

Interaksi Simbolik Pekerja Seks Komersial *High Class* di Kalangan Mahasiswa Kota Padang

ABSTRACT

This paper is the result of research in Padang, West Sumatra, about sex business which is done by female college students who continue their study in this city. Through the research, it could be revealed that they become prostitutes not only because of economic factors but also because of their own need. Interpersonal communication in the form of persuasive communication and showing their trademark symbols both verbal and non-verbal are performed in order to attract their male customers. However, these high class prostitutes communicate differently when they play their role as female college students. Their symbolic interactions when become students are very much different from their night life. At campus, they only wear casual clothes, show casual appearance, and tend to choose certain people to be their friends. In addition, these kinds of students are still motivated to continue and finish their study. They do it not only for their own prestige but also for fulfilling their family demand to be educated intellectuals in the future.

Keywords: High Class Prostitutes, Interpersonal Communication, Symbolic Interaction

ABSTRAK

Tulisan ini merupakan hasil penelitian di Kota Padang, Sumatera Barat tentang Pekerjaan bisnis kelamin yang dilakukan oleh mahasiswi yang melanjutkan pendidikan di kota tersebut. Dari hasil penelitian terungkap, bahwa pekerjaan seks tersebut terjadi didorong selain karena faktor ekonomi juga dikarenakan faktor kebutuhan.. Komunikasi interpersonal dalam bentuk komunikasi persuasive, serta menunjukkan simbol-simbol diri baik verbal dan non verbal dilakukan untuk mengambil hati pelanggan prianya. Sementara bentuk Interaksi Simbolik Pekerja Seks Komersial *High Class* di Kalangan Mahasiswa Kota Padang ketika mereka menjadi seorang mahasiswapun jauh berbeda dari kehidupan dunia malam. Mereka hanya menggunakan pakaian casual dan penampilan biasa saja di kampus, dan cenderung memilih teman-teman dalam bergaul. Mahasiswi PSK termotivasi tetap melanjutkan pendidikan tidak hanya sebagai *prestise* namun juga tuntutan bagi keluarga agar diri mereka kelak menjadi sosok intelektual yang berpendidikan.

Kata Kunci: PSK *High Class*, Komunikasi Interpersonal, Interaksi Simbolik.

PENDAHULUAN

Mungkin memang tepat, pilihan untuk menjadi seorang pekerja seks komersial, merupakan pilihan yang sulit, karena mulai dari reaksi sosial, adat istiadat dan norma-norma sosial cukup menentang adanya praktik pelacuran (Kartono, 1997). Namun kenyataan itu terus terlihat dalam fenomena kehidupan kita. Tidak hanya di Kota Jakarta saja kehidupan Pekerja Seks Komersial terus merambah ke kota-kota lainnya, termasuk di Kota Padang.

Meski masyarakat Kota Padang mayoritas merupakan masyarakat yang beragama, tetap tidak bisa menutup praktik pelacuran ini terus berkembang, hingga kelingkup perguruan tinggi, meski praktik tersebut menjadi sangat dilarang dan dianggap berdosa. Rata-rata pekerja seks komersial mengemukakan alasan mereka, bahwa pekerjaan tersebut dilakukan

karena pada dasarnya manusia memiliki kebutuhan dasar (*basic need*), maka kebutuhan inilah yang harus dipenuhi oleh setiap manusia, termasuk ketika harus memilih ketika harus menjadi seorang Pekerja Seks Komersial (PSK) untuk memenuhi tuntutan ekonomi.

Tidak dapat dipungkiri bahwa 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). Menurut Feldman dan MacCulloch (dalam Koentjoro, 2004), Pelacur alias PSK terdiri dari dua jenis yaitu pelacur jalanan dan gadis panggilan. Walaupun pada umumnya motivasi utama untuk menjadi seorang pelacur yaitu uang (Coleman & Cressey, 1984), namun David dan Satz (dalam Koentjoro, 2004) mengatakan bahwa terdapat segelintir pelacur yang tidak hanya dapat dipandang dari sisi ekonomis semata.

Sebagian PSK mencoba memotivasi diri mereka untuk menjadi motif utama seorang pelacur *High Class* atau gadis panggilan. Berbeda dengan pelacur *low class*, mereka menjadi pelacur hanya untuk memenuhi *basic need* atau kebutuhan dasar dalam hidupnya (Hull, 1997). Para pelacur *High Class* yang secara finansial selalu berlebihan dan selalu hidup dalam kemewahan ternyata dalam kesehariannya tidak selalu bahagia seperti yang sering ia perlihatkan kepada orang lain. Hidup berfoya-foya, menghambur-hamburkan uang dan berkecukupan dalam segi materi tidak menjadi jaminan bahwa hidup pelacur *High Class* tersebut selamanya akan bahagia.

Pekerja Seks Komersial yang selalu disebut *High Class* ini cenderung berada pada level yang lebih tinggi, bahkan cenderung sebagian dari mereka berstatus mahasiswa, baik dari perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta. Selain berorientasi kepada uang, bersenang senang dan kemewahan hidup. Bagi beberapa pelacur *High Class* masuknya mereka

kedalam dunia pelacuran bukannya akan mengubah keadaan menjadi lebih baik, sebaliknya masuknya ia ke dunia pelacuran hanya akan menambah rumitnya masalah hidup yang telah ia temui sebelum masuknya ia ke dunia pelacuran. Akibatnya muncul perasaan-perasaan yang tidak menyenangkan yang dialami oleh beberapa pelacur *High Class*. Bentuk perasaan yang tidak menyenangkan tersebut salah satunya adalah perasaan kesepian, hampa, kebosanan dan tidak memiliki tujuan hidup. Perasaan hampa yang dialami oleh pelacur *High Class* ini menyebabkan munculnya kecemasan dan konflik-konflik batin.

Berbeda dengan pekerja seks komersial yang menjual dirinya secara terbuka di tempat-tempat prostitusi, mahasiswi yang terjun ke bisnis “ayam kampus” cenderung menutupi pekerjaannya itu dan hanya menjajakan jasanya kepada orang-orang tertentu. Keamanan menjadi alasannya sebab mereka tidak mau pekerjaannya itu diketahui orang lain. Apalagi saat ini, dengan meledaknya perkembangan media sosial via internet, para ayam kampus pun memanfaatkannya untuk “berbisnis”. “Pembicaraan awal menggunakan FB (*Facebook*), BBM (*BlackBerry Messenger*), atau YM (*Yahoo Messenger*). Jika sudah, biasanya mereka akan menghubungi untuk ketemuan. Rata-rata kebanyakan dari “tamu” mereka adalah om-om, atau anak muda yang memiliki hidup glamour dan kaya raya.

Dari hasil survei awal peneliti, beberapa waktu lalu, tidak mudah berkomunikasi dengan para ayam kampus atau yang lebih akrab di sebut dengan PSK *High Class* ini. Sebab, semua harus melewati rekomendasi dari teman mereka seprofesi atau para mucikari mereka.

Dengan asumsi mereka tidak ingin pribadinya sampai ketahuan atau tersebar di mana-mana karena itu mereka cenderung tertutup dan sangat sulit dicari. Kami juga menemukan fakta baru, ketika berkomunikasi secara simbolik melalui media sosial, para Gadis Panggilan ini bisa meminta harga mahal

pada orang yang menyewa mereka, mungkin itulah untungnya jika transaksi dilakukan lewat media sosial, sebab transaksi pun tidak bisa dilakukan dalam satu hari jadi, dan harus melakukan pendekatan ekstra untuk bisa mengajak kengan para ayam kampus yang hingar dengan kehidupan pemuas nafsu tersebut.

Dari pengamatan di lapangan, peneliti juga, melihat sendiri, para PSK *High Class*, ini lebih senang diajak makan, dugem, atau nonton. Baru setelah merasa nyaman, transaksi bisa dilakukan. Terkadang mereka juga mengaku pernah hampir jatuh cinta dengan kliennya, hal ini disebabkan intensitas pertemuan dan perhatian pelanggannya. Tarif ayam kampus memang tergolong mahal, terlebih jika dibandingkan dengan PSK di lokalisasi. Untuk sekali *booking*, diperlukan biaya Rp 500.000 sampai Rp 1.000.000.

Harga itu belum termasuk pengeluaran untuk belanja dan makan. Tarif kengan juga tergantung di mana ayam kampus itu melaksanakan aktivitas kuliah mereka. Jika mereka kuliah di universitas terkenal, tarifnya akan lebih mahal dibandingkan dengan yang kuliah di universitas yang biasa-biasa saja. Hal ini tentu berbeda pula dengan PSK di lokalisasi, yang memiliki bayaran dengan tarif murah sebab pelanggan mereka notabene adalah para lelaki hidung belang dan orang yang sama dengan rutinitas datang berulang-ulang kali.

Dalam sistem interaksi sosial, perilaku PSK *High Class* di Kota Padang ini pastilah akan mengalami “perbenturan” atau “persinggungan” dengan mahasiswa yang hidup normal. Dimana Dalam konteks ini, setidaknya, PSK *High Class* membangun interaksi sosial dengan cara mereka sendiri. Seperti yang diketahui, secara umum, Universitas tempat menampung orang-orang yang dianggap mampu untuk bersaing dalam dunia pendidikan, namun sesuatu yang mungkin aneh terjadi ketika diantara mahasiswanya terdapat para Pekerja Seks Komersial yang berusaha untuk tetap menajdikan diri mereka

sebagai mahasiswa sama seperti yang lainnya tanpa memandang diri mereka kotor.

Hal ini lah yang membuat salah satu permasalahan yang sering dihadapi dan terjadi pada PSK *High Class* ketika berinteraksi dalam lingkungan sosial dengan mahasiswa lainnya yang tidak mengatas namakan diri mereka PSK. Untuk itu tulisan ini merupakan hasil penelitian yang mengeksplorasi *Bagaimana bentuk Interaksi Simbolik Pekerja Seks Komersial High Class di Kalangan Mahasiswa Kota Padang dalam realita kehidupan mereka ketika bekerja menjalankan profesi dunia kelam mereka terhadap pelanggan yang mereka anggap mampu merubah kehidupan mereka.*

TINJAUAN PUSTAKA

Pemikiran yang mendasar dan ingin dibangun dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk Interaksi Simbolik Pekerja Seks Komersial *High Class* di Kalangan Mahasiswa Kota Padang dalam realita kehidupan mereka. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti dengan judul Perempuan-Perempuan Pekerja Seks Komersial Yang Terkomodifikasi (2008) dengan mengambil obyek penelitian pada perempuan-perempuan perantau Seks Komersial Di Kota Pekanbaru-Riau Yang Terkomodifikasi Akibat Tuntutan Hidup, diperoleh kesimpulan bahwa PSK tersebut mengubah status sosial mereka menjadi seorang pekerja seks dengan alasan bahwa tuntutan hidup yang semakin tinggi untuk dipenuhi maka bekerja menjadi penjaja seks mampu membuat kebutuhan mereka terpenuhi.

Sementara itu menurut Imam Hurmain dalam penelitian tentang PSK di kota Batam (2011), menjadi PSK merupakan pilihan untuk menormalkan kondisi ekonomi sebagai tuntutan hidup dengan tujuan untuk memperoleh kemewahan dan prestise. Dua penelitian terdahulu ini yang menajdi rujukan peneliti untuk melihat bagaimana kehidupan PSK yang sudah mulai merambah dan bukan rahasia umum lagi ada di kalangan mahasiswa.

Namun obek penelitian lebih dipusat pada bentuk interaksi simbolik PSK dalam melakukan komunikasi dalam menjalankan profesi mereka sebagai PSK yang dipanggil dengan sebutan gadis “*High Class*”.

KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Sebagai makhluk sosial manusia selalu ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya dan dirinya sendiri, maka manusia perlu berkomunikasi. Komunikasi yang paling sederhana dan sering dilakukan adalah komunikasi antar pribadi. Komunikasi antar pribadi merupakan suatu proses komunikasi yang dilakukan oleh dua orang secara bertatap muka dan memberikan pengaruh satu sama lain.

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi di antara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya (Muhammad, 2005:158-159). Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal (Mulyana, 2000:73).

Menurut Effendi (1986:60), 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. Jika ia dapat memberikan kesempatan pada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya (Sunarto, 2003:13).

KOMUNIKASI VERBAL

Bahasa memainkan peran sentral dalam interaksi manusia dalam representasi,

percakapan, dan komunikasi sosial dan publik. Pada tingkat yang paling dasar, bahasa adalah cara kita untuk melakukan representasi dan penamaan terhadap unsur lingkungan dan untuk berhubungan satu sama lain (Ruben dan Stewart, 2013:182).

Manusia sebagai makhluk sosial selalu melakukan komunikasi dalam hidupnya. Salah satu komunikasi yang sering terjadi antara dua pribadi adalah komunikasi interpersonal. Komunikasi Interpersonal adalah komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang. Komunikasi ini banyak membahas tentang bagaimana suatu hubungan dimulai, bagaimana mempertahankan suatu hubungan dan keretakan suatu hubungan (Littlejohn, 2009:121).

Komunikasi *interpersonal* sangat potensial untuk menjalankan fungsi instrumental sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indera kita untuk memberikan stimuli sebagai daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepada komunikan kita.

KOMUNIKASI NON VERBAL

Komunikasi non-verbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata, komunikasi ini menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, intonasi nada (tinggi-rendahnya nada), kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak dan sentuhan-sentuhan (arni:2002;130). Komunikasi non-verbal ini paling banyak pengaruhnya dalam proses komunikasi persuasif, karena dalam prosesnya komunikan lebih banyak dan lebih mempercayai tanda-tanda non-verbal dari pada verbal.

PEKERJA SEKS KOMERSIAL *HIGH CLASS*

Pekerja Seks Komersial atau yang dikenal dengan Pelacur menurut Feldman dan MacCulloch (dalam Koentjoro, 2004) terdiri dari dua jenis yaitu pekerja seks komersial jalanan dan gadis panggilan. Walaupun pada umumnya motivasi utama untuk menjadi seorang PSK yaitu uang (Coleman & Cressey,

1984), namun David dan Satz (dalam Koentjoro, 2004) mengatakan bahwa terdapat segelintir pelacur yang tidak hanya dapat dipandang dari sisi ekonomis semata. Lebih lanjut lagi mereka mengatakan bahwa perempuan tidak lagi memasuki dunia pelacuran karena alasan untuk keluar dari tekanan ekonomi, namun karena adanya kebutuhan lain (David & Satz dalam Koentjoro, 2004). Menurut Koentjoro (2004) uang hanya merupakan mediasi bagi sebuah tujuan, dan orang yang di dominasi oleh orientasi material akan berjuang untuk kekuasaan dan status (Schmopkler dalam Koentjoro, 2004).

Selain kekuasaan dan status, motivasi lain adalah hiburan (Mudjiono, 2005) dan kesepian (Kartono, 1997). Motivasi-motivasi inilah yang menjadi motif utama seorang pekerja seks komersial *High Class* atau gadis panggilan. Berbeda dengan PSK *low class*, mereka menjadi pelacur hanya untuk memenuhi *basic need* atau kebutuhan dasar dalam hidupnya (Hull, 1997). Sementara itu Para PSK *High Class* yang secara finansial selalu berlebihan dan selalu hidup dalam kemewahan ternyata dalam kesehariannya tidak selalu bahagia seperti yang sering ia perlihatkan kepada orang lain. Hidup berfoya-foya, menghamburkanburkan uang dan berkecukupan dalam segi materi tidak menjadi jaminan bahwa hidup pelacur *high class* tersebut selamanya akan bahagia.

Bagi sebahagian PSK yang hidupnya berorientasi kepada uang, bersenang senang dan kemewahan hidup mungkin saja akan merasa bahagia dengan bekerja sebagai seorang pelacur. Sementara Bagi beberapa PSK *High Class* yang lain, mungkin saja dengan masuknya mereka kedalam dunia pelacuran bukannya akan mengubah keadaan menjadi lebih baik, sebaliknya masuknya ia kedunia pelacuran hanya akan menambah rumitnya masalah hidup yang telah ia temui sebelum masuknya ia kedunia pelacuran.

Akibatnya muncul perasaan-perasaan yang tidak menyenangkan yang dialami oleh

beberapa pelacur *high class*. Bentuk perasaan yang tidak menyenangkan tersebut salah satunya adalah perasaan kesepian, hampa, kebosanan dan tidak memiliki tujuan hidup. Perasaan hampa yang dialami oleh pelacur *High Class* ini menyebabkan munculnya kecemasan dan konflik-konflik batin (Kartono, 1997).

ADAPTASI SOSIAL

Adaptasi sosial merupakan ciri manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan penyesuaian terhadap kondisi sekitarnya dalam kehidupan sehari-hari, karena itu, tidak dapat dihindari bahwa manusia harus selalu berhubungan dengan manusia lainnya. Hubungan manusia dengan lingkungan meliputi : (1) individu dapat beriringan dan mengikuti bahkan pula manusia bertentangan dengan lingkungan; (2) manusia dapat menggunakan lingkungan untuk mengubah kehidupan sosial ekonominya; (3) manusia dapat berpartisipasi dengan lingkungan; dan (4) manusia dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial.

Dalam kehidupan dipemukiman masyarakat baru, interaksi sosial yang harmonis tentu mendorong terjadinya partisipasi aktif individu dalam segala kegiatan sosial kemasyarakatan. Kaitan antara tujuan individu dan integritasnya dalam sistem sosial dalam prakteknya sudah barang tentu berkumpul dan bertemu dengan orang lain akan memainkan peran sebagai pengungkapan akan kedudukannya sebagai makhluk sosial yang saling berinteraksi. Peran yang dilakukan itu berwujud sebagai pola tindakan yang dapat mewakili eksistensinya, baik sebagai individu maupun kelompok masyarakat tertentu.

KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI DAN TEORI INTERAKSI SIMBOLIK

Komunikasi antar pribadi atau *interpersonal communication*, berlaku pula bagi Pekerja Seks Komersial *High Class* di kalangan mahasiswa Kota Padang dalam melakukan interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dalam hal ini proses komunikasinya yang berlangsung

antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Sementara sifat komunikasi antar pribadi, ada yang bersifat komunikasi diadik, yakni proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka, serta adapula komunikasi kelompok kecil, dimana proses komunikasi yg berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dan masing-masing anggota saling berinteraksi satu sama lainnya. (Uchana, 1997)

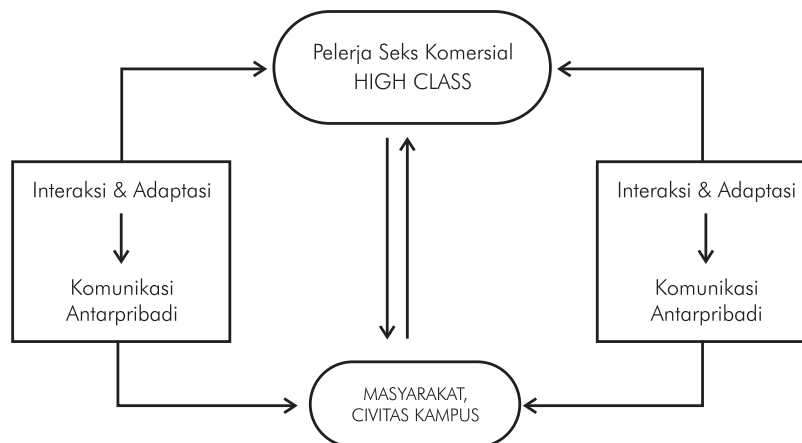
Dalam komunikasi antar pribadi para PSK *High Class* berusaha pula memahami interaksi secara simbolik terutama dalam memahami pola komunikasi dengan orang yang mereka anggap pantas sebagai sebuah simbol yang harus mereka ketahui, pahami dan dimengerti ketika interaksi telah berlangsung dalam kehidupan sosial, meskipun mereka tidak mau bahkan enggan untuk berbicara karena merasa tersisihkan dari warga yang hidup seperti manusia normal.

Istilah ini pertama kali interaksi simbolik diperkenalkan oleh Herbert Blumer dalam lingkup sosiologi, sebenarnya ide ini telah dikemukakan oleh George Herbert Mead (guru Blumer) yang kemudian dimodifikasi oleh Blumer untuk tujuan tertentu. Karakteristik dasar ide ini adalah suatu hubungan yang terjadi secara alami antara manusia dalam masyarakat dan hubungan masyarakat dengan individu.

Interaksi yang terjadi antar individu berkembang melalui simbol-simbol yang mereka ciptakan. Realitas sosial merupakan rangkaian peristiwa yang terjadi pada beberapa individu dalam masyarakat. Interaksi yang dilakukan antar individu itu berlangsung secara sadar dan berkaitan dengan gerak tubuh, vokal, suara, dan ekspresi tubuh, yang kesemuanya itu mempunyai maksud dan disebut dengan simbol.

Interaksi simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia. Bagi perspektif ini individu bersifat aktif, reflektif, kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka (Mulyana, 2001).

Dalam berinteraksi secara simbolik, PSK *High Class* yang hampir rata-rata mahasiswa di Kota Padang ini dapat menafsirkan tindakan verbal dan nonverbal. Tindakan verbal merupakan ujaran, ucapan dan kata-kata lazim dimengerti, sedangkan tindakan nonverbal merujuk kepada semua perilaku mereka yang



GAMBAR: 2 KERANGKA PEMIKIRAN

Sumber: Adopsi prediksi data dilapangan

bermakna selain dari mekanisme linguistik dalam keseharian mereka selain menjadi PSK juga berstatus sebagai mahasiswa yang dipandang punya intelektualitas tinggi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengambil lokasi di beberapa universitas negeri dan swasta di Kota Padang, dengan mengambil mahasiswa secara acak *Purposive sample* sebagai obyek dalam penelitian ini .

Desain penelitian yang akan dilakukan adalah deskriptif analitik, yang berusaha mendeskripsikan dan memberikan penjelasan tentang komunikasi dalam interaksi simbolik yang dilakukan Pekerja Seks Komersial *High Class* dikalangan Mahasiswa Kota Padang. Pendekatan *interpretif* juga digunakan dalam penelitian ini, bermaksud untuk lebih memahami bentuk pola komunikasi yang mereka lakukan agar dalam mengungkapkan peristiwa lebih menjadi obyek, maka penelitian dilakukan secara holistik. Maksudnya peneliti berupaya menjalin hubungan dengan obyek studi bersifat total, sejak awal berusaha masuk kedalam realitas kehidupan obyek studi.

Fokus penelitian ini adalah pengungkapan proses dan penjelasan tentang makna dari fenomena, sifat serta hubungan fenomena yang digambarkan sebagaimana adanya secara utuh dan multidimensional sehingga dapat diungkapkan pelbagai makna yang terkandung dan dapat merumuskan hingga pada temuan penelitian. Pendekatan kualitatif dijadikan sebagai metode untuk menganalisis data hasil penelitian ini karena penelitian kualitatif difokuskan pada pengungkapan secara mendalam berkaitan proses dan interpretasi pola komunikasi dalam interaksi simbolik yang dibangun Pekerja Seks Komersial *High Class* dalam berinteraksi di kehidupan mereka.

Penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini didasarkan atas pertimbangan bahwa pendekatan ini relevan dan cocok dengan masalah penelitian melalui interpretasi proses dan makna dari suatu fenomena yang

selanjutnya digunakan untuk membangun pemahaman dan memberikan eksplanasi terhadap fenomena yang diteliti. Fenomena tentang proses dan penjelasan tentang makna dijadikan salah satu metode dominan dalam penelitian ini, dengan maksud untuk pengungkapan proses dan interpretasi makna, yakni berkaitan bentuk interaksi simbolik pekerja seks komersial *High Class* dikalangan mahasiswa Kota padang ketika berinteraksi dengan dunia mereka dalam menjalani profesi kelamnya sebagai penaja seks.

Informan diperoleh secara langsung dari kunjungan lapangan yang di lakukan terutama di lokasi-lokasi di mana ditemui Pekerja Seks Komersial *High Class* sering beroperasi. Informan dipilih secara *purposive*, hal ini dimaksudkan agar data yang akan diperoleh mempunyai karakteristik atau kategori yang mewakili kategori dengan kesesuaian dengan data yang diperlukan. Sumber data pada penelitian ini adalah orang-orang yang dipilih dan ditetapkan tidak berdasarkan pada jumlah yang dibutuhkan, melainkan berdasarkan pertimbangan fungsi dan peran yang diemban informan sesuai fokus masalah penelitian sehingga jumlah informan penelitian ini akan diketahui saat penelitian berlangsung.

Wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan menggunakan bahasa dan istilah yang berlaku dalam masyarakat dengan menggunakan pendekatan kekeluargaan, sehingga konteks kebudayaan secara realitas dan akurat dapat diungkap tujuan untuk memahami dan menggali informasi secara mendalam dalam menyimpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat. Selanjutnya cara melakukan wawancara (*interview*) dengan menggunakan pedoman wawancara, sedangkan isi kerangka wawancara disesuaikan dengan aspek yang dikaji. Hasilnya akan dicatat secara rinci untuk diidentifikasi sebagai data lapangan.

PEMBAHASAN

LOKALISASI TEMPAT PSK *HIGH CLASS*

BERINTERAKSI

Sudah menjadi rahasia umum jika Taman Melati adalah kawasan prostitusi terselubung di Kota Padang, Sumatera Barat. Lokasinya terletak di Jalan Diponegoro. Dua lokasi wisata milik pemerintah mengapit jalan tersebut, yakni Museum Adytiawarman dan Taman Budaya Sumatera Barat. Tak hanya itu, di jalan tersebut juga terdapat bangunan toko elektronik, furniture, agen gas, dan sejumlah tempat karaoke dan pub. Sejak pagi hingga sore, kawasan tersebut ramai dengan aktivitas warga. Namun jika sudah melewati pukul 20.00 WIB, kawasan tersebut akan berganti menjadi tempat transaksi para wanita penghibur dan pria hidung belang. Fenomena lain akan terlihat berbeda di malam hari. Biasanya sejumlah taksi selalu bolak-balik dengan kecepatan rendah. Sesekali taksi itu berhenti dan menurunkan beberapa pria.

