

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING**

Ari Prabowo

20010530212

Komunikasi Persuasif Pekerja Seks Komersil Di Kawasan Prostitusi Pasar

Kembang Yogyakarta Dalam Mencari Pengguna Jasanya

Tahun Skripsi : 2008. xiii + 116 hal + 6 tabel + 60 lampiran

Daftar Pustaka : 17 buku (1977 – 2005) + 4 Web-Site

ABSTRAKSI

Pelacuran merupakan profesi tertua di dunia sejak adanya hukum perkawinan dan hingga kini pelacuran tetap ada. Seperti halnya tempat pelacuran di Yogyakarta yang bernama pasar kembang yang mana tempat pelacuran atau lokalisasi tersebut telah ada sejak pembangunan jalur kereta api dan Stasiun Tugu pada tahun 1884.

Karena banyaknya PSK yang terdapat dipasar kembang menjadikan adanya persaingan diantara PSK itu sendiri dalam mencari pengguna jasanya sehingga mempunyai komunikasi persuasif yang berbeda-beda. komunikasi persuasif yang dilakukan PSK sangat terlihat perbedaannya bila dilihat dari usia. Perumusan masalah yang diambil antara lain: bagaimanakah komunikasi persuasif yang dilakukan PSK, mengapa PSK menggunakan bentuk-bentuk komunikasi persuasif tertentu pada calon pengguna jasanya dan tanggapan para pengguna jasa terhadap komunikasi persuasif yang dilakukan PSK.

Penelitian ini merupakan penelitian studi deskriptif yang bertujuan untuk memahami, mengidentifikasi komunikasi persuasif yang digunakan PSK, Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Tehnik pengambilan informan digunakan *Purposive sample* atau sampel bertujuan yang mana dalam pemilihan sampel dibedakan melalui usia PSK. Untuk analisa data menggunakan pengelolaan data kualitatif dan untuk memeriksa keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber data yaitu penggunaan teknik yang sama pada sumber yang berbeda antara lain: wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka.

Komunikasi persuasif yang dilakukan PSK mempunyai pengaruh besar dalam mencari pengguna jasanya, dalam persuasinya mereka mempunyai perbedaan menurut usia masing-masing. PSK berusia muda lebih dominan memakai non verbal, PSK berusia setengah baya menggunakan komunikasi campuran antara verbal dan non verbal sedangkan PSK yang berusia tua lebih agresif dalam persuasinya baik itu verbal dan non verbal. Tanggapan para pengguna jasa PSK lebih menyukai PSK yang berusia setengah baya dan tua bila dari sudut sikap, sedangkan bila dari penampilan para pengguna jasa PSK lebih menyukai PSK yang berusia muda. Selain penampilan dan komunikasi verbal, Sikap yang ramah dan bersahabat merupakan titik penentu dari persuasi yang dilakukan PSK dalam mencari pengguna jasanya.