

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



**SKRIPSI**  
**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar**  
**Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya**  
**Universitas Islam Indonesia**

Oleh  
**Rian Dwi Putra**  
**15321175**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA**  
**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**SKRIPSI**

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



Disusun Oleh:  
**Rian Dwi Putra**  
15321175

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk di ujikan dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi

Tanggal: 27 AUG 2019

Dosen Pembimbing Skripsi



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Holy Rafika Duona', is written over the calligraphy watermark.

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

NIDN. 0512048302

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

Disusun Oleh :

**Rian Dwi Putra**

15321175

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal : ..... 27 AUG 2019 .....

Dewan Penguji :

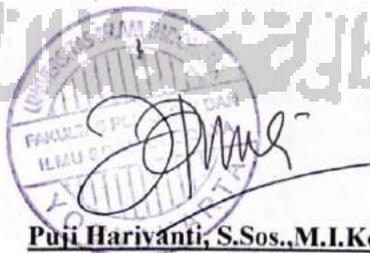
1. Ketua : Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M. A  
NIDN. 0512048302
2. Anggota : Ali Minanto, S.Sos., M.A  
NIDN. 0510038001



Mengesahkan,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



**Puji Harivanti, S.Sos., M.I.Kom**

NIDN. 0529098201

## PERNYATAAN AKADEMIK

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Rian Dwi Putra

Nomor Mahasiswa : 15321175

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila dikemudian hari, setelah saya lulus dari Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

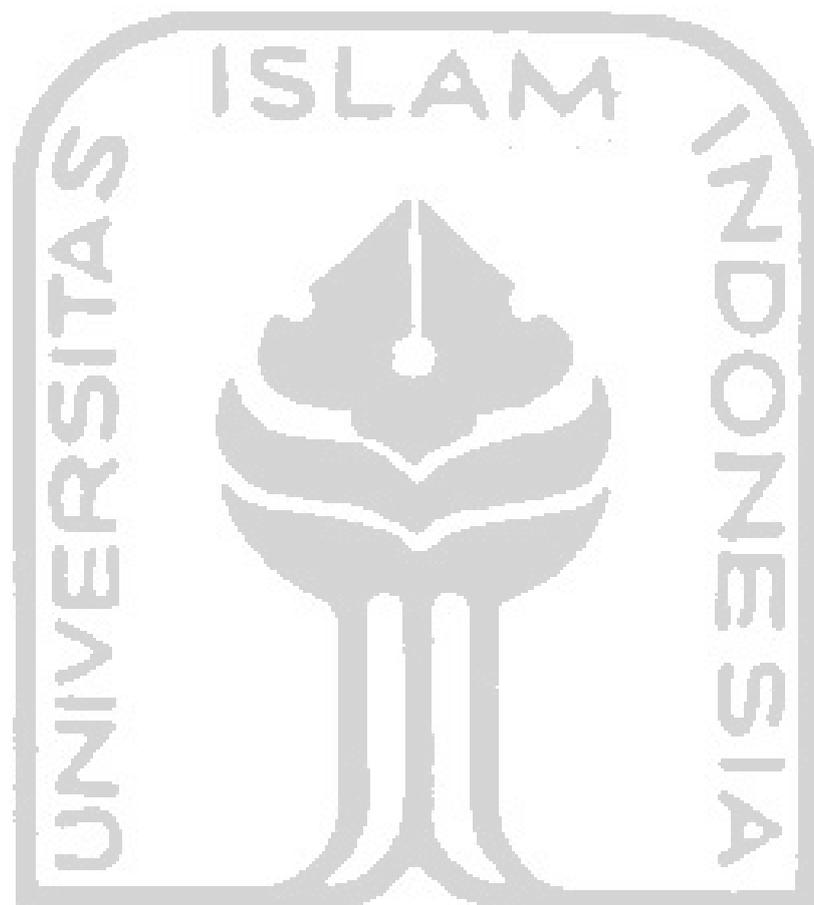
Yogyakarta, 27 Agustus 2019

Yang menyatakan,


**Rian Dwi Putra**

**NIM. 15321175**



جامعة الإسلام في إندونيسيا

**MOTTO**

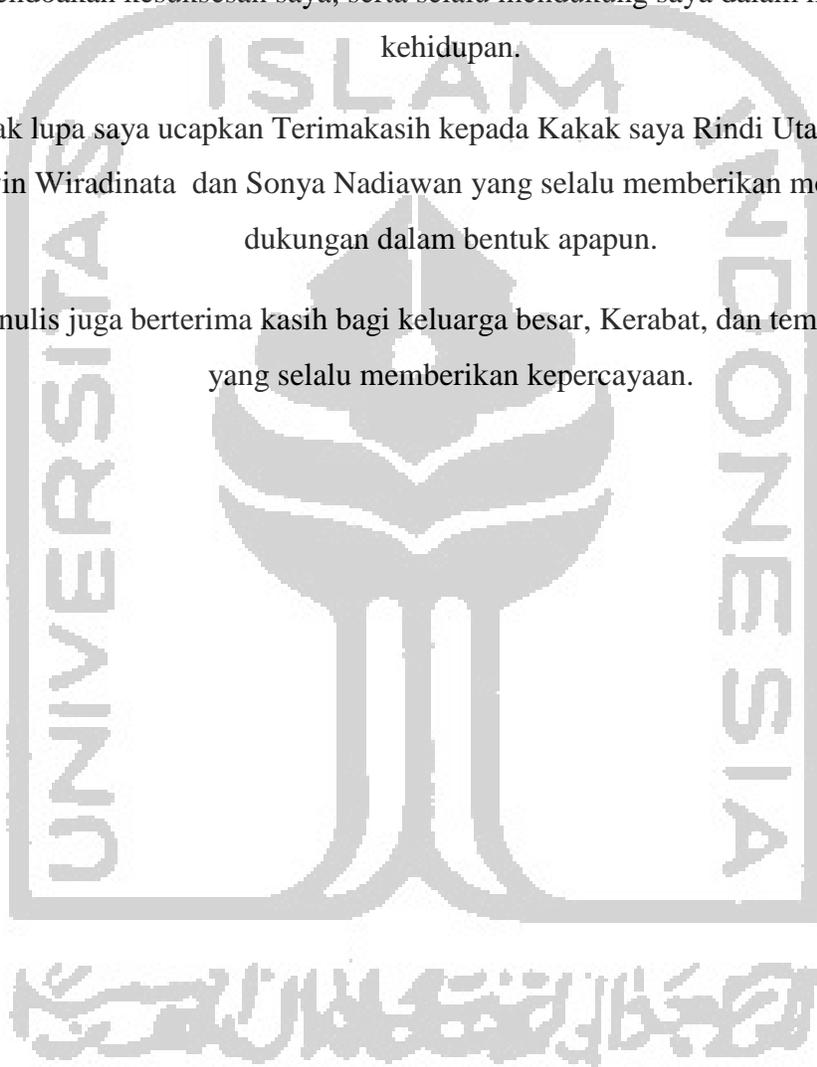


## PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Feddy Heryana dan Ibu Rinrin Epriyani yang selalu mendukung dan mendoakan kesuksesan saya, serta selalu mendukung saya dalam menjalani kehidupan.

