



## Negosiasi Antara PSK (Pekerja Seks Komersial) Dengan Pelanggan (Tamu) Di Kota Bengkulu

Ega Silvia Erwanda <sup>1)</sup>; Sri Narti <sup>2)</sup>; Martha Heriniazwi <sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [jejecolena19@gmail.com](mailto:jejecolena19@gmail.com)

### ARTICLE HISTORY

Received [29 Februari 2024]

Revised [31 Mei 2024]

Accepted [07 Juni 2024]

### KEYWORDS

Negotiation, Prostitutes, Customers

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui negosiasi antara PSK (Pekerja Seks Komersial) di Kota Bengkulu dengan pelanggan (tamu) dalam menjaga hubungan. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik Random sampling. Teknik Pengumpulan Data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan data reduction (reduksi data), data display (penyajian data) dan conclusion drawing/verification. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa dalam Pola Komunikasi interpersonal dapat diuraikan menjadi beberapa tahapan antarlain tahap kontak, tahap keterlibatan, tahap keakraban, tahap perusakan, dan tahap pemutusan. Tahapan-tahapan ini dapat menggambarkan pola komunikasi antara para PSK di Kota Bengkulu. Komunikasi interpersonal dalam transaksi prostitusi dinilai efektif karena adanya beberapa ciri-ciri komunikasi interpersonal. Yang pertama yang menonjol adalah adanya keterbukaan antara PSK dan tamu. Keterbukaan dalam transaksi prostitusi online diartikan sebagai adanya kejelasan dalam pemberian informasi dari kedua pihak, dimana kedua pihak sepakat untuk melanjutkan proses negosiasi. Kedua adanya, empati (empathy) sebagai kemampuan untuk mengetahui hal-hal yang dirasakan orang lain. Hal ini termasuk ketika PSK dan pelanggan melakukan pemahaman terhadap satu sama lainnya. Ketiga Perasaan positif (positiveness), Sikap positif dalam komunikasi interpersonal berarti bahwa antara PSK dan pelanggan memandang dirinya secara positif dan menghargai orang lain, dengan menggunakan bahasa yang sopan ketika berkomunikasi. Keempat yaitu kesamaan (equality), dalam hal ini keinginan antara PSK dan pelanggan yang memiliki satu tujuan.

### ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the negotiations between prostitutes (Commercial Sex Workers) in Bengkulu City and customers (guests) in maintaining relationships. This research method is descriptive qualitative. The technique for determining informants in this research used random sampling techniques. Data collection techniques used observation, interviews and documentation. Data analysis techniques use data reduction, data display (data presentation) and conclusion drawing/verification. Based on the research results, it was concluded that interpersonal communication patterns can be broken down into several stages, including the contact stage, involvement stage, familiarity stage, destruction stage and termination stage. These stages can describe the communication pattern between prostitutes in Bengkulu City. Interpersonal communication in prostitution transactions is considered effective because of several characteristics of interpersonal communication. The first thing that stands out is the openness between prostitutes and guests. Openness in online prostitution transactions is defined as clarity in providing information from both parties, where both parties agree to continue the negotiation process. Secondly, empathy is the ability to know what other people feel. This includes when prostitutes and customers understand each other. Third, positive feelings (positiveness), a positive attitude in interpersonal communication means that prostitutes and customers view themselves positively and respect other people, using polite language when communicating. Fourth, equality, in this case the desires between prostitutes and customers. which has one goal.

## PENDAHULUAN

Komunikasi dalam bentuk transaksi kepentingan dan kebutuhan antara pelaku usaha dengan pelanggan merupakan bentuk negosiasi jasa layanan. Negosiasi adalah suatu proses pertukaran keinginan di antara dua orang yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan masing-masing (Schatzki & Coffey, 2009). Schelling (Alfredson & Cungu, 2008) menyebutkan bahwa negosiasi merupakan kendaraan yang digunakan dalam berkomunikasi pada pihak pihak yang saling berkepentingan. Pelanggan dengan motif untuk bersenangsenang dan pelaku usaha pariwisata dengan motif ekonomi akan bertemu dalam suatu transaksi tawar menawar yaitu negosiasi untuk mengkonfrontasikan kebutuhan mereka. Komunikasi interpersonal adalah sebuah komunikasi atau proses pertukaran informasi, ide, pendapat, dan perasaan yang terjadi antara dua orang atau lebih dan biasanya tidak diatur secara formal. Sebagai efek dari kemampuan komunikasi interpersonal yang dilakukan, maka kegiatan negosiasi akan berjalan lancar dan akan cepat menghasilkan sebuah kesepakatan. Komunikasi

interpersonal dibandingkan dengan komunikasi lainnya, dinilai paling efektif dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini dan perilaku komunikan. Alasannya karena komunikasi ini terjadi secara langsung, oleh karena dengan komunikasi itu terjadilah kontak pribadi (personal contact) yaitu pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikan. Ketika menyampaikan pesan, umpan balik berlangsung seketika (immediate feedback) mengetahui pada saat itu tanggapan komunikan terhadap pesan yang diontarkan. Apabila umpan balik positif, artinya tanggapan itu menyenangkan, kita akan mempertahankan gaya komunikasi sebaliknya jika tanggapan komunikasi negatif, maka harus mengubah gaya komunikasi sampai komunikasi berhasil.

Begitu juga dalam bidang pekerjaan prositusi, seorang PSK harus mampu melakukan negosiasi dengan pelanggan dengan baik. Pekerja Seks Komersial (PSK) adalah para pekerja yang bertugas melayani aktivitas seksual dengan tujuan untuk mendapatkan upah atau uang dari yang telah memakai jasa mereka tersebut (Koentjoro, 2004).

PSK ada berbagai macam dan tersebar diberbagai tempat seperti yang ada di Kota Bengkulu. Eksistensi dari keberadaan praktik prostitusi yang tidak pernah hilang seiring perkembangan zaman disebabkan oleh adanya faktor-faktor yang melatar belakangi kegiatan tersebut. Interaksi tiga faktor yaitu faktor permintaan, faktor persediaan dan faktor perantara dianggap menjadi faktor-faktor yang dapat melanggengkan eksistensi kegiatan prostitusi. Faktor permintaan sendiri dipahami sebagai faktor yang menarik seseorang ke dalam pelacuran di berbagai sektor baik melalui turisme, mobilitas sosial, dan perubahan sosial. Faktor persediaan dianggap sebagai trigger atau pemicu yang mendorong seseorang ke dalam pelacuran seperti sikap terhadap pernikahan, motif untuk berkuasa, dan hegemoni laki-laki terhadap perempuan. Faktor ini dianggap sebagai faktor yang membuat seseorang tergiur untuk cepat mendapatkan materi tanpa harus memiliki keterampilan khusus. Sementara faktor yang terakhir yaitu faktor perantara dapat diartikan sebagai faktor yang memfasilitasi pertumbuhan dan perkembangan kegiatan prostitusi di suatu wilayah. Tanpa adanya faktor perantara, kegiatan prostitusi tidak dapat berjalan dan terorganisasi dengan baik. Banyak orang yang terjun menjadi perantara karena menganggap sebuah kegiatan prostitusi merupakan ladang bisnis (Koentjoro, 2004).

PSK pada zaman sekarang tidak hanya wanita saja tapi laki-laki pun juga ada, mulai dari gadis sampai janda, perjaka atau duda pun ada. Berdasarkan informasi dari salah satu PSK, tarif di PSK itu mulai dari 100 ribuan untuk kelas bawah dan 400 ribuan untuk kelas atas. Sekarang pun jenis pemasaran PSK juga menyesuaikan perkembangan zaman (Yanto, 2016). Kalau dulu PSK bekerja menawarkan diri di pinggir jalan atau ada tempat khusus para PSK untuk menawarkan jasa, walaupun sekarang masih ada cara menawarkan jasa seperti itu, tetapi sekarang pemasarannya jauh lebih maju yaitu secara online, tidak hanya makanan maupun benda bahkan jasa pemuas nafsu pun bisa dipesan secara online. Bisnis prostitusi pun juga mengikuti perkembangan kemajuan teknologi yaitu secara online. PSK yang bekerja secara online adalah PSK yang bekerja di tempat lokalisasi atau tempat yang telah di sediakan.

Transaksi online ini layaknya prostitusi konvensional ada tawar menawar harga, dan saling bercerita tentang tempat yang mereka akan gunakan untuk melakukan pelayanan seks dan bernegosiasi dengan pelanggannya melalui aplikasi. Negosiasi secara sederhana dapat diartikan sebagai sebuah proses lebih lanjut saat dua pihak atau lebih mencapai perjanjian yang dapat memenuhi kepuasan semua pihak yang berkepentingan. Negosiasi secara umum yang bertujuan mempengaruhi, menarik perhatian, menarik simpati, menimbulkan empati, menyampaikan informasi dari dan atau ke seseorang, kelompok, organisasi, perusahaan, lembaga negara bahkan negara.

Negosiasi, keberhasilannya tidak lepas dari proses komunikasi yang baik. Dalam konteks proses komunikasi, negosiator memiliki peran sebagai komunikator yang mengawali proses terjadinya komunikasi dalam negosiasi. Perkembangan teknologi selain memberikan manfaat yang positif tentu juga akan memberikan sisi negatif, salah satu penyalahgunaan teknologi yaitu bisnis prostitusi online. Munculkan fenomena prostitusi di dunia maya, menjadikan media ini sebagai penghubung antara pekerja seks komersial dan calon konsumen. Sebagian besar mereka memanfaatkan kelebihan aplikasi Michat, Facebook, Instagram dan lainnya yang biasanya digunakan sebagai medsos pencari teman di dunia maya (internet). Transaksi online ini layaknya prostitusi konvensional ada tawar menawar harga, dan saling bercerita tentang tempat yang mereka akan gunakan untuk melakukan pelayanan seks.

Persaingan antar PSK dibidang jasa khususnya di Bengkulu semakin ketat, karena yang menjalini pekerjaan PSK sudah banyak mulai dari anak SMP sudah terjun menjadi PSK. Persaingan yang ketat antar PSK tersebut menyebabkan masing-masing PSK berusaha memberikan pelayanan semaksimal mungkin. Untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan tersebut, PSK pun dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikannya. Para PSK juga berusaha untuk menjalin hubungan baik dengan para pelanggan atau tamunya sehingga mampu mempertahankan tamu untuk tidak berpindah dengan PSK lainnya.



## LANDASAN TEORI

### **Teori Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi interpersonal (antar pribadi) merupakan pertemuan dari paling sedikit dua orang yang bertujuan untuk memberikan pesan dan informasi secara langsung. Komunikasi antarpribadi sebagai “proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di sekelompok kecil orang, dengan beberapa effect atau umpan balik seketika (Joseph DeVito, 1989).

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi didalam diri sendiri, didalam diri manusia terdapat komponen-komponen komunikasi seperti sumber, pesan, saluran penerima dan balikan. Dalam komunikasi interpersonal hanya seorang yang terlibat. Pesan mulai dan berakhir dalam diri individu masing-masing. Komunikasi interpersonal mempengaruhi komunikasi dan hubungan dengan orang lain. Suatu pesan yang dikomunikasikan, bermula dari diri seseorang (Muhammad, 1995).

Setelah melalui proses interpersonal tersebut, maka pesan-pesan disampaikan kepada orang lain. Komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran informasi antara seseorang dengan seseorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. Dengan bertambahnya orang – orang yang terlibat dalam komunikasi menjadi bertambah komplekslah komunikasi tersebut (Muhammad, 1995).

Salah satu ciri yang menandai telah terjadinya proses komunikasi interpersonal adalah adanya interaksi. Interaksi adalah suatu tindakan yang berbalas, dengan kata lain adalah suatu hubungan yang saling mempengaruhi. Dalam hal ini telah terjadi interaksi antara komunikator (pengirim) dan komunikan (penerima) informasi, sedangkan objek yang ditransaksikan berupa pesan atau informasi.

### **Komunikasi Kepada Pelanggan**

Melakukan komunikasi dengan pelanggan bukan suatu hal yang mudah untuk dilakukan. Namun juga bukan suatu hal yang sulit untuk dilakukan. Hal ini dapat terjadi dikarenakan manusia memiliki karakter yang berbeda. Akan berbeda apabila yang kita jual adalah jasa. Pelaku bisnis dirasa sangat perlu untuk memahami keunikan yang terdapat dalam pribadi pelanggan mereka secara komprehensif. Hal ini dibutuhkan juga mengamati secara mendalam berbagai perilaku dan kecenderungan feedback yang akan diberikan oleh pelanggan kepada mereka. Dengan pemahaman yang baik, maka secara otomatis tindakan komunikasi yang akan dilakukan dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Hanya pelaku bisnis yang mampu melakukan tindakan komunikasi yang efektif dan efisien akan mampu membangun kepuasan pelanggan yang berkelanjutan sehingga akan terbentuk loyalitas pelanggan.

Dimana kenyataan pelanggan loyal mampu memberikan kontribusi terhadap delapan puluh persen lebih bagi pendapatan organisasi bisnis tersebut. Komunikasi yang terjadi antara sebuah organisasi bisnis dan pelanggan atau konsumen yang dimilikinya disebut dengan komunikasi kepada pelanggan. Jika dibandingkan dengan komunikasi pada individu, maka komunikasi kepada pelanggan jauh lebih rumit. Juga komunikasi kepada pelanggan jauh lebih kompleks. Hal ini dikarenakan melibatkan pelanggan dalam jumlah yang besar.

### **Negosiasi**

Istilah negosiasi berasal bahasa Inggris “negotiation”, dalam pengertian secara umum negosiasi adalah proses tawar-menawar dengan cara berunding untuk mencapai kesepakatan kedua belah pihak (Ulinuha, 2013). Negosiasi adalah sebuah proses yang didalamnya dua pihak atau lebih bertukar barang dan jasa dan berupaya menyepakati tingkat kerjasama tersebut bagi mereka (Robbins, 2003).

Negosiasi adalah sebuah proses yang terjadi antara dua pihak atau lebih yang pada mulanya memiliki pemikiran berbeda, hingga akhirnya mencapai kesepakatan Jackman (2005). Negosiasi adalah sebuah transaksi dimana kedua belah pihak mempunyai hak atas hasil akhir. Untuk itu diperlukan persetujuan dari kedua belah pihak sehingga terjadi proses yang saling memberi dan menerima sesuatu untuk mencapai suatu kesepakatan bersama (Purwanto, 2006).

Negosiasi disebut pula sebagai proses interaktif yang dilakukan untuk mencapai persetujuan. Proses ini melibatkan dua orang atau lebih yang memiliki pandangan berbeda tetapi ingin mencapai beberapa resolusi bersama (McGuire, 2004). Sedangkan Modul Garuda Sales Institute mengartikan negosiasi adalah proses untuk mencapai kesepakatan dengan memperkecil perbedaan serta mengembangkan persamaan guna meraih tujuan bersama yang saling menguntungkan. Negosiasi juga merupakan komunikasi dua arah, yaitu penjual sebagai komunikator dan pembeli sebagai komunikan atau saling bergantian. Proses komunikasi dalam negosiasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Melibatkan dua pihak, pihak penjual dan pihak pembeli

2. Adanya kesamaan tema masalah yang dinegosiasikan
3. Kedua belah pihak menjalin kerja sama
4. Adanya kesamaan tujuan kedua belah pihak
5. Untuk mengkonkritkan masalah yang masih abstrak

Tim Hindle dalam bukunya *Negotiation Skills* menyebutkan "The art of negotiation is based on attempting to reconcile what constitutes a good result for the other party". Negosiasi adalah keterampilan yang dapat dipelajari oleh setiap orang (Rustono, 2008). Negosiasi adalah satu proses, sebuah metode untuk mencapai kesepakatan mengenai suatu masalah yang sedang didiskusikan atau diperdebatkan (Jackman, 2005).

### **PSK (Pekerja Seks Komersial)**

Pekerja Seks Komersial (PSK) adalah para pekerja yang bertugas melayani aktivitas seksual dengan tujuan untuk mendapatkan upah atau uang dari yang telah memakai jasa mereka tersebut (Koentjoro, 2004). Dalam literatur lain juga disebutkan bahwa pengertian PSK adalah wanita yang pekerjaannya menjual diri kepada banyak laki-laki yang membutuhkan pemuasan nafsu seksual, dan wanita tersebut mendapat sejumlah uang sebagai imbalan, serta dilakukan diluar pernikahan (Tjohjo Purnomo, 1983). Pengertian PSK sangat erat hubungannya dengan pengertian pelacuran, PSK menunjuk pada "orang" nya, sedangkan pelacuran menunjukkan "perbuatan". Dari beberapa pendapat yang telah dikemukakan diatas, dapat ditegaskan bahwa batasan PSK yang dimaksud pada penelitian ini adalah; seseorang perempuan yang menyerahkan dirinya "tubuhnya" untuk berhubungan seksual dengan jenis kelamin yang bukan suaminya (tanpa ikatan perkawinan) dengan mengharapkan imbalan, baik berupa uang ataupun bentuk materi lainnya.

PSK merupakan profesi yang sangat tua usianya, setua umur kehidupan manusia itu sendiri. Pelacuran selalu ada sejak zaman purba sampai sekarang. Pada masa lalu pelacuran selalu dihubungkan dengan penyembahan dewa-dewa dan upacara-upacara keagamaan tertentu. Ada praktek-praktek keagamaan yang menjurus pada perbuatan dosa dan tingkah laku cabul yang tidak ada bedanya dengan kegiatan pelacuran. Pada zaman kerajaan Mesir kuno, Phunisia, Assiria, Chaldea, Ganaan dan di Persia, penghormatan terhadap dewa-dewa Isis, Moloch, Baal, Astrate, Mylitta, Bacchus dan dewa-dewa lain disertai orgie-orgie (orgia) adalah pesta korban untuk para dewa, khususnya pada dewa Bacchus yang terdiri atas upacara kebaktian penuh rahasia dan bersifat sangat misterius disertai pesta-pesta makan dengan rakus dan mabuk secara berlebihan. Orang-orang tersebut juga menggunakan obat-obat pembangkit dan perangsang nafsu seks untuk melampiaskan hasrat berhubungan seksual secara terbuka. Sehubungan dengan itu kuil-kuil pada umumnya dijadikan pusat perbuatan cabul (Kartono, 2005).

