

# Jurnal Komunikasi

**Representasi Wanita Karir Di Indonesia Dalam Iklan Tempo Scan (60 Tahun)**

(Analisis Semiotika Roland Barthes)

*Rosyidah Nur, Farida Nurul R*

**Teknik Komunikasi Petugas Cacah Lapangan Badan Pusat Statistik Dalam  
Mensukseskan Sensus Pertanian 2013 Di Desa Tonjung,  
Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan**

*Aulia Tania, Muhtar Wahyudi, R. Bambang Moertijoso*

**Komunikasi Artifaktual Pekerja Seks Komersial**

(Studi Fenomenologi Di Lokalisasi Dolly Surabaya)

*Khotibul Umam, Surokim*

**Proses Komunikasi Satuan Pembinaan Masyarakat Dalam Sosialisasi  
Program Perpolisian Masyarakat**

(Studi Di Polres Bangkalan Madura)

*Mega Dwinta Hestiayu, Dessy Trisilowaty, Sri Wahyuningsih*

**Pengaruh Tabloi Pulsa Terhadap Selera Pembelian Handphone  
Oleh Pelanggan Tetap**

(Studi Pada Pelanggan Tetap Tabloi Pulsa Di Keamatan Kota Bangkalan)

*Moh Zaka, Dinara Maya Julijanti*

**Pola Komunikasi Pada Suami Istri Yang Menjalani *Long Distance Relationships*  
Di Desa Bancaran, Bangkalan**

*Dewi Suhartiningsih, Netty Dyah Kurniasari, Yuliana Rakhmawati*

**Peran Public Relations Dalam Mensosialisasikan Program Penanaman Mangrove  
PT. Pertamina (Persero) Tbbm Camplong**

*Gada Rahmatulloh, Dewi Quraisyin*

**Interaksi Dan Kohesivitas Kelompok Persatuan Islam Tionghoa Indonesia**

(Studi Deskriptif Komunikasi Di Piti Surabaya Jawa Timur)

*Meyta Sari Dwi Astuti, Sri Wahyuningsih, Imam Sofyan*

**Penanggung Jawab**

Surokim, S.Sos., M.Si

**Ketua Penyunting**

Farida Nurul Rahmawati, S.S., M.Si

**Sekretaris Penyunting**

Imam Sofyan, S.Sos., M.A

**Penyunting Pelaksana**

Netty Dyah Kurniasari, S.Sos., M.Med.Kom

Dewi Quraisin, S.Pd.I., M.Si

Dr. Yuliana Rahmawati, S.Sos., M.Si

**Penyunting Ahli**

Prof. Sasa Djuarsa Sandjaja, PhD (UI)

Prof. Pawito, PhD

Prahastiwi Utari, PhD

**Alamat Redaksi :**

Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Trunojoyo Madura

Jl. Raya Telang P.O BOX 2

Bangkalan 69162

Telp. 031-30123390

Fax 031-3011506

Email :

jurnalikomutm@gmail.com

**Representasi Wanita Karir Di Indonesia**

**Dalam Iklan Tempo Scan (60 Tahun)**

(Analisis Semiotika Roland Barthes)

*Rosyidah Nur, Farida Nurul R (1-5)*

**Teknik Komunikasi Petugas Cacah Lapangan**

**Badan Pusat Statistik Dalam Mensukseskan**

**Sensus Pertanian 2013 Di Desa Tonjung,**

**Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan**

*Aulia Tania, Muhtar Wahyudi, R. Bambang Moertijoso*

*(6-13)*

**Komunikasi Artifaktual Pekerja Seks Komersial**

(Studi Fenomenologi Di Lokalisasi Dolly Surabaya)

*Khotibul Umam, Surokim (14-25)*

**Proses Komunikasi Satuan Pembinaan Masyarakat**

**Dalam Sosialisasi Program Perpolisian Masyarakat**

(Studi Di Polres Bangkalan Madura)

*Mega Dwinta Hestiayu, Dessy Trisilowaty,*

*Sri Wahyuningsih (26 - 33)*

**Pengaruh Tabloid Pulsa Terhadap Selera Pembelian**

**Handphone Oleh Pelanggan Tetap**

(Studi Pada Pelanggan Tetap Tabloi Pulsa Di Keamatan

Kota Bangkalan)

*Moh Zaka, Dinara Maya Julijanti (34 - 44)*

**Pola Komunikasi Pada Suami Istri**

**Yang Menjalani Long Distance Relationships**

**Di Desa Bancaran, Bangkalan**

*Dewi Suhartiningih, Netty Dyah Kurniasari*

*Yuliana Rakhmawati (45 - 53)*

**Peran Public Relations Dalam Mensosialisasikan**

**Program Penanaman Mangrove PT. Pertamina**

**(Persero) Tbbm Camplong**

*Gada Rahmatulloh, Dewi Quraisyin (54 - 64)*

**Interaksi Dan Kohesivitas Kelompok**

**Persatuan Islam Tionghoa Indonesia**

(Studi Deskriptif Komunikasi Di Piti Surabaya Jawa Timur)

*Meyta Sari Dwi Astuti, Sri Wahyuningsih,*

*Imam Sofyan (65-70)*

**Jurnal Komunikasi** adalah media untuk pengembangan disiplin ilmu komunikasi. Memfokuskan kajiannya pada hasil studi di bidang komunikasi yang dilakukan melalui berbagai ragam sudut pandang. Redaksi menerima naskah, baik berupa ringkasan hasil penelitian maupun kajian yang relevan dengan misi jurnal. Redaksi dapat mengubah naskah sepanjang tidak mengubah makna keseluruhannya. Naskah yang dimuat dalam jurnal komunikasi sepenuhnya merupakan pendapat dan tanggung jawab penulis dan tidak selalu segaris atau mencerminkan pendapat redaksi.

# KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL PEKERJA SEKS KOMERSIAL

(Studi Fenomenologi di Lokalisasi Dolly Surabaya)

Khotibul Umam  
Surokim

## ABSTRACT

*Commercial Sex Workers is a profession that is becoming a social phenomenon in this century. Commercial sex workers working with attracting customers to obtain sexual services. The proliferation of nightclubs and localization in large cities, making the explosion in the number of commercial sex workers in the localization. So that created a tough competition therein. While the commercial sex workers and house owners who want a larger revenue middle of intense competition. The solution to these problems is to improve the appearance of commercial sex workers. The owner of the guesthouse was also involved in the appearance of his commercial sex workers by applying the rules in a dress. This study focused on the elements involved and support the appearance of commercial sex workers to attract guests or customers. This study also discusses the significance of the appearance created and the response shown by the commercial sex workers.*

*This research method is the use of qualitative research methods with phenomenological approach. That's because researchers wanted to illustrate how the commercial sex workers in appearance, so that the data obtained in this study is a subjective experience of a commercial sex workers. Informants of this study is one of the commercial sex workers who appear fashionable in the works called shofa. This study uses the theory of symbolic interactionism to analyze the data, so that data that has been collected analyzed and presented in the form of symbolic interactionism.*

*The concept of self is something that is understood by a pertsama commercial sex workers in the act. After that he will decide or choose symbols that he will be putting out. The symbols in the form of fashion, physical attractiveness and attitude (gestures). From there she tried to lure the guests or customers. With performances like that, he expects a meaning in the form of sensuality from every person who looked at him. Causing a response in the form of large numbers of guests, praise, flattery, satire etc.*

*Artifactual form of communication that occurs in commercial sex workers, whose appearance gives the impression that he always sensual show for his work. Like wearing a mini skirt, lipstick, high heels shoes, wearing a tanktop, etc. The fashion looks exploit beautiful body, such as breasts, thighs, lips, eyes, etc. This is supported by other factors such as the presence of brokers, magnificent atmosphere in the house, make anyone easily hooked. This must be done in order to attract consumers. Thus such techniques can be applied to those who work in contact directly with the community or consumers.*

*Keywords: commercial sex workers, appearance, fashion, symbol, symbolic interactionism*

## I. PENDAHULUAN

Komunikasi seakan telah menjadi menu wajib bagi masyarakat modern. Dengan Banyaknya pekerjaan yang membutuhkan sebuah komunikasi yang efektif, menjadikan

pekerjaan yang semula sangat susah menjadi sedikit lebih mudah. Terutama pada pekerjaan yang bertemu atau bergantung pada pelanggan atau konsumen.

Salah satu pekerjaan yang saat ini menjadi

sebuah alternatif bagi para wanita agar dapat dengan mudah dan cepat mendapatkan keuntungan besar adalah menjadi Pekerja Seks Komersial. Fenomena Pekerja Seks Komersial sudah tidak bisa dielakkan lagi dari dunia modern terlebih bagi mereka yang menganut hedonisme. Geliat gemerlap kota besar membuat banyak pihak mencari sebuah kesenangan melalui jasa-jasa seksual. Sebuah hiburan yang menawarkan jasa seksual menjadi jamur di kota-kota besar didunia termasuk di Indonesia.

Melihat peluang tersebut, banyak sekali wanita yang memutuskan untuk menjadi Pekerja Seks Komersial. Tidak melihat usia dan opini masyarakat, wanita dari berbagai kalangan pun terjun kedalam dunia tersebut. Dari yang muda hingga yang tua dan dari yang kaya hingga yang miskin terjerumus dalam jasa pelayanan seksual. menurut Direktur Rehabilitasi Tuna Sosial Kementerian Sosial, Sonny W Manalu, mengatakan saat ini terdapat 40 ribu lebih pekerja seks komersial (Pekerja Seks Komersial) yang menghuni lokalisasi di seluruh Indonesia. "Setiap tahun jumlahnya selalu naik," (Tempo.co, 2013).

Melalui teknik pemasaran yang bermacam-macam dan marketing yang berbeda-beda membuat pelaku industri prostitusi memiliki persaingan yang ketat dalam meraup keuntungan. Rivalitas pun muncul dalam industri prostitusi sehingga membuat pelaku industri jasa seksual ini memutar otak dalam meraih pelanggan atau konsumen. Mereka pun berusaha memunculkan beberapa teknik make up dan gaya busana agar jasanya bisa dipakai.

Disinilah letak kemampuan sebuah bahasa nonverbal. Bahasa nonverbal akan menjadi alat yang paling ampuh bagi Pekerja Seks Komersial dalam memasarkan dirinya agar dapat dipilih oleh pelanggan. Salah satu bentuk bahasa nonverbal sekaligus untuk memenangkan sebuah rivalitas/persaingan dalam industri prostitusi adalah dengan penampilan atau *fashion*.

Penelitian ini berupaya mengupas habis bagaimana Pekerja Seks Komersial melakukan pemasaran atas dirinya melalui sebuah penampilan dan *fashion*. Disitulah letak keunikan dari teknik pemasaran tersebut yang melatarbelakangi peneliti untuk mengupas penampilan dan *fashion* Pekerja Seks Komersial dalam memasarkan jasa seksualnya.

Dari rumusan masalah diatas peneliti tertarik untuk mengungkap bagaimana bentuk Komunikasi Artifaktual yang terdapat dalam proses Interaksi Simbolik yang dialami oleh Shofa dilingkungan Lokalisasi?

Tujuan peneliti untuk mengetahui bentuk Komunikasi Artifaktual yang terdapat dalam proses Interaksi Simbolik yang dialami oleh Shofa dilingkungan Lokalisasi

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Komunikasi artifaktual, Seperti halnya komunikasi pada umumnya, seseorang dapat berkomunikasi melalui tanda-tanda penampilan serta melalui objek-objek lain (artifak) yang mengelilinginya. Studi mengenai komunikasi nonverbal (artifaktual) relatif masih baru. Studi ini berakar dari studi komunikasi antarbudaya melalui karya Edward T. Hall (1959): *The Silent Language*. Menurut Hall, budaya menggambarkan bagaimana cara dan langkah manusia untuk memahami dan mengorganisir dunianya. Dunia itu terbentuk oleh sekelompok orang yang melintasi hubungan antar manusia dan bahkan generasi.

Asante dan Gundykust (dalam Liliwari, 1994) mengemukakan bahwa pemaknaan pesan nonverbal maupun fungsi nonverbal memiliki perbedaan dalam cara dan isi kajiannya. Pemaknaan (*meanings*) merujuk pada cara interpretasi suatu pesan; sedangkan fungsi (*functions*) merujuk pada tujuan dan hasil suatu interaksi. Setiap penjelasan terhadap makna dan fungsi komunikasi nonverbal harus menggunakan sistem. Hal ini disebabkan karena pandangan terhadap perilaku nonverbal melibatkan penjelasan dari beberapa kerangka teoretis, seperti teori sistem, interaksi simbolik dan kognisi.

