

**KONSTRUKSI RUANG PARIWISATA SEKS  
(STUDI KASUS DANAU POSO)**



Naskah Publikasi

Dianjurkan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Oleh

Rian Dwi Putra

15321175

Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M. A.

NIDN : 0512048302

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta

2019


**NASKAH PUBLIKASI**  
**KONSTRUKSI RUANG PARIWISATA SEKS**  
**(STUDI KASUS DANAU POSO BALI)**

Disusun Oleh :

**Rian Dwi Putra**  
15321175

Telah disahkan oleh Dosen Pembimbing Skripsi pada tanggal  
27 AUG 2019

Dosen Pembimbing Skripsi

  
Holy Rafika Dhora, S.I.Kom., M. A  
NIDN. 0512048302

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia



  
Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0529098201

## ABSTRACT

**Rian Dwi Putra. 15321175. Space Construction of Sex Tourism (Case Study of Danau Poso Bali). Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia. 2019.**

Danau Poso as a localization is changing towards into Danau Poso as a sex tourism space. Sex Tourism is considered a further development after tourists come to a tourism destination, so this research will see how a place of sex tourism and communication actions are carried out in that place, looking at the geographic communication framework developed by Jansson and Flakheimer who saw that space is not natural, and emphasize that space is a social product.

Communication and sex tourism as places in this study are formulated into texture problems to see the processes and actions of communication that are interpreted into certain places or certain contexts (communication in place) so that it can produce a space. The concept of texture in a place is a concern for the geographical tradition developed by Paul C. Adams to understanding the meaning and process of a place. This study uses a constructivist approach to see that reality exists in various forms of mental construction. The method used in this study is a qualitative method to explore the meaning of seeing social construction, by using case study method as research strategy, borrowing from Robert K. Yin in understanding the space in the community of Danau Poso.

The results of this study managed to see how Danau Poso was constructed through communication that occurred through the Danau Poso community in changing the meaning of the place to space. It was marked by the construction of an unofficial port and the construction of a hotel that opened a network of tourism within the Danau Poso community. The owner of the business, the community, tourist and the government become actors who continue to produce sex tourism space in Danau Poso. This research also looked at the role of media in shaping space through mediation produced through internet media which triggered the image of Danau Poso as a sex tourism destination.

**Keywords: Geography Communication, Sex Tourism, Danau Poso, Texture, Network Society.**

## A. Pendahuluan

Pariwisata sudah menjadi kebutuhan banyak orang. Perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lainnya untuk mendapatkan pengalaman baru ataupun kesenangan kini sedang marak. Berbagai tempat dijadikan destinasi untuk dituju oleh calon wisatawan. Berbagai destinasi pun dikonstruksi dalam bentuk landscape perkotaan hingga atraksi yang menggunakan cerita fiksi untuk kemudian menjadi *gaze* tersendiri akan tempat tersebut (Urry, 2002, hal. 3)

Praktek pariwisata pada suatu wilayah dikatakan oleh Winaya (2006, hal. 1) dapat menimbulkan dampak positif maupun negatif bagi budaya dan kehidupan sekitarnya. Winaya berasumsi bahwa sektor pariwisata meningkatkan kesempatan pekerjaan pada banyak bidang. Namun pariwisata juga melahirkan lapangan pekerjaan yang dinilai buruk yakni prostitusi.

Mukherjee (2012, hal.73) mengatakan Perdagangan seks telah menjadi strategi pembangunan banyak negara di era globalisasi. Sejumlah Negara di Asia didorong oleh Dana Moneter Internasional (IMF) dan Bank Dunia (VVB) untuk mengembangkan industri turisme dan hiburan. Bahkan dalam setiap kasus, sektor ini mengilhami perkembangan perdagangan seks. Mukherjee Berasumsi bahwa Industri Pariwisata Sex berkembang sebagai strategi dari pembangunan di banyak Negara Asia.

Organisasi Perburuhan Internasional menurut Wong (2005) memperkirakan bahwa antara 2-14% dari produk domestik bruto (PDB) Thailand, Filipina, Malaysia dan Indonesia berasal dari pariwisata seks. Dikutip dari (Eaglen, 2005, hal. 1) .

Menurut Kumar (2015, hal. 2) Istilah Pariwisata Sex mengacu pada wisatawan yang melakukan perjalanan untuk membeli layanan seksual terhadap wanita lokal. Sedangkan menurut O'Connell-Davidson (2004), seks dipahami secara luas sebagai bagian dari pengalaman wisata, dan apakah dengan wisatawan lain, dengan "romansa liburan" lokal, atau dengan pekerja seks, banyak orang yang berharap untuk memiliki lebih banyak seks saat berlibur (Hope, 2013, hal. 536). Menurut Ryan (2000) dalam (Hope, 2013, hal. 536). isu-isu yang muncul melalui pariwisata seks, menjadi kebutuhan untuk petualangan seksual, ikatan pasangan, eksplorasi seksual, gratifikasi, fantasi, dan eksploitasi, tidak dimulai di negara-negara asing tetapi di rumah dan tempat kerja seseorang dan di dalam diri mereka sendiri.

Salah satu destinasi wisata seks yang populer di Indonesia adalah Bali. Bali merupakan tempat pariwisata di Indonesia yang banyak dikunjungi wisatawan Internasional karena pariwisata budaya yang dikembangkan dan telah terbukti mampu menjadi daya tarik utama

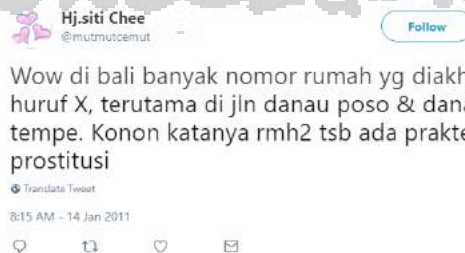
(Wijayasa, 2006, hal. 19) Pariwisata sex di Bali tidak diakui ada, karena jika diakui ada maka Bali akan terjebak pada konsekuensi disebut melenceng dari konsep pariwisata budaya. Namun jika seks dalam pariwisata Bali diakui tidak ada, maka menurut Wijayasa itu tentu terlalu munafik melihat adanya pekerja seksual di Bali yang memanfaatkan wisatawan yang berlibur sebagai pasar yang digarap. Informasi mengenai Sebuah Prostitusi Sex ditawarkan oleh website "Bali.com" dan beberapa website lainnya yang memberikan *guide* mengenai Bali.



Gambar 1. Website Bali.com yang memberikan panduan mengenai kehidupan malam di Bali. Sumber: Bali.com.



Gambar 2. Web blog yang memberikan informasi mengenai kehidupan malam di Bali. Sumber: Jakarta100bars.com



Gambar 4. Ulasan mengenai prostitusi sex di Bali yang diunggah melalui media sosial Twitter. Sumber: akun twitter @mutmutcemut

Bali.com merupakan *website* yang memberikan *guide* serta informasi mengenai Bali mulai dari transportasi, destinasi wisata, kuliner, *event* dan menawarkan seorang wisatawan untuk memilih destinasi sesuai kebutuhan wisatanya. Kegiatan prostitusi dikatakan oleh Bali.com sebagai sesuatu yang ilegal di Indonesia. Namun pada *website* tersebut dikatakan juga bahwa fenomena prostitusi pada destinasi wisata merupakan hal yang wajar, dan semua orang akan menutup mata akan hal tersebut.

Informasi mengenai destinasi pariwisata sex di Bali bukan hanya terdapat dari sebuah website, bahkan banyak web berbasis Blog yang mendeskripsikan pengalaman wisata sex. Seperti di Sanur, Kuta, Singaraja dan lain-lain untuk menjadi sebuah tujuan wisatawan (lihat gambar 2 dan 3). Informasi yang tersedia disana pun beragam, baik harga maupun tanda-tanda mengenai tempat yang menyediakan sebuah prostitusi.

Pariwisata Sex di Bali telah diteliti. Misalnya penelitian I Wayan Wijayasa (2006) yang mengkaji Awal Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Berkembangnya Seks dalam Pariwisata. Pariwisata sex dalam penelitian tersebut dinilai berkembang karena dampak dari perkembangan dan aktivitas pariwisata, bukan dari destinasi yang menjadi daya tarik pariwisata seperti Thailand. Wijayasa berpendapat bahwa pariwisata seks di Indonesia lebih dikarenakan seks telah ada di dalam masyarakat (host community).

Munculnya pariwisata seks dianggap perkembangan lebih lanjut setelah wisatawan datang ke sebuah destinasi. Alhasil, Wijayasa berargumen bahwa tempat prostitusi dapat berkembang menjadi tempat pariwisata sex karena sikap apatis dari lingkungan dan karena tidak adanya instrumen sosial-budaya yang membatasi atau bahkan menolak adanya praktek prostitusi.