Di Indonesia pelacuran telah terjadi sejak zaman kerajaan Majapahit. Salah satu bukti yang menunjukkan hal ini adalah penuturan kisah-kisah perselingkuhan dalam kitab Mahabarata. Semasa zaman penjajahan Jepang tahun 1941-1945, jumlah dan kasus pelacuran semakin berkembang. Banyak remaja dan anak sekolah ditipu dan dipaksa menjadi pelacur untuk melayani tentara Jepang. Pelacuran juga berkembang di luar Jawa dan Sumatera. Hal ini bisa dilihat dari pernyataan dua bekas tentara Jepang yang melaporkan bahwa pada tahun 1942 di Sulawesi Selatan terdapat setidaknya 29 rumah bordil yang dihuni oleh lebih dari 280 orang pelacur (111 orang dari Toraja, 67 orang dari Jawa dan 7 orang dari Madura). Terdapat tiga faktor utama dalam kemampuan negosiasi yang baik, yaitu (Mc Guire, 2004):

1. *Patience* adalah negosiator yang baik menyadari bahwa negosiasi membutuhkan proses, termasuk di dalamnya untuk menghilangkan sekat diantara kedua pihak dan bukan merupakan hasil instan.
2. *Self confidence*, yaitu negosiator yang baik menyadari bahwa dengan memiliki kepercayaan diri berarti memiliki pula keyakinan akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan negosiasi.
3. *Communication skill*, yaitu negosiator yang baik menyadari bahwa dengan melibatkan dua pihak, negosiasi membutuhkan kemampuan komunikasi yang baik agar mampu menangkap pesan secara efektif.

Membagi komunikasi menjadi empat macam yaitu komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik dan komunikasi massa (Cangara, 2007). Di dalam masyarakat, komunikasi interpersonal merupakan bentuk komunikasi antara seseorang dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu yang bersifat pribadi.

### **Pelanggan**

Pelanggan atau customer adalah individu atau kelompok yang terbiasa membeli sebuah produk atau jasa berdasarkan keputusan mereka atas pertimbangan manfaat maupun harga yang kemudian





melakukan hubungan dengan perusahaan melalui telepon, surat, dan fasilitas lainnya untuk mendapatkan suatu penawaran baru dari penyedia produk/jasa (Greenberg, 2010).

Pelanggan adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan. Sedangkan pengertian pelanggan (Customer) menurut Philip Kotler dalam bukunya *Prinsiples Of Marketing* adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi.

Sedangkan menurut Cambridge International Dictionaries dalam Lupiyoadi (2001), pelanggan adalah "a person who buys goods or a services" atau pelanggan adalah seseorang yang membeli barang dan jasa. Pendapat lain yakni menurut Griffin (2005), definisi pelanggan (customer) berasal dari kata *custom*, yang didefinisikan sebagai "Membuat sesuatu menjadi kebiasaan atau biasa dan mempraktikkan kebiasaan". Zairi dalam Harkiranpal (2006), mengatakan "customers are the purpose of what we do and rather than them depending on us, we very much depend on them." Jadi dapat dikatakan bahwa pelanggan adalah semua individu yang melakukan suatu transaksi baik itu barang ataupun jasa untuk keperluan pribadinya. Seorang pelanggan mungkin membutuhkan barang atau jasa untuk keperluan pribadinya namun dibalik itu semua perusahaan atau organisasi penyedia barang atau jasa lah yang justru memerlukan para pelanggan agar usaha dapat terus beroperasi .

### **Hubungan**

Hubungan berasal dari kata *hubung* yang menurut kamus besar bahasa Indonesia artinya bersambung atau berangkaian (yang satu dengan yang lain) Jadi hubungan adalah keterkaitan suatu hal dengan hal lainnya, seperti hubungan kekeluargaan, darah, dagang, diplomatik, analogi, hukum, formal, kebudayaan, variabel penelitian dan masih banyak lainnya (Anwar,2002).Teori Hubungan Antar Manusia dipelopori oleh Elton Mayo pada tahun 1930-an. Teori tersebut menekankan pada pentingnya hubungan sosial yang disebabkan karena hubungan manusiawi atau interaksi, juga pada perhatian terhadap pegawai dan proses kelompok yang terjadi di antara anggota organisasi.Semua itu tentunya memerlukan sebuah proses komunikasi yang efektif. Hubungan komunikasi yang baik antara atasan dengan bawahan, bawahan dengan atasan, dan antara bawahan dalam suatu organisasi, akan membentuk iklim komunikasi yang baik, hal ini sangat berpengaruh besar dalam menjembatani terciptanya peningkatan semangat kerja dan produktivitas pegawai di dalam organisasi tersebut (Theofaldy,2013).

Dalam teori ini membahas pentingnya individu dan hubungan sosial dalam ruang lingkup organisasi. Komunikasi interpersonal penting dalam mengubah perilaku seseorang dengan cara membangun interaksi dan suasana nyaman sehingga dapat memberikan motivasi dalam pekerjaan. Teori ini juga menyarankan strategi peningkatan dan penyempurnaan organisasi dengan menciptakan organisasi yang dapat membuat individu mengembangkan potensinya. Dengan meningkatkan kepuasan kerja dan meningkatkan katalisasi diri, akan mempertinggi motivasi kerja, sehingga dapat meningkatkan produksi organisasi/perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Analisis**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode deskriptif dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Nawawi, 2005). Oleh karena itu, penekanan latar belakang struktur dan individu secara utuh dan secara deskriptif menggambarkan keadaan subjek dan obyek penelitian berdasarkan fakta yang ada.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Miles and Huberman. Analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Langkah-langkah analisis sebagai berikut:

#### **1.Data reduction (Reduksi data)**

Data yang diperoleh dari lapangan jumlah cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema, dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data serta mencarinya bila diperlukan.

#### **2.Data display (Penyajian Data)**

Setelah data dikoreksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat dengan teks yang bersifat naratif.