Kawasan ini pada malam hari juga kerap ditrongkrongi anak-anak muda yang mengendarai sepeda motor. Jika kita mengamati lebih dekat biasanya dipukul 24.00 para wanita-wanita seksi akan mulai aksinya dengan langsung menawarkan diri kepada pelanggan. Jika transaksi antara keduanya sepakat maka PSK tersebutpun langsung masuk kedalam mobil dan berlalu dikegelapan malam.

Tempat prostitusi terselubung lainnya adalah salon di Pondok atau disekitar kawasan Jembatan Siti Nurbaya. Jika sepiintas lalu salon itu terlihat hanya sekedar salon dengan bangunan rumah bertingkat atau lebih dikenal dengan rumah ruko. Namun jika diselidiki lebih jauh ternyata salon tersebut juga menyediakan pijat khusus bagi kaum pria. Seolah tidak mengetahui apa yang terjadi namun setiap pelanggan pria masuk ke salon itu maka satu pelayan salon dengan ciri-ciri wanita cantik dan mulus mengikuti mereka dari belakang.

Jasa pijat memiliki tarif yang telah ditetapkan khusus langsung oleh pemilik salon. Harga berlaku tergantung dari hitungan jam yang diinginkan, dan setelah diamati

dengan berpura-pura ingin melakukan perawatan, ternyata pemilik salon menyebutkan bahwa salon mereka memang menyediakan jasa pijat pria yang terapinya adalah wanita. Ada yang sedang kuliah dan adapula yang hanya bekerja menyalon di tempat tersebut.

Meskipun hotel-hotel dilarang menyediakan jasa wanita panggilan, namun dari pantauan peneliti beserta tim, di Kota Padang ternyata ada hotel-hotel yang dijadikan tempat bertransaksi dan melakukan hubungan suami istri yang bukan merupakan pasangan resmi. Namun rata-rata hotel yang menjadi tempat bagi PSK berinteraksi adalah hotel-hotel berkelas dan memiliki izin resmi, hal ini dilakukan agar mereka tidak tertangkap satpol PP ketika sedang beraksi dengan pelanggan mereka.

Bentuk Interaksi Simbolik Pekerja Seks Komersial *High Class* Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Dalam Realita Kehidupan Mereka Ketika Bekerja Menjalankan Profesi Dunia Kelam Mereka Terhadap Pelanggan Yang Mereka Anggap Mampu Merubah Kehidupan Mereka.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal. Komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi yang hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid dan sebagainya (Mulyana, 2000)

Dalam penelitian ini komunikasi interpersonal terjadi antara PSK *High Class* dan langganan mereka. Komunikasi tersebut yang pada akhirnya yang memutuskan apakah transaksi bisa dilakukan oleh kedua belah pihak. Jika dalam komunikasi interpersonal pria hidung belang dinilai kasar dan banyak melakukan penawaran, biasanya PSK *High Class* langsung bertindak tegas untuk tidak melanjutkan atau menerima tawaran untuk berkencan dengan dirinya.

Menurut para informan mereka selalu

menyeleksi setiap pelanggan belangnya dalam bertransaksi. Dia harus mampu mengenal pasangan semalamnya dalam waktu hitungan menit, jika dirinya percaya maka dia akan mengambil keputusan untuk melayani sang pelanggan. Namun jika ia sudah memiliki firasat lain atas pelanggannya maka dia secara naluri akan langsung menolak sang pelanggan dengan berbagai alasan.

Dari hasil wawancara di atas, dalam bekerja sebagai gadis malam, PSK *High Class* juga berpatokan pada komunikasi interpersonal mereka. Komunikasi interpersonal tidak hanya saja dijadikan sebagai bentuk komunikasi tatap muka, namun sekaligus sebagai pertanda bagi *feeling* mereka apakah mereka sepakat untuk melakukan transaksi atau tidak.

Komunikasi interpersonal yang terjadi pada setiap orang juga terbagi atas dua jenis, yakni komunikasi verbal dan komunikasi non verbal. Namun proses komunikasi pasti selalu terjadi terlebih dahulu sebelum satu sama lain saling mengenal. Seperti yang kita ketahui bersama, bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung. Dalam proses komunikasi yang terjadi antara PSK *High Class* dan pelanggannya dalam penelitian ini, PSK *High Class* juga menerapkan proses komunikasi yang dikemukakan Laswell tersebut, untuk melanggengkan sebuah hubungan, dan pada akhirnya komunikasi yang lebih mengarahkan kepada persuasif yang membuat para PSK *High Class* dapat menjebak pria hidung belang agar bisa membayar mereka lebih sebagai bentuk terimakasihnya karena telah memberikan kebutuhan seksualitas meskipun hanya satu malam.

Menurut Martin Fishbein sikap adalah suatu kecenderungan untuk memberikan reaksi yang menyenangkan, tidak menyenangkan, atau netral terhadap suatu obyek atau sekumpulan obyek (Djameluddin, Yosol:1994). Landasan sikap seorang komunikator dalam komunikasi persuasif adalah pada faktor motivasi

komunikator itu sendiri.

Motivasi seorang komunikator ada 3 (Djameluddin, Yosol:1994), yaitu: pertama tujuan, komunikasi persuasif itu, apakah tujuannya mengubah sikap komunikasi saja atau ingin mendapatkan suatu materi. Dalam melakoni pekerjaan seks berbayar, PSK *High Class* juga beorientasi pada tujuan, apakah hanya sekedar sebagai kebutuhan biologis saja bagi PSK *High Class*, atau benar-benar sebagai kebutuhan utama dalam memperoleh materi seperti uang yang banyak.

Menurut para informan PSK yang diwawancarai dalam penelitian ini, mereka ada yang menyatakan melayani pria hidung belang ada yang hanya sekedar memenuhi nafsu biologis dengan arti materi hanyalah kehitungan kedua, sebab kebutuhan biologis lebih penting dari segala.

Sementara itu ada pula PSK *High Class* yang melakoni pekerjaan seks tersebut sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan ekonomi mereka dalam mencukupi kehidupan sehari-hari. Kenji menuturkan dirinya terjun dalam pekerjaan haram ini adalah karena paksaan ekonomi, terutama dalam mencukupi kebutuhan sehari-hari keluarganya.

Kedua nilai: bila berbicara lebih luas nilai-nilai dapat bersifat sosial, politik, moral, ekonomi dan agama. Secara khusus Milton dan Parker menyebutkan 2 nilai, yaitu terminal dan instrumental. Terminal adalah pernyataan akhir tentang kehidupan, Instrumental adalah cara tertentu untuk bertingkah laku

Bagi PSK *High Class* di kota padang, menjadi pekerja seks komersial juga berhubungan dengan nilai, meskipun bertentangan dengan norma dan agama, namun nilai yang mereka kejar di sini adalah nilai terminal dari sebuah pekerjaan. Dalam hal terminal, selain memperoleh kepuasan, yakni kehidupan yang menyenangkan dan cinta dewasa dalam urusan seks.

Ketiga adalah, Kebutuhan: dalam hal ini kebutuhan yang dimaksud adalah apakah itu kebutuhan fisik (makanan, pakaian, seks dan lainnya). kebutuhan non-fisik (cinta, kasih

sayang, agama dan lainnya). Menjadi PSK *High Class* justru bagi beberapa informan guna mencukupi kebutuhan batiniah dan lahiriah mereka.

Dalam proses komunikasinya akan tampak lebih jelas bahwa tidak ada garis pemisah antara tujuan, nilai dan kebutuhan. Karena apa yang dianggap PSK *High Class* sebagai kebutuhan, mungkin dipandang sama pula sebagai nilai apa yang dilakukan pria hidung belang sebagai pelanggan.

Dalam hal bentuk komunikasi persuasif adalah bagian dari Komunikasi interpersonal yang sangat potensial untuk menjalankan fungsi instrumental sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain bagi PSK *High Class*, karena mereka dapat menggunakan kelima alat indera untuk memberikan stimuli sebagai daya bujuk pesan yang mereka komunikasikan kepada para pria hidung belang.

KOMUNIKASI VERBAL

Bahasa memainkan peran sentral dalam interaksi manusia dalam representasi, percakapan, dan komunikasi sosial dan publik. Pada tingkat yang paling dasar, bahasa adalah cara kita untuk melakukan representasi dan penamaan terhadap unsur lingkungan dan untuk berhubungan satu sama lain (Ruben dan Stewart, 2013:182).

Pekerjaan Seks Komersial yang di lakoni oleh mahasiswi dengan julukan *High Class* merupakan sebuah perilaku menyimpang yang terjadi di kehidupan bermasyarakat. Dalam interaksinya PSK *High Class* ini menggunakan komunikasi verbal dan nonverbal.

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau kata-kata yang dinyatakan secara oral atau lisan maupun secara tertulis (Arni:2002;95). Komunikasi verbal merupakan karakteristik khusus manusia, tidak ada makhluk lain yang dapat menyampaikan macam-macam arti melalui kata-kata. arti.

Untuk mendapatkan pelanggan yang kasar dan tidak semena-mena, PSK *High Class* juga

belajar bagaimana mempromosikan diri mereka. Salah satunya adalah dengan menggunakan bahasa yang baik dan lembut dalam berkomunikasi. PSK *High Class* yang memakai mucikari yakni orang yang mengorganisir kegiatan jualan kelamin tersebut, juga memiliki komunitas tersendiri.

Biasanya mereka juga menggunakan kata-kata atau simbol khusus yang dipahami oleh kelompok mereka saja. Salah satu informan penelitian PSK *High Class* yang menggunakan jasa mucikari untuk mendapatkan pelanggannya. Dirinya mengaku mereka juga punya kosakata sendiri untuk berbicara mengenai transaksi diantara mucikari dan kelompoknya.

Kata-kata yang diungkapkan adalah sebagai berikut:

Kata	Makna
Sukim	Payudara
Ngakim	Telinga
Bikim	Bibir
Likim	Lidah

Tidak hanya kosakata di atas saja, namun untuk urusan percintaan dan memaknai seseorang yang mereka anggap unik mereka juga memakai kata-kata tersendiri untuk melukiskan apa yang mereka lakukan atau apa yang akan mereka kerjakan. Kata-kata itu adalah sebagai berikut:

Kata	Makna
Maya	Making Love
Lebong	Lesbian
Hombreng	Homo
Susta	Payudara
Cepna/Pepsi	Kemaluan Perempuan
Lurus	Normal
Kolabs/Belok	Tidak Normal

Kata-kata kiasan di atas sengaja diciptakan komunitas PSK dalam kelompok mereka. Hal tersebut hanya sekedar keakraban saja, sebab dengan kata-kata sendiri serasa lebih dekat

dengan kelompok dan merasa bisa berbagi. Komunikasi verbal memang dibutuhkan oleh semua orang dalam berkomunikasi, namun bagi PSK *High Class*, komunikasi verbal terutama bahasa sangat penting dalam proses komunikasi persuasif. Dari hasil wawancara, bahasa merupakan sebagai lambang verbal sangat berguna bagi PSK *High Class* sebagai berikut:

BAHASA UNTUK MENYATAKAN DIRI

Berbagai cara yang menjadi kebiasaan kita berbahasa telah tertanam secara mendalam di alam bawah sadar, sehingga bahasa mencerminkan struktur diri dan pandangan seseorang. Namun sebenarnya, karena diri kita tersusun dari banyak “diri” yang berbeda, yang masing-masing mewujudkan dirinya sendiri pada setiap waktu dengan berbagai cara, maka terdapat beberapa aspek penggunaan bahasa yang secara sadar berubah-ubah dari satu pembicaraan ke pembicaraan lain, dari satu situasi ke situasi lain.

BAHASA UNTUK MENGKOMUNIKASIKAN MAKNA

Fungsi kedua ini adalah untuk membantu Pria hidung belang memahami makna pesan setepat mungkin.

BAHASA UNTUK MENGKOMUNIKASIKAN PERASAAN DAN NILAI

Fungsi yang ketiga ini adalah untuk membantu PSK *High Class* mengisyaratkan pada langgan malam mereka suatu perasaan, sikap dan nilai yang diutarakan wanita-wanita malam tersebut.

Komunikasi verbal memang adalah komunikasi yang penting dalam percakapan sehari-hari. Proses komunikasi memang dimulai dengan baik tergantung dari lambang verbal yang diucapkan seseorang, sebab bahasa mampu mengindetikkan semua orang, termasuk karakter seseorang.

Bagi PSK *High Class*, bahasa sebagai

lambang verbal yang berarti, sebab keanggunan mereka rata-rata diukur juga oleh pelanggan mereka, dari segi bahasa. Jika bahasa yang mereka gunakan baik, sopan dan efektif maka keuntungan lain bagi mereka adalah jasa mereka dalam urusan kelamin bisa dipakai terus-menerus kedepannya. Karena sifatnya pekerjaan kelamin adalah selain kepuasan seks yang paling utama, bahasa verbal juga di pandang sebagai faktor pendukung bagi pelanggan prostitusi dalam mengencani teman wanita malamnya.

Dalam tabel di bawah ini, menunjukkan model PSK *High Class* dalam menggunakan komunikasi verbal adalah untuk mencerminkan struktur dirinya dan pandangan dirinya pula atas pelanggan atau yang memakai jasanya. PSK *High Class* menggunakan bahasa verbal dalam bentuk bahasa persuasif agar dirinya mendapat perhatian lebih bagi sewaanannya. Biasa percakapan dimulai dari percakapan ringan dengan bahasa-bahasa menggoda yang penuh makna sehingga proses kedekatan pun terjadi dan berakhir dalam kesepakatan dan transaksi.

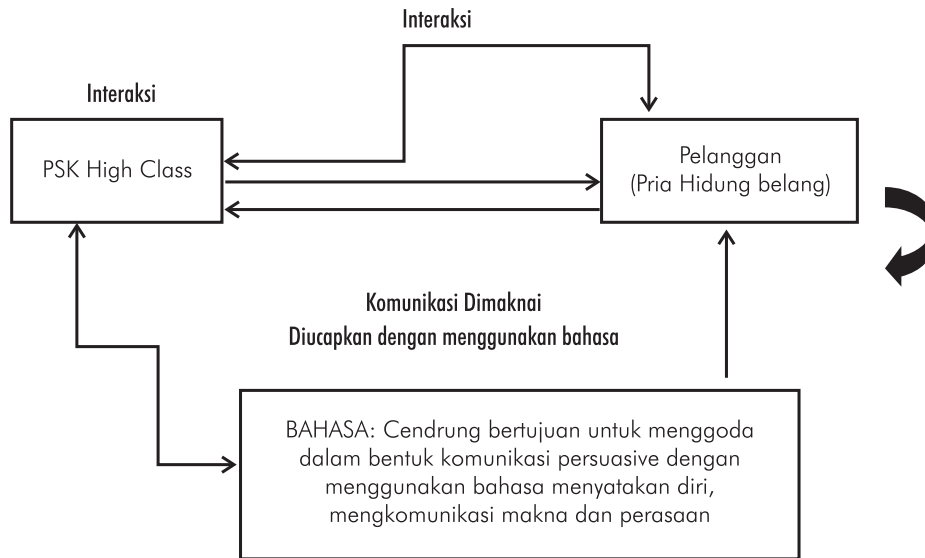
KOMUNIKASI NON-VERBAL

Komunikasi non-verbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata, komunikasi ini menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, intonasi nada (tinggi-rendahnya nada), kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak dan sentuhan-sentuhan (Arni:2002). Komunikasi non-verbal ini paling banyak pengaruhnya dalam proses komunikasi persuasif, karena dalam prosesnya komunikasi lebih banyak dan lebih mempercayai tanda-tanda non-verbal dari pada verbal

Adapun bentuk komunikasi non verbal yang sering dilakukan PSK *High Class* ketika berada di panggung depan diri mereka adalah sering melakukan beberapa hal, dan simbol tersebut terlihat ketika melakukan hal-hal sebagai berikut:

Pesan visual, meliputi:

a. Kinesik yang menggunakan gerakan-



GAMBAR 3. MODEL KOMUNIKASI VERBAL:

Sumber Data dari lapangan

gerakan tubuh yang berarti yang meliputi mimik wajah, mata (lirikan-lirikan), gerakan-gerakan tangan dan yang terakhir keseluruhan anggota badan (tegap, lemah gemulai dan sebagainya)

Dalam penelitian ini kinesik menjadi faktor paling dominan dalam menyampaikan maksud keinginan PSK *High Class* dalam berinteraksi dengan pasangan gelap mereka. Kinesik yang ditonjolkan biasanya adalah gerakan tangan yang membuat pasangan mereka terangsang, Warna kuku di poles dengan menggunakan warna merah cabai, untuk menambah eksotik gerakan tangan.

- b. Proksemik merupakan penyampaian pesan-pesan melalui pengaturan jarak dan ruang. Menurut Allan Pease manusia mempunyai wilayah-wilayah atau zona dalam berkomunikasi, wilayah juga berarti daerah atau ruang yang rang klaim sebagai miliknya, yang seolah-olah merupakan perluasan dari tubuhnya (allan:1996;14).

PSK *High Class* pun ternyata punya jarak wilayah dalam mendekati pelanggan-pelanggan mereka. Pengaturan jarak dalam berkomunikasi ini merupakan, sesuatu yang penting untuk menjaga citra diri mereka dihadapan pelanggan, meskipun akhirnya

memang harus menanggalkan citra diri tersebut ketika telah bermalam bersama. yakni zona intim dengan jarak sekitar 10-30 cm yang dipakai ketika melayani nafsu seks pelanggan, zona pribadi 40 cm-1,2 meter merupakan zona untuk berkenalan dan mengakrabkan diri saja, dan zona umum berjarak 1,2-3 meter dari jarak pandang. Zona ini merupakan zona yang dipakai untuk mencari pria-pria hidung belang yang bisa memuaskan dan memberikan material yang berlebih bagi mereka.