Mengambil Danau Poso, sebuah tempat pariwisata sex di Bali, penelitian ini akan melihat bagaimana sebuah tempat pariwisata seks dan tindakan komunikasi yang dilakukan dalam tempat tersebut. Penelitian ini akan melihat dalam kerangka kerja komunikasi geografi, dimana ruang dan bentuk keruangan ditentukan oleh komunikasi (Jansson & Flakheimer, 2006). Komunikasi geografi adalah studi yang melihat bahwa ruang tidaklah alamiah atau ruang tidak selamanya stabil, studi ini menekankan bahwa ruang adalah produk sosial (Jansson & Flakheimer, 2006, hal. 7). Menurut Gould (1991) Ruang ditata melalui komunikasi

yang mempengaruhi cara benda bergerak melaluinya, sehingga tidak ada geografi tanpa komunikasi (Ek, 2006, hal. 43).

Ruang sebagai produk sosial tampaknya berhubungan dengan penelitian Crouch (2004) mengenai konsep wisata imajinasi. Dimana konsep tersebut melihat adanya pengaruh dari media dalam memberikan sebuah gambaran akan sebuah tempat. Dalam penelitian Larsen (2006, hal. 243) disebutkan adanya pengaruh dari media yang mengubah perilaku seseorang pada saat menjadi turis, dimana seseorang mengkonsumsi tempat tersebut dari gambar yang sudah pernah dilihatnya, sehingga reproduksi *mobile* lebih penting dari pada penglihatan itu sendiri.

Komunikasi dan tempat pariwisata seks dalam penelitian ini dirumuskan sebagai masalah tekstur yakni bagaimana proses atau tindakan komunikasi dimaknai dalam tempat-tempat tertentu atau konteks lokal tertentu (*communication in places*) sehingga memproduksi ruang tertentu. Rumusan masalah penelitian ini adalah :**bagaimana praktik komunikasi mengkontruksi ruang wisata seks di kawasan Danau Poso Bali?**

## **B. Tinjauan Pustaka**

### **1. Penelitian Terdahulu**

Penelitian mengenai Pariwisata Seks pernah diangkat oleh I Wayan WIjayasa, Dosen Kopertis Wilayah VIII DPK Akademi Pariwisata Denpasar dengan judul "Seks Dalam Pariwisata : Kajian Awal Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Berkembangnya Seks Dalam Pariwisata". Pada penelitian tersebut mengatakan bahwa Berkembangnya tempat Prostitusi lokal menjadi tempat Pariwisata sendiri karena adanya faktor Masyarakat Setempat (*host*) yang apatis terhadap aktivitas seks dalam pariwisata, sehingga kontrol sosial tidak ada dan dianggap secara sosial juga dianggap sah-sah saja. Selain itu faktor lainnya adalah dengan keterlibatan masyarakat setempat dengan cara ikut terlibat dalam aktivitas seks komersial yang dapat mendorong keberadaan seks dalam pariwisata.

Penelitian kedua mengenai Pariwisata Seks ditulis oleh Aril Cansel, Erdogan H. Ekiz dan Ali Bavik dengan judul "*Sex Tourism in Northern Cyprus: Investigating the Current Situation*" pada tahun 2009. Penelitian yang dilakukan oleh Cansel menginvestigasi keadaan terkait dengan Pariwisata seks yang mengaitkan dengan startegi dari marketing yang dilakukan oleh tempat tersrebut dengan target wisatawan internasional seperti dari Turkey, Germany, UK dan juga Italia. Metode yang dilakukan pada penelitian tersebut adalah metode wawancara dengan Pekerja Seks Komersil, pekerja hotel, *tour guide*, supir taksi, dan orang

lokal sekitar. Selain itu penelitian tersebut juga menganalisis surat kabar *Turkish Cypriot* (2007) serta surat kabar Cyprus, Yeniduzen dan juga Afrika

Penelitian mengenai Pariwisata Seks juga pernah dilakukan diGoa, India yang dikatakan sebagai salah satu destinasi pariwisata sex yang terkenal di dunia.Bahkan Goa sendiri dikatakan sebagai "*Haven for Sex Adventure*". Citra buruk yang dimiliki Goa, membuat Anil Kumar yang berasal dari VNS Institute of Management Bhopal (MP), India melakukan penelitian dengan judul "*Place Branding: A Way to Correct the Negative Image of Sex Tourism*" pada tahun 2015.

