

## **BAB III**

### **SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Sajian Data**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan melalui wawancara dan observasi maka dalam bab tiga ini akan dibahas mengenai cara tau proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh “ayam kampus” untuk menarik perhatian hidung belang atau bisa disebut dengan pelanggannya. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh “ayam kampus” ini bisa berupa komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal, walaupun komunikasi yang dilakukan oleh setiap “ayam kampus” caranya berbeda-beda karena tidak ada aturan khususnya, namun komunikasi yang dilakukan dengan tujuan yang sama yaitu untuk menarik perhatian pelanggannya agar tertarik kepada “ayam kampus” tersebut lalu menuruti apa yang dikehendaki oleh si pelaku atau “ayam kampus”.

Komunikasi persuasif antara “ayam kampus” dengan lelaki hidung belang tentu proses komunikasi lebih bersifat komunikasi antar pribadi. Komunikasi persuasif tentu dilakukan secara verbal maupun non verbal yaitu dengan memperlihatkan simbol-simbol atau tanda-tanda nonverbal tertentu dilanjutkan dengan komunikasi verbal dengan tetap menyertakan bahasa nonverbal. Komunikasi verbal adalah pernyataan lisan antar manusia lewat kata-kata dan simbol umum yang sudah disepakati antar individu, kelompok, bangsa, dan negara, sedangkan Komunikasi nonverbal merupakan komunikasi tanpa menggunakan kata-kata. Komunikasi nonverbal dapat mengekspresikan perasaannya melalui ekspresi wajah atau gerakan isyarat.

## **1. Komunikasi verbal yang digunakan oleh “ayam kampus” untuk menarik perhatian lelaki hidung belang**

Komunikasi verbal (*verbal communication*) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (*written*) atau lisan (*oral*). Komunikasi verbal memberikan pengaruh yang penting dalam proses komunikasi karena lebih mudah untuk dipahami

### **a. NR**

NR adalah seorang mahasiswi disalah satu perguruan tinggi swasta yang ada di Yogyakarta. Wanita berusia 24 tahun ini menggeluti profesi sebagai “ayam kampus” memang sudah cukup lama. Alasannya menjadi “ayam kampus” adalah karena ia tidak dicukupi oleh orang tua dan karena ia pernah dihamili oleh kakak iparnya, kejadian itu menimbulkan Ia dijauhi oleh keluarga dan sepertinya menimbulkan trauma tersendiri. Tanggungjawab kepada keluarganya dan tanggung jawab untuk membiayai kehidupan dan adik-adiknya agaknya menjadi salah satu faktor pendorong yang kuat untuk menjadi seorang “ayam kampus”.

Pada awalnya ia ikut dengan mucikari dengan menjadi seorang *Ladies Club* di salah satu tempat karaoke di Yogyakarta, namun saat setelah ia mendapatkan pelanggan dan mengerti bagaimana caranya untuk menggoda lelaki atau tamu maka dari itu Ia memutuskan untuk berjalan secara individu. Karena saat ini Ia berjalan secara individu

maka ia mendapatkan tamu melalui beberapa cara, bisa dari tamu lama, atau mendapatkan tamu baru. NR pun memiliki cara komunikasi verbal untuk menarik perhatian lelaki hidung belang.

Peneliti mendapatkan kesempatan untuk melakukan observasi langsung disalah satu *coffee shop* yang ada di salah satu *mall* besar di Yogyakarta. Pada awalnya tidak ada yang mencurigakan dari gerak gerik NR, karena sikapnya memang biasa saja dan tidak menandakan bahwa Ia adalah seorang “ayam kampus”, mungkin cara ini yang menjadikan “ayam kampus” tidak dapat dibedakan karena pembawaannyapun tidak menunjukkan bahwa Ia sedang melakukan prostitusi terselubung. Pada saat itu kami masuk ke salah satu *Coffee Shop* yang ada di *Mall* di Yogyakarta, kamipun memilih tempat yang nyaman dan strategis. Yang dimaksud nyaman dan strategis adalah bisa melihat ke seluruh penjuru *Cafe*. Pada akhirnya kami memilih salah satu meja, NR memilih tempat ini dikarenakan menurutnya tempat ini memudahkan dirinya untuk mencari mangsa. Tidak membutuhkan waktu yang lama untuk NR mendapatkan tamu, karena dia mengatakan bahwa dia menggunakan pengasihannya yang bertujuan agar banyak orang yang tertarik kepadanya, mungkin karena itu juga yang menyebabkan seorang laki-laki berkaos biru tertarik kepadanya dan memberikan kode-kode bahwa Ia memang tertarik dalam jangka waktu kami duduk sekitar 20 menit. Dalam kesempatan ini lah NR mulai beraksi.

Dalam mencari lelaki hidung belang, komunikasi yang dilakukan oleh NR dengan 2 cara, yaitu komunikasi secara verbal dan komunikasi secara nonverbal. Pada sub bab ini akan dibahas komunikasi secara verbal terlebih dahulu. Komunikasi verbal yang dilakukan oleh NR pada saat observasi dilakukan setelah NR melakukan komunikasi nonverbal untuk menarik perhatian lelaki hidung belangnya. Setelah lelaki tersebut menghampiri NR, maka ia langsung menyapa dengan sapaan yang manja.

“ hai mas... kenalin nama ku NR, nama mas siapa? oh iya, mas ke sini sama siapa? kalo sendirian gabung dong sama kita buat nambah temen ngobrol kayanya asiikkk nih. Gimana mas? ”

Ternyata rezeki pada hari itu memihak kepada NR, lelaki itu di cafe sendirian dan tidak menolak ajakan NR untuk bergabung dengan kami.

“Cowo seganteng mas kok nongkrong di mall sendirian, emang pacarnya ke mana ? nggak mungkin dong cowo udah ganteng, *cool*, kaya gini nganggur. Kan sayang banget... tapi kalo memang lagi *free* sih mending aku temenin pasti ggak nolak kaan “

Perlahan NR mulai merayu lelaki yang menggunakan kaos biru tersebut, dan mulai menawarkan diri untuk mau menemani lelaki tersebut, lelaki itupun seolah mengiyakan tawaran yang diberikan oleh NR

“aku siap kok nemenin mas ke mana aja, kebetulan kawan ku ini dia lagi nunggu temennya juga jadi habis ini kita misah deh kan *kasian* aku juga kalo nggak ada mas, aku pasti sendirian terus kesepian *deh*. Untung mas mau nemenin aku. Makasih ya mas...”

Di sini ternyata NR bermain peran atau bersandiwara agar Ia memiliki waktu yang lebih banyak dan tentunya ada hal-hal yang lebih “intim” yang sekiranya tidak boleh dilihat oleh peneliti, namun sebelumnya antara peneliti dengan NR sudah melakukan kesepakatan bahwa kami akan bertemu kembali atau berhubungan via telepon untuk mengetahui kelanjutannya. NR tidak membutuhkan waktu yang lama untuk bisa akrab dengan lelaki hidung belangnya, seperti yang diucapkannya “kalo kerja *macem* gini pemalu nggak bakalan dapet job *dong*”.

Setelah itu peneliti pun berpura-pura untuk meninggalkan lokasi terlebih dahulu untuk memberikan kesempatan kepada mereka lebih lanjut.

*(Observasi dilakukan pada tanggal 7 Januari 2017)*

Sebenarnya NR tidak terlalu cantik, namun karena pengasihannya dan sudah terbiasa untuk merayu laki-laki maka itu adalah hal yang sudah biasa baginya. NR mengakui bahwa pengasihannya yang dimilikinya memiliki peran yang besar dalam ia menarik laki-laki.

Aduuuuh beb jaman sekarang nggak munafik lah ya siapapun juga *pake magic* kalo kerja kaya aku mah, apalagi pas jaman jadi LC hampir semua juga pakekkk. Kalo nggak pakek mana ada yang mau milih otomatis kalah lah sama yang magisnya kuat. Trus karena udah jadi kebiasaan aja sih makanya belom aku lepas pengasihannya  
*(hasil wawancara dengan NR tanggal 10 Januari 2017).*

Pengasihian adalah cabang dari ilmu spiritual yang memiliki tujuan untuk menumbuhkan rasa cinta kasih di hati orang lain yang dituju. Dan NR menggunakan ini agar lawan jenis mudah tertarik kepadanya. Setelah mereka pergi dari lokasi observasi, mereka tidak langsung menuju ke hotel, namun NR meminta untuk makan terlebih dahulu sambil melakukan perkenalan lebih jauh. Dalam perkenalan tersebut NR bersikap manja selayaknya dengan pasangan seusianya yang sedang memadu kasih. Ternyata setelah observasi NR tidak langsung pergi ke hotel, mereka melakukan pendekatan terlebih dahulu.

“ Maaas..makasih ya udah mau nurutin apa mauku, nurutin kemana aja aku mau, nurutin apa aja yang mau aku makan juga. Buat ku mas istimewa banget. Aku nggak mau jauh-jauh dari mas. Kita lanjut yuk mas mau nggak aku temenin mas kemanaaa aja mas mau. Kan mas udah anterin aku. Beneran deh aku mau aja diajak mas kemanapun, tapi kalo kita sampe.....mas tau kan tarifnya? ”

Menurutnya dalam pendekatan ini adalah *moment* yang penting juga apakah nantinya hubungan mereka akan tetap berjalan ataukah hanya dalam sekali kencan saja. NR memperlakukan targetnya ini tidak pandang umur, tetapi Ia berusaha terlihat tulus di depan targetnya tersebut. Kalimat-kalimat manja yang menjadi andalannya memang terkesan menggelikan namun menurut penuturannya bahwa setiap “ayam kampus” pasti melakukan itu, mengucapkan kalimat-kalimat manja dan memperlakukan targetnya seolah muda kembali.

(Hasil wawancara dengan NR pada tanggal 10 Januari 2017).

Dikarenakan NR sudah menjalani profesi ini selama 4 tahun maka dari itu NR sudah bisa dikatakan handal, walaupun dalam waktu 4 tahun ini tidak selamanya ia berjalan secara individu. Namun dengan ukuran waktu selama 4 tahun ini tentu NR memiliki jurus-jurus tertentu. Berikut petikannya:

Kadang ya beb kalo aku lagi nggak ngejob dan lagi pingin kerja, aku hubungin tuh mantan tamu ku dulu kan aku ada kontak-kontaknya. Ya aku sih cuma bikin satu pertanyaan aja “sayang gimana kabar?”, tapi semua kontak aku gituin hahahaha...nanti kalo ada yang respon aku ajak ketemuan atau makan deh kalo nggak aku ajak ketemuan dengan alasan kangen aja deh. “Maas... aku kangen tau, ketemu yukkk” Kalo memang berkelanjutan biasanya aku janjiin di mall atau karaokean nanti baru makan, gitu aja terus padahal sih tujuan ku ketemu supaya dapet uangnya aja hahahaha.

*(hasil wawancara dengan NR pada 14 Januari 2017).*

Setelah memutuskan tempat untuk bertemu, misalkan saja di karaoke jika sudah bertemu awalnya NR hanya melontarkan kalimat sapaan saja.

“hallo sayangkuuu makin ganteng aja ihhh lama nggak ketemu yaa. Oh iya mau pesen makan apa sebelum nyanyi dong yaa pasti suaranya makin bagus aja hihihiiii.... Mas mau dipilih lagu apa sayang aku masih inget loh lagu favorite kamu nyanyi lagu itu kita duet yaa. Uuuuh kangen banget mas sama kamu”.

*(hasil wawancara dengan NR pada tanggal 14 Januari 2017).*

Setelah pertemuan di karaoke berlangsung justru NR yang menawarkan dirinya kepada tamu tersebut.

“Sayang habis ini mau kemana? mau pulang atau mau lanjut? aku masih kangen banget loh sayang sama kamu. Kan belom tentu besok ketemu lagi. Aku tu maunya deket-deket terus sama kamu. Lanjut yuk mas ? emang mas nggak pingin meluk aku gitu kata dulu? Hihihiiii “

*(hasil wawancara dengan NR pada tanggal 14 Januari 2017).*

Maksud NR dengan kata ‘lanjut’ adalah melanjutkan kencan di hotel dengannya. Karena itu adalah lelaki stok lama maka ia sudah paham dengan tarif dari NR.

Menurut penuturan NR, dia terkadang memanfaatkan aplikasi *chatting Bee Talk*. Namun dalam penggunaannya juga ia melakukannya dengan sangat hati-hati karena jika tidak itu bisa membahayakan dirinya sebagai “ayam kampus” karena kembali lagi ke dalam salah satu keunikan ayam kampus yaitu keberadaannya yang terselubung dan identitasnya yang sulit untuk dikenali.

Kalo pas di *Bee Talk* aku biasanya *upload* foto yang seksi dan mengundang lelaki untuk *chat* aku duluan, tapi di sini aku juga hati-hati beb soalnya takut itu jebakan aja. Tapi aku paham kok mana *chat* dari orang yang asli dan mana yang enggak. *Chat* awalnya biasa aja, paling “hai mba..” trus aku jawab akrab “hallo juga mas”, habis itu aku ajak kencan dulu beb tapi arahnya belum ke seks yaa..” mas nanti malem sibuk nggak, nonton yukk. Aku pingin nonton tapi nggak ada temen. Kalo ditemenin mas pasti lebih seru” dan kalo diajak gitu jarang banget yang nolak beb. Terus di *Bee talk* kan ada pencarian berdasarkan lokasi, disitu nanti keluar foto-fotonya, terus kalo yang bau-bau uang aku *add* deh nanti kan dia kepancing sendiri. Terus nanti kalo udah dapet target jurus-jurusnya sama aja kok sama tamu-tamu yang lainnya.

*(hasil wawancara dengan NR pada tanggal 3 februari 2017).*

Pelanggan NR yang memiliki inisial YN adalah seorang wiraswasta. Ia pertama kali bertemu dengan NR di salah satu karaoke di Yogyakarta saat NR bekerja sebagai *Ladies Club*. YN kenal NR sudah lama dan menjadi pelanggan tetap NR.

Menurut ku NR itu orangnya “ngodor”, awalnya kita kenal juga di karaoke jadi dia bekerja secara profesional aja sih... di dalam *room* itu kita nyanyi, *have fun*, aku kira NR bukan cewe *bookingan*, kan belum tentu orang yang kerja di dunia malem itu orang yang bisa “dipakai”. Tapi aku kaget seketika dia mulai berani mengelus-elus tanganku trus bilang gini “mas, kapan kita bisa ketemu lagi? Minta kontak teleponnya doong jadi kalo aku kangen atau mas mau ditemenin *job* tinggal *calling* aku aja”. Aku laki-laki demen juga ya akhirnya aku kasih. Setelah malam itu kita mulai sering *chatting* dan kencan sampai pada akhirnya aku tau tarif NR itu.... NR sama aku telaten, pagi siang sore dia telepon walau Cuma tanya “lagi ngapain? Lagi dimana?”, itu aja sih... Cuma aku akuin kalo NR itu orangya telaten.  
(hasil wawancara dengn YN pada tanggal 3 Mei 2017).

#### b. CY

Beda “ayam kampus” maka akan berbeda pula ceritanya, CY gadis kelahiran Bandung yang kini berusia 22 tahun ini sudah menetap di kota Yogyakarta selama 3 tahun, namun Ia menjalani profesi ini setahun setelah Ia menetap di Yogyakarta. Motivasinya menjadi “ayam kampus” adalah hanya untuk menambah uang jajan dan untuk memenuhi gaya hidupnya yang *glamour* saja. Gadis yang memiliki darah sunda ini memang diakui sebagai seorang gadis yang cantik dan ramah dan mudah bergaul. Mungkin faktor ini yang menjadikan CY sebagai “ayam kampus” yang tergolong mahal, bahkan paling mahal di antara ketiga responden. Tempat yang biasa dijadikan tempat untuk mencari tamu biasanya di *bar*, *mall*, bandara, atau *lobby* hotel.

Aku paling seneng tuh nyari target di bandara atau *lobby* hotel say, kalo enggak di tempat-tempat *high class* deh. Ya tau sendiri lah di mana kita berada disitu juga harga kita dibawa. Kalo aku nongkrongnya di tempat-tempat *high class* pasti yang nawar

juga pasti orang-orang yang tajir juga lah.. udah gayanya mahal trus nongkrongnya di tempat mahal pula uuuuuuhhhh mantep kan tawarannya hahahahahahah.....

*(hasil wawancara dengan CY tanggal 31 Januari 2017).*

CY memilih lobby hotel sebagai tempat mencari lelaki hidung belang dikarenakan menurutnya apabila mencari di tempat yang berkualitas tentu tamu yang didaptkann akan berkualitas pula. Namun terkadang ia hanya menjadi wanita panggilan saja, dia bekerja sama dengan pegawai hotel yang memang sudah memahami dirinya.

Aku kalo udah di *lobby* duduk aja gitu di *lobby* sambil bawa majalah atau koran, trus kalo ada orang lewat dilirik sambil aku keluarin kebiasaan-kebiasaan ku deh. Aku seneng kalo nyari tamu di *lobby* hotel tuh nggak pernah kecewa say ya walaupun hitungannya lebih susah kalo nyari di *lobby* hotel. Tapi enak kokkk.... aku cukup duduk di tempat yang ademmm eh laki-lakinya lewat-lewat sendiri di depanku deh. Tapi nggak semua aku gaetttt say, aku tetep pilah-pilih kalo sama tamu.

*(hasil wawancara dengan CY tanggal 5 Februari 2017).*

CY pun menceritakan salah satu pengalamannya pada saat di lobby hotel

Waktu itu aku lagi nongkrong di salah satu lobby hotel berbintang yang ada di Jogja, awalnya seperti biasa aku baca majalah sambil lirik kanan kiri hehehe... trus ada laki-laki yang sesuai nih sama kriteria aku.

Komunikasi yang dilakukan oleh CY juga terdiri dari 2 macam, pada sub bab ini hanya akan bahas komunikasi verbalnya saja.

Seperti biasa awalnya kenalan aja, “hallo mas...lagi mau pesen kamar ya? udah dapet belum? kalo masih nunggu sini aku temenin nunggunya. Oh ya mas mau bermalam sama siapa mas?”

Pada awalnya seperti layaknya orang berkenalan saja, mereka saling memperkenalkan nama masing-masing dan kepentingannya. Pada saat itu lelaki yang berkenalan dengan CY kebetulan berasal dari Jakarta dan bermalam karena ada urusan pekerjaan.

“Oooh mas ada urusan pekerjaan, berarti nggak sama keluarga dong? Emang mas sendirian nggak kesepian? Kalo kesepian aku mau kok kalo suruh nemenin ngobrol di kamar” kalo nyari tamu di hotel dan aku tau kalo dia sendirian ya pasti aku langsung garapp. Nggak enak juga kan diliat orang ngobrol sama orang yang tuekkk. Dan kalo aku bilang bersedia nemenin ngobrol kek apa ngopi kek kan nggak mungkin aku cuma nemenin ngobrol doang, orang-orang kaya gitu paham lah maksud ku.

Benar apa yang dikata oleh CY, “ laki-laki mah kaya kucing dikasih ikan mana ada yang nolak ya, kaan... apa lagi disini gue nawarin sendiri ahahahah “. Ternyata pada saat itu lelaki yang diincar oleh CY menerima tawaran dari gadis cantik itu dan mempersilahkan CY untuk ikut ke dalam kamar tamu tersebut.

“makasih ya mas udah mempersilahkan aku buat ikut, tapi nanti aku dikasih bekal ya baliknya, mau kan? aku seneng bisa nemenin mas, orangnya enak bisa diajak ngobrol. Jiwa muda banget heheheh . Oya mas asli mana? “

Mereka berbincang-bincang saling menanyakan asalnya satu sama lain, namun lelaki tersebut tidak bisa berlama-lama karena ada janji untuk membicarakan pekerjaan dan akan melanjutkan pembicaraan nanti malam sepulangnya dari kepentingan pekerjaan

“yaaaah mas... aku sendirian dong kesepian nggak ada kamu. Kamu jangan lama-lama ya mas, aku kesepian takut sendirian disini. Aku nyaman kalo sama mas aja”  
(hasil wawancara dengan CY pada tanggal 5 Februari 2017).

Nada bicara dari CY sungguh manja sehingga membuat lelaki luluh. “Kalo masalah ngerayu mah serahin aja sama aku” ujar CY. Cara untuk mendapatkan mangsanya versi CY tergolong mudah, CY pun menceritakan pengalamannya pada saat ia mencari tamu di Bandara. Begini kutipan wawancara dengan CY tentang caranya melancarkan aksi pada saat di bandara:

Buat aku dimanapun tempatnya kalo rejeki dapet tamu bagus ya rejeki aja langsung getttt. Malah aku sering dapet job luar kota tapi di bandara sambil cari mangsa juga, nggak susah kok kalo modal berani sama genit, jangan lupa modal kelebihan fisik juga di pakekk.