### 3. Conclusion drawing/verification

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap-tahap berikut. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Berdasarkan hasil wawancara dengan PSK inisial (IS) sebagai informan 1 menyampaikan bahwa: “Untuk awal pertemuan saya dengan pelanggan itu kebanyakan via online lewat michat biasanya, untuk negosiasi harga kita bahas dulu di chat, yang paling awal dibahas mengenai harga. Disitu saya bilang tarif harga saya sekali main itu 500 ribu, ada yang langsung setuju dengan harga itu, ada juga yang minta turunkan harga. Ya saya tanya kamu sanggup nya berapa. Kalau kurang 100 atau 200 saya masih terima kalau lewat itu saya ngak terima. Jika harga yang pelanggan tawar terlalu murah saya rayu terus dengan sikap ramah agar dia mau menaikkan harganya. Setelah selesai negosiasi harga saya jelaskan mainnya pakai alat pengaman. Dan saya bilang yang mana saja yang dibolehkan untuk di disentuh. untuk tempat mainnya saya beri kesempatan kepada pelanggan yang menentuka.” (Wawancara pada tanggal 14 Juli 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan PSK inisial (EG) sebagai informan 2 menyampaikan bahwa: “ komunikasi awal saya menggunakan aplikasi “michat” saya sering mencari tamu di aplikasi itu. Kadang kalo saya bertemu dengan pelanggan saya ceritakan tentang pribadi saya sebelum dengan tamu yang sekarang. kalo soal pembayaran itu sistemnya COD selesai main baru di bayar tapi sebelumnya saya bicarakan di chat untuk nominal booking. sikap saya bertemu saat di hotel , tamu (pelanggan) dan masuk ke kamar melihat saya kalo deal langsung kami main. untuk negosiasi harga itu tawar menawar iya di aplikasi itu saya bukak harga 500rb kadang di tawar 300rb, ada yang tawar 200 ribu, bermacam-macam lah tapi sebisa mungkin saya yakinkan dan saya rayu hingga deal dan harganya sesuai dengan yang saya mau. Terkadang juga ada saya udah kasih tau harga 500 ribu eh pelanggan nya tanpa nawar langsung deal ada juga yang merasa kemahalan ngak nego langsung kabur aja. Iya setelah nego harga dan deal, ada pelanggan yang minta nya jam berapa, mainnya gimana, sesuai keinginan meraka lah. Selaesai main langsung pembayara”. (Wawancara pada tanggal 16 Juli 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan PSK inisial (CP) sebagai informan 3 menyampaikan bahwa: “saya itu biasanya mangkal disalah satu club dan cafe. Jadi sistemnya saya nunggu pelanggan yang datang, komunikasi awal yah seperti biasa menyapa dan menggoda agar pelanggan tertarik dengan saya. Kalo untuk pelanggan lama biasanya lewat whatsapp/telfon Setiba kami mengobrol lama langsung saya katakan bayaran untuk booking saya 1jt pertama mendengar dia kaget mengatakan “waduh mahal banget dek, gak bisa nego”. yah selalu kan keinginan pelanggan itu berbeda, jadi saya selalu beri kesempatan pelanggan mengutarakan keinginannya Setiba kami mengobrol lama langsung saya katakan bayaran untuk booking saya 1jt pertama mendengar dia kaget mengatakan “waduh mahal banget dek, gak bisa nego” sikap positif saya iya itu saat dia bilang mahal saya langsung jawab “iya udah abang mau berapa ada dana berapa biar di sesuaikan”. Jelas saya beri kesempatan untuk menawar karna saya bilang harga untuk “BO” 1jt dan pelanggan menawar saya dengan harga 600rb”. Setelah negosiasi dan saya harga nya cocok langsung langsung kita cari hotel atau bisa ke kosan saya, lanjut main. Selesai langsung pembayaran. Kebanyakan pelanggan puasa dengan service saya jadi banyak yang datang berkali-kali ke saya.” (Wawancara pada tanggal 20 Juli 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan PSK inisial (VS) sebagai informan 4 menyampaikan bahwa: “Saya sering terima BO baik di kosan maupun diluar. Kebanyakan sih pelanggng hubuni saya dari via facebook atau wa langsung. Iya saya bilang kalo keluar saya biasanya 800rb kalo di kosan mainnya 500rb itu hannya short time kalo long time biasanya 2jt kadang juga 1,5jt/malamnya, itu ngak pakai alat pengaman jadi pelanggannya makin puas”.Tapi yah ngak semua pelanggan langsung terima dengan harga yang saya tetapkan pasti ada yang minta nego lyah. Saya selalu memberikan pelanggan kesempatan untuk negosiasi atas tawaran yang saya berikan. Kalo menurut saya itu sudah cukup saya terima negosiasi dari pelanggan Kalo menurut saya itu sudah cukup saya terima negosiasi dari pelanggan. Setelah deal saya tanya sama pelanggan dia maunya di main yang bagaimana kan macem-macam sifat pelanggan Kadang saya Tanya sama pelanggan dia maunya di main yang bagaimana kan macem-macam sifat pelanggan. Ya kadang setelah booking tamu chat ke saya bilang “jangan chat ya,