Dan didukung pula oleh teori Fashion sebagai komunikasi artifaktual susana, aksesoris dan dandanan adalah bentuk komunikasi artifaktual (*artifactual communication*). Komunikasi artifaktual biasanya didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan berbagai artefak, misalnya pakaian, dandanan, barang perhiasan, kancing baju, atau furniture di rumah dan penataannya, ataupun dekorasi suatu ruangan. Karena fashion, pakaian atau busana menyampaikan pesan pesan nonverbal ia termasuk komunikasi

nonverbal. Pesan-pesan artifaktual dalam komunikasi nonverbal ini diungkapkan melalui penampilan, tubuh pakaian, kosmetik dan juga warna pakaian (Istiyanto, 2013).

Fashion adalah tema dari penelitian ini, fashion seakan-akan menjadi media marketing seorang Pekerja Seks Komersial dalam menarik calon tamunya. Ketika para Pekerja Seks Komersial dipajang, dan para tamu menentukan pilihan Pekerja Seks Komersial yang akan menjadi teman kencannya, Dari sinilah terjadi pertukaran maksud (pesan) antara Pekerja Seks Komersial dengan calon tamunya sehingga proses komunikasi ini sangat tergantung pada penampilan Pekerja Seks Komersial tersebut.

Interaksi simbolik merupakan suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Blumer menyatukan gagasan-gagasan tentang interaksi simbolik lewat tulisannya, dan juga diperkaya dengan gagasan-gagasan dari John Dewey, William I. Thomas, dan Charles H. Cooley (Mulyana, 2001).

Ketika seorang calon pelanggan memilih salah satu dari beberapa pelacur untuk melayani kebutuhan seksualnya, disitulah terjadi interaksi atau pertukaran simbol melalui penampilan yang berupa fashion atau kosmetik yang dikenakan oleh pelacur tersebut untuk memikatnya. Dengan demikian teori diatas sesuai untuk mengupas dengan tepat fenomena penampilan yang berupa fashion dan kosmetik yang dikenakan oleh seorang Pekerja seks Komersial dalam memikat calon pelanggan.

Jenis penelitian kali ini adalah penelitian kualitatif dengan perspektif fenomenologi, yang mana data dari sebuah pengamatan adalah berupa sebuah tulisan dari sebuah wawancara dan bukan angka kuantitatif. Dalam hal ini, Pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Bodgan dan Taylor dalam Moleong, 2007).

Pada penelitian ini yang menjadi *informan* adalah Pekerja Seks Komersial yang masih aktif dalam menjajakan jasa seksualnya di lokalisasi dolly Surabaya. Peneliti juga berusaha untuk memilih Pekerja Seks Komersial yang memiliki penampilan yang

menonjol atau *fashionable* karena sesuai dengan metode *purposive sampling*. Melalui *purposive sampling*, peneliti berpendapat mereka yang *fashionable* dapat menjawab rumusan masalah penelitian. Pada penelitian ini peneliti memilih Shofa sebagai informan dimana yang sudah disesuaikan dengan kriteria informan yaitu Pekerja Seks Komersial yang berpenampilan *fashionable*.

Berbagai macam dapat dilakukan dalam mengumpulkan atau mendapatkan sebuah data, tetapi dalam penelitian ini, ketiga cara dalam mengumpulkan data yakni wawancara, observasi dan dokumentasi adalah hal yang sangat penting dalam menjawab dan membahas rumusan masalah penelitian.

Melalui teknik *snowball*, diharapkan mampu menjawab dan mengupas apa yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini. Teknik *snowball* merupakan teknik yang pas dalam menjawab dan membahas rumusan masalah penelitian ini karena semakin banyak informasi maka semakin baik.

Wawancara yang dilakukan berlangsung dua kali. Wawancara pertama berlangsung dengan calo Pekerja Seks Komersial yang bernama Bowo. Wawancara tersebut berlangsung singkat, santai dan formal karena peneliti tidak mengungkapkan identitasnya. Sedangkan wawancara kepada Shofa, berlangsung sekitar 45 menit. Hal itu karena peneliti mengungkapkan maksud dan tujuannya kepada Shofa. Wawancara terhadap Shofa merupakan *in depth interview*.

Observasi yang dilakukan adalah langsung ke lokalisasi. Observasi juga meliputi pengamatan. Pengamatan tersebut meliputi penampilan secara umum Pekerja Seks Komersial di lokalisasi tersebut. Pengamatan ini juga dimaksudkan dalam melihat seluruh keadaan wisma lokalisasi dalam menampilkan Pekerja Seks Komersial nya.

Dokumen yang di dapatkan dalam penelitian ini merupakan berupa Foto-foto aktifitas peneliti dan semua informan sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan meramalkan (Moleong, 2005)

Data sekunder adalah data yang didapat dari sumber-sumber yang umum seperti : media cetak,

media TV, media online, pendapat pakar, pendapat dosen/praktisi, dokumen pemerintah, penelitian sebelumnya, dll. Dengan adanya data sekunder ini, diharapkan dapat mengurangi kesubjektifan peneliti sehingga pembahasan yang tersaji akan se-obyektif mungkin.

Melalui data yang telah didapat, peneliti akan lebih mengutamakan sebuah dokumentasi dan observasi (pengamatan) dalam menganalisa data, kemudian akan diperkuat dengan hasil wawancara serta data sekunder. Hal itu dimaksudkan, agar pembahasan penelitian ini tersaji dalam kemasan yang mudah dicerna oleh pembaca dan mengurangi kesubjektifan peneliti.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya (Moleong, 2005).

Penelitian ini menggunakan sumber data yang berbeda untuk membandingkan validitas data yang ada. Yakni melalui wawancara, dokumentasi, pengamatan serta data-data sekunder yang ada. Setelah itu hasil tersebut didiskusikan bersama rekan-rekan. Tahap akhir dari validitas data ini adalah meminta bimbingan kepada kedua dosen pembimbing.

