

Volume: 9 Nomor: 2 Tahun 2022

[Pp. 23-36]

TUNA SUSILA (PSK) SEGMENTATION PHENOMENON BASED ON AGE AND USER: STUDY OF SOCIAL PATHOLOGY IN MILENIAL COMMUNITIES

Ridho Agung Juwantara¹, Dwi Noviatul Zahra² dan Rezki Putri Nur Aini³

^{1,2,3}UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Email: ridhoaj57@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to explain about how new media became a social inequality factor that portrayed the market trading system in social phenomena. The emergence of new media in the community give the indirect fragmentation for the perpetrators of the deaf (Commercial Sex Workers). Based on the evidence obtained directly said that the current intensity of the role of Commercial Sex Workers people over the age of 40 years more favored by users from the lower middle class such as drivers and students. This is solely because the tariff installed by the workers of the participants over 40 years tends to be more accessible than the aged under 40 years. This phenomenon occurs after the advancement of technology that increasingly facilitate the community, especially the CSW under the age of 40 to take advantage of more opportunities by raising their rates for more capital in terms of beauty with purchase all kinds of fashion and brand-quality body care equipment through an online marketplace that can be easily accessed. This anomaly became interesting to be further researched about the impact that is, the emergence of new markets created due to new opportunities filled by the CSW over 40 years where they are more interested by users among the lower middle classes. This phenomenon shows the existence of social inequality which is influenced by social phenomena due to the rapid development of new media which also results in the poor image of Islam adopted by prostitutes.

Keywords: *New media, Commercial Sex Workers, the perpetrators of the deaf, social inequality and tariff.*

PENDAHULUAN

Tuna Susila atau yang sering diidentikkan dengan penyebutan Pekerja Seks Komersial (PSK) sejak awal dianggap sebagai masalah serius dalam masyarakat bahkan negara. Islam sendiri diturunkan sebagai pembawa rahmat bagi seluruh alam, termasuk kepada kaum perempuan. Nilai-nilai fundamental yang mendasari ajaran Islam seperti perdamaian, pembebasan, dan egalitarianisme—termasuk persamaan derajat antara laki-laki dan perempuan—banyak tercermin dalam ayat-ayat al-Quran (Kusumayanti, 2019, hlm. 127). Selain itu, dampaknya baik jangka panjang maupun jangka pendek yang cukup mengkhawatirkan, tak heran jika dunia pun ikut ambil peran dalam mengatasi masalah gender dalam tatanan sistem sosial masyarakat ini. Dengan dibentuknya *Global Fund* oleh PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) pada tahun 2002 yang bertujuan untuk mencegah persebaran HIV/AIDS dan perawatan orang dengan ODHA (“Global Fund Overview,” t.t.), secara tidak langsung cukup membuktikan bahwa organisasi dunia itu turut mengambil andil penting dalam upaya pencegahan masalah terkait PSK ini.

Namun, seiring berkembangnya fenomena sosial dari waktu ke waktu, PSK pun dianggap menjadi fakta “alami” dan “universal” yang terjadi di kalangan masyarakat kalangan atas, menengah, maupun bawah (Santika Permatasari, t.t., hlm. 3). Tak tanggung-tanggung, Jarvinen (1993b, hlm. 608) juga menganggap PSK sebagai profesi wanita paling tua di dunia. Banyaknya faktor permintaan dari pelanggan terhadap PSK serta didukung oleh berbagai faktor pendorong lainnya menyebabkan eksistensi PSK di dunia gemerlap menjadi pekerjaan yang cukup langgeng hingga saat ini.

Terlebih di era globalisasi ini, PSK bukan lagi memosisikan dirinya hanya sebagai pedagang yang menjajakan dan mengandalkan barang bagus untuk menarik konsumen, namun PSK kini mulai mampu mempelajari situasi, kondisi diri hingga mencari celah untuk menjadikannya sebagai barang yang tetap diminati oleh para konsumen. Situasi dan kondisi semakin berubah dari waktu ke waktu, demikian halnya dengan pasar yang permintaannya akan selalu mengalami perubahan mengikuti situasi dan kondisi yang ada. PSK pun tidak hanya dilakukan oleh kalangan (pemain) lama yang notabene selama ini menggantungkan hidup dengan pekerjaannya saja, tetapi lebih dari itu, dimana pekerjaan tak bersusila ini juga melibatkan peran mahasiswa di dalamnya.

Selain itu, memasuki era dimana media baru mulai berperan dalam membentuk karakter kepribadian setiap penggunanya khususnya para PSK kalangan muda (dibawah umur 40 tahun), menjadikan pandangan mereka lebih luas mengenai taraf penjualan diri. Kemudahan dan kejelasan informasi terkait ‘komersialitas’ yang didapat dari media baru seperti *instagram*, *facebook*, hingga *online*

shop menjadi tolak ukur mereka dalam memanfaatkan peluang emas ini. Setelah diri mereka dianggap sesuai dan sempurna berdasarkan tolak ukur dari media baru tersebut, mereka pun mulai menaikkan taraf penjualan diri dengan menaikkan tarif yang telah disepakati di awal dengan konsumennya. Hal ini yang kemudian menjadi peluang masuknya ‘pendatang’ baru yang berumur diatas 40 tahun untuk menawarkan dirinya pada lelaki hidung belang, tentunya dengan nominal tarif yang lebih terjangkau. Fenomena gender ini kemudian menyebabkan ketimpangan yang memicu terbentuknya segmentasi sosial dan pasar diantara kalangan PSK < 40 tahun dengan PSK > 40 tahun. Sebagai pengaruh yang dihasilkan dari keadaan ini yaitu berpindahnya para konsumen (pemakai) pada PSK yang cenderung menawarkan tarif terjangkau dibanding mereka yang menaikkan tarifnya dan merasa dirinya telah susah payah menjaga kondisi tubuh.

