



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 9783-9798

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Pengalaman Komunikasi Pekerja Seks Komersial dengan Pelanggan (Studi Fenomenologi Pekerja Seks Komersial di Kampung Wisata Karaoke Alak, Kota Kupang)

Grace Marth Dethan, Yermia Djefri Manafe, Veki Edizon Tuhana  
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik, Universitas Nusa Cendana  
[gracedethan29@gmail.com](mailto:gracedethan29@gmail.com)\*

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman komunikasi pekerja seks komersial (PSK) dengan pelanggan di Kampung Wisata Karaoke Alak, Kota Kupang. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi Alfred Schutz untuk menggali makna subjektif dari pengalaman yang dialami para informan. Informan penelitian berjumlah empat orang PSK yang memiliki pengalaman kerja dan interaksi langsung dengan pelanggan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam untuk memperoleh data yang kaya dan kontekstual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman komunikasi PSK tidak hanya bersifat transaksional semata, melainkan telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari yang sarat dengan dimensi emosional dan reflektif. Interaksi yang terjalin antara PSK dan pelanggan membentuk cara pandang mereka terhadap diri sendiri, realitas sosial, serta hubungan interpersonal yang dibangun. Pengalaman komunikasi yang berlangsung secara berulang menghasilkan stock of knowledge, yaitu pengetahuan praktis yang digunakan PSK dalam menghadapi berbagai karakter pelanggan, membaca situasi emosional, mengelola konflik, serta menentukan strategi komunikasi yang tepat dalam pekerjaan mereka. Lebih lanjut, pemaknaan terhadap pengalaman komunikasi bersifat dinamis dan kontekstual, di mana komunikasi tidak hanya dipahami sebagai sarana memperoleh penghasilan, tetapi juga sebagai ruang emosional dan bentuk pengakuan diri. Dari pengalaman tersebut muncul motif tindakan PSK, yaitu because motive yang berakar pada pengalaman masa lalu serta in-order-to motive yang berorientasi pada tujuan masa depan, seperti mencapai kemandirian ekonomi dan menjaga kesehatan.*

*Kata kunci: Pengalaman Komunikasi, Pekerja Seks Komersial, Stock of Knowledge, Alfred Schutz, Fenomenologi.*

### **1. Latar Belakang**

Pengalaman merupakan sesuatu yang dialami dan menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari manusia. Setiap pengalaman memiliki nilai dan makna tersendiri bagi individu yang mengalaminya. Banyaknya pengalaman menyebabkan informasi semakin bertambah. Dengan demikian pengalaman manusia bukanlah momen hampa yang tidak bermakna. Dilihat aspek struktur dasarnya, pengalaman manusia mempunyai empat aspek yaitu catatan peristiwa, catatan perilaku manusia, catatan pertukaran pesan atau komunikasi dan konteks terjadinya sebuah peristiwa. Disebut sebagai struktur dasar karena keempat elemen tersebut pasti ada dalam setiap pengalaman manusia (Chatra, 2019).

Pengalaman atas fenomena yang dikaji dalam penelitian ini adalah pengalaman fenomena komunikasi. Komunikasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang bersifat sistemik anatar individu yang berinteraksi melalui simbol-simbol tertentu untuk menghasilkan dan menginterpretasikan makna. Berdasarkan hasil penelitian pengalaman komunikasi dipahami sebagai sesuatu yang dialami individu dan berkaitan dengan aspek komunikasi meliputi proses, simbol maupun makna yang dihasilkan serta dorongannya pada tindakan. Pengalaman tersebut dikategorisasi oleh individu berdasarkan karakteristik pengalaman tersebut pemaknaan yang dijalani (Putri, 2016).

Pengalaman komunikasi terbentuk melalui aktivitas komunikasi yang berlangsung dalam kehidupan sosial. Meskipun individu dapat mengalamai peristiwa komunikasi yang seupa, makna yang dihasilkan dari pengalaman tersebut dapat berbeda-beda bagi setiap orang. Makna inilah yang membedakan pengalaman komunikasi antar individu. Individu membentuk makna melalui proses komunikasi, dimana tujuan utama dari interaksi adalah terciptanya pemahaman bersama. Tanpa makna, proses komunikasi akan sulit berlangsung bahkan komunikasi itu

tidak dapat terjadi. Makna yang dimiliki bersama, definisi terhadap realitas, serta respon individu terhadap realitas tersebut merupakan hasil dari proses interaksi sosial (Nurtyasrini et al., 2016).

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengalaman komunikasi merupakan proses bagaimana individu mempresepsikan dan merespon interaksi komunikasi yang terjadi yang dipengaruhi konteks, pengertian simbolik serta hubungan sosial antara pelaku komunikasi. Pengalaman komunikasi terbentuk melalui interaksi antar individu yang melibatkan proses berbagi makna melalui simbol-simbol tertentu yang disebut pesan. Setiap peristiwa yang mengandung unsur komunikasi dapat menjadi pengalaman komunikasi tersendiri bagi individu, dan pengalaman yang dianggap penting cenderung menjadi pengalaman yang paling diingat serta memiliki dampak khusus bagi individu tersebut (Hafir, 2016).

Fenomena pelacuran atau sering disebut sebagai pekerja seks komersial telah ada sejak lama seiring dengan perkembangan peradaban manusia. Dalam pandangan masyarakat, PSK sering kali dianggap sebagai pelaku tunggal dalam praktik prostitusi. Padahal dalam industri seks modern, PSK sering kali berada posisi rentan dan diperlakukan semata-mata sebagai alat produksi ekonomi. Keberadaan PSK seringkali menimbulkan situasi dilematis, yang dimana pada umumnya tidak ada perempuan di dunia ini yang bercita-cita menjadi seorang PSK. Namun demikian, keterbatasan pilihan hidup terutama yang berkaitan dengan rendahnya tingkat pendidikan dan keterampilan, mendorong sebagian perempuan memasuki dunia prostitusi. Pilihan ini bisa dimengerti, karena dunia prostitusi memberikan iming-iming penghasilan yang lebih besar dan bersifat instan (Miskawi, 2014).

Pekerja Seks Komersial (PSK) merupakan individu yang menjual layanan seksual dengan imbalan uang sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam konteks sosial di Indonesia, PSK sebagai pelaku pelacuran sering kali dilekatkan dengan sebutan negatif seperti sundal atau sundel, yang mencerminkan penilaian moral masyarakat terhadap profesi tersebut. Pelabelan tersebut, menunjukkan bahwa PSK dipandang sebagai kelompok yang buruk, hina, dan dianggap musuh masyarakat (Destrianti & Harnani, 2018). Padahal, PSK merupakan bagian dari kelompok sosial dalam masyarakat yang juga memiliki hak untuk mendapatkan pengakuan dan perlakuan yang setara. Tidak selayaknya stigma buruk terus dilontarkan pada kelompok yang cenderung termarginalkan ini.

Setiap PSK memiliki pengalaman yang berbeda-beda ketika berhadapan dengan pelanggan. Melalui pengalaman tersebut, PSK memperoleh pengetahuan yang kemudian menjadi pembelajaran dalam menjalani pekerjaannya. Profesi sebagai PSK yang menuntut interaksi dengan banyak orang menjadikan pengalaman komunikasi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka. Pengalaman komunikasi terbentuk melalui aktivitas komunikasi PSK dan pelanggan. Dalam proses tersebut, interaksi dengan berbagai individu melahirkan pengalaman dan pengetahuan baru yang sebelumnya belum dimiliki (Muharram & Iman, 2024).

Fenomena pekerja seks komersial (PSK) tidak hanya ditemukan di wilayah metropolitan, tetapi juga di daerah lain seperti Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. Salah satu wilayah yang dikenal sebagai pusat hiburan malam adalah Kampung Wisata Karaoke Alak, yang terletak di Kelurahan Alak, Kecamatan Alak, Kota Kupang. Wilayah ini menjadi lokasi beroperasinya tempat karaoke dan bar yang berfungsi sebagai ruang interaksi PSK dan pelanggan. Di balik aktivitas ekonomi dan hiburan yang berlangsung, terdapat dinamika komunikasi yang kompleks antara PSK dan pelanggan yang kerap terjadi dibawah stigma dan tekanan sosial.

Pekerja seks komersial di lokasi ini bekerja dengan sistem kontrak selama enam bulan dan dapat diperpanjang bila kedua belah pihak menyetujuinya. Pada saat bar dan karaoke beroperasi mereka awalnya hanya menemani pelanggan untuk minum dengan biaya temani 150 ribu. Namun bila pelanggan menginginkan layanan lebih lanjut, hal tersebut baru bisa terjadi setelah sesi di bar berakhir. Dengan demikian, proses komunikasi yang terjadi pada tahap awal interaksi menjadi faktor penentu dalam keberlanjutan interaksi selanjutnya.

Hingga saat ini, Masyarakat sering menyalahkan, mencela, atau mencaci maki mereka tanpa memahami alasan yang mendasari keterlibatan mereka dalam pekerjaan ini (Septiansyah & Syukur, 2024). Dalam situasi tersebut, cara PSK berinteraksi dengan pelanggan dapat menunjukkan bagaimana mereka menerapkan strategi komunikasi untuk menjalankan pekerjaannya secara efektif. Untuk memperoleh pelanggan, PSK perlu menerapkan komunikasi persuasif, terutama dalam kemampuan membangun interaksi dengan calon pelanggan. Dengan demikian, komunikasi menjadi alat penting yang mendukung keberhasilan PSK dalam menjalankan pekerjaannya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan fenomenologi Alfred Schutz. Menurut Schutz, perilaku sosial adalah tindakan individu yang berkaitan dengan masa lalu, masa kini, dan orientasi masa depan. Setiap tindakan yang

dilakukan individu didasarkan pada pengalaman yang telah dialaminya. Schutz membedakan dua jenis motif yang mendasari tindakan sosial, yaitu because motive yang merujuk pada pengalaman masa lalu serta in order to motive yang berorientasi pada tujuan masa depan. Pengalaman yang durasakn oleh subjek penelitian memiliki makna subjektif bagi masing-masing individu dan saling berkesinambungan dalam membentuk tindakan sosial selanjutnya(Wicaksono et al., 2022).