## II. PEMBAHASAN

### 2.1 Interaksionisme Simbolik

Interaksionisme simbolik yang dikemukakan oleh Herbert Blumer bahwa tiga prinsip utama interksionisme simbolik yaitu tentang pemaknaan (*meaning*), bahasa (*language*) dan pikiran (*thought*). interaksionisme simbolik ini menunjuk kepada sifat khas dari interaksi antar manusia. Kekhasannya adalah manusia saling menerjemahkan dan saling mendefinisikan tindakannya. Bukan hanya reaksi belaka dari tindakan orang lain, tapi didasarkan atas "makna" yang diberikan terhadap tindakan orang lain. Interaksi antar individu, *diantarai oleh penggunaan simbol-simbol, interpretasi* atau dengan saling berusaha untuk saling memahami maksud dari tindakan masing-masing (*Pelayanan-sosial.ugm, 2013*).

Self-indication bisa dikatakan sebagai konsep diri. Hal itu terjadi dimana individu

memahami siapakah dirinya. Dengan memahami siapakah dirinya maka dia akan memutuskan tindakan yang akan ia lakukan. Dari tindakan tersebut timbul sebuah simbol yang melekat pada diri seseorang. Dalam konteks penelitian ini, seorang Pekerja Seks Komersial akan memahami siapakah dia, lalu dia akan berdandan atau memunculkan simbol yang sesuai dengan identitas dirinya sebagai Pekerja Seks Komersial. Dunia lokalisasi memang penuh dengan simbol-simbol. Simbol-simbol yang digunakan oleh Pekerja Seks Komersial tentu akan menciptakan sebuah makna. Disitulah terjadi sebuah penafsiran dari mereka yang melihatnya.

Sebuah tindakan yang diambil oleh seseorang tentu akan menimbulkan sebuah makna. Dari makna itulah timbul sebuah tindakan atau respon yang sesuai dengan makna tersebut. Dalam konteks penelitian ini, dari simbol yang dimunculkan Pekerja Seks Komersial, muncul sebuah makna. Makna tersebut bisa bermakna sexy, vulgar, sensual dll. Sehingga respon yang didapat berupa sexual arousal. Dari sexual arousal tersebut muncul sebuah tindakan bagi yang melihatnya untuk mendapatkan layanan seksual dari si pemilik simbol.

### 2.2 Konsep Diri dan Tindakan

Pembahasan pertama adalah bagaimana Pekerja Seks Komersial mengenali dirinya dan tempat kerjanya (lokalisasi). Hal itu bisa diketahui melalui sebuah tindakan yang dilakukannya ketika tengah berada di dalam komunitasnya. Perbedaan mencolok akan nampak ketika Pekerja Seks Komersial tersebut tengah berada di lingkungan masyarakat dengan lingkungan tempat kerjanya (lokalisasi). Para Pekerja Seks Komersial menyadari betul hal tersebut dengan bertindak untuk memunculkan sebuah simbol.

Proses interaksi untuk mengenali identitas diri akan menciptakan sebuah pemahaman yang mendasar tentang apa yang akan dilakukan. Sehingga individu akan bertindak sesuai apa yang dipahami atas dirinya sendiri. Hal tersebut adalah konsep diri. Konsep diri itulah yang membawa individu untuk bertindak, termasuk dalam memunculkan sebuah simbol.

Pekerja Seks Komersial tetaplah seorang manusia biasa, dimana mereka juga butuh untuk

bersosialisasi atau berinteraksi di luar lingkungan lokalisasi. Sehingga harus ada perbedaan simbol yang ditampilkan jika sedang berada diluar lingkungan lokalisasi. Maka dari itu, setiap Pekerja Seks Komersial dituntut untuk lihai dalam memanipulasi simbol yang akan ditampilkan. Hal tersebut dapat dilaksanakan melalui sebuah pemahaman tentang konsep dirinya. Dengan demikian, terjadinya tercampurnya simbol bisa diminimalisir.

Simbol yang dimunculkan kala seorang Pekerja Seks Komersial berada ditengah lingkungan masyarakat tentu tidak seperti ketika di lingkungan lokalisasi. Di lingkungan masyarakat, meski sebagai seorang Pekerja Seks Komersial harus tetap mengikuti adat dan norma yang berlaku di masyarakat. Maka dari itu, perbedaan timbul kala Pekerja Seks Komersial sedang dalam bekerja di lingkungan lokalisasi. Simbol yang dimunculkan oleh Pekerja Seks Komersial adalah simbol yang bebrbeda dengan simbol yang ditampilkan di lingkungan masyarakat.

Penampilan itulah yang berperan besar dalam menarik tamu. Penampilan fisik Pekerja Seks Komersial adalah sebuah simbol. Penampilan tersebut berupa fashion, gestur (sikap) dan daya tarik fisik.

### 2.3 Penampilan Fisik (Human physical appearance)

Penampilan fisik menentukan sebuah sikap yang akan diambil oleh individu lain kala melihat nya. Hal tersebut tentu akan memberikan sebuah dorongan atau motivasi kepada semua orang agar memiliki penampilan fisik yang ideal atau menarik.

### 2.4 Fashion

Roland Barthes (1990), mengemukakan bahwa *fashion* adalah sebuah sistem tanda (*signs*). Cara kita berpakaian merupakan sebuah tanda untuk menunjukkan siapa diri kita dan apa yang kita inginkan. Berkaitan dengan penelitian ini fashion yang dikenakan oleh Pekerja Seks Komersial adalah sebuah tanda atau alat dalam memikat tamu atau pelanggan. dari fashion yang ditampilkan oleh Pekerja Seks Komersial.

Uraian diatas secara tidak langsung menggambarkan peran simbol atau fashion di

dunia prostitusi. Setiap Pekerja Seks Komersial selalu berlomba-lomba dalam menarik tamu melalui simbol atau fashion yang melekat pada penampilannya. Sehingga peran fashion (simbol) dalam dunia prostitusi memegang peranan yang sangat penting. Hal tersebut telah diutarakan oleh Shofa, informan penelitian ini.

*"Penting banget, 99% harus, untuk dunia malam itu harus fashion nya paling penting."*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Selain mengutarakan betapa pentingnya fashion di dunia prostitusi, ia juga mengutarakan alasan mengapa mereka (Pekerja Seks Komersial) tampil fashionable.

*"Ya pasti, Karena cowok memang suka gini ya mas... tamu kebanyakan suka ma cewek yang suka lebih tampil modis, lebih berani"*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Penjelasan tersebut secara tidak langsung mengutarakan bahwa penampilan adalah salah satu bagian dari teknik marketing. Fashion tersebut terdiri dari hairstyle, make-up, baju, rok, aksesoris, dll. Semua unsur fashion tersebut tentu ada tujuannya masing-masing.

