



Jurnal Ilmu Komunikasi
ULTIMACOMM

Vol. 12, No. 1

ISSN: 2085 - 4609 (Print), e- ISSN 2656-0208

Journal homepage: bit.ly/UltimaComm



Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Kebijakan Penghapusan *Human Trafficking* di Kota Lhokseumawe

Abdul Mugni & Harjoni

To cite this article:

Mugni, A. & Harjoni (2020). Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Kebijakan Penghapusan *Human Trafficking* di Kota Lhokseumawe, 12(1), 126-143. DOI: <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i1.1481>

Ultimacomm publishes research articles and conceptual paper in the field of communication, mainly digital journalism and strategic communication. It is published twice a year by the Faculty of Communication of Universitas Multimedia Nusantara



Submit your article to this journal [↗](#)

Published in Partnership with



Full Terms & Conditions of access and use can be found at
<http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM/about>

Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Kebijakan Penghapusan *Human Trafficking* di Kota Lhokseumawe

Abdul Mugni

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Lhokseumawe

Email: abdulmugni_iain@yahoo.com

Harjoni

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Lhokseumawe

Email: harjonidesky@iainlhokseumawe.ac.id

Received Feb. 12, 2020; Revised on Apr. 30, 2020, Accepted Jun. 29, 2020

Abstrak

Human trafficking merupakan salah satu isu strategis dalam upaya pemberdayaan perempuan, yang menjadi perhatian serius pemerintah baik di tingkat pusat maupun pemerintah daerah provinsi serta kabupaten/kota di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan dalam sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking* di Kota Lhokseumawe, yang terdiri dari strategi komunikator, strategi pesan dan khalayak, serta strategi media. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Aparat Pemerintah Daerah Kota Lhokseumawe yang dipilih secara purposif merupakan subjek dalam penelitian ini, sedangkan objek penelitiannya adalah strategi komunikasi dalam sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking*. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima pertimbangan yang menjadi dasar penyusunan strategi komunikasi. Atas pertimbangan kelima hal tersebut maka disusunlah sebuah strategi komunikasi yang terdiri dari strategi komunikator, strategi pesan dan khalayak, serta strategi media. Komunikator dalam sosialisasi adalah Satuan Tugas *Anti Human Trafficking* yang terdiri dari berbagai unsur yang bekerja sesuai dengan bidang yang ditanganinya dan jenis informasi yang disampaikan. Informasi yang disampaikan berupa delapan topik pesan yang disusun dalam bentuk pemaparan dan bahasa yang menarik, yang disesuaikan dengan kemampuan penerimaan masing-masing kelompok sasaran.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi; Sosialisasi Kebijakan; Human Trafficking; Lhokseumawe*

Abstract

Human trafficking is one of the strategic issues in efforts to empower women, which is a serious concern of the government both at the central level as well as provincial and district/city governments in Indonesia. This study intends to find out the communication strategy carried out in the dissemination of policies on the elimination of human trafficking in the Lhokseumawe District, which consists of communicator strategies, message and audience strategies, and media strategies. The research method used in this research is a qualitative method with a case study approach. Lhokseumawe District Government Officials, selected

purposively are the subjects in this study, while the object of the research is the communication strategy in the socialization of the policy of eliminating human trafficking. Data were collected by conducting in-depth interviews, participatory observation, and literature studies. The results showed that five considerations became the basis for the preparation of the communication strategy. Based on these five considerations, a communication strategy was compiled, which consisted of a communicator strategy, a message and audience strategy, and a media strategy. Communicators in the socialization are the Anti Human Trafficking Task Force, which consists of various elements that work in accordance with the field under their control and the type of information delivered. The information conveyed in the form of eight message topics arranged in the form of exposure and interesting language, tailored to the ability of acceptance of each target group.

Keywords: *Communication Strategy; Policy Socialization; Human Trafficking; Lhokseumawe*

PENDAHULUAN

Human trafficking merupakan salah satu isu strategis (Weitzer, 2015) dalam upaya pemberdayaan perempuan (van Ingen, 2019), yang menjadi perhatian serius pemerintah baik di tingkat pusat maupun pemerintah daerah provinsi serta kabupaten/kota (Mulyana, Octavianti, & Bajari, 2019). Pemerintah daerah Kota Lhokseumawe sebagai sebuah wilayah dengan angka *human trafficking* yang cukup tinggi di Provinsi Aceh, sudah merespons isu tersebut sejak lama, dengan diterbitkannya Qanun atau Perda Kota Lhokseumawe No. 14 tahun 2005 tentang Pencegahan dan Pelarangan Human Trafficking untuk Eksploitasi Seksual Komersial Anak (DPRK, 2005).

Kota Lhokseumawe adalah salah satu kota yang ada di Indonesia yang menerbitkan Peraturan Daerah Anti *Human Trafficking*. Perda Anti *Human Trafficking* menjadi 'payung hukum' (Riadi, 2017) bagi Pemerintah Daerah dalam melakukan langkah-langkah nyata untuk menangani dan menyelesaikan masalah *human trafficking* di Kota Lhokseumawe (Mulyana et al., 2019). Kegiatan sosialisasi merupakan salah satu aktivitas yang dilakukan, setelah sebelumnya dibentuk Tim Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* yang melibatkan berbagai unsur aparat pemerintah, perguruan tinggi, serta LSM/Ormas. Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* merupakan pihak yang bertanggung jawab sepenuhnya (Widiastuti, 2012) terhadap perencanaan, pelaksanaan maupun evaluasi dan monitoring penghapusan *human trafficking* di Lhokseumawe.

Sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking* merupakan langkah awal yang dilakukan Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* (Alvarez & Alessi, 2012), sebagai bagian dari upaya preventif untuk mencegah sedini mungkin terjadinya kasus *Human Trafficking* (Makhfudz, 2015). Dalam hal ini, agar kegiatan sosialisasi berjalan optimal dibutuhkan pendekatan-pendekatan komunikasi yang relevan dengan situasi dan kondisi lokal (Amanah, 2010). Perumusan strategi komunikasi dibicarakan dalam beberapa kali pertemuan formal yang melibatkan seluruh SKPD dan komponen

masyarakat yang tergabung dalam Satuan Tugas Anti Trafiking (Devito, 2011). Pembahasan awal menyangkut kejelasan peran dan tanggung jawab masing-masing pihak sesuai dengan masing-masing bidang dalam satuan tugas. Hal ini penting agar tidak ada tumpang tindih peran dan tanggung jawab sehingga tercipta jejaring kemitraan yang kuat di antara pihak-pihak tersebut sehingga upaya sosialisasi yang akan dilakukan berjalan secara sinergis sesuai dengan tugas pokok dan fungsi masing-masing (Setyabudi & Dewi, 2017).