Fenomenologi bertujuan untuk menghubungkan pengetahuan ilmiah dan pengalaman subjektif individu. Pengalaman pribadi, pemaknaan terhadap suatu fenomena serta kesadaran individu menjadi dasar terbentuknya tindakan sosial. Pendekatan fenomenologis berasumsi bahwa manusia adalah makhluk yang kreatif, memiliki kehendak bebas dan bersifat subjektif lainnya. Tujuan utama fenomenologi adalah memahami bagaimana suatu fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan individu. Melalui pendekatan ini, Fenomenologi berupaya mengkaji bagaimana manusia mengonstruksi makna serta konsep-konsep penting dalam kehidupannya.(Arrofi & Hasfi, 2019).

Salah satu stigma yang paling melekat pada profesi PSK adalah pelabelan bahwa mereka menjadi penyebab munculnya penyakit HIV/AIDS. PSK kerap dianggap sebagai kelompok yang beresiko tinggi terinfeksi HIV karena pekerjaan yang melibatkan berganti-ganti pasangan. Asumsi tersebut mendorong sikap negatif dari masyarakat, seperti pengucilan hingga diskriminasi dengan anggapan bahwa PSK pantas menerima penyakit tersebut sebagai konsekuensi dari profesi yang mereka jalani(Affandi et al., 2021). Oleh karena itu, penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahun, khususnya dalam kajian komunikasi interpersonal pada komunitas marjinal.

Selain itu, hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah dan semua pihak terkait dalam memahami dinamika dan perubahan sosial yang terjadi di wilayah tersebut, sekaligus menjadi dasar dalam merancang kebijakan atau program komunikasi yang lebih berperspektif terhadap komunitas pekerja seks komersial. Yang menjadi fokus penelitian ini adalah pekerja seks yang telah berpengalaman sebagai pekerja seks komersial. Penelitian dilaksanakan di kawasan Wisata Karaoke Alak dengan melibatkan empat orang PSK sebagai informan penelitian. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini disusun dengan judul “Pengalaman Komunikasi Pekerja Seks Komersial Dengan Pelanggan (Studi Fenomonologi Pekerja Seks Komersial di Kampung Wisata Karoke Alak, Kota Kupang)”

## 2. Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan pendekatan ilmiah yang digunakan secara sistematis untuk mencapai tujuan penelitian melalui proses pengumpulan dan analisis data yang rasional (Veronica et al., 2022). Penelitian ini menggunakan paradigma interpretatif, yaitu cara pandang yang menekankan pemahaman terhadap makna subjektif dari fenomena sosial berdasarkan pengalaman individu (Denzin & Lincoln, 1994; Mudjia, 2018). Paradigma ini dipilih karena mampu menjelaskan konstruksi makna dalam pengalaman komunikasi pekerja seks komersial (PSK) dengan pelanggan melalui observasi langsung dan wawancara mendalam di Kampung Wisata Karaoke Alak (Andini et al., 2023). Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yang bertujuan menggambarkan fenomena secara mendalam dalam bentuk naratif tanpa menguji hipotesis, serta menekankan pada pemahaman konteks sosial secara alami (Syahrizal & Jailani, 2023; Nashrullah et al., 2023). Metode penelitian yang diterapkan adalah fenomenologi, yaitu pendekatan yang berfokus pada pengalaman sadar individu dalam memaknai realitas sosial yang dialaminya (Nuryana et al., 2019). Melalui metode ini, pengalaman komunikasi PSK dianalisis sebagai hasil interaksi antara kesadaran individu dan fenomena yang terjadi, termasuk aspek verbal dan nonverbal dalam interaksi sehari-hari.

Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik snowball sampling dengan melibatkan empat informan yang dipilih berdasarkan rekomendasi bertahap (Nurdiani, 2014), sedangkan objek penelitian adalah pengalaman komunikasi PSK dengan pelanggan. Penelitian dilakukan di Kampung Wisata Karaoke Alak, Kota Kupang, selama dua bulan. Data yang digunakan berupa data kualitatif dari sumber primer melalui wawancara mendalam dan observasi, serta data sekunder dari dokumen dan literatur pendukung (Rahmadi, 2011; Soesana et al., 2023). Teknik pengumpulan data meliputi observasi non-partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi (Abu Bakar, 2021; Rachmawati, 2007). Validasi data dilakukan באמצעות triangulasi sumber dan teknik untuk meningkatkan kredibilitas data (Susanto et al., 2023). Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara sistematis untuk menemukan pola dan makna pengalaman komunikasi PSK (Creswell, 2014; Saat & Mania, 2020). Dengan demikian, metodologi ini memungkinkan pemahaman mendalam terhadap realitas sosial dan pengalaman subjektif yang dialami informan.

### 3. Hasil dan Diskusi

#### 1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Deskripsi lokasi penelitian menunjukkan bahwa Kampung Wisata Karaoke Alak yang terletak di Kecamatan Alak, Kota Kupang merupakan kawasan hiburan malam yang telah berkembang selama kurang lebih 28 tahun dan menjadi pusat aktivitas ekonomi sekaligus interaksi sosial. Keberadaan bar dan karaoke di wilayah ini tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar melalui berbagai usaha pendukung seperti warung makan, laundry, hingga penyewaan kos. Selain itu, aktivitas tersebut turut berkontribusi terhadap pendapatan daerah melalui pajak yang dibayarkan. Masyarakat setempat pada umumnya telah beradaptasi dan hidup berdampingan dengan dinamika aktivitas tersebut, meskipun operasional tempat hiburan cenderung tidak menentu dan lebih ramai pada malam hari, khususnya akhir pekan.

Sementara itu, profil informan dalam penelitian ini terdiri dari empat pekerja seks komersial (PSK) yang dipilih secara purposif berdasarkan pengalaman kerja minimal enam bulan, sehingga dianggap mampu memberikan informasi yang relevan dan mendalam. Informan yang disamakan namanya meliputi Mawar, Melati, Tulip, dan Lily dengan rentang usia 25–29 tahun serta lama kerja antara 7 bulan hingga 1 tahun. Pemilihan informan ini sejalan dengan pendekatan kualitatif fenomenologi yang menekankan pentingnya pengalaman subjektif individu dalam memahami realitas sosial (Creswell, 1998). Informan sebagai sumber data utama memiliki peran penting dalam mengungkap pengalaman komunikasi yang terjadi dalam interaksi dengan pelanggan. Dengan demikian, karakteristik informan yang telah berpengalaman memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih kaya dan kontekstual terkait fenomena yang diteliti.

#### 2. Hasil Penelitian

##### A. Pengalaman Komunikasi Pekerja Seks Komersial Terhadap Pelanggan

Setiap orang pastinya akan memiliki dan melalui pengalaman-pengalaman yang terjadi dalam kehidupan, baik itu pengalaman positif maupun pengalaman negatif. Setiap pengalaman akan dikenang oleh setiap orang yang mengalaminya dan akan dijadikan suatu pelajaran untuk orang tersebut. Begitu pula dengan para pekerja seks komersial di Kampung Wisata Karaoke Alak yang menjadi narasumber penelitian ini, mereka juga memiliki pengalaman pribadi selama berinteraksi dengan pelanggan.

Hasil penelitian ini berdasarkan data yang telah peneliti kumpulkan melalui wawancara dan observasi dengan empat informan yang telah peneliti rahasiakan identitasnya karena kerahasiaan identitas informan merupakan salah satu etika dalam penelitian. Peneliti melakukan wawancara secara langsung dilokasi kampung wisata karaoke Alak, lebih tepatnya di tempat bar dan karaoke Bonita dan salah satu kamar kos informan yang bertempat di lokasi penelitian.

##### 1. Pengalaman Interaksi dan Komunikasi

Pekerja seks komersial di kampung wisata karaoke Alak, menjalani kehidupan sehari-hari yang tidak hanya berkaitan dengan aktivitas transaksi akan tetapi dipenuhi juga dengan pengalaman komunikasi bersama pelanggan. Dalam kesehariannya para informan berinteraksi dengan berbagai tipe pelanggan yang memiliki karakter dan latar belakang yang berbeda-beda. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan mengungkapkan bahwa komunikasi dengan pelanggan bukan hanya sekedar percakapan ringan, tetapi sering kali melibatkan pertukaran cerita personal, curahan hati serta respon emosional yang muncul dalam situasi kerja. Percakapan tersebut terkadang meninggalkan kesan emosional yang mempengaruhi perasaan informan selama menjalani pekerjaan.

Hal ini disampaikan oleh informan Mawar yang menyatakan bahwa perlakuan pelanggan dapat mempengaruhi perasaan dan cara pandangnya terhadap diri sendiri. Mawar mengungkapkan bahwa ketika mendapatkan pelanggan yang bersikap baik, ia merasa lebih dihargai namun ketika mendapat perlakuan kasar, ia merasa bahwa perlakuan tersebut merupakan hal yang diterimanya. Berikut kutipan wawancaranya:

*“Ya, mempengaruhi. Tapi gak menentu gitu sih, kadang kayak kalau dapat pelanggan yang baik kadang saya tuh rasa kayak tiba-tiba ngerasa mencintai diri sendiri tapi kalau dapat yang jahat kayak kasar gitu yah saya*

*ngerasa diri sendiri kayak kayaknya memang deh saya pantas di kasarin orang suami saya aja kasarin saya apalagi orang asing dan kalau untuk pengalaman lainnya itu sih lebih kek perihal merokok dan minum soalnya dulu saya tidak gini cumankan harus disesuaikan atau adaptasi aja dan udah jadi kebiasaan sih”*

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa interaksi dengan pelanggan bukan hanya bagaian dari menajalani pekerjaan tetapi juga membentuk persepsi diri informan. Perlakuan yang diterima dalam komunikasi sehari-hari dimaknai sebagai cerminan posisi diri informan dalam relasi sosial.