Pada waktu di bandara awalnya CY seperti penumpang lainnya dengan prosedur yang biasanya. CY pergi ke suatu kotapun dengan tujuan menemui tamu lainnya, “Kadang kalo tamu nggak sempet nyusul ya aku yang nyusul kesana say, aku tuh kemana aja mau asal ada duitnya “ ujar CY. Setelah melewati prosedur demi prosedur maka tibalah CY di tempat ruang tunggu pesawat, seperti biasanya CY bermain *handphone* tetapi sambil melihat ke sekelilingnya, melihat ke sekeliling itu dengan tujuan mencari mangsa. Tibalah pandangan CY ke arah laki-laki botak menggunakan jas dan membawa tas kantor, lelaki tersebutpun tersenyum kepada CY, dan CY pun membalas senyuman dari target tersebut. Tidak susah-susah CY untuk mencari target karena ternyata target sudah memberikan kode terlebih dahulu kepada CY, karena masuk ke dalam kriteria maka secara langsung CY menganggap bahwa Ia adalah target selanjutnya,

“Permisi mas boleh duduk disini.... oya mas pemberangkatan kemana nih? jangan-jangan satu pesawat ya heheheh...” ternyata tujuan kami saat itu sama dan satu pesawat pula. “Ooh iya mas ke jakarta acara kerja atau memang rumahnya disana?” Pikirku saat itu tidak akan menyia-nyiakan kesempatan karena belum tentu kami satu pesawat. Kebetulan pada saat itu ia meminta nomor *handphone* terlebih dahulu, “oh iya mas ini nomor *telephone* ku... coba di telpon dong, nanti biar aku *save*. Aku juga lama loh di Jakarta acara liburan, besok kalo mas ada waktu senggang jalan yukk? mau nggak? aku kan nggak tau Jakarta aku mau deh dijak mas kemana aja gitu”

Pada saat itu CY tidak memiliki waktu yang banyak untuk berbincang-bincang lebih lanjut sehingga ia memutuskan untuk melanjutkan pembicaraan melalui telephone

(hasil wawancara dengan CY pada tanggal 8 Februari 2017).

Pelanggan CY yang memiliki inisial RB juga hampir sama dengan pelanggan NR. Ia adalah seorang wirausaha yang berasal dari kota Semarang. Ia kenal dengan CY di salah satu Lobby hotel berbintang di Semarang, kebetulan pada saat itu CY sedang liburan.

Awal aku ketemu sama CY aku langsung terpesona, aku jatuh cinta pandangan pertama sama dia, aku tertarik sama dia. Aku lihat dia lagi duduk duduk nunggu temennya yang lagi ada di salah satu *coffe shop* yang ada di *lobby* hotel. Seketika aku hampiri dia, dia orangnya ramah dan santun sampe ada di benakku mau nggak ya anak kalem kaya gini jadi pacarku. Lalu kamipun berkenalan, cewek ramah yang satu ini sama sekali nggak keliatan nakal, dia sangat hormat dan bahasanya juga sopan, mungkin dia menghargai perbedaan usia kita pada saat itu. Gerakan tubuhnya sangat mengundang tetapi bahasa yang ia gunakan bukan bahasanya anak nakal. Karena ia sedang bersama temannya maka iapun meminta pin *BBM* agar kami bisa berkomunikasi lagi. Kamipun melanjutkan hubungan via *handphone*, kita seperti orang pacaran. Ternyata gerakan CY pelan tapi pasti, buatku dia wanita mahal, bukan dalam nominal tapi caranya berpakaian yang tidak seronok dan bahasanya juga anggun. (hasil wawancara dengan RB pada tanggal 30 April 2017).

**c. DH**

Berbeda ceritanya lagi dengan DH, mahasiswi di salah satu Universitas swasta di Yogyakarta ini menjadi “ayam kampus” namun memiliki profesi lain yaitu sebagai SPG. SPG atau *Sales Promotion Girl* adalah sebuah profesi yang tugas utamanya adalah memasarkan dan mempromosikan sebuah produk baik barang maupun jasa. DH berprofesi sebagai SPG rokok, dalam artian DH berprofesi memasarkan dan mempromosikan rokok, namun kenyataannya di lapangan seorang SPG tidak hanya pandai memasarkan produk saja, namun ia juga harus memiliki penampilan yang menarik. Karena dalam hal ini SPG lebih banyak memasarkan barang kepada seorang laki-laki. Ternyata kesempatan bertemu dengan laki-laki dalam setiap bekerja dimanfaatkan oleh DH. Berikut kutipannya

Aku kan hari-hari ketemu sama laki-cyinn jadi gampang bangetlah buat cari mangsa, tapi nggak sembarang mangsa, yang berbau duit aja yang aku gaet.  
(hasil wawancara dengan DH pada tanggal 15 februari 2017).

Paras menarik yang dimiliki DH membuatnya tidak sulit untuk mencari target. Sembari menjajakan rokok DH juga sambil menjajakan dirinya kepada orang yang masuk ke dalam kriteria DH. Saat dia menemui lelaki hidung belang yang masuk ke dalam kriteria, DH akan menghampiri target tersebut lalu tersenyum manja sambil berkata:

“Permisi Masss....bisa minta waktunya sebentar nggakk? Kenalin nama aku DH, mas minta waktunya bentar boleh yaa... mau tanya nih mas, mas pakainya rokok apa ya?” kalo

ngerayunya murni kaya gitu susah ciin kalo nyuruh belinya. Harus pake gerakan badan ahahaha  
(hasil wawancara dengan DH pada tanggal 21 Februari 2017).

Dalam melancarkan aksinya, DH sengaja berpisah dari kawan-kawan yang satu tim dengannya, sehingga memudahkannya untuk merayu laki-laki tersebut.

“mas... ayo dong dicoba okok dari tempat ku nanti free kontak ku loh, gimana? nggak nolak, kan? Atau mas beli rokok di aku nanti mas yang aku rokok deh yuk”. Aku kalo kerja yang dicari bukan aku ngejual rokoknya tapi gimana caranya aku dapat laki-laki sebanyak-banyaknya.  
(hasil wawancara dengan DH pada tanggal 21 Februari 2017).

Agaknya menjual rokok dengan cara iming-iming kontak dari DH apalagi rayuan DH seperti itu sudah sangat memperlihatkan bahwa DH adalah SPG yang bisa dipakai. Apabila sudah membeli rokok dan bertukar kontak, maka DH akan menghubungi laki-laki tersebut atau DH menunggu laki-laki tersebut untuk menghubunginya.

“mas... makasih banget ya semalam udah mau beli rokok aku, oh ya kemaren kan aku janji kalo mas beli rokok ku gantian mas yang mau aku rokok, yukkk kapan mas? tapi mas tau kan kalo nggak ada yang gratis” lalu mereka pun berbincang-bincang untuk mencapai kesepakatan.  
(hasil wawancara dengan DH pada tanggal 26 Februari 2017).

Pelanggan DH yang berinisial ND adalah karyawan yang bekerja di salah satu kantor keuangan di Yogyakarta. ND berkenalan dengan DH di salah satu cafe di Yogyakarta sebagaimana diceritakan ND berikut.

Pada saat itu DH sedang mendapatkan giliran di salah satu cafe sebagai SPG. DH orangnya agresif menurut ku, dia cekatan ambil kesempatan, pada saat proses merayu untuk membeli DH mengelus bagian pundakku dan membisikkan “beli aja om, nanti

*free kontak BBM*?. Pada saat itu aku tanggap kalo dia cewe bisa dibayar. Kita tukeran nomer dulu sih soalnya dia kan lagi jamnya kerja. *Chat* kita yaa *privasi* gitu pokoknya dia agresif banget orangnya.  
(hasil wawancara dengan ND pada tanggal 19 Mei 2017).

## **2. Komunikasi nonverbal yang digunakan oleh “ayam kampus” untuk menarik perhatian lelaki hidung belang**

Demi melancarkan aksinya, “ayam kampus” tidak hanya menggunakan komunikasi verbal saja karena memang komunikasi nonverbal juga tidak kalah pentingnya dengan komunikasi verbal. Komunikasi nonverbal adalah komunikasi di mana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata tetapi menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah ataupun kontak mata dan simbol-simbol. Komunikasi nonverbal biasanya digunakan guna memperjelas dari komunikasi verbal.

### **a. NR**

Dalam melancarkan aksinya, NR memiliki trik atau cara tertentu. Bukan hanya melalui rayuan saja namun juga menggunakan gerakan-gerakan tubuh.

Naaah kalo menurut ku tuh yang paling nentuin dia dateng nggak ke kita ada di proses awal gini, biasanya yang aku lakuin buat narik perhatian si masnya ini awalnya aku mandang ke arah dia pake lirikan yang genit, dan menggoda nggak ketinggalan senyum juga. Trus aku liat deh repon dari dia. Laki-laki kalo doyan main perempuan kan ngga bisa dibohongin. Kalo respon sana baik aku ya langsung aku anggap dia targetku, respon baik itu contohnya dia bales senyumku atau dia nganggukin kepala trus kalo udah dapet respon kaya gitu aku langsung

mengulurkan sedikit lidahku ke arah dia, maksudnya supaya tau kalo aku ngarepin dia dateng ke aku gitu beb. Dia juga pasti paham kok mana cewe baik-baik dan mana yang nakal. Nggak mungkin kan kalo cewe baik-baik langsung ngulurin lidah ke orang yang belum dikenal.

*(hasil wawancara dengan NR pada tanggal 10 Januari 2017).*

Komunikasi nonverbal yang menjadi point pertama dari NR adalah memandang atau melirik dengan genit dan menggoda ke arah target tersebut, lalu NR menunggu respon dari lelaki tersebut. Hal yang selanjutnya NR lakukan adalah mengulurkan sedikit lidahnya. Sepertinya itu merupakan identitas NR sebagai gadis nakal. Hal itu dilakukn NR dengan tujuan agar laki-laki tersebut mau menghampiri dirinya.

Sebenarnya kalo udah masuk ke perangkap kita itu gampang, walau sana tua udah bapak-bapak atau kakek-kakek jangan segan deh buat megangin tangannya apalagi kalo awal ketemu berani ngelus tangannya dijamin ke depannya dia bakalan baik deh, aku kalo pingin atau minta bayaran ditambah aku juga nggak segan buat ngelendot aja gitu walau di hati rasanya pingin muntah heheheh yang jelas aku berusaha santai aja seolah jalan sama anak muda.

*(Hasil wawancara dengan NR pada tanggal 10 Januari 2017).*

Pada saat menarik perhatian kepada lelaki yang sudah kenal dengan yang belum kenal tentu berbeda caranya.

Kalo sama tamu yang pernah ketemu dan dia mau ketemu lagi berarti kan dia puas sama pelayanan aku, misal ketemu di karaoke nih ya dateng biasa aja trus aku duduk di samping dia sambil ngelendot manja gitu beb, trus kalo mau lanjut semalam aku pake trik dengan cara nyenggolin atau ngelus tangannya dia itu tandanya aku mau lanjut atau minta lanjut. Memang si kalo bermalam ya ada untung ruginya juga buat aku

*(hasil wawancara dengan NR pada tanggal 14 Januari 2017).*

Sering juga NR mendapatkan tamu karena dikenalkan oleh kawannya.

Pada saat ia menjadi LC justru lebih mudah untuk mendapatkan tamu.

**b. CY**

Jika dilihat CY memiliki daya tarik sendiri di bagian bibir dan mata selain karena faktor warna kulitnya yang bersih dan putih sehingga membuatnya semakin menarik bagi laki-laki. Mungkin itu yang menjadi andalan CY untuk menarik lelaki hidung belang.

Tau nggak say, memang sih banyak yang nawarin aku ke dukun suruh pasang susuk diiniin ono muka tapi menurut aku tuh nggak pasang susuk aja udah banyak yang nempel sampe bingung mau milihnya hihihiiii.... Jujur aja sih sebenarnya banyak orang yang bilang body ku bagus, terutama bagian bibir, mata, payudara dan bokong. Makanya itu semua yang jadi andalan ku say... apa lagi di bagian bibir sama payudara itu nah nomor satu ah di laki-laki. Aku malah lebih tertarik pasang susuk di bagian Miss V ku say kaya sekarang ini udah aku pake makanya nggak susah nyari tamu pasti yang pernah main sama aku balik lagi deh jadi tamu andalan. Tapi kalo sama tamu yang nggak royal tuh males aku, kalo dapet tamu nggak royal besoknya diajak kencan lagi oгааah.

*(hasil wawancara dengan CY tanggal 31 Januari 2017).*

Ternyata fenomena magic seperti yang dikatakan oleh NR memang benar adanya, “ayam kampus” yang berinisial CY ini juga menggunakan kekuatan magic untuk melancarkan profesinya. Namun perbedaan yang ada disini adalah jika CY tidak tertarik menggunakan susuk di bagian wajah seperti yang digunakan NR, ya tidak dapat dipungkiri gadis atau wanita sunda memang dikenal dengan kecantikannya.

CY lebih tertarik untuk memasang susuk di bagian Miss V-nya. CY memasang susuk di salah satu dukun yang ada di Yogyakarta. Saat

menggunakan susuk di bagian Miss V-nya membuat CY lebih percaya diri dalam melayani tamu, dan hampir seluruh tamu CY suka dengan servis yang dilakukan oleh CY terbukti dengan banyaknya kontak khusus di *handphone* CY yang terkadang masih mengajaknya berkencan. CY memiliki banyak *handphone* dan salah satunya khusus untuk menyimpan kontak atau targetnya, sehingga ia mampu membedakan saat *handphone* itu berbunyi artinya berurusan dengan pekerjaan.

Selain mengandalkan susuk, hal yang utama untuk menggaet target adalah bagian fisiknya terlebih dahulu. CY dengan tubuh yang mendekati sempurna membuat gadis ini mudah untuk menyampaikan komunikasi persuasifnya. Bentuk bibirnya yang bagus dan suaranya yang lembut membuat CY terlihat lebih menarik di mata laki-laki.

Aku biasa manfaatin bagian tubuhku buat ngerayu laki-laki say, pake gerakan tubuh aja deh pada awalnya aku ngeliatin dia pake tatapan yang manja trus pandangan ku ngegoda gitu, nah jurus kedua karena bibirku seksi ya aku ngecupin bibir dan menggoyangkan bahu agar bagian payudaraku terlihat meleleuk dan goyang. Itu rayuan ngelebin apapun say...itu aku pake kalo memang tamunya belum kenal, tapi kalo sama yang udah kenal ya biasa aja aku paling memperlakukan dia bagai anak baru gede yang lagi puber.

*(hasil wawancara dengan CY pada tanggal 31 Januari 2017).*

#### c. **DH**

Lain halnya dengan NR dan CY, kemungkinan untuk bertemu dan berinteraksi dengan laki-laki lebih mudah dilakukan oleh DH karena profesinya yang menuntut akan hal itu. Setelah komunikasi verbal yang merayu pelanggan untuk membeli rokok maka DH juga

melakukan beberapa hal guna memberikan penegasan bahwa ia adalah *SPG* yang bisa dipakai.

Di sela-sela aku minta secara langsung supaya dia beli, aku juga memandang pelanggan ku ciin aku beraniin aja terus, trus aku mencet salah satu bagian tubuhnya dia deh supaya dia tau maksud ku. Aku biasanya memegang bagian bahu beb, aku teken sedikit deh gitu. Nah kalo cara itu dia ggak paham juga aku pake cara lain, cara itu ngelus bagian tubuhnya.

(hasil wawancara dengan *DH* pada tanggal 21 Februari 2017).

### **3. Media yang digunakan oleh “ayam kampus” untuk menarik lelaki hidung belang**

#### **a. NR**

Media adalah alat atau benda yang digunakan seseorang untuk melakukan sesuatu atau menyampaikan suatu informasi tertentu. Cara untuk mendapatkan target selain dengan jalan-jalan ke *mall* atau nongkrong di *Cafe*, NR juga menggunakan media tertentu sebagai alat untuk melancarkan aksinya. Media yang ia gunakan adalah media *online* melalui *handphone* lebih khususnya aplikasi yang bernama *Bee Talk*. Aplikasi *Bee Talk* adalah aplikasi yang mirip dengan aplikasi *tinder*, aplikasi ini memungkinkan kita untuk terhubung dengan orang-orang yang ada di sekitar kita atau mencari orang dengan minat yang sama.

Aplikasi *bee talk* memberikan wadah untuk penggunanya mengunggah foto-fotonya dan memilih salah satu sebagai foto profil,

*bee talk* juga terdapat bio yang memungkinkan NR untuk mengetahui pekerjaan, usia, dan sebagainya.

Biasanya aku *add* dulu tapi aku biasanya milih lokasinya yang jauh sama lokasi yang aku tempatin sekarang, setelah dia konfirmasi baru kenalan. “haii mas kenalin namaku NR, kita pindah ke *chatting room* yuk...” di situ baru aku lanjutin ngobrolnya, “mas asli mana? kerjanya dimana?” sengaja aku tanya kerjaan soalnya kalo kerjaan kan mencerminkan dompet juga.

(hasil wawancara dengan NR pada tanggal 3 februari 2017).

Setelah berbincang-bincang lebih jauh NR tidak langsung memberikan nomor *telephone*, “ biasanya kalo udah kencan aja pulangnye baru aku kasih nomor *telephone*.”

#### b. CY

Berbeda halnya dengan NR yang menggunakan aplikasi *Bee Talk* dalam mencari mangsa, CY mencari mangsa dengan cara yang tergolong lebih rapih. Dia mencari langsung di *Lobby* hotel dan tidak memanfaatkan aplikasi yang menemukan mangsa di kehidupan maya “lebih resiko aja say, belum tentu juga itu orang beneran”.

Namun dalam menjalani aksinya bukan berarti CY tidak menggunakan media apapun, namun lebih kepada cara menggunakannya.

Aku biasanya langsung ngasih no *telephone* ke target aku kalo udah pernah kencan, trus aku manfaatin kalo aku lagi bokek. Yaaa Cuma itu aja sih... biasanya aku nyapa mereka kalo udah pernah kencan, “mas.... gimana kbar ? nggak kangen sama aku ya kok nggak pernah hubungin aku, atau lupa sama aku ? kalo lagi senggang ketemuan yukkk aku kangen nihhh”

(hasil wawancara dengan CY pada tanggal 24 Februari 2017).

Jika sedang dalam keadaan yang mendesak, CY juga memanfaatkan telephone itu untuk dimintai uang, sehingga CY tidak harus bertemu apalagi melakukan hubungan badan terlebih dahulu.

**c. DH**

Lain halnya dengan DH, gadis yang berprofesi sebagai SPG ini memanfaatkan profesinya yang berjualan rokok untuk mencari pelanggan. Biasanya setelah mendapatkan mangsa yang masuk dalam kriterianya DH meninggalkan nomor *telephone* agar bisa berkomunikasi lagi. DH menggunakan aplikasi *whatsapp* atau hanya *via SMS* saja

Kalo udah dapet nomornya terus sana kan ngechat nih ciin baru deh aku rayu-rayu. “mas... aku seneng banget loh tadi ketemu sama mas, tapi sayang banget ya ketemunya cuma bentaran aja soalnya aku lagi kerja nanti bisa-bisa ketahuan sam TL ku,hmmmm... kapan ya aku bisa ketemu sama mas lagi kayanya orangnya asyiiiikk”, kalo sana mau pastikan ngeluangin waktu, tapi kalo udah sampe tahap ini ya nggak mungkin nggak mau, “mas.... aku pingin punya banyak waktu sama mas” mau muda tua apa om aku panggilnya mas aja supaya dia juga ngerasa nggak ada perbedaan usia sama aku yang umurnya lebih muda. (*hasil wawancara dengan DH pada tanggal 26 Februari 2017*).