Upaya sosialisasi kebijakan penghapusan trafiking di Kota Lhokseumawe dilakukan sesuai dengan amanat yang ditegaskan dalam Perda Kota Lhokseumawe No 14 tahun 2005 tentang Pencegahan dan Pelarangan Trafiking untuk Eksploitasi Seksual Komersial Anak (DPRK, 2005). Upaya tersebut sejalan dengan Keppres No. 87 Tahun 2002 Tentang RAN Penghapusan Eksploitasi Seksual Komersial Anak, Keppres No. 88 Tahun 2002 tentang RAN Penghapusan Perdagangan (Trafiking) Perempuan dan Anak (Wulang, Nawawi, & Nurlinah, 2013) , Keppres tentang RAN Penghapusan Bentuk-Bentuk Pekerjaan Terburuk bagi Anak PP No. 6 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Kerjasama dan Pemulihan, PP No 9 Tahun 2008 tentang Tata Cara dan Mekanisme Pelayanan Terpadu Bagi Saksi dan/atau Korban Tindak Pidana Perdagangan Orang, dan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2007 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Perdagangan Orang (Fahlevi, 2015).

Sejumlah pihak mengatakan bahwa kegiatan sosialisasi merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh pemerintah daerah untuk menangani masalah *human trafficking* di Kota Lhokseumawe, terutama untuk meningkatkan kesadaran warga terhadap bahaya yang ditimbulkan (Dimiyati, 2017).

“Trafiking masih tetap marak di Lhokseumawe sampai saat ini. Kami secara terus menerus berusaha melakukan berbagai upaya untuk mengatasi kejahatan trafiking, di antaranya dengan melakukan sosialisasi ke berbagai pihak.” (Wawancara dengan Pak Rusdi Ali, 2018).

Sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking* dilakukan dengan mengikuti prinsip-prinsip seperti adanya penghormatan dan pengakuan terhadap hak dan martabat manusia (Salt, 2000), kepastian hukum (Laczko & Gramegna, 2003), proporsionalitas, non-diskriminasi, perlindungan, dan keadilan (Djazuli, 2008). Adapun tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk:

1. Mencegah sejak dini perdagangan orang
2. Memberikan perlindungan terhadap orang dari eksploitasi dan perbudakan manusia
3. Menyelamatkan dan merehabilitasi korban perdagangan orang
4. Memberdayakan pendidikan dan perekonomian korban perdagangan orang beserta keluarganya

Tujuan sosialisasi yang dilakukan dapat tercapai apabila disusun sebuah strategi yang tepat dalam mengkomunikasikan kebijakan tersebut (Cangara, 2009). Sebaik-baiknya sebuah kebijakan adalah yang diketahui, dipahami dan diimplementasikan oleh target sasarannya. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk mengungkap mengenai strategi komunikasi yang dilakukan dalam sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking* di Kota Lhokseumawe, yang terdiri dari strategi komunikator, strategi pesan dan khalayak, serta strategi media.

TINJAUAN PUSTAKA

Human Trafficking

Human trafficking (perdagangan orang) adalah tindakan perekrutan, pengangkutan, penampungan, pengiriman, pemindahan, atau penerimaan seseorang dengan ancaman kekerasan, penggunaan kekerasan, penculikan, penyekapan, pemalsuan, penipuan, penyalahgunaan kekuasaan atau posisi rentan, penjeratan utang atau memberi bayaran atau manfaat, sehingga memperoleh persetujuan dari orang yang memegang kendali atas orang lain tersebut, baik yang dilakukan di dalam negara maupun antar negara, untuk tujuan eksploitasi atau mengakibatkan orang tereksplorasi (ACILS, 2003).

Definisi yang luas ini menunjukkan bahwa lebih banyak orang Indonesia yang telah mengalami kekerasan yang berkaitan dengan perdagangan orang daripada yang diperkirakan sebelumnya (Nicola, Cauduro, Lombardi, & Ruspini, 2009). Hal ini membawa kepada suatu konsepsi baru mengenai perdagangan. Dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur perdagangan manusia adalah sebagai berikut: adanya tindakan atau perbuatan, seperti perekrutan, transportasi, pemindahan, penempatan dan penerimaan orang; dilakukan dengan cara, menggunakan ancaman atau penggunaan kekerasan atau bentuk-bentuk paksaan lain, penculikan, tipu daya, penyalahgunaan kekuasaan, pemberian atau penerimaan pembayaran/keuntungan untuk memperoleh persetujuan; dan ada tujuan dan maksud yaitu untuk tujuan eksploitasi dengan maksud mendapatkan keuntungan dari orang tersebut (Tirtosudarmo, 2009).

Tinjauan mengenai Sosialisasi

Sosialisasi, menurut Effendy (2003) adalah penyediaan sumber ilmu pengetahuan. Suatu interaksi sosial tidak akan mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat, yaitu kontak sosial dan komunikasi. Oleh karenanya, di dalam proses sosialisasi selalu terjadi proses komunikasi (Furqon, 2003).

Komunikasi yang berkaitan dengan proses sosialisasi adalah komunikasi sosial. Komunikasi sosial merupakan suatu proses sosialisasi untuk menciptakan pencapaian stabilitas sosial, tertib sosial, penerusan nilai-nilai lama dan baru yang diagungkan oleh suatu masyarakat dipupuk, dibina dan diperluas (Priansa, 2017). Melalui komunikasi sosial, masalah-masalah sosial dipecahkan melalui konsensus (Tenri Awaru *et al*, 2019). Tak jarang pula sosialisasi dilakukan untuk memperkenalkan

gagasan-gagasan kepada masyarakat dengan asumsi bahwa masyarakat tersebut tidak mengetahui gagasan tersebut secara pasti.