Penampilan adalah kunci utama. Penampilan wajah adalah yang terpenting. Dalam melakukan kesempurnaan dalam berpenampilan, Shofa, memakai beragam kosmetik khusus untuk wajahnya. Pernyataannya yang berkaitan dengan kosmetiknya sangat jelas bahwa ia menginginkan kesempurnaan penampilan, khususnya wajah.

### 2.5 Sikap / Gestur

Sikap adalah sebuah ekspresi dari tubuh manusia dalam menyampaikan maksudnya. Setiap manusia jelas memiliki sikap atau gestur yang berbeda-beda, tergantung kondisi dan situasi. Sikap atau gestur memungkinkan manusia untuk menyampaikan suatu maksud tanpa menggunakan bahasa verbal, sehingga sikap atau gestur dapat dengan mudah dipersepsi oleh individu lain yang memandangnya.

Setiap manusia akan memiliki gestur yang sesuai dengan maksud hatinya. Sebagai seorang Pekerja Seks Komersial yang ingin mendapatkan tamu sebanyak-banyaknya tentu memiliki gestur yang berbeda dengan wanita pada umumnya. Bisa dikatakan bahwa gestur adalah salah satu teknik marketing seorang Pekerja Seks Komersial. Dibawah ini akan dijelaskan bagaimana Shofa, seorang Pekerja Seks Komersial memiliki gestur dalam menarik perhatian calon tamunya.

## 2.6 Senyum

Senyum adalah sarana komunikasi. Senyuman memiliki berbagai macam penafsiran, yang jelas kebanyakan penafsiran tersebut ber energi positif. Teori diatas juga menjelaskan bagaimana senyum menjadi sebuah hal yang telah diakui secara internasional. Tujuan dari senyuman pun juga beragam. Shofa menggunakan senyuman untuk menarik perhatian tamu. Senyuman tersebut tentu dapat memberikan daya tarik atau hiburan bagi yang melihatnya. Dengan memasang senyuman disertai dengan pose wajah, tentu akan menarik bagi siapapun yang melihatnya.

*"Senyum, cukup senyum aja disitu ma penampilan duduk, stand duduk, sama menampilkan wajah yang menarik ya, yang bisa menarik tamu gitu loh mas"*  
(Wawancara, 6 Desember 2013)

## 2.7 Pose duduk

Dunia prostitusi menuntut para Pekerja Seks Komersial untuk memiliki atau melakukan cara-cara khusus dalam menarik perhatian calon tamu. Salah satu caranya adalah dengan pose duduk. Dengan memakai bawahan yang cukup terbuka, pose duduk mereka menjadi lebih atraktif. Shofa mengaku bahwa ia selalu menumpangkan satu kakinya diatas kaki yang satunya.

*"Iya, maksudnya kaki diangkringin gitu lho, apa yak lo bilang gitu disilah"*  
(Wawancara, 6 Desember 2013)  
*Dia juga menyatakan alasan mengapa ia melakukan pose seperti itu.*

*Penjelesannya pun cukup rasional yakni untuk menarik dan menantang. "Lebih menarik dan menantang gitu aja"*

(Wawancara, 6 Desember 2013)

Pose duduk seperti itu dapat mengekspos bagian tubuhnya. Bagian tubuhnya yang terekspos tentu paha dan kaki. Disertai penggunaan bawahan yang ber hemline tinggi, pose tersebut tampak lebih sempurna sehingga memiliki kesan meanri dan menantang. Maksud dari menarik dan menantang adalah agar siapapun yang melihatnya menjadi bergairah hasrat seksualnya.

Dengan demikian, pose duduk juga dapat menarik perhatian. Seperti yang ia jelaskan, bahwa tidak ada instruksi dari siapapun tentang pose duduk. Itu berarti, mereka (Pekerja Seks Komersial) paham betul bagaimana memunculkan sebuah sikap yang dapat menarik perhatian.

## 2.8 Daya Tarik Fisik

Pekerja Seks Komersial adalah profesi yang menjadikan tubuh sebagai benda yang dapat dikonsumsi. Maka dari itu, bagi Seorang Pekerja Seks Komersial memiliki tubuh yang indah adalah sebuah modal penting. Profesi yang bergerak dalam bidang jasa persewaan tubuh ini lebih mengedepankan bagaimana bisa tampil memikat dan menggairahkan. Melalui fashion dan etalase, mereka seakan-akan menawarkan jasa pelayanan seksual melalui kefrontalan mereka dalam memamerkan tubuh. Sehingga banyak dari Pekerja Seks Komersial mati-mati an dalam hal mendapatkan tubuh yang indah.

## 2.9 Postur / bentuk tubuh

Sebagai salah satu bentuk daya tarik seksual, tubuh wanita bisa di pajang untuk memikat konsumen. Hal itu yang terjadi di lingkungan lokalisasi, secara frontal mereka memamerkan lekuk tubuh wanita bagaimanapun tipe bentuknya. Shofa, informan penelitian ini secara tidak langsung menyatakan bahwa semua bentuk tubuh wanita memiliki daya tarik seksual nya sendiri. Sehingga opini masyarakat umum yang mengatakan, bahwa langsing adalah bentuk tubuh yang paling ideal bagi wanita dapat ditepis

dalam masalah ini. Ia menerangkan bahwa banyak dari rekannya memiliki bentuk tubuh yang berbeda dengan dia.

*“Untuk postur badan ditempatku sih emang gak diharuskan kurus ya, kalau modelnya aku emang kurus, langsing gitu, gak diharuskan tuk seperti itu, banyak juga yang ada bodinya, yang gede bahenol gitu, terus ada yang buah dadanya gede, semok, jadi gak diharuskan langsing.”*  
(Wawancara, 6 Desember 2013)

Uraian diatas menjelaskan bahwa wanita memiliki banyak bentuk tubuh. Seperti pengakuan Shofa, setiap bentuk tubuh memiliki daya tarik seksualnya sendiri. Dengan kata lain berbagai macam tipe bentuk tubuh yang dimiliki wanita, mereka tetaplah menggairahkan bagi para lelaki.

#### 2.10 Kaki (paha)

Fakta menggambarkan bagaimana sensualnya paha wanita. Melalui pose duduk yang sangat menggoda, secara tidak langsung, Shofa telah memamerkan pahanya untuk dieksploitasi oleh mata lelaki. Hal tersebut juga ditambah dengan pemakaian rok mini.