**4. Hambatan yang dimiliki oleh “ayam kampus” dalam menarik perhatian lelaki hidung belang**

**a. NR**

Walaupun sudah berpengalaman namun bukan berarti dalam menjalani aksinya NR tidak mengalami hambatan, hambatan yang dimiliki oleh NR antara lain,

Aku sedih beb kalo pas lagi nyari mangsa gitu udah ngegodain eh sananya nggak mau, kadang sampe kos aku mikir kurangnya dimana padahal pake susuk udah. Tapi balik lagi deh mungkin belum rejekinya. Trus aku kan tipe orang yang emosional nih, kalo pas lagi tawar-menawar apa lagi ada hubungan ngobrol kek atau apa gitu ada yang nggak enak di hati pasti aku langsung marah

NR memang tipe orang yang lebih mudah marah atau emosi, sehingga terkadang apabila tamu menyinggung perasaannya maka ia langsung marah-marah kepada tamu tersebut. Sifat emosional yang dimiliki NR tentu saja menghambatnya dalam mencari mangsa, yang seharusnya mau berkencan dengannya namun dengan sifatnya yang seperti itu maka yang tadinya mau kencanpun menjadi tidak selera.

Kamu kan juga tau beb aku orangnya *loading* lama, jadi kadang aku malah yang nggak paham maksudnya mereka. Paling aku jawab sepahamku aja, sana jadi *ilfeel* deh.  
(hasil wawancara dengan NR pada tanggal 12 Juli 2017).

b. **CY**

Hambatan yang dimiliki oleh CY berbeda dengan hambatan yang dimiliki oleh NR,

Aku sebenarnya tu resiko kerjaan ku Cuma aku takut kalo ada orang yang kenal aku trus tau aku d hotel, jadi aku masih punya rasa malu. Itu bikin aku nggak leluasa buat gerak say.. mau kesana takut ada yang liat mau kesini takut ada yang liat. Aku tau itu resiko kerjaan ku tapi aku tetep masih jaga nama baik aku masih punya rasa malu. Trus aku juga risih dan nggak bisa

maksimal kalo ngelayani tamu yang umurnya udah tua, yaa ngerasa jijih aja gitu. Kadang yang bikin canggung sama pegawai hotelnya, kalo yang udah kenal nggak masalah nah kalo yang sama belum kenal otomatis diakan mikir ini cewe ngapain sering di hotel, makanya sama pegawai sama yang sekiranya sama aku klop, malah aku ajak kerjasama.

*(hasil wawancara dengan CY pada tanggal 12 Juli 2017).*

**c. DH**

Sebagai SPG tentu DH memiliki hambatan yang berbeda dengan “ayam kampus” yang lainnya. Walaupun dalam hal mencari mangsa ia lebih mudah dari pada responden yang lainnya.

Nyuruh orang buat nurut apa yang kita mau itu kadang susah loh cin, nggak semua mereka mau nuruti apa yang kita suruh. Kita suruh beli ya beli, ada orang yang banya alesan padahal udah ngomong panjang lebar. Sebenarnya di sini Cuma tinggal sabarnya aja gimana. Nggak sedikit juga orang yang udah dapet kontaknya eh ternyata cuma main-main.

*(hasil wawancara dengan DH pada tanggal 26 Februari 2017).*

**5. Pencapaian kesepakatan**

Komunikasi persuasif di antara a”ayam kampus” dengan lelaki hidung belang dikatakan berhasil apabila mere berada pada satu kesepakatan. Cara mereka untuk mencapai kesepakatan berbeda-beda

**a. NR**

Sebagai “ayam kampus” yang memiliki pengalaman ikut dengan mucikari dan pada akhirnya memilih untuk berjalan secara individu tentu memiliki perbedaan yang sangat signifikan,

Kalo waktu ikut mami aku tinggal kerja aja beres beb, aku nggak perlu cari tamu trus nggak perlu lagi tawar-tawaran harga

juga, tapi ya itu kalo ikut mami ada potongan juga jadi ada untung rugi juga.

Apabila ikut mucikari ada potongan antara 25-30% tetapi NR tidak sulit-su;it untuk mencari mangsa karena sudah menjadi tugas hidung belang tersebut,

Kalo pas nggak ikut mami kaya sekarang ini aku paling nawarin “tapi mas tau kaan imbalannya ?” misal sana jawab “500 kan”, aku mint di tambah “mas...dijamin kok ggak akan kecewa, tambahin lagi ya”. Kalo sana mau nambah ya sukur, kalo nggak mau nambahin yaudah aku garap aja walaupun bayarannya segitu dri pada nggak dapet uang  
(hasil wawancara dengan NR pada tanggal 21 Desember 2016).

**b. CY**

Gadis kelahiran Bandung ini tetap memanfaatkan anggota tubuhnya untuk mencapai kesepakatan,

Aku nggak pernah tawar-menawar harga say, aku kira-kira aja sama tamunya misal orangnya tajir nih keliatan royal harganya aku naikin ”sayang.... kan aku udah nemenin nih, nanti aku dikasih sanga ya pulangnya 3 juta aja nggak banyak kok, jadi lain kali kita bisa ketemu lagi mau aku yang nyusul kamu apa kau yang ke Jogja, aku kasih pelayanan yang lebih lagi deh, gimana?” Tapi klo sama tamu yang keliatannya nggak royal aku paling mintanya 2,5 juta aja say. Soalnya kalo pake tawaran segala keliatannya aku kaya barang di pasar yang lagi ditawar sama orang gitu  
(hasil wawancara dengan CY pada tanggal 12 Juli 2017).

**c. DH**

Proses tawar-menawar untuk mencapai kesepakatan di antara DH dengan pelanggannya tidak terjadi pada saat DH menjual rokok,

tetapi ada pada saat chatting atau pada saat mereka bertemu untuk kedua kalinya.

Aku kalo ngajak kencan gitu aku hubunginnya nggak pas ketemu pertama, iya sih mereka nggak akan nolak juga tapi kalo aku jualan gitu kan aku ada batas waktunya di wilayah ini setengah jam atau satu jam gitu, lagian kalo tawarnya disitu juga nanti aku nggak bisa cari mangsa yang lainnya dong. Paling mereka aku hubungi via *chatting* saja, “hallo mas... ini aku DH yang tadi. Gimana nih katanya pingin aku rokok, aku kan udah janji, tapi mas udah tau kan bayarannya?” Kadang gara-gara ngomongin soal harga malahan dia nggak jadi make aku ciin.... hahahaha bodo amat dah nggak mau lah kalo dipake orang harga murah sini modalnya banyak”

*(hasil wawancara dengan DH pada tanggal 1 Juli 2017)*

## **B. Pembahasan**

Uang memiliki pengaruh penting dalam memiliki semua kebutuhan manusia, termasuk untuk kebutuhan dasar. Motif ekonomi ini yang kemudian secara sadar menjadi faktor yang memotivasi seorang untuk berprofesi menjadi pelacur yang dapat menghasilkan uang (Weisberg dalam Koentjoro, 2004), definisi dari pelacur adalah penyerahan diri seorang wanita kepada banyak pria tanpa pilih-pilih untuk memuaskan nafsu yang bersangkutan, yang mana untuk perbuatan tersebut si pria akan memberikan imbalan (Soedjono,2007:162)

Dalam beberapa kurun waktu hitungan tahun di Yogyakarta marak dengan fenomena “ayam kampus”, statusnya yang sedang menjalani proses belajar di bangku Universitas menjadikan “ayam kampus” memiliki harga yang berbeda dengan PSK biasanya, dan memiliki cara yang berbeda pula untuk berkomunikasi, mereka menggunakan embel-embel status mereka yang masih sebagai mahasiswi untuk menaikkan status. Mahasiswi yang biasanya berprofesi sebagai “ayam kampus” biasanya akan lebih mementingkan penampilan mereka, maka dari itu tidak heran laki-laki hidung belang akan mau merogoh kocek yang lebih dalam untuk dapat menggunakan jasa “ayam kampus” ini. Secara umum, komunikasi persuasif yang dilakukan oleh “ayam kampus” adalah usaha mereka untuk mengarahkan lelaki hidung belang kepada tujuan yang sudah mereka tetapkan, yaitu agar lelaki hidung belang tersebut mau menggunakan jasanya dalam pelayanan seks. Terkadang para “ayam kampus” itu hanya sedikit melakukan komunikasi persuasif kepada

calon pelanggannya tetapi calon pelanggannya tersebut sudah tertarik dengan salah satu “ayam kampus” tersebut. Hal ini dikarenakan keefektifan komunikasi persuasif yang dijalankan “ayam kampus” dalam mengubah pikiran seseorang baik itu secara verbal maupun nonverbal yang berupa cara menggunakan pandangan mata, mengecupkan bibir, dan komunikasi dalam bentuk lainnya. Ada yang menarik dari cara komunikasi persuasif yang dilakukan oleh “ayam kampus”, walaupun dalam melakukannya antara ayam kampus yang satu dengan yang lain berbeda caranya namun mereka mampu melakukan komunikasi secara verbal maupun nonverbal dengan cara yang menarik dan berbeda dengan PSK, hal yang menarik dalam komunikasi persuasif ini karena “ayam kampus” menawarkan jasa seks yang memberikan kenikmatan duniawi ataupun kenikmatan dalam berhubungan badan dengan “ayam kampus” tersebut sehingga dalam melakukan komunikasi cenderung akan melakukan hal-hal yang mungkin beberapa orang diluar dugaan dan bukan suatu kebiasaan yang dilakukan oleh orang-orang biasanya atau yang tidak melakukan kegiatan ini.

## **1. Komunikasi Persuasif yang Dilakukan Oleh “Ayam Kampus” untuk Menarik Lelaki Hidung Belang di Yogyakarta**

### **a. Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal pada komunikasi persuasif mutlak dilakukan sebagai bagian dari proses komunikasi. Komunikasi verbal dalam penelitian ini adalah

berupa komunikasi lisan dan langsung bertatap muka antara “ayam kampus” dan laki-laki pasangannya. Komunikasi tatap muka merupakan komunikasi yang paling umum melalui pembicaraan antara dua orang atau lebih. Komunikasi tatap muka ini memiliki beberapa kelebihan, yakni komunikator dapat mengetahui apakah penerima pesan sudah mengerti akan pesan yang disampaikan. Komunikasi verbal yang dilakukan oleh “ayam kampus” akan membentuk suatu makna atau memiliki arti. Komunikasi akan lebih baik dan efektif jika komponen-komponen yang terdapat dalam teori rumus Lasswell tersebut lengkap. Komponen-komponen tersebut ialah:

- a. *who* : dengan siapa kita berbicara
- b. *Says what* : pesan apa yang disampaikan
- c. *Whom* : pesan tersebut akan disampaikan kepada siapa
- d. *With channel*: pesan tersebut disampaikan melalui media apa
- e. *What effect*: bagaimana respon dari komunikan

Komunikator tidak hanya berkomunikasi dengan komunikan, tetapi seorang komunikator harus bisa melakukan komunikasi yang efektif. Secara etimologis kata efektif (*effective*) sering diartikan dengan mencapai hasil yang diinginkan (*producing desired result*), dan menyenangkan (*having a pleasing effect*). Komunikasi efektif ditunjukkan oleh “ayam kampus” dengan ucapan-ucapan yang menghasilkan informasi bahwa laki-laki yang ingin diajak berkencan dengan senang hati, bersedia menerima kehadiran si “ayam kampus”. Untuk itu, “ayam kampus” sering mengucapkan kata pertama dengan mengajak berkenalan, dilanjutkan

dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan guna mendapatkan informasi yang diinginkan oleh “ayam kampus.” Informasi apakah si laki-laki sedang dalam keadaan sendiri, apakah bersedia ditemani teman, dan apakah cukup memiliki uang dan informasi lainnya yang menurut “ayam kampus” ini perlukan.