Sementara informan Melati menceritakan pengalaman aktivitas hariannya yang bekerja sebagai PSK yang berinteraksi dengan pelanggan membuatnya lebih berhati-hati dalam berbicara. Ia menyebutkan bahwa sebelumnya ia cenderung bersikap ceplas-ceplos namun setelah beberapa kali mengalami konflik akibat kesalahan dalam berbicara, ia mulai menyesuaikan cara berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan maupun dengan sesama pekerja. Berikut kutipan wawancaranya:

*“Ada dua sisi sih, ini semua tergantung pelanggannya. Kalau pelanggan baik memperlakukan kita dengan sopan pasti ada rasa dimana kita merasa kayak diri ini masih pantas tapi kalau kebalikan yah hati juga sakit tapi udah resiko aja. Terus contohnya aku kan kadang ceplas ceplos yah jadi dari pengalaman aku sebelumnya yang kadang di marahi karna salah ngomong jadi aku tuh sekarang lebih berhati-hati kalau ngomong baik dengan pelanggan maupun sesama kita gitu, biar enak aja. Jadi kebiasaan buruk kita juga sedikit-sedikit bisa hilang. Jadi komunikasi dengan pelanggan aku ngerasa jadi lebih bisa postif dan berhati-hati dalam berbicara dan Karna kan setiap pelanggan kan beda-beda. Yang ini orang nya gini-gini jadi dari orang ini kita introspeksi diri bahwa kalau kita menghadapi tamu lagi harus begini loh. Biar kesalahan yang sama jangn terjadi lagi”*

Melati juga menyampaikan pengalaman yang serupa, dimana interaksi dengan berbagai tipe pelanggan membentuk sikap dan cara ia bersikap dalam komunikasi. Pengalaman komunikasi yang berulang ini menunjukkan bahwa informan mengembangkan pemahaman praktis dalam berinteraksi. Komunikasi dipahami bukan hanya sebagai sarana kerja tetapi juga sebagai ruang pembelajaran sosial yang membentuk pola respon informan dalam situasi yang berbeda.

Selanjutnya pengalaman berikut oleh informan Tulip dalam aktivitas hariannya sebagai PSK. Tulip mengungkapkan bahwa komunikasi dengan pelanggan seringkali melibatkan kegiatan berbagi cerita yang memunculkan perasaan reflektif pada dirinya sendiri. Ia menyebutkan bahwa interaksi tersebut membuatnya merasakan perubahan emosional, dari yang sebelumnya merasa tegar menjadi lebih rapuh secara perasaan. Berikut kutipan wawancaranya:

*“Aku tuh kan sering curhat-curhat sama tamu terus kebanyakan dapat tamu yang baik gitu yang bisa ngertiin keadaan aku, jadinya aku ngerasa terkadang kalau lagi ngaca kan kadang sering ngobrol sama diri sendiri depan cermin gitu kayak kalau ingat-ingat percakapan tamu saat kita berbagi cerita lalu mereka ngertiin aku, aku jadi ngerasa kayak aku tuh sebenarnya nggak pantas kerja gini, aku ngerasa diri aku tuh kek lebih berharga gitu. Jadinya terkadang pengen keluar dari pekerjaan ini tapi itu kan, susah juga hidup ini sangat susah, ini itu semuanya pada mahal, nyari kerja juga susah dan yah aku bikin enjoy aja yah, udah terlanjut juga. Kadang sedih tapi harus tetap lanjut kerja karna kebutuhan hidup yah, disini juga kan sistem kerjanya kontrak. Kalau untuk kebiasaan sih aku yang dulunya orangnya tegar sekarang lebih rapuh sih, perasaan aku sekarang lebih tipis”*

Hal ini memperlihatkan bahwa komunikasi dengan pelanggan dapat menjadi ruang refleksi emosional bagi informan. Meskipun refleksi tersebut tidak selalu berujung pada perubahan kondisi hidup, pengalaman komunikasi tetap ikut serta dalam membentuk kesadaran diri informan.

Sementara itu, informan Lily menyampaikan bahwa pengalaman komunikasi dengan pelanggan membuat perasaan dan persepsinya terhadap diri sendiri menjadi berubah-ubah. Ia mengungkapkan bahwa sikap pelanggan yang berbeda-beda mempengaruhi suasana hatinya dalam bekerja serta membuatnya lebih waspada dan berhati-hati dalam berinteraksi. Berikut kutipan wawancaranya:

*“Iya, Pengalaman aku berkomunikasi dengan pelanggan itu bikin cara pandang aku ke diri sendiri kadang berubah-ubah. Kadang aku merasa dihargai kalau ketemu pelanggan yang baik, tapi kalau dapat yang kasar*

*atau nggak mau bayar, aku merasa rendah atau capek juga, aku kan juga nggak bisa buat apa-apa karena kadang takut sama pelanggan. Jadi persepsi aku naik turun, ada dimana aku merasa kuat karena bisa mengontrol komunikasi, tapi ada juga saat aku merasa lemah dan cuma berusaha bertahan dan Pengalaman-pengalaman itu bikin aku jadi lebih hati-hati tiap hari. Sekarang aku lebih waspada sama tipe pelanggan, lebih teliti soal uang, dan belajar cepat menilai karakter orang. Secara emosional juga berpengaruh kalau pelanggan baik suasana hati aku enak, kalau yang buruk jadi kepikiran. Aku juga jadi lebih tertutup dan pilih-pilih dalam bergaul di luar pekerjaan”*

Pengalaman ini menunjukan bahwa komunikasi membentuk persepsi diri yang bersifat dinamis, bergantung pada situasi dan perlakuan yang diterima dalam interaksi sehari-hari. Informan menyesuaikan sikap dan emosinya sebagai respon terhadap konteks komunikasi yang dihadapi.

Berdasarkan hasil wawancara pengalaman interaksi dan komunikasi para pekerja seks komersial merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari di kampung wisata karaoke Alak. Aktivitas kerja para informan tidak hanya berkaitan dengan transaksi seksual saja, tetapi juga melibatkan proses komunikasi yang cukup mendalam dengan pelanggan, yang mempengaruhi perasaan, sikap dan cara informan menyesuaikan diri yang berkembang seiring pengalaman kerja masing-masing informan.

Pengalaman-pengalaman komunikasi yang dialami para informan tersebut sesuai dengan perspektif fenomenologi Alfred Schutz, yang memandang dunia kehidupan sebagai realitas yang dimaknai secara subjektif melalui pengalaman dan interaksi sosial yang berlangsung dari waktu ke waktu (Siputhar et al., 2020). Dalam konteks penelitian ini, makna diri dan pengalaman kerja informan terbentuk melalui proses komunikasi yang berlangsung terus menerus dengan pelanggan. Setiap percakapan, respon pelanggan hingga perlakuan yang diterima menjadi bagian dari pengalaman yang kemudian direfleksikan dan dimaknai.

## 2. Makna pengalaman

Berdasarkan hasil wawancara, PSK di kampung wisata karaoke Alak memberikan pemaknaan tersendiri terhadap pengalaman kerja yang mereka jalani. Pemaknaan tersebut disampaikan oleh masing-masing informan berdasarkan pengalaman hidup, kondisi emosional serta interaksi yang mereka alami selama bekerja. Setiap informan mengungkapkan makna pengalaman yang berbeda sesuai dengan situasi dan kebutuhan yang dihadapi. secara berbeda sesuai dengan situasi, kebutuhan dan perasaan yang mereka alami.

Informan Mawar memaknai komunikasi dengan pelanggan sebagai pengalaman yang memiliki dua sisi, yaitu sisi positif dan sisi negatif yang hadir secara bersamaan. Menurut Mawar komunikasi dengan pelanggan tidak hanya berkaitan dengan pekerjaan tetapi juga melibatkan perasaan pribadi yang muncul saat berinteraksi. Selain itu, Mawar juga memaknai komunikasi dengan pelanggan sebagai bagian dari upaya untuk mempertahankan hidup dan memenuhi kebutuhan ekonomi. Berikut kutipan wawancaranya:

*”Makna komunikasi dengan pelanggan kan banyak sekali ada sisi baiknya dan sisi buruknya juga. Sisi baiknya saat berkomunikasi sama pelanggan ada dimana mereka menceritakan karir dan kehidupan mereka, saya kan jauh dari pulau Jawa dari Bandung datang ke Indonesia Timur kan. Dorongan bisa terbang dari pulau Jawa karna problem tentang mantan suami toh sering mengganggu, intinya lebih ke untuk menyelamatkan diri kesini. Kalau misalnya tidak terbang kesini kan nyawa saya akan terancam gitu maknanya sampai senekat ini terjun kedua malam. Terus ada beberapa pelanggan yang mengajak untuk bekerja sama, terus kalau dapat pelanggan yang baik istilahnya soft spoken gitu terus lembut terus bisa kasih perhatian juga, saya kayak ngerasa sebenarnya saya juga layak dicintai gitu tapi kenapa sih suami saya bisa sekasar itu sama saya, padahal saya itu istrinya loh. Jadi untuk memaknainya sih sebenarnya saya sangat bahagia ketika mendapat perhatian lebih dari pelanggan dan mereka juga bisa menjadi penolong saya dalam menambah pendapatan. Kalau dapat pelanggan yang mengajak kerja sama kan bisa menambah penghasilan gitu, terus biaya hidup kedepan kam juga bisa terpenuhi. Kek misal dapat pelanggan yang kayak gitu saya kayak pengen nangis tapi ditahan aja gitu, kek ngerasa ada yang masih peduli juga sama aku”*