Adria Rosy Strainne yang merupakan Alumni Program Studi Pariwisata Universitas Udayana melakukan penelitian pada kajian Pariwisata Sex dengan judul "Pelacuran dan Pariwisata (Studi Kasus Pelacuran di Bawah Umur di Objek Wisata Kuta). Penelitian tersebut diterbitkan pada tahun 2006 dengan tujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya pelacuran di bawah umur di objek wisata Kuta, karena perkembangan pelacuran yang terus berkembang.Penelitian ini digunakan peneliti guna melihat bagaimana perkembangan seks di Bali dan juga sebagai referensi bisnis pelacuran di Bali dengan model dan tempat yang berdeda.

Penelitian Selanjutnya yang meneliti Seks Tourism ditulis oleh Ambalika Mukherjee, Mahasiswa Departement of International Relations Jadavpur University, Kolakata mengenai "Sex Tourism – An Ugly Face of Globalization".Penelitian tersebut melihat bagaimana hubungan antara Pariwisata Seks dengan Globalisasi dan juga melihat potensi Web sebagai media pada pariwisata seks.Penelitian tersebut digunakan sebagai referensi tempat sebagai ruang pariwisata seks dan hubungannya dengan globalisasi. Pada kesimpulan yang ditulis oleh Mukherjee, Globalisasi adalah katalisator bagi proses wisata seks dan bahwa itu adalah wajah buruk ekonomi berbasis pengetahuan.

## **2. Kerangka Teori**

### **1. Komunikasi Geografi dan Tektstur**

Menurut Jansson & Flakheimer (2006, hal.7) Komunikasi Geografi adalah studi yang melihat ruang adalah produk sosial atau ruang tidaklah alamiah dan tidak selamanya stabil. Gould (1991) mengemukakan bahwa menurutnya ruang ditata melalui komunikasi yang mempengaruhi cara benda bergerak melaluinya, sehingga tidak ada geografi tanpa komunikasi (Ek, 2006, hal. 43).

Jansson & Falkheimer (2006, hal.7) menuliskan bahwa komunikasi turut membentuk ruang dalam tiga hal.Pertama, mediasi ruang, yakni bagaimana ruang di konstruksi oleh media serta bagaimana sirkulasi representasi ruang melalui tindakan



komunikasi. Mediasi ruang adalah kajian mengenai mediasi simbolik, mitos tentang ruang, sejarah pengetahuan, visi dari ruang.

Kedua, mediatisasi ruang yang melihat bagaimana logika komunikasi/media turut mempengaruhi praktik atas ruang, atau mediatisasi ini melihat pada bagaimana penyerapan dan ketergantungan pada simbol-simbol dari media berefek pada pembentukan ruang (Dhona, 2018, hal.4). Menurut Bengtsson (2006, hal 190) Mediatisasi itu sendiri menimbulkan kebutuhan untuk mempelajari geografi material yang dihasilkan media, dan yang pada gilirannya, membuat mediasi dan 'ruang global' menjadi mungkin.

Ketiga adalah mediatisasi pengalaman atas ruang, dimana logika media mempengaruhi cara orang merasakan ruang. Bidang kaji ini melihat bahwa visi atas ruang itu berubah. Cara seseorang mengalami ruang itu sendiri telah digerakan oleh media.

Konsep Triad oleh Henry Lefebvre (1984, hal. 33) dimunculkan pada buku "*The Production of Space*" yang membagi kepada:

- a. *Social Practice* atau Praktik Spasial.
- b. *Representations of Space* atau Representasi Ruang.
- c. *Representational Space* atau Ruang Representasi.

Tekstur sebuah tempat menjadi perhatian pada tradisi geografis yang ditulis oleh Paul C. Adams, Steven Hoelcher dan Karen E. Till (2001) dengan judul buku "*Textures of Place*" dalam memahami makna dan proses sebuah tempat, kualitas material, serta konteks spasial dan simbolisnya yang terus mendefinisikan dan menciptakan sosial dan konteks spasial (Adams, 2001, hal. xiv). Adam beranggapan bahwa "tekstur tempat" tidak hanya merujuk pada permukaan, proses dan struktur saja, melainkan juga pada tindakan komunikasi dan berbagai konteks yang menciptakan dan dibentuk oleh tempat. Secara epistemologis, Adam mengkaitkan tekstur dengan "tekstil" dan "konteks" dimana bentuk, rasa dan tekstur tempat dirasa memberikan pandangan sekilas terhadap proses, struktur, ruang dan sejarah yang masuk kedalam pembuatannya.

