

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi telah mengambil setengah dari kehidupan kita. Komunikasi telah berperan penting dalam kemajuan peradaban modern saat ini. Banyak yang bisa didapat dari sebuah komunikasi seperti status sosial, opini, bahkan kemenangan dalam peperangan seperti yang terjadi pada perang dunia yang mana pasukan amerika telah menggunakan teknologi komunikasi radio untuk berkoordinasi.

Pada saat ini banyak sekali kegiatan dan pekerjaan yang membutuhkan keefektifan komunikasi. Seperti halnya teknologi komunikasi pada saat ini yang semakin lama semakin canggih. Komunikasi dengan menggunakan teknologi komunikasi telah memotong jarak dan waktu yang mana setiap orang dapat berkomunikasi dengan siapa saja kapanpun dan dimanapun.

Komunikasi seakan telah menjadi menu wajib bagi masyarakat modern. Dengan Banyaknya pekerjaan yang membutuhkan sebuah komunikasi yang efektif, menjadikan pekerjaan yang semula sangat susah menjadi sedikit lebih mudah. Terutama pada pekerjaan yang bertemu atau bergantung pada pelanggan atau konsumen.

Salah satu pekerjaan yang saat ini menjadi sebuah alternatif bagi para wanita agar dapat dengan mudah dan cepat mendapatkan keuntungan

besar adalah menjadi Pekerja Seks Komersial. Fenomena Pekerja Seks Komersial sudah tidak bisa dielakkan lagi dari dunia modern terlebih bagi mereka yang menganut hedonisme. Geliat gemerlap kota besar membuat banyak pihak mencari sebuah kesenangan melalui jasa-jasa seksual. Sebuah hiburan yang menawarkan jasa seksual menjadi jamur di kota-kota besar didunia termasuk di Indonesia.

Jasa seksual menjadi sebuah jalan yang dinilai amat mudah dan menguntungkan. Hal tersebut bisa dinilai melalui modal yang sedikit tetapi memiliki penghasilan yang cukup besar serta deskripsi kerjanya pun sangat mudah dan menyenangkan. Itulah pandangan umum yang dimiliki oleh para pemberi jasa layanan seksual.

Melihat peluang tersebut, banyak sekali wanita yang memutuskan untuk menjadi Pekerja Seks Komersial. Tidak melihat usia dan opini masyarakat, wanita dari berbagai kalangan pun terjun kedalam dunia tersebut. Dari yang muda hingga yang tua dan dari yang kaya hingga yang miskin terjerumus dalam jasa pelayanan seksual. menurut Direktur Rehabilitasi Tuna Sosial Kementerian Sosial, Sonny W Manalu, mengatakan saat ini terdapat 40 ribu lebih pekerja seks komersial (Pekerja Seks Komersial) yang menghuni lokalisasi di seluruh Indonesia. "Setiap tahun jumlahnya selalu naik," (Tempo.co, 2013).

Lokalisasinya pun tersebar di beberapa kota di Semarang ada Sunan Kuning. Di Jakarta ada Kramat Tunggak. Di Yogyakarta ada Sarkem. Hampir di setiap kota ada kompleks lokalisasi. Tapi mungkin tak ada yang

seterkenal dan sefenomenal Dolly di Surabaya. Kawasan Dolly Surabaya, sudah banyak dikenal masyarakat sebagai sebuah tempat yang bernuansa negatif. Hal ini lantaran di kawasan tersebut ditetapkan sebagai tempat dikumpulkannya para Penjaja Seks Komersial (Pekerja Seks Komersial). Sehingga, jika para pencari pemuas nafsu hanya bisa melakukan aktivitasnya disatu tempat dan tak menimbulkan keresahan di wilayah lain. Tak pelak jika Dolly lebih terkenal ketimbang Surabaya. Dolly sendiri kini dinyatakan sebagai kawasan lokalisasi terbesar di Asia Tenggara. Keberadaannya bahkan mengalahkan lokalisasi Patapiong yang berada di Bangkok, Thailand, maupun Geylang, di Singapura. (**Sindonews.com**, 2013)

Melalui teknik pemasaran yang bermacam-macam dan marketing yang berbeda-beda membuat pelaku industri prostitusi memiliki persaingan yang ketat dalam meraup keuntungan. Rivalitas pun muncul dalam industri prostitusi sehingga membuat pelaku industri jasa seksual ini memutar otak dalam meraih pelanggan atau konsumen. Mereka pun berusaha memunculkan beberapa teknik make up dan gaya busana agar jasanya bisa dipakai.

Tradisi dalam industri penyedia jasa layanan seksual adalah dengan menawarkan “barang” dengan cara memajangnya didepan calon pelanggan. Hal pertama yang dilihat oleh calon pelanggan adalah tampilan dan bentuk “barang” yang dijajakan. Disinilah mereka (barang) berusaha menampilkan penampilan yang sekiranya dapat memikat calon pelanggan.

Disinilah letak keampuhan sebuah bahasa nonverbal. Bahasa nonverbal akan menjadi alat yang paling ampuh bagi Pekerja Seks Komersial dalam memasarkan dirinya agar dapat dipilih oleh pelanggan. Salah satu bentuk bahasa nonverbal sekaligus untuk memenangkan sebuah rivalitas/persaingan dalam industri prostitusi adalah dengan penampilan atau *fashion*.

Oleh karena itu peneliti memilih penelitian di dolly dikarenakan dolly adalah lokalisasi terbesar di Asia tenggara dan tidak hanya itu, kelasnyapun kelas menengah ke atas namun tidak semua Pekerja Seks Komersial memiliki *fashion* yang sama, hal ini dikarenakan banyaknya jumlah Pekerja Seks Komersial yang sama-sama ingin meraup keuntungan yang besar pula. Sehingga seorang Pekerja Seks Komersial harus memiliki *fashion* khusus agar dapat meraih konsumen atau pelanggan sebanyak-banyaknya.

Penelitian ini berupaya mengupas habis bagaimana Pekerja Seks Komersial melakukan pemasaran atas dirinya melalui sebuah penampilan dan *fashion*. Disitulah letak keunikan dari teknik pemasaran tersebut yang melatarbelakangi peneliti untuk mengupas penampilan dan *fashion* Pekerja Seks Komersial dalam memasarkan jasa seksualnya.

1.2 Rumusan Masalah

Uraian latar belakang penelitian diatas membuat penelitian ini memiliki rumusan masalah yakni :

Bagaimana bentuk Komunikasi Artifaktual yang terdapat dalam proses Interaksi Simbolik yang dialami oleh Shofa dilingkungan Lokalisasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bentuk Komunikasi Artifaktual yang terdapat dalam proses Interaksi Simbolik yang dialami oleh Shofa dilingkungan Lokalisasi

1.4 Manfaat Penelitian

Memberikan studi baru bagi mahasiswa komunikasi dalam kajian komunikasi non verbal.