Selanjutnya informan Melati memaknai komunikasi dengan pelanggan sebagai upaya untuk memberikan kesan yang baik agar pelanggan tidak merasa kecewa dan bersedia kembali di kemudian hari. Ia memandang komunikasi sebagai bagian penting dalam pekerjaannya arena berhubungan langsung dengan keberlangsungan penghasilan yang diperoleh. Berikut kutipan wawancaranya:

*“Yang pertama gak mau mengecewakan pelanggan jadi mengusahakan yang terbaik, mau kasih kesan yang baik sama pelanggan, biar mereka bisa balik lagi ke kita juga kan. Komunikasi sama pelanggan itu kan awal dari semuanya jadi komunikasi itu yang terpenting buat aku sih kalau nggak komunikasi nggak akan ada negosiasi kan nanti nggak ada transaksi, terus juga aku berusaha untuk nggak menyinggung mereka, pelanggan bagi aku itu ibaratnya raja kalau nggak lebih ke bos sih karena dari mereka aku bisa bertahan hidup. Aku sangat membutuhkan mereka karena penghasilan aku dari mereka, dari penghasilan itu aku bisa terus melanjutkan kehidupan dengan segala kebutuhan hidup ini”*

Selanjutnya Tulip memaknai komunikasi dengan pelanggan sebagai ruang untuk berbagi cerita dan menyalurkan perasaan. Dalam beberapa situasi, pelanggan dipandang sebagai pendengar yang dapat memberikan respon terhadap cerita pribadi yang ia sampaikan. Namun, Tulip menegaskan bahwa keterbukaan tersebut tidak dilakukan kepada semua pelanggan. Ia memaknai komunikasi secara selektif dengan mempertimbangkan rasa nyaman dan sikap pelanggan dalam merespon ceritanya. Berikut kutipan wawancaranya:

*“Gimana yah kita ketemu pelanggan kan banyak terus beda-beda juga, sama pelanggan itu bisa dijadikan teman curhat, mereka tuh bisa jadi pendengar yang baik. Aku tuh kadang curhat tentang kehidupan aku, tapi tetap harus liat dari tamu dulu. Kalau akunya nyaman terus dia juga responnya enak yah aku cerita-cerita sih, kadang mereka itu bisa pahami tapi nggak semua sih”*

Selanjutnya informan Lily memaknai komunikasi dengan pelanggan sebagai bagian penting dalam membangun kedekatan agar pelanggan bersedia kembali. Selain itu, komunikasi juga dipahami sebagai ruang emosional terutama ketika berhadapan dengan pelanggan yang bersikap baik dan yang sangat perhatian. Berikut kutipan wawancaranya:

*“Kalau aku komunikasi aku pakai untuk bisa membuat pelanggan kembali datang ke aku. Nggak cuman komunikasi dengan kata-kata dan nada merayu manja aja tapi kan bisa juga dengan tambahan sentuhan lainnya. Komunikasi sama pelanggan itu penting karena soalnya dari ngobrol kita bisa tau tipe pelanggan, menurut aku sih komunikasi itu bukan cuman awal dari proses pekerjaan aku tapi biar sama-sama enak dan bisa saling ngerti aja. Terus kalau dapat pelanggan yang baik dan yang sangat perhatian gitu seperti saya kadang kayak nostalgia aja dan saat momen itu perasaan aku kayak kadang pasti dibawa perasaan, terkadang pelanggan ini bisa jadi tempat temyaman untuk bersandar, apalagi aku rasa hidup aku ini berat banget”*

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman komunikasi para informan terbentuk melalui interaksi sosial yang berlangsung secara berulang dengan pelanggan. Pengalaman tersebut menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari yang dipahami atau dimaknai dan dijelaskan oleh informan berdasarkan sudut pandang masing-masing, sejalan dengan pandangan fenomenologi yang menempatkan pengalaman subjektif sebagai dasar pemahaman terhadap realitas.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa makna pengalaman komunikasi bagi para PSK bersifat beragam dan kontekstual, sebagaimana tercermin dari data wawancara yang menunjukkan adanya ketertarikan antara interaksi sosial, pengalaman kerja dan cara informan menjelaskan posisi diri mereka dalam kehidupan sehari-hari.

## **B. Stock Of Knowledge**

Berdasarkan temuan penelitian, *stock of knowledge* para informan tampak menjadi dasar dalam memahami perilaku pelanggan serta mengelola komunikasi saat bekerja. Pengetahuan ini tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui pengalaman komunikasi yang berulang dengan berbagai tipe pelanggan. Dalam perspektif fenomenologi Alfred Schutz, *Stock of knowledge* merupakan pengetahuan yang berasal dari pengalaman sebelumnya (Hidayah & Pribadi, 2021). Sehingga kondisi tersebut menunjukkan bagaimana pengalaman masa lalu disimpan sebagai cadangan pengetahuan kemudian digunakan sebagai kerangka acuan dalam memahami dan merespon realitas sosial sehari-hari.

Seperti yang disampaikan oleh informan Mawar, informan membangun *stock of knowledge* melalui pengalaman berulang saat berkomunikasi dengan berbagai tipe pelanggan. Pengalaman menghadapi pelanggan yang pendiam misalnya, membuat informan memahami bahwa tidak semua pelanggan nyaman diajak berbincang atau ditanya

secara intens. Pengetahuan ini disimpan dan kemudian diajarkan sebagai pedoman sehingga ketika bertemu pelanggan dengan karakter serupa dimasa mendatang, informan mampu menyesuaikan pola komunikasinya dengan cara lebih diam dan tidak terlalu bertanya. Berikut kutipan wawancaranya:

*“Pengalaman yang dipelajari saat berinteraksi dengan pelanggan banyak sih. Mungkin yang bisa dipelajari dari berkomunikasi dengan pelanggan itu salah satunya yah itu bisa tau macam-macam pelanggan dengan mau-maunya gitu, contohnya kalau ketemu pelanggan yang pendiam, aku nggak banyak ngomong soalnya dari pengalama, mereka nggak suka ditanya-tanya jadi setiap pengalaman yang ada bisa dijadikan pelajaran untuk kedepannya kalau misal ketemu pelanggan yang modela sama gitu .”*

Selanjutnya disampaikan oleh Melati selaku Informan kedua menyampaikan bahwa dalam kesehariannya ia bertemu dengan orang-orang baru yang memiliki karakter dan sifat berbeda-beda, kondisi tersebut menimbulkan rasa takut yang kerap diraskan namun tetap dijalani karena bagian dari pekerjaan. Melalui pengalaman – pengalaman yang telah dilalui, informan belajar untuk mengenali karakter pelanggan. Ketika berhadapan dengan pelanggan yang cenderung bercanda secara berlebihan atau menggunakan kata-kata kasar, informan mengaku lebih menjaga sikap dan memilih kata-kata yang aman.

Pengalaman tersebut menjadi pelajaran sehingga ketika kemabali bertemu dengan karakter pelanggan yang serupa, informan telah mengetahui cara bersikap dan menyesuaikan komunikasi agar situasi tetap terkendali dan tidak menimbulkan permasalahan. Berikut kutipan wawancaranya:

*“Yah itu setiap harinya ketemu orang baru dengan karakter sifat yang berbeda-beda rasa takut selalu ada tapi semua karna kerjaan yang mengharuskan. Jadi dari pengalaman yang sudah-sudah, saya belajar mengenali karakter pelanggan. Kalau bertemu pelanggan yang suka bercanda berlebihan atau berkata kasar, saya jadi lebih menjaga sikap dan memilih kata-kata yang aman. Pengalaman itu saya pakai sebagai pelajaran, jadi ketika bertemu dengan tipe pelanggan yang sama perilakunya saya sudah tahu harus bersikap dan menyesuaikan cara komunikasinya supaya situasi tetap terkendali dan biar aman-aman aja nggak ada masalah”*

Hal serupa juga disampaikan oleh informan Tulip yang merupakan informan ketiga bahwa pengalaman kerja yang dijalani khususnya dalam berkomunikasi dengan pelanggan memberikan banyak pembelajaran terkait cara menghadapi perbedaan karakter. Informan menyadari bahwa pelanggan memiliki sifat yang beragam, sehingga diperlukan kemampuan untuk menyesuaikan diri, membaca situasi, dan menjaga sikap dalam setiap interaksi. Informan juga menekankan pentingnya kesabaran dalam berkomunikasi, terutama ketika menghadapi pelanggan yang mudah emosi atau berbicara dengan nada tinggi. Selain itu, komunikasi dipandang tidak hanya sebagai aktivitas berbincang, tetapi juga sebagai upaya untuk memahami perasaan pelanggan agar interaksi tetap berjalan dengan baik. Berikut kutipan wawancaranya:

*“Yang aku pelajari dari pengalaman kerja ini, terutama waktu ngobrol sama pelanggan, itu banyak banget. Aku tahu kalau tiap orang tuh beda-beda sifatnya ada yang sopan, ada yang cuek, ada juga yang agak susah diajak ngobrol ada juga yang kasar. Jadi aku belajar gimana cara menyesuaikan diri, baca situasi, dan tetap jaga sikap. Misal ketemu pelanggan yang berbicara dengan nada tinggi atau mudah emosi, aku berusaha tetap sabar, nggak balas dengan emosi dan memilih kata-kata yang lebih halus biar nggak menimbulkan hal-hal yang nggak diinginkan. Terus komunikasi sama pelanggan itu bukan cuma soal ngobrol tapi juga untuk ngertiin perasaan mereka gitu”*