Dengan tereksposnya bagian kaki atau paha tentu itu dapat menciptakan sebuah daya tarik seksual. Dengan demikian, itu adalah salah satu teknik marketing nya yang ampuh dalam menarik pelanggan. Ia dengan sengaja untuk berpose seperti itu untuk menunjukkan sebuah simbol yang bermakna “seksi” dan “menantang”. Karena memiliki daya pikat yang tinggi, rok mini semakin populer pada wanita di berbagai kalangan.

#### 2.11 Belahan payudara

Shofa juga menjelaskan bagaimana ia mengeksploitasi payudaranya untuk ditampilkan di etalase. Dia menjelaskan bahwa ia tidak secara frontal mengumbar payudaranya melainkan hanya belahannya saja.

*“Iya, yang saya pake ini dan untuk kerja sehari-hari emang diharuskan untuk kelihatan buah dadanya, cuman*

*ya gak harus diperlihatkan semua, cuman separuh-separuh gitu.”*  
(Wawancara, 6 Desember 2013)

Belahan payudara memegang peranan penting dalam hal daya tarik seksual. Banyak model baju yang secara langsung ditujukan untuk mengekspos belahan payudara. Para desainer seakan tahu tentang masalah ini sehingga mereka memproduksi secara masif model baju yang seperti itu. Dalam dunia lokalisasi tentu belahan payudara adalah hal yang sangat wajib untuk dipamerkan. Pengakuan Shofa dalam hal ini sangat jelas, bahwa ia menggunakan belahan payudaranya sebagai daya pikat. Hasil pengamatan juga membuktikan bahwa 99% seluruh Pekerja Seks Komersial mengekspos belahan payudaranya.

#### 2.12 Rajin berdandan

Profesi Pekerja Seks Komersial dituntut untuk selalu tampil cantik, elegan dan sensual di setiap saat. Meski harus mendapatkan eksekusi seksual dari para tamunya, mereka harus bisa tetap mempertahankan penampilannya. Seperti pengakuan Shofa diatas bahwa minimal setiap hari ada dua tamu dan maksimal ada lima tamu. Fakta tersebut menggambarkan banyaknya eksekusi seksual yang harus ia terima setiap harinya. Sebagai seorang manusia biasa, ia juga akan mengalami sejumlah rangsangan yang mana, itu tentu akan berakibat pada penampilannya.

Berkeringat adalah salah satu efek dari eksekusi seksual yang ia terima. Setelah mendapatkan eksekusi seksual tentu banyak yang telah berubah pada dirinya terkait penampilannya. Mulai dari lipstik yang luntur dll. Sehingga itu menuntutnya untuk memilik strategi sendiri untuk tetap tampil fresh.

*“Jadi biasanya kalau untuk melayani tamu ya biasanya kan satu, nah kita kan biasanya kan berkeringat atau apa gitu kan terus atau gak bedak kita luntur atau lipstik kita luntur, untuk menaggulangi itu semua biar supaya nanti kita di depan itu fresh lagi biasanya kita bawa make-up yang biasa kita pakai, jadi sebelum kita*

*keluar lagi untuk melayani tamu lagi kita make-up an lagi, jadi untuk tampil fresh terus, jd jangan sampai kita tuh penampilannya tuh kumuh, dekil, gak fresh gitu.”*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Rajin dalam berdandan adalah kunci dalam mempertahankan penampilannya. Dengan demikian ia selalu bersama dengan simbol sensualnya selama bekerja di lingkungan lokalisasi.

### 2.13 Pemaknaan

Proses pemaknaan adalah sebuah tindakan yang menjadi bagian dalam proses interaksionisme simbolik. Proses pemaknaan muncul ketika ada sebuah simbol yang ditampilkan. Sang pemilik simbol pun juga dengan sengaja memunculkannya agar mendapatkan sebuah pemaknaan dari individu lain.

Pemaknaan tersebut yang menjadi celah para Pekerja Seks Komersial dalam menarik tamu. Mereka berusaha sedemikian rupa agar dapat menciptakan sebuah makna bagi yang melihat simbol mereka. Disini makna tersebut berupa sebuah sensualitas.

Sensualitas jelas tidak identik dengan seks. Namun, sensualitas dapat membangkitkan gairah seksual, mengarah pada seks dan meningkatkan pengalaman seksual. Sensualitas adalah kenikmatan kesenangan yang kita terima melalui lima indera kita: penglihatan, pendengaran, rasa, bau dan sentuhan. Meskipun masing-masing dapat dialami dalam konteks seksual, mereka juga dapat dinikmati dengan cara yang benar-benar non-seksual. Kadang-kadang kita harus melihat kata “beberapa sensualitas” dalam deskripsi rating film. Sering kita melihat bahwa kita mengharapkan adegan seks penuh dan semacamnya. Itu berarti ada adegan karakter mandi dalam *setting* yang beruap, mendapatkan pijat, foreplay, mencium leher / tubuh, tarian erotis, gairah seksual, dll. (Wiki.answer, 2013)

Lingkungan lokalisasi identik dengan tampilan yang sensual. Sensualitas adalah sebuah makna dari simbol yang dimunculkan oleh para pekerja seks dimanapun mereka berada. Mereka berusaha agar para calon tamu mereka

dapat menafsirkan simbol yang mereka tampilkan dengan makna sensual atau dengan makna lain-lain. Hal itu diutarakan langsung oleh Shofa mengenai tujuan dari tindakannya dalam memunculkan sebuah simbol.

*“biar kelihatan sexy juga condong menarik dan kesensualitasnya.”*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Makna sexy juga merupakan makna substitusi yang dapat menggantikan kesensualitas. Sexy bisa juga dikatakan sebagai unsur terbentuknya citra kesensualitas seseorang. Banyak hal yang dapat mendorong timbulnya nilai sensualitas, salah satunya adalah kecantikan.

*“Ya udah cantik menurut aku”*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Melalui sebuah proses pemahaman terhadap diri tentang cantiknya seseorang, tentu dapat mempengaruhi tindakan mereka. Sehingga muncullah sebuah kepercayaan diri bagi individu ketika mereka telah memahami bahwa dirinya adalah cantik.

