

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan

1. Tekstur Danau Poso

Sanur menjadi salah satu destinasi yang cukup terkenal untuk menjelajahi lokalisasi yang telah ada sejak 1948 hingga saat ini yang dimaknai sebagai destinasi wisata seks. Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan bagaimana seks dan bisnis seks dimaknai oleh pelaku seks, konsumen, masyarakat serta setting lingkungan di Danau Poso. Dan akan berusaha menjelaskan praktik komunikasi yang dipengaruhi oleh setting/konteks Danau Poso itu sendiri.

Danau Poso menjadi sebuah lokasi yang sangat identik dengan praktik wisata seksnya. Bagaimana tidak, warga Bali yang ditemukan sering kali mengatakan hal tersebut ketika mendengar Danau Poso sehingga membuat kesan terhadap kawasan tersebut sebagai ruang yang identik dengan wisata seksnya. Wisata seks di daerah Sanur tidak sulit untuk ditemukan, karena terdapat sebuah ciri khas yang memudahkan wisatawan menemukannya, yang juga telah banyak diulas diberbagai forum diskusi dan juga media sosial tentang wisata seks di Sanur sehingga dapat memudahkan wisatawan menemukan tempat tersebut.

Rumah X yang berarti Brothel merupakan salah satu model yang ditawarkan oleh Danau Poso dalam menawarkan wisata seks, yang kemudian akan menjadi fokus pada penelitian ini, disamping model lainnya yang tersedia di Danau Poso, Sanur seperti *spa plus-plus*, serta bar yang menawarkan PSK. Rumah X merupakan sebuah ciri khas yang ditawarkan Sanur sebagai tempat yang menyediakan jasa pelacuran dengan simbol huruf "X" di belakang nomor rumah yang sekaligus menandai tempat tersebut sebagai tempat pelacuran. Huruf X sendiri digunakan untuk mengidentikan sebuah praktik di Danau Poso yang identik dengan konten dewasa. X sendiri menurut pemilik rumah berarti persilangan yang kemudian digunakan untuk menandakan pelacuran. Tanda X menjadi sebuah ciri khas yang dimiliki Danau Poso dan juga

pelacuran di Sanur, Denpasar. Berbeda dengan Belanda yang kemudian menggunakan lampu merah sebagai penanda praktik pelacuran.

Model Rumah X itu sendiri akan menawarkan hal yang berbeda disetiap rumahnya, tergantung strategi dari setiap pemiliknya. Ada yang menggunakan model “aquarium” atau pun yang yang biasa dimana perempuan duduk dikursi dan pengunjung memilih langsung ataupun dengan menunjukan foto. Model aquarium itu sendiri adalah model dimana perempuan akan ada dalam sebuah kaca layaknya ikan dalam sebuah aquarium yang kemudian wisatawan bisa memilih dari luar untuk menggunakan jasanya. Menurut Gunther pada (Martin, 1998 hal. 71), Pariwisata seks telah menjadi titik awal pariwisata seks sebagai intitusi sosial dimana wisatawan mereproduksi intitusi ini dengan menggunakannya. Menurutnya, seorang wisatawan yang menggunakan pelacur lokal bukanlah seorang wisatawan seks, kecuali jika ada pariwisata seks sebagai pelacuran berorientasi wisata yang dilembagakan di tempat liburannya, yang artinya Danau Poso merupakan sebuah tempat pelacuran

Rumah X merupakan model “rumah” layaknya tempat tinggal yang di dalamnya menyewakan perempuan tanpa harus membayar biaya kamar. Hanya saja konsumen harus menyewa perempuan yang disediakan disetiap rumah. Perempuan yang disediakan disetiap rumah X di Danau Poso akan berbeda. Maka wisatawan bisa memilih perempuan yang sesuai kriteria mereka, dan jika tidak ada yang menarik pada rumah yang dikunjungi, maka wisatawan bisa pergi dan mencari pada rumah x lainnya sampai wisatawan mendapatkan yang mereka cari. Wisatawan biasanya akan bertemu seorang laki-laki yang menunggu didepan rumah untuk menawarkan jasa prostitusi yang disediakan lalu mengantarkan kedalam.

“ Nanti biasanya didepan rumah itu ada yang nunggu bapak-bapak buat nawarin. Kalo ada yang cocok nanti kita bisa ambil, tapi kalo enggak cocok biasanya kita bisa enggak jadi terus cari dirumah lain, kalo yang diaquarium nanti ceweknya ada di dalam kaca gitu”.(wawancara dengan Yana pada 20 Februari 2019)

Berbeda dengan calo yang akan menawarkan pada seseorang yang sedang dijalan, Calo akan menarik wisatawan dengan memperlihatkan foto perempuan atau hanya menawarkan jasa prostitusi dan akan diantar kerumah x yang ada disana. Calo akan diberikan komisi oleh pemilik rumah sekitar RP. 20.000,- setelah mengantarkan wisatawan. Calo tersebut biasa disebut ANJELO “Antar Jemput Lonte”.

Danau Poso dan Danau Tempe merupakan kawasan yang populer untuk menemukan rumah X di Sanur. Terdapat perbedaan mendasar mengenai kedua tempat tersebut, yaitu dari segi harga. Meskipun, daerah yang sangat berdekatan dan hanya terpisahkan jalan raya membuat daerah tersebut memiliki harga berbeda. Danau Poso lebih terkenal dengan harga lebih mahal dari Danau Tempe, yakni Rp 200.000 untuk sekali menggunakan jasa tersebut. Sedangkan, harga yang ditawarkan Danau Tempe yaitu sekitar Rp 50.000. Harga yang ditawarkan tersebut hanya untuk pelayanan dalam rumah atau wisma yang disediakan. Berbeda dengan tarif jika perempuan dibawa keluar wisma, yaitu Rp 700.000 dengan batas waktu tiga jam.

Keberadaan Danau Poso sebagai tempat wisata seks tentunya dimaknai berbeda oleh setiap orang di dalamnya. Pada pembahasan ini akan dibagi menjadi tiga kategori dari yang terlibat: Pertama Penyedia Jasa yang mencakup Pemilik Rumah X, Perempuan Seks Komersil, serta ANJELO. Kedua adalah Masyarakat (host) Danau Poso. Ketiga adalah wisatawan yang telah berkunjung ke Danau Poso sebagai konsumen dari praktik pelacuran, dengan maksud memahami makna dan proses-proses menempatkan kualitas simbolisnya, serta jaringan masyarakat dan hubungan sosial yang terus mendefinisikan dan menciptakan sosial dan konteks spasial (Adams, 2001; xiv).

Bisnis wisata seks di Danau Poso akan dimaknai berbeda oleh orang yang terlibat, misalkan salah satu pemilik dari rumah x memaknai bisnis tersebut sebagai hal yang sah saja untuk dilakukan melihat pemilik rumah telah memberikan lapangan pekerjaan kepada seseorang yang tidak memiliki keterampilan khusus serta pendidikan yang tinggi.

“Aku kan juga memberikan lapangan pekerjaan bagi orang yang tidak mempunyai keterampilan dan pendidikan yang tinggi, apalagi sekarang

nyari pekerjaan susah, sampe-sampe yang kerja disini aja dari pulau jawa kebanyakan” (wawancara dengan pemilik rumah x pada 20 Mei 2019)

Pemilik rumah x menjelaskan hal tersebut melihat dari jawaban yang sering kali dikemukakan oleh PSK yang hendak bekerja sebagai pekerja mereka, karena uniknya terdapat sebuah seleksi atau perekrutan yang dilakukan oleh pemilik rumah untuk memilih siapa yang bekerja pada mereka. Seleksi yang dilakukan bertujuan untung menarik wisatawan yang hendak mencari wisata seks, karena hal tersebut yang akan menjadi kunci penghasilan bagi setiap pemilik rumah X.

“Kalo ga diseleksi, kita ga dapat pelanggan dong. Karena kan biasanya kalo ceweknya ga bagus orang bisa aja gak jadi dan nyari ketempat lain. Kalo ceweknya oke kan bisa jadi ada yang langganan kesini.”(wawancara dengan pemilik rumah x pada 20 Mei 2019)

Seleksi dapat dikatakan sebagai sebuah usaha dan strategi dalam melancarkan eksistensi Danau Poso sebagai objek wisata sebagai komoditi yang dijual. Seleksi itu sendiri dilakukan karena banyaknya persaingan yang terjadi pada sektor wisata seks di Danau Poso itu sendiri, sehingga setiap pemilik rumah akan memilih perempuan yang telah ditentukan kriterianya untuk bisa bekerja di rumahnya dan bisa mendapatkan pelanggan yang tentunya menguntungkan bagi penghasilan pelaku bisnis, sedangkan seleksi dilakukan oleh pengelola atau pun asisten dari pelaku bisnis

“Ya kita bersaing sama yang lainnya, makannya kita pasti lakukan wawancara seleksi buat yang mau jadi PSK disini. Tapi ya kita jarang menolaknya, ada satu dua yang kita ga terima, biasanya kita bilang karena sudah penuh.”(wawancara dengan pemilik rumah x pada 20 Mei 2019).