Kebaruan suatu ide atau gagasan tidak selamanya benar-benar baru, melainkan hanya karena dianggap baru oleh penerima (Iriantara, 2015). Komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran, perencanaan atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain atau komunikan (Cangara, 2009). Pikiran bias merupakan gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati (Furqon, 2003).

Strategi komunikasi merupakan *communication planning* (panduan perencanaan komunikasi) dengan *communication management* (manajemen komunikasi) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa *approach* (pendekatan) bisa berbeda-beda bergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2003). Sedangkan Cangara (2009) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai suatu perencanaan komunikasi yang meliputi strategi dan manajemen perencanaan strategi menyangkut tindakan apa yang dilakukan, sedangkan perencanaan meliputi bagaimana hal-hal itu terjadi.

Perubahan merupakan hasil proses komunikasi yang tidak mungkin dielakkan. Semua pihak berkomunikasi, mau tidak pasti mengalami perubahan, baik perubahan kecil maupun perubahan besar (Shimp, 2014). Bahkan komunikasi dapat mengubah sama sekali citra seseorang atau kelompok mengenai dirinya sendiri maupun mengenai lingkungannya. Itulah sebabnya komunikasi memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam keseluruhan perubahan masyarakat atau perubahan sosial (Mulyana, 2015). Strategi komunikasi digunakan tidak cukup hanya dalam tahap *awareness* (kesadaran), tetapi bagi tahap-tahap komunikasi lainnya, yaitu *attitude change* (perubahan sikap) dan *behavior changes* (perubahan perilaku) pada seseorang atau lebih individu (Arni, 2004).

Strategi Komunikasi

Secara umum strategi diartikan sebagai perencanaan tindakan yang disusun berdasarkan tujuan dan kebijakan untuk mencapai tujuan itu sendiri. James Brian Quin dalam bukunya yang berjudul *Strategies For Change: Logical Incrementalism*, seperti dikutip Hohne, memberikan definisi strategi berikut ini:

“Strategi merupakan suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tugas-tugas utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi yang diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan

perusahaan,antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang dilakukan oleh mata-mata musuh” (Höhne et al., 2016).

Effendy (2003) mengatakan komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perencanaan atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati (D. Mulyana, 2007).

Menurut Effendy (2003) strategi komunikasi merupakan panduan *communication planning* (perencanaan komunikasi) dengan *communication management* (manajemen komunikasi) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa *approach* (pendekatan) bisa berbeda-beda bergantung pada situasi dan kondisi. Sedangkan Mulyana (2007) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai suatu perencanaan komunikasi yang meliputi strategi dan manajemen perencanaan strategi menyangkut tindakan apa yang dilakukan, sedangkan perencanaan meliputi bagaimana hal-hal itu terjadi.

Menyusun strategi komunikasi tidaklah mudah dikarenakan aktivitas komunikasi yang sangat kompleks. Banyak faktor yang harus diperhatikan dalam membuat strategi komunikasi, di antaranya adalah komponen-komponen dari aktivitas itu sendiri. Harold D. Laswell mendefinisikan komunikasi dengan pertanyaan-pertanyaan yang spesifik di mana jawaban-jawabannya merupakan komponen-komponen yang ada dalam sebuah aktivitas komunikasi. Rumusan pertanyaan tersebut dikenal dengan istilah Paradigma Laswell, yakni terdiri dari: (1) *Who?*, atau siapakah komunikatornya?, (2) *Says What?*, atau pesan apa yang dinyatakannya?, (3) *In which channel?*, media apa yang digunakannya? (4) *To Whom?*, siapakah komunikannya?, (5) *With what effect?*, efek apa yang diharapkan? (Effendy, 2003, p. 301). Kelima hal tersebut adalah komponen dasar yang harus disusun dalam sebuah strategi komunikasi (Desiana, 2017).

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus intrinsik karena peneliti mengamati kasus yang menarik, yaitu kebijakan penghapusan *human trafficking* di Kota Lhokseumawe (Denzin & Lincoln, 2005). Berdasarkan jenis atau tipenya, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif deskriptif (Sugiyono, 2018).

Wawancara mendalam dilakukan kepada narasumber yang dianggap benar-benar memiliki kompetensi untuk dapat memberikan informasi secara lengkap. Dalam penelitian ini ada tiga informan penelitian, yaitu: Edi Kusdiana (Ketua Harian Satuan Tugas Anti *Human Trafficking*), Erpin Marpinda (ketua bidang di LSM Papua yang menangani masalah *Human Trafficking*); dan Mawar (Salah seorang korban *human*

trafficking untuk mencari tahu bagaimana tanggapannya terhadap upaya yang dilakukan Pemerintah Kota Lhokseumawe, terkait penanganan *human trafficking*).

Tahap analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan data-data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi maupun studi dokumen. Data-data tersebut lalu dikelompokkan ke dalam klasifikasi tertentu atau topik-topik yang sejenis (Bungin, 2011). Setelah dikelompokkan, peneliti selanjutnya membandingkan data yang satu dengan data lain dan memberikan pemaknaan terhadap data. Dengan memberi pemaknaan terhadap data dan mengkonstruksi data-data, diharapkan peneliti mampu menarik kesimpulan ke dalam tataran yang lebih konseptual (Ilmiah, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Masyarakat Kota Lhokseumawe sebagai Kelompok Sasaran

Penyusunan strategi komunikasi dalam upaya penghapusan *human trafficking* di Kota Lhokseumawe dilakukan dengan mempertimbangkan hal-hal substansial yang diperkirakan mempengaruhi pelaksanaan sosialisasi. Hal-hal tersebut menyangkut karakteristik masyarakat kelompok sasaran, tujuan yang ingin dicapai, aturan perundangan-undangan yang berlaku, tugas pokok dan fungsi SKPD, serta ketersediaan anggaran.

Sasaran dari sosialisasi kebijakan penghapusan trafiking adalah seluruh lapisan masyarakat Lhokseumawe, dengan prioritas kelompok paling rentan yaitu perempuan dan anak-anak. Pemahaman terhadap karakteristik kelompok sasaran menjadi aspek penting untuk merumuskan pendekatan komunikasi yang relevan. Hal tersebut dilakukan Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* ketika mempertimbangkan kondisi-kondisi eksternal yang mempengaruhi maraknya kasus *human trafficking*, yang mencakup tingkat kemiskinan yang tinggi; budaya masyarakat yang kontraproduktif seperti budaya luruh duit dan budaya konsumtif; tingkat pendidikan yang rendah; serta perkawinan dini dan tingkat perceraian yang tinggi.

Kelompok sasaran dalam sosialisasi diklasifikasikan sesuai dengan bentuk kegiatan yang akan dilakukan. Kelompok-kelompok tersebut antara lain kalangan pelajar dari mulai Sekolah Dasar sampai Sekolah Menengah Atas, kelompok ibu rumah tangga, ibu-ibu pengajian, pengurus PKK, kelompok pengurus LSM/Ormas, pengelola penyalur jasa TKI (PJTKI).

Visi dan Misi Kota Lhokseumawe sebagai Tujuan

Tujuan akhir dari kebijakan penghapusan *human trafficking*, termasuk di dalamnya kegiatan sosialisasi, adalah mewujudkan visi dan misi Kota Lhokseumawe yang secara singkat tercermin dari visi 'Lhokseumawe Remaja' (Religius, Maju, Mandiri, dan Sejahtera). Sementara misi Lhokseumawe yang berkaitan dengan masalah *human trafficking* adalah misi pertama yaitu peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut, khususnya visi religius dan sejahtera serta misi peningkatan kualitas sumberdaya manusia, dibutuhkan pendekatan komunikasi dalam proses sosialisasi, yang mampu meningkatkan kesadaran masyarakat sehingga mampu mencegah sedini mungkin bahaya *trafficking*.

“Kegiatan yang kami lakukan sebagai bagian dari unsur SKPD, dan juga sekarang bagian dari Satgas, jelas harus mendukung pencapaian visi dan misi Lhokseumawe. Itu sudah menjadi komitmen kita semua! Kantor Pemberdayaan Perempuan dan KB berupaya mewujudkan itu kepada kelompok sasaran kami yaitu kalangan perempuan” (Hasil wawancara dengan Edi Kusdiana)

Penyusunan strategi komunikasi dalam sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking* mempertimbangkan berbagai aturan yang relevan dengan masalah *trafficking* dan yang berlaku baik di tingkat pusat, tingkat provinsi maupun tingkat kabupaten/kota. Pembahasan tentang aturan perundang-undangan ini merupakan bagian tugas dan tanggung jawab Bidang III Penegakan Hukum dari Satuan Tugas Anti *Human Trafficking*. Aturan perundang-undangan yang menjadi acuan dalam penyusunan strategi komunikasi dalam sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking*, antara lain:

1. Keppres No. 87 Tahun 2002 Tentang RAN Penghapusan Eksploitasi Seksual Komersial Anak
2. Keppres No. 88 Tahun 2002 tentang RAN Penghapusan Perdagangan (*Trafficking*) Perempuan dan Anak
3. Keppres tentang RAN Penghapusan Bentuk-Bentuk Pekerjaan Terburuk bagi Anak PP No. 6 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Kerjasama dan Pemulihan
4. PP No 9 Tahun 2008 tentang Tata Cara dan Mekanisme Pelayanan Terpadu Bagi Saksi dan/atau Korban Tindak Pidana Perdagangan Orang
5. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2007 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Perdagangan Orang tugas pokok dan fungsi SKPD.

Masing-masing SKPD yang tergabung dalam Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* mempunyai tugas pokok dan fungsi masing-masing sesuai dengan nomenklatur kelembagaan pemerintah di Kota Lhokseumawe. Penempatan masing-masing SKPD dalam bidang-bidang yang ada di dalam Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* sebenarnya sudah mempertimbangkan tugas pokok dan fungsi tersebut. Penyusunan strategi komunikasi dalam sosialisasi kebijakan penghapusan *trafficking* juga perlu mempertimbangkan hal tersebut, sehingga masing-masing SKPD juga bisa berperan sebagai sumber yang memiliki kredibilitas yang bisa dipertanggungjawabkan.

Ketersediaan Anggaran

Surat Keputusan Walikota Lhokseumawe tentang Pembentukan Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* menjelaskan bahwa segala implikasi pembiayaan dari diterbitkannya surat keputusan tersebut dibebankan kepada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kota Lhokseumawe. Masalah anggaran seringkali menjadi masalah rumit dan perlu dibicarakan mengingat untuk membiayai segala kegiatan yang dilakukan Satgas dibutuhkan biaya yang sangat besar. Padahal di sisi lain, kemampuan pemerintah daerah juga terbatas dan banyak juga prioritas pembangunan lain yang juga membutuhkan pembiayaan dari pemerintah daerah. Dalam hal ini, penyusunan strategi komunikasi dalam sosialisasi kebijakan penghapusan *Human Trafficking* perlu mempertimbangkan besarnya alokasi anggaran yang tersedia. Hal ini penting sebagai acuan untuk menetapkan anggaran yang rasional dan bisa dipertanggungjawabkan.

Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Kebijakan Anti Human Trafficking ***Strategi Komunikator***

Sesuai dengan Surat Keputusan Walikota Lhokseumawe No. 463.05/Kep.980-Sosnaker/2006 dan lampirannya, Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* adalah pihak yang paling bertanggung jawab untuk menangani dan menyelesaikan masalah *human trafficking* di Kota Lhokseumawe. Satuan Tugas ini bertanggung jawab dari mulai pencegahan dan penanganan kasus *human trafficking* sampai pada rehabilitasi korban.

Semua pihak dalam kegiatan sosialisasi terlibat/tergabung dalam Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* dan sebagai sumber yang akan menyampaikan pesan sosialisasi kepada kelompok sasaran yang ditetapkan berdasarkan prioritas. Sejalan dengan tugas pokok dan fungsi masing-masing pihak serta peran dan tanggung jawabnya dalam Satgas sesuai dengan bidangnya, maka masing-masing pihak dapat menyampaikan informasi berkenaan dengan masalah *human trafficking* kepada pihak luar atau kelompok sasaran.