bsok kita ngobrol” itu tandanya pelanggan ingin kembali ke kita lagi. (Wawancara pada tanggal 21 Juli 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan (tamu) inisial (EA) sebagai informan 1 menyampaikan bahwa: “saya biasanya langsung ketempat PSK. Iya pasti PSK duluan yang tarok harga untuk BO berapa, kalo soal tempat si PSK sudah menyiapkan tempat untuk dia biasa BO. Kadang saya ikuti tapi kalo PSK masih mau mahal saya gak jadi booking. Kadang saya ikuti tapi kalo PSK masih mau mahal saya gak jadi booking. Pertama saya bertemu di kosan, dan saya mengatakan “dek lagi ada tamu gak , bisa booking”.. Kadang saya langsung bilang bisa BO dana 300rb dekk”. Kadang langsung deal tapi kebanyakan negosiasi lah minta naikin lagi harga nya, kalau lagi ada uang banyak saya naikin, kasih dia uang jajan lebih kan. Kalau sudah negosiasi harga saya sering bertanya maunya enak di gimanain dek. (Wawancara pada tanggal 22 Juli 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan (tamu) inisial (RY) sebagai informan 2 menyampaikan bahwa: “Saya pertama bertemu di aplikasi Tantan, dan di aplikasi itu saya chat si PSK ini , pertama saya Tanya alamat dan pekerjaan. Iya saat saya chat di aplikasi itu saya Tanya berapa untuk Booking semalamnya, lalu di jawab oleh PSK “untuk booking semalam 3jt, full service” Iya saya memberikan kesempatan apa yang di inginkan dengan PSK, karna saya sendiri sadar kalo saya main memang lama suka kasian sama PSK nya. Untuk negosiasi pasti terjadi saya selalu dengarkan dulu berapa tarif yang ia tarok, kalo sesuai dengan saya akan saya lanjut bawa si PSK itu kehotel karna dia tidak menyediakan tempat. Terkadang si PSK ini tidak sesuai dengan tempat yang saya pilih dan akhirnya saya suruh dia untuk memilih tempat yang dia nyaman. (Wawancara pada tanggal 23 Juli 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan (tamu) inisial (YG) sebagai informan 3 menyampaikan bahwa: “Jadi saya datang ke satu tempat (HOTEL) yang berada di sukamerindu di sana banyak PSK saya tinggal pilih mau yang mana, lalu saya di sambut si PSK itubilang ”cari apa bang, sama adek aja job kosong”. Karna saya baru bertemu saya mengatakan “gimana system mainnya, soalnya saya sering bertemu PSK mainnya tidak sampai selesai”.kalo untuk di Hotel itu rata-rata mereka murah jadi saya langsung ngomong 250rb gimana dek”. PSK ini pernah memeluk badan saya di depan Lobby karna saya menganggap itu tempat umum akhir nya saya negosiasi di kamar. Karna saya tadi sudah menyebutkan dana yang saya punya akhirnya si PSK ini menyebutkan lagi tarif yang dia mau yaitu 300rb. Karena saya tadi sudah menyebutkan dana yang saya punya akhirnya si PSK ini menyebutkan lagi tarif yang dia mau yaitu 300rb. Dan karna saya tau ini pekerjaan dia saya menghargai kemauannya yang dia mau tarif 300rb tadi. (Wawancara pada tanggal 31 Juli 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan (tamu) inisial (RD) sebagai informan 4 menyampaikan bahwa: “Saya sudah pernah sekali dengan PSK yang sama, jadi saya chat dia lewat Whatsapp, dan saya katakana kalo saya ingin bertemu lagi malam ini. Karna saya sudah pernah Booking dia sekali jadi dia tau dana yang saya punya, waktu itu sih saya membayar dengan nominal 400rb itu sudah dengan hotel. Jadi negosiasi harga itu hanya diawal pertemuan kita sebelumnya. Cuma kalau udah kali kedua ini kita negosiasi tempat saja terkadang PSK ini bosan dengan tempat biasa dia tempati untuk open BO jadi saya menyuruh untuk mencari tempat lain. Iya karna saya ingin PSK ini nyaman agar jadi saya Tanya ingin dia yang bagaimana. Terkadang PSK ini bosan dengan tempat biasa dia tempati untuk open BO jadi saya menyuruh untuk mencari tempat lain” (Wawancara pada tanggal 31 Juli 2022).

## **Pembahasan**

Negosiasi antara PSK (pekerja seks komersial) di Kota Bengkulu dengan pelanggan (tamu) dalam menjaga hubungan dengan cara selalu berkomunikasi baik melalui chat pribadi atau pun bertemu secara langsung dengan pelanggan, berdasarkan hasil penelitian diketahui PSK (pekerja seks komersial) yang menjadi informan dalam penelitian bersatus 2 PSK belum menikah, 1 berstatus pelajar dan 1 berstatus janda. Sedangkan status dari pelanggan atau tamu ada yang 2 berstatus lajang dan 2 berstatus duda. Dari hasil wawancara diketahui bahwa komunikasi interpersonal dalam transaksi prostitusi dinilai efektif karena adanya beberapa ciri-ciri komunikasi interpersonal.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui komunikasi terjadi dalam beberapa tahap Dalam tahap kontak, para pekerja seks komersial dan calon pengguna jasa yang telah melewati tahap kontak, mulai melakukan pembicaraan yang lebih terbuka. Topik dari pembicaraannya pun tidak lagi sekedar pengenalan antara satu dengan yang lain, tetapi sudah menjurus ke arah kesepakatan untuk melakukan kencan. Tahap keterlibatan ini bisa dikatakan sebagai ”kata lain” dari tahap transaksi yang sesungguhnya, karena dalam tahap ini juga biasanya langsung disebutkan nominal yang disepakati antara pekerja seks komersial dengan calon pengguna jasa.

Dalam tahap keterlibatan, para pekerja seks komersial dan calon pengguna jasa yang telah melewati tahap kontak, mulai melakukan pembicaraan yang lebih terbuka. Topik dari pembicaraannya

pun tidak lagi sekedar pengenalan antara satu dengan yang lain, tetapi sudah menjurus ke arah kesepakatan untuk melakukan kencana. Tahap keterlibatan ini bisa dikatakan sebagai "kata lain" dari tahap transaksi yang sesungguhnya, karena dalam tahap ini juga biasanya langsung disebutkan nominal yang disepakati antara pekerja seks komersial dengan calon pengguna jasa. Tetapi sebelum terjadinya transaksi tersebut, didahului dengan perbincangan yang lebih dari sekedar perbincangan biasa. Semakin intim topik yang dibicarakan, disertai dengan canda tawa kecil menunjukkan keakraban sudah mulai terjadi antara pekerja seks komersial dengan calon pengguna jasa.

