



**Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan**

ISSN 2354-6147 EISSN 2476-9649

Tersedia online di: [journal.stainkudus.ac.id/index.php/fikrah](http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/fikrah)

DOI: 10.21043/fikrah.v5i2.3123

## **Kontribusi Media dalam Memenuhi Kebutuhan Beragama Perempuan Pekerja Seks Komersial di Lokalisasi Lorong Indah**

**Fatma Laili Khoirunnida**

*Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus*

*syakila.elmuna@gmail.com*

**Zaimatus Sa'diyah**

*Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus*

**Irzum Fariyah**

*Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus*

**Retno Susilowati**

*Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus*

### **Abstrak**

Artikel ini bertujuan untuk mengungkap fenomena sosial dari prostitusi di Lorong Indah Pati. Sebagai manusia yang beragama, pekerja seks komersial (PSK) berhak mencari hidup bermakna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah PSK di Lokalisasi Lorong Indah Pati, mucikari, tokoh agama dan masyarakat sekitar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pencarian makna hidup dalam rangka mempertahankan eksistensi kebutuhan beragama tetap menjadi sisi laten di balik tampilan vulgar komersialisasi tubuh mereka. Keberagaman tersebut melahirkan pola pencarian makna hidup yang berbeda bagi para pekerja seks komersial. Di antaranya, pemanfaatan keberadaan media televisi, radio dan juga media cetak sebagai salah satu instrument yang memiliki peranan penting pemenuhan kebutuhan beragama masyarakat di komunitas PSK di Lorong Indah Pati.

**Kata kunci:** Hidup bermakna, kebutuhan beragama, kontribusi media, pekerja seks

### Abstract

This article aims to reveal the social phenomenon of prostitution in Lorong Indah Pati. As a human, especially a religious person, commercial sex workers have the right to seek meaningful living. This research uses qualitative approach with data collection technique through observation, interview and documentation. Informants in this study are commercial sex workers in the Localization of Lorong Indah Pati, religious leaders and the surrounding community. The results show that the process of searching meaning in life in order to maintain the existence of religious needs remains the latent side behind the vulgar display of commercialization of their bodies. That religion gave birth to a pattern of searching for different meanings of life for commercial sex workers. Among other things, the use of the media, television and radio as well as print media (newspaper) as one of the instruments that have an important role to meet the needs of community religion in the community of PSK in Lorong Indah Pati.

**Keywords:** Meaningful life, religious needs, media contributions, prostitute

### Pendahuluan

Prostitusi merupakan salah satu fenomena patologis yang melekat dalam kehidupan sosial yang hingga saat ini masih menghadirkan beragam persoalan. Desain kebijakan dalam pemerintahan di negara manapun seolah begitu sulit untuk mencapai kondisi *zero prostitution* mengingat begitu banyak permasalahan rumit yang melatarbelakangi kehadiran kehidupan prostitusi itu sendiri (Sanger, 2015, hal. 12). Bahkan legalisasi prostitusi yang dianggap mampu meminimalisir berbagai dampak negatif juga masih menyisakan persoalan seperti *human trafficking* (Cho, S. Y., Dreher, A., & Neumayer, 2013, hal. 67–82). Tidak banyak yang dapat diupayakan terhadap para pelaku bisnis prostitusi ini selain memposisikan keberadaan mereka secara humanis sebagai bentuk pendekatan yang diharapkan mampu secara progresif merubah kehidupan mereka untuk lebih baik setidaknya pada tataran normatif.

Kehidupan prostitusi identik dengan kehidupan hitam, kotor, keras dan kejam. Eksistensi perempuan pekerja seks komersial di dalamnya tentu memiliki andil besar. Keberadaan mereka sebagai motor penggerak kehidupan di lembah hitam tersebut telah menciptakan stigma masyarakat tentang keberadaan PSK sebagai manusia yang keji, kotor dan hina. Citra negatif tentang keberadaan para perempuan pekerja seks komersial tersebut seolah telah menutup semua celah kebaikan dan potensi-potensi positif yang melekