenggarong	Kualitatif deskriptif dengan wawancara dan observasi	Sat Intelkam menggunakan strategi komunikasi partisipatoris (model Lasswell) dalam menjalin kemitraan untuk menekan gangguan Kamtibmas. Strategi mereka bersifat informatif, persuasive, dan adaptif melalui berbagai media dan pendekatan ke masyarakat.	Sama-sama membahas strategi komunikasi dalam konteks kemitraan antara lembaga dengan pihak eksternal.	Objek penelitian adalah institusi keamanan (kepolisian), bukan lembaga pendidikan. Fokus kemitraan untuk keamanan publik, bukan kesetaraan gender kekerasan seksual, atau inklusi sosial.
Muhammad Rif'at Al-Razi, Jamaluddin, Jenny Ratna Suminar, dan Nindi Aristi	Membangun Sinergi: Menelisik Strategi Komunikasi Dalam Kemitraan Bogasari-UMKM Kuliner	Studi kualitatif	Bogasari menerapkan strategi komunikasi berbasis kepercayaan, intensitas komunikasi, dan penyesuaian pesan untuk membangun kemitraan yang saling menguntungkan dengan pihak UMKM.	Sama-sama membahas strategi komunikasi dalam membangun hubungan dengan pihak eksternal dengan pendekatan kolaboratif.	Fokus kemitraan bisnis dengan UMKM, bukan lembaga akademik atau lembaga sosial.
Kiki Kristanto, Firlianty, Theresia Mentari, dan Joanita Jalianery	Urgensi Kerjasama Satuan Tugas Pencegahan Dan Penanganan Kekerasan Seksual Universitas Palangka Raya Dan Institusi Eksternal Dalam Penanganan Kasus	Kualitatif dengan wawancara dan analisis dokumen	Penelitian ini menekankan pentingnya kolaborasi antara Satgas PPKS dan institusi eksternal (polisi, rumah sakit, LSM) dalam penanganan dan pencegahan kekerasan seksual di kampus. Kerja sama ini penting untuk mendukung proses hukum, bantuan psikologis, dan pemulihan korban.	Sama-sama membahas Kerjasama atau kemitraan antar lembaga di lingkungan akademik atau perguruan tinggi untuk isu kekerasan seksual dan perlindungan kelompok rentan.	Fokus pada penanganan kekerasan seksual, bukan strategi komunikasi secara menyeluruh. Tidak menggunakan teori komunikasi.

Sumber : Olahan peneliti

F. Landasan Teori

1. Strategi Komunikasi

a. Definisi Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari kata kerja bahasa Yunani “*stratego*” yang berarti merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber-sumber yang efektif (Arsyad, 2005). Menurut Sondang P. Siagian, strategi untuk manajemen organisasi secara dan khusus pada organisasi khususnya adalah rencana berskala besar yang memfokuskan pandangannya pada tujuan masa depan. Strategi ini disusun dengan cara yang memungkinkan organisasi untuk berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya secara efisien dalam situasi kompetisi, yang semuanya bertujuan untuk memaksimalkan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi tersebut (Siagian, 2007; Siagian, 2007).

Strategi dianggap sebagai metode yang digunakan organisasi untuk meraih tujuan mereka melalui proses perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) jangka panjang yang ditujukan untuk merealisasikan sasaran yang telah ditentukan oleh organisasi. Keberhasilan atau ketidakberhasilan dalam komunikasi yang efektif sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang digunakan (Effendy, 2011). Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin “*communis*”. *Communis* atau dalam bahasa Inggrisnya “*common*”

berarti sama. Dengan demikian, berkomunikasi berarti berupaya membangun kesamaan pandangan dengan orang lain. Oleh karena itu, komunikasi didefinisikan sebagai proses menjalin kontak yang saling menghubungi (Tamburaka, 2012).

Harold D. Lasswell (Lasswell, 1948) mengklasifikasikan komunikasi dalam tiga fungsi utama dengan alasan mengapa manusia perlu berkomunikasi, yaitu:

- 1) Secara alami manusia cenderung memiliki keinginan untuk mengendalikan lingkungan di sekitarnya. Dengan proses komunikasi, mereka mampu mengenali potensi yang dapat digunakan, serta dapat menjaga diri dari ancaman dari lingkungan sekitar. Dengan komunikasi, manusia dapat memperoleh berbagai bentuk informasi dan memperluas pengetahuannya untuk diterima disekitarnya.
- 2) Manusia perlu komunikasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya, karena keberlanjutan masyarakat dapat dikatakan bergantung pada kemampuan masyarakat dalam beradaptasi dengan lingkungannya.
- 3) Komunikasi sebagai usaha untuk mentransformasikan usaha warisan sosialisasi. Setiap manusia ingin mempertahankan budaya dan eksistensinya.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya tentang komunikasi, dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi merupakan serangkaian tindakan mengirim informasi dari satu pihak pengirim kepada pihak penerima melalui berbagai saluran, baik secara langsung maupun tidak langsung, guna mendapatkan kesepahaman yang seragam atau mengubah sikap dari informai yang telah disampaikan.

Strategi komunikasi menyatukan konsep perencanaan dengan pengelolaan komunikasi untuk meraih sasaran tertentu. Untuk mencapainya, strategi itu harus menjelaskan cara pelaksanaannya dengan pendekatan yang taktis, dengan kata lain metode yang digunakan bisa berbeda bergantung pada konteks dan situasi. Menurut Effendy dalam karyanya yang berjudul “faktor pendukung dan faktor penghambat dalam strategi komunikasi meliputi penentuan audiens yang tepat sasaran, pemilihan dan pengkajian media komunikasi, serta peranan komunikator dalam komunikasi” (Effendy, 2011).

1) Strategi Membangun Komunikasi yang Efektif

Penyusunan strategi komunikasi menjadi hal yang sangat krusial dalam proses komunikasi agar yang disampaikan sesuai dengan apa yang menjadi tujuan pesan. Dengan menentukan apa yang menjadi faktor pendukung

yang dapat mempermudah menuju tujuan utama hingga faktor yang menjadi penghambat. Berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menciptakan komunikasi efektif.

2) Mengetahui *Audience*

Seorang komunikator wajib mengetahui siapa yang akan diajak berdiskusi, mulai dari usia, kelas sosial, hingga mengetahui apakah komunikan perempuan atau laki-laki. Dengan mengetahui lawan bicara, seorang komunikator dapat menentukan bagaimana penyampaian yang tepat, pemilihan bahasa, dan juga pemilihan waktu untuk menyampaikan informasi untuk menarik komunikator menjadi mitra.

3) Mengetahui Tujuan Komunikasi

Mengetahui tujuan komunikasi dilakukan merupakan hal yang harus diperhatikan dengan sangat baik, karena ini berkaitan dengan inti dari mengapa komunikasi dilakukan dengan berbagai pihak. Kejelasan tujuan komunikasi akan membantu komunikator dalam menentukan pesan yang tepat, cara penyampaian yang sesuai, serta langkah komunikasi yang perlu dilakukan agar pesan dapat diterima dan dipahami oleh pihak yang dituju.

4) Memperhatikan Konteks

Memperhatikan konteks dapat diartikan bagaimana seorang komunikator dapat memahami keadaan lingkungan sekitar terutama komunikasi saat komunikasi berlangsung. Hal ini krusial karena dapat mempengaruhi cara berkomunikasi.

5) Mempelajari Budaya dan Bahasa

Budaya atau kebiasaan perlu diperhatikan sebagai bentuk penyesuaian seorang komunikator terhadap komunikasi mitra. Dengan mengetahui budaya seperti gaya bahasa lingkungan mitra dapat mendukung keberhasilan seorang komunikator dalam menyampaikan pesan kepada pihak mitra.

b. Definisi Strategi Komunikasi Persuasif

Strategi komunikasi persuasif merupakan suatu perencanaan komunikasi yang diarahkan untuk memengaruhi penerima pesan sehingga menghasilkan respons atau melakukan tindakan tertentu. Strategi komunikasi persuasi merupakan strategi komunikasi yang menggabungkan teknik persuasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan, seperti meningkatkan kredibilitas, persepsi, dan perilaku seseorang. Karena itu, strategi yang dikembangkan harus mempertimbangkan taktik yang matang. Dengan menentukan sasaran pihak yang tetap, pesan apa yang akan dan perlu disampaikan, dimana tempat penyampaian tersebut, dan juga

mementukan waktu yang tepat untuk menyampaikan pesan-pesan tersebut. DeFleur dan Ball-Rokeach pada tahun 1989 membahas persuasi melalui tiga strategi teoretis yang dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana pesan persuasif diarahkan pada perubahan perilaku, yaitu *the psychodynamic strategy*, *the sociocultural strategy*, dan *the meaning construction strategy* (Melvin L. DeFleur, 1989). Beberapa strategi komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh DeFleur dan Ball-Rokeach yaitu :

1) Strategi Psikodinamika

Menurut DeFleur dan Ball-Rokeach (Melvin L. DeFleur, 1989) strategi komunikasi model psikodinamika berawal dari asumsi bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis yang berasal dari dalam individu tersebut, seperti motivasi, persepsi, keyakinan, dan emosi. Dalam buku *Theories of Mass Communication*, DeFleur dan Ball-Rokeach (Melvin L. DeFleur, 1989) menjelaskan bahwa strategi persuasi diarahkan pada tindakan yang hendak dicapai melalui pesan yang dirancang secara sengaja. Sehingga strategi ini menonjolkan kemampuan seseorang dalam mengubah pandangan dan juga minat individu melalui psikologis, sehingga individu tersebut memiliki pandangan dan merubah sikapnya sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator. Strategi psikodinamika menekankan bahwa keberhasilan komunikasi persuasi bergantung pada kemampuan

seorang komunikator memahami karakteristik pihak komunikan dalam merancang pesan sesuai dengan kebutuhan dan pengalaman mereka. Teori-teori yang berkembang berhubungan erat dengan teknik persuasi dalam mempengaruhi sikap dan pemahaman seorang individu. Dasar dari strategi psikodinamika adalah asumsi bahwa secara biologis manusia adalah suatu hal yang dapat diwariskan. Berasal dari Sigmund Freud, asal kata *Psiche* merupakan pikiran yang mencakup perasaan individu, sedangkan kata *Dinamic* mengacu pada asumsi bahwa psikis individu bersifat dinamis yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor dari luar sehingga teori ini menekankan pada dorongan pada setiap individu untuk berhubungan dengan banyak pihak.

Strategi persuasi psikodinamika harus berpusat pada faktor kognitif serta faktor emosional. Setiap individu menyadari bahwa memiliki kebutuhan dan kepentingan yang harus dipenuhi melalui hubungan dengan pihak lain. Faktor psikologis seperti rasa marah, kecewa, takut berpengaruh besar pada perilaku manusia. Terdapat tiga hal dalam perkembangan kepribadian manusia, yang pertama adalah insting dan dorongan kepuasan, kedua ego, dan terakhir super ego yang mendorong individu untuk bertindak. Dalam konteks penelitian ini, strategi psikodinamika digunakan untuk melihat bagaimana Center for GEDSI mengidentifikasi dan memahami karakteristik pihak yang menjadi sasaran komunikasi sebelum

membangun kemitraan, serta bagaimana pemahaman tersebut diterjemahkan ke dalam perancangan pesan, pendekatan, dan bentuk komunikasi yang digunakan. Dengan demikian, penelitian tidak hanya melihat apakah Center for GEDSI melakukan penyesuaian komunikasi terhadap mitra, namun menelusuri proses yang mendasari penyesuaian tersebut. Dengan demikian, penyesuaian komunikasi bukan dipahami sebagai tindakan spontan ketika pertemuan berlangsung, tetapi menjadi bagian dari proses strategis yang didasarkan pada pemahaman terhadap pihak yang menjadi sasaran komunikasi. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menggunakan strategi psikodinamika sebagai pisau analisis untuk mengidentifikasi tiga aspek utama, yaitu pemahaman terhadap karakteristik dan kebutuhan pihak yang menjadi sasaran komunikasi, perancangan pesan dan pendekatan berdasarkan pemahaman tersebut, dan respons atau tindakan yang diharapkan dari proses persuasi dalam pembangunan kemitraan. Hal tersebut digunakan untuk membaca bagaimana strategi komunikasi persuasif Center for GEDSI diterapkan dalam membangun kemitraan strategis.

2) Strategi Persuasi Sosiokultural

Strategi Persuasi Sosiokultural merupakan salah satu strategi persuasi yang dikemukakan oleh Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach dalam *Theories of Mass Communication* (Melvin L.

DeFleur, 1989). DeFleur dan Ball-Rokeach mengemukakan bahwa tindakan individu tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi psikologis yang terdapat dalam dirinya, tetapi juga oleh lingkungan sosial tempat individu tersebut berada. Strategi persuasi sosiokultural menyoroti bagaimana persuasi dipengaruhi oleh dorongan dari luar individu, seperti norma-norma, kepentingan peran, serta sistem kontrol sosial. Pada strategi sosiokultural, komunikasi dianggap lebih efektif apabila seorang komunikator dapat menyesuaikan diri dengan nilai-nilai, norma, dan harapan yang sedang berkembang di lingkungan khalayak. Keberhasilan persuasi tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan, namun juga dukungan sosial dan tingkat penerimaan lingkungan terhadap pesan tersebut. Salah satu unsur penting dalam strategi ini adalah kepercayaan, karena dapat menjadi faktor utama yang menentukan apakah komunikan menerima atau menolak pesan yang disampaikan oleh komunikator. Berbagai pihak cenderung menerima pesan dari sumber yang dianggap kredibel dan memiliki hubungan baik dengan mereka. Oleh karena itu, dalam menjalankan organisasi yang membutuhkan dukungan dari berbagai pihak, perlu membangun hubungan yang berkelanjutan dengan para stakeholder untuk memperoleh dukungan terhadap program-program yang dijalankan.

Dalam perspektif ini, komunikator tidak cukup hanya memahami karakteristik personal pihak yang menjadi sasaran

persuasi. Komunikator juga perlu memahami konteks sosial yang melingkupi pihak tersebut. Strategi sosiokultural berpijak pada pemahaman bahwa individu tidak berada dalam ruang sosial yang terpisah, melainkan hidup dalam lingkungan yang memiliki nilai, norma, kebiasaan, aturan, peran, serta pola hubungan tertentu. Oleh karena itu, proses persuasi perlu mempertimbangkan konteks sosial yang melingkupi pihak yang menjadi sasaran komunikasi. Pesan persuasif tidak hanya disusun berdasarkan karakteristik individu, tetapi juga berdasarkan lingkungan sosial tempat individu tersebut berinteraksi.

Dalam strategi sosiokultural, komunikator perlu memahami kondisi sosial pihak yang menjadi sasaran komunikasi sebelum menentukan pendekatan komunikasi. Pemahaman tersebut mencakup bagaimana pihak tersebut berada dalam suatu lingkungan sosial dan kelembagaan, nilai atau kebiasaan yang berkembang di dalamnya, serta hubungan sosial yang dapat memengaruhi proses komunikasi. Dengan memahami kondisi tersebut, komunikator dapat menentukan pendekatan dan bentuk komunikasi yang lebih sesuai dengan konteks sosial sasaran persuasi. Dengan demikian, penyesuaian komunikasi dalam strategi sosiokultural bukan sekadar perubahan cara berbicara ketika komunikasi berlangsung, tetapi merupakan bagian dari pertimbangan strategis yang didasarkan pada pemahaman terhadap konteks sosial pihak yang menjadi sasaran.

Dalam penelitian ini, strategi sosiokultural digunakan untuk menganalisis bagaimana Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion (GEDSI) memahami dan mempertimbangkan konteks sosial serta kelembagaan calon mitra dalam membangun kemitraan strategis. Analisis tidak hanya diarahkan pada bentuk penyesuaian komunikasi yang dilakukan oleh GEDSI, tetapi juga pada dasar pertimbangan yang melatarbelakangi penyesuaian tersebut. Dengan demikian, penelitian melihat bagaimana GEDSI mengidentifikasi kondisi sosial calon mitra, memahami nilai dan kebiasaan yang relevan dalam proses komunikasi, serta mempertimbangkan hubungan dan lingkungan kelembagaan calon mitra sebelum menentukan pendekatan komunikasi persuasif.

Konteks sosial dalam penelitian ini dapat berupa latar belakang kelembagaan, nilai dan norma yang dianut, karakter lingkungan sosial, pola hubungan antarlembaga, jaringan yang dimiliki, serta kebiasaan komunikasi pihak yang menjadi calon mitra. Perbedaan karakteristik tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi GEDSI dalam menentukan cara membangun hubungan, menyampaikan gagasan, menawarkan bentuk kerja sama, serta mendorong pihak lain untuk terlibat dalam kemitraan. Oleh sebab itu, strategi sosiokultural dalam penelitian ini tidak dimaknai sebatas kemampuan GEDSI untuk menyesuaikan diri dengan mitra, tetapi sebagai proses strategis dalam menghubungkan pendekatan

komunikasi dengan kondisi sosial dan kelembagaan pihak yang menjadi sasaran persuasi.

3) Strategi *The Meaning Conctruction*

Strategi *the meaning construction* merupakan salah satu strategi teoretis dalam persuasi yang dikemukakan oleh Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach (Melvin L. DeFleur, 1989). DeFleur dan Ball-Rokeach menjelaskan bahwa strategi persuasi diarahkan pada suatu tindakan tertentu sebagai faktor yang hendak dicapai melalui proses persuasi. Mereka menguraikan tiga strategi persuasi yang dikembangkan dari paradigma kognitif, teori organisasi sosial, dan paradigma makna (Melvin L. DeFleur, 1989). Dalam strategi *the meaning construction*, proses persuasi dipahami melalui bagaimana makna dibentuk dan disampaikan kepada pihak yang menjadi sasaran komunikasi. Pesan persuasif tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga dapat digunakan untuk membentuk cara tertentu dalam memahami suatu objek, gagasan, situasi, maupun tindakan. Dengan demikian, komunikator berupaya membangun pemahaman tertentu sehingga pihak yang menerima pesan dapat melihat suatu hal melalui makna yang ditawarkan dalam proses komunikasi. Strategi ini menjadi penting karena suatu tindakan tidak selalu muncul hanya karena seseorang memperoleh informasi. Cara seseorang memahami informasi tersebut juga dapat memengaruhi bagaimana ia

memberikan respons. Oleh karena itu, komunikator perlu mempertimbangkan bagaimana suatu gagasan atau tindakan diberi makna, dijelaskan, dan dikaitkan dengan pemahaman yang telah dimiliki oleh sasaran persuasi. Dalam konteks tersebut, konstruksi makna menjadi bagian dari proses strategis untuk mengarahkan pemahaman sasaran komunikasi terhadap pesan yang disampaikan.