*“Iya pede banget”*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Kepercayaan diri adalah sebuah sinyal dimana individu telah yakin terhadap dirinya. Hal-hal yang dapat menciptakan sebuah kepercayaan diri dalam diri individu adalah status sosial, penampilan dan lain-lain. Penampilan merupakan jalan paling efektif dalam menumbuhkan rasa percaya diri seseorang. Dengan demikian penampilan atau fashion seseorang harus sempurna mungkin agar dapat menciptakan sebuah kepercayaan diri seseorang.

*“Make up, baju, fashion, tanpa make up dan baju gak sesuai dong”*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Dengan tampilan yang sempurna, maka feedback yang diharapkan oleh individu akan

sesuai dengan apa yang diharapkan oleh individu tersebut.

#### 2.14 Respon

Respon merupakan sebuah wujud dari tindakan individu lain dalam menyikapi sebuah makna dari simbol yang dimunculkan. Respon ini adalah suatu tindakan akhir dalam interaksionalisme simbolis. Respon merupakan sebuah jawaban atau feedback yang diberikan dari individu lain kepada aktor sang pemilik simbol. Bentuk dari sebuah respon sangat beragam tergantung simbol dan situasi yang ada.

#### 2.15 Jumlah Tamu dan Pendapatan

Dalam kasus penelitian ini, salah satu bentuk respon dapat berupa jumlah tamu yang bisa didapat. Keterangan informan penelitian ini menyatakan bahwa setiap harinya ia selalu dapat tamu.

*“Dua, minimal, Gak tentu juga kadang 3, kalau rame biasanya hari sabtu, maksimal 5”*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Jumlah tamu tersebut tentu dapat mendongkrak jumlah pendapatannya. Akan tetapi karena kondisi lokalisasinya yang sedikit menurun atau sepi membuat pendapatannya fluktuatif.

*“Kadang 5 kadang 6, tergantung tamunya juga.”*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Pernyataan diatas menunjukkan, semakin memikat simbol yang dimunculkan Pekerja Seks Komersial, maka semakin banyak tamu yang akan tertarik pada dirinya. Pemunculan simbol yang dilakukan Pekerja Seks Komersial bisa dikatakan sebuah teknik marketing, dimana dengan tampil se-sensual mungkin bisa mendongkrak jumlah pendapatannya.

#### 2.16 Sindiran, Pujian dan Rayuan

Bentuk respon lain yang diterima oleh sang pemilik simbol dalam penelitian ini adalah sebuah komentar. Komentar dapat berupa pendapat, saran, maupun kritik. Dalam penelitian ini, Shofa,

informan penelitian ini telah cukup obyektif dalam menerima respon sosial yang berasal dari orang-orang terdekatnya. Tentu pada sebelumnya, ia telah memahami identitas dia sebagai Pekerja Seks Komersial, sehingga ia siap dengan semua konsekuensinya.

*“Ada yang bilang cantik, ada yang bilang sexy, ada yang bilang ya gitulah mas banyak, pokoknya banyak yang muji, ada yang kontranya tuh bilang ah gak pantes, jelek atau gimana, terlalu vulgar.”*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Keobyektifannya dapat dilihat dalam memaklumi mereka yang memiliki pandangan negatif atau positif terhadap dirinya. Perkiraan tentang penyebab adanya perbedaan pandangan terhadap dirinya cukup dapat diterima oleh akal sehat.

*“Yang namanya teman, pasti ada yang pro dan kontra. Ada yang suka ada yang gak suka, ada yang bilang gak bagus lha, gak bagus nya ya pendek gitu ya masnya, pake tanktop terus kerjanya juga di dunia malam, terus ya keluar masuk cowok yang seperti itu, jdinya ya pandangan ada yang negative dan yang positif, yang positif juga kan karena mereka kerja seperti itu, karena mereka juga berkecimpung di dunia malam jadinya ya mereka fine-fine aja gitu.”*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Sebagai seorang Pekerja Seks Komersial selain harus melayani kebutuhan seksual para tamunya, ia juga dituntut untuk menampilkan keramahan kepada siapapun agar dapat menarik perhatian. Disitulah banyak terjadi sebuah respon-respon yang berupa pujian terhadap simbol-simbol yang melekat di penampilannya. Dalam hal ini, mata adalah bagian tubuh yang sesuai dengan pernyataannya adalah bagian tubuh yang paling memilik daya tarik.

*“banyak orang yang bilang ma saya biasa condong ke mata, mereka suka*

*sama mata. orang banyak yang muji mata gitu”*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Sebagai seorang tamu, tentu hanyalah pujian yang diutarakan kepada Shofa mengenai penampilannya.

*“Ada, kadang bilang nya sesuai lah, cantik lah, apalah namanya tamu juga kn gitu apalagi lelaki-lelaki gitu kan, sexy deh kamu, cantik deh kamu cocok lah kamu pake gini.”*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Bekerja sebagai pemuas hasrat seksual lelaki, tentu ia mendapatkan dukungan dari para tamunya atas apa yang ia tampilkan ketika bekerja. Sesuai pernyataannya, keseluruhan tamunya mendukung tentang penampilannya.

*“Banyak, mayoritas memang seperti itu gak ada yang laen, mendukung semua.”*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Sebagai seorang Pekerja Seks Komersial tentu ia sering mendapatkan sebuah rayuan dari tamu-tamunya.

*“oh iya itu pasti, pasti dong, yang namanya tamu pasti merayu gitu kan”*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

Rayuan merupakan sebuah fenomena, bukan subjek kepentingan ilmiah, meskipun, syarat yang lebih spesifik seperti kawin jangka pendek, seks bebas atau strategi kawin yang digunakan dalam psikologi evolusioner. (Buss, 1996 dalam wikipedia, 2013)

Rayuan, (terlihat negatif), karena melibatkan godaan dan bujuk rayu yang sering terjadi pada pasangan seksual, yakni untuk mengantarkan seseorang menjadi tersesat pada pilihan perilaku mereka yang tidak akan mereka lakukan jika mereka tidak berada dalam keadaan bergairah. Dilihat secara positif, rayuan adalah sinonim untuk tindakan memikat seseorang baik laki-laki atau perempuan dengan mengacu pada

indra, sering dengan tujuan mengurangi ketakutan yang tidak berdasar dan mengarah ke “emansipasi seksual” mereka (Wikipedia, 2013). rayuan adalah salah satu bentuk sebuah foreplay. Rayuan bisa berbentuk pertanyaan atau komentar yang bersifat pujian atau menggoda. Tentu hal tersebut adalah respon yang berbentuk tindakan dari individu lain terhadap simbol yang ia munculkan.