Dalam komunikasi persuasif juga memiliki tolak ukur keefektifan yang hampir sama, Suciati (2016:260) menjelaskan bahwa perubahan sikap menjadi tolak ukur bagi berhasil tidaknya suatu proses komunikasi persuasif. Namun demikian ada unsur-unsur pokok pengubah sikap yang dapat dijelaskan, yaitu:

- a. Sumber (komunikator)
- b. Pesan (isi pesan)
- c. Penerima pesan

Dalam fenomena “ayam kampus” yang sudah peneliti lakukan, hal yang pertama yaitu sumber komunikatornya yaitu “ayam kampus” itu sendiri, yang berinisial NR yang pernah bekerja sebagai LC, CY yang hanya mahasiswi biasa dan tidak memiliki pekerjaan sampingan, lalu DH yang berprofesi sebagai SPG rokok. Sebagai seorang komunikator, masing-masing dari “ayam kampus” harus memiliki keahlian dan kepercayaan. Untuk menjadi seorang komunikator yang baik seorang “ayam kampus” harus memiliki keahlian untuk dapat menyampaikan

pesannya baik secara verbal maupun nonverbal, mampu melihat situasi kondisi dan harus mampu melihat situasi dari lelakinya.

kedua isi pesan yang disampaikan, Suciati (2016:260) menjelaskan bahwa beberapa hal yang mempengaruhi efektivitas pesan antara lain: kemampuan pesan dalam menimbulkan rasa cemas, penarikan secara eksplisit isi pesan oleh si penerima, serta kecenderungan isi pesan untuk mengarahkan kepada kebenaran. dalam menyampaikan atau merayu agar lelaki hidung belang mau mengikuti apa yang dikehendaki oleh “ayam kampus” maka pesan yang disampaikan haruslah jelas, meskipun dilakukan oleh bergabai cara, contohnya komunikasi yang dilakukan oleh NR “aku siap kok nemenin mas ke mana aja”, pesan ini memberikan makna kesediaan NR untuk mau menemani pelanggannya kemana saja, kata “kemana saja” dalam hal ini diartikan bahwa NR bersedia untuk dibawa kemana saja tanpa terkecuali, termasuk apabila menginap, kalimat tersebut merupakan bentuk penyerahan NR kepada pelanggan.

Ketiga yaitu penerima pesan, Suciati (2016:260) menuliskan bahwa setiap penerima akan memiliki karakteristik berbeda-beda sehingga teknik persuasif yang dilakukan juga berbeda pula. Dalam hal ini berkaitan dengan latar belakang dari komunikan yang berbeda-beda, contohnya DH yang berprofesi sebagai SPG akan memiliki cara yang berbeda dengan CY yang mencari pelanggan di *lobby* hotel. Sehingga faktor perbedaan

karakteristik ini yang menjadikan komunikasi DH cenderung lebih agresif ketimbang CY.

“Ayam kampus” biasanya lebih banyak mengambil inisiatif dalam melakukan komunikasi sehingga dalam berkomunikasi menggunakan kata-kata yang mudah diasosiasikan sebagai kesediaan “ayam kampus” untuk melakukan aktivitas bersama atau menemani laki-laki. Dalam hal ini, “ayam kampus” secara eksplisit menyatakan kesamaan motif atau keinginan kepada laki-laki seperti halnya yang dilakukan oleh NR dengan menyatakan “Beneran deh aku mau aja diajak mas kemanapun, tapi kalo kita sampe.....mas tau kan tarifnya? ”, kalimat itu menyatakan bahwa NR bersedia diajak kemanapun asal mau membayar dengan tarif yang sesuai. Dalam hal ini terjadi simbiosis mutualisme dengan motif yang sama, yaitu sama-sama mendapatkan keuntungan, pelanggan mendapatkan keuntungan untuk menikmati jasa seks dari “ayam kampus” lalu “ayam kampus” akan mendapatkan keuntungan dari tarif yang diberikan.

Sebagaimana layaknya orang baru berkenalan, “ayam kampus” lebih banyak pada posisi aktif memberi perhatian dengan cara menanyakan berbagai hal. Sejumlah pertanyaan tersebut merupakan cara “Ayam kampus” menggali informasi tentang si laki-laki: apakah sedang sendiri, ada urusan kerja atau berlibur di Yogya, sibuk atau ada waktu luang, apakah mau membeli rokok dan sebagainya. Berdasarkan informasi yang didapat dari laki-laki, “ayam kampus” dapat lebih

mempersuasi agar bersedia mengikuti kemauannya dalam langkah awal ini.

Pilihan kata dalam komunikasi verbal ternyata berkorelasi dengan latar belakang “ayam kampus”. Latar belakang tiga informan “ayam kampus” adalah mahasiswa dengan aktivitas yang berbeda. Dua “ayam kampus” yang masing-masing beraktivitas sebagai LC dan SPG ternyata menggunakan kata-kata yang lebih vulgar dalam melakukan persuasi sedangkan CY yang mahasiswi biasa atau tidak bekerja sebagai LC atau SPG cenderung lebih kalem. Latar belakang, aktivitas, dan lokasi terjadinya komunikasi verbal dapat menjadi pertimbangan komunikasi verbal yang dilakukan. Hal ini berkaitan dengan komunikasi efektif yang diharapkan oleh “ayam kampus”. Ketika berada di bandara, “ayam kampus” tampak lebih sopan dengan melakukan percakapan dengan konteks bandara seperti tentang jam keberangkatan, tujuan keberangkatan, acara di lokasi tujuan maupun tentang hal lain yang relevan. Setelah tampak akrab, barulah “ayam kampus” membuka kemungkinan untuk dapat diterima lebih jauh dengan meminta si laki-laki untuk suatu saat menemaninya dengan cara meminta kontak yang bisa dihubungi suatu saat nanti.

Percakapan di bandara berbeda dengan komunikasi verbal yang terjadi di tempat lain seperti di mall, hotel, maupun tempat karaoke. Komunikasi verbal di mall, seperti dilakukan oleh NR, tampak langsung

## b. **Komunikasi Nonverbal**

Komunikasi nonverbal menjadi bagian komunikasi yang mendukung tercapainya komunikasi efektif. Stack *et al* (2007:154) mendefinisikan bahwa “Komunikasi non verbal merupakan apa yang dilakukan dalam sebuah percakapan.” NR saat melakukan percakapan untuk melakukan persuasi selalu memberikan sentuhan, kode-kode yang mengarah pada ajakan untuk berkencan, misalnya dengan mengelus bagian tangan laki-laki yang diajaknya berkencan. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi nonverbal “ayam kampus” merupakan komunikasi yang tidak melibatkan kata-kata dalam pencapaian maknanya seperti contoh gerakan bahasa tubuh.

Komunikasi verbal dan nonverbal memiliki perbedaan-perbedaan, namun keduanya dibutuhkan untuk berlangsungnya tindak komunikasi yang efektif. Fungsi dari lambang-lambang verbal maupun nonverbal adalah untuk memproduksi makna yang komunikatif. Secara historis, kode nonverbal sebagai suatu multi saluran akan mengubah pesan verbal melalui enam fungsi:

- a. pengulangan (repetition)
- b. berlawanan (contradiction)
- c. pengganti (substitution)
- d. pengaturan (regulation)
- e. penekanan (accentuation)

f. pelengkap (complementation).

Fungsi pengulangan tampak pada cara NR meminta laki-laki untuk menemaninya makan saat berada di cafe di dalam mall. Saat mengatakan ingin ditemani, NR melakukan gerakan tubuh mendekat ke laki-laki yang diajak bicara. Fungsi pengganti tampak dari sentuhan dan rabaan yang dilakukan oleh “ayam kampus” berinisial DH pada saat mendapatkan mangsanya. NR melakukan penekanan dengan menyentuh tangannya pada pundak maupun punggung laki-laki yang diajaknya berkencan. Fungsi penekanan tampak pada cara CY saat menggerakkan tubuh bagian dada agar terlihat lebih seksi. Lalu fungsi pelengkap misalnya “ayam kampus” memberikan sebuah senyuman, senyuman itu hanya dijadikan sebagai pelengkap saja karena apabila dilakukan tanpa senyuman dinilai kurang menarik. Bagi “ayam kampus”, komunikasi nonverbal lebih sering sebagai pengganti maupun sebagai pelengkap untuk memperkuat persuasi agar laki-laki bersedia diajak berkencan.

Pada dasarnya kegiatan persuasif memiliki tujuan untuk memberikan dorongan agar komunikasi berubah sikap, pendapat dan tingkah lakunya atas kehendak sendiri dan bukan karena keterpaksaan. Komunikasi persuasif dilakukan baik dengan cara verbal maupun nonverbal. Kedua cara ini saling melengkapi dan menguatkan guna mendorong laki-laki bersedia mengikuti kehendak “ayam kampus”. Suparno (2009: 139) menuliskan bahwa komunikasi persuasi selalu diikuti

dengan penguatan berupa sikap dan perilaku. Jadi, tidak cukup hanya kata-kata verbal saja.

Cara mana yang terlebih dulu dipakai dalam menjalin komunikasi dengan laki-laki yang diinginkan tergantung pada persepsi “ayam kampus” itu sendiri terhadap laki-laki yang dituju. Komunikasi yang ditujukan kepada laki-laki yang baru dikenalnya selalu diawali dengan cara nonverbal, misalnya dengan lirikan maupun pandangan mata disertai dengan kedipan. Ketika ada respon dari laki-laki yang dituju, maka bahasa nonverbal berikutnya adalah senyuman. Respon positif terhadap tatapan mata dan senyuman ini sudah cukup memberikan isyarat awal bahwa laki-laki tersebut dapat digarap oleh “ayam kampus.” Bahkan, untuk memastikan bahwa laki-laki yang dimaksud sudah biasa dengan perempuan nakal, “ayam kampus” menguatkan bahasa nonverbalnya dengan menjulurkan ujung lidahnya ke arah laki-laki tersebut. Penggunaan komunikasi nonverbal berlanjut terus sampai persuasi berhasil. Bentuk nonverbal lainnya yaitu dengan memberikan sentuhan atau rabaan pada bagian tubuh laki-laki seperti tangan, pundak maupun punggung. Agar lebih kuat dalam menyampaikan pesan persuasif, ada “ayam kampus” yang memberikan gerakan tertentu agar bagian dada tampak lebih menonjol. *Kinesics* saluran ini mencakup gerakan tubuh, lengan & kaki, ekspresi wajah (*facial expression*), dan perilaku mata (*eye behavior*). (Della, 2014: 116).

Tindak komunikasi nonverbal jenis *kinesics* (gerakan tubuh) lebih mudah menyampaikan pesan hingga diterima oleh lawan komunikasi. Gerakan memperlihatkan tonjolan belahan dada, menjulurkan ujung lidah, mengelus atau meraba bagian tubuh pasangan sudah menegaskan pesan yang ingin disampaikan kepada laki-laki. Bahkan, dengan sedikit kata-kata verbal pun, laki-laki sudah dapat menebak keinginan “ayam kampus”. Gerak-gerak tubuh “ayam kampus” seperti posisi duduk, cara berjalan dan ekspresinya saat berbicara sudah dapat mengirim pesan persuasi kepada laki-laki untuk tertarik pada “ayam kampus”. Ini sejalan dengan pendapat bahwa manusia tidak hanya dipersepsi lewat bahasa verbalnya: bagaimana bahasanya (halus, kasar, dan seterusnya), tetapi juga melalui tindak komunikasi nonverbalnya (Mulyana (2000:308).

Empat skema utama pola bahasa tubuh yaitu sosial, estetika, akrab/intim dan sentuhan digunakan dalam komunikasi visual ini untuk memberikan nilai yang diberikan. Efek kesenangan dihasilkan melalui gerakan dan keindahan tubuh yang “ayam kampus” makna mampu membuat lelaki tersebut tertarik kepadanya. Gerakan bercumbu dan gerakan tubuh erotis menambah nilai pada skema komunikasi ini. Bahasa tubuh secara sosial memberi kesan fungsi sosial untuk menjalin interaksi dan memberi manfaat kepada lawan bicara. Pentingnya bahasa tubuh menjadikan gerakan tubuh secara sengaja digunakan untuk penyampaian pesan persuasif guna mendukung dilakukannya komunikasi verbal.

Komunikasi selalu bersifat timbal balik. Dalam hal ini, komunikasi nonverbal dapat berlanjut ketika ada respon positif untuk melanjutkan komunikasi. Bentuk-bentuk komunikasi nonverbal bergantung pada pribadi “ayam kampus”, lokasi, dan “mangsa” yang ingin didapat. Pesan, informasi, ide, dan sebagainya seharusnya tidak hanya ditransmisikan oleh pengirim kepada si penerima. Perlu adanya konfirmasi bahwa apa yang diterima komunikasi sesuai dengan apa yang dimaksud oleh komunikator. NR sebagai “ayam kampus” terlebih dulu memastikan bahwa laki-laki yang diajak bicara adalah laki-laki nakal yang bisa diajaknya berkencan. Karena itu, NR memilih komunikasi seefektif mungkin untuk mendapatkan informasi bahwa laki-laki yang diinginkan adalah laki-laki yang biasa dan mau diajak berkencan. Cara yang dipakai NR adalah dengan menjulurkan lidah ke arah laki-laki yang diinginkannya. Pesan yang disampaikan adalah NR mengharapkan laki-laki tersebut datang kepadanya.

Latar belakang aktivitas “ayam kampus” memperlihatkan adanya persamaan dan perbedaan bentuk nonverbal. Persamaan tampak pada digunakannya pandangan mata dan senyuman sebagai kode untuk membuka komunikasi awal. Perbedaannya, “ayam kampus” yang berinisial CY yang biasa mencari “mangsa” di lokasi *high class* seperti lobby hotel, bandara, maupun bar/cafe menggunakan kecupan bibir dan gerakan tubuh untuk menunjukkan dadanya yang menonjol. “Ayam

kampus” yang berlatar belakang LC dan mangkal di mall maupun tempat karaoke, cenderung lebih agresif. Misalnya dengan sedikit menjulurkan lidah. Bahkan ketika laki-laki sudah masuk perangkapnya, dirinya menyandarkan tubuh ke laki-laki. “Ayam kampus” dengan latar belakang SPG menggunakan bahasa tubuh berupa gerakan memegang bahu, bahkan mengelus bagian tubuh laki-laki. Fungsi utama komunikasi nonverbal adalah sebagai pengulang terhadap yang dikatakan secara verbal, sebagai pelengkap pesan verbal, sebagai pengganti yang dapat mewakili komunikasi verbal, memberikan penekanan pada kata-kata tertentu (Muhammad, 2005: 134).

Bahasa nonverbal “ayam kampus” di tempat-tempat *high class* tampak lebih tersamar atau tidak terlalu agresif sehingga sulit bagi orang awam untuk mengenalinya. “Ayam kampus” yang ada di tempat khusus seperti *cafe* ataupun karaoke tampak menggunakan bahasa nonverbal yang memperlihatkan kecenderungan dirinya lebih agresif dalam mendapatkan laki-laki. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi nonverbal disesuaikan dengan ruang dan waktu.

### c. **Penggunaan Media Komunikasi**

Seiring dengan perkembangan teknologi yang ada pada zaman ini, media komunikasi pun mengalami perubahan yang lebih modern. Yang pada awalnya komunikasi dilakukan melalui media lama kini berubah

menjadi komunikasi melalui media baru. Media baru muncul dengan ditandainya kehadiran internet. Adapun ciri-ciri dari media baru diantaranya kreativitas tinggi, bersifat dua arah, dan memiliki waktu yang fleksibel.

Menurut Saverin dan Tankard (2005) konsep teoritis utama yang berkaitan dengan media baru antara lain : Interaktivitas, multimedia, *chat room*, komunitas maya dan dunia maya. Dalam fenomena “ayam kampus”, penerapan teoritis utama adalah sebagai berikut:

- a. Interaktivitas, interaktivitas memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi langsung dengan alat-alat media baru contohnya *handphone* dan komputer. Seperti halnya aplikasi yang dimiliki oleh “ayam kampus” berupa *whatsapp* atau *Bee Talk* hanya dimiliki oleh *smartphone*, ponsel pintar ini memberikan kemudahan untuk mereka saling berinteraksi dan terpengaruh langsung dengan pesan apa yang saling ditukarkan oleh masing-masing pengguna. Misalnya, DH menggunakan aplikasi *whatsapp* dalam ponselnya setelah bertemu atau mendapatkan mangsa, hal ini memudahkan DH untuk mampu mengenali lebih lanjut pelanggannya. Contoh lainnya adalah CY dan NR yang menggunakan ponsel pintarnya untuk mencari mangsa ketika tidak ada pekerjaan.

b. *Chat room, chat room* memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan orang yang belum dikenal. Dalam hal ini misalnya CR menggunakan chat room yang dimiliki oleh *Bee Talk* untuk berkenalan dengan seseorang alias mencari mangsa, kasus lainnya yaitu DH yang menggunakan aplikasi *whatsapp* untuk melanjutkan perkenalan dengan pelanggan yang baru ditemuinya.

Media komunikasi yang umum digunakan yaitu *handphone* terutama jenis *smartphone* yang sudah terintegrasi dengan jaringan internet sehingga di dalamnya ada aplikasi untuk *BBM, whatsapp, dan facebook* atau media sosial lainnya. Aplikasi-aplikasi ini memungkinkan “ayam kampus” untuk berinteraksi secara tidak langsung.

*WhatsApp* merupakan aplikasi dibesut oleh mantan punggawa Yahoo Brian Acton dan Jan Koum yang berbasis di California, Amerika Serikat. Aplikasi ini gratis pada awalnya, tetapi kedepannya berbayar. Secara keseluruhan, antara *BBM* dengan *WhatsApp* tidak jauh berbeda. Hanya saja untuk bisa menikmati obrolan pesan, teks, gambar, suara dan grup *chatting*, anda harus mendaftarkan nomor *handphone* agar bisa menggunakan aplikasi ini. Berbeda dengan *BBM* yang menggunakan nomor PIN. Karena berbasis nomor ponsel inilah, tak sedikit yang mengeluhkan pengguna nomor tak dikenal yang tiba-tiba bisa mengirimkan pesan, maka dari itu ada beberapa “ayam kampus” yang

tidak mau menggunakan aplikasi melalui ponsel, kecuali apabila komunikasi ini berkelanjutan.

Penggunaan media komunikasi sangat penting dan selalu dilakukan oleh “ayam kampus”. Pada hakekatnya komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar komunikator dengan komunikan, komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung, komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga. Pada saat komunikasi dilancarkan, komunikator mengetahui secara pasti apakah komunikasinya positif atau negatif, berhasil atau tidaknya. Komunikasi interpersonal ini sering dilakukan untuk mendukung keberhasilan persuasi oleh “ayam kampus”.

Bagi sebagian “ayam kampus”, penggunaan media online dipandang tidak aman karena data lawan bicara boleh jadi bukan orang yang sesungguhnya. “Ayam kampus” yang tidak mau menggunakan media *online* cenderung lebih berhati-hati dalam memberikan nomor HP kepada laki-laki yang telah dikenal dan pernah berkencan dengannya.

Sikap hati-hati tersebut berbeda dengan “ayam kampus” dengan profesi sebagai SPG”. Seorang “ayam kampus” yang berprofesi sebagai SPG rokok dengan mudah memberikan nomor HP-nya kepada pembeli rokok yang dianggapnya memenuhi kriteria. Si “ayam kampus” pun meminta nomor telepon kepada laki-laki bersangkutan. Media telepon

digunakan untuk melanjutkan proses persuasi yang telah dilakukan saat menawarkan rokok. Isi komunikasi persuasi yang dilakukan melalui media telepon juga sama dengan komunikasi persuasi secara lisan (verbal) saat bertatap muka dengan laki-laki.