Tak lupa saya ucapkan Terimakasih kepada Kakak saya Rindi Utami Putri, Erwin Wiradinata dan Sonya Nadiawan yang selalu memberikan motivasi dan dukungan dalam bentuk apapun.

Penulis juga berterima kasih bagi keluarga besar, Kerabat, dan teman-teman yang selalu memberikan kepercayaan.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alamiin, puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan ilmu-Nya kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi sebaik mungkin. Dalam skripsi ini penulis berusaha melihat Konstruksi pada Pariwisata Seks dengan judul “*Konstruksi Pariwisata Seks (Studi Kasus Danau Poso Bali)*”.

Karya tulis ini dibuat untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata S1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini, karena keterbatasan waktu dan pikiran baik dari segi bahasa yang digunakan maupun teknik penyajiannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk karya tulis yang lebih baik untuk kedepannya.

Selama melakukan penelitian, banyak pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Feddy Heryana dan Ibu Rinrin Epriyani yang selalu memberikan doa dan memberikan motivasi selama proses mengerjakan skripsi ini.
2. Kakak saya Rindi Utami Putri, Erwin Wiradinata dan Sonya Putri Nadiawan yang selalu menyemangati dan menemani dalam keadaan senang maupun susah, serta membantu saya untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.
3. Ibu Ratna Permata Sari S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dalam perjalanan sejak awal menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Holy Rafika Dhona S.I.Kom., M.A. Selaku dosen pembimbing skripsi yang

telah sabar dalam memberikan arahan, kritik dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Para Dosen dan Staff Administrasi, Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang selama ini sudah memberi banyak pengetahuan dan pembelajaran yang berarti bagi masa depan penulis.

6. Keluarga besar yang selalu mendukung, mendoakan dan percaya kepada saya, serta selalu mengingatkan saya dalam menjalani hidup.

7. Para Sahabat, serta teman-teman saya yang telah berjuang bersama dan menemani proses dalam menimba ilmu dan pengetahuan yang tidak ada habisnya.

8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan semua yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan rendah hati penulis ucapkan mohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat dalam penyusunan hasil penelitian ini. Demikian semoga penelitian ini dapat berguna bagi para pembaca.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu*

**Yogyakarta, Agustus 2019**

**Penulis**

**Rian Dwi Putra**

## ABSTRAK

**Rian Dwi Putra. 15321175. Konstruksi Ruang Pariwisata Seks (Studi Kasus Danau Poso Bali). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2019.**

Danau Poso sebagai lokalisasi sedang berubah menuju visi Danau Poso sebagai ruang wisata seks. Wisata Seks dianggap sebagai perkembangan lebih lanjut setelah wisatawan datang ke sebuah destinasi pariwisata, sehingga penelitian ini akan melihat bagaimana sebuah tempat pariwisata seks dan tindakan komunikasi yang dilakukan dalam tempat tersebut, dengan melihat dalam kerangka kerja komunikasi geografi yang dikembangkan oleh Jansson dan Flakheimer yang melihat bahwa ruang tidaklah alamiah, dan menekankan bahwa ruang adalah produk sosial.

Komunikasi dan tempat pariwisata seks dalam penelitian ini dirumuskan sebagai masalah tekstur untuk melihat proses dan tindakan komunikasi yang dimaknai kedalam tempat-tempat tertentu atau konteks tertentu (*communication in place*) sehingga memproduksi ruang tertentu. Konsep tekstur pada sebuah tempat menjadi perhatian pada tradisi geografis yang dikembangkan oleh Paul C. Adams dalam memahami makna dan proses sebuah tempat. Penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivis untuk melihat bahwa realitas ada dalam bermacam-macam bentuk konstruksi mental. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif untuk mengeksplorasi makna dalam melihat konstruksi sosial, dengan strategi penelitian menggunakan metode studi kasus, meminjam dari Robert K. Yin dalam memahami ruang pada masyarakat Danau Poso.

Hasil dari penelitian ini berhasil melihat bagaimana tempat Danau Poso dikonstruksi melalui sebuah komunikasi yang terjadi melewati masyarakat Danau Poso dalam mengubah makna akan tempat menjadi ruang. Dengan ditandai pembangunan pelabuhan tidak resmi dan pembangunan hotel yang membuka jaringan pariwisata dalam masyarakat Danau Poso. Pelaku bisnis, masyarakat, wisatawan, dan pemerintah menjadi aktor yang terus memproduksi ruang wisata seks di Danau Poso. Penelitian ini juga melihat peran media dalam membentuk ruang melalui mediasi yang diproduksi melalui media internet yang memicu citra Danau Poso sebagai destinasi wisata seks.

**Kata Kunci: Komunikasi Geografi, Pariwisata Seks, Danau Poso, Tekstur, Masyarakat Jaringan.**

## 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.**

## DAFTAR ISI

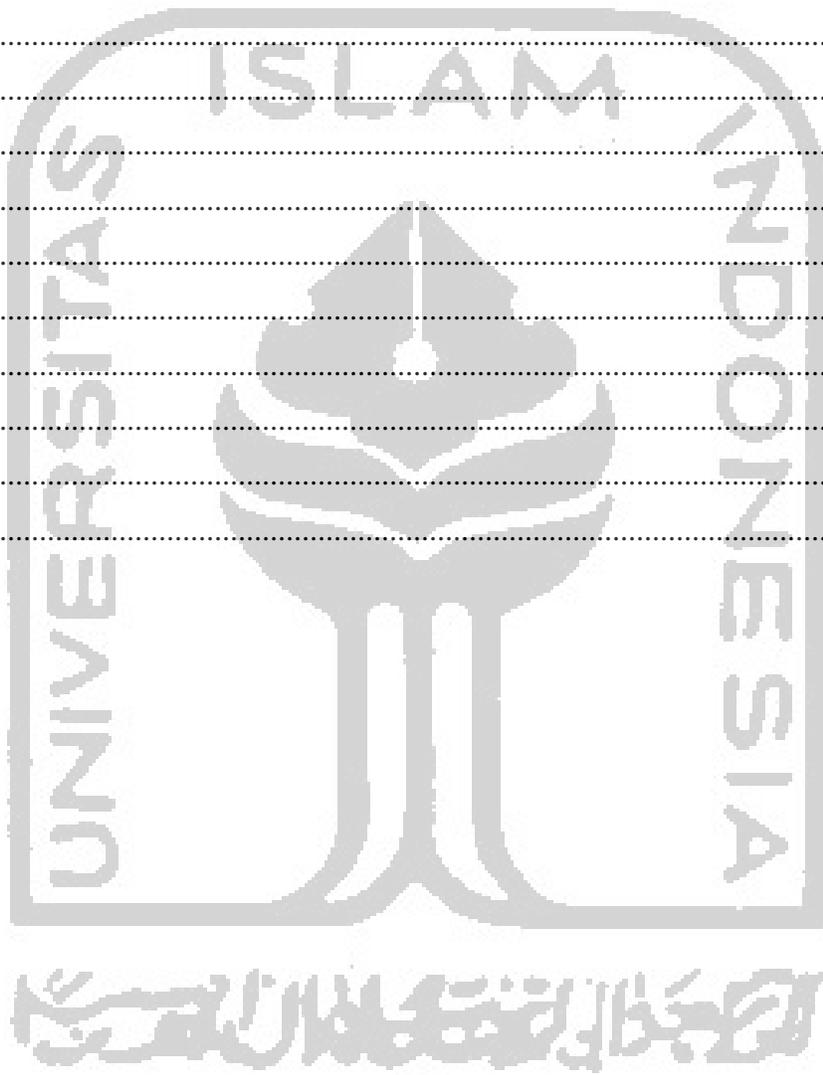
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN AKADEMIK.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Kerangka Teori.....	10
1. Komunikasi Geografi dan Tektstur.....	10
2. Pariwisata Seks.....	13
3. Masyarakat Jaringan.....	14
G. Metodologi Penelitian.....	16
1. Paradigma Penelitian.....	16
2. Jenis Penelitian.....	16
H. Metode Pengumpulan Data.....	17
I. Metode Analisis Data.....	18
J. Jadwal Penelitian.....	19
BAB II.....	20
GAMBARAN OBJEK PENELTIAN.....	20

A. Danau Poso.....	20
B. Informan Penelitian .....	22
BAB III.....	25
TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	25
A. Temuan.....	25
1. Tekstur Danau Poso .....	25
2. Praktik Wisata Seks Danau Poso.....	34
a. Website.....	41
b. Web Blog.....	43
c. Media Sosial.....	45
B. Pembahasan.....	49
1. Danau Poso Sebagai Destinasi Wisata Seks.....	49
2. Danau Poso sebagai Tempat dalam Masyarakat Jaringan.....	54
BAB IV .....	57
KESIMPULAN.....	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Keterbatasan Penelitian .....	58
C. Saran.....	59
1. Saran Teoritis .....	59
2. Saran Praktis.....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	60



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 .....	2
Gambar 2 .....	3
Gambar 3 .....	3
Gambar 4 .....	20
Gambar 5 .....	21
Gambar 6 .....	39
Gambar 7 .....	40
Gambar 8 .....	41
Gambar 9 .....	42
Gambar 10 .....	43
Gambar 11 .....	44
Gambar 12 .....	44
Gambar 13 .....	45



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 .....	9
Tabel 2 .....	19
Tabel 3 .....	22
Tabel 4 .....	23



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

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 Seks 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 Seks 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.

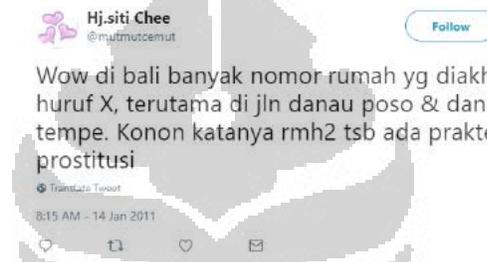
Salah satu destinasi wisata seks yang populer di Indonesia adalah Bali. Bali merupakan tempat pariwisata di Indonesia yang banyak dikunjungi wisatawan Internasional karena pariwisata budaya yang dikembangkan dan telah terbukti mampu menjadi daya tarik utama. (Wijayasa, 2006, hal. 19) Pariwisata seks 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 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 3. Ulasan mengenai informasi Pariwisata Seks 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 illegal 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 seks di Bali bukan hanya terdapat dari sebuah website, bahkan banyak web berbasis Blog yang mendeskripsikan pengalaman wisata seks. 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 Seks di Bali telah diteliti. Misalnya penelitian I Wayan Wijayasa (2006) yang mengkaji Awal Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Berkembangnya Seks dalam Pariwisata. Pariwisata seks 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 seks 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 seks 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.

Studi mengenai hubungan komunikasi dan destinasi seks di Indonesia sendiri dapat dikatakan masih sedikit. Dengan demikian studi ini penting untuk menambah rujukan pada bidang Komunikasi Geografi, terlebih dengan mengkaitkan studi Pariwisata di dalamnya.

## **B. Rumusan Masalah**

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?**

Dengan mengikuti gagasan tersebut, pertanyaan penelitian yang mungkin diturunkan dari rumusan masalah di atas adalah;

1. Bagaimana konteks Danau Poso membuat tekstur (makna yang kontekstual dan lokal) pada seks dan bisnis seks?
2. Bagaimana makna seks tersebut dipraktikkan dalam komunikasi yang dilakukan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah

1. Menjelaskan makna seks dan bisnis seks dari tekstur tempat oleh pelaku seks, konsumen, masyarakat serta setting lingkungan di Danau Poso
2. Menjelaskan praktik komunikasi dipengaruhi oleh setting/konteks Danau Poso

#### **D. Manfaat Penelitian**

Studi mengenai hubungan komunikasi dan pembentukan destinasi seks di Indonesia sendiri dapat dikatakan masih sedikit. Dengan demikian studi ini penting untuk menambah rujukan pada bidang Komunikasi Geografi, terlebih dengan mengkaitkan studi Pariwisata di dalamnya sehingga diharapkan dapat menjadi referensi pada penelitian selanjutnya

Penelitian ini akan melihat bagaimana destinasi wisata seks ini sebenarnya dibentuk oleh komunikasi. Penelitian ini melihat dalam kerangka kerja komunikasi geografi, dimana ruang dan bentuk keruangan ditentukan oleh komunikasi. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan bahwa ruang diperebutkan oleh beberapa aktor untuk kepentingannya masing-masing.

Studi ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta kesadaran kepada masyarakat terhadap ruang-ruang yang tidak terjadi begitu saja, melainkan ada yang mengkonstruksi menjadi sebuah produk sosial.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

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 Tiurism in Northern Cyprus: Investigating the Current Situation*” pada tahun 2009. Penelitian yang dilakukan oleh Cansel

menginvestigasi keadaan terkait dengan Pariwisata seks yang mengaitkan dengan strategi dari marketing yang dilakukan oleh tempat tersebut 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 Cipriot* (2007) serta surat kabar Cyprus, Yeniduzen dan juga Afrika.