Persaingan tersebut terjadi karena banyaknya model yang sama dalam menawarkan perempuan di Danau Poso. sehingga setiap rumah memiliki strategi yang berbeda, dan bukan hanya dari segi kepemilikan pekerja saja, tetapi strategi yang kemudian dilakukan penyedia jasa dilakukan dalam berbagai hal. Seperti fasilitas kebersihan yang dapat menarik wisatawan, atau dengan fasilitas kamar yang

berbeda disetiap rumah, dan juga beberapa model rumah x yang membuka kantin sebagai fasilitas sekaligus pemasukan keuangan lainnya dari adanya kegiatan wisatawan yang berkunjung pada rumah tersebut. Pada sebuah tempat yang telah menjadi tempat wisata di Bali, ditemukan berbagai aktivitas seperti adanya Toilet umum, atau sebuah warung yang kemudian menjadi salah satu fasilitas dari tempat wisata tersebut, sama seperti pada rumah x, kantin dibuka sebagai akibat dari adanya sebuah kegiatan di rumah tersebut yang berkunjung sebagai wisatawan, berbeda dengan rumah masyarakat biasa yang tentu tidak akan membuka kantin ketika tidak ada kegiatan wisata didalamnya.

Bisnis wisata seks juga dimaknai berbeda oleh beberapa masyarakat yang telah menjadi bagian dari adanya Danau Poso karena dengan berkembangnya sektor pariwisata pada sebuah wilayah dinilai akan ada yang dirugikan dan juga diuntungkan dari pembangunan tersebut. Misalkan, salah satu pedagang merasa diuntungkan karena adanya praktik wisata seks di Danau Poso.

“Ya, aku sih gak masalah adanya prostitusi disini, toh juga hidupnya mereka.aku sih disini jualan cari duit dan dengan adanya tempat itu tuh kadang jadi rame pembeli. Karna kalo ga gitu kan malah daerah ini sepi”
(wawancara dengan Agus pada 29 Januari 2019)

Wisata seks kemudian dianggap sebagai hal yang saling menguntungkan bagi sektor bisnis lainnya oleh Agus, yang juga menilai dengan tidak adanya wisata seks di Danau Poso maka kawasan tersebut akan sepi dari wisatawan yang berkunjung ke Bali. Sehingga Agus memilih berjualan di Danau Poso karena alasan tempat yang strategis oleh wisatawan dari pengunjung pantai serta pengunjung wisata seks pada saat itu.

“Dulu aku milih disini, soalnya ramai tempatnya.kan aku juga harus pilih-pilih tempat yang ramai buat berjualan.Aku tau ini kawasan seks, aku aja kedaerah sini karena tau rame cewek-ceweknya.Dan aku malah tertarik buka disini, yang penting rame. Bisnis mereka kan bukan urusanku, aku

juga pendatang disini. Jadi ngikutin aja.”(wawancara dengan Agus pada 29 Januari 2019).

Kawasan yang telah diketahui pedagang tersebut sebagai kawasan seks, tidak menjadi pertimbangan yang memberatkan. Karena pedagang tersebut melihat bisnis seks tersebut bukan menjadi urusannya, bahkan pedagang merasa kehadiran ruang wisata seks di Danau Poso sebagai keuntungan bagi dirinya dalam menentukan wilayah untuk menjalankan usahanya. Keputusan yang dipilih Agus dalam memilih lokasi strategis memposisikan Danau Poso sebagai tempat yang seksi untuk membuka sebuah model bisnis lainnya di kawasan tersebut, dari model bisnis yang telah ada.

Masyarakat yang tidak merasa diuntungkan akan kehadiran Danau Poso sebagai sebuah kawasan dengan wisatawan, mengeluhkan akan kehadiran tempat tersebut dari hal kesehatan serta keamanan. Angka penderita HIV/AIDS yang semakin tinggi di Bali membuat masyarakat Danau Poso khawatir dengan terus berkembangnya praktik pariwisata seks. Dikutip dari Tribun Bali, penderita HIV/AIDS menurut Komisi Pengawasan Aids pada tahun 2017 mencapai 26.000. Seseorang yang ditemui peneliti bahkan mengkhawatirkan seorang anak perempuannya yang kerap kali dianggap sebagai salah satu PSK yang berkeliaran di kawasan Danau Poso. Sehingga pria tersebut melihat harus adanya kontrol dari pemerintah agar bisnis tidak terus berkembang guna keamanan dan kesehatan warga sekitar.

“Pengawasan itu harus tetap ada, dari pemerintah. Pengontrolan itu penting agar tidak semakin merajalela. Seperti kalo dulu itu pas baru-baru saya kesini suka ada penertiban yang sampe dimasukin rehabilitasi psk nya, tapi ya itu memang tidak berpengaruh bisnis ini jadi berhenti, tapi kalo sekarang kan penertibannya ya gitu deh.”.
(wawancara dengan Setiawan pada 20 Februari 2019)

Sebuah harapan akan adanya penertiban rutin tampaknya akan semakin sulit jika banyak pihak yang tidak mendukung akan pada harapan tersebut, bagaimana tidak,

seorang pemuda yang ditemui peneliti mengatakan bahwa warga yang tinggal di Danau Poso memiliki ikatan keluarga satu sama lain, sehingga adanya kekuatan akan saling menjaga. Selain itu juga pemuda tersebut mengatakan bahwa setiap ada razia, terkadang pelaku bisnis rumah x sudah mempersiapkannya seolah telah mengetahui akan adanya penertiban oleh aparat setempat.

Dari dulu, sering banget ada razia. Tapi gapernah jadi tutup kok rumah x disini. Palingan tutup kalo pada tau bakal ada razia. Soalnya kadang satu tutup, ya tutup semua. Karena katanya kalo bakal ada razia tu, mereka tau” (wawancara dengan Gusti pada 18 Februari 2019)

Melihat pada wawancara tersebut, persaingan yang terjadi antara pelaku bisnis satu dengan lainnya tampak tidak menjadi sebuah permasalahan ketika mereka harus tetap merangkul satu dengan lainnya, karena adanya keseragaman pada saat bisnis tersebut tidak berjalan seperti biasanya. Dan terlepas dari hal tersebut, Gusti mengatakan hal tersebut terjadi karena adanya kerjasama antara aparat penertiban dengan pelaku bisnis melalui uang yang telah dibayarkan kepada aparat untuk “Uang Keamanan”.

Pembangunan wisma, hotel serta hostel dan berbagai fasilitas dikawasan wisata pantai sanur dimaknai berbeda oleh masyarakatnya, misalkan pembangunan pada tahun 1980-an dimaknai berbeda oleh dua orang yang ditemui peneliti. Perbedaan makna tersebut akan wajar terjadi tergantung bagaimana yang diimani dan dirasakan oleh masyarakat sekitar. Misalnya saja, seorang perempuan berumur 50-an tahun melihat hal tersebut sebagai hal yang biasa.

“Dulu tuh tahun 80an, lagi rame-ramenya di Danau Poso ini. Soalnya Banyak dibangun wisma-wisma di daerah Sanur, jadi makin terkenal Danau Poso ini. Memang awalnya itu katanya disini udah ada dari lama, karena dekat dengan pantai yang sering dipakai pelabuhan buat berlabuhnya yang mau datang ke sanur. nah dari situ salah satu wisma tu menyediakan jasa seks, meskipun awalnya konsumen tuh masih berasal dari warga setempat lah. Tapi kan mulai kesini gara-gara dibangun banyak

wisma malah jadi rame daerah ini buat pengunjung.”(wawancara dengan Anggi pada 31 Januari 2019)

Tahun 1980-an dimaknai Anggi sebagai awal mulanya berkembang bisnis tersebut dengan pembangunan yang dilakukan, sehingga terdapat wisatawan diluar dari operasi yang biasanya dilakukan oleh masyarakat sekitar. Pada penjelasannya Anggi juga menyinggung kepada banyaknya wisatawan yang mulai masuk ke daerah tersebut, dan menjadi gerbang wisatawan di Sanur, sehingga praktik seks terjadi dikawasan tersebut, dan hal tersebut yang membuat kawasan yang sudah menjadi tempat seks mulai dikenal oleh seseorang yang sedang melakukan perjalanan dengan tujuan *leasure*, melihat pada saat itu Bali sudah dikenal sebagai destinasi pariwisata.

Berbeda dengan yang dirasakan narasumber kedua, pembangunan wisma didaerah Danau Poso dimaknai berbeda oleh Seorang pria asal jawa yang telah tinggal selama 32 tahun dikawasan tersebut menganggap dengan adanya wisma-wisma yang dibangun dikawasan tersebut malah mempersempit bisnis prostitusi.

“menurut aku, pembangunan wisma itu merupakan langkah yang tepat untuk mempersempit bisnis lokalisasi ini, karena itu tuh jadi menutup peluang yang mungkin besar pada saat itu melihat bisnisnya yang menjanjikan. Tapi dengan dibangunnya wisma-wisma malah membuat warga sini melihat adanya peluang memiliki pekerjaan yang lain.”
(wawancara dengan Setiawan pada 20 Februari 2019)

Konteks yang diungkapkan narasumber mengarah pada kegiatan yang bisa dirasakan di masa depan, dimana pembangunan memberikan harapan bagi warga sekitar untuk membuka model lain, selain melihat seks sebagai sumber penghasilan. Pembangunan sektor wisma dilihat sebagai pengalihan dari persaingan bisnis pariwisata dikawasan tersebut. Seorang pria tersebut menganggap akan berbeda jika tidak adanya pembangunan dikawasan tersebut yang membuat potensi pada bisnis tersebut menjadi tinggi.

Wisatawan menjadi salah satu peran yang ikut mengkonstruksi Danau Poso sebagai tempat wisata seks. Wisatawan menjadi hal yang membuat Danau Poso terus

beroperasi. Wisatawan yang berkunjung ke Danau Poso merupakan wisatawan yang berasal dari banyak daerah di Indonesia. Bahkan wisatawan mancanegara kerap kali menjadi pengunjung disana, meskipun pemilik rumah x mengatakan tidak banyak.

Salah satu wisatawan mengatakan seks merupakan kebutuhan baginya untuk mendapatkan kesenangan.

“Ya itukan cara aku dapetin kebahagiaan. Mungkin ada orang yang mendapatkan kebahagiaan dari jalan-jalan ke pantai, ada yang milih buat belanja duitnya. Nah kalo aku uangnya mending dipake seks, kan enak” (wawancara dengan Panggih pada 22 Mei 2019)

Wisata seks dimaknai narasumber sebagai objek pariwisata. Pada teks tersebut Panggih membandingkan bagaimana seseorang mendapatkan *leasure*. Sehingga dapat dikatakan narasumber memaknai Danau Poso sebagai ruang wisata seks. Dimana konteks wisata dilakukan narasumber melalui perjalanan yang dilakukan untuk mencari sebuah aktifitas seksual.

“Bisnis gini tuh harus tetep ada, karena cowok tu susah kalo jauh dari tempat kayak gitu, apalagi cowok hidung belang kayak saya.” (wawancara dengan Panggih pada 22 Mei 2019)

Seks juga merupakan hal yang dimaknai narasumber sebagai hal yang sangat dibutuhkan oleh laki-laki. Sehingga panggih melihat bisnis tersebut harus tetap dipertahankan keberadaannya. Jelas, pada konteks tersebut praktek wisata seks mengajarkan wisatawan yang merupakan laki-laki diajarkan untuk melihat perempuan sebagai objek. Dan menurutnya wisata seks tidak bisa dihapuskan karena Bali merupakan tempat wisata yang sudah terkenal di dunia, sehingga tidak bisa dihindari keberadaannya. Menurutnya, bisnis rumah x ini sangat unik bahkan membuatnya tertarik meskipun terdapat ketakutan dalam melakukan praktik wisata seks ini pada model bisnis rumah x di Danau Poso. Kesenangan yang informan dapat dari model bisnis wisata seks di Danau Poso tidak sama dengan yang kesenangan yang didapat dengan dirinya memanggil PSK ke hotel atau yang biasa dikenal dengan istilah “Open Booking/Open BO”.

“Bedanya sih kalo yang BO Cuma karna penasaran orangnya gimana, kan adanya di internet, di aplikasi gitu. Tapi memang harganya lebih mahal. kan kalo yang rumah x itu udah ada disana ceweknya dan tinggal pilih, dan harganya jauh lebih murah.”(wawancara dengan Panggih pada 22 Mei 2019)

Sebuah strategi pada model rumah x jelas berhasil mendapatkan pasarnya sendiri, melihat pada konteks narasumber yang mengatakan kemudahan dalam memilih perempuan yang diinginkan serta harga yang bersaing pada model bisnis lainnya. Bahkan pada saat wawancara narasumber mengatakan akan adanya ketakutan pada model bisnis tersebut, hanya saja penyedia jasa tetap memberi alasan bahwa akan aman saja karena dikatakan penyedia jasa telah membayar uang keamanan.

“kalo yang dirumah x itu tuh sebenarnya takut, karena ada ditempat orang, kan gatau bakal ada gerebek atau gimana. Meskipun yang punya rumah bilang aman soalnya udah bayar uang keamanan dianya.”(wawancara dengan Panggih pada 22 Mei 2019)

Rasa takut yang dirasakan narasumber berasal dari adanya latar belakang tempat yang menjadi destinasinya. Ruang yang diciptakan dari wisata seks di Danau Poso berbeda dibandingkan dengan yang narasumber lakukan di kota asalnya dengan model yang biasa dia lakukan yaitu *Open BO*. Bukan hanya alasan tempat saja yang menjadi sebuah pertimbangan informan ketika lebih memilih model *Open BO*, Melainkan adanya alasan wisatwan yang berkunjung ketempat tersebut.

“Tapi kalo aku sih sebenarnya lebih suka yang BO. Panggil ke hotel, kan ceweknya jarang dipake. Beda sama dirumah x itu yang seharusnya bisa layanin banyak cowok. Jadinya aku pake psaknya setelah dipake orang”(wawancara dengan Panggih pada 22 Mei 2019)

2. Praktik Wisata Seks Danau Poso

Praktik komunikasi yang dipengaruhi oleh setting Danau Poso sebagai ruang wisata seks mendisiplinkan berbagai aspek terus memproduksi Danau Poso sebagai ruang wisata seks. Peran dari pelaku bisnis, masyarakat serta wisatawan tentu ikut serta

dalam perjalanan berkembangnya bisnis wisata seks di kawasan tersebut. Pada bagian ini, peneliti berusaha menjelaskan bagaimana makna seks dan bisnis seks dipraktikan dalam komunikasi yang dilakukan oleh penyedia jasa, wisatawan serta masyarakat sekitar.

Pemilik rumah x sebagai pelaku dari bisnis wisata seks di Danau Poso memaknai bisnis seks sebagai hal baik, dimana bisnis tersebut membuka lapangan pekerjaan bagi orang yang tidak memiliki keterampilan dan pendidikan yang tinggi, sehingga pembisnis menganggap itu hal yang sah saja dilakukan. Adanya peraturan yang melarang pada bisnis tersebut membuat pembisnis tidak bisa memaknai bisnis tersebut sebagai hal yang bisa dipromosikan layaknya bisnis pariwisata yang dapat dikomersilkan untuk mendapat pelanggan. aturan mengenai larangan pada bisnis tersebut di Indonesia diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) pada Pasal 296 KUHP yang berbunyi:

Barang siapa dengan sengaja menyebabkan atau memudahkan perbuatan cabul oleh orang lain dengan orang lain, dan menjadikannya sebagai pencarian atau kebiasaan, diancam dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau pidana denda paling banyak lima belas ribu rupiah.”

Selain peraturan yang diatur oleh Negara, di Bali sendiri praktik pelacuran di larang dan diatur pada Perda kota Denpasar no 1 sampai no 3 tahun 2015 Pasal 39 yang berbunyi:

- (1) Setiap orang dilarang :
 - (a) melakukan perbuatan prostitusi
 - (b) menawarkan dan/ atau menyediakan diri sendiri untuk perbuatan prostitusi;
 - (c) menyuruh, memfasilitasi, membujuk, memaksa, menawarkan orang lain untuk melakukan perbuatan prostitusi; dan
 - (d) Memakai jasa prostitusi.
- (2) Setiap orang dilarang melakukan tindakan asusila dan/ atau prostitusi.

(3) Setiap orang dilarang menyediakan/ menguasai tempat asusila dan/atau prostitusi.

Peraturan yang melarang kegiatan pelacuran di Bali ditujukan kepada pelaku bisnis, PSK, dan juga konsumen. Sehingga penelitian ini melihat bahwa ketiga elemen tersebut menjadi penting untuk menjadi narasumber yang dipilih untuk melihat bagaimana konstruksi yang terjadi di Danau Poso meskipun kegiatan tersebut jelas dilarang dan diatur oleh Peraturan Daerah. Keberadaan Pelacuran di Bali itu sendiri sempat akan ditutup oleh pemerintah daerah, tetapi kemudian hal tersebut ditolak oleh beberapa warga melihat bisnis tersebut telah menumbuhkan perekonomian sekitar seperti warung makan, café, salon, supir taksi dan bisnis lainnya.

Pemerintah juga selain membuat peraturan yang melarang pelacuran, sering kali memberikan sosialisasi terkait terus meningkatnya penyakit HIV/AIDS yang menjangkit PSK di Bali. Salah satu sosialisasi yang pernah dilakukan adalah sosialisasi mengenai bahaya seks bebas yang memberikan pengetahuan kepada PSK dan pelaku bisnis untuk menggunakan pengaman saat berhubungan intim dengan konsumen. Tetapi pada praktiknya narasumber yang ditemukan mengatakan bahwa memang ada perintah dari PSK untuk menggunakan pengaman, tetapi PSK tidak jarang juga menawarkan untuk tidak menggunakan pengaman dengan syarat menambah tarif yang berlaku.

Mengutip dari Ye dan Tussyadiah (2011, hal. 130) Pine dan Gilmore (2002) menganggap pariwisata membutuhkan strategi pemasaran unik yang melibatkan pelanggan dengan cara yang pribadi dan mengesankan yaitu menjual pengalaman. Aturan yang melarang praktik wisata seks, membuat penyedia jasa kemudian tidak dapat melakukan strategi pemasaran dengan menjual pengalaman orang layaknya yang dilakukan oleh rekreasi luar ruang Amerika Utara dalam bentuk Rekreasi Opportunity Spectrum (ROS), dimana input manajemen ditranslasikan ke dalam output, yang secara subjektif dialami oleh peserta (Manfredo, Driver, & Brown, 1983; Noe, 1987; Wyman, 1985). "Produk akhir dari manajemen rekreasi adalah pengalaman yang dimiliki orang-orang".

Pemilik rumah x kemudian tidak diam dalam melancarkan bisnisnya, meskipun pelaku bisnis tidak melakukan promosi seperti penggiat bisnis wisata lainnya, pemilik rumah x tetap memiliki strategi dalam mempertahankan keberadaan bisnis tersebut dengan adanya sebuah seleski bagi pekerja sebagai persaingan dengan pelaku bisnis rumah x lainnya, memberikan fasilitas yang mendukung kenyamanan dan keamanan wisatawannya. Atau dengan adanya calo (ANJELO) sebagai pengembangan strategi yang dibuka dan dapat dirasakan sebagai hal yang membantu dalam memberikan lapangan pekerjaan sebagai dampak dari adanya bisnis tersebut dengan pola memberi persentase atau upah bagi calo agar terus beroperasi.

Menurut Jansson & Falkheimer (2005, hal. 7) ruang dapat memproduksi komunikasi. Dimana setting dari Danau Poso sebagai ruang wisata seks mempengaruhi praktik komunikasi. Setting Danau Poso sebagai *Brothel* membuat sebuah mitos bagi model wisata seks rumah x yang harus dilakukan wisatawan.

Berikut Tahapan yang dilakukan wisatawan dalam melakukan wisata seks di Danau Poso:

- a. Wisatawan akan bertemu laki-laki didepan rumah yang akan menawarkan perempuan yang ada didalam rumah ataupun didalam aquarium
- b. Jika Wisatawan tidak cocok dengan perempuan yang ditawarkan pada rumah tersebut, wisatawan dapat membatalkan dan mencari perempuan pada rumah x lainnya
- c. Sebelum dan Setelah selsai melakukan seks, wisatawan akan dimandikan oleh PSK

“nanti itu biasanya sebelum main dimandiin, jadi dibersiin memang sebelum main terus nanti di blow job terus dia nindih kita, selsai main kita juga dimandiin” (wawancara dengan Panggih pada 26 Februari 2019)

- d. Kemudian membayar Rp. 200.000 dan tidak perlu membayar sewa kamar, sering kali perempuan yang bekerja sebagai PSK akan meminta uang tips.

“Nanti tu setelah main, bayar dah. Biasanya mereka minta uang tips, tapi ga aku kasih, soalnya mainnya biasa. Terus kalo mau dikeluarkan didalam beda lagi harganya, biasanya mereka minta tambahan Rp. 50.000, terus kalo PSK nya mau dibawa keluar harganya jadi Rp. 700.000 buat 3 jam, jadi bisa dibawa ke hotel kita”(wawancara dengan Panggih pada 26 Februari 2019)

- e. Perempuan dapat dibawa keluar wisma dengan waktu 3 jam dengan tarif Rp. 700.000. (wawancara dengan pemilik rumah x pada 20 Mei 2019)
- f. Pemesanan dapat dilakukan melalui calo

Pemilik rumah x yang hampir dimiliki warga sekitar dinilai lebih diuntungkan, misalkan saja pemilik rumah x dengan menyediakan rumah dan kamar mendapatkan keuntungan lebih besar dibandingkan dengan Pekerja Seks Komersilnya. Pembagian diatur tergantung oleh setiap penyedia jasa, tetapi pada setiap rumah dilihat memiliki pembagian yang hampir sama dari rumah x satu dan lainnya. Dari tarif Rp.200.000 sampai Rp.300.000,-PSK akan mendapatkan Rp.100.000,- hingga Rp.150.000,- dari setiap wisatawan yang dilayaninya.

Pada model yang berbeda, dimana pemilik rumah x hanya menyediakan kamar saja, yang memiliki aturan pemilik rumah tidak memiliki tanggung jawab atas PSK yang berkaitan. PSK hanya membayar kamar seharga Rp.50.000,- untuk sekali PSK melayani wisatawan. Selain itu, PSK biasanya mendapatkan pelanggan dari calo yang kemudian PSK tersebut membayar calo sebesar Rp.20.000,- dan membayar pada Mucikari sebesar Rp.75.000. Pada model ini biasanya dilakukan oleh PSK yang akan berkeliaran di jalan atau bar-bar sekitar.

Salah satu rumah dengan 12 kamar, memiliki pekerja sebanyak 8 orang. Beberapa pemilik rumah tinggal disalah satu kamar dan tinggal dirumah tersebut, sedangkan untuk pekerja seks tersebut beberapa ada yang tinggal dikamar yang disediakan, beberapa pekerja memiliki tempat tinggal seperti kost. Kamar yang ditinggali oleh PSK dirumah X tersebut memiliki ruangan layaknya kamar tempat

tinggal, hanya saja setiap malam kamar tersebut menjadi tempatnya bekerja. Berbeda dengan yang tidak tinggal dirumah X tersebut, PSK harus pulang pergi dari tempat tinggalnya kerumah tempatnya bekerja.

Salah satu pemilik rumah x di jalan danau poso mengatakan tidak mudah menjalani bisnis prostitusi tersebut. Karena terkadang pendapatannya harus dipotong untuk menebus pekerjanya yang ditangkap dan harus membayar setidaknya Rp.250.000 untuk membebaskan pekerjanya, selain itu seringkali banyak pemungutan liar dari seseorang yang memakai seragam dengan jumlah hampir 10 orang dan setiap rumah harus membayar Rp.20.000 kepada salah satu petugas. Keberadaan pemungutan liar dapat dilihat sebagai sebuah pemanfaatan situasi yang mendisiplinkan petugas dalam ikut serta mempertahankan adanya Danau Poso sebagai ruang seks, dimana terdapat campur tangan yang membuat sistem keamanan terkendali bagi pelaku bisnis di kawasan tersebut.

Bali sebagai destinasi wisata dengan pengunjung yang sangat tinggi dari berbagai kota dan negara, menjadi salah satu alasan terbanyak menurut salah satu pemilik rumah x di Danau Poso. Jawa Timur dan Jawa Barat merupakan daerah asal terbanyak di Danau Poso. Bahkan komunikasi antara PSK sering kali menggunakan bahasa Jawa.

“Ada juga yang bilang biar dapet Bule, karena di Bali kan banyak Bule. Kalo Danau Poso dipilih kan karena emang Sanur ini terkenal buat prostitusinya, terus mereka gausah mangkal dipinggiran nyari dijalan kayak di Kuta dibar-barnya”(wawancara dengan pemilik rumah x pada 20 Mei 2019)

Wisata menjadi kunci PSK memilih Bali sebagai tempat untuk mendapatkan pekerjaan. Sehingga pariwisata jelas membuka potensi bagi praktik wisata seks berkembang di kawasan tersebut. Model bisnis rumah x juga, mendisiplinkan sebuah ruang yang sangat identik dengan Danau Poso terhadap konsep sebuah rumah. Bukannya prostitusi yang berkeliaran dijalan seperti pada model Kuta. Dimana teks tersebut menjelaskan sebuah konsep yang membedakan setiap model praktik seks di

Bali. Selain itu, pemilihan Bali sebagai tempat untuk mencari pekerjaan untuk praktik seks karena adanya alasan persaingan antar PSK di Jawa

“Orang-orang biasanya bekerja disini karena katanya di Jawa udah kebanyakan saingan, jadinya pada pergi ke Bali.”(wawancara dengan pemilik rumah x pada 20 Mei 2019)

Penggandaan populasi pada sebuah daerah sebagai dampak dari aktivitas pariwisata di Bali membuat permintaan pada wisata seks tinggi. Sehingga permintaan yang banyak, dengan persediaan PSK yang juga banyak akan seimbang. Bahkan Kawasan Danau Poso dikatakan seorang pria yang sudah cukup lama berjualan disana pernah sepi dari pengunjung, yakni pada saat Bom Bali di akhir tahun 2002. Bom yang meledak cukup jauh dari daerah Danau Poso tetap berdampak bagi pengunjung wisata seks di daerah tersebut. Bali sebagai kawasan wisata dimaknai Agus sebagai hal yang terus memproduksi ruang seks Danau Poso, melihat dari kejadian besar yang menurunkan jumlah wisatawan di Bali pada saat itu berpengaruh pada keramaian daerah Danau Poso dari wisatawan karena Agus beranggapan bahwa konsumen dari praktik wisata seks berasal dari luar Bali, dan kehadiran wisatawan tersebut dianggap sangat penting bagi Danau Poso.

“kalo daerah sini sepi, jualan saya juga jadi sepi. Apalagi dulu pas ada bom itu, daerah ini jadi benar-benar sepi. Dirumah-rumah itu sepi, dijalan juga benar-benar sepi, orang-orang pada takut ke Bali kayaknya”(wawancara dengan Agus pada 29 Januari 2019).

Sebuah Media seperti Surat Kabar, Media Sosial dan Situs Web merupakan salah satu wadah yang menyediakan langkah global, dimana setiap individu dapat menjual perjalanan seks dan mempromosikan sebuah ruang Danau Poso. Sehingga wisatawan dapat memediasi sebuah simbolik, mitos serta visi ruang Danau Poso, dan juga menjadi sebuah alat produksi dari berkembangnya teknologi seperti ponsel dan internet melalui tindakan komunikasi yang membagikan informasi atau ulasan mengenai sebuah ruang.

Berikut medium yang digunakan wisatawan untuk mengulas Danau Poso:

a. Website



Gambar 6. *guide* wisata seks pada website. Sumber: www.Bali.com

Pada Website Bali.com dapat ditemukan sebuah kategori yang membahas Dunia Malam di Bali. Pada kategori “*Night Life*” dapat ditemukan teks yang membahas bagaimana Prostitusi di Bali. Perhatian peneliti pada teks tersebut berada pada teks “*Travelers should keep in mind that Prostitution is a big business in Bali*” yang memberikan informasi mengenai keberadaan pelacuran di Bali sebagai Bisnis dan jelas pada kalimat utama konteks tersebut ditujukan pada *Travellers* yang berarti Bali sendiri mengklaim bahwa pelacuran ditujukan kepada wisatawan bahwa Bali adalah salah satu destinasi wisata seks. Berbeda dengan praktik pelacuran di Tasikmalaya yang memang media mewacanakan praktik pelacuran sebagai lokalisasi, dimana berbagai media mengulas praktik tersebut sebagai prakti lokalisasi, berbeda dengan wacana Danau poso sebagai praktik wisata seks karena setting dari masyarakat sekitar, pelaku bisnis, wisatawannya dan juga media yang berusaha memediasi tempat tersebut sebagai tempat pariwisata seks.

PROSTITUSI: Kisah Mojang Bandung dan Pelacuran di Bali

DENPASAR—Pariwisata Bali memang tak lepas dari bisnis esek-esek. Perempuan dari berbagai kawasan 'tersedia' untuk memberikan jasa sahwat bagi lelaki hidung belang, termasuk para mojang dari Kota Bandung.



News Editor - Bisnis.com
02 Desember 2012 | 10:12 WIB

A* A*

DENPASAR—Pariwisata Bali memang tak lepas dari bisnis esek-esek. Perempuan dari berbagai kawasan 'tersedia' untuk memberikan jasa sahwat bagi lelaki hidung belang, termasuk para mojang dari Kota Bandung.

Share



Siapa pun pasti setuju, Kota Bandung memang terkenal karena gadisnya yang cantik-cantik. Dan sebagian kecil dari mojang Bandung ini terjerembab bisnis prostitusi di Pulau Dewata.

Berdasarkan penelusuran, lokasi cukup favorit bagi laki-laki yang ingin melampiaskan nafsu sahwat saat melancong ke Bali biasanya ke Pantai Kuta dengan lokasi sekitar Legian dan Sanur.

Gambar 7 Mediasi Perempuan Bandung sebagai PSK di Bali.

Sumber: www.kabar24.bisnis.com

Pariwisata Bali memang tak lepas dari bisnis esek-esek, Perempuan dari berbagai kawasan 'tersedia' untuk memberikan jasa sahwat bagi lelaki hidung belang, termasuk para mojang dari kota Bandung. Siapa pun pasti setuju, Kota Bandung memang terkenal karena gadisnya yang cantik-cantik. Dan sebagian kecil dari mojang Bandung ini terjerembab bisnis prostitusi di Pulau Dewata. Berdasarkan penelusuran, lokasi cukup favorit bagi laki-laki yang ingin melampiaskan nafsu sahwat saat melancong ke Bali biasanya ke pantai Kuta dengan lokasi sekitar Legian dan Sanur. Dua daerah tersebut memang cukup dikenal sebagai kawasan bisnis esek-esek PSK perempuan lokal. Pada umumnya, perempuan tersebut datang dari Pulau Jawa. Dan Bandung disebut-sebut mendominasi PSK di lokasi ini.

Pada sebuah teks yang ditemukan pada website kabar24.bisnis.com ditemukan informasi mengenai pelacuran di Bali dengan *highlight* perempuan Bandung yang menjadi pekerja dari bisnis tersebut, dengan mengkaitkan perempuan Bandung yang terkenal akan kecantikannya. Perempuan Bandung kemudian dikatakan mendominasi pada bisnis pelacuran di Bali. Dari teks tersebut juga mengkaitkan bisnis pelacuran dengan jaringan pariwisata di Bali. Kata "*melancong*" pada teks diatas menempatkan konsumen sebagai wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan terlibat dalam hubungan seksual komersil yang merujuk pada definisi wisata seks (Ryan & Hall, 2001, hal. 1).

b. Web Blog



Gambar 8. Weblog yang mengulas Danau Poso.
Sumber: Spapulusali.blogspot.com

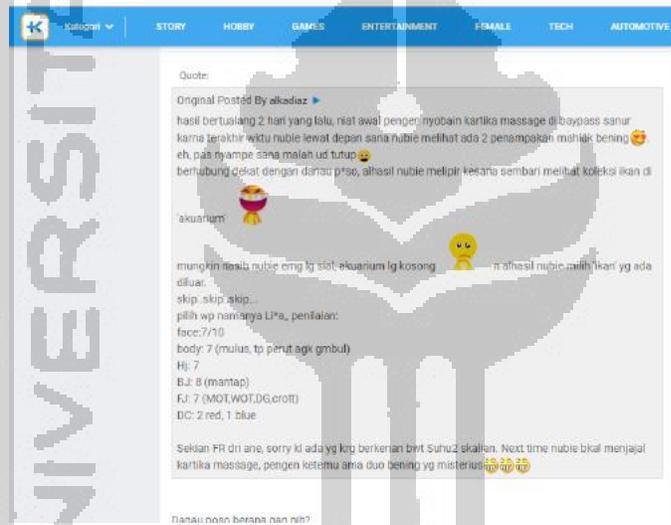
*“Dari beberapa tempat di Sanur, tempat ini merupakan tempat yang paling nyaman di coba. Disamping karena koleksi yang banyak daun muda. Fasilitas di area ini juga cukup lumayan, sebut saja kamar mandi dalam, sofa, spring bed, dan AC. Disamping itu juga sistem pemilihannya juga menggunakan "Aquarium" jadi bisa memilih sesuai dengan selera. Ada pula yang menggunakan sistem "Anjelo (antar jemput l***e)" jika menggunakan anjelo, maka harus menjelaskan kepada anjelonya kriteria yang diinginkan, jika yang diantarkan tidak sesuai masih bisa di tukar, hanya saja ada biaya tambahan lagi. budget yang dibutuhkan adalah 200-300 ribu. jika ingin mencoba kemari, cukup cari jalan danau poso sanur, kemudian cari bungalow yang terdapat nomor X (contoh 56x, 505x, 33x dll). Bisa dipastikan tempat tersebut menyediakan jasa PSK”.* (Sumber: spapulusali.blogspot.com oleh pemilik akun Pembawa Cinta, diunggah 15 November 2019)

Danau Poso dikatakan pada ulasan tersebut sebagai tempat yang dinilai lebih berkelas untuk prostitusi di Sanur. Bahkan tulisan diatas memberikan sebuah ulasan terhadap perempuan yang menjadi objek wisata di Danau Poso. Fasilitas yang digambarkan oleh penulis blog memberikan sebuah gambaran imaji pada sesuatu yang membuat audiens nyaman dan mendapatkan kebahagiaan layaknya konsep promosi pada sebuah iklan televisi dalam menggambarkan sebuah konsep liburan atau wisata.

Urry (2005, hal. 3) berpendapat bahwa secara bertahap media dan teknologi melalui proses mediasi di mana pengalaman wisata mudah diakses dalam berbagai konteks kehidupan sehari-hari tanpa perlu pergerakan di ruang aktual. Maka dari itu ulasan tersebut dapat dikatakan membantu calon wisatawan lain untuk memilih Danau

Poso sebagai tempat yang cocok bagi yang menginginkan wisata seks kelas atas, dibandingkan dengan tempat lain seperti Danau Tempe yang dikatakan lebih murah dengan fasilitas yang tidak selengkap dan senyaman Danau Poso sebelum wisatawan mengalami ruang aktual terlebih dahulu. Selain mengenai tempat yang lebih nyaman ulasan mengenai danau poso juga mengarah pada perempuan yang berkualitas.

Ulasan yang ditemui pada web blog tidak hanya mengenai Danau Poso sebagai tempat, terdapat ulasan mengenai perempuan yang bekerja di Danau Poso pada halaman web balinightlifeunderground.wordpress.com yang mendiskusikan ulasan nilai bagi setiap perempuan yang ditemui wisatawan.



Gambar 9. Ulasan yang menempatkan perempuan sebagai produk di Danau Poso.

Sumber: balinightlifeunderground.wordpress.com

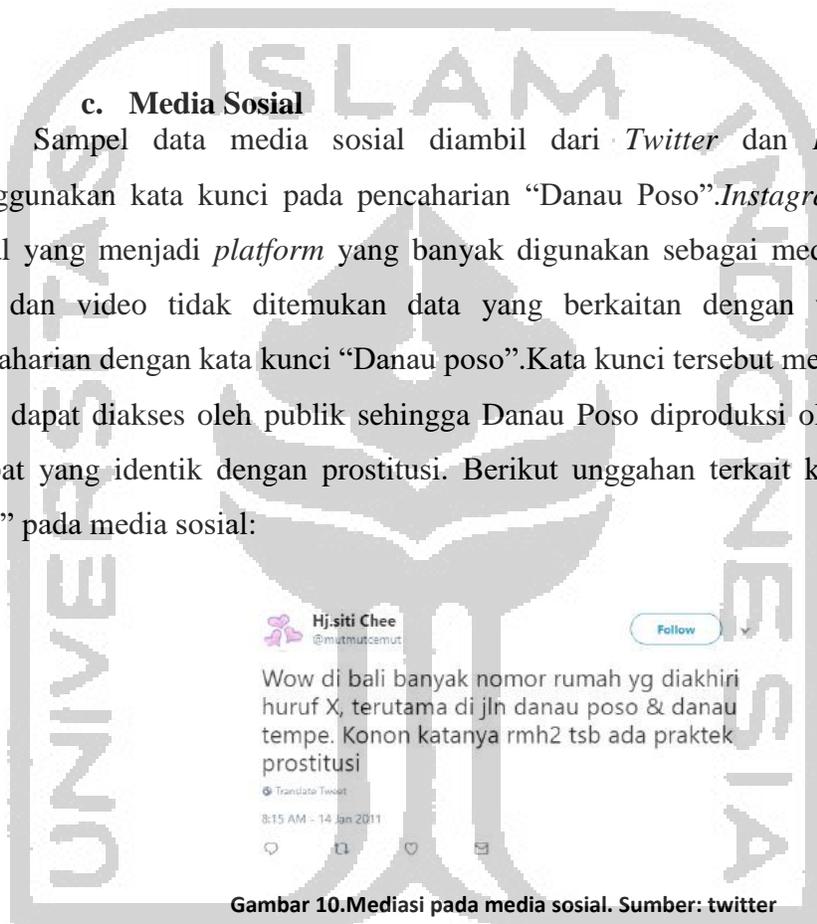
*“Hasil bertualang 2 hari yang lalu, niat awal pengen nyobain kartika massage di baypass sanur karna terakhir waktu nubie lewat depan sana nubie melihat ada 2 penampakan mahluk bening. Eh, pas nyampe sana malah ud tutup. Berhubung dekat dengan Danau Poso, alhasil nubie melipir kesana sembari melihat koleksi ikan di ‘akuarium’. Mungkin nasib nubie emg lg sial, akuarium lg kosong n alhasil nubie milih ‘ikan’ yg ada diluar. Skip..skip.. skip... pilih wp namanya Li*a,, penilaian: Face: 7/10, Body: 7 (mulus, tp perut agk gmbul), HJ: 7, BJ: 8 (mantap), FJ: 7 (MOT, WOT, DG, crott), DC: 2 red, 1 blue”.*(Sumber: balinightlifeunderground.wordpress.com oleh pemilik akun Alkadiaz, diunggah pada 23 April 2015)

Perempuan pada ulasan tersebut menjadi sebuah objek pariwisata layaknya sebuah ulasan pada makanan ataupun objek sebuah lanskap. Ulasan tersebut diunduh

oleh wisatawan yang menghasilkan sebuah produk dari pengalaman berwisata, dengan kata lain pengelola dari penyedia jasa pariwisata seks tidak perlu membuat strategi pemasaran berbasis ‘pengalaman wisata’ karena wisatawan telah dibentuk oleh komoditas penguasa dalam melakukan ‘praktik wisata’ yang selalu membagikan pengalaman wisata untuk dikonsumsi oleh semua orang.

c. Media Sosial

Sampel data media sosial diambil dari *Twitter* dan *Facebook* dengan menggunakan kata kunci pada pencaharian “Danau Poso”. *Instagram* sebagai media sosial yang menjadi *platform* yang banyak digunakan sebagai medium membagikan foto dan video tidak ditemukan data yang berkaitan dengan wisata seks pada pencaharian dengan kata kunci “Danau poso”. Kata kunci tersebut merupakan informasi yang dapat diakses oleh publik sehingga Danau Poso diproduksi oleh publik sebagai tempat yang identik dengan prostitusi. Berikut unggahan terkait kata kunci “Danau Poso” pada media sosial:



Gambar 10. Mediasi pada media sosial. Sumber: twitter @mutmutcemut

“Wow di bali banyak nomor rumah yg diakhiri huruf X, terutama di jln danau poso & danau tempe. Konon katanya rmh2 tsb ada praktek prostitusi”. (Diunggah 14 Januari 2011 oleh pemilik akun twitter @mutmutcemut).

Unggahan tersebut merupakan bagaimana cara seseorang memproduksi dan memperlakukan simbol X dalam memberikan informasi mengenai sebuah tempat prostitusi di Danau Poso. Sebuah lamunan wisata disuguhkan dengan memberikan

informasi yang spesifik dengan menjelaskan bahwa nomor rumah yang diakhiri dengan huruf X adalah rumah prostitusi, tahapan tersebut memberikan sebuah pengetahuan awal bagi publik sebelum melakukan wisata seks di Bali.



**Gambar 11. Mediasi Danau Poso pada media sosial.
Sumber: Twitter @yudhomarckelly**

“kyknya ada penggrebkan tmpt prostitusi ni di danau poso skrng, nntn dulu aahh,, hhaha” (Diunggah 12 Mei 2011 oleh pemilik akun twitter @yudhomarckelly)

Unggahan yang ditemukan pada media sosial tidak selalu memperlihatkan bagaimana praktik prostitusi dinikmati sebagai sebuah kesenangan oleh wisatawannya. Unggahan yang ditulis oleh pemilik akun @yudhomerckelly menunjukkan bahwa tempat yang seringkali menjadi destinasi wisata seks tidaklah selamanya menjadi tempat yang menyenangkan untuk dikunjungi, karena adanya resiko penertiban yang dilakukan oleh pihak berwenang, terlebih Indonesia merupakan negara yang melarang praktik prostitusi.



Uya Sii Bulax-balix

10 July 2011 · 🌐

Tempat esek2 di sanur no rumah 6x77x35x200x10x88x21x47x9x pokok ne no rumah belakang ne misi x yang ada cwek sma ajaayooo sapa yang minat150-200rb daerah danau poso sama danau tempe sanuuurr



Share

Gambar 12. Mediasi simbol X pada media sosial.

Sumber: facebook @ Uya Sii Bulax-balix

“Tempat esek2 di sanur no rumah 6x77x35x200x10x88x21x47x9x pokok ne no rumah belakang ne misi x yang ada cwek sma ajaayooo sapa yang minat150-200rb daerah danau poso sama danau tempe samuuur “(Diunggah pada 10 juli 2011 oleh pemilik akun Facebook Uya sii Bulax-balix).

Teks pada unggahan tersebut menunjukkan sebuah ajakan untuk melakukan wisata seks. Informasi yang diberikan tidak hanya mengenai simbol x itu sendiri, melainkan harga yang ditawarkan untuk menikmati wisata seks sebagai hiburan untuk mencapai kesenangan layaknya tujuan dari liburan.

Sebuah teks yang terus memproduksi Danau Poso sebagai ruang seks, bukan hanya dilakukan oleh wisatawan. Tetapi media surat kabar dapat menjadi sebuah medium yang mengkonstruksi Danau Poso sebagai ruang seks.



Gambar 13 Pemberitaan Danau Poso pada Surat Kabar Tribunnews Bali

Surat kabar menjadi salah satu alat dalam mengkonstruksi Danau Poso sebagai ruang pariwisata seks. Penulis berita dapat dikategorikan memproduksi gambar yang diinduksi sejauh artikel tersebut dibandingkan dengan iklan dan promosi pariwisata komersial dengan perspektif mereka. Berita tentang prostitusi di Danau Poso diangkat oleh beberapa media, salah satunya adalah Surat Kabar Tribunnews Bali sebagai berikut:

Empat pria bekulit kuning itu langsung menuju show room berisi 28 perempuan berpakaian mini di wisma. Pemandangan itu terjadi sekitar pukul 02.30 Wita. Di saat kawasan lain sudah sepi dari aktivitas, sudut lain di Sanur masih tetap hidup. Geliat kehidupan malam ini terus bergulir di gang-gang Jalan Danau Poso, Jalan Danau Tempe dan jalur-jalur lainnya di wilayah Sanur.

Tribun Bali (Tribunnews.comNetwork) dalam tiga hari terakhir ini melakukan penelusuran mengenai “geliat bisnis” esek-esek di titik-titik prostitusi kelas menengah ke bawah di wilayah Bali itu. “Kalau Ramai, dalam semalam bisa sembilan sampai sepuluh tamu. Kalau sepi, tiga atau empat tamu,” kata seorang Pekerja Seks Komersial (PSK), sebut saja bernama Siska, kepada Tribun Bali (Tribunnews.comNetwork) yang menemuinya di sebuah wisma Jalan Danau Poso Sanur.

Berita oleh Tribunnews Bali tersebut sangat jelas merupakan produk dari sebuah pengalaman dari penulis yang memberikan informasi mengenai Danau Poso sebagai sebuah tempat yang menyediakan jasa wisata seks. Sebuah imajinasi kemudian diciptakan dari teks tersebut. Imajinasi wisata menurut Crouch, Jackson & Thompson (2015) mampu menangkap mobilitas hubungan antara pariwisata dan media. Investasi imajinatif yang terlibat dalam penyeberangan batas-batas virtual tertentu dalam media memberikan banyak dikotomi yang akrab terkait dengan pariwisata seperti rasa kebebasan dalam kesenangan tubuh dan mental yang terkait dengan perjalanan sebagai lawan dari kesenangan yang dibutuhkan oleh kebutuhan sehari-hari.

B. Pembahasan

1. Danau Poso Sebagai Destinasi Wisata Seks

Danau Poso sebagai ruang wisata seks menjadi fokus pada penelitian ini dengan maksud memahami makna dan proses-proses menempatkan kualitas simbolisnya, serta jajaran masyarakat dan hubungan sosial yang terus mendefinisikan dan menciptakan sosial dan konteks spasial (Adams, 2001, hal. xiv). Tempat Danau Poso sebagai lokalisasi terus berubah menuju Danau Poso sebagai ruang wisata seks, maka dari itu sebuah makna dari pelaku bisnis, masyarakat sekitar dan wisatawan sangat penting untuk melihat perbandingan Danau Poso pada masa lalu dengan masa kini.