Komunikasi persuasi “ayam kampus” terjadi ketika ada respon dari lawan bicara yaitu pihak laki-laki. Keberhasilan persuasi tampak dari kesediaan laki-laki untuk memberikan tanggapan seperti yang diharapkan oleh “ayam kampus”. Laki-laki tampak merasa senang mendengar ucapan “ayam kampus” apalagi ketika tangannya dielus-elus. Laki-laki yang tampak senang akan bersedia menuruti ajakan “ayam kampus” untuk berkencan. Pola komunikasi yang dilakukan “ayam kampus” di lokasi karaoke lebih agresif dan terkesan *to the point* sehingga juga memberikan tanggapan yang juga langsung mengarah pada transaksi berkencan.

“Ayam kampus” yang biasa melakukan komunikasi persuasi di tempat-tempat *high class* cenderung lebih berhati-hati dan sopan dalam berkomunikasi melalui media ponsel, meskipun bahasa tubuhnya “mengundang”, misalnya dengan sedikit memperlihatkan pakaian atau gerakan tubuh yang memperlihatkan bagian tubuh yang sedikit terbuka. Respon pasangan di tempat *high class* juga memperlihatkan respon yang lebih menghargai “ayam kampus” sehingga tidak jarang pula yang harus melakukan perkenalan lebih mendalam dengan cara memberikan perhatian melalui komunikasi ponsel dengan aplikasi tertentu.

“Ayam kampus” yang melakukan komunikasi persuasi di tempat terbuka secara sambil lalu saat bekerja sebagai SPG rokok sering menghasilkan tanggapan yang kurang sesuai harapan “ayam kampus”. Laki-laki yang diajak komunikasi ternyata hanya main-main atau tidak serius dalam menanggapi ajakan kencan “ayam kampus” yang dilakukan melalui *whatsapp*.

NR yang berprofesi sebagai LC ini juga terkadang menggunakan aplikasi *bee talk* untuk mencari mangsa ketika sedang tidak ada pekerjaan, ia memasang foto yang seksi lalu melakukan chatting ditahap berikutnya. Namun berbeda halnya dengan CY, ia cenderung lebih takut dan memilih untuk mencari mangsa di dunia nyata. Kalaupun ia menggunakan ponsel untuk mencari uang, itu dilakukannya kepada laki-laki yang pernah bertemu dengannya terlebih dahulu karena dunia maya dianggap memiliki resiko yang cukup tinggi apabila untuk mencari mangsa.

#### **d. Hambatan Komunikasi Persuasi “Ayam Kampus”**

Komunikasi tidak selalu berjalan dengan lancar, karena adanya hambatan-hambatan yang ditemukan pada proses komunikasi. Hambatan-hambatan ini tentunya akan mempengaruhi efektivitas sebuah proses komunikasi.

Hambatan komunikasi persuasi “ayam kampus” bersumber pada diri sendiri. NR merasakan hambatan yaitu perasaan dirinya yang mudah

tersinggung dan salah paham sehingga laki-laki tidak mau berkencan dengannya. CY merasakan hambatan yaitu perasaan takut dan malu apabila profesinya sebagai “ayam kampus” diketahui oleh orang lain. DH merasakan hambatan yaitu perasaan dirinya sulit mengajak orang lain menuruti ajakan “ayam kampus”.

Menurut Ron Ludlow dan Fergus Fanton (1992, p.10-11), ada hambatan-hambatan yang menyebabkan komunikasi tidak efektif yaitu adalah:

- a. *Status Effect*
- b. *Semantic Problems*
- c. *Perceptual Distorsion*
- d. *Cultural Diffences*
- e. *Physical Distraction*
- f. *Poor Choice of Communication Channels*
- g. *No Feed Back*

Hambatan berupa *Status Effect* terjadi karena adanya perbedaan pengaruh status sosial yang dimiliki setiap manusia. DH dan NR merupakan “ayam kampus” dengan latar belakang ekonomi menengah ke bawah tampak dari pekerjaan DH sebagai SPG rokok dan NR sebagai ladies club.

Hambatan semantik adalah hambatan mengenai bahasa maknayang sering dialami oleh NR sehingga mengalami salah paham saat

berkomunikasi dengan laki-laki yang diajaknya berkencan. Hambatan ini tidak lepas dari *perceptual distorsion* yang disebabkan karena perbedaan cara pandangan yang sempit pada diri sendiri dan perbedaan cara berpikir serta cara mengerti yang sempit terhadap orang lain. NR maupun DH selalu memandang laki-laki bersedia diajak kencan. Kenyataannya, seringkali DH gagal berkencan dengan laki-laki meskipun DH telah berhasil membujuknya untuk membeli rokok dan telah menjanjikan dengan mengatakan “nanti aku akan merokok kamu.” Dalam persepsi DH, setiap laki-laki akan senang diajak berkencan oleh dirinya. Nomor telpon palsu dan telepon yang tidak dibalas oleh laki-laki yang akan diajak berkencan membuktikan adanya hambatan berupa *No Feed Back*. Hambatan tersebut adalah seorang sender mengirimkan pesan kepada *receiver* tetapi tidak adanya respon dan tanggapan dari *receiver* maka yang terjadi adalah komunikasi satu arah yang sia-sia atau kurangnya respon. Tidak ada respon sering dialami oleh beberapa ayam kampus.

Sedangkan hambatan dalam komunikasi persuasif cenderung berkaitan dengan psikologis. Dikatakan oleh Suciati (dalam Hasanah,2012) menuliskan bahwa kaitannya dengan hambatan yang bersifat psikologis, maka sebuah komunikasi persiasif akan mengalami empat hambatan, yaitu:

- a. perbedaan kepentingan (*interest*) : kepentingan seseorang akan menyebabkan rasa ketertarikan sendiri dalam hal menanggapi pesan

persuasif. Ketika kepentingan sesuai dengan pesan maka komunikasi akan berjalan dengan efektif.

- b. prasangka (*prajudice*) : prasangka memiliki arti perasaan negative pada suatu kelompok baik ras atau hal lain yang termanifestasi dalam sikap merendahkan, diskriminasi, memusuhi, dan lain sebagainya.
- c. stereotipe (*stereotype*) : dikatakan oleh Leyen (Hasanah,2012) sebagai keyakinan terhadap suatu atribut seseorang yang biasanya mengarah kepada sifat atau kepribadian sekelompok orang.
- d. motivasi (*motivation*) : motivasi merupakan alasan yang menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu.

Dalam fenomena “ayam kampus”, hambatan-hambatan yang terjadi adalah:

- a. perbedaan kepentingan : Perbedaan kepentingan dirasakan oleh salah satu “ayam kampus” yaitu DH. Dalam menjual rokok miliknya sambil ia mencari mangsa, ternyata terkadang ada pelanggan yang memiliki kepentingan yang berbeda, disaat sudah diberi nomor telepon dengan tujuan agar nanti menghubungi ternyata pelanggan tadi hanya sekedar iseng saja.
- b. Prasangka : hambatan prasangka dirasakan oleh salah satu “ayam kampus” yang memiliki inisial CY, CY cenderung memiliki rasa malu jika berada di hotel yang sama walau dalam renta jangka waktu yang lama. CY berprasangka jika pegawai atau karyawan hotel akan menilai

negatif atau curiga kepadanya. Padahal dalam kenyataannya belum tentu, bisa saja misalnya pada hari A, CY pergi ke suatu hotel dengan shift tertentu, dan pada hari D CY pergi ke hotel yang sama namun dengan pegawai dengan shift yang berbeda pula.

- c. Motivasi : hambatan motivasi cenderung banyak dirasakan oleh seluruh responden “ayam kampus” ini, karena terkadang mereka menemui tamu yang ternyata memiliki motivasi yang berbeda dengan “ayam kampus” tersebut. Contoh CY akan merayu seseorang di bandara, namun ternyata CY mendapat respon yang biasa saja, artinya pelanggan ini memiliki motivasi yang berbeda dengan CY.

**e. Teknik-Teknik Komunikasi Persuasif**

Terkait dengan proses komunikasi persuasif, Effendy (2004: 23) mengungkapkan teknik-teknik yang dapat dipilih dalam proses komunikasi persuasif yaitu:

- f. Teknik Asosiasi. Adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpahkannya pada suatu obyek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.
- g. Teknik Integrasi. Ialah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Ini berarti bahwa melalui kata-kata verbal maupun non verbal komunikator menggambarkan bahwa ia "senasib" dan dengan karena itu menjadi satu dengan komunikan.

- h. Teknik Ganjaran. Adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-ngiming hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan.
- i. Teknik Tataan. Teknik tataan atau *icing technique* dalam kegiatan persuasi ialah seni penataan pesan dengan imbauan emosional (*emotional appeal*) sedemikian rupa sehingga komunikan menjadi tertarik perhatiannya.
- j. Teknik *red herring*. Dalam hubungannya dengan komunikasi persuasif teknik *red herring* adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. Jadi teknik ini dilakukan pada saat komunikator berada dalam posisi yang terdesak.

Dalam fenomena “ayam kampus”, teknik yang biasa digunakan adalah:

- a. Teknik Integrasi: dalam teknik integrasi yang dilakukan oleh “ayam kampus”, seorang “ayam kampus” cenderung akan memposisikan dirinya sebagai seseorang yang membutuhkan teman atau menyatakan kesenangan hati yang ia rasakan. Contohnya dalam percakapan CY “aku seneng bisa nemenin mas, orangnya enak bisa diajak ngobrol “, CY menyatakan kesamaan kenyamanan kepada laki-laki tersebut, walaupun itu semua hanya sebuah rayuan tetapi CY berusaha memposisikan laki-laki itu sebagai sosok yang menyenangkan meskipun dengan usia yang sudah tua.

- b. Teknik ganjaran: Teknik ganjaran juga dilakukan oleh hampir semua “ayam kampus”, mereka memberi iming-iming pelayanan yang memuaskan misalnya. Seperti halnya yang dilakukan oleh DH, “mas... ayo dong dicoba okok dari tempat ku nanti free kontak ku loh, gimana? nggak nolak, kan? Atau mas beli rokok di aku nanti mas yang aku rokok deh yuk”, DH memberikan iming-iming nomor telepon dan bonus lain jika mau membeli rokok DH