- c. Artefak diungkapkan melalui penampilan-penampilan tubuh yang meliputi pakaian dan kosmetik. Umumnya pakaian digunakan untuk menyampaikan identitas PSK *High Class*. Dalam menyampaikan identitas berarti menunjukkan kepada orang lain bagaimana perilaku kita dan bagaimana sepatutnya orang lain memperlakukan kita.

PAKAIAN DAN CARA MENGKOMUNIKASIKAN IDENTITAS SUBYEKTIF

Selama melaksanakan penelitian yang pertama dilihat oleh peneliti adalah bagaimana cara PSK *High Class* mengekspresikan dirinya

melalui pakaian. Dari pola pemakaiannya, tim peneliti dapat melihat informasi apa yang hendak disampaikan oleh PSK *High Class* melalui pakaian yang ia pilih, dimana ini adalah identitas subyektif dirinya yang ingin ia refleksikan kepada pelanggannya. Meskipun tim peneliti hanya bisa mengamati dari jarak jauh seperti yang disepakati, dari penelitian ditemukan bahwa pola-pola berpakaian yang merefleksikan identitas subyektif wanita-wanita penaja seks muda tersebut adalah sebagai berikut :

a. Mengadopsi penampilan *all out*.

Sebagai pekerja seks tujuan utama wanita muda tersebut tentu saja sudah dapat dipastikan untuk memuaskan para langganannya, sehingga kemudian PSK *High Class* mengekspresikan identitas mereka melalui cara berpakaian, dimana semua penampilan dibuat berbeda, jauh dari seseorang yang tak mungkin bisa dikenali sebelumnya. Bergaya bak artis ibu kota. Penampilan yang luar biasa tersebut, seolah mereka ingin menjelma sebagai perempuan yang cantik, yang anggun dan memiliki nilai plus dihadapan para pria hidung belang.

Tidak hanya sekedar dengan balutan busana yang sangat cantik dan rapi, namun juga ditambah lagi perilaku mereka cenderung genit dengan tujuan semata-mata hanya untuk menarik perhatian sang lelaki hidung belang.

MAKE-UP DAN CARA MENGKOMUNIKASIKAN IDENTITAS SUBYEKTIF

Make-up bagi pekerja seks komersial kelas mahasiswa adalah salah satu elemen terpenting dalam menyempurnakan penampilan mereka. Setelah memutuskan memilih pakaian yang cocok bagi tubuh mereka, *make up* menjadi polesan-polesan yang justru punya nilai plus bagi wajah mereka.

Bahkan untuk mempelajari memakai *make up* yang menarik diantara mereka ada yang belajar dari buku, kursus singkat disalon-salon terkenal dikota Padang, atau belajar otodidak

melalui internet yakni tutorial *make-up* di internet lebih memudahkan mereka untuk mencari referensi terbaru. Penggambaran identitas diri PSK high class dapat dilihat dari cara wanita muda ini mengaplikasikan *make-up* dalam kehidupan sehari-hari ketika menjadi seorang wanita malam. yaitu sebagai berikut :

a. Tampilan Natural

Perbedaan antara PSK biasa dengan PSK high class terletak pula dari dandanan. Banyak PSK pada umumnya yang mengidentikkan diri mereka dengan dandanan yang menor dan norak, tapi pada kenyataannya PSK *High Class* sendiri mengakui bahwa mereka lebih menyukai tampilan yang natural dan *soft*. Dandanan yang segar dan menggunakan warna-warna netral seperti coklat, merah bata dan warna-warna tanah.

b. Minimalis

Penampilan minimalis, dalam posisi *make up* yang tidak berlebihan justru mempunyai nilai lebih bagi para PSK *High Class*. Para informan mengatakan, minimalis mencirikan wanita penuh *power* dan sangat dicari oleh laki-laki dewasa.

AKSESORIS DAN CARA MENGKOMUNIKASIKAN IDENTITAS SUBYEKTIF

PSK dalam berinteraksi menggunakan aksesoris terkadang disesuaikan dengan warna-warna kesukaan mereka. PSK *High Class* juga pribadi yang sangat menggilai aksesoris bahkan mereka cenderung sangat tergantung dengan aksesoris untuk melengkapi penampilan mereka.

Ada beberapa aksesoris yang sudah dianggap sebagai aksesoris khas PSK seperti wig dan kalung serta gelang-gelang dengan tampilan warna yang mengikuti trens jaman. Tapi seiring dengan perkembangan jaman sudah banyak PSK yang meninggalkan aksesoris-aksesoris yang terlalu mencolok, karena menurut mereka sudah tak pantas dalam usia mereka, seakan bertolak belakang dengan usia mereka yang sangat muda.

PROSES INTERAKSI SIMBOLIK PSK *HIGH CLASS* DI KOTA PADANG

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti diketahui memang benar bahwa PSK *High Class* berkomunikasi melalui interaksi sosial dengan para pelanggannya. Termasuk juga ketika mereka harus menjadi mahasiswi di perguruan tinggi. Namun, dalam proses interaksi sosial PSK *High Class* menggunakan simbol-simbol seperti pakaian, *make-up* dan aksesoris dalam proses interaksi mereka dalam menjalani prosesi sebagai kupu-kupu malam, dan inilah yang disebut interaksi simbolik. Bahwasanya PSK *High Class* memiliki ciri khas tertentu yang mampu membentuk identitas pribadi mereka sebagai wanita panggilan, yang mereka tampilkan melalui simbol-simbol dalam *fashion* (pakaian, *make-up* dan aksesoris) yang mereka gunakan.

Contohnya saja, kuku yang dipoles dengan warna-warna mencolok, pakaian yang serba mini dan seksi di malam hari hingga subuh. Proses interaksi simbolik yang dilakukan oleh PSK *High Class* juga berlangsung pada penggunaan *fashion* (pakaian, *make-up* dan aksesoris) dalam kehidupan malam mereka. Namun dikala menjadi mahasiswi, PSK *High Class* disini selalu berusaha menutup diri mereka sedemikian rupa. Kita tidak pernah mengetahui bahwa seorang PSK *High Class* adalah seorang mahasiswa yang menuntut pengetahuan. Hal tersebut mereka lakukan, karena mereka tidak menginginkan masyarakat atau siapapun tahu siapa diri mereka, karena pekerjaan mereka yang kotor.

Pemilihan *fashion* (pakaian, *make-up* dan aksesoris) diatas merupakan proses interaksi simbolik PSK *High Class* sebagai bentuk komunikasi non verbal dalam mengkomunikasikan identitas mereka. *Fashion* (pakaian, *make-up* dan aksesoris) sebagai bentuk simbol-simbol yang memiliki nilai dan makna bagi kelompok PSK *High Class*.

Dalam komunikasi antar pribadi para PSK *High Class* berusaha pula memahami interaksi secara simbolik terutama dalam memahami pola komunikasi dengan orang yang mereka

anggap sebagai pasangan semalam mereka. Interaksi simbolik yang digunakan PSK *High Class* dari berbagai faktor pun menjadi pendorong bagi pria hidung belang untuk memakai jasa mereka

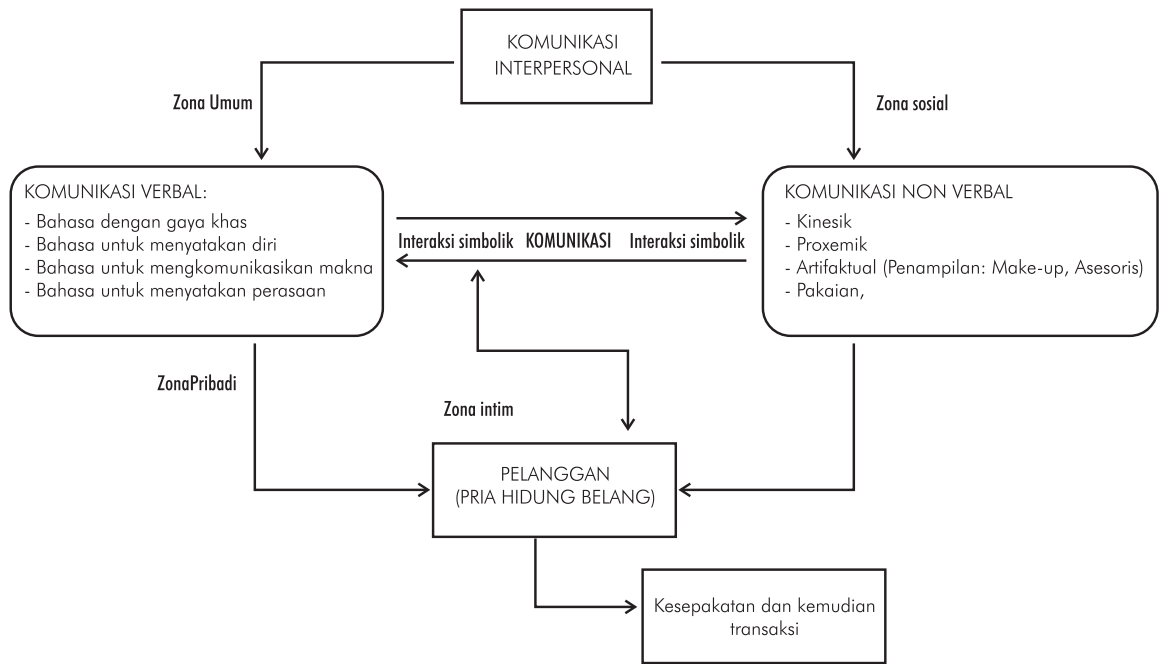
Simbol-simbol yang dipakai PSK *High Class* dalam penelitian ini tak jauh dari baju yang minim dan seksi beserta aksesoris pendukungnya, *make up*, parfum serta berusaha menjaga keseimbangan tubuh dalam keseluruhan penampilan mereka. Sementara itu Dalam perspektif Blumer seperti yang dikutip Paloma (1984), teori interaksi simbolik mengandung beberapa ide dasar :