Studi ini berusaha memeriksa bagaimana tanda, simbol, gerakan, ucapan, dan pengetahuan lokal menyampaikan makna budaya dan menciptakan sebuah tempat. Tempat dianggap telah muncul dengan kekuatan intelektual yang sedikit orang perkirakan. "Lokalitas," "wilayah," "lanskap," "wilayah," "area," dan "tempat" menjadi kata kunci untuk studi empiris dan teoritis. Tempat dianggap sebagai kumpulan fakta objektif yang dapat dianalisis secara ilmiah, mengandung sedikit ruang bagi orang-orang yang

menghuni tempat dan pengalaman subyektif mereka. Ciri khas pada tradisi studi ini melihat pada "perpindahan dari 'mengetahui tentang' tempat-tempat dengan cara yang objektif, fakta-fakta dan fiturnya, ketempat-tempat yang memahami' dengan cara yang lebih empatik, karakter dan makna mereka"

## 2. Pariwisata Sex

Wisata seks dapat didefinisikan sebagai pariwisata yang motivasi utama atau setidaknya bagian dari tujuan perjalanan ini adalah untuk mencapai atau terlibat dalam hubungan seksual komersial (Ryan dan Hall 2001 hal.1). Menurut Enloe (1989) Pariwisata Sex mengacu pada wisatawan yang melakukan perjalanan pada negara lain yang bertujuan untuk membeli jasa seksual terhadap perempuan ataupun laki-laki lokal (Kumar, 2015, hal. 2). Pariwisata itu sendiri dapat diartikan sebagai suatu bentuk perdangan, meskipun pembicaraan tentang "produk wisata" dapat dikatakan telah ditetapkan dan diterima (Mowfort dan Munt, 1998, hal. 113) dan digunakan dalam berbagai tujuan politik dan ada berbagai pengaruh eksternal serta pengendalian internal industri (Mowfort dan Munt, 1998, hal. 280).

McKercher and Bauer dalam (Cansel, Ekiz, & Bavik, 2009, hal. 687) menyebutkan pariwisata dan sex memiliki hubungan yang tidak selalu bersifat negatif. Mereka mengilustrasikan hubungan antara sex dan pariwisata dengan mempertimbangkan "sifat alami dari pengalaman sex" pada setiap sisi negatif maupun positif dan juga mempertimbangkan "romansa atau sex sebagai motivasi dalam perjalanan".Mereka juga membahas peran pariwisata sebagai fasilitator untuk pertemuan seksual dan enam daftar pera pariwisata sebagai: negara bagian liminal, menjadi fasilitator penyediaan mitra dan pertemuan, dan juga sebagai penyedia pengaturan konteks, dan tempat.

Manderson menunjukkan bahwa pariwisata seks menjadi sebuah perjalanan wisata yang dilakukan untuk "bersenang-senang" dan mencari pengalaman baru dan tidak biasa, yang membuat kegiatan atau perilaku tertentu tidak mungkin terjadi "di rumah (Cansel, Ekiz, & Bavik, 2009, hal. 680). Beberapa peneliti pariwisata mengatakan bahwa pariwisata di dalamnya sebenarnya adalah pelacuran.Negara-negara miskin didorong untuk membuka perbatasan mereka dan tempat tinggal mereka kepada para pengunjung asing dan ditekan untuk melakukan transaksi komersial dari jenis yang sangat khusus di mana mereka menawarkan budaya mereka, warisan mereka, tradisi mereka dan bahkan anggota populasi tertentu kepada pengunjung(Kibicho, 2005, hal. 258).

### 3. Masyarakat Jaringan

Dikutip pada buku *Key Thinkers on Space and Place* oleh Hubbard and Kitchin (2011, hal. 103) Castells telah melakukan pengaruh besar pada pemikiran geografis melalui perubahan penting dalam konsepsi ruang dan tempat. Castells melihat bahwa perlu dilakukan pembacaan struktural kota yang menjabarkan masalah yang melampaui deskripsi mekanisme interaksi antara kegiatan dan lokasi, untuk menemukan hukum struktural produksi dan berfungsinya bentuk spasial yang dipelajari. Menurutnya, tidak ada teori ruang khusus, tetapi cukup dengan penyebaran dan spesifikasi teori struktural sosial, untuk menjelaskan karakteristik bentuk sosial tertentu, ruang, dan artikulasinya dengan bentuk, proses, dan poses lain yang diberikan secara historis.