Guna mewujudkan kelancaran mekanisme kerja di dalam Satuan tugas, maka dilakukan koordinasi dan kerjasama di antara unsur-unsur Satgas sehingga informasi disampaikan oleh salah satu unsur anggota Satgas yang memiliki kompetensi yang memadai dalam bidang tersebut. Hal ini penting mengingat masyarakat sebagai kelompok sasaran membutuhkan informasi yang akurat dan cukup komprehensif, yang disampaikan oleh sumber-sumber yang menurut mereka bisa dipercaya dan memahami apa yang disampainya.

Tugas Ketua Umum dan Ketua Harian Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* beserta wakilnya dalam hal ini adalah mengkoordinasikan kegiatan yang dilakukan masing-masing unsur yang tergabung di dalam Satgas. Selain itu, dalam berbagai kesempatan atau pertemuan resmi Ketua Umum dan atau Ketua Harian berperan sebagai *spokesperson* (juru bicara) Satgas, khususnya untuk informasi-informasi umum yang menyangkut aktivitas yang dilakukan Satgas. Sedangkan sekretaris dan wakilnya bertanggung jawab untuk pengelolaan administrasi dan melakukan

koordinasi berkaitan dengan berbagai aktivitas yang dijalankan seluruh anggota Satgas. Sementara bendahara dan wakilnya bertanggung jawab untuk mengelola anggaran yang digunakan dalam membiayai segala aktivitas yang dijalankan Satgas.

Gambaran tentang bidang kerja Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* dan peran masing-masing sebagai sumber informasi dan jenis informasi yang disampaikan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Bidang Satuan Tugas dan Jenis Informasi yang Disampaikan

Bidang yang ditangani	Unsur Satgas sebagai Sumber Informasi	Jenis Informasi yang Disampaikan
Pencegahan segala bentuk <i>human trafficking</i>	Dinas Tramtib, Subdin Ketahanan Masyarakat Desa, Subdin Penempatan Tenaga Kerja dan Perluasan Kerja, Subdin Keluarga Sejahtera, Seksi Pengawasan Norma Kerja dan Jaminan Sosial Tenaga Kerja, Tim Penggerak PKK, LSM Papua, LSM FKBMI	<ul style="list-style-type: none"> • Bahaya <i>human trafficking</i> • Pencegahan <i>human trafficking</i> dan buruh migran • <i>Human trafficking</i> dan Pelacuran • Pendidikan Keluarga • Pendidikan Masyarakat
Kerjasama dan Koordinasi	Bappeda, Komisi B DPRD, Bidang Sosial Budaya Bappeda, Subbag Pemberdayaan perempuan, MUI, LPPM Unwir	<ul style="list-style-type: none"> • Bahaya <i>human trafficking</i> • <i>Human trafficking</i> dan Perempuan • <i>Human trafficking</i> dan Agama • Jejaring <i>human trafficking</i> • Kerjasama untuk Penanganan <i>human trafficking</i>
Penegakan Hukum	Bagian Hukum Setda, Subdin Hubungan Industrial dan Pengawasan Ketenagakerjaan, Seksi Teritorial Kodim 0616, Pengadilan Negeri, Subdin Polisi Pamong Praja, Satuan Reserse (Polisi), Seksi Tindak Pidana Khusus, LBH Unwir, IKADIN	<ul style="list-style-type: none"> • Bahaya <i>human trafficking</i> • Landasan Hukum <i>human trafficking</i> • Pengawasan Buruh Migran • Penanganan Pelaku <i>human trafficking</i> • Bantuan Hukum Korban <i>human Trafficking</i>
Rehabilitasi dan Reintegrasi	Dinas Kesehatan, Subdin Pendidikan Masyarakat, Seksi Pendidikan Keagamaan Masyarakat, Seksi Kesejahteraan Keluarga dan Jompo, Seksi Pelayanan FKPP, LSM As-Sakienah, LSM YPI	<ul style="list-style-type: none"> • Bahaya <i>human trafficking</i> • Penanganan Korban <i>human trafficking</i> • Pemulangan Korban <i>human trafficking</i> • Pengelolaan <i>Shelter</i> dan <i>Trauma Center</i> • Pendidikan keluarga dan masyarakat

Sumber: Pengolahan Data Penelitian, 2018

Berdasarkan data pada Tabel 1 dapat dikemukakan bahwa masing-masing unsur yang tergabung dalam Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* menempati bidang garapan yang spesifik dan mempunyai tugas dan kewajiban yang berbeda berkaitan dengan jenis informasi yang disampainya. Dasar pertimbangannya adalah agar peran masing-masing pihak sebagai sumber informasi dapat dijalankan dengan

sebaik-baiknya. Selain itu, dengan pembagian tugas seperti itu kemungkinan terjadinya tumpang tindih informasi yang disampaikan dapat diminimalisir atau dikurangi. Walaupun demikian, informasi yang bersifat umum seperti informasi tentang bahaya *human trafficking* menjadi tanggung jawab semua pihak di dalam Satuan Tugas Anti *Human Trafficking*.

Strategi Pesan dan Strategi Khalayak

Sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking* merupakan salah satu langkah preventif untuk mencegah terjadinya kasus-kasus *human trafficking*. Upaya preventif diarahkan untuk mencegah terjadinya kasus *human trafficking* dengan membangun *supporting system* yang mampu memberikan peringatan dini terhadap kemungkinan terjadinya kasus *human trafficking*. Hal itu bisa dilakukan jika masyarakat memiliki kesadaran yang memadai tentang bahaya dari *human trafficking*.

Kesadaran masyarakat akan tumbuh dengan baik jika mereka mendapatkan informasi yang lengkap dan akurat tentang *human trafficking* dengan berbagai aspek di dalamnya dari pihak-pihak yang memahami masalah tersebut. Di sisi lain, penerimaan dan pemahaman masyarakat terhadap berbagai informasi yang disampaikan sangat berkaitan dengan tingkat pendidikan, nilai-nilai dan norma-norma yang diyakini, serta situasi dan kondisi lingkungan. Di Kota Lhokseumawe, kedua kondisi ini saling bertentangan dan hal itu menjadi kendala besar dalam pelaksanaan sosialisasi *human trafficking*.

"Kami menyadari bahwa karakteristik masyarakat di sini memang beda. Ada hal-hal mendasar yang menjadi kendala buat instansi kami ketika bicara tentang trafficking. Informasi trafficking seringkali dipahami berbeda karena mereka menganggap menjadi buruh migran atau bahkan menjadi PSK itu bukan masalah. Kalaupun mengalami nasib buruk, itu hanyalah takdir."
(Wawancara, Erpin Marpinda, 19 Oktober 2018).