Interaksi simbolik tidak hanya sekedar simbol-simbol saja yang diperhatikan, namun juga bagaimana proses tersebut bisa menyatu dalam kehidupan seorang PSK, sebab simbol adalah lambang yang mudah dikenali orang, apalagi jika berlebeling PSK. Untuk itu dapat digambarkan bahwa komunikasi interpersonal yakni berupa komunikasi verbal dan non verbal sangat berpengaruh bagi penampilan depan seorang PSK *High Class*. Hal ini terjadi karena komunikasi interpersonal adalah sisi depan yang harus ditonjolkan dalam memainkan peran sebagai pekerja seks komersial profesional. Mereka juga memiliki area atau zona-zona dalam berhubungan dengan pelanggannya, jarak ini merupakan jarak komunikasi yang mereka lakukan dalam menjual diri dan yang tak paling ketinggalan adalah simbol-simbol yang mereka tunjukkan dalam berinteraksi dengan pria hidung belang yakni dalam urusan penampilan mereka. Adapun model komunikasi interpersonal itu terlihat dalam gambar terlampir:

Bentuk Interaksi Simbolik Pekerja Seks Komersial *High Class* Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Dalam Realita Kehidupan Mereka Ketika menjadi mahasiswa

BERPAKAIAN SIMPLE KASUAL KARENA ALASAN KENYAMANAN.

Sebagian besar informan yang berhasil diwawancarai oleh tim peneliti mengatakan bahwa gaya pakaian yang cenderung simpel dan



KET: GAMBAR 4, MODEL KOMUNIKASI INTERPERSONAL PSK HIGH CLASS DALAM KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL.

Sumber: data dari lapangan

kasual adalah gaya pakaian yang mereka pilih untuk tampilan sehari-hari, karena menurut mereka gaya seperti ini lebih memberikan rasa nyaman dalam beraktivitas. Mereka tidak terlalu memusingkan pakaian mereka apakah feminim atau masih ada maskulinnya selama pakaian tersebut nyaman mereka gunakan, dan busana casual tanpa muka polesan *make up*, juga akan menutup identitas mereka sebagai PSK ketika sedang menuntut ilmu pengetahuan. Dengan alasan yang sangat privasi banyak para informan yang merupakan PSK *High Class* tersebut mengaku, mereka tidak jual tampang dan tampilan ketika duduk dibangku kuliah, namun menujal otak dan pikiran.

Meskipun dinilai bejat di belakang namun beberapa informan PSK beranggapan mereka juga harus mengejar tingkat pendidikan, karena hidup ini suatu saat bisa berubah tanpa dikehendaki.

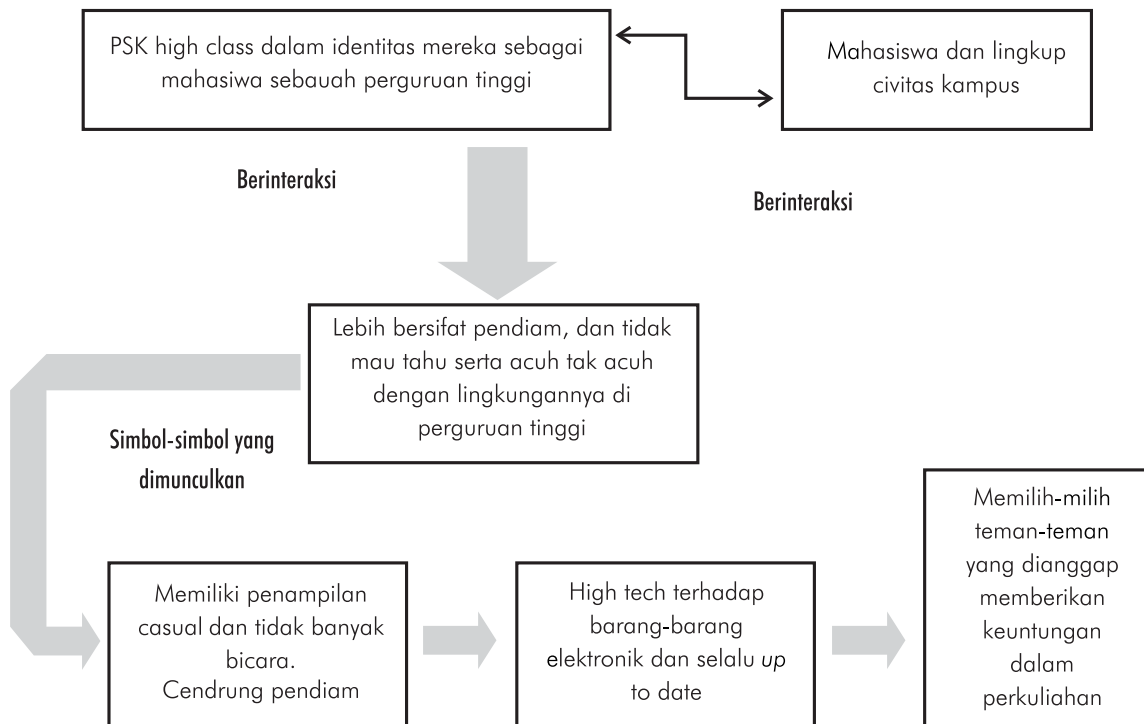
Rasa nyaman memang sangat diperlukan oleh kelompok ini dalam menentukan identitas mereka ketika berada dalam institusi yang berbeda dari gemerlap malam. Hal senada juga disampaikan oleh Astrid. Keluarganya

hingga kini tidak pernah tahu apa yang dilakukan anak gadisnya ketika malam hari tiba. Astrid mengaku dia memang tidak terlalu fokus untuk kuliah lagi, namun ia akan berusaha menamatkan kuliahnya demi selebar ijazah yang diinginkan oleh orangtua.

FULL UP TO DATE DENGAN MEDIA SOSIAL DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI CANGGIH

Mungkin semua mahasiswa sudah tidak asing lagi dengan barang-barang elektronik mewah yang dibawanya ke kampus. Dalam pemakaiannya semua orang terkesan sudah sangat menguasai teknologi yang dinilai sangat canggih tersebut.

Wanita-wanita penghibur ini juga menjadi salah satu hedonis-hedonis yang tak lepas dari barang elektronik mewah seperti *gadget*, *I Phone*, dan lain sebagainya. Menurut salah seorang PSK *High Class*, dirinya tak pernah lepas dari *chat* via telepon dalam orderan bisnis gelapnya. Di dalam kelas setiap mata kuliah dimulai hingga selesai, dia selalu menghidupkan telepon genggam agar terus



GAMBAR 3, MODEL KOMUNIKASI INTERAKSI SIMBOLIK PSK HIGH CLASS DALAM KOMUNIKASI DILINGKUP KAMPUS.

Sumber: data dari lapangan

dapat melakukan komunikasi dengan pada pelanggannya.

MENJAGA JARAK DALAM PERTEMANAN DENGAN CIVITAS KAMPUS.

Dalam berinteraksi dengan sesama di bangku perkuliahan, PSK *High Class* cenderung tertutup dan memilih-milih pertemanan. Hal ini sengaja mereka lakukan agar pekerjaan sampingan mereka tidak diketahui oleh teman-temannya.

Menutup rapat identitas mungkin adalah sebuah perbuatan yang dinilai positif bagi sebagian wanita yang bekerja sebagai PSK, namun kecenderungan menutup diri tersebut adalah bagian dari ekspresi komunikasi yang bersifat tertutup.