Selanjutnya disampaikan oleh informan terakhir Lily bahwa Informan mengungkapkan bahwa proses menjalani pekerjaan tersebut berlangsung secara bertahap seiring berjalannya waktu. Pada awalnya, informan berada dalam kondisi yang tidak direncanakan atau diejabak, namun kemudian berusaha menyesuaikan diri dengan situasi yang dihadapi. Melalui pengalaman-pengalaman yang dialami, informan mulai memahami keinginan dan perilaku pelanggan. Pengalaman tersebut dijadikan sebagai pelajaran untuk meningkatkan kehati-hatian dalam berinteraksi, sekaligus sebagai upaya menjaga kenyamanan dan keamanan diri dalam menjalani pekerjaan sehari-hari.:

*“Aku sih cuma jalani aja seiring berjalannya waktu, karena kan awal aku kerja kegini karena dijebak dan sekarang beradaptasi aja dan udah tau mau-maunya pelanggan lah, kek misal ketika ketemu pelanggan yang banyak ngatur atau ingin semuanya sesuai kemauannya, aku memilih untuk mengalah dan bersikap lebih tenang agar tidak memicu konflik”*

Berdasarkan temuan penelitian, pengalaman komunikasi yang dialami para informan dalam berinteraksi dengan pelanggan membentuk cadangan pengetahuan yang digunakan dalam situasi kerja sehari-hari. Pengetahuan tersebut diperoleh melalui pengalaman berulang dan dimanfaatkan informan sebagai pedoman dalam menyesuaikan sikap serta pola komunikasi dengan berbagai karakter pelanggan. Sejalan dengan perspektif fenomenologi Alfred Schutz, yaitu kondisi ini menunjukkan bahwa *stock of knowledge* berfungsi sebagai kerangka acuan individu dalam memahami dan merespon realitas sosial yang dihadapi sehari-hari (Sulaiman, 2016).

### C. Motif Bekerja Sebagai Pekerja Seks Komersial

Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh temuan bahwa para informan memiliki alasan-alasan tertentu yang melatarbelakangi keputusan mereka untuk bekerja sebagai PSK. Alasan-alasan tersebut berasal dari pengalaman hidup kondisi yang dialami informan sebelum dan selama menjalani pekerjaan tersebut. Dalam penelitian ini, motif bekerja diklasifikasikan ke dalam dua kategori yaitu motif karena (*because motive*) yang berkaitan dengan latar belakang, peristiwa, atau pengalaman yang telah dialami sebelumnya, sehingga tindakan yang dilakukan pada masa kini merupakan respons atas pengalaman tersebut. Sedangkan *in order to motive* atau motif “dalam rangka untuk”. Motif ini berkaitan dengan tujuan yang ingin dicapai melalui suatu tindakan, yaitu upaya individu atau organisasi untuk menciptakan situasi dan kondisi tertentu sebagaimana yang diharapkan (Wowo et al., 2024)

#### 1. Motif Karena

Informan Mawar mengungkapkan bahwa keputusannya bekerja sebagai PSK berkaitan dengan kondisi keterancaman yang dialaminya di masa lalu serta tuntutan untuk mempertahankan keberlangsungan hidup. Situasi ekonomi dan sulitnya memperoleh pekerjaan lain menjadi alasan yang juga mendorong informan memilih pekerjaan tersebut. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

*“Alasan saya bekerja seperti ini karena yang tadi sudah saya jawab, nyawa terancam dari mantan suami terus saya kan harus tetap hidup jadi kerja kek gini untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, secarakan cari kerja sekarang juga tidak gampang”*

Alasan serupa juga disampaikan oleh informan Melati. Informan menyatakan tekanan ekonomi dan tanggung jawab sebagai tulang punggung keluarga menjadi faktor utama yang mendorong bekerja di dunia malam. Selain itu, informan juga mengungkapkan adanya pengalaman traumatis di masa lalu yang turut mempengaruhi keputusannya, meskipun tidak dijelaskan secara rinci karena alasan pribadi. Berikut kutipan wawancaranya:

*“Yah itu, yang kesatu karena ekonomi yang kedua karena ada trauma dari masa lalu yang mengharuskan kita untuk bekerja seperti ini, maaf tapi aku nggak mau bahas itu yah aku berat aja terus karena kita juga tulang punggung keluarga cari lapangan kerja juga susah dan tidak ada cara lain akhirnya bekerja di dunia malam”*

Informan Tulip juga mengungkapkan alasan yang berkaitan dengan tuntutan ekonomi serta kondisi kehidupan keluarga yang tidak harmonis sejak usia dini. Keterbatasan pendapatan dari pekerjaan lain membuat informan memilih pekerjaan ini sebagai upaya memenuhi kebutuhan hidup. Selain itu, pengalaman kurangnya perhatian dan kasih sayang dalam lingkungan turut membentuk latar belakang emosional informan. Berikut kutipan wawancaranya:

*“Gini kak, sebenarnya alasannya siapa sih yang mau kerja kayak gini, kan nggak ada. Semuanya karena kebutuhan ekonomi, kalau kerja ditoko atau di pabrik kan kurang yah jadinya kerja kek gini. Terus sebenarnya aku juga butuh perhatian dan kasih sayang, aku broken home dari aku masih kecil, aku tinggal sama oma aku dan adik mama aku, om aku tuh kerjanya mabuk terus suka kasar in aku sama oma aku. Terus tetangga sekitarnya juga sering bully aku karena keadaan aku. Kadang aku tuh kayak butuh validasi kalau aku pantas dicintai, disayang, dimanja”*

Sementara itu, informan Lily menjelaskan bahwa awal mula menjalani pekerjaan sebagai PSK berkaitan dengan kondisi keterjebakan dan ketidaktahuan. Informan mengungkapkan bahwa pada awalnya ia dijanjikan pekerjaan lain, namun kemudian diarahkan untuk menjalani pekerjaan sebagai PSK. Dalam kondisi tersebut, informan memilih untuk tetap bertahan sebagai bentuk penyesuaian terhadap situasi yang dihadapi. Berikut kutipan wawancaranya:

*“Yah sebenarnya saya kerja didunia malam ini itu aku nggak tau yah mau dijadikan seperti ini. Aku nggak tau, aku dijebak, aku di janjiin sebagai waiters, housekeeping ke Bali ternyata dibawah ke Kupang dijadiin kerja kek gini, kalau sudah begini yaudah jalanin aja”*

Berdasarkan hasil penelitian, *because motive* para informan terbentuk dan muncul dari pengalaman hidup yang penuh tekanan dan keterbatasan. Motif karena sebagaimana dijelaskan oleh Alfred Schutz, merujuk pada alasan-alasan yang bersumber dari pengalaman masa lalu individu yang menjadi latar belakang suatu tindakan. Dalam konteks penelitian ini, faktor ekonomi muncul sebagai latar belakang paling dominan yang mempengaruhi keputusan informan untuk bekerja sebagai PSK. Faktor tersebut mencakup kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, tanggung jawab terhadap keluarga serta keterbatasan akses terhadap lapangan kerja. Kondisi objektif tersebut membatasi pilihan kerja yang tersedia bagi informan, sehingga pekerjaan sebagai PSK dipilih sebagai alternatif yang dianggap memungkinkan untuk mempertahankan keberlangsungan hidup.

## 2. Motif Untuk

Informan Mawar menyampaikan bahwa pekerjaan yang dijalannya saat ini tidak semata-mata dipandang sebagai tujuan akhir, melainkan sebagai sarana untuk mengumpulkan modal dan pengalaman guna mewujudkan harapan diluar pekerjaan sebagai PSK. Informan mengungkapkan harapan untuk mengembangkan usaha dibidang jasa rias pengantin sebagai upaya membangun kemandirian ekonomi. Selain itu, informan juga memiliki harapan agar orang tuanya dapat hidup lebih nyaman dan informan tidak lagi bergantung secara ekonomi kepada mereka. Harapan-harapan tersebut menjadi tujuan yang melandasi informan dalam menjalani pekerjaan saat ini. Berikut kutipan wawancara:

*“Meskipun di dunia malam, mungkin semua hal itu bisa kita dapatkan yang kita mau apa yang kita capai tidak hanya berkarir di kantor saja tapi didunia malam juga bisan kan dengan membangun bisnis sendiri, misalnya dirumahan. Sayakan ini ke make up ya, make up wedding seperti itukan benar-benar ingin meninggalkan nama usaha saya. Terus yang kedua ingin orang tua lebih nyaman karena tidak bergantung terus dengan orang tua walaupun kerja kek gini”*

Sementara itu, harapan yang disampaikan oleh Melati lebih berfokus pada pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Informan mengungkapkan bahwa pekerjaan yang dijalannya saat ini terutama bertujuan untuk mencukupi kebutuhan dasar, tanpa disertai harapan yang terlalu besar terhadap pencapaian lain. Bagi informan, keberlangsungan hidup menjadi tujuan utama dalam menjalani pekerjaan tersebut. Berikut kutipan wawancara:

*“Harapannya sebenarnya nggak banyak, semoga semuanya tercukupi aja, apalagi pekerjaan seperti ini apa yang mau di capai selain mencukupi kebutuhan”*

Harapan yang disampaikan oleh Tulip menunjukkan kesamaan yakni, berkaitan dengan upaya memenuhi kebutuhan hidup secara mandiri. Informan menyatakan bahwa dirinya tidak dapat bergantung pada pihak mana pun, sehingga pekerjaan yang dijalannya saat ini dipandang sebagai sarana untuk mempertahankan kemandirian ekonomi dan kehidupan sehari-hari. Berikut kutipan wawancara:

*“Kan hidup ini harus terus berjalan kan kak, dari pekerjaan ini sih ada beberapa alasan yang tadi aku sebutin tadi. Aku kan nggak bisa bergantung sama siapapun terus oma aku kan juga udah meninggal sekarangpun aku ngerantau, walaupun kerja gini tapi harus tetap mandiri kan, jadi kurang lebihnya untuk memenuhi kebutuhan hidup”*

Selanjutnya, harapan yang disampaikan oleh Lily sebagai informan terakhir berkaitan dengan penyelesaian kontrak kerja yang sedang dijalani. Informan tidak menyampaikan harapan jangka panjang, melainkan lebih berfokus pada pemenuhan kewajiban kerja saat ini sebagai bentuk penyesuaian terhadap kondisi yang dihadapi. Berikut kutipan wawancara:

*“Aku sih sekarang mau habisin kontrak aja”*

Berdasarkan temuan penelitian, *in order to motive* para informan menunjukan bahwa pekerjaan sebagai PSK dipahami sebagai sarana untuk mencapai tujuan tertentu, baik berupa pemenuhan kebutuhan hidup,

kemandirian ekonomi maupun harapan terhadap kondisi kehidupan dimasa depan. Dalam fenomenologi Alfred Schutz, tujuan-tujuan tersebut menjadi orientasi tindakan informan dalam menjalani pekerjaan yang dilakukan masa kini.