Kendala tersebut menjadi tantangan yang harus disikapi dengan baik dan menjadi bahan pertimbangan untuk penyusunan strategi komunikasi dalam sosialisasi *human trafficking*, khususnya berkaitan dengan penyusunan pesan yang akan disampaikan. Dalam hal ini, Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* menyepakati untuk membagi dan mengklasifikasikan masyarakat kelompok sasaran sehingga lebih mudah mengidentifikasi karakteristik mereka.

"Tim satgas membicarakan kendala-kendala di lapangan khususnya tentang informasi yang akan disampaikan. Kami tahu, pesan itu akan diterima mereka kalau sesuai dengan kebutuhan mereka. Agar lebih mudah, kami sepakat, harus ada pembagian kelompok masyarakat. (Wawancara Edi Kusdiana, 19 Oktober 2018).

Sasaran kegiatan sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking* adalah seluruh lapisan masyarakat Kota Lhokseumawe. Ini dilakukan berdasarkan skala prioritas

kemudian ditentukan kelompok masyarakat yang menjadi fokus sasaran kegiatan sosialisasi, yaitu kelompok yang paling peka dan rentan terhadap masalah. Di Kota Lhokseumawe, kelompok yang paling rentan adalah perempuan muda usia 14-18 tahun, terutama dari keluarga miskin. Dengan pertimbangan tersebut kelompok sasaran adalah keluarga dengan anak yang masih gadis, sekolah-sekolah dari mulai Sekolah Dasar sampai Sekolah Lanjutan Atas, dan Kelompok Organisasi Perempuan seperti ibu-ibu PKK, kelompok arisan, ataupun kelompok pengajian ibu-ibu. Setelah itu baru ditentukan kelompok lain di masyarakat yang akan menjadi sasaran kegiatan sosialisasi, di antaranya adalah pengelola LSM/Ormas, pengelola PJTKI, aparat pemerintah serta tokoh-tokoh masyarakat terutama di tingkat desa.

Pemahaman sebagian besar masyarakat Lhokseumawe tentang masalah *human trafficking* juga masih terbatas. Mereka tidak mengetahui dengan pasti apa yang dimaksud dengan *human trafficking* atau bagaimana kasus *human trafficking* terjadi. Mereka hanya tahu bahwa seseorang yang bekerja di luar negeri dan belum pernah mengirim uang ke kampung menandakan mereka mendapat masalah di sana.

“Saya pernah memberikan materi pada satu pelatihan dengan peserta ibu-ibu PKK. Ketika saya tanya beberapa peserta tentang apa itu *trafficking*, jawaban mereka tidak ada yang benar. Pengetahuan dan pemahaman mereka tentang *trafficking* memang masih sangat terbatas” (Wawancara Edi Kusdiana, 19 Oktober 2018).

Beberapa topik atau tema yang disampaikan Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* dalam sosialisasi *human trafficking* antara lain adalah:

1. Apa itu *human trafficking*
2. Mengenal *trafficking in person*
3. Modus operandi dalam *human trafficking*
4. Prosedur hukum dan rekrutmen tenaga kerja ke luar negeri
5. *Human trafficking* dalam perspektif gender
6. *Human trafficking* dalam perspektif agama
7. Implikasi *human trafficking* dalam kesehatan (HIV/AIDS)
8. *Human trafficking* dalam perspektif budaya
9. *Human trafficking* dan pelacuran.

Tema yang lain juga disampaikan seperti:

1. Analisis situasi *human trafficking* di Lhokseumawe
2. Peran *civil society* dalam menanggulangi *human trafficking*
3. Membangun jaringan kerjasama anti *human trafficking* dan diakhiri dengan pembuatan rencana tindak lanjut penanganan *human trafficking*

Pelaksanaannya di lapangan, topik-topik tersebut disusun lebih jauh dalam bentuk pemaparan dan bahasa penyampaian yang menarik, yang disesuaikan dengan kemampuan penerimaan masing-masing kelompok sasaran. Dengan cara demikian

diharapkan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan memperoleh hasil yang optimal.

Strategi Media

Sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking* di Kota Lhokseumawe dilakukan melalui berbagai bentuk kegiatan dan menggunakan berbagai media komunikasi. Penggunaan media dan pendekatan komunikasi serta penentuan bentuk kegiatan yang dilakukan disesuaikan dengan karakteristik kelompok sasaran, dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi wilayah di mana kelompok sasaran tersebut berada. Bentuk-bentuk kegiatan yang dilakukan antara lain penyuluhan dan pelatihan. Kedua bentuk kegiatan dimaksudkan untuk membangun kesadaran, pengetahuan, dan keterampilan masyarakat tentang pencegahan *human trafficking* dan eksploitasi perempuan, serta membangun semacam pusat informasi untuk pencegahan dan penanganan *trafficking* perempuan dan anak.

Kedua bentuk kegiatan tersebut dipilih berdasarkan pertimbangan perlunya kepedulian untuk memperkuat kapasitas masyarakat dalam upaya memerangi *human trafficking*.

“Dalam sosialisasi, kami memberikan penyuluhan atau pelatihan terhadap masyarakat. Diharapkan masyarakat mulai sadar dan paham bahaya *trafficking* dan bersama pemerintah berusaha mengatasinya, khusus di wilayah masing-masing.” (Wawancara Edi Kusdiana, 19 Oktober 2018).

Melalui penyuluhan dan pelatihan, masyarakat diharapkan mendapatkan pemahaman yang cukup komprehensif mengenai apa itu *human trafficking*, gender, bagaimana *human trafficking* dan eksploitasi terjadi, siapa pelaku *human trafficking* faktor pendorong dan penarik terjadinya *human trafficking*, serta apa yang bisa dilakukan untuk mencegah *human trafficking*. Pemahaman mengenai hal tersebut cukup penting, mengingat tidak semua masyarakat mengetahui mengenai informasi yang benar dan menyeluruh mengenai *human trafficking*.