Paper ini bertolak dari fenomena PSK > 40 tahun yang mulai menggantikan posisi PSK < 40 tahun karena perubahan konsep pada dirinya melalui media baru hingga akhirnya memicu segmentasi sosial dan pasar diantara penyedia (PSK) dan konsumen (pemakai)-nya. Fenomena ini didasarkan pada pengamatan dan pengalaman seorang pendamping dan penyuluh pasien HIV/AIDS yang ditugaskan oleh *Global Fund* melalui Yayasan Mahameru di Kabupaten Jombang pada tahun 2018-2019, dimana ia melihat anomali pada gelagat ‘bisnis lendir’ saat ini. Sehingga, dari beberapa *overview* diatas, pertanyaan penelitian yang menarik diajukan dalam *paper* kemudian, mengapa justru di era pasca 2017 PSK yang berumur > 40 tahun lebih diminati dibanding mereka yang < 40 tahun? Dan apa dampak yang akan terjadi pada kenyataan sosial dan pasar ketika PSK > 40 tahun lebih diminati dibanding PSK < 40 tahun?

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2016). Berdasarkan objek kajian, penelitian ini termasuk penelitian yang bersifat litere atau kepustakaan (library research). Library research pada *paper* berposisi sebagai suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, informasi, dan berbagai macam data-data lainnya yang terdapat dalam kepustakaan (analisis media). Namun diimbuhkan data wawancara sebagai data pendukung.

Faktor Pendorong Tuna Susila (PSK) dan Pemakai

Keberadaan PSK tentu bukan serta merta muncul tanpa alasan dan latar belakang. Seperti yang telah diungkapkan dalam literatur lain, bahwa ‘bisnis tubuh’ ini telah ada sejak masyarakat pertama dan erat kaitannya dengan ‘mata pencaharian’ (Khumaerah, 2017). Sehingga, fenomena ini akan tetap ada dan sulit bahkan nyaris tak dapat dihilangkan dari permukaan bumi selama masih

ada nafsu-nafsu seks yang lepas kendali dari dalam diri seseorang. Eksistensi, perkembangan, baik diperbolehkan maupun dilarangnya PSK sangat tergantung pada situasi wacana yang dikembangkan dari berbagai macam aspek, yaitu hukum, politik, ekonomi, sosial, budaya hingga agama. Dunia PSK atau yang lebih dikenal dengan tindak 'prostitusi' (Depdikbud, 1999, hlm. 354) berkembang karena adanya mekanisme pasar yang telah tercipta dan menjadikan tindakan tersebut sebagai suatu bisnis yang menjanjikan. Sehingga tak heran jika tindak 'prostitusi' yang mempekerjakan para PSK dan ekonomi diasumsikan ibarat dua sisi mata uang (Sunarto, 2013) dalam berbagai macam argumen.

Secara umum, (Kadir, 2007) menyoroti enam garis besar penyebab munculnya PSK di masyarakat, diantaranya karena kemiskinan dan pemenuhan kebutuhan hidup, ketidakpuasan terhadap penghasilan dari pekerjaan utama karena tidak memiliki latar belakang pendidikan yang mencukupi untuk bekerja di sektor formal, ketidakutuhan keluarga misalnya anak yang jarang diperhatikan serta kurang kasih sayang orang tua, sakit hati korban selingkuh atau menikah lagi, tidak puas dengan kehidupan sosial yang pernah dirasakan sebelumnya, hingga karena memiliki catat diri. Berbeda dengan pandangan (Halawa, 2013), dimana dari 124 responden yang ia teliti didapatkan sebanyak 57,3% karena faktor ekonomi, 76,6% faktor pelampiasan rasa kecewa, 54,8% disebabkan oleh penipuan, 63,7% karena status sosial, dan 52,4% disebabkan oleh media.

Faktor-faktor penyebab PSK melakukan tindak 'prostitusi' dapat diklasifikasikan dalam tiga kelompok kompleks yang saling berkaitan, *supply*, *demand*, dan *catalyst*. (Rusyidi dan Nurwati, 2013, hlm. 305–306) *Supply factor* yaitu segala faktor yang merujuk pada dorongan untuk melakukan pekerjaan seks hingga memberikan pasokan pada industri seks tersebut secara komersil dimana faktor ini dapat berasal dari dalam diri individu pekerja seks itu sendiri maupun lingkungan sekitar yang memengaruhinya. *Demand factor* ialah segala yang mengarah pada permintaan terhadap jasa layanan seksual baik bagi pengguna maupun penyedia jasa pelayanan tersebut. Hal ini merupakan dampak dari sistem patriarki yang telah tertanam di masyarakat bahwa laki-laki memiliki otoritas lebih untuk memilih secara bebas berganti-ganti pasangan seksual dan meninggalkan kesan pada wanita untuk selalu dapat tetap mempertahankan keperawanannya, menjadi istri dan ibu yang baik (Liem, 1998).