Dalam penelitian ini, strategi *the meaning construction* digunakan untuk menganalisis bagaimana Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion (GEDSI) membangun makna tertentu mengenai isu GEDSI dan kemitraan kepada pihak yang menjadi calon mitra. Analisis tidak hanya melihat apa yang disampaikan GEDSI kepada calon mitra, tetapi juga bagaimana GEDSI membingkai, menjelaskan, dan memberikan pemaknaan terhadap isu atau program yang ditawarkan sehingga dapat dipahami dan diterima oleh pihak yang menjadi sasaran komunikasi.

Dengan demikian, fokus strategi *the meaning construction* dalam penelitian ini terletak pada proses ketika GEDSI mengubah gagasan atau isu yang menjadi kepentingannya ke dalam bentuk pesan yang memiliki makna bagi calon mitra. Misalnya, isu kesetaraan gender, disabilitas, dan inklusi tidak hanya disampaikan sebagai informasi mengenai suatu persoalan, tetapi dapat dikonstruksikan sebagai isu yang memiliki relevansi dengan kepentingan, nilai, program, atau tujuan calon mitra. Proses tersebut

kemudian dianalisis untuk melihat bagaimana GEDSI membangun pemahaman tertentu yang dapat mendorong pihak lain untuk melihat adanya relevansi dan kepentingan dalam membangun kemitraan.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak memahami *the meaning construction* hanya sebagai “cara GEDSI menyampaikan pesan”, tetapi sebagai proses strategis untuk melihat bagaimana GEDSI menentukan makna apa yang ingin dibangun, bagaimana makna tersebut dikemas dalam pesan komunikasi, bagaimana makna tersebut dikaitkan dengan kepentingan calon mitra, serta bagaimana pemaknaan tersebut diarahkan untuk mendorong terbentuknya kemitraan.

2. Kemitraan

Notoatmodjo dalam (Yasin & Mulawarman, 2024), kemitraan mencakup proses interaksi yang dibangun atas dasar persetujuan untuk meraih sasaran tertentu, yang terdiri dari tiga komponen utama yaitu kolaborasi, tanggung jawab, dan kepentingan bersama. Kerja sama ini memungkinkan distribusi biaya, risiko, dan keuntungan dengan mengkombinasikan kemampuan masing-masing pihak. Singnifikasi kemitraan terlihat jelas dalam pronsip-prinsipnya, seperti sasaran bersama, manfaat timbal balik, transparansi, hubungan jangka panjang, dan peningkatan kualitas serta efisiensi biaya yang berkelanjutan.

3. Ksetaraan Gender, Kekerasan Seksual, dan Disabilitas

a. Ksetaraan Gender

Ksetaraan gender mengacu pada kondisi laki-laki dan perempuan memiliki kesempatan untuk mendapatkan hak, manfaat, dan akses yang sama sebagai manusia dimana dapat menerima perlakuan yang adil. Ksetaraan gender diartikan sebagai keadaan yang serupa bagi laki-laki dan perempuan terkait dengan akses terhadap kesempatan dan hak-hak dasar yang memungkinkan mereka untuk dapat berkontribusi dan mengambil posisi secara penuh dalam aktivitas politik, hukum, ekonomi, sosial-budaya, pendidikan, dan keamanan nasional, serta untuk mendapatkan hasil pembangunan secara adil, akses di sini berarti memiliki peluang yang sama untuk memanfaatkan sumber daya dan kekuasaan guna menentukan bagaimana sumber daya tersebut digunakan serta hasil yang didapatkan (Haslita et al., 2021).

b. Kekerasan Seksual

Menurut World Health Organization (WHO), kekerasan seksual adalah segala jenis tindakan yang bertujuan untuk memengaruhi atau memaksa seseorang dalam tindakan seksual yang melanggar hak seksual individu, tanpa memperhatikan jenis hubungan yang ada dengan korban. Seperti yang dijelaskan oleh Huraerah dalam bukunya, kekerasan seksual diartikan sebagai

segala bentuk interaksi pra-seksual antara seorang anak dengan orang dewasa (melalui verbal, sentuhan, gambar, atau tindakan) atau interaksi seksual langsung antara anak dan orang dewasa, seperti eksploitasi seksual (Huraerah, Kekerasan Terhadap Anak, 2006).

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kekerasan seksual mencakup berbagai tindakan atau perilaku yang melibatkan paksaan, baik secara fisik, mental, atau cara lainnya. Kekerasan seksual tidak hanya terbatas pada kasus pemerkosaan, tetapi mencakup juga pelecehan seksual, tindakan eksploitasi, dan semua jenis paksaan seksual yang lainnya.