Masyarakat Jaringan, dalam istilah yang paling sederhana, adalah struktur sosial yang didasarkan pada jaringan yang dioperasikan oleh komunikasi berbasis jaringan yang menghasilkan, memproses, dan mendistribusikan informasi berdasarkan pengetahuan yang terakumulasi dalam simpul-simpul jaringan. Dikutip dari Castells (2003) dalam (Cardoso, 2005, hal. 23) masyarakat mengalami perubahan yang ditandai oleh tren paralel yang membingkai perilaku sosial: individualisme dan komunalisme. Individualisme pada konteks tersebut menunjukkan konstruksi makna disekitar realisasi proyek individu, sedangkan komunalisme dapat didefinisikan sebagai konstruksi makna disekitar seperangkat nilai yang ditentukan oleh kelompok kolektif dan diinternalisasi oleh anggota kelompok.

Konsep ruang bagi Castells merupakan dimensi fundamental yang "Mengekspresikan" masyarakat urban. Pengalaman spasial dari kehidupan kota kontemporer diekspresikan sebagian melalui dunia fisik tradisional lingkungan dan simpul bisnis lokal di wilayah metropolitan di mana orang menjalani kehidupan sehari-hari dan mengembangkan pribadi, hubungan keluarga dan identitas individu yang Castells sebut sebagai "ruang tempat". Tetapi kehidupan kota yang semakin meningkat dan pekerjaan ekonomi global dilakukan dalam "ruang arus" atau *space of flows* (Castells, 2005, hal. 229).

Castells membangun pendekatan teroris terhadap perkotaan di sepanjang tiga sumbu yang ia sebut fungsi, makna, dan bentuk. Secara fungsi, berarti oposisi dinamis antara global elektronik dan lokal tatap muka. Secara makna, ia menyiratkan hubungan yang kompleks antara "individuasi" (identitas pribadi) dan "komunalisme" (identitas bersama etnis, kelas sosial, dan budaya). Sedangkan secara bentuk adalah produk dari interaksi dan konflik antara dimensi ruang fisik dan *online*. Castells berpendapat bahwa

organisasi masyarakat di Era Informasi melibatkan sentralisasi dan desentralisasi karena kota secara simultan terstruktur dan dihancurkan oleh logika persaingan ruang arus dan ruang tempat.

### **C. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis untuk dapat melihat bahwa realitas itu ada dalam bermacam-macam bentuk konstruksi mental, berdasarkan pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik serta tergantung pada orang yang melakukannya. Realitas ada sebagai seperangkat bangunan yang menyeluruh dan bermakna yang bersifat konfliktual dan dialektis, karena itu aliran ini menganut prinsip realivitas dalam memandang suatu fenomena sosial (Lenggono, 2006, hal. 126). Peneliti dalam hal ini meyakini bahwa ruang tidak hadir dengan alamiah dan melihat bahwa ruang merupakan konstruksi sosial yang mengontrol pemikiran atas ruang. Artinya peneliti melihat ruang Danau Poso sebagai tempat praktik wisata seks tidak terjadi dengan sendirinya, melainkan karena ada yang membentuk dan mengkonstruksi.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif yang akan mengeksplorasi cara seseorang memaknai "Danau Poso" sebagai ruang wisata seks dan memahami realitas sosial dari sudut pandang orang-orang didalamnya dan bertujuan mendapatkan pemahaman yang bersifat umum terhadap kenyataan sosial dengan berawal dari perspektif partisipan terlebih dahulu, sehingga pemahaman tidak didapatkan di awal penelitian, melainkan diperoleh setelah melakukan analisis dari adanya kenyataan sosial yang menjadi fokus dari penelitian ini. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati objek penelitian dengan metode observasi, wawancara, dan Studi Literatur.

Strategi yang digunakan untuk Metode Analisis Data adalah studi kasus. Menurut Yin, Studi Kasus adalah penyelidikan empiris yang menyelidiki fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas-batas antara fenomena dan konteks tidak jelas. Studi ini telah menjadi strategi penelitian umum dalam sosiologi dan perencanaan masyarakat (Yin, 2003, hal. 1). Sehingga penelitian ini cocok dengan menggunakan metode Studi Kasus, dimana penelitian ini akan mencoba memahami ruang yang dimaknai oleh masyarakat Danau Poso.