Sementara *catalyst factor* yaitu segala faktor yang membuat individu pekerja seks bertahan atau mengembangkan 'bisnis'-nya baik secara langsung maupun tidak. Keuntungan ekonomi tentu menjadi faktor utama mereka dalam mempertahankan dan mengembangkan 'bisnis' ini. Koentjoro dalam (Rusyidi dan Nurwati, 2018) juga menambahkan bahwa bukan hanya sebagai sumber *financial* yang instant, lebih dari itu 'bisnis' ini dianggap mampu menghidupi segala kebutuhan hidup

keluarga mereka. Sedangkan *catalyst factor* di pihak lain datang dari pemerintah yang belum secara tegas menindak 'bisnis' yang digeluti para PSK ini sehingga tindak 'prostitusi' di suatu negara pun terkesan masih longgar. Praktek suap diantara para pejabat pemerintah dan penegak hukum-lah yang membuat 'bisnis' ini masih bertahan bahkan berkembang dan semakin sulit untuk diberantas (Liem, 1998).

Ketika berbicara perihal PSK yang muncul dibenak orang yaitu wanita tak bermoral yang 'menjajakan' dirinya demi memenuhi kebutuhan hidup. Meski memang wanita menjadi sorotan dalam fenomena ini, tetap saja eksistensi PSK tidak akan berkembang jika tidak ada *demand* yang membutuhkan jasanya dimana dalam hal ini tentu laki-laki 'hidung belang' menjadi aktor yang paling memanfaatkan *demand* tersebut. Penyebab yang melatarbelakangi niat mereka untuk 'njajan' pun bermacam-macam, salah satunya yang paling mencolok terlihat ialah 'krisis maskulinitas' bagi mereka yang sudah beristri dan bagi para lajang karena adanya keinginan untuk memuaskan nafsu seksual tanpa dibebani tanggung jawab secara lahir dan batin.

Pernyataan tersebut seperti yang dilansir dalam (Tribunnews, September 29, 2019), Gwyneth Montenegro, seorang PSK, yang pernah berkecimpung di dunia 'bisnis' selama 12 tahun dan telah melayani kurang lebih 10.000 laki-laki berasal dari berbagai latar belakang. Ia memaparkan bahwa sebagian besar konsumen berani membayar mahal jasa yang ditawarkannya bukan karena mereka menginginkan kepuasan dalam berhubungan intim, tetapi lebih pada keinginan untuk dibutuhkan oleh pasangan. Dalam hal ini, ketika laki-laki merasa dirinya tidak dibutuhkan oleh pasangannya, maka tak heran jika mereka cenderung untuk mencari pengakuan 'maskulinitas'-nya diluar. Hal ini berbeda dengan alasan para lajang yang membutuhkan PSK hanya terbatas sebagai pemuas nafsu seksual sesaat saja.

Pekerja Seks Komersial (PSK) dan Pemakai dalam Bingkai *New Media*

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dengan begitu pesat menyebabkan terbentuknya ruang realitas baru yang bersifat artifisial dan maya. Hardt et al dalam (Massyat et al, 2013) mengungkapkan bahwa ruangan tersebut merupakan hasil konstruksi teknologi *new media* yang telah mengalihkan semua aktifitas sosial kedalam bentuk substitusi artifisialnya. (Massyat, Cangara, dan Unde, 2013) Melalui ini lah *new media* didefinisikan sebagai agen yang menciptakan 'realitas virtual', yaitu cara manusia memvisualisasikan, memanipulasi, dan berinteraksi dengan komputer serta data yang sangat kompleks dengan kecepatan tinggi, dalam sebuah ruang baru, ruang sosial yang dibentuk oleh data (Aukstakalnis dan Blatner, 1992).

New media dianggap sebagai arus besar dalam evolusi media yang memposisikan *audience* sebagai “partisipasi” aktif terhadap kepemilikan informasi dan pengawasan terhadap pengalaman di dalam ruang dan waktu yang bersifat artifisial itu. Menurut (Hassan dan Thomas, 2006), secara tidak langsung *new media* menghadirkan berbagai pengalaman baru yang tidak pernah ditemui sebelumnya di dunia nyata, sehingga secara kognitif para pengguna akan semakin menganggap nyata apa yang mereka kerjakan di dalam dunia maya tersebut. (Leary, 1994) juga berpendapat bahwa *new media* memberi kesempatan pada individu untuk berekspresi sebebas-bebasnya, tanpa dibatasi oleh otoritas kekuasaan apapun, termasuk negara, agama, bahkan Tuhan.