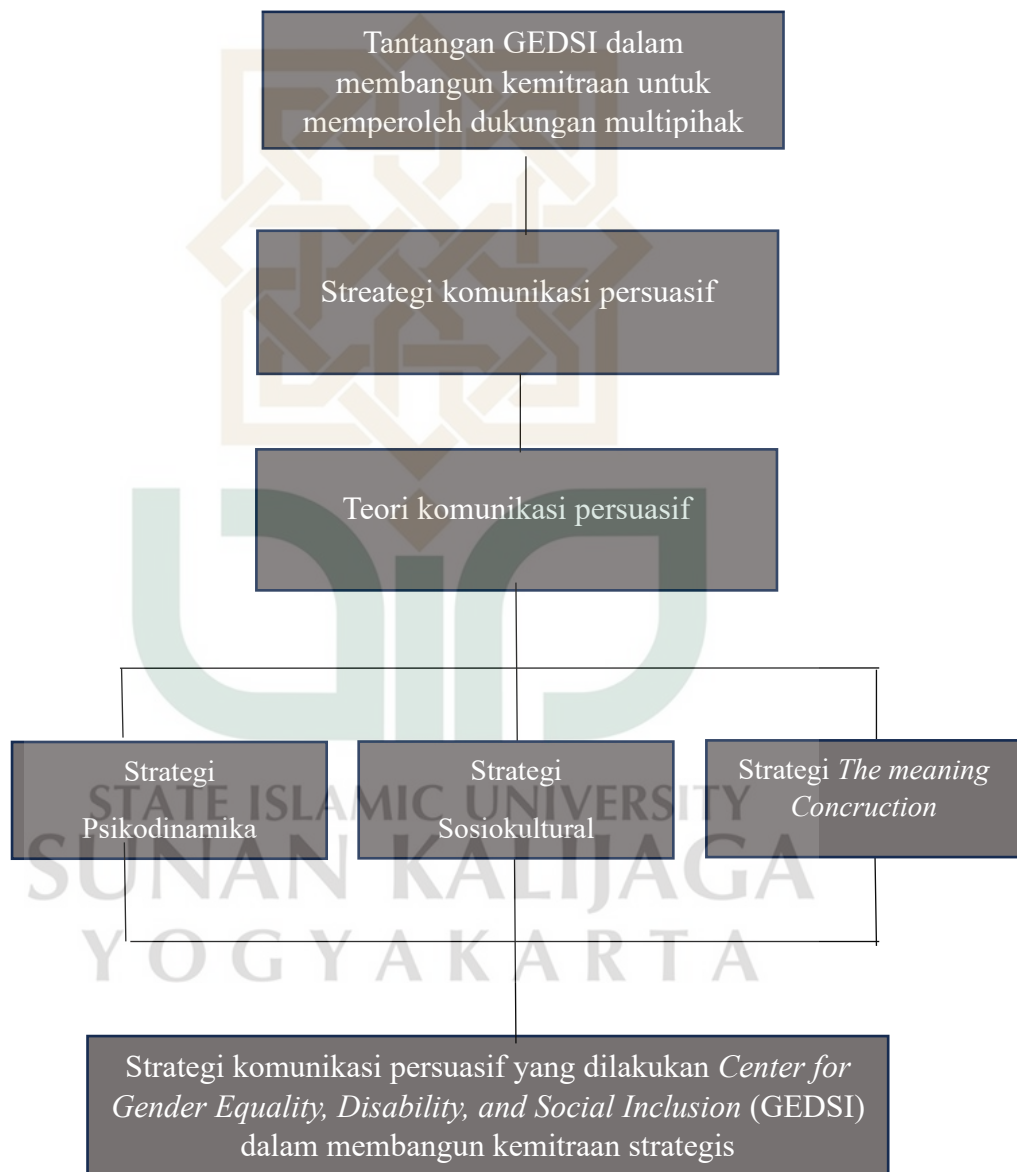
c. Disabilitas

Pada awalnya kata “cacat” digunakan untuk sebutan penyandang disabilitas, berdasar pada keyakinan bahwa mereka tidak benar-benar cacat, melainkan mempunyai kemampuan yang berbeda. Contohnya adalah ketidakmampuan atau kelumpuhan pada kaki, yang dapat menghalangi pergerakan individu (Taruk Allo, 2022).

Sebuah penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 oleh hubungan kemitraan Australia-Indonesia dalam bidang Tata Kelola Ekonomi menemukan bahwa ada setidaknya 10 juta individu dengan disabilitas di Indonesia, yang merupakan 4,3% dari jumlah penduduk secara keseluruhan. Penelitian ini juga mengungkapkan

bahwa 76% dari penyebab disabilitas di Indonesia berasal dari penyakit atau cedera yang seharusnya bisa dihindari (Apsari & Jatnika, 2017).

G. Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

H. Metode Penelitian

3. Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah proses di mana informasi dikumpulkan dalam bentuk, dokumen, teks, observasi, atau gambar (Tuhepaly, 2022). Metode ini memanfaatkan alat penelitian yang beragam dibandingkan dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai alat dalam mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk studi. Dengan demikian, peneliti menjadi instrumen utama dalam penelitian. Ini menunjukkan bahwa pengetahuan baru pada akhirnya sangat bergantung pada kemampuan peneliti itu sendiri. Data diperoleh dari penelitian akan beradaptasi sesuai dengan kondisi yang ada di lapangan. Oleh karena itu, semua informasi yang didapat bersifat tidak tetap. Data itu berubah sejalan dengan penemuan yang dilakukan oleh peneliti (Waruwu, 2023).

Pemilihan metode ini berdasar pada cara pengumpulan informasi melalui wawancara yang mendalam, observasi, dan pengumpulan dokumen. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Center for GEDSI dalam menjalin kemitraan strategis dengan para pemangku kepentingan.

4. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Moleong menyatakan, bahwa individu yang terlibat dalam suatu penelitian dianggap sebagai subjek penelitian karena mereka dimanfaatkan untuk mengumpulkan data mengenai situasi dan kondisi dalam penelitian tersebut (Moleong, 2010). Subjek penelitian berperan sebagai sumber informasi terkait dengan fokus penelitian. Dalam hal ini, subjek penelitian adalah Ibu Erin Gayatri, M.A. yang menjabat sebagai Direktur Center for GEDSI. Selanjutnya, subjek penelitian lainnya adalah Ibu Dr. Wiwin Siti Aminah Rohmawati, M.Ag selaku *Senior Advisor of Center for GEDSI* yang sebelumnya pernah menjabat sebagai direktur pertama sejak pusat studi ini didirikan.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian mencakup semua hal yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini (Sugiyono, 2021). Ini merupakan bagian penting dari suatu kajian. Objek penelitian yang akan dibahas secara mendalam di sini adalah komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Center for GEDSI dalam membangun kemitraan dengan berbagai pihak.

5. Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer terdiri dari informasi yang didapat secara langsung dari sumber utama, yang menjadi inti utama dari sebuah

penelitian. Dalam penelitian ini, narasumber yang menjadi sumber data primer adalah Ibu Erin Gayatri, M.A. selaku Direktur di Center for GEDSI dan juga Dr. Wiwin Siti Aminah Rohmawati, M.Ag. yang menjabat sebagai penasihat senior di lembaga yang sama.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang diakuisisi oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Pengumpulan data ini dilakukan melalui analisis dokumen, arsip, atau catatan lain yang berkaitan dengan subjek penelitian. Dokumen yang relevan seperti latar belakang Center for GEDSI, visi dan misi pusat studi, struktur organisasi, serta foto dokumentasi yang dikumpulkan dari berbagai media seperti web, jurnal, buku, platform media sosial, dan sumber data yang dapat dipercaya lainnya.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dipakai oleh peneliti untuk mendapatkan data atau informasi dalam suatu penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih pendekatan kualitatif, oleh karena itu, data yang dihimpun harus mendalam, jelas, dan spesifik. Lebih lanjut dijelaskan oleh (Sugiyono, 2021) bahwa data dapat dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi, serta triangulasi. Dalam penelitian ini peneliti mengimplementasikan teknik

pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen (Sugiyono, 2021).

Partisipan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang memiliki pengetahuan penting terkait fokus yang sedang diteliti. Ini termasuk mereka yang terlibat langsung dengan masalah yang ada dan bersedia untuk ikut serta dalam proses wawancara atau pengambilan data untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. Dalam menentukan partisipan, peneliti memilih individu yang memiliki kredibilitas dan banyak informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, partisipan merupakan perwakilan dari Center for GEDSI yaitu Ibu Erin Gayatri, M.A. selaku Direktur dan Dr. Wiwin Siti Aminah Rohmawati, M.Ag. selaku *Senior Advisor of* Center for GEDSI.

a. Wawancara

Wawancara dibedakan menjadi 3 kelompok yaitu, terstruktur, semi terstruktur, dan mendalam. Pada penelitian ini peneliti memilih jenis wawancara mendalam untuk mendapatkan data yang kompleks, terutama terkait pandangan, sikap, dan pengalaman pribadi (Basuki, 2006). Tipe wawancara yang dilakukan peneliti adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur memiliki fokus yang jelas, dilakukan dengan cara terbuka dan menyeluruh terkait fokus penelitian. Meskipun demikian, tingkat kebebasan ini harus tetap kondisional pada fokus

utama yang kan diulas dengan narasumber, yang telah disusun sebelumnya oleh peneliti sebelum wawancara.

Sebelum melangsungkan wawancara, peneliti menyiapkan serangkaian pertanyaan sebagai arahan. Narasumber dalam penelitian ini adalah Ibu Erin Gayatri, M.A. yang menjabat Direktur Center for GEDSI, serta Dr. Wiwin Siti Aminah Rohmawati, M.Ag. yang memegang posisi sebagai *Senior Advisor* Center for GEDSI.

b. Observasi

Terdapat tiga jenis observasi yang sering diterapkan dapalam penelitian kualitatif, yaitu observasi partisipan, observasi yang tidak terstruktur, dan observasi kelompok (Bungin, 2007). Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan observasi partisipan yang melibatkan peneliti menyaksikan objek dari penelitian.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik untuk menelusuri data historis. Data yang tersedia sebagian besar berupa surat, catatan harian, memorabilia, dan laporan. Ada dua film dokumenter yang digunakan peneliti (Bungin, 2007).

1) Dokumentasi Pribadi: Catatan tertulis tentang tindakan, pengalaman, dan keyakinan seseorang. Sehingga dalam penelitian ini, dokumen pribadi diperoleh peneliti saat melakukan penelitian.

- 2) Dokumentasi Resmi: Dokumen yang dikeluarkan oleh otoritas atau lembaga publik. Dokumen resmi yang digunakan peneliti antara lain jurnal akademik, artikel, dan buku yang didapatkan peneliti dari sumber resmi dan kredibel.

7. Metode Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif. Miles & Huberman menjelaskan bahwa analisis data kualitatif merupakan proses yang berlangsung secara interaktif dan terus-menerus hingga data mencapai titik memadai. (Miles, Huberman, & Saldana, 2014). Teknik analisis data dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses merangkum, memilih poin-poin utama, memfokuskan pada poin-poin inti, dan mencari pola serta tema yang muncul. Proses ini membantu peneliti untuk menemukan informasi dan dapat menyajikan gambaran yang lebih relevan dari data (Rustanto, 2015). Setelah peneliti memperoleh data yang diperlukan, langkah selanjutnya adalah menganalisis dan memilih data melalui proses yang disebut reduksi data. Proses ini melibatkan meringkas, memilih, dan mengelompokkan poin-poin yang paling krusial, fokus kepada aspek tersebut, dan mencari pola serta tema.

b. Tampilan data (penyajian data)

Setelah data direduksi, tahap berikutnya adalah menyusun data dalam bentuk narasi deskriptif. Proses ini melibatkan penyampaian data dalam bentuk uraian naratif berdasarkan kategori dan fokus penelitian. Penyampaian data ini dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam memahami keterkaitan antartemuan serta melihat pola strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Center for GEDSI dalam membangun kemitraan strategis.

c. Kesimpulan atau verifikasi (kesimpulan atau verifikasi)

Kesimpulan pada penelitian kualitatif sesuai dengan penemuan baru dan unik. Ini memberikan penjelasan yang mendetail mengenai hal-hal yang sebelumnya tidak ada (Sugiyono, 2021). Pada tahap ini, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah diproses lewat reduksi dan analisis data.

8. Keabsahan Data

Dalam bidang komunikasi, validitas merujuk pada sejauh mana data yang didapatkan dengan tepat merepresentasikan kenyataan atau fenomena yang sedang diteliti. Untuk menjamin keberhasilan validitas data, peneliti menerapkan metode uji validitas dengan metode triangulasi. Triangulasi merupakan metode validasi yang melibatkan penggunaan sumber atau alat luar untuk melakukan pengecekan (Moleong, 2010).