Penelitian mengenai Pariwisata Seks juga pernah dilakukan di Goa, India yang dikatakan sebagai salah satu destinasi pariwisata seks 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 Seks 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 berbeda.

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.

Berikut, Perbandingan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai tinjauan pustaka:

No	Judul Penelitian Nama dan Tahun	Temuan	Perbedaan	Relevansi dengan penelitian
1	Seks dalam Pariwisata : Kajian Awal Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Berkembangnya Seks Dalam Pariwisata  I Wayan Wijayasa  2006	keterlibatan masyarakat setempat dengan cara ikut terlibat dalam aktivitas seks komersial dapat mendorong keberadaan seks dalam pariwisata.	Konsep digunakan, bukan mengenai keruangan. Penelitian ini fokus pada perkembangan Seks dalam Pariwisata.	Hasil penelitian menunjukkan, sejarah perkembangan Seks Pariwisata
2	<i>Sex Tiurism in Northern Cyprus: Investigating the Current Situation</i>  Aril Cansel Erdogan H. Ekiz Ali Bavik  2009	Penelitian ini menemukan pengaruh positif dari hubungan antara seks dan pariwisata. Penelitian ini menemukan pariwisata seks berkontribusi dalam pembangunan ekonomi di Cyprus Utara.  Banyak pihak yang terlibat seperti pekerja seks, geromo, manajer, para pelaku perhotelan, supir taxi, rumah sakit, pelanggan dan yang lainnya merasa senang dengan situasi pariwisata seks di Cyprus Utara pada saat itu.	Penelitian ini melihat bagaimana Seks menjadi sebuah industri yang dijalani pada sebuah pariwisata. Dan melihat bagaimana situasi pada tempat pariwisata seks.	Penelitian ini memberikan sebuah gambaran mengenai situasi dari masyarakat setempat ( <i>host</i> ) tentang apa yang sedang terjadi disekitar mereka.

3	<i>Place Branding: A Way to Correct the Negative Image of Sex Tourism</i>	<p>Goa (India) memiliki citra yang buruk karena dampak dari media mengenai destinasi pariwisata seks.</p> <p>Selain itu, Perempuan di Goa yang berasal dari keluarga tidak mampu dapat setuju untuk berpartisipasi dalam perdagangan seks untuk mendapatkan peluang ekonomi untuk mendukung rumah tangga mereka</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengubah citra buruk Goa, sebagai destinasi pariwisata seks.</p>	<p>Studi ini mengungkapkan bahwa terdapat dampak media yang memperkuat citra sebuah destinasi pariwisata seks.</p>
Anil Kumar 2015				
4	<i>Pelacuran dan Pariwisata (Studi Kasus Pelacuran di Bawah Umur di Objek Wisata Kuta)</i>	<p>Simbol kemewahan seperti mobil, sepeda motor dan rumah merupakan salah satu faktor pemicu daya tarik bagi teman-teman lain sederhana asal untuk mengikuti temannya menjadi pengantar tamu (Pelacur Terselubung) di Kuta.</p>	<p>Penelitian ini dilakukan untuk melihat pelacuran dibawah umur dari dampak pariwisata.</p>	<p>Penelitian menunjukkan perkembangan pariwisata seks di Bali yang memberikan gambaran tersendiri bagaimana seks menjadi daya tarik oleh masyarakat.</p>
Adria Rosy Strainne 2006				
5	<i>Sex Tourism – An Ugly Face of Globalization</i>	<p>Pada tahun 1994, Web browser, Netscape diluncurkan. Industri seks pada saat itu melihat potensi web tersebut untuk digunakan.</p> <p>Tur Prostitusi terorganisir dari Amerika Serikat mulai muncul di Web pada musim semi 1995. Alan M, Mum, dari New York City mengiklankan tur kelompok prostitusi ke Republik Dominika dan Nevada, US.</p>	<p>Penelitian ini melihat pengaruh buruk dari berkembangnya pariwisata seks. Dan tidak membandingkan bagaimana ruang terbentuk</p>	<p>Penelitian tersebut membahas bagaimana hubungan pariwisata seks dengan globalisasi. Serta pada beberapa bagian, penelitian ini menyinggung penggunaan internet sebagai media promosi dari industri seks.</p>
Ambalika Mukherjee 2012				

Tabel 1. Perbandingan Penelitian

## F. 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, yang mencakup produksi dan reproduksi, dan lokasi tertentu serta spasial yang khas dari setiap formasi sosial. Praktik spasial memastikan kontinuitas dan beberapa tingkat kohesi. Dalam hal ruang sosial, dan setiap anggota masyarakat tertentu yang

berhubungan dengan ruang itu. Mudahnya praktik spasial melihat bagaimana ruang dipraktikkan atau dialami.

b. *Representations of Space* atau Representasi Ruang, yang terkait dengan hubungan produksi dan tatanan yang diterapkan oleh pengetahuan, tanda, kode. Sehingga poin kedua ini akan melihat bagaimana logika media dipraktikkan untuk menata ruang melalui simbolik atau mitos dan juga visi.

c. *Representational Space* atau Ruang Representasi, mewujudkan simbolisme yang terkadang diberi tanda dan juga terkadang tidak memiliki tanda. Visi atas ruang dilihat sebagai hal yang berubah, sehingga cara menanggapi ruang dilihat sebagai hal yang digerakan oleh media.

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"

Adam menyoroti tiga tema yang paling penting dalam berteori dan menafsirkan tekstur tempat:

a. Pengalaman dan Identitas

Tim Cresswell berpendapat bahwa kita tidak hidup dalam kerangka abstrak hubungan spasial geometris: “kita hidup di dunia makna. Kita ada dan dikelilingi oleh sebuah tempat.” Yi-Fu Tuan memelopori “perspektif pengalaman” ini, ketika ia bertanya tentang suatu tempat: Apa artinya? Dan Bagaimana identitas manusia disusun melalui tempat? Selain itu pertanyaan Tuan bahwa “rumah adalah tempat yang intim” mengarah langsung pada pertanyaan mengenai proses pembentukan identitas. Menentukan ruang sebagai “rumah” atau “kampung halaman” atau “tanah air” menekankan cara individu dan individu identitas kolektif terikat untuk ditempatkan pada berbagai skala. Tempat dan identitas tempat semakin dipandang sebagai media penting di mana orang membangun identitas.

