

ABSTRAK

Komunikasi Sosial Mucikari dan Pelacur Studi Fenomenologi di Lokalisasi Surabaya merupakan tema dari penelitian disertasi ini. Komunikasi sosial, merupakan kegiatan komunikasi yang ditujukan untuk menyatukan komponen-komponen sosial yang bervariasi dan mempunyai perilaku berbeda-beda. Komunikasi merupakan cerminan dari eksistensi kehidupan sosial masyarakat, sehingga dalam kehidupan sosial dipastikan ada aktifitas komunikasi supaya manusia lain sependapat, seperasaan dan selangkah dengannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan harapan fenomena komunikasi mucikari dan pelacur di lokalisasi Surabaya dapat dipahami sebagai pengalaman dari kesadaran diri atas aktifitas kesehariannya. Mucikari dan pelacur secara sadar memproduksi pengalaman yang kemudian pengalaman itu dikonstruksi menjadi tindakan yang bermakna dalam kehidupan sosialnya.

Mucikari maupun pelacur memiliki tujuan yang sama, sama-sama berorientasi materi. Namun dalam proses mencapai tujuan, melalui proses yang berbeda-beda. Memilih aktifitas sebagai mucikari ataupun pelacur diawali dari rangsangan dalam diri, gerak hati, kemudian menetapkan pilihan. Menjalani aktifitas sebagai mucikari maupun pelacur oleh sebagian masyarakat dianggap sebagai pilihan yang tidak realistik. Namun tidak demikian bagi mucikari maupun pelacur, hal ini dianggap sebagai pilihan realistik, saat kebutuhan ekonomi semakin meningkat, peluang kerja semakin sempit, persaingan hidup semakin ketat, sehingga berfikir pintas menjalani aktifitas sebagai mucikari ataupun pelacur dinilai sebuah keputusan realistik untuk mempertahankan hidup.

Temuan dalam penelitian ini terkait dengan motif menjadi mucikari diantaranya karena faktor ajakan kawan, ekonomi dan menghindari kesulitan kebutuhan (terpaksa), hal ini berbanding lurus dengan tindakan komunikasi yang dilakukan sebagai ekspresi dari (konseps diri) rasa ingin disegani, ingin dinilai sebagai manajer dan pasrah menerima realita hidup. Sedangkan motif menjadi pelacur diantaranya karena faktor ekonomi, disorganisasi keluarga, mencari kepuasan (hyperseks), traumatis dengan pengalaman, dijerumuskan atau dibohongi, hal ini berbanding lurus dengan tindakan komunikasi yang dilakukan sebagai ekspresi dari (konseps diri) sebagai pelayan tamu, mencari kepuasan, pekerja keras. Temuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman nilai-nilai komunikasi terhadap masyarakat dalam konteks sosial-kemanusiaan.

Abstract

Social Communication of Pimps and Prostitutes, a phenomenology study in Surabaya Localization, is the theme of dissertation. Social communication is a communication activities aimed at bringing together social components which vary and have different behaviors. Communication is regarded as a reflection of the existence of the social life in the community, so that in life there are certain social activities that people can talk, argue, and empathize with the others.

The study uses a phenomenological approach in order to understand the phenomenon of pimps and prostitutes' communication as an experience from their self-awareness within daily activities. Pimps and prostitutes consciously produce experiences which are then constructed into meaningful actions in their social life.

Both pimps and prostitutes have the same goal, in the same way about financial-oriented purposes. However, in the process of achieving goals, they take different process. Choosing activities as a pimp or a prostitute is regularly started by self stimulation, desire, and then determining decision. Becoming a pimp or a prostitute is not considered as a realistic option by most people. Yet, this argument is not aligned with the mind of pimps and prostitutes. They still consider it as a realistic decision as they need increased financial. On the other hand, the situation of employment opportunities become limited and the competition of life become tight as well as unfair, so they think quickly that performing as a pimp or prostitute is deemed as a realistic decision to maintain their sustainable life.

The findings in this research are related to the motive of both pimps and prostitutes. From pimps side, their motives being pimps are about economic factors, a sense of responsibility for the task and forced by other persons. It is directly aligned with the communication acts performed as an expression of self concept which want to be respected, want to be judged as a good manager and having no choices in accepting the reality of life. At the same time, the motive being a prostitute is mainly because of economic factors, revenge, seeking satisfaction (hypersex), frustrated with the current situation, and misled or deceived. This situation is directly aligned with the communication acts performed as an expression of self concept as a maid, looking for satisfaction, and hard workers. The findings of this study are expected to provide some understanding about the values of communication for communities within social-humanitarian context.