Sulit memang untuk mengidentifikasi seorang PSK *High Class* di bangku perkuliahan, sebab rata-rata mereka enggan untuk menunjukkan identitas tersebut, dengan alasan tidak bisa diterima oleh lingkungan mereka. Simbol-simbol yang mereka tunjukkan dalam

interaksi di lingkungan kampus, memang sedikit buram. Jauh bertolak belakang dengan keadaan ketika mereka harus menjadi seorang Pekerja seks komersial.

Dapat digambarkan bahwa dalam perkuliahan PSK *High Class* punya cerita lain dalam berinteraksi. Sejenak mereka meninggalkan lakon mereka sebagai penaja seks, sebab perkuliahan adalah faktor utama yang harus mereka selesaikan dalam hidup ini demi tanggung jawab terhadap keluarga mereka.

Adapun model komunikasi interaksi simbolik yang terjadi di dalam diri PSK *High Class* ketika sedang berada di perguruan tinggi tempat mereka kuliah adalah sebagai berikut:

SIMPULAN

1. Secara verbal mereka memiliki bahasa tersendiri yang merupakan kesepakatan dengan anggota komunitas lainnya dimana hanya anggota dari komunitas yang mengetahui arti kata tersebut, dan untuk

bahasa kepada langganannya PSK cenderung menggunakan bahasa-bahasa yang relatif sopan, manja dan penuh syarat makna, misalnya mengucapkan sesuatu dengan lemah lembut dengan tujuan ada yang diinginkan dalam percakapan itu. PSK *High Class* juga mempunyai jarak komunikasi dalam memainkan perannya sebagai pekerja kelamin. Jarak komunikasi itu disebut dengan zona. Zona ini terbagi atas 4 (empat), yakni zona umum, zona sosial, zona pribadi dan zona intim. Secara non verbal mereka menggunakan simbol dalam penampilan untuk membedakan merek dengan PSK biasa. Simbol tersebut terlihat dari penggunaan pakaian, *make up* dan asesoris yang seperlunya saja.

2. Dalam interaksi simbolik di perguruan tinggi, para PSK *High Class* cenderung tertutup dan tidak banyak bicara. Simbol penampilan merekapun hampir sama dengan mahasiswa biasa, yakni menggunakan pakaian yang sifatnya lebih kasual agar terlihat nyaman, namun simbol yang paling mencolok bagi mereka ketika berada didalam kelas adalah selalu aktif dengan telpon seluler mereka, sehingga dalam perkuliahan pun mereka terlihat sibuk dengan barang-barang elektronik canggih yang dimilikinya. Para PSK *High Class* juga cenderung menjaga jarak dengan teman-temannya, sebab mereka takut ketahuan apa yang dilakukan dibelakang layar, oleh karenanya mereka cenderung memilih teman yang menguntungkan untuk kebaikan dirinya dalam menuntut ilmu pengetahuan di jenjang perkuliahan

Sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian maka dibawah ini peneliti memberikan saran pada semua PSK yang dijuluki high class khususnya yang berada di Kota Padang, sebagai berikut:

1. Diharapkan orang tua juga mengambil peranan yang penting dalam proses pergaulan anaknya, dalam hal ini mereka yang terlanjur menajdi pekerja seks

komersial. Sebab rata-rata yang melatarbelakangi mereka menjadi PSK selain kekecewaan karena putus cinta, tidak perawan dan himpitan faktor ekonomi, juga disebabkan kurangnya kasih sayang dan perhatian dari orang tua mereka, sehingga saat mengalami permasalahan seringkali melakukan hal-hal yang merusak diri sendiri.

2. Diharapkan pemerintah kota Padang bekerja sama dengan civitas akademika (Universitas), aktif mulai memberlakukan perda khusus bagi kaum terpelajar untuk mendapat hukuman jika ketahuan menajdi pekerja seks komersial. Sehingga hukuman tersebut memberikan efek jera bagi pelakunya dan berhenti menjalankan diri mereka sebagai PSK kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bogdan, Robert C. and Biklen. 1982. *Qualitative Research For Education: An Introduction to Theory and Method*, Boston: Allyn and Bacon Inc.
- Bennet, John W, 1982, *Of time And Enterprise North American Famaly Farm Management in A Context of Resource Marginality*, Minneapolis, University of Minneesota, Press.
- Charon, Joel M. *Syimbolic Interactionism*. Prentice Hall Inc. Englewood Cliffs, N.J. 1979
- Cresse, D.R & J.W. Coleman. 1984. *Social Problem*. Newyork: Harper& Row Publisier.
- Cangara, Haried. Pengantar Ilmu Komunikasi, PT. grafindo persada Jakarta
- Effendy, Onong Ucjhana. 1997. *Ilmu Komunikasi:Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Endang Sulistyaningsih, Terence H. Huli, Gavin W. Jones, Pelacuran di Indonesia Sejarah dan Perkembangannya, Pustaka Sinar Harapan bekerja sama dengan The Ford Fondation Jakarta, 1997
- Fisher, B. Aubrey dan Ketherine L. Adams. 1994. *Interpersonal Communication: Pragmatics Of Human Communication*. Edisi ke-2, New York.
- Griffin, Emory A. 2004. *A First Look At Communication Theory*. New York: McGraw-Hill
- Hadi, Sutrisno, Metodologi Research Untuk Penulisan Paper, Skripsi, Thesis dan Disertasi Jilid 2, Andi Offset, Yogyakarta, 1994
- Hurmain, Imam. 2011. Pekerja Seks Komersial Kota

- Batam, Graha Pers: Pekanbaru.
- Irawan, Prasetya, 2004. *Logika dan Prosedur Penelitian*, Jakarta, STIA-LAN Press.
- Jalaluddin Rakhmat, M.Sc, Psikologi Komunikasi edisi Revisi, PT Remaja Rosda Karya, Bandung, 1997
- Littlejohn, Stephen, W. 2004. *Theories of Human Communication*. New York, USA, Artists Right Society (ARS)
- Kartono, Kartini. 2004. *Pathologi Sosial I*, Jakarta: CV Rajawali Pers.
- Koentjara. 2004. *Potret Masyarakat Yang Terpinggirkan*. Yogyakarta: Tinta Jogjakarta.
- Fikom UNISBA. 2002. *Mediator kumpulan Jurnal*. Bandung
- Kevin Hogan, the Psychology of persuasion, Provesional Books, Jakarta, 1997
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- 1998. *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-orang Berbeda Budaya*. Bandung: PT. Rosdakarya
- Mardalis, Metode Penelitian, Bumi Aksara, Jakarta, 1993
- Mulyana, Deddy, Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru dan Ilmu Sosial Lainnya, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung, 2001
- Ningrum, Elva, Rona. 2008. Pekerja Seks Komersial Yang Termodifikasi di Pekanbaru-Riau. Dimuat dalam Jurnal Online Unisba Kajian Gender. Bandung.
- Miles, Matthew B dan Michael Huberman, Analisis Data Kualitatif : Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru, Universitas Indonesia Press, Jakarta, 1992
- Mudjijono, 1985, pelacuran dipasar kembang, skripsi S1 Antropologi fakultas ilmu budaya Universitas Gadjah Mada.
- , 2000, Sarkem Balokan (reproduksi pelacuran ditempat pelacuran), Tesis S2 Antropologi fakultas ilmu budaya Universitas Gadjah Mada.
- Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, Dilengkapi Contoh Proposal dan Laporan Penelitian, CV. Alfabeta, Bandung, 2005
- Soedjono D. SH, Pelacur ditinjau dari segi Hukum dan kenyataan dalam Masyarakat, PT. Karya Nusantara Bandung, 1977.
- Surakhmad, Winarno, 1982. *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Transito.
- Soekanto, Soerjono, 2002. *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali Press.
- Sutaryo, 2001. *Sosiologi Komunikasi: Perspektif Teoritik*. Arti Bumi Intaran: Yogyakarta.
- Suharsimi arikunto, "prosedur penelitian suatu pendekatan praktek", PT. Rineka Cipta Jakarta. 1996
- Ruben, B. D dan Steward, L.P. 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Setiadi, M. Elly & Kolip Usman, 2011. *Pengantar Sosiologi: Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial; Teori Aplikasi Dan Pemecahannya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shibutani, Tamotsu. 1989. *Social Process, An Introduction to Sociology*. Berkeley: University of California Press.
- Terrence, H.Hull, 1997. *Pelacuran di Indonesia (Sejarah dan Perkembangannya)*. Jakarta: Perpustakaan Utan Kayu.

INTERNET:

- Kisah Penjaja Seks Pasar Kembang(1); Konsumen Terbesar Mengaku Mahasiswa, www.indomedia.com/bernas. 3 maret 1999 ; waktu akses 14 September 2014 pukul 01.45 WIB
- teori prostitusi: antara feminis radikal dan seks radikal, www.tentang-laki-laki.blogspot.com, waktu Akses 16 September 2014; pukul 23.30 WIB