Penulis menerapkan triangulasi sebagai teknik keabsahan data. Keabsahan data bertujuan untuk memastikan keakuratan data yang disajikan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi triangulasi sumber guna menjamin validitas data. Peneliti melakukan triangulasi sumber data dengan menelaah informasi dari sumber lain, termasuk membandingkan hasil observasi dengan data yang diperoleh dari wawancara yang mendalam. Triangulasi sumber merupakan metode verifikasi data yang mengumpulkan informasi dari berbagai sumber yang ada untuk menyelidiki dan membuktikan kebenaran informasi tertentu. Dengan cara ini, membuka peluang untuk melihat dari berbagai sudut pandang terkait fenomena yang sedang dianalisis serta menegaskan kebenaran informasi atau data yang diperoleh dengan mengambilnya dari berbagai sumber (Nugrahani, 2014). Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara sebagai cara untuk memvalidasi dengan sumber lain, yaitu dengan pihak yang telah bekerja sama atau berkolaborasi dengan Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion (GEDSI), yaitu Arif Prasetyo, S.Sos, M.Pd. selaku ketua Brailleiant Indonesia.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi persuasif Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion (GEDSI) dalam membangun kemitraan strategis, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang dilakukan Center for GEDSI tidak berlangsung sebagai komunikasi biasa atau sekadar interaksi interpersonal antarindividu. Komunikasi ditempatkan sebagai bagian dari proses strategis dalam mencapai tujuan kelembagaan, yaitu membangun dan mengembangkan kemitraan dengan berbagai pihak yang memiliki relevansi dengan isu *gender equality*, *disability*, dan *social inclusion*. Hal tersebut terlihat dari adanya proses yang dilakukan secara bertahap, mulai dari mengenali kebutuhan dan keterbatasan internal, memetakan calon mitra, menyesuaikan pendekatan komunikasi, menyusun pesan, menyampaikan nilai dan relevansi kolaborasi, membangun kepercayaan, hingga memperhatikan keberlanjutan hubungan.

Strategi komunikasi persuasif Center for GEDSI dapat dipahami melalui tiga strategi persuasi DeFleur dan Ball-Rokeach, yaitu strategi psikodinamika, strategi sosiokultural, dan strategi *the meaning construction*. Ketiga strategi tersebut tidak diterapkan secara terpisah, tetapi saling berhubungan dalam proses pembangunan kemitraan.

Pertama, pendekatan psikodinamika terlihat melalui usaha Center for GEDSI dalam menciptakan kepercayaan, keterikatan, kenyamanan, dan interaksi personal dengan calon mitra. Metode ini menunjukkan bahwa Center for GEDSI tidak sekadar mengedepankan substansi pesan kerja sama, melainkan juga memikirkan bagaimana pesan tersebut diterima secara psikologis oleh audiens yang dituju. Penerapan pendekatan yang bersifat personal, pemilihan individu untuk berkomunikasi, sikap yang disesuaikan dengan keadaan mitra, dan usaha untuk menjaga kepercayaan menjadi elemen penting dalam proses persuasif tersebut. Oleh karena itu, elemen psikologis dimanfaatkan untuk mendorong calon mitra menerima ide dan tujuan kolaborasi.

Selanjutnya, strategi sosiokultural terlihat dari kemampuan Center for GEDSI dalam menafsirkan karakter, latar belakang, budaya, struktur organisasi, posisi, kebutuhan, serta nilai-nilai inti dari calon mitra. Center for GEDSI tidak menerapkan satu bentuk komunikasi yang seragam untuk semua pihak, tetapi menyesuaikan pendekatan berdasarkan siapa mitranya dan konteks kerja sama yang akan dijalin. Pemahaman tentang calon mitra diperoleh sebelum komunikasi dilakukan melalui pengumpulan informasi mengenai profil lembaga, program, individu kunci, pengalaman kolaborasi, serta nilai-nilai yang dianut. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial dan budaya dari calon mitra menjadi faktor penting dalam menentukan cara berkomunikasi yang dipilih.

Selanjutnya, strategi *the meaning conscruction* terlihat dari usaha Center for GEDSI dalam membangun pemahaman tertentu mengenai identitas, isu, nilai, kapasitas, dan relevansi keberadaan lembaga bagi calon mitra. Center for GEDSI tidak hanya memberikan informasi tentang program, tetapi juga berusaha membangun pemahaman bahwa isu GEDSI adalah isu yang penting untuk dikolaborasikan dan memiliki kepentingan bersama. Penyampaian visi, pengalaman program, dampak kegiatan, publikasi melalui media sosial, serta penyusunan pesan sebelum komunikasi dilakukan menjadi bagian dari proses tersebut. Dengan cara ini, Center for GEDSI berupaya membentuk pemahaman calon mitra mengenai siapa GEDSI, apa yang diperjuangkan, serta mengapa kolaborasi dengan GEDSI memiliki relevansi.

Dengan demikian, ketiga strategi tersebut memperlihatkan bahwa strategi komunikasi persuasif Center for GEDSI bukan sekadar aktivitas menyampaikan pesan kepada calon mitra. Terdapat proses perencanaan, pemilihan sasaran, pemilihan pendekatan, pengelolaan pesan, pembentukan persepsi, pembangunan kepercayaan, dan pengelolaan hubungan yang diarahkan pada tercapainya tujuan kemitraan. Komunikasi menjadi instrumen strategis karena setiap tahapan memiliki tujuan dan pertimbangan tertentu. Bahkan sebelum komunikasi dilakukan, Center for GEDSI terlebih dahulu mempertimbangkan kebutuhan organisasi dan kesesuaian calon mitra; ketika komunikasi berlangsung, pendekatan dan pesan disesuaikan;

sedangkan setelah kolaborasi berlangsung, hubungan tetap menjadi bagian yang perlu dikelola.