## **D. Hasil dan 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 apatisisme 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 layakna 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 ilegal 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 kontruksi dari sebuah kecantikan yang kemudian menjual wanita dari Jawa Barat yang identik dengan kulit yang putih, dan perempuan yang cantik. Dikutip dari (Haryanti at 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 menyebarkan 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

## **E. Penutup**

### **1. Kesimpulan**

Ruang Danau Poso sebagai destinasi pariwisata seks di Bali tidak hadir secara alamiah, melainkan ada aktor-aktor terlibat seperti pelaku bisnis, pekerja seks komersil, masyarakat sekitar, wisatawan, serta pemerintah itu sendiri yang mengkonstruksi Danau Poso sebagai "ruang wisata seks" dari yang sebelumnya dimaknai sebagai lokalisasi. Komunikasi dalam bentuk mediasi pada berbagai media juga turut menciptakan Ruang Danau Poso sebagai destinasi wisata seks.

Danau Poso yang bermula merupakan tempat lokalisasi berubah menjadi ruang wisata seks ditandai dengan hadirnya "campuran" wisatawan karena arus yang melewatinya. Aktivitas yang meningkat antara wisatawan dengan penduduk lokal Danau Poso ditandai dengan dibukanya pelabuhan tidak resmi pada tahun 1950-an di pantai Semawang yang lokasinya berdekatan dengan Danau Poso. Pembangunan sektor perhotelan pada tahun 1970-an juga dianggap sebagai penanda Danau Poso berubah menuju ruang wisata seks karena telah membawa wisatawan dan mengenalkan lokalisasi yang telah ada sebelumnya.

Perubahan yang terjadi di Danau Poso sebagai tempat wisata seks ditandai dengan terstrukturnya praktik tersebut terhadap strategi yang dibuat oleh pelaku bisnis seperti penyediaan fasilitas, pelayanan yang nyaman, serta produk yang ditawarkan berasal dari berbagai daerah, bukan lagi perempuan lokal sebagai komoditas yang ditawarkan Danau Poso. Perubahan juga mendisiplinkan praktik pelacuran dalam membuat tahapan pada praktik seks di Danau Poso, dan membuat aturan mengenai pembagian manajerial bagi pemilik rumah, mucikari, pelacur dan calo. Praktik tersebut terjadi karena perubahan visi Danau Poso sebagai lokalisasi menjadi praktik pariwisata seks.

Pembangunan yang menyebabkan perubahan infrastruktur merubah pandangan masyarakat mengenai sebuah definisi tempat sehingga terjadi perubahan makna pada masyarakat Danau Poso akibat arus yang melewatinya. Hal tersebut kemudian meningkatkan keterampilan masyarakat, sehingga masyarakat mengetahui kebutuhan wisatawan dan mengembangkan model bisnis yang telah ada kedalam pariwisata, yaitu lokalisasi sebagai produk yang ditawarkan kepada masyarakat secara global untuk dikonsumsi sebagai destinasi Pariwisata Seks di Bali.

Perubahan infrastruktur membuktikan bahwa ruang tidaklah alamiah tetapi ruang terjadi karena adanya konstruksi oleh aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal, wisatawan, pelaku bisnis, serta pemerintah. Bukan karena sikap apatis dari masyarakat yang mendukung perkembangan seks dalam pariwisata. Pembangunan terus dilakukan oleh pemerintah. Bahkan pemerintah menyadari akan praktik seks di Danau Poso ditandai dengan penarikan uang keamanan oleh para oknum berseraga, dan penertiban yang tidak tegas dalam menangani bisnis seks tersebut.

Arus tempat yang terjadi di Danau Poso akibat adanya jaringan pariwisata membuat masyarakat bersaing pada sektor pariwisata di Bali, dengan membuka rumah x sebagai model pelacuran. perubahan tersebut menghasilkan konsumsi pariwisata yang membentuk Danau Poso sebagai destinasi pariwisata yang menjual Pekerja Seks Komersial dari perempuan yang mayoritas berasal dari Jawa Barat, dan hal tersebut menandai Danau Poso sebagai tempat dalam masyarakat jaringan.