Dalam tahap keakraban sebenarnya lebih menerangkan kaitan antara para pekerja seks komersial dengan pengguna jasa yang telah menggunakan jasa pekerja seks komersial beberapa kali dalam waktu yang berdekatan atau bisa disebut sebagai pelanggan. Interaksi yang terjalin dengan baik dan akrab antara para pekerja seks komersial dengan pengguna jasa terjadi ketika para pengguna jasa sudah menjadi pelanggan tetap para pekerja seks komersial. Jika pengguna jasa baru pertama kali datang, mungkin tingkat keakrabannya tidak sama seperti interaksi Keakraban tersebut terlihat dari awal kedatangan para pelanggan. Para pekerja seks komersial pun juga terlihat sangat ramah menyapa para pelanggan yang datang, tidak jarang para pekerja seks komersial ini juga terlihat langsung bercanda atau menggoda para pelanggan dari awal kedatangan mereka. Keakraban yang terjalin biasanya tercipta ketika pengguna jasa tersebut sudah lebih dari 2 kali menggunakan jasa pekerja seks komersial tersebut antara pekerja seks komersial dengan pelanggannya.

Selanjutnya tahap perusakan dan tahap pemutusan berikut merupakan tahap penurunan hubungan, ketika ikatan atau keakraban antara para pekerja seks komersial dengan pengguna jasa dirasa sudah tidak penting lagi, dengan sendirinya para pengguna jasa ini akan meninggalkan lokasi prostitusi. Selain karena sudah mendapatkan keinginannya, kualitas pelayanan juga menjadi tolak ukur dalam tahap perusakan ini. Jika dirasa service atau pelayanan para pekerja seks komersial ini tidak sesuai dengan perjanjian dan jika salah satu pihak (dalam hal ini adalah pengguna jasa) memang tidak ingin melanjutkan atau menggunakan jasa pekerja seks komersial di kawasan tersebut, maka dari tahap perusakan ini akan berlanjut ke tahap pemutusan.

Dikaitkan dengan penelitian ini, maka dalam tahap pemutusan ini diartikan dimana keadaan pengguna jasa sudah tidak ingin lagi menggunakan jasa para pekerja seks komersial. Dilihat dari sisi para pekerja seks komersial, tahap pemutusan terjadi diakibatkan karena adanya rasa tidak suka dan rasa trauma dalam melayani calon pengguna jasa. Para pekerja seks komersial biasanya dengan sepihak memutuskan untuk tidak mau melayani pengguna jasa yang ingin mendapatkan pelayanan jasa dari mereka.

Serta komunikasi interpersonal dalam transaksi prostitusi yang terjadi di Kota Bengkulu dinilai efektif karena adanya beberapa ciri-ciri komunikasi interpersonal sebagai berikut:

1. Ciri pertama yang menonjol adalah adanya keterbukaan antara PSK dan tamu. Keterbukaan dalam transaksi prostitusi online diartikan sebagai adanya kejelasan dalam pemberian informasi dari kedua pihak, dimana kedua pihak sepakat untuk melanjutkan proses negosiasi.
2. Ciri kedua adanya empati (empathy) sebagai kemampuan untuk mengetahui hal-hal yang dirasakan orang lain. Hal ini termasuk ketika PSK dan pelanggan melakukan pemahaman terhadap satu sama lainnya.
3. Ciri ketiga Perasaan positif (positiveness), Sikap positif dalam komunikasi interpersonal berarti bahwa antara PSK dan pelanggan memandang dirinya secara positif dan menghargai orang lain, dengan menggunakan bahasa yang sopan ketika berkomunikasi. Sikap positif tidak dapat lepas dari upaya menghargai keberadaan serta pentingnya orang lain. Dorongan positif umumnya berbentuk pujian, dan terdiri atas perilaku yang biasa kita harapkan.
4. Ciri keempat yaitu kesamaan (equality), Kesamaan/kesetaraan berarti kita menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl Rogers, kesetaraan meminta kita untuk memberikan. Dalam hal ini keinginan antara PSK dan pelanggan yang memiliki satu tujuan.

Eksistensi pelacuran merupakan suatu fenomena yang nyata ada di dalam masyarakat. Fenomena tersebut juga tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan masyarakat baik itu masyarakat kelas bawah, kelas menengah dan juga kelas atas. Pekerja Seks Komersial adalah para petugas yang melayani aktivitas seksual dengan tujuan untuk mendapatkan upah atau imbalan dari yang telah memakai jasa mereka tersebut (Koentjara, 2004). Jika sebelumnya PSK merupakan julukan yang lebih menitik beratkan kepadawanita sebagai pelakunya, saat ini pelaku prostitusi atau yang biasa disebut PSK muncul tidak hanya dari kaum wanita tetapi juga dari kaum pria.

Melakukan komunikasi dengan pelanggan bukan suatu hal yang mudah untuk dilakukan. Namun juga bukan suatu hal yang sulit untuk dilakukan. Hal ini dapat terjadi dikarenakan manusia memiliki karakter yang berbeda. Akan berbeda apabila yang kita jual adalah jasa. Dahulu para pekerja seks komersial (PSK) melakukan cara konvensional yakni mangkal diemperan atau di jalan, kini hanya





bermodal internet dan gadget bisa menarik pelanggan untuk menawarkan jasanya. Di masa sekarang yang semuanya serba digital telah menggeser poladalam berbagai aspek kehidupan yang kini telah serba online.

Negosiasi merupakan suatu proses komunikasi dimana dua orang atau lebih dengan tujuan yang berbeda melakukan suatu proses timbal balik yang melibatkan pertukaran sesuatu antara dua orang atau lebih hingga mencapai kesepakatan bersama yang menguntungkan semua pihak. Negosiasi merupakan proses interaksi yang dilakukan dua pihak atau lebih yang perlu terlibat secara bersama sebuah hasil akhir. Setelah ada tamu yang tertarik dengan promosi yang ditawarkan PSK maka akan terjadi negosiasi, PSK berhak menentukan tarif untuk setiap pelanggan dan tentu saja setiap pelanggan berhak untuk melakukan tawar-menawar. Ketika PSK mematok harga tinggi pasti tentu saja ada pelayanan yang lebih diberikan kepada pelanggan dan ketika pelanggan menawar harga murah tentu saja pelayanan yang diberikan berbeda.

Selain negosiasi masalah tarif PSK dan pelanggan juga bernegosiasi masalah tempat, waktu serta cara pembayaran. Adapun proses negosiasi yang dilakukan oleh PSK dan pelanggan dilakukan ialah Ketika proses tawar menawar antara PSK dan pengguna jasa ada yang langsung bertemu dan ada juga belum bertemu mereka hanya berkomunikasi melalui fitur chatting. Ketika sudah sepakat masalah tarif dan tempat maka akan dilakukan proses selanjutnya. Setelah terjadi kesepakatan antara PSK dan tamu maka akan dilakukan pembayaran. Setelah melakukan pembayaran maka PSK akan melakukan pelayanan jasa. Pelayanan jasa merupakan tahap terakhir dari segala proses, jika telah sampai ke tahap pelayanan jasa berarti sudah bertemunya antara PSK dan tamu.