Namun, penelitian ini mengungkap bahwa pendekatan pembangunan kemitraan Center for GEDSI masih memerlukan peningkatan dalam hal pemeliharaan hubungan setelah kolaborasi berakhir. Meskipun komunikasi awal telah dibangun secara efektif, penentuan mitra, penyesuaian pendekatan, dan pembentukan kepercayaan telah dilakukan dengan baik, terdapat pandangan dari luar bahwa sejumlah kerja sama masih terhenti pada fase tertentu dan belum sepenuhnya berlanjut menjadi program yang berjangka panjang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi tidak hanya bergantung pada kemampuan dalam menarik mitra, tetapi juga pada kemampuan untuk menjaga komunikasi dan mengembangkan hubungan menuju kemitraan yang berkelanjutan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Center for GEDSI telah menjalankan strategi komunikasi persuasif dalam menjalin kemitraan strategis lewat kombinasi elemen psikologis, sosiokultural, dan pemahaman makna. Kekuatan dari strategi ini terletak pada kemampuannya untuk mengintegrasikan perencanaan komunikasi dengan pengertian tentang mitra serta pengelolaan hubungan. Di sisi lain, aspek keberlanjutan hubungan setelah program berakhir merupakan area yang masih memerlukan perhatian lebih agar strategi komunikasi yang berhasil dalam membangun

kemitraan pada tahap awal dapat berkembang menjadi hubungan kemitraan strategis yang lebih berkelanjutan.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Berdasarkan penelitian di atas, penelitian ini memberikan implikasi teoritis proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pusat studi sebagai usaha membangun kemitraan strategis dengan pihak stakeholder.

2. Implikasi Praktis

Penelitian ini memberikan pemahaman kepada pembaca mengenai proses dan manfaat komunikasi persuasif dalam membangun kemitraan strategis terutama di ranah institusi pendidikan dan lembaga inklusif.

3. Implikasi Metodologis

Melalui penelitian deskriptif kualitatif dengan metodologi wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka mengenai proses komunikasi persuasif sebagai strategi suatu organisasi/lembaga dalam pembangunan kemitraan strategis dengan berbagai pihak.

C. Saran

1. Untuk Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion (GEDSI)

Saran untuk Center for Gender Equality, Disability, and Social Inclusion (GEDSI) dalam membangun dan mempertahankan kemitraan

atau kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan, yaitu dengan meningkatkan strategi komunikasi persuasif yang lebih tersusun dan terencana demi mendapatkan dukungan serta komitmen yang berkelanjutan dari berbagai mitra. Selain itu, perluasan jaringan mitra sangat krusial untuk pelaksanaan program yang efektif dan efisien

Center for GEDSI diharapkan terus menjaga komunikasi yang berkelanjutan dengan mitra melalui koordinasi, evaluasi, serta forum diskusi yang dilakukan secara berkala. Hubungan antar lembaga yang terpelihara dengan baik akan meningkatkan komitmen dari antar pihak dan membuka peluang untuk kerja sama baru di masa yang akan datang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi berbagai strategi komunikasi persuasif yang dapat digunakan dalam proses pengembangan kemitraan, dengan memanfaatkan berbagai macam fokus penelitian atau studi untuk memahami lebih dalam dan luas bagaimana strategi komunikasi persuasif diimplementasikan dalam berbagai lembaga atau organisasi.
- b. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk mengaplikasikan berbagai pendekatan atau teori komunikasi sebagai perbandingan, hal ini bertujuan untuk memperkaya wawasan mereka saat menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh suatu institusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriana, K., & Rozi, F. (2022). *Panduan: Pengarusutamaan Kesetaraan Gender, Disabilitas, dan Inklusi Sosial (GEDSI) serta Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual (PPKS) di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Vokasi*.
- Apsari, N. C., & Jatnika, D. C. (2017). Pekerjaan Sosial Dan Orang Dengan Disabilitas. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 6(1), 1–7.
- (BPS), B. P. S. (2024). *Potret Penyandang Disabilitas di Indonesia Hasil Long Form Sensus Penduduk 2020*. 11(1).
- Haslita, R., Samin, R., Kurnianingsih, F., Okparizan, O., Subiyakto, R., Elyta, R., Anggraini, R., Muhazinar, M., & Ardiansya, A. (2021). Implementasi Kebijakan pada Kesetaraan Gender dalam Bidang Pendidikan. *Takzim : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 81–86.
<https://doi.org/10.31629/takzimjpm.v1i1.3845>
- Kristanto, K., Mentari, T., & Jalianery, J. (2025). *Urgensi Kerjasama Satuan Tugas Pencegahan Dan Penanganan Kekerasan Seksual Universitas Palangka Raya Dan Institusi Eksternal Dalam Penanganan Kasus*. 3(1), 85–106.
- Perspective, G. (2023). *JPIS (Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial) Community-Based Social Capital : The Key to Inclusive Political Initiatives from Gender Equality , Disability , And Social Inclusion*. 32(2), 165–182.
- Qur'an.com. (n.d.). *Al-Qur'an*.
- Rif, M., & Ratna, J. (2023). *KHAZANAH MULTIDISIPLIN VOL 4 NO 2 2023 Membangun Sinergi : Menelisik Strategi Komunikasi Dalam Kemitraan Bogasari-UMKM Kuliner 134 Universitas Padjadjaran 2 UIN Sunan Gunung Djati Bandung KHAZANAH MULTIDISIPLIN Upaya perusahaan seperti Bogasari dalam mela*. 4(2), 372–396.
- Riswari, F., Puspitasari, F. H., Yuniarti, N., Iswahyudi, S. R., Sunandar, A., Ediyanto, E., & Junaidi, A. R. (2022). The Management Gaps toward Inclusive Education Implementation at Higher Education in Indonesia. *IJDS Indonesian Journal of Disability Studies*, 9(01), 153–162.
<https://doi.org/10.21776/ub.ijds.2022.009.01.12>
- Rokhmah, I., Warsiti, Dahniar, & Hasnah, A. (2024). Pemahaman Isu Gender, Disabilitas Dan Sosial Inklusi (GEDSI): Studi Kasus Di Universitas „Aisyiyah Yogyakarta Dan Universitas Muhammadiyah Makassar. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 13052–13065.
<https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/14206>

Taruk Allo, E. A. (2022). Penyandang Disabilitas di Indonesia. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9, 127–142.

Yasin, M., & Mulawarman, U. (2024). *Analisis Strategi Komunikasi Satuan Intelijen Keamanan Polres Kutai Kartanegara Dalam Membangun Kemitraan Dengan Masyarakat Kecamatan Tenggarong*. 5(1), 43–50.