Media dalam hal ini juga berperan dalam membentuk Danau Poso sebagai ruang wisata seks, dimana produksi yang diciptakan itu sendiri dimediasi melalui berbagai medium seperti website, web blog serta media sosial yang dapat mempengaruhi masyarakat secara global dan memberi tujuan baru serta memicu citra Danau Poso sebagai destinasi dalam berwisata seks.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Dari Buku & Jurnal

- Adam, P, C. Hoelscher, S & Till, K, E. eds (2001). *Textures of Place: Exploring Humanist Geographies*. Minneapolis, MN: University of Mennesota Press.
- Bengsston, S. (2006). *Media and the Space of Work and Leisure*. Nordicom. Goteborg University, Sweden.
- Cansel, A. Ekiz, E, H & Bavik, A. (2009). *Sex Tourism in Northern Cyprus: Investigating The Current Situation*. Tourism Analysys, Vol. 14. Pp. 677-689. USA.
- Castells, M. (2005). *Space of Flows, Space of Places: Materials for Theory of Urbanism in the Information Age*. Rotledge; 6 edition. USA.
- Castells, M. Cardoso, G. eds. (2005). *The Network Society; From Knowledge to Policy*. Washington, DCL Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations.
- Crouch, D. Jackson, R. Thompson, F. (2005). *The Media and the Tourist Imagination*. Routledge Taylor and Francis Group.
- Dhona, H, R. Komunikasi Geografi. Jurnal Komunikasi Vol 13, No 1.
- Eaglen, A. Maccarrone E, A. (2005) *Sex Tourism and Chaos: a Complex System Approach*. Salford University, UK.
- Ek, Richard. (2006). *Media Studies, Geographical Imaginations and Relational Space*. Nordicom. Goteborg University, Sweden.

Haryanti, R. at., al. (2010). *Konstruksi Kecantikan Ideal Perempuan Melalui Iklan Produk Kecantikan di Televisi*. Universitas Brawijaya, Malang.

Hope, K, R. (2013). *Sex Tourism in Kenya: an Analytical Review*. Tourism Analysis, Vol.8. USA.

Hubbard, P. Kitchin, R. (2011). *Key Thinkers on Space and Place*. Sage Publication. London, UK.

Jansson, A. Falkheimer, J. (2006). *Geographies of Communication*. Nordicom. Goteborg University, Sweden.

Kibicho, W. (2005). *Tourism and the Sex Trade in Kenya's Coastal Region*. Journal of Sustainable Tourism Vol 13, No 3.

Kumar, A. (2015). *Place Branding: A Way to Correct the Negative Image of Sex Tourism*. International Journal of Business Research and Development Vol.3, No.1.

Larsen, J. (2006). *Geographies of Tourism Photography; Choreographies and Performances*. Nordicom. Goteborg University, Sweden.

Lefebvre, H. (1991). *Production of Space*. Blackwell Publishing Limited, Chicago, Illinois. USA.

LeGates, R, T. Stout, F. (2015). *The City Reader*. Routledge; 6 edition. USA.

Lenggono, P, S. (2006). *Metodologi Penelitian Sosiologi*. Trilogi University, Jakarta.

Mukherejee, A. (2012). *Sex Tourism – An Ugly Face of Globalization*. Jadavur University. Kolkata.

Mowforth, M. Munt, I. (1998). *Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World*. Routledge. London, UK.

Richard, G. (2014). *The New Geographies: Space, Place and Locality*. Paper Presented at Wageningen Geography Lectures.

Ryan, C. Hall, C. (2001). *Sex Tourism: Marginal People and Liminalities*. Routledge. London, UK.

Strainne, A, R. (2006). *Pelacuran dan Pariwisata (Studi Kasus Pelacuran di Bawah Umur di Objek Wisata Kuta)*. Analisis Pariwisata, Vol. 7 No.2.

Syahbana, R, A. (2015). *Implikasi Penutupan Lokalisasi Terhadap Pembentukan Keluarga Sakinah*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze*. Sage Publication. London, UK.

Wardana, A. (2019). *Contemporary Bali: Contested Space and Governance*. Springer Nature Singapore. Singapore.

Wijayasa, I, W. (2006). *Seks dalam Pariwisata : Kajian Awal Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Berkembangnya Seks dalam Pariwisata*. Analisis Pariwisata, Vol. 7 No.2.

Winaya, I, M. (2006). *Pelacuran Laki-Laki dalam Industri Pariwisata Bali (Studi Kasus Gigolo di Kawasan Pariwisata Kuta)*. Analisis Pariwisata, Vol.7 No.2.

Yin, R, K. (2003). *Case Study Research; Design and Methods*. Sage Publications. London, UK.

**Sumber Website & Weblog**

[Https://www.bali.com](https://www.bali.com)

<Http://www.jakarta100bars.com>

**Sumber Media Sosial**

Twitter @mutmutcemut