## Pembahasan

Pada bagian ini, peneliti akan membahas dan menafsirkan hasil penelitian yang diperoleh dari keempat informan pekerja seks komersial yang bekerja di kampung wisata karaoke Alak melalui proses wawancara dan observasi. Pembahasan diarahkan untuk memahami bagaimana pengalaman komunikasi, pemaknaan pengalaman, *stock of knowledge* serta motif yang mendasari tindakan informan membentuk cara mereka berinteraksi dan memaknai pekerjaan dalam kehidupan sehari-hari. Seluruh temuan tersebut dipahami sebagai proses yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu, fenomenologi Alfred Schutz digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengalaman subjektif, motif tindakan dan interaksi sosial membentuk realitas kehidupan informan sebagaimana tercermin dalam hasil penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman komunikasi para informan tidak terbatas pada aktivitas transaksional melainkan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari yang sarat muatan emosional serta reflektif. Interaksi dengan pelanggan menghadirkan beragam pengalaman yang memengaruhi perasaan dan persepsi diri informan. Dalam perspektif fenomenologi makna tindakan dan interaksi sosial dibangun melalui pengalaman subjektif individu dalam hubungan dengan orang lain (Arianto & Handayani, 2024). Oleh karena itu, dunia kerja PSK tidak dipahami sebagai realitas objektif semata melainkan sebagai realitas yang terus dimaknai melalui interaksi sosial yang berlangsung seperti perlakuan pelanggan, respon emosional serta dinamika komunikasi menjadi pengalaman sadar yang membentuk cara informan memahami dirinya dan posisinya dalam relasi sosial.

Temuan ini sejalan dengan pandangan Schutz yang menekankan bahwa realitas sosial dibangun melalui pengalaman intersubjektif, dimana makna lahir dari hubungan antara individu dengan individu lainnya. Pengalaman komunikasi yang dialami informan juga menunjukkan adanya proses tipikasi terhadap pelanggan, yaitu pengelompokan pengalaman berdasarkan pola-pola interaksi yang pernah dialami seperti pelanggan yang sopan, kasar atau yang memberikan perhatian lebih. Dalam pemikiran Schutz, tipikasi merupakan proses alamiah yang dilakukan individu untuk mengelompokkan pengalaman dan memahami realitas sosial secara lebih terstruktur (Lugas et al., 2018).

Hasil penelitian ini memiliki kesesuaian dengan penelitian terdahulu Muhammad Inzaghi Muharram dan Asrul Nur Ilham (2024) yang menemukan baha pengalaman komunikasi PSK terbagi dalam pengalaman menyenangkan dan tidak menyenangkan. Namun, penelitian ini memperlihatkan dimensi yang lebih mendalam, yaitu bagaimana pengalaman komunikasi tersebut tidak hanya dirasakan secara emosional tetapi direfleksikan dan mempengaruhi kesadaran diri informan dalam jangka panjang.

Berdasarkan pembahasan mengenai pengalaman komunikasi para informan, pengalaman-pengalaman tersebut tidak berhenti pada peristiwa komunikasi semata melainkan mendorong terbentuknya proses pemaknaan dalam diri informan. Pengalaman komunikasi yang dialami oleh informan dipahami sebagai bagian penting dalam kehidupan mereka sehingga berperan dalam membentuk kesadaran informan terhadap posisi dirinya dalam dunia sosial. Makna pengalaman komunikasi dibangun para informan bersifat beragam dan kontesktual. Informan memaknai komunikasi sebagai sumber penghasilan, ruang emosional, sarana membangun kedekatan hingga bentuk pengakuan diri. Makna tersebut tidak muncul secara seragam melainkan dipengaruhi oleh pengalaman hidup, kondisi emosional dan situasi interaksi yang dihadapi. Dalam fenomenologi Schutz, makna pengalaman lahir dari proses refleksi atas pengalaman sadar, informan tidak hanya mengalami peristiwa tetapi juga menafsirkan dan memberi arti terhadap pengalaman tersebut berdasarkan kerangka kesadaran masing-masing.

Temuan ini menguatkan pandangan Schutz bahwa makna tindakan sosial tidak dapat dilepaskan dari pengalaman subjektif individu. Oleh karena itu, kesadaran individu tidak bersifat terpisah dari lingkungan sosialnya melainkan merupakan bagian dari realitas sosial yang saling berhubungan (Arianto & Handayani, 2024). Penelitian ini juga memiliki ketertarikan dengan penelitian Elsis Wahyuni dan Yusuf Afandi (2023) yang menunjukkan adanya perbedaan identitas dan pengelolaan diri dari konteks kerja PSK. Namun berbeda dari pendekatan dramaturgi yang menekankan pengelolaan kesan, penelitian ini menyoroti proses internal pemaknaan pengalaman sebagai fondasi kesadaran diri.

Selanjutnya, pengalaman dan pemaknaan yang dialami oleh PSK membentuk *stock of knowledge* yang dimiliki oleh setiap informan. *Stock of knowledge* ini merupakan akumulasi pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman hidup, interaksi sosial serta aktivitas kerja sehari-hari PSK yang kemudian mempengaruhi cara mereka bertindak, mengambil keputusan dan menyikapi situasi dalam pekerjaan sebagai PSK.

Pengalaman komunikasi yang berulang pastinya membentuk *stock of knowledge* yang digunakan informan sebagai pedoman dalam menghadapi berbagai tipe pelanggan dan sesuai dengan pandangan Schutz, bahwa *stock of knowledge* berupa pengetahuan yang berasal dari pengalaman sebelumnya (Hidayah & Pribadi, 2021). *Stock of knowledge* yang dimiliki PSK dapat dipahami sebagai bagian dari psikologi komunikasi kognitif karena berfokus pada bagaimana individu memperoleh, memproses, menyimpan dan menggunakan informasi dalam interaksi sosial (Puspasari, 2020).

*Stock of knowledge* ini tercermin dalam kemampuan PSK untuk menyesuaikan komunikasi dengan berbagai situasi dan karakter pelanggan. Misalnya, cara berbicara dan menjaga sikap menunjukkan kompetensi komunikasi dan komunikasi adaptif dimana individu menyesuaikan gaya bicara, intonasi, gestur dan perilaku nonverbal sesuai konteks sosial serta karakter lawan bicara. Selain itu, kemampuan membaca emosi pelanggan tercermin dalam kepekaan emosional dan komunikasi empatik karena mampu menafsirkan sinyal emosional lawan bicara dan menyesuaikan respon untuk menjaga interaksi tetap harmonis. Sementara itu, tindakan menghindari konflik menunjukkan kombinasi kompetensi komunikasi dan regulasi emosi dimana pengetahuan praktis yang tersimpan dalam *stock of knowledge* digunakan untuk mengatur kata, sikap dan strategi komunikasi agar interaksi berjalan aman, terkendali dan efektif.

Dalam fenomenologi Schutz, *stock of knowledge* berfungsi sebagai cadangan pengetahuan yang memungkinkan individu memahami dan merespon realitas sosial secara efektif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa informan menggunakan pengalaman masa lalu sebagai acuan dalam menentukan tindakan dimasa kini. Pernyataan-pernyataan di atas mengantarkan pada pemahaman bahwa “kenyataan” dan “pengetahuan” yang lahir dari konstruksi sosial atas realitas sehari-hari sangat dipengaruhi oleh cara individu memahami sesuatu berdasarkan kebiasaan (*habitus*) dan cadangan pengetahuan (*stock of knowledge*) (Sulaiman, 2016). Dengan demikian, pengalaman komunikasi informan dalam penelitian ini tidak dapat dilepaskan dari setiap pengetahuan yang telah mereka bangun melalui interaksi sosial yang terus menerus terjadi.

Temuan mengenai *stock of knowledge* dalam penelitian ini menunjukan perbedaan yang cukup jelas dibandingkan dengan penelitian sebelumnya (Hasdi Syaid dkk, 2024) dan (Inneke Yunita, 2024) yang lebih membahas strategi atau pola komunikasi PSK dari sisi teknis. Penelitian terdahulu belum secara tegas menempatkan pengalaman subjektif informan sebagai sumber utama dalam terbentuknya pengetahuan praktis mereka.

Pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki informan membentuk dasar bagi motif mereka dalam bekerja sebagai PSK yang terbagi ke dalam motif karena (*because motive*) dan motif tujuan (*in order to motive*). Motif karena berkaitan dengan pengalaman masa lalu seperti tekanan ekonomi, trauma, keterjebakan dan keterbatasan lapangan kerja.