*“Pertama, nanya namanya, tinggalnya dimana, sudah nikah pa belum, atau sudah punya anak atau belum, kenapa kerja disini, seperti itu, Fashion juga, kadang orang juga bilang kamu kok cantik sih, sexy, menarik gitu.”*

*(Wawancara, 6 Desember 2013)*

## 2.17 Tahapan Pemunculan Simbol Pekerja Seks Komersial

Pemunculan simbol yang terjadi oleh Pekerja Seks Komersial adalah karena adanya interaksionisme simbolis. Dalam hal ini, Shofa menjelaskan bahwa ia tertuntut oleh pekerjaan dan lingkungannya untuk memunculkan simbol tersebut. Maka dari itu ia tidak lepas dari proses pemaknaan oleh individu lain yang melihatnya. Serta ia juga harus bertanggung jawab atas simbol yang ia munculkan dengan melayani semua respon yang ia terima dari individu lain. Dalam hal ini, ia harus melayani dengan memberikan layanan seksual.

Proses pemunculan simbol dimulai dengan adanya komunikasi intrapersonal yang dialami shofa. Komunikasi intrapersonal tersebut menciptakan sebuah pemahaman tentang siapa dirinya. Dari situ muncul sebuah konsep diri. Konsep diri tersebut akan mempengaruhi semua tindakannya.

Tindakan tersebut yang membuat ia memiliki selektifitas dalam memilih simbol. Sehingga simbol yang ia kenakan akan sesuai dengan konsep dirinya. Simbol tersebut berupa penampilan fisik. Penampilan fisik merupakan penampilan yang ada pada diri seseorang ketika ia menampilkan dirinya di tengah lingkungan. Sebagai seorang Pekerja Seks Komersial, penampilan fisik tersebut berupa fashion, sikap / gestur dan daya tarik fisik, ketiga hal tersebut juga didukung bebrpa hal yang membuat

penampilan fisiknya tampak sempurna. Hal itu yang menjadi senjatanya dalam menarik para lelaki.

Dandanan yang memikat dengan selalu bergonta-ganti gaya rambut, ber make-up tebal, berpakaian mini / sexy, bersepatu high heels, dan dilengkapi dengan aksesoris, membuat ia tampil *fashionable*. Fashion tersebut ia kenakan untuk memberikan sebuah bungkus dari bentuk tubuhnya. Fashion tersebut juga dikenakan untuk lebih mengekspos dan mengeksploitasi tubuh indahnyanya.

Tubuh indah nya yang ia gunakan untuk memikat adalah payudara, paha (kaki), warna kulit, dan postur tubuhnya. Hal itu menciptakan daya tarik fisik. Ia juga menggunakan gestur untuk menarik dan memikat lelaki. Senyuman dan pose duduk merupakan gestur yang ia gunakan. Dengan senyuman ia tampil lebih ramah sedangkan pose duduk untuk menunjukkan sensualitas. Pose duduk tersebut memang ia gunakan untuk mengekspos pahanya.

Penampilan fisik tersebut membuat ia tidak lepas dari pemaknaan yang melihatnya. Pemaknaan tersebut berupa kesan sexy, vulgar, sensual dll. Sehingga ia mendapatkan respon dari yang melihatnya berupa pujian, sindiran, rayuan hingga ia mendapatkan pendapatan besar karena

ia harus memberikan layanan seksual.

### III. PENUTUP

Proses interaksionisme simbolis seorang Pekerja Seks Komersial yang bernama Shofa dalam menarik pelanggan telah melibatkan banyak hal, yang pertama tentu diawali dari komunikasi intrapersonal, lalu berkembang menjadi sebuah konsep diri. Dengan konsep diri, ia akan memilih penampilan yang sesuai dengannya, sehingga menggunakan simbol – simbol khusus untuk dirinya.

Bentuk komunikasi artifaktual yang terjadi pada pekerja seks komersial, penampilan yang memberikan kesan sensual yang selalu ia tampilkan selama ia bekerja. Seperti memakai rok mini, berlipstik, bersepatu high heels, memakai tanktop, dll. Fashion tersebut tampak mengeksploitasi tubuh indahnyanya, seperti payudara, paha, bibir, mata dll. Hal tersebut didukung pula dengan adanya calo dan megahnya suasana wisma.

Penampilan menjadi kunci utama. Penampilan meliputi fashion, gestur, dan daya tarik fisik. Penampilan menjadi sebuah awal dari sebuah pemaknaan. Tampilan dari fashion, gestur, dan daya tarik fisik menentukan itu semua termasuk respon yang diterima.

### DAFTAR PUSTAKA

- Barnard, Malcolm. 2009. *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, dan Gender*. Bandung: Jalasutra.
- Istiyanto, S. Bakti. 2013. *Pentingnya Komunikasi Artifaktual Dalam Keberhasilan Modifikasi Komunikasi Antar manusia*
- Koentjoro, Phd. 2004. *On the Spot : Tutur Dari Sarang Pelacur*. Yogyakarta, Tinta.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung, Widya Padjadjaran.
- Liliweri, Alo. 1994. *Komunikasi Verbal dan Nonverbal*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2001. *Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi*. Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 1994. *Psikologi Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosdakarya.

### Internet

Sindonews. 2013 (online). "Mengenal Dolly, lokalisasi terbesar se Asia Tenggara". <http://daerah.sindonews.com/read/2013/06/18/23/750994/mengenal-dolly-lokalisasi-terbesar-se-asia-tenggara>. diakses pada tanggal 18 Juni 2013 pukul 11:17 WIB

Ugm, 2013 "Interaksionisme simbolis" *pelayanan-sosial.ugm.ac.id* diakses pada tanggal 31 Desember 2013 pukul 14.40 WIB.

Wikipedia, 2013 "Fashion" <http://en.wikipedia.org/wiki/Fashion>, diakses pada tanggal 31 Desember 2013 pukul 14.48 WIB.

Wikipedia, 2013 "Smile" <http://en.wikipedia.org/wiki/Smile>, diakses pada tanggal 31 Desember 2013 pukul 21.04 WIB.

Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Trunojoyo Madura  
Jl. Raya Telang Po. Box 2 Bangkalan 69162  
Telp. 031-3012390/Fax. 031-3011506  
Email : Jurnal.komunikasi@yahoo.com