b. Imajinasi dan Konstruksi Sosial

Tempat diproduksi dan dibangun secara sosial dan imajinasi memainkan peran penting dalam konstruksi tersebut. Tempat-tempat dibangun dan diproduksi secara sosial dalam berbagai skala besar dari tubuh hingga bangunan seperti museum, ke kota atau pinggiran kota, ke ekosistem seperti lahan basah, ke suatu bangsa –state, ke dunia atau alam semesta. Tempat seperti universitas, dapat langsung dialami dan konkret, atau mereka bisa menjadi kiasan, jika sama-sama langsung – seperti mengetahui “tempat seseorang.” Mereka dapat muncul secara transparan “artifisial” (seperti gambar di layar film, yang memiliki arti mendalam bagi sebagian orang), atau mereka dapat terlihat “alami” (namun menjadi produk dari kecerdasan dan dominasi yang cukup besar). Pada sebuah contoh, kelompok dan individu yang terpisah akan membangkitkan imajinasi geografis dengan cara yang sangat penting seperti multikulturalisme, rasisme, pembangunan bangsa, dan perusakan lingkungan terkait dengan pembuatan tempat.

c. Paradoks dan Modernitas

Tempat diakui sebagai sesuatu yang dinamis dan cair sebagai medan yang diperebutkan. Tempat memang mengulurkan janji sebagai sebuah analitik untuk individualis dan ketidakpedulian dunia, tetapi Tuan menunjukkan tempat sebagai respon terhadap kekuatan-kekuatan modernitas kebutuhan semacam itu telah tercipta.

Doreen Massey melihat tempat sebagai aspek penting dari politik inklusi, di mana orang membentuk banyak identitas dan kelompok-kelompok yang terpinggirkan menentang ideologi dominan. Dia telah berdebat secara persuasif tentang kemungkinan menciptakan "rasa tempat yang progresif," yang memenuhi tantangan feminisme dan merayakan politik perbedaan. Tetapi, seperti yang dipertahankan Timothy Oakes, "kualitas paradoks modernitas dapat dengan mudah menghasilkan politik berbasis tempat yang reaksioner, eksklusif, dan sangat mendukung rezim dominan."

Seseorang mungkin melangkah lebih jauh dan menyarankan bahwa tempat itu sendiri adalah sumber dari paradoks, ambivalensi, dan kontradiksi. Sebagai titik di mana subjektivitas manusia bertemu dengan kekuatan-kekuatan abstraksi dan obyektifikasi, tempat, justru karena kualitas kritis "antara" ini, adalah titik pandang yang sangat baik untuk mempelajari semua aspek modernitas yang menyilaukan dan kontradiktif, dari pembangunan negara-bangsa dan penjabaran kapitalisme, ke kesadaran dan moralitas individu.

## **2. Pariwisata Seks**

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 Seks 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 perdagangan, 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 seks memiliki hubungan yang tidak selalu bersifat negatif. Mereka mengilustrasikan hubungan antara seks dan pariwisata dengan mempertimbangkan “sifat alami dari pengalaman seks “pada setiap sisi negatif maupun positif dan juga mempertimbangkan “romansa atau seks 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.

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Paradigma 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.

### **2. Jenis Penelitian**

Dikutip dari Christiansen (2015, hal. 91) metodologi yang sering digunakan dalam studi ilmu sosial adalah kualitatif karena ilmu yang bervariasi dan metodologi ini dianggap dapat mengutip pentingnya keterlibatan dengan para pemangku kepentingan lokal. Mendasari penelitian kualitatif adalah pandangan ontologis bahwa realitas adalah konstruksi sosial yang dieksplorasi melalui makna, wawasan fenomenologis dan proses subyektif (Agrawal & Gibson, 1999).

Penelitian ini berusaha 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.

## H. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati objek penelitian dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berikut penjelasan dari metode pengumpulan data yang dilakukan:

### 1. Observasi

Observasi merupakan sebuah metode mendasar pada penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati objek di lapangan serta pengamatan pada media online yang berhubungan dengan objek penelitian. Teknik observasi sebagian besar meliputi kegiatan sehari-hari, memperhatikan lingkungan dan cara masyarakat berperilaku di dalamnya untuk menggunakan pengetahuan tersebut membantu peneliti memahami data yang dikumpulkan (Daymon and Holloway, 2002, hal. 202)

Observasi dilakukan di Danau Poso sebagai objek penelitian untuk langkah awal memperhatikan masyarakat dan lingkungan, serta situasi Danau Poso. Selain itu pada penelitian ini dilakukan observasi pada media online guna melihat bagaimana Danau Poso digambarkan pada berbagai medium.

### 2. Wawancara

Daymon dan Holloway (2002, hal. 166) mengatakan dalam pendekatan kualitatif untuk riset hubungan dengan masyarakat, wawancara adalah bentuk pengumpulan data yang berguna karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi perspektif dan persepsi berbagai pemangku kepentingan publik.

Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini berkaitan dengan bagaimana masyarakat memaknai Danau Poso sebagai sebuah ruang wisata seks, dengan memilih narasumber yang kredibel guna mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian ini dibuat. Setelah melakukan wawancara, peneliti melakukan transkrip dari hasil yang didapat.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, peneliti memilih beberapa narasumber untuk diwawancarai dari berbagai kalangan diantaranya pelaku bisnis wisata seks, wisatawan sebagai konsumen dari bisnis tersebut, serta masyarakat

sekitar dengan mempertimbangkan berapa lama narasumber telah menjadi masyarakat dari objek penelitian sehingga data mengenai proses masa kini dan masa lalu dapat dibandingkan.

### 3. Studi Literature

Untuk mendapatkan data yang dicari, peneliti menggunakan buku, jurnal serta artikel lainnya yang membahas tentang Pariwisata Seks, Komunikasi Geografi, Masyarakat Jaringan serta yang berkaitan dengan Pariwisata di Bali dan Wisata Seks di Bali menjadi studi literatur pada penelitian ini guna mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian ini. Menurut Yin (1994) pembacaan literatur sangat penting untuk memperluas wawasan di bidang yang akan diteliti dan mempertajam rumusan masalah yang akan diajukan (Rahardjo, 2017, hal. 15).

#### **I. Metode Analisis Data**

Sebagai strategi penelitian, studi kasus digunakan dalam banyak situasi untuk berkontribusi pada pengetahuan kita tentang fenomena individu, kelompok, organisasi, sosial politik, dan penomena terkait (Yin, 2003). 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 mencoba memahami ruang yang dimaknai oleh masyarakat Danau Poso.

Pertanyaan yang digunakan pada analisis studi kasus menekankan pada “bagaimana” dan “mengapa”, dikutip dari Rahardjo (2017, hal. 4) Yin menganggap pertanyaan “apa” tidak cukup. Dimana pertanyaan “apa” dimaksudkan untuk memperoleh pengetahuan deksriptif, sedangkan pengetahuan mengenai eksplanatif dan dan eksploratif dapat diperoleh melalui pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa”, selain itu penekanan tersebut dikatakan Yin dipandang sangat tepat untuk memperoleh pengetahuan yang mendalam tentang gejala yang dikaji yakni Danau Poso sebagai ruang wisata seks, dan juga bentuk pertanyaan menentukan strategi yang digunakan untuk memperoleh data mengenai tekstore Danau Poso.