**Tabel 1**

No	Nama	Motif Karena
1	Mawar	Motif Ekonomi dan Keamanan
2	Melati	Motif Ekonomi dan Trauma
3	Tulip	Motif Eknomi, Kebutuhan Emosional dan Kondisi keluarga
4	Lily	Motif Ekonomi dan Keterjebakan

(Sumber: Peneliti, 2026)

Berdasarkan temuan penelitian, *because motive* para informan terbentuk dan muncul dari pengalaman hidup yang penuh tekanan dan keterbatasan. Faktor ekonomi muncul sebagai latar belakang paling dominan yang mempengaruhi keputusan informan untuk akhirnya bekerja sebagai PSK.

Temuan tersebut sejalan dengan perseptif Alfred Schutz yang memandang bahwa pengalaman hidup individu membentuk *biographical situation* yaitu situasi kehidupan yang diwarisi dari masa lalu dan akan berfungsi sebagai acuan dalam memahami serta merespon realitas sosial. Situasi biografis ini membatasi sekaligus mengarahkan

pilihan tindakan individu pada masa kini (Andayani,2021). Dalam kondisi tersebut pekerjaan dunia malam ini dimaknai sebagai alternatif yang dianggap paling memungkinkan untuk mempertahankan keberlangsungan hidup di tengah keterbatasan pilihan yang ada.

Sementara temuan penelitian *in order to motive* para informan sangat beragam, mulai dari orientasi jangka panjang untuk membangun kemandirian ekonomi, hingga tujuan jangka pendek untuk pemenuhan keberlangsungan hidup sehari-hari atau menyelesaikan kewajiban kerja berupa kontrak kerja.

**Tabel 2**

No	Motif Tujuan	Deskripsi
1	Kemandirian Ekonomi	Membuka jasa rias pengantin Mengurangi ketergantungan terhadap orang tua atau pihak lain karena tidak dapat bergantung pada siapa-siapa lagi Meningkatkan stabilitas ekonomi di masa depan
2	Pemenuhan hidup sehari-hari	Pakaian untuk bekerja sebagai salah satu penunjang pekerjaan sehari-hari Untuk makan dan minum sehari-hari Kebersihan dan pengaman (kondom) Biaya tempat tinggal atau kos

(Sumber: Peneliti, 2026)

variasi orientasi tujuan tersebut menegaskan bahwa tindakan para informan dalam menjalani pekerjaan sebagai PSK tidak berlangsung secara acak, melainkan diarahkan oleh tujuan-tujuan subjektif yang dipahami dan dimaknai berdasarkan situasi kehidupan masing-masing. Dengan demikian, dalam kerangka fenomenologi Alfred Schutz, *in order to motive* berperan sebagai unsur penting yang memberi arah, makna dan rasionalitas terhadap tindakan sosial yang dijalani para informan pada masa kini. Dalam kerangka Schutz, tindakan informan dipahami sebagai hasil ketertarikan antara pengalaman masa lalu dan orientasi tujuan masa depan.

PENDERITA HIV/AIDS KOTA KUPANG		
KELOMPOK	KASUS	PERSENTASE
1. Pekerja Swasta	889	35%
2. Campuran profesi	432	17%
3. Ibu Rumah Tangga	406	16%
4. Pelajar & mahasiswa	254	10%
5. WPSL/PSK	203	8%

  

SEBARAN PENGIDAP HIV/AIDS KOTA KUPANG		
WILAYAH	KASUS	PERSENTASE
Kec Oebobo	533	21%
Kelapa Lima	508	20%
Maulafa	482	19%
Alak	432	17 %
Kota Lama	305	12%
Kota Raja	279	11%
<b>Total</b>	<b>2.539</b>	<b>100%</b>

Sumber: KPAD Kota Kupang

**Gambar 1**

(Sumber: <https://www.victorynews.id/kupang/33116119670/kota-kupang-jawara-kasus-hivaidis-di-ntt-muncul-fenomena-seks-tukar-pasangan-pelajar>)

Selain orientasi tujuan terkait pemenuhan kebutuhan hidup dan kemandirian ekonomi, para informan juga menunjukkan kesadaran tinggi terhadap kesehatan dan tanggung jawab terhadap resiko profesi PSK. Hasil wawancara menunjukkan bahwa PSK di Kampung Wisata Karaoke Alak secara rutin melakukan pemeriksaan kesehatan dengan menegecek darah enam bulan sekali dan konsisten menggunakan pengaman bahkan menolak

pelanggan yang tidak mau mengikuti standar keamanan. Data terkini yang dikeluarkan oleh dinas kesehatan Kota Kupang per September 2025 memperlihatkan PSK menempati posisi terakhir dalam kasus HIV/AIDS disbanding kelompok lain, bahkan wilayah Oebobo yang bukan merupakan tempat aktivitas prostitusi menempati tingkat pertama kasus HIV/AIDS. Hal ini menegaskan adanya kesenjangan antara persepsi masyarakat dan realitas dilapangan.

Dalam perspektif fenomenologi Alfred Schutz, tindakan PSK ini dapat dipahami sebagai *in order to motive*, yaitu tindakan yang bukan dilakukan dengan tujuan untuk melindungi diri sendiri tetapi juga sebagai bagian dari strategi untuk bertahan hidup, menjaga citra profesional dan membangun interkasi yang aman dengan pelanggan. Tindakan ini memperlihatkan bahwa PSK menafsirkan pengalaman hidup, resiko pekerjaan dan tekanan sosial secara reflektif untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai yaitu keselamatan, keberlangsungan hidup dan ekonomi yang stabil.

Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu Muhharam dan Iman (2024) yang menemukan faktor ekonomi sebagai motif dominan PSK. Namun pada penelitian kali ini memperlihatkan bahwa motif tidak bersifat tunggal melainkan saling bertaut antara pengalaman hidup, kondisi emosional dan harapan masa depan dan memperluas pemahaman bahwa tujuan PSK juga mencakup kesehatan dan keamanan sosial, sekaligus menantang stigma masyarakat yang mengaitkan PSK secara langsung dengan HIV/AIDS yang tidak di kaji pada penelitian terdahulu.

#### 4. Kesimpulan

Pengalaman komunikasi pekerja seks komersial di Kampung Wisata Karaoke Alak membentuk cara PSK memahami dirinya, pekerjaannya, dan relasinya dengan pelanggan. Komunikasi dijalani sebagai proses mengelola hubungan sosial, bukan semata pertukaran jasa. Dari interaksi yang terus berulang, PSK membangun *stock of knowledge* berupa pengetahuan praktis, seperti kemampuan berempati, mengatur emosi, dan membaca situasi yang menjadi pegangan dalam bersikap dan bertindak. Pengetahuan ini sekaligus membentuk motif kerja, di mana pengalaman hidup sebelumnya membatasi pilihan yang tersedia (*because motive*), sementara tujuan yang ingin dicapai memberi arah dan alasan bagi keputusan bekerja (*in order to motive*). Dengan demikian, komunikasi dan keputusan menjadi PSK dapat dipahami sebagai tindakan sosial yang bermakna dan rasional menurut pengalaman hidup para pelakunya.

#### Referensi

1. Abu Bakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian* (Cetakan Pe). SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
2. Affandi, A. F. M., Priandono, T. E., Mecca, A., & Ramdani, A. H. (2021). Manajemen Komunikasi Transgender Psk Pengidap Hiv/ Aids Dalam Menghadapi Stigma Sosial. *Jurnal Sosial Humaniora*, 12(April), 1–19. <https://www.academia.edu/download/95456889/427151270.pdf>
3. Analisis, S., & Alfred, F. (2020). *MAKNA TRADISI TEDHAK SITEN PADA MASYARAKAT KENDAL : 01(06)*, 21–31.
4. Andini, W., Fitriani, D., Khairun, L., Purba, N., Lubis, R. N., Wulan, S., & Lubis, D. (2023). Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran Paradigma Penelitian Kuantitatif Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 1, 6–12. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah>/<https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
5. Arianto, B., & Handayani, B. (2024). *Pengantar Studi Fenomenologi* (Gozali (ed.); Cetakan pe). Borneo Novelty Publishing.
6. Arrofi, A., & Hasfi, N. (2019). Memahami Pengalaman Komunikasi Orang Tua - Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-Anak Di Media Sosial Tiktok. *Interaksi Online*, 7(3), 203–208. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/24143>
7. Chatra, E. (2019). *Pengalaman manusia sebagai material dasar penelitian ilmu komunikasi dan metode analisis tapan (mata)*. 1–9. <https://doi.org/10.31227/osf.io/zwatx>
8. Destrianti, F., & Harnani, Y. (2018). Studi Kualitatif Pekerja Seks Komersial (Psk) Di Daerah Jondul Kota Pekanbaru Tahun 2016. *Jurnal Endurance*, 3(2), 302. <https://doi.org/10.22216/jen.v3i2.1021>
9. Gaspar, N. A., Waworundeng Welly, & Kumayas Neni. (2023). Efektivitas Pelayanan Publik Berbasis Aplikasi Bitung Digital City (DC) Di Kecamatan Madidir Kota Bitung. *Jurnal Governance*, 3(1), 1–9.
10. Hamid, F. (2018). Pendekatan Fenomenologi (Suatu Ranah Penelitian Kualitatif). *Pendekatan Fenomenologi*, 1–9.
11. Hasbiansyah, O. (2008). Kajian Fenomenologi. *MediaTor: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163–180. <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1146>
12. Hidayah, N., & Pribadi, F. (2021). MOTIF PENANAMAN RELIGIOUS CULTURE DI SMPN 3 TUBAN. *Ejournal.Unesa.Ac.Id*, 1.
13. Khumaerah, N. (2017). Patologi Sosial Pekerja Seks Komersial (PSK) Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Al-Khitabah*, III(1), 62–73. [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwinoOzspLveAhWJ6Y8KHfvcBw8QFjADegQICRAC&url=http%3A%2F%2Fjournal.uin-alauddin.ac.id%2Findex.php%2FAI-Khitabah%2Farticle%2Fdownload%2F2922%2F2798&usq=AOvVaw3\\_asDIKm00i](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwinoOzspLveAhWJ6Y8KHfvcBw8QFjADegQICRAC&url=http%3A%2F%2Fjournal.uin-alauddin.ac.id%2Findex.php%2FAI-Khitabah%2Farticle%2Fdownload%2F2922%2F2798&usq=AOvVaw3_asDIKm00i)
14. Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). Teknik Analisa. In *Alfabeta Bandung* (Cetakan ke). Alfabeta Bandung. [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)
15. Lugas, J., Susanti, E., & Kholisoh, N. (2018). *KONSTRUKSI MAKNA KUALITAS HIDUP SEHAT ( Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Herbalife Klub Sehat Ersanddi Jakarta )*. 2(1), 1–12.
16. Luwiharsih. (2021). *Validasi Data SDA*. November, 1–5.