Masyarakat yang tinggal di kawasan wisata seks membuat mereka mengalami pengetahuan dan tingkat individu ke dalam budaya hegemonik Danau Poso yang berbeda. Terlepas dari variasinya, sebuah kesamaan muncul pada masyarakat Danau Poso yang menjelaskan kualitas tempat untuk diri mereka sendiri dan orang lain dalam konteks Danau Poso sebagai objek wisata seks. Misalkan saja, tahun 1948 dianggap awal mulanya lokalisasi berkembang pada kawasan Danau Poso yang menjual perempuan lokal sebagai produk dari praktik lokalisasi.

Produk yang menjadi komoditas Danau Poso kini bukan lagi berasal dari perempuan lokal Bali tetapi terdapat variasi perempuan yang berasal dari seluruh Indonesia, seperti dari Jawa Barat, Jawa Timur dan Indramayu. Perubahan tersebut menjadi tanda lokalisasi terus berubah menuju Danau Poso sebagai wisata seks. Selain itu visi wisata seks telah mengubah pelayanan kepada konsumen, ditandai dengan fasilitas yang terus mengarah pada kenyamanan dan daya tarik bagi wisatawan seperti penyediaan kamar yang bagus dan pembuatan kantin, yang mulanya tidak ada pada saat Danau Poso sebagai tempat lokalisasi.

Perbedaan lainnya yang menunjukkan visi baru Danau Poso sebagai ruang wisata seks adalah terstrukturnya praktik pelacuran tersebut. Misalkan pada saat tempat tersebut menjadi lokalisasi, tidak ada strategi yang dilakukan oleh pelaku bisnis. Berbeda dengan sekarang, ketika praktik wisata seks membuat pembagian kerja yang terstruktur, serta aturan mengenai pembagian hasil dari praktik tersebut dengan pemilik rumah, pelacur, mucikari, dan calo.

Pendisiplinan juga terjadi pada ruang wisata seks di Danau Poso dimana muncul tahapan yang akan dilakukan oleh konsumen dalam menggunakan jasa pelacuran di Danau Poso, seperti:

- a. Wisatawan akan bertemu laki-laki di depan rumah sebagai tahapan awal dalam praktik wisata seks
- b. Jika Wisatawan tidak cocok dengan perempuan yang ditawarkan pada rumah tersebut, wisatawan dapat membatalkan dan mencari perempuan pada rumah x lainnya
- c. Sebelum dan Setelah selesai melakukan seks, wisatawan akan dimandikan oleh PSK
- d. Kemudian membayar dengan harga Rp. 200.000 – Rp. 300.000.
- e. Perempuan dapat dibawa keluar wisma dengan waktu 3 jam dengan tarif Rp. 700.000.
- f. Pemesanan dapat dilakukan melalui calo.

Pelabuhan tidak resmi yang beroperasi di pantai Semawang pada tahun 1950-an membuat Danau Poso menjadi pintu masuk bagi wisatawan yang hendak berwisata di Bali. Pelabuhan yang berada dekat dengan Danau Poso telah menunjukkan praktik baru yang beroperasi pada bidang produksi dan konsumsi. Dikutip dari Shove dalam (Richards, 2014, hal. 4) perubahan praktik sosial terdiri dari objek dan bahan (alat, teknologi, infrastruktur, dll.), keterampilan dan kompetisi (pengetahuan, pengetahuan latar belakang), serta gambar dan makna (motivasi, ide, emosi, dll.) dimana masuknya wisatawan yang berlabuh di pantai semawang (perubahan infrastruktur) merangsang masyarakat terlibat dalam praktik pariwisata (perubahan makna) dan membuat masyarakat mengetahui kebutuhan wisatawan (peningkatan ketrampilan) akibat arus wisatawan yang terjadi karena pelabuhan yang dekat dengan Danau Poso sehingga aktor yang telah terlibat dalam praktik lokalisasi berubah menuju visi ruang wisata seks.

Pembangunan hotel pada 1970-an di kawasan Danau Poso merupakan awal mula Danau Poso dianggap sebagai destinasi wisata seks dengan ditandainya pembangunan hotel/hostel/wisma sehingga membuka peluang bagi kawasan tersebut

mendatangkan wisatawan, dan mengenalkan lokalisasi yang telah ada sejak 1950-an di Danau Poso. Fakta sosial tersebut dinilai terjadi karena adanya pengaruh campuran wisatawan dimana ada pertemuan antara penduduk lokal dan wisatawan yang kemudian penduduk lokal menciptakan fakta sosial yang mengarah pada sebuah penyimpangan berupa pelacuran semakin berkembang pada wilayah tersebut karena meningkatnya urbanisasi pada wilayah Danau Poso. Hal tersebut didukung oleh sebuah argumen masyarakat sekitar “*gara-gara dibangun banyak wisma malah jadi rame daerah ini buat pengunjung.*” (wawancara dengan Anggi pada 31 Januari 2019).

Perubahan infrastruktur dengan dibukanya pantai Semawang sebagai pelabuhan tidak resmi dan pembangunan hotel yang mendatangkan wisatawan menjadi penyebab dari berkembangnya visi Danau Poso sebagai ruang wisata seks. Argumen ini membuktikan bahwa ruang tidaklah alamiah tetapi ruang terjadi karena adanya konstruksi oleh aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal maupun wisatawan, bukan karena sikap apatis dari masyarakatnya seperti yang dikatakan oleh Wijayasa (2006, hal. 26) bahwa apatisme masyarakat mendukung perkembangan seks dalam pariwisata.

Merujuk pada arti dari wisata seks yang didefinisikan sebagai pariwisata yang motivasi utama atau setidaknya bagian dari tujuan perjalanan ini adalah untuk mencapai atau terlibat dalam hubungan seksual komersial (Ryan & Hall, 2001, hal. 1), Danau Poso menjadi tempat yang menyediakan visi tersebut, melihat model pelacuran hadir pada wisma-wisma serta rumah yang dibuat layaknya penginapan. Hal tersebut ditandai model rumah x di Danau Poso memiliki kamar yang banyak. Sehingga dapat dikatakan rumah yang menyediakan palacuran sengaja dibuat untuk melayani wisatawan yang hendak mencari *leisure*.

Strategi dalam menjalankan bisnis bukan hanya dilihat dari bagaimana rumah dibangun menyerupai penginapan saja, tetapi dapat dilihat juga dari penyedia jasa berlomba dalam strategi menyediakan fasilitas seperti kantin, kebersihan kamar, dan strategi seleksi perempuan yang hendak melamar sebagai PSK oleh pengelola. Strategi tersebut terjadi karena adanya persaingan dari model yang sama pada rumah x di Danau Poso. Pelacuran terhadap perempuan sebagai objek wisata kemudian terlihat sebagai “Produk” yang dijual belikan seperti yang dikatakan oleh Mowforth dan

Munth (1998, hal. 113) yang mendefinisikan pariwisata sebagai sebuah bentuk perdagangan yang membicarakan “produk wisata”.

Bisnis model pelacuran pada rumah x menjadi sebuah ciri khas dari “pelacuran” yang ada di Bali. Identitas tersebut dihasilkan oleh Danau Poso sendiri dimana kawasan tersebut mempunyai model pelacuran yang berbeda dari Kuta atau daerah lainnya. “X” merupakan sebuah penanda yang ditaruh setelah no rumah. Tanda X sendiri merupakan sebuah kode untuk menandai rumah tersebut melayani pelacuran yang didefinisikan oleh penyedia jasa sebagai “Brothel”. Dan tanda tersebut tentunya telah dipahami dan disetujui oleh masyarakat sekitar serta masyarakat luas. Sehingga memudahkan wisatawan yang hendak mencari wisata seks.

Pada sebuah penelitian yang dilakukan Richards (2014, hal. 4) ruang wisata dikaitkan pada konsep berbasis pasar dimana dari proses pengembangan tersebut menghasilkan bentang alam yang didominasi oleh konsumsi pariwisata. Menurutnya konsumsi telah menggantikan fungsi produksi asli, bahkan menurunkan penduduk untuk melayani para wisatawan. Tren ini dianggap sering didukung oleh perusahaan besar, yang ingin mengeksploitasi modal budaya yang terkunci di lokasi-lokasi tersebut. Pada ruang Danau Poso ditemukan konsep yang berbeda, dimana pasar dan produksi diciptakan oleh masyarakatnya sendiri dengan menciptakan model bisnis rumah x yang menurunkan penduduk luar lokal seperti Jawa Barat dan Jawa Timur untuk mengeksploitasi modal budaya yang terkunci di lokasi tersebut.