Yin menjelaskan fenomena dan konteks tidak selalu dapat dibedakan dalam situasi kehidupan nyata, serangkaian karakteristik teknis lainnya termasuk pengumpulan data dan strategi analisis data dianggap sebagai definisi teknis. Dengan kata lain, studi kasus sebagai strategi penelitian terdiri dari semua metode yang mencakup logika desain, teknik pengumpulan data, dan pendekatan khusus untuk analisis data.

## J. Jadwal Penelitian

NO	Kegiatan	Des 2018				Januari 2019				Feb 2019				Maret 2019				April 2019			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Observasi																				
2	Wawancara																				
3	Analisis Data																				
4	Penyusunan skripsi																				

NO	Kegiatan	Mei 2019				Juni 2019				Juli 2019				Agustus 2019				September 2019			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Observasi																				
2	Wawancara																				
3	Analisis Data																				
4	Penyusunan skripsi																				

Tabel 2. Jadwal Penelitian

## BAB II

### GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

#### A. Danau Poso

Danau Poso merupakan nama jalan yang terletak di Kelurahan Sanur, Kota Denpasar dengan panjang jalan sekitar 1,5 KM yang berada diantara jalan Danau Tempe dan berakhir di jalan Kusuma Sari. Kawasan Danau Poso merupakan tempat yang cukup terkenal akan wisata seksnya di Sanur, Bali. Danau Poso tampak seperti jalan pada umumnya, aktivitas warga yang lalu lalang, dan suasana nya tidak berbeda dengan tempat lainnya pada siang hari maupun malam hari. Hanya saja suasana malam di Danau Poso lebih ramai dengan aktivitas bar dan cafe, meskipun aktivitas “pelacuran” pada kawasan ini tidak melihat waktu, dimana operasi setiap saat.

Terdapat banyak rumah penduduk, kafe, restaurant sepanjang jalan Danau Poso. Tetapi untuk membedakan rumah yang menyediakan pelacuran adalah dengan melihat nomor rumah yang bertanda X di akhir angka, seperti (10X, 12X, 22X). Tanda X merupakan sebuah simbol untuk menandakan bahwa rumah tersebut adalah Brothel dimana menurut KBBI Brothel berarti Rumah Pelacuran.



Gambar 4. Gambar salah satu tanda rumah X di Danau Poso

Danau Poso yang teletak dekat dengan pantai Semawang mulai menjadi tempat lokalisasi paskaIndonesia merdeka, yaitu 1948. Bali yang memiliki bentang alam yang indah mendatangkan wisatawan, bahkan pada 1950-an fungsi pantai Semawang berubah menjadi pelabuhan tidak resmi yang menjadi pintu masuk bagi wisatawan melalui Sanur. “Lokalisasi sudah ada sejak tahun 1950-an di kawasan Semawang, dulu disana ada wisma Bahari. Jadi biasanya mereka berlabuh di pantai itu”.(Wawancara dengan Anggi 31 Januari 2019).

Nelayan merupakan mata pencaharian utama warga Sanur pada saat itu, karena lokasinya dekat dengan tepi pantai. Sedangkan Wanita pada saat itu menjahit, menenun, menjalankan fungsi rumah, pergi ibadah membawa sesajen ke pantai.



Gambar 5. Nelayan sebagai mata pencaharian utama (Sumber : Dokumentasi Le Mayeur 1938).

Terdapat beberapa model yang ditawarkan mengenai Wisata Seks di Danau Poso, yakni rumah x dengan pemilihan aquarium atau tanpa aquarium, Spa *Plus-plus*, serta PSK yang ada di jalanan dengan menyewa kamar salah satu Bungalow. Harga yang ditawarkan untuk kawasan Danau Poso akan berbeda dengan Danau Tempe. Yakni Rp.200.000 sampai Rp. 300.000.harga tersebut membuat kawasan tersebut dikatakan lebih baik untuk fasilitas serta perempuan yang ditawarkan dibandingkan dengan Danau Tempe yang menjual jasa dengan harga Rp. 50.000 untuk sekali menggunakan jasa tersebut. Harga yang ditawarkan di Danau Poso 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. Sedangkan untuk tarif Bungalow untuk yang mendapatkan PSK dari jalan akan dikenakan tarif sewa Rp.50.000- Rp.100.000 permalam.

Menurut warga sekitar, Pemilik dari penyedia jasa Rumah X mayoritas berasal dari Bali, meskipun tidak semua merupakan penduduk asli Danau Poso. Sedangkan untuk Pekerja Seksual Komersil (PSK) lebih banyak berasal dari Jawa Barat dan Jawa Timur. Bahkan di beberapa kawasan ditemukan bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi adalah bahasa Jawa. Dimana akan terdengar juga sebuah lagu “Banyuwangian” pada beberapa rumah yang menandakan adanya campuran budaya lain pada kawasan Danau Poso.

Berikut Daftar Rumah X di Kawasan Danau Poso:

NO RUMAH	MAYORITAS PEKERJA
3B X	CAMPUR
4A X	JAWA BARAT
5 X	JAWA TIMUR
8 X	CAMPUR
10 X	JAWA BARAT
11 X	JAWA BARAT
18 X	JAWA BARAT
20 X	CAMPUR
66 X	JAWA BARAT
67 X	CAMPUR
77 X	CAMPUR
99 X	CAMPUR
SUKUN COTTAGE	CAMPUR

Tabel 3.(Daftar Rumah X Kawasan Danau Poso)

## B. Informan Penelitian

Narasumber untuk mengetahui bagaimana ruang Danau Poso terkonstruksi dipilih dari tiga status yang menjadi kunci hadirnya wisata seks yaitu salah satu

pemilik rumah, masyarakat dan wisatawan yang menjadi konsumen dari jasa pelacuran di Danau Poso. Dalam pengambilan data, beberapa narasumber akan disamarkan terkait identitas karena isu yang sensitif.

No	Narasumber	Status
1.	Narasumber 1	Pemilik rumah x
2.	Anggi	Masyarakat
3.	Setiawan	Masyarakat
4.	Gusti Nengah R W	Masyarakat
5.	Agus	Masyarakat
6.	Panggih Bahagia	Wisatawan
7.	Yudistira Eka Yana	Wisatawan

Tabel 4 Daftar Narasumber

### 1. Penyedia Jasa

Wawancara dengan salah satu pemilik rumah x dilakukan pada tanggal 20 Mei 2019. Pelaku bisnis selaku pemilik model rumah x menjadi salah satu elemen paling penting untuk menjadi narasumber dengan tujuan mendapatkan informasi dari kacamata penyedia jasa yang memaknai bisnis tersebut. Wawancara dilakukan guna mendapatkan sebuah informasi mengenai bisnis itu sendiri meliputi PSK dan perangkat lain didalamnya.