17. Manggola, A., & Thadi, R. (2021). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Motif Pemakaian Peci Hitam Polos. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 3(1), 19–25. <https://doi.org/10.31539/joppas.v3i1.3111>
18. Mania, S. (2008). Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan Dan Pengajaran. *Lentera Pendidikan : Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, 11(2), 220–233. <https://doi.org/10.24252/lp.2008v11n2a7>
19. Miskawi. (2014). KELAM DI PADAN GBULAN (Dinamika Kehidupan PSK Lokalisasi). In I. Nimgyas (Ed.), *.Al Fastabiq Al Khairat* (Cetakan Pe). CV. Al Fastabiq Al Khairat.
20. Mudjia, R. (2018). Paradigma Interpretif. *Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 4(1), 1032–1047.
21. Muharram, M. L., & Iman, A. N. (2024). *Pengalaman Komunikasi Pekerja Seks Komersial di Kabupaten Bekasi ( Studi Fenomenologi Tentang Pengalaman Komunikasi PSK di Kabupaten Bekasi )*. 2(1).
22. Munawaroh, S. (2015). Pekerja Seks Komersial (Psk) Di Wilayah Prambanan, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. *DIMENSIA: Jurnal Kajian Sosiologi*, 4(2), 69–82. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v4i2.3433>
23. Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, E. F., Nurdyansyah, & Untari, R. S. (2023). METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN: Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data). In *umsida press* (Vol. 3, Issue 4). <https://doi.org/10.37676/mude.v3i4.6600>
24. Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. Albina (ed.); Cetakan Pe). CV. Harfa Creative.
25. Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1110. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2427>
26. Nurhadi, Z. F. (2017). MODEL KOMUNIKASI SOSIAL REMAJA MELALUI MEDIA TWITTER. *Jurnal ASPIKOM*, 3(52), 539–549.
27. Nurtyasrini, S., Syariah, A., Ilmu, F., & Universitas, K. (2016). Pengalaman Komunikasi Pemulung Tentang Di Tpa Bantar Gebang Scavenger ' S Communication Experience About Self And. In *Jurnal Kajian Komunikasi* (Issue 8).
28. Nuryana, A., Pawito, P., & Utari, P. (2019). Pengantar Metode Penelitian Kepada Suatu Pengertian Yang Mendalam Mengenai Konsep Fenomenologi. *Ensains Journal*, 2(1), 19. <https://doi.org/10.31848/ensains.v2i1.148>
29. Paramata, D. N. (2024). Faktor-Faktor Yang Mendorong Perempuan Untuk Bekerja Sebagai Pekerja Malam (PSK) Di Kota Daruba. *Jurnal Universitas Halmahera*, 17(1), 495.e1-495.e2.
30. Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis jenis komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2, 45–79. <https://doi.org/10.1002/0471715220.ch3>
31. Putri, G. I. (2016). Fenomena Komunikasi Komunitas K-POPERS Pekanbaru. *JOM FISIP*, 3(1).
32. Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>
33. Rafi, S. Y., Hamzah, R. E., & Pasaribu, M. (2021). *Pengalaman Komunikasi LGBT Genarasi Z Melalui Media Sosial*. 31–40.
34. Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In Syahrani (Ed.), *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* (cetak, Vol. 44, Issue 8). Antasari Press. [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf)
35. Risdah. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Karebosi di Kota Makassar Utara. 4(1), 75–84.
36. Risti, A. N., Hadesiwi, P., & Prihandini, P. (2022). *Pengalaman komunikasi mahasiswi bercadar dalam menghadapi stigma masyarakat*. 6(2), 221–245.
37. Saat, S., & Mania, S. (2020). PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN: Panduan Bagi Peneliti Pemula. In M. & Multazam, Tansil (Ed.), *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)* (Cet. Kedua). Pusaka Almaid. <https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-071-7>
38. Sabatini, A., Sukma, P. S., Faturrahman, A., Rahmah, S. A., Jauharil, A., & Listiyani, R. H. (2024). *Motif Orang Tua over protective dalam Proses Sosialisasi*.
39. Septiansyah, G., & Syukur, M. (2024). Stigma Masyarakat Terhadap Remaja Pekerja Seks Komersial di Jalan Nusantara Kota Makassar. *Pinisi Journal of Sociology Education Review*, 4(1), 338. <https://doi.org/10.26858/pjser.v0i1.62075>
40. Sina, I. (2024). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk ilmu sains* (A. T. Putranto (ed.); cetakan pe). Widina Media Utama.
41. Sipahutar, elvin M., Poerana, A. F., & Nurkinan. (2020). PENGALAMAN KOMUNIKASI CURHAT ANONIM BAGI FOLLOWERS @18AUTOBASE DI TWITTER. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 4(579–8332), 56–74.
42. Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (A. Karim (ed.); cetakan 1). Yayasan Kita Menulis.
43. Sudaria, Putra, A. S., & Novembrianto, Y. (2021). Sistem Manajemen Pelayanan Pelanggan Menggunakan PHP Dan MySQL. *Tekinfo*, 22(1), 100–117.
44. Sulaiman, A. (2016). *Memahami teori konstruksi sosial peter l. berger*. VI, 15–22.
45. Sulistyawati. (2023). Buku Ajar : Metode Penelitian Kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (cetakan pe, Vol. 5, Issue January). K-MEDIA. <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
46. Surokim, Rakhmawati, Y., Suratnoaji, C., Wahyudi, M., Handaka, T., Julijanti, Dartiningsih, B. E., Maya, D., Kurniasari, F. N. R. N. D., Trisilowaty, D., Suryandari, N., Cholih, H. A., Quraisyin, D., Moertijoso, B., Rachmad, T. H., Arifin, S., Rozi, F., & Camelia, A. (2016). Riset Komunikasi: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula. In Surokim (Ed.), *Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi, FISIB-UTM & AspiKom Jawa Timur*. Pusat kajian Komunikasi Publik. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en%0A> file:///D:/SKRIPSI MY TRIP MY ADVENTURE/MENDELY/JURNAL RIZKA FIX (10-28-15-04-46-36).pdf%0A <http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/BUKU-RISSET-KOMUNIKASI-JADI.pdf%0A>
47. Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
48. Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>
49. Tuhana, V. E., Daga, L. L., Aslam, M., Lada, H., & Edon, J. (2023). *Strategi Digital Public Relations Pemerintah Kota Kupang Melalui Media Sosial Digital Public Relations Strategy of Kupang City Government Through Social Media*. 12(2).
50. Tuhana, V. E., Daga, L. L., Pietriani, I. G. A. R., Nusa, U., Adisucipto, C. K., Tenggara, N., & Kode, T. (2022). Pemanfaatan Website Kota Kupang Sebagai Online Public Relations Utilization of Kupang City Website as Online Public Relations E-government 2020 ). Sedangkan data dari APJII ( Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia ) pengguna internet di Indonesia. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 2(11), 206–219.

51. Tumangkeng, S. Y. L., & Maramis, J. B. (2022). KAJIAN PENDEKATAN FENOMENOLOGI: LITERATURE REVIEW. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 23(1). <https://doi.org/10.1007/s41184-023-1791-3>
52. Utamidewi, W., Mulyana, D., Karawang, U. S., & Padjadjaran, U. (n.d.). *PENGALAMAN KOMUNIKASI KELUARGA PADA MANTAN*. 69–80.
53. Veronica, A., Abas, M., & Hidayah, N. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif* (R. Hidayanti & S. S. Aulia (eds.); cetakan pe). PT. Global Eksekutif Teknologi.
54. Wicaksono, B., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2022). Motif dan Makna Penggunaan Bahasa “Jaksel” di Kalangan Mahasiswa Pengguna Bahasa “Jaksel” Dalam Kehidupan Sehari-hari Brahma. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(July), 1–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.727534>
55. Wijaya, C., Azizah, S., & Hasanah, W. (2023). *Pelanggan dan kepuasan*. 16–25.
56. Wowo, H., Daga, L. L., Tuhana, V. E., Studi, P., Komunikasi, I., Cendana, U. N., & Informasi, K. (2024). *Cyber Public Relations PT . PLN ( Persero ) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur ( Studi Kasus Pemanfaatan Akun Facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur ) Cyber Public Relations of PT . PLN ( Persero ) East Nusa Tenggara Region Main Unit ( Case Study of Utilization of PLN Facebook Account in East Nusa Tenggara Region )*. 4(1).
57. Zati, M. R., & Iqbal, M. (2017). Pengaruh Pengalaman Terhadap Loyalitas Konsumen di Alfamart Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 749–759. <https://doi.org/10.33059/jseb.v8i2.432>