Pelacuran dalam pariwisata dapat ditemukan pada website Bali.com yang memberikan sebuah informasi mengenai keberadaan bisnis pelacuran di Bali. Bahkan pada teks yang ditemukan bisnis pelacuran didefinisikan sebagai bagian dari pariwisata, dengan ditunjukkannya teks tersebut bagi wisatawan “*Travelers should keep in mind that Prostitution is a big business in Bali*” (dikutip dari Bali.com pada kategori Night Life). Dijelaskan oleh Jansson & Falkheimer (2006, hal. 7) ruang dapat dikonstruksi melalui media dan tindakan komunikasi. Dalam hal ini komunikasi dikatakan turut membentuk ruang. Pada kasus Danau Poso juga ditemukan berbagai mediasi seperti pada media sosial dan web blog yang terus memproduksi visi ruang Danau Poso sebagai bagian dari pariwisata. Hal tersebut mempengaruhi masyarakat secara global yang memberi tujuan baru, dan membuat masyarakat secara global lebih terampil dalam meneliti

kemungkinan tujuan melalui media seperti website atau media sosial dan memicu citra Danau Poso sebagai “tempat yang akan dikunjungi” dalam berwisata seks.

Sebuah perubahan ruang Danau Poso tampaknya disetujui oleh masyarakatnya, dimana mereka menyadari bahwa Danau Poso sedang terus berubah menjadi sebuah ruang wisata. Perubahan dimaknai sebagai sebuah kemajuan “komunitas” karena adanya model wisata tersebut yang telah membuka peluang usaha baru bagi bisnis lainnya dan juga mempertahankan kawasan tersebut dalam pergerakan ekonomi yang berjalan di Danau Poso seperti warung, cafe, atau pun penjual makanan. Sehingga dapat dilihat tujuan dari Danau Poso menciptakan sebuah ruang wisata dengan objek pelacuran adalah untuk meningkatkan ekonomi dikawasan tersebut dengan bersaing terhadap segala model pariwisata yang ada di Bali saat ini, serta Danau Poso telah berhadapan dengan kenyataan dimana peran jaringan pariwisata bekerja yang menyediakan fasilitas konsumsi kolektif (misalkan fasilitas rekreasi dan belanja) yang dirancang untuk memproduksi tenaga kerja (Castells, 2011, hal. 99).

Indonesia tidak mengakui bisnis seks secara legal, lokalisasi bahkan di beberapa tempat dimusnahkan seperti Dolly dan Balongcangkring di Jawa Timur. Di Danau Poso, pada praktiknya ini adalah wisata seks. Pemerintah kemudian terlibat dalam praktik tersebut, dimana pelaku bisnis membayar uang keamanan kepada oknum berseragam sebagai sistem keamanan yang terkendali bagi pelaku bisnis di kawasan tersebut. Bahkan penertiban yang dilakukan pemerintah seringkali diketahui pelaku bisnis sehingga operasi penertiban tidak terlaksanakan dengan baik. Kesadaran pemerintah terhadap wisata seks di Danau Poso juga dapat dilihat dari sosialisasi yang sering dilakukan, guna mengurangi tingkat HIV/AIDS yang tinggi bagi para PSK yang bekerja pada bisnis seks di kawasan tersebut.

Fakta bahwa wisata seks itu illegal tidak mengubah keberadaan praktik seks di Danau Poso, Bali. Ketika wisata seks menjadi daya tarik sebuah tempat, dan pemerintah tidak tegas dalam menangani hal tersebut, pemerintah sama saja mendukung masyarakat memproduksi ruang tersebut menjadi konsumsi bagi wisatawan yang menghasilkan pendapatan negara dari industri seks yang terus dilalui arus wisatawan. Arus wisatawan

yang melewati tempat Danau Poso, kemudian akan dibahas pada pembahasan berikutnya, dalam masyarakat jaringan.

2. Danau Poso sebagai Tempat dalam Masyarakat Jaringan

Pendorong utama globalisasi di Bali adalah industri pariwisata yang didukung oleh arus wisatawan yang mendukung ekonomi wisata (Wardana, 2019, hal. 6). Sebuah Arus yang terjadi di Bali membuat masyarakat memiliki kekuatan pada sektor pariwisata, sehingga sebagai destinasi wisata yang mendunia, hal tersebut membuka sebuah peluang bagi masyarakat sekitar bersaing dalam menawarkan sebuah konsep ruang yang berbeda untuk suguhan bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Berbagai destinasi di Bali ditawarkan oleh situs resmi Bali.com yang menampilkan berbagai objek wisata seperti pantai, sawah, resort, kebun binatang, wisata sejarah, wisata heritage serta wisata seks yang ditampilkan tidak secara eksplisit.

Pariwisata seks dapat dikatakan sebagai perkembangan dari adanya Lokalisasi, dimana lokalisasi menurut Syahbana (2015, hal. 16) adalah tempat terpusatnya sejumlah rumah bordir (tempat tertentu yang didiami oleh para PSK, untuk melakukan pelacuran). Kedatangan wisatawan menuju sebuah tempat kemudian menjadi penanda adanya jaringan yang mengubah sebuah lokalisasi menjadi wisata seks. Sebagai contoh, praktik pelacuran di Tasikmalaya dapat dikatakan sebagai lokalisasi karena tidak ada jaringan pariwisata yang melewati tempat tersebut. Berbeda dengan Bali sebagai tempat yang terus dilewati oleh arus wisatawan. Sehingga praktik lokalisasi di Danau Poso merupakan sebuah perkembangan dari aktivitas pariwisata.

Danau Poso sebagai ruang wisata seks tentunya tidak terlepas dari peran wisatawan yang melakukan wisata dengan tujuan mencari kesenangan atau *leisure*. Mediasi pada berbagai medium seperti web blog dan media sosial memberi sebuah imajinasi wisata bagi masyarakat global. Sebuah keunikan yang dapat ditemukan pada berbagai medium, dan narasumber yang dijumpai oleh peneliti memilih Danau Poso karena objek tersebut menjual wanita Jawa Barat. Sehingga dapat dikatakan “Etalase” atau “Produk” yang ditawarkan oleh ruang Danau Poso adalah perempuan yang berasal

dari Jawa Barat. bahkan peneliti menemukan beberapa model rumah x yang menyediakan perempuan dengan mayoritas berasal dari Jawa Barat. Bukan karena hal tersebut saja, secara sadar pengelola memiliki peran mengenai hal tersebut dimana pengelola melakukan wawancara bagi calon pekerja untuk dapat menjadi salah satu produk di rumah tersebut.

Wisatawan mancanegara menjadi konsumen terbanyak yang menggunakan jasa wisata seks di Danau Poso. Ulasan mengenai perempuan Jawa Barat yang menjadi produk dari wisata seks Danau Poso dapat ditemukan diberbagai media, bahkan narasumber yang ditemui peneliti mengaku alasan memilih Danau Poso karena narasumber dapat menemukan perempuan dari Jawa Barat. Peran dari pengelola yang melakukan wawancara dan seleksi dapat dilihat sebagai hasil konstruksi dari sebuah kecantikan yang kemudian menjual wanita dari Jawa Barat yang identik dengan kulit yang putih, dan perempuan yang cantik. Dikutip dari (Haryanti et al., 2010, hal. 21) kulit dengan warna yang terang dan cenderung putih selalu mendapatkan posisi superior dalam pandangan masyarakat, bahkan Carous Linnaeus (1707-1778) membagi homo sapiens ke dalam 4 kelompok ras yang dilandasi oleh pembagian wilayah geografis dan atribut fisik yang salah satunya adalah warna kulit.

Kultur jaringan terlihat pada kasus Danau Poso sebagai ruang yang berhadapan dengan arus karena sebuah perdagangan yang terjadi pada tempat tersebut yaitu sektor pariwisata. Dikutip dari Hubbard and Kitchin (2011, hal. 103) penekanan Castells pada jaringan arus telah menawarkan kolektif yang berharga untuk gagasan menetap, statis dan terikat tentang proses perkotaan, yang menyatakan bahwa kota ditandai dan ditentukan oleh arus yang melewati mereka (Doel et al., 2002). Interpretasi ini sepenuhnya sejalan dengan perubahan dalam ilmu sosial menuju 'sosiologi cairan' yang menekankan gerakan dan mobilitas kehidupan sosial (Urry, 2000). Ini berarti ruang wisata Danau Poso yang menawarkan perempuan dari Jawa Barat terjadi karena arus yang terus melewati mereka akibat jaringan pariwisata.

Arus ruang merupakan ide yang dikenalkan oleh Castells (Hubbard & Kitchin 2011, hal. 103) sebagai pandangan mengenai globalisasi yang bertanggung jawab untuk menyebarluaskan daftar barang, gambar, gaya hidup konsumen di seluruh dunia.

Menurutnya, Arus ruang dapat merusak cara hidup ‘lokal’ dengan logika (jaringan) ketika tempat dimusnahkan oleh ruang. Ini berarti bahwa Danau Poso sebagai tempat yang dibatasi dan bermakna seperti rumah, wilayah atau kota digantikan oleh ruang-ruang yang ditandai oleh sirkulasi, kecepatan, dan aliran pariwisata sebagai Danau Poso yang didefinisikan ruang ‘wisata seks’.

Athanasios Viltas pada sebuah tulisan yang berjudul *The Sexual Exploitation of Woman in Tourism and Their Legal Protection*; (2019, hal. 13), menyebutkan bahwa salah satu kemungkinan wisatawan mencari wisata seks adalah faktor menariknya penduduk setempat. Warga lokal kemudian menjadi sebuah ketertarikan sendiri bagi wisatawan. Danau Poso sebagai tempat dari masyarakat jaringan tidak terlepas dari hubungan dengan tempat lain melalui mediasi yang merepresentasikan perempuan Jawa Barat sebagai wajah Indonesia, yang kemudian menjadi sebuah produk dari bisnis wisata seks di Danau Poso