### 2. Masyarakat Danau Poso

Masyarakat Danau Poso yang menjadi narasumber untuk penelitian ini dipilih berdasarkan berapa lama masyarakat tersebut telah menetap dikaawasan tersebut, sehingga dapat membandingkan pada masa kini dan masa lalu. Selain itu masyarakat yang dipilih sebagai narasumber adalah pedagang pada kawasan tersebut dan masyarakat biasa. Sehingga peneliti dapat melihat pada perspektif yang berbeda terhadap kehadiran Danau Poso sebagai ruang wisata seks.

Wawancara dengan Masyarakat dilakukan pada bulan Januari 2019 hingga Februari 2019. Dengan melakukan pendekatan terdahulu dengan beberapa masyarakat guna mencari identitas yang sesuai dengan maksud dari penelitian ini untuk dapat menjadi narasumber.

### **3. Wisatawan**

Wisatawan menjadi salah satu elemen yang tidak terlepas dari kehadiran Danau Poso. Perspektif wisatawan menjadi penting dalam penelitian ini agar dapat melihat bagaimana peran wisatawan dalam ikut mengkontruksi Danau Poso. Dua orang wisatwan menjadi narasumber pada penelitian ini, sehingga peneliti mendapatkan pandangan yang berbeda.

Wisatawan yang dipilih peneliti adalah wisatawan yang hendak menjadi konsumen dari Danau poso, yang berasal dari luar Bali dan hendak melakukan perajalan dengan tujuan berwisata seks.

## 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 di salah satu kamar dan tinggal di rumah tersebut, sedangkan untuk pekerja seks tersebut beberapa ada yang tinggal di kamar yang disediakan, beberapa pekerja memiliki tempat tinggal seperti kost. Kamar yang ditinggali oleh PSK di rumah X tersebut memiliki ruangan layaknya kamar tempat

tinggal, hanya saja setiap malam kamar tersebut menjadi tempatnya bekerja. Berbeda dengan yang tidak tinggal di rumah X tersebut, PSK harus pulang pergi dari tempat tinggalnya ke rumah 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 di jalan 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 wisatwan di Bali pada saat itu berpengaruh pada keramaian daerah Danau Poso dari wisatwan 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](http://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](http://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](http://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

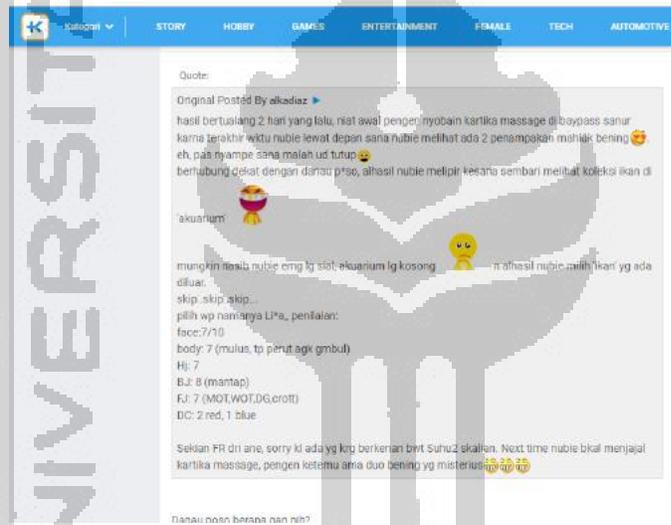
*“Dari beberapa tempat di Sanur, tempat ini merupakan tempat yang paling nyaman di coba. Disamping karena koleksi yang banyak daun muda. Fasilitas di area ini juga cukup lumayan, sebut saja kamar mandi dalam, sofa, spring bed, dan AC. Disamping itu juga sistem pemilihannya juga menggunakan "Aquarium" 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](http://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](http://balinightlifeunderground.wordpress.com)

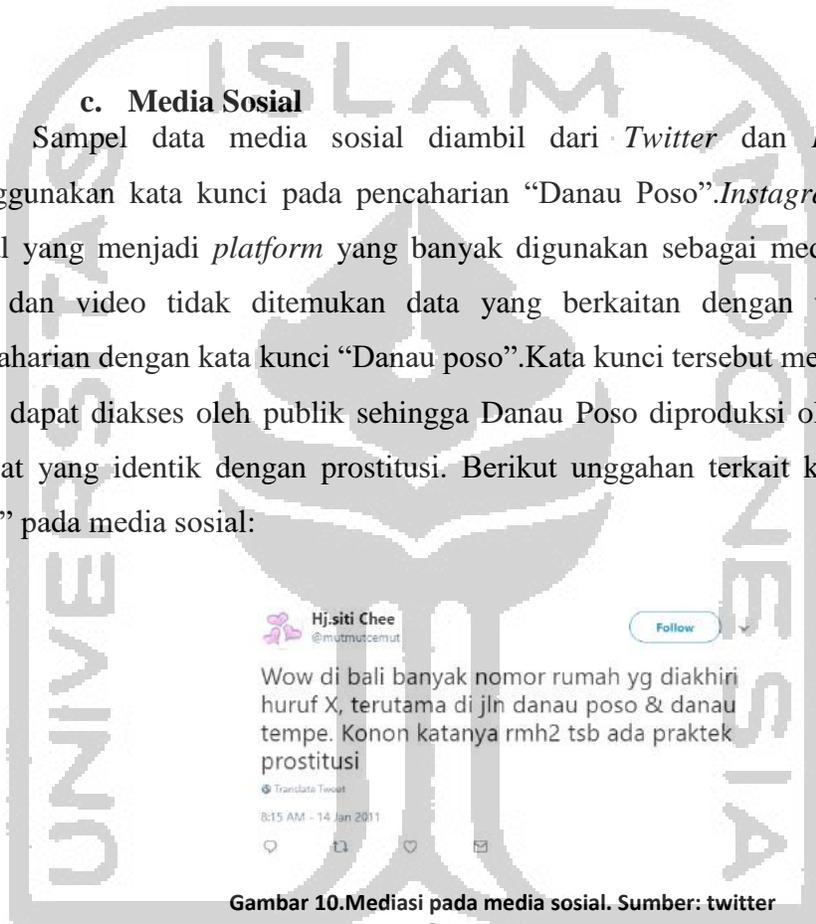
*“Hasil bertualang 2 hari yang lalu, niat awal pengen nyobain kartika massage di baypass sanur karna terakhir waktu nubie lewat depan sana nubie melihat ada 2 penampakan mahluk bening. Eh, pas nyampe sana malah ud tutup. Berhubung dekat dengan Danau Poso, alhasil nubie melipir kesana sembari melihat 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](http://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 aja .....ayooo 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 aja .....ayooo sapa yang minat150-200rb daerah danau poso sama danau tempe sanuuurr “(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.