Penyuluhan dan pelatihan dilakukan dengan menggunakan pendekatan komunikasi kelompok, yang dapat merangsang dan memotivasi masyarakat sebagai peserta untuk berpartisipasi aktif dalam proses tersebut. Peserta diajak untuk memetakan kondisi daerahnya untuk melihat bagaimana *human trafficking* yang terjadi di daerahnya, serta potensi di daerahnya yang dapat digunakan sebagai media pencegahan *human trafficking*. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa proses sosialisasi yang baik harus dilakukan dengan melihat konteks lokal serta potensi lokal yang ada.

“Pendekatan kelompok tampaknya paling cocok dan mudah dilaksanakan. Kami bisa menyampaikan informasi pada sekelompok orang, yang terpilih. Dengan begitu penyampaiannya lebih mudah. Apalagi kalau para pesertanya aktif, kami akan lebih senang lagi.” (Wawancara, Erpin Marpinda, 19 Oktober 2018).

Dalam pelaksanaannya di lapangan, kegiatan sosialisasi dilakukan dengan membuat paguyuban atau kelompok di daerah masing-masing peserta, yang akan secara aktif mengkampanyekan tentang bahaya *human trafficking*. Aktivitas yang dilakukan dengan menggunakan potensi-potensi yang telah ada di masing-masing wilayah, misalnya pengajian, arisan, kelompok ibu-ibu PKK, radio komunitas, dan sebagainya. Selain itu, pendekatan komunikasi kelompok yang lain yang digunakan dalam pelaksanaan sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking* adalah *focus group discussion* (FGD).

Pendekatan tersebut dimaksudkan untuk memperoleh pandangan lain tentang fenomena *human trafficking* dari masyarakat sehingga diperoleh gambaran yang semakin komprehensif tentang trafiking di Lhokseumawe. Dalam FGD, peserta yang terlibat diberikan kesempatan untuk saling berinteraksi mengungkapkan informasi yang mungkin masih tersembunyi tentang *human trafficking* dan peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pemahaman dan wawasannya mengenai fenomena yang terjadi di masyarakat. FGD dilakukan jika peserta yang menjadi kelompok sasaran adalah pengelola LSM/Ormas yang peduli *human trafficking* atau aparat pemerintah yang ada di tingkat desa atau kecamatan.

Kegiatan komunikasi lain yang dilakukan dalam sosialisasi adalah penyebaran media sebar seperti poster, brosur, *flyers*, *leaflet*, dan lainnya. Berbagai media tersebut diberikan secara gratis kepada masyarakat, terutama kelompok sasaran prioritas, dalam berbagai kesempatan. Selain itu, media sebar seperti poster ditempelkan di beberapa lokasi strategis seperti di sekolah-sekolah, pesantren, atau papan-papan pengumuman lainnya.

Sosialisasi juga dilakukan dengan menggunakan media massa baik melalui radio ataupun melalui media cetak surat kabar. Kegiatan ini dilakukan untuk menyebarkan informasi-informasi tentang *human trafficking* dengan berbagai aspeknya, yang perlu diketahui oleh seluruh lapisan masyarakat di Kota Lhokseumawe. Dalam pelaksanaannya, Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* bekerjasama dengan beberapa pengelola radio swasta dan radio komunitas yang ada di Kota Lhokseumawe. Sementara untuk media cetak, Satgas bekerjasama dengan pengelola surat kabar.

Gambaran mengenai jenis pesan yang disampaikan, kelompok sasaran yang menjadi prioritas, bentuk kegiatan utama yang dilakukan, dan pendekatan/media komunikasi yang digunakan dalam sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking* dapat dilihat pada Tabel 2. Berdasarkan data tersebut dapat dijelaskan bahwa pendekatan atau media komunikasi yang digunakan dalam sosialisasi benar-benar dipertimbangkan oleh Satgas untuk disesuaikan dengan karakteristik kelompok sasaran yang menjadi prioritas dan bentuk kegiatan yang dilakukan. Pertimbangan ini dimaksudkan agar kegiatan sosialisasi bisa berjalan efektif dan memperoleh hasil yang optimal.

Tabel 2 Jenis Pesan, Kelompok Sasaran, Bentuk Kegiatan dan Pendekatan Media Komunikasi dalam Sosialisasi Penghapusan Human Trafficking

Jenis Pesan	Kelompok Sasaran	Bentuk Kegiatan	Pendekatan/Media
Bahaya Trafiking	Seluruh masyarakat	Penyebaran informasi	Media Massa, Media sebar
Trafiking dan Pelacuran	Perempuan dan Keluarga	Pelatihan dan Penyuluhan	Strategi Komunikasi
Trafiking dan Perempuan	Perempuan	Pelatihan dan Penyuluhan	Komunikasi Kelompok
Trafiking dan Buruh migran	Pekerja dan calon pekerja migran	Pelatihan dan Penyuluhan	Komunikasi Kelompok
Trafiking dan Agama	Tokoh Masyarakat Keluarga	Pelatihan dan Penyuluhan	Komunikasi Kelompok
Landasan Hukum Trafiking	PJTKI, LSM Aparat Pemerintah	Pelatihan FGD	Komunikasi Kelompok
Pencegahan dan penanganan korban trafiking	Aparat Pemerintah LSM	Pelatihan FGD	Komunikasi Kelompok
Pengelolaan <i>shelter</i> dan <i>trauma center</i>	Aparat Pemerintah LSM	Pelatihan FGD	Komunikasi Kelompok
Pendidikan Keluarga	Keluarga	Pelatihan dan Penyuluhan	Komunikasi Kelompok
Pendidikan Masyarakat	LSM Tokoh masyarakat Aparat pemerintah	Pelatihan FGD	Komunikasi Kelompok
Jejaring dan kerjasama penanganan trafiking	Aparat pemerintah LSM	Pelatihan FGD	Komunikasi Kelompok

Sumber: Pengolahan Data Penelitian, 2018

KESIMPULAN

Penyusunan strategi komunikasi dalam sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking* di Kota Lhokseumawe didasarkan pada hasil analisis data situasi yang berupa karakteristik masyarakat kelompok sasaran, tujuan yang ingin dicapai, aturan perundangan-undangan yang berlaku, tugas pokok dan fungsi SKPD, serta ketersediaan anggaran. Kelima pertimbangan tersebut menjadi dasar penyusunan strategi komunikasi yang terdiri dari strategi komunikator, strategi pesan dan khalayak, serta strategi media.