Fenomena PSK ini akan lebih erat kaitannya jika disejajarkan dengan penjelasan (Lyontard, 1993) bahwa *new media* telah memfasilitasi kebebasan interaksi seksual dalam bentuk yang sangat halus melalui penyediaan ruang produksi hasrat serta pelepasan hasrat seksual dari batasan-batasan aturan apapun yang mengatur hingga menciptakan seksualitas diberbagai wilayah dan kondisi. Penggunaan *new media* dalam aktivitas PSK cukup terbukti dengan mulai maraknya *prostitusi online* dimana mereka para PSK dan pemakai-nya dengan mudah berinteraksi secara masif tanpa diketahui oleh siapapun.

Perkembangan media baru selain menjadi instrumen yang semakin mempermudah geliat tindak ‘prostitusi’, secara tidak langsung juga menstimulasi pola pikir PSK dan pemakai. Bagi PSK muda (< 40 tahun), media menjadi ‘tolak ukur’ dalam memposisikan dan menilai baik buruk diri mereka di segala hal khususnya penampilan. Dengan mengikuti berbagai macam tren model berpakaian dan berdandan, mereka mengubah penampilan sesuai dengan tren model terkini dan tentunya menggunakan modal yang tidak murah. Ketika keinginan kuat untuk mengubah diri semakin besar dan adanya *budget* lebih karena belum memiliki tanggungan kewajiban lain, tak tanggung-tanggung mereka mulai menyasar barang-barang berkualitas dan *branded* untuk memuaskan hasratnya. Hal ini yang kemudian muncul di benak mereka sebuah cara pemasaran yang *instant* dan umum untuk meningkatkan taraf nilai diri ketika bekerja dengan menaikkan tarif pelayanan jasa karena merasa telah berupaya sepenuhnya untuk menjadikan diri mereka layak dihargai lebih tinggi dari sebelumnya.

Anomali Fenomena Pekerja Seks Komersial (PSK) di Jawa Timur

Penghuni Panti Sosial Menurut Jenis Panti												
Tahun	Rehabilitasi Sosial Cacat Netra <i>Social House Disabled Blind People</i>			Rehabilitasi Sosial Cacat Tubuh <i>Social House Bina Skilled (Disability)</i>			Pelayanan Sosial Remaja Terlantar <i>Social Institutions Abandoned Adolescents</i>			Rehabilitasi Sosial Tuna Susila <i>Women's Social Rehabilitation Nursening Work</i>		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Years	Male	Female	Total	Male	Female	Total	Male	Female	Total	Male	Female	Total
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
2012	73	32	105	62	32	90	417	339	756	-	120	120
2013	74	31	105	66	24	90	395	269	664	-	120	120
2014	71	34	105	41	34	75	329	295	624	-	180	180
2015	82	23	105	30	45	75	340	284	624	-	180	180
2016	80	25	105	48	27	75	419	295	714	-	180	180

Tabel 1. Data Penghuni Panti Sosial Menurut Jenis Panti dan Jenis Kelamin, 2012-2016 (“BPS Provinsi Jawa Timur,” t.t.-a)

Banyaknya Desa/Kelurahan Menurut Keberadaan Korban Bunuh Diri, Lokasi Berkumpul Anak Jalanan, Gelandangan, dan Pekerja Seks Komersial (PSK), 2018				
Kabupaten/Kota	Korban Bunuh Diri	Lokasi Berkumpul Anak Jalanan	Lokasi Gelandangan	Lokasi Pekerja Seks Komersial (PSK)
Pacitan	14	1	1	1
Ponorogo	21	-	-	-
Trenggalek	13	3	4	-
Tulungagung	22	4	4	4
Blitar	23	2	2	1
Kediri	43	11	7	9
Malang	45	12	5	1
Lumajang	17	9	6	15
Jember	21	12	6	8
Banyuwangi	15	1	3	6
Bondowoso	4	-	-	1
Situbondo	7	4	3	7
Probolinggo	8	3	-	8
Pasuruan	18	10	4	8
Sidoarjo	22	21	10	2
Mojokerto	14	5	5	4
Jombang	30	15	10	4
Nganjuk	25	3	2	4
Madiun	7	3	2	4
Magetan	14	1	-	2
Ngawi	19	1	-	-
Bojonegoro	35	10	6	3
Tuban	31	3	1	4
Lamongan	19	7	1	1
Gresik	7	6	3	1
Bangkalan	3	2	1	-
Sampang	2	-	1	-
Pamekasan	4	-	-	3
Sumenep	3	-	-	-
Kota Kediri	2	1	4	-
Kota Blitar	4	6	2	-
Kota Malang	6	9	11	-
Kota Probolinggo	-	3	1	3
Kota Pasuruan	2	2	1	-
Kota Mojokerto	1	3	1	-
Kota Madiun	6	-	2	-
Kota Surabaya	16	12	1	-
Kota Batu	6	3	1	1
JAWA TIMUR	549	188	111	105

Sumber: Potensi Desa 2018.

Tabel 2. Data Banyaknya Desa/Kelurahan Menurut Keberadaan Korban Bunuh Diri, Lokasi Berkumpul Anak Jalanan, Gelandangan, dan PSK (“BPS Provinsi Jawa Timur,” t.t.-b)

Gambar pada tabel 1 menyimpulkan data terkait peningkatan jumlah PSK wilayah Jawa Timur yang telah direhabilitasi dari tahun 2013 hingga 2014 sebanyak 60 orang dan jumlah tersebut tetap stabil hingga tahun 2016. Data ini menguatkan fakta bahwa diantara tahun 2013 dan 2014 menjadi tahun 'loncatan' penting dimana PSK telah mengenal penggunaan *new media* dan mulai memanfaatkannya. Demikian pula dijelaskan dalam tabel 2 bahwa lokasi PSK terbanyak di Jawa Timur berada di Kabupaten Lumajang yang hingga tahun 2018 telah ditemukan sebanyak 15 titik sebaran lokasi.

BPS (Badang Pusat Statistik) menjadi lembaga pemerintah yang berwenang dan berkewajiban untuk meng-*input* seluruh pendataan penting di negara ini. Namun, meskipun BPS telah dengan detail dan rinci mendata semua informasi penting yang masuk mengenai fenomena masyarakat, hal ini tidak berarti bahwa masih terdapat kasus atau fenomena di luar dugaan yang *minus* dari pendataan, salah satunya yaitu detail kasus mengenai PSK. Bertahan dan berkembangnya PSK dari masa ke masa di Indonesia menjadi bukti bahwa pemerintah belum mampu secara tegas memberantas penyakit masyarakat ini. Selain itu, ruang lingkup PSK yang sembunyi-sembunyi mengakibatkan kasus ini pun tidak mudah terekspos oleh khalayak. Hal ini menyebabkan BPS cenderung enggan memasukkan detail data mengenai PSK untuk tetap menjaga nama baik pemerintah.

Kegelisahan sosial yang dihasilkan dari dampak keberadaan PSK ini menjadi 'pukulan pahit' baik bagi individu PSK yang bersangkutan, keluarga maupun masyarakat sekitar. Berdasarkan pengamatan dan pengalaman narasumber yang telah menghabiskan waktu selama setahun dengan para penderita HIV/AIDS, ia mengaku bahwa dampak yang dihasilkan dari fenomena PSK ini cukup memprihatinkan, salah satu yang paling parah ialah tersebarnya virus HIV/AIDS (Wanto, 2019). Meski penularan dan penyebaran virus ini tidak selalu berawal dari seks bebas yang dilakukan oleh pasangan tidak resmi, bahkan mereka yang resmi pun juga bisa terjangkit virus jika tetap 'njajan' diluar.

Selain itu, fakta lain ditemukan dalam pengamatan narasumber bahwa memasuki era milenial, perkembangan yang terjadi dalam internal PSK pun semakin terlihat ketika penggunaan *new media* mulai mempengaruhi perilaku dan penampilan mereka. Menurut pemaparan narasumber, saat ini pelaku PSK di Jawa Timur khususnya lebih didominasi oleh kalangan wanita paruh baya dalam kisaran umur > 40 tahun (Wanto, 2019). Anomali ini tentu mengubah pandangan masyarakat terhadap PSK yang selama ini dipahami ialah mereka yang masih muda, segar, dan cantik. Hal ini yang kemudian menarik untuk dikaji lebih dalam guna mengetahui penyebab di balik anomali

tersebut dimana perlu diketahui bahwa BPS tentu tidak mendata kasus lengkap dengan detailnya semacam ini.

Transformasi yang dilakukan oleh PSK muda terhadap diri mereka karena pengaruh *new media* ini kemudian menimbulkan pengaruh signifikan terhadap pemakai yang selama ini memanfaatkan jasa pelayanan dengan harga yang cukup terjangkau. Akibatnya, para konsumen tetap di kelas ekonomi menengah kebawah pun berfikir dua kali untuk mempertimbangkan *budget* yang perlu mereka siapkan. Konsumen kelas menengah kebawah ini misalnya, sopir, buruh, bahkan siswa dan mahasiswa (Wanto, 2019).

Fenomena ini kemudian menjadi peluang bagi para PSK paruh baya (>40 tahun) untuk mulai memasuki dunia 'bisnis' yang cukup menjanjikan. Dengan tidak terlalu banyak tuntutan dan kebutuhan, para PSK paruh baya ini dengan percaya diri 'terjun' melayani hasrat para laki-laki yang membutuhkannya. Dan benar saja, peran awal mereka dalam 'bisnis' ini rupanya disambut baik oleh kalangan konsumen kelas menengah kebawah. Tarif lebih terjangkau dibanding PSK muda menjadi pertimbangan utama konsumen ketika hendak 'berbisnis'. Tarif yang disepakati antara PSK paruh baya dengan konsumennya merupakan tarif normal yang disesuaikan dengan kebutuhan hidup sederhana mereka, tidak seperti PSK muda yang lebih terindikasi dengan gaya hidup *foya-foya*-nya.

Untuk memahami perilaku kedua jenis PSK (muda dan paruh baya) ini, akan lebih mudah jika menggunakan 'pisau' "patologi sosial" yang didefinisikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia melalui kata *pathos* yang berarti penderitaan atau penyakit, dan *logos* yang berarti ilmu, jika dimaknai keseluruhan menjadi 'ilmu tentang penyakit'. Merujuk (Departemen Pendidikan Nasional, 2002, hlm. 837) Patologi sosial artinya ilmu yang membahas tentang penyakit sosial atau masyarakat. (Kartono, 1998, hlm. 1) berpendapat bahwa secara bahasa istilah tersebut dimaknai sebagai sebuah tingkah laku yang bertentangan dengan norma-norma baik, stabilitas lokal, pola kesederhanaan, moral, hak milik, solidaritas keluarga, hidup rukun bertetangga, disiplin, dan hukum formal.

Dalam patologi sosial, masyarakat akan selalu berada dalam keadaan sakit jika secara keseluruhan tidak berfungsi sempurna. Masyarakat tersebut cenderung terlihat makmur dan baik-baik saja jika dilihat dari luar, namun sebenarnya terdapat masalah sistem yang tidak beres didalamnya. Masalah ini-lah yang kemudian menyebabkan masyarakat tidak berfungsi dengan baik. Bentuk pemaknaan masyarakat seperti ini juga digunakan oleh Durkheim dalam *The Division of Labour* dan *The Rules of Sociological Method* untuk menegaskan klaimnya bahwa masyarakat yang sehat bisa diketahui jika ditemukan kondisi yang sama dalam masyarakat lain yang notabene juga berada

pada level yang sama. Sebaliknya, jika masyarakat tidak berada dalam kondisi yang biasa dimilikinya, maka bisa jadi masyarakat itu sedang mengalami patologi (Ritzer, 2018, hlm. 94)

Secara umum, sebagian besar sarjana sosiologi kontemporer pun mengimani adanya bentuk patologi sosial dalam suatu masyarakat, termasuk (Laitinen & Särkelä, 2018, hlm. 1) yang kemudian juga memberi kontribusi terhadap perkembangan bentuk patologi sosial khususnya. Dalam *draft* yang mereka terbitkan di *European Journal of Social Theory* telah dijelaskan dengan rinci empat konsep penting dari bentuk patologi sosial. Keempat konsep itu antara lain, patologi sosial sebagai istilah ‘payung’ untuk kesalahan sosial, patologi sosial sebagai suatu bentuk yang tidak alami dan terstruktur (menjadi gangguan kedua dan lebih melibatkan berbagai pandangan), patologi sosial sebagai penyakit organisme sosial (dibutuhkannya revitalisasi organisme sosial), patologi sosial sebagai degenerasi kehidupan sosial (Laitinen & Särkelä, 2018, hlm. 1–16).

Konsep diri juga erat kaitannya dalam membentuk pribadi individu yang dalam hal ini yaitu PSK (muda dan paruh baya). Konsep diri menurut Sargent dan Williamson dalam (Sarwono, 1999) adalah segala sesuatu yang dapat dikatakan orang mengenai dirinya sendiri, bukan hanya terkait tubuh dan psikisnya, tetapi juga seluruh hal yang berkaitan dengannya tak terkecuali keluarga dan teman-teman. Jika orang memandang semua yang ada pada dirinya baik, maka akan senang-lah dia dan kebalikannya, jika orang memandang buruk, maka kecewa-lah dirinya. Konsep diri kemudian dikembangkan oleh Sedikides dan Skowronski dalam (Byrne dan Baron, 2004) dengan menawarkan beberapa karakteristik adaptif yaitu, kesadaran diri subjektif yang melibatkan kemampuan individu untuk membedakan dirinya dengan lingkungan fisik dan sosial, kesadaran diri objektif berupa kapasitas individu untuk menjadi objek perhatiannya sendiri, kesadaran diri simbolik yaitu kemampuan untuk merepresentasi diri yang abstrak melalui bahasa dan dari sini-lah kemudian tercipta kemungkinan individu untuk berkomunikasi, menentukan tujuan, mengevaluasi diri, membangun sikap, dan membela diri terhadap segala sesuatu yang mengancam.

Sehingga, jika melihat lebih dekat bagaimana kedua tipologi PSK tersebut mencapai pada titik sekarang, maka tidak lepas kaitannya dari hasil pengaplikasian konsep diri yang berdampak pada patologi sosial di masyarakat sekitarnya. Baik PSK muda maupun paruh baya, masing-masing dari mereka yang memutuskan untuk bertransformasi pada posisinya saat ini secara tidak langsung telah terkonsep di dalam diri mereka suatu usaha untuk memperbaiki kekurangan baik dalam hal penampilan diri (bagi PSK muda) ataupun *financial* (bagi PSK paruh baya) yang pada akhirnya akan membentuk suatu hasil evaluasi diri seperti *reward* bagi diri dengan menaikkan tarif pelayanan (bagi PSK muda) dan keputusan untuk ‘berbisnis’ (bagi PSK paruh baya).

Sehingga, dari kacamata patologi sosial Durkheim, anomali yang terjadi antara eksistensi PSK muda dan paruh baya ini merupakan suatu keniscayaan dalam pemerintahan yang telah menganggap PSK sebagai suatu hal wajar dan tidak perlu menjadi masalah serius. Karena patologi sosial hanya akan terjadi jika dalam suatu masyarakat mengalami suatu situasi menyimpang yang berbeda dari biasanya (PSK), sedangkan dalam hal ini PSK di Indonesia khususnya Jawa Timur telah sejak lama muncul bahkan bertahan hingga sekarang.