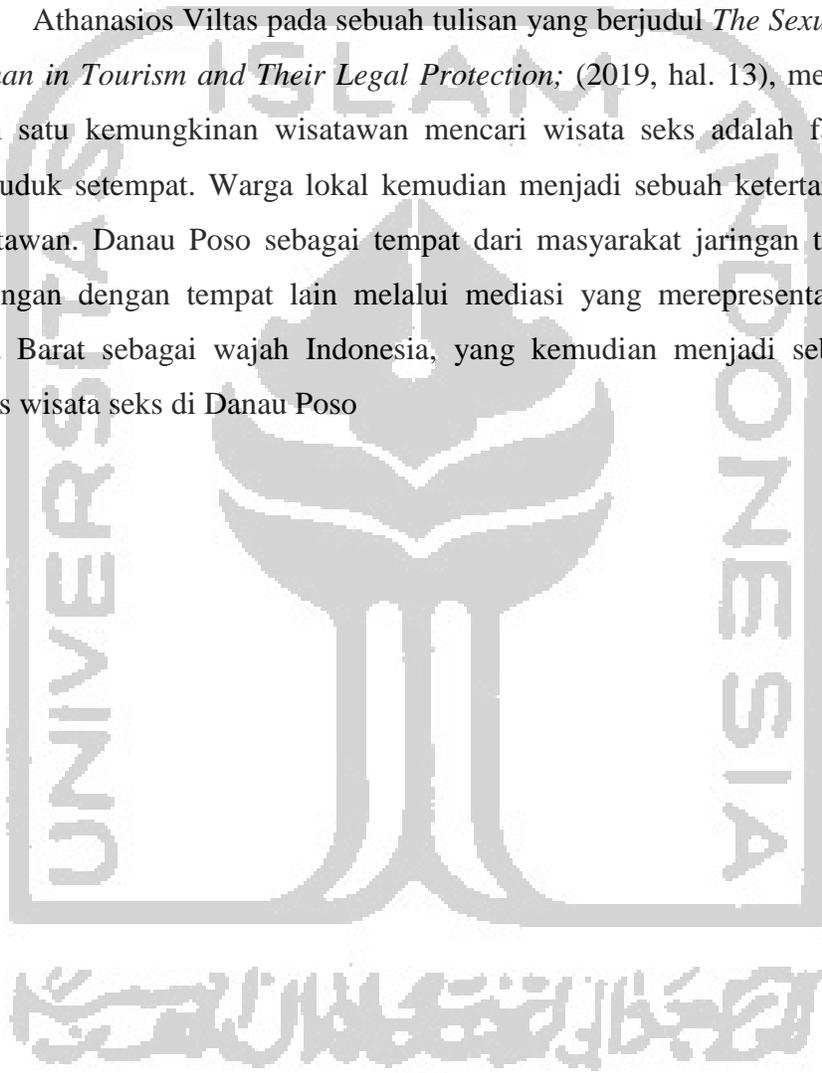
Wisatawan mancanegara menjadi konsumen terbanyak yang menggunakan jasa wisata seks di Danau Poso. Ulasan mengenai perempuan Jawa Barat yang menjadi produk dari wisata seks Danau Poso dapat ditemukan diberbagai media, bahkan narasumber yang ditemui peneliti mengaku alasan memilih Danau Poso karena narasumber 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



## BAB IV

### KESIMPULAN

#### A. 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, wisawatan, serta pemerintah itu sendiri yang mengkontruksi 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 berseragam, 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.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Isu mengenai pariwisata seks sangat sensitif, sehingga peneliti menemukan beberapa kendala dalam menyusun penelitian ini. Diantaranya narasumber yang tidak ingin diwawancarai mengenai isu tersebut. Sehingga peneliti harus melakukan pendekatan yang cukup lama agar narasumber mempercayai peneliti untuk dapat diwawancarai. Selain itu, kendala berikutnya adalah beberapa narasumber yang meminta untuk disamarkan, guna menjaga privasi dan keamanan dari narasumber.

## **C. Saran**

### **1. Saran Teoritis**

Penelitian mengenai pariwisata seks sangat menarik melihat Indonesia sering kali disebut sebagai negara yang menjadi destinasi pariwisata seks di Dunia disamping Thailand dan Philipina. Sebagai negara yang terkenal akan pariwisatanya, maka penulis menyarankan untuk mengembangkan penelitian mengenai Pariwisata Seks dengan pendekatan lain seperti Feminisme atau pun mengenai Relasi Kuasa. Sehingga semakin banyak penelitian mengenai pariwisata seks dengan pandangan yang berbeda, melihat rujukan mengenai hubungan pariwisata seks dengan media juga bisa dikatakan masih sedikit.

### **2. Saran Praktis**

Saran untuk peneliti yang hendak membahas isu pariwisata seks, penulis sarankan untuk melakukan pendekatan yang baik dan matang, karena isu yang sensitif membuat beberapa orang tidak ingin diwawancarai mengenai hal tersebut. Selain itu, peneliti diharapkan tinggal dekat dengan objek penelitian sehingga dapat melihat dan memahami masyarakatnya.

## 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 Minnesota Press.

Bengtsston, 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.

Christiansen, L. V. (2015). *An Exploratory Case Study On Child Sex Tourism In a Pasific Country: SAMOA*. Victoria Univerity of Wellington. New Zealand.

Crouch, D. Jackson, R. Thompson, F. (2005). *The Media and the Tourist Imagination*. Routledge Taylor and Francis Group.

Daymon, C. Holloway, I. (2002). *Qualitative Research Metghods in Public Relations and Marketing Communications*. Routledge. London and New York.

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 Analyvtical 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.
- Rahardjo, M. (2017). *Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya*. Univesitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

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*. Univesitas 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.

Ye, H. Tussyadiah I, P. (2011). *Destination Visual Image and Expectation of Experiences*. Routledge. Journal of Travel & Tourism Marketing,28: 129-144.

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

### **Sumber Peraturan Negara**

Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) pada Pasal 296 KUHP

### **Sumber Website & Weblog**

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

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

[Http://www.balinightlifeunderground.wordpress.com](http://www.balinightlifeunderground.wordpress.com)

[Http://www.jakarta100bars.com](http://www.jakarta100bars.com)

[Http://www.kabar24.bisnis.com](http://www.kabar24.bisnis.com)

[Http://www.spapusbali.blogspot.com](http://www.spapusbali.blogspot.com)

### **Sumber Media Sosial**

Twitter @mutmutcemut

Twitter @Yudhomarckelly

Facebook @ Uya Sii Bulax-balix