Komunikator dalam sosialisasi penghapusan *human trafficking* di Kota Lhokseumawe adalah Satuan Tugas Anti *Human Trafficking* yang terdiri dari berbagai unsur yang bekerja sesuai dengan bidang yang ditanganinya dan jenis informasi yang disampaikan. Terdapat delapan topik pesan yang disampaikan dalam kegiatan sosialisasi, yang disusun dalam bentuk pemaparan dan bahasa yang menarik, yang disesuaikan dengan kemampuan penerimaan masing-masing kelompok sasaran. Selain menggunakan media sebar seperti poster, brosur, *flyers*, *leaflet*, dan lainnya, pelatihan dan penyuluhan juga menjadi media yang digunakan dalam sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking* di Kota Lhokseumawe.

REFERENSI

- (ACILS), I. I. & S. C. (2003). Trafficking Of Women And Children In Indonesia. In *American Center for International Labor Solidarity (Solidarity Center)*. <https://doi.org/10.1192/bjp.112.483.211-a>
- Alvarez, M. B., & Alessi, E. J. (2012). Human Trafficking Is More Than Sex Trafficking and Prostitution: Implications for Social Work. *Affilia - Journal of Women and Social Work*. <https://doi.org/10.1177/0886109912443763>
- Amanah, S. (2010). Peran komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan masyarakat pesisir. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 8(1), 1-19
- Awaru, T., Fitria, N., Ainun, N., Khairunisha, M, Husnia. (2019). Komunikasi Organisasi. Diakses dari <https://guides.lib.umich.edu/c.php?g=282964&p=1885441>
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik: Konsep, teori dan strategi*. Jakarta: PT Rajawali Grafindo
- Denzin, N., & Lincoln, Y. (2005). Introduction: The discipline and practice of qualitative research In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage handbook of qualitative research*. Thousands Oaks: Sage Publications
- Desiana, N. (2017). Sosialisasi program kota layak anak di Kota Pekanbaru (studi kasus: hak sipil anak). *Jurnal Online Mahasiswa Universitas Riau*, 4(1), 1-10 <https://doi.org/10.1111/j.1469-7610.2010.02280.x>
- Devito, J. A. (2011). Komunikasi Antarmanusia. In *Komunikasi Antarmanusia. Kuliah Dasar*. Tangerang: Kharisma Publishing
- Di Nicola, A., Cauduro, A., Lombardi, M., & Ruspini, P. (2009). Prostitution and human trafficking: Focus on clients. In *Prostitution and Human Trafficking: Focus on Clients*. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-73630-3>
- Dimiyati, A. (2017). *Materi Penyuluhan Tentang Sosialisasi Program Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (Germas)*. Bandar Lampung: Universitas Bandar Lampung.
- Djazuli, D. (2008). Sosialisasi Nilai-Nilai Agama Pada Anak dalam Keluarga Muslim. *El-Harakah*, 6(2), 1-18. <https://doi.org/10.18860/el.v6i2.4675>
- DPRK, L. (2005). *Qanun No. 14 tahun 2005 tentang Pencegahan dan Pelarangan Human Trafficking untuk Eksploitasi Seksual Komersial Anak*.

- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya.
- Fahlevi, R. (2015). Aspek Hukum Perlindungan Anak Dalam Prespektif Hukum Nasional. *Lex Journalica*, 12(3), 177-191.
- Furqon, C. (2003). *Hakikat Komunikasi Organisasi*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia. Diakses dari http://file.upi.edu/Direktori/FPEB/PRODI.MANAJEMEN_FPEB/197207152003121-CHAIRUL_FURQON/Artikel-Organizational_Communication.pdf
- Setyabudi, G. R., & Dewi, M. (2017). Analisis Strategi Promosi Kesehatan dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Hidup Sehat oleh Rumah Sakit Jiwa Daerah Dr. RM. Soedjarwadi Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 81-100 <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol12.iss1.art6>
- Iriantara, Y. (2015). Komunikasi Bisnis. *Modul 1*. <https://doi.org/10.1186/bcr3053>
- Laczko, F., & Gramegna, M. a. (2003). Developing Better Indicators of Human Trafficking. *Brown Journal of World Affairs*, x(1),179-194
- Makhfudz, M. (2015). Kajian Praktek Perdagangan Orang Di Indonesia. *Jurnal Hukum*, 4(1), 225-244.
- Muhammad, A. (2004). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya.
- Mulyana, S., Octavianti, M., & Bajari, A. (2019). Sosialisasi Kebijakan Penghapusan Human Trafficking Di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 1(1), 95-112 <https://doi.org/10.24198/jmk.v1i1.10063>
- Priansa, D.J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Quinn, J.B. (2016). Strategies for Change – Logical Incrementalism. In W. Schmeisser, D. Höhne, J. Hutzler, H. N. Tran. *Businesswissen Geschäftsmodelle*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH. <https://doi.org/10.24053/9783739801018-92>
- Riadi, W. (2017). Implementasi Pencegahan Perdagangan Orang Ditinjau dari Perspektif Pertahanan Negara. *Jurnal Strategi Perang Semester*, 3(2), 1-24
- Salt, J. (2000). Trafficking and human smuggling: A European perspective. *International Migration*, 38(3), 31-56. <https://doi.org/10.1111/1468-2435.00114>
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tirtosudarmo, R. (2009). *Mobility and Human Development in Indonesia*. Human Development Research Paper. United Nations Development Programme. Diakses dari <http://hdr.undp.org/en/content/mobility-and-human-development-indonesia>
- Van Ingen, C. (2019). Trauma and Recovery. In *Sociocultural Examinations of Sports Concussions*. New York: Routledge
- Weitzer, R. (2015). Human Trafficking and Contemporary Slavery. *Annual Review of Sociology*, 41, 223-242. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-073014-112506>
- Widiastuti, T. W. (2010). Upaya Pencegahan Tindak Pidana Perdagangan Orang (Trafficking). *Wacana Hukum*, 9, 107-120

Wulang, A. T., Nawawi, J., & Nurlinah, N. (2013). Analisis Penerapan Kebijakan Pencegahan dan Penghapusan Perdagangan (Trafficking) Perempuan dan Anak di Kota Makassar. *Government: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 1-20.