Segmentasi Pasar Para Pekerja Seks Komersial (PSK)

Perubahan nilai diri dan berdampak hingga peningkatan tarif yang dikenakan para PSK muda tersebut akhirnya menyebabkan penurunan jumlah konsumen di kelas menengah kebawah seperti para sopir, buruh, bahkan siswa dan mahasiswa. Hal ini, berdasarkan keterangan narasumber mengakibatkan berpindahnya ‘destinasi’ mereka pada PSK paruh baya (>40 tahun) karena menurutnya PSK semacam ini selain tarifnya terjangkau, resiko kehamilan yang minim juga tidak terlalu menuntut yang macam-macam (Wanto, 2019). Dengan munculnya dua arus ‘destinasi’ para hidung belang yang cenderung tidak seimbang ini, terjadilah polarisasi sistem pasar yang dibentuk dalam dunia pemasaran PSK.

Dalam dunia pemasaran sering dikenal adanya ‘strategi pemasaran’, yaitu rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Dalam (Wibowo et al, 2015, hlm. 61) tindakan dalam strategi pemasaran ini umumnya berupa tindakan yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, misalnya mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, menciptakan promosi khusus, menentukan pilihan distribusi dan lain sebagainya. Dalam hal ini, fenomena yang terjadi di dunia PSK, juga mengindikasikan adanya strategi pemasaran di kalangan mereka. Dengan melewati proses perubahan komposisi pada diri PSK muda hingga kenaikan tarif yang ditentukannya kemudian munculnya pendatang baru di kalangan paruh baya dengan tarif lebih murah, strategi ini dilakukan karena mereka percaya bahwa pasar akan selalu membutuhkan ‘peran’ mereka dalam menyediakan ‘kebutuhan pemuas’ laki-laki.

Melakukan strategi pemasaran berarti secara tidak langsung otomatis melaksanakan tiga prosedur secara sistematis, berawal dari strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar sasaran, dan strategi penentuan posisi pasar dimana ketiganya merupakan strategi dalam manajemen pemasaran. Dalam (Wibowo et al, 2015) Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang membutuhkan bauran produk dan pemasaran tersendiri atau dengan bahasa lain ialah dasar untuk

mengetahui bahwa setiap pasar terdiri atas beberapa segmen yang berbeda. Menurut (Setiadi, 2003, hlm. 55), segmentasi pasar adalah proses menempatkan konsumen dalam sub kelompok di pasar produk, sehingga para pembeli memiliki tanggapan yang hampir sama dengan strategi pemasaran dalam penentuan posisi perusahaan.

Selanjutnya yaitu strategi penentuan pasar sasaran, yaitu pemilihan besar atau luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. Sebagian besar perusahaan memasuki sebuah pasar baru dengan melayani satu segmen tunggal dan jika terbukti berhasil, maka mereka akan menambah segmen dan kemudian memperluasnya (Umar, 2001, hlm. 46). Kemudian terakhir, strategi penentuan posisi pasar yaitu strategi untuk merebut posisi di benak konsumen, sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan. (Wibowo et al, 2015)

Dalam kasus PSK ini, telah terlihat tanda-tanda dimana strategi segmentasi pasar di kedua jenis PSK tersebut mulai diberlakukan dan ada kemungkinan secara bertahap akan menuju pada dua strategi selanjutnya jika tidak segera dicegah. Strategi segmentasi pasar yang secara tidak sengaja ini pun terbentuk akibat keinginan masing-masing PSK baik muda maupun paruh baya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya, kemudian menyesuaikannya dengan permintaan yang ditawarkan oleh pasar. Hal ini yang akan mengakibatkan efek jangka panjang dari peluang 'bisnis' ini sehingga tidak heran jika suatu saat mampu berkembang lebih pesat dari yang diduga.

KESIMPULAN

Fenomena sosial PSK mengalami perkembangan yang signifikan pasca mulai dikenalnya *new media*. Selain memudahkan aktivitas antara PSK dan pemakai, *new media* menjadi instrumen tepat guna bagi PSK kalangan muda untuk semakin meningkatkan taraf diri dengan menaikkan tarif pelayanan. Hal ini mengakibatkan konsumen di kelas menengah kebawah pun mulai mempertimbangkan *budget* yang harus mereka keluarkan. Di waktu yang sama, situasi tersebut pun dimanfaatkan oleh PSK paruh baya (>40 tahun) untuk mengais rezeki sekaligus menjadi opsi 'destinasi' lain bagi konsumen atau pemakai kelas menengah kebawah.

Patologi sosial dalam dunia PSK yang terjadi di Jawa Timur tersebut merupakan salah satu bentuk pengaruh penggunaan *new media* yang mempengaruhi konsep diri masing-masing PSK dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya. Kondisi seperti ini-lah yang tanpa disadari ternyata telah membentuk suatu strategi pemasaran yang cukup sistematis karena strategi segmentasi pasar yang tercipta secara tidak sengaja akan menyesuaikan permintaan yang ditawarkan oleh pasar. Hal ini

yang akan mengakibatkan efek jangka panjang dari peluang 'bisnis' ini sehingga tak heran jika tidak ada regulasi tegas, suatu saat akan mampu berkembang lebih pesat dari yang diduga. Lebih jauh lagi, hal ini berkemungkinan besar akan membuat perspektif negatif terhadap agama Islam yang dianut para pelaku PSK yang jelas-jelas ditentang dalam Al-Quran.