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi didalam diri sendiri, didalam diri manusia terdapat komponen-komponen komunikasi seperti sumber, pesan, saluran penerima dan balikan. Dalam komunikasi interpersonal hanya seorang yang terlibat. Pesan mulai dan berakhir dalam diri individu masing-masing. Komunikasi interpersonal mempengaruhi komunikasi dan hubungan dengan orang lain. Setelah melalui proses interpersonal tersebut, maka pesan-pesan disampaikan kepada orang lain. Salah satu ciri yang menandai telah terjadinya proses komunikasi interpersonal adalah adanya interaksi. Interaksi adalah suatu tindakan yang berbalas, dengan kata lain adalah suatu hubungan yang saling mempengaruhi. Dalam hal ini telah terjadi interaksi antara komunikator (pengirim) dan komunikan (penerima) informasi, sedangkan objek yang ditransaksikan berupa pesan atau informasi.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dalam Pola Komunikasi interpersonal dapat diuraikan menjadi beberapa tahapan antara lain tahap kontak, tahap keterlibatan, tahap keakraban, tahap perusakan, dan tahap pemutusan. Tahapan-tahapan ini dapat menggambarkan pola komunikasi antara para PSK di Kota Bengkulu. Komunikasi interpersonal dalam transaksi prostitusi dinilai efektif karena adanya beberapa ciri-ciri komunikasi interpersonal. Yang pertama yang menonjol adalah adanya keterbukaan antara PSK dan tamu. Keterbukaan dalam transaksi prostitusi online diartikan sebagai adanya kejelasan dalam pemberian informasi dari kedua pihak, dimana kedua pihak sepakat untuk melanjutkan proses negosiasi. Kedua adanya empati (empathy) sebagai kemampuan untuk mengetahui hal-hal yang dirasakan orang lain. Hal ini termasuk ketika PSK dan pelanggan melakukan pemahaman terhadap satu sama lainnya. Ketiga Perasaan positif (positiveness), Sikap positif dalam komunikasi interpersonal berarti bahwa antara PSK dan pelanggan memandang dirinya secara positif dan menghargai orang lain, dengan menggunakan bahasa yang sopan ketika berkomunikasi. Keempat yaitu kesamaan (equality), dalam hal ini keinginan antara PSK dan pelanggan yang memiliki satu tujuan.

### Saran

1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan prostitusi di kota Bengkulu. Khususnya yang berminat untuk mengetahui lebih jauh tentang prostitusi (melakukan penelitian) maka perlu modifikasi variabel penelitian baik menambah variabel. Sehingga akan lebih objektif dan bervariasi dalam melakukan penelitian.
2. Bagi pemerintah daerah Kota Bengkulu, sebagai acuan dalam pengambilan kebijakan di masa yang akan datang dalam upaya mengurangi jumlah PSK yang ada di kota Bengkulu.
3. Bagi para PSK agar berusaha mencari pekerjaan yang lebih baik dan tidak merugikan orang lain. Karena dengan pekerjaan tersebut para PSK dapat mengidap penyakit sehingga hal tersebut dapat merugikan dan orang lain. Walaupun faktor ekonomi memaksa

mereka untuk melakukan pekerjaan tersebut tidak salah juga untuk bekerja pada yang halal walau gajinya tidak seperti yang mereka inginkan.

4. Bagi Para pelanggan (tamu) agar mempertebal iman dan taqwa, agar tidak tergodaya oleh sesuatu apapun yang mengintikkan kesenangan yakni PSK.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alfredson, Tanya & Cungu', Azeta. 2008. Negotiation Theory and Practice, A Review of the Literature. New York :EASYPol.
- Anwar, Dessy. 2002. Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Surabaya : Amelia.
- Ardianto, Elvinaro. 2008. Pendekatan Praktis Menjadi Komunikator, Orator, Presenter dan Juru Kampanye. Public Relations Praktis. Bandung: WidyaPadjajaran.
- Greenberg. Paul. 2010. CRM at the speed of light : Social CRM Strategies, Tool, and Techniques for Engaging Your Customer. (4th edition). New York: McGraw-Hill, Inc.
- Griffin. 2005. Customer Loyalty. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Hadari Nawawi. 2005. Penelitian Terapan. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Jackman. A. 2005. How To Negotiate : Teknik Sukses Bernegosiasi. Jakarta: Erlangga.
- Kartono, Kartini. 2005. Patologi Sosial Jilid 1. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Koentjoro. 2004. On The Spot Tutur Dari Sarang Pelacur. Yogyakarta: Tinta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- McGuire, R. 2004. Negotiation : An Important Life Skill. The Pharmaceutical Journal. Vol. 273. (23-25)
- Moleong, Lexy J. 2015. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Robbins, Stephen. P. 2003. Perilaku Organisasi. Jakarta: Gramedia.
- Rustono. 2008. Peran Komunikasi dan Negosiasi Dalam Hubungan Pemutusan Kerja (PHK). Jurnal Pengembangan Humaniora, Vol. 8 No 3.
- Schatzki, M & Coffey, W. 2009. Ebook Negotiation: The Art Of Getting What You Want.
- Theofaldy, Bangun, 2013 . "Alur Komunikasi Vertikal Dalam Meningkatkan Semangat Kerja Pegawai Di Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda", e-Journal Ilmu Komunikasi, Vol. 1 No. 3.
- Tjohjo Purnomo. Dalam Ashadi Siregar, Dolly. 1983. Membedah Dunia Pelacuran Surabaya, Kasus Kompleks Pelacuran Dolly. Jakarta: Grafitipers.
- Ulinuha, Zulfa. 2013. Strategi Negosiasi Bisnis Jack Advertising Dengan Klien (Studi Pada Klien Jack Advertising: Sampoerna, LG, Dan Primarasa food). Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.