DAFTAR PUSTAKA

- Aukstakalnis, Steve dan Blatner, David. (1992). *Silicon Mirage: The Art and Science of Virtual Reality*. London: Peachpit Press.
- Baron, R. A. dan Byrne, D.. (2004). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- BPS Provinsi Jawa Timur. (t.t.-a). Diambil 1 Desember 2019, dari <https://jatim.bps.go.id/stactable/2017/10/10/648/penghuni-panti-sosial-menurut-jenis-panti-dan-jenis-kelamin-2012-2016.html>
- BPS Provinsi Jawa Timur. (t.t.-b). Diambil 1 Desember 2019, dari <https://jatim.bps.go.id/stactable/2019/10/10/1766/banyaknya-desa-kelurahan-menurut-keberadaan-korban-bunuh-diri-lokasi-berkumpul-anak-jalanan-gelandangan-dan-pekerja-seks-komersial-psk-2018-.html>
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (1999). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Global Fund Overview. (t.t.). Diambil 30 November 2019, dari <https://www.theglobalfund.org/en/overview/>
- Halawa, Aristina. (2013). Faktor-Faktor yang memengaruhi Wanita Menjadi Pekerja Seks Komersial di Lokalisasi Dolly RW 10 Surabaya. 1. *Jurnal Keperawatan*. Diambil dari <http://ejournal.akperwilliambooth.ac.id/index.php/D3KEP/article/view/37>
- Hassan, Robert dan Tomas, Julian. (2006). *The New Media Theory Reader*. Open University Press.
- Jarvinen, M.. (1993). *Prostitution in Helsinki: A Disappearing Social Problem?* 3(4), 608–630.
- Kadir, Hatib Abdul. (2007). *Tangan Kuasa Dalam Kelamin*. Yogyakarta: INSIST Press.
- Kartono, Kartini. (1998). *Patologi Sosial*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Khumaerah, Nasrullah. (2017). Patologi Sosial Pekerja Seks Komersial (PSK) Perspektif Al-Qur'an. III. *Jurnal Al-Khitabah*.
- Kusumayanti Fitri, "Dilema Ruang Perempuan Dalam Keluarga Dan Publik," *Raheema: Jurnal Studi Gender Dan Anak* 6, no. 2 (2019): 127.
- Laitinen, A., & Särkelä, A. (2018). Four conceptions of social pathology. *European Journal of Social Theory*, 136843101876959. <https://doi.org/10.1177/1368431018769593>
- Leary, Timothy. (1994). *Chaos and Cyber-culture*. Roning Publishing Inc.
- 35 *Raheema: Jurnal Studi Gender dan Anak*, Vol. 9, No. 2 (2022)

- Liem, L.L.. (1998b). *The Sex Sector: The Economic and Social Base of Prostitution In Southeast Asia*. Canberra: Australian National University.
- Lyontard, J.F. (1993). *Libidinal Economy*. New York: Athlone Press.
- Massyat, Muhammad, Cangara, Hafied, dan Unde, Andi Alimuddin. (2013). Media Baru dan Transaksi Seksual: Studi Ekplorasi Pekerja Seks Komersil Terhadap Pengguna Media Baru di Kota Makassar. 2. *Jurnal Komunikasi KAREBA*.
- Pak Wanto. (2019, November 30). *Segmentasi Antara PSK muda dan tua di Jawa Timur* [Whatsapp].
- Permatasari, Santika, V. I. S. P. (t.t.). The Commercial Sex Workers Phenomenon at Kutoarjo Railway Station Area, Purworejo, Central Java. 2. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*.
- Ritzer, G. R. dan D. J. G. (2018). *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Rusyidi, Binahayati. (2018). Penanganan Pekerja Seks Komersial di Indonesia. 5. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Sarwono, S.W.. (1999). *Psikologi Sosial: Individu dan Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Setiadi, Nugroho J.. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono, 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif, Cet. Ke-12*, Bandung : Alfabeta.
- Sunarto AS, A. (2013). Kyai dan Prostitus: Pendekatan Dakwah KH. Muhammad Khaoron Suaeb di Lokalisasi Kota Surabaya. 03. *Jurnal Komunikasi Islam*.
- Umar, H.. (2001). *Strategic Management in Action: Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategis Bisnis Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred. R. David, dan Wheelan Hunger*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, Dimas Hendika, Arifin, Zainul dan Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo). 29. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- 12 Tahun Layani Pria Hidung Belang Wanita Ini Ungkap Fakta Alasan Pria Rela Keluarkan Duit untuk PSK. (t.t.). Diambil 1 Desember 2019, dari Tribun Batam website: <https://batam.tribunnews.com/2019/09/29/12-tahun-layanipria-hidung-belang-wanita-ini-ungkap-fakta-alasan-pria-rela-keluarkan-duit-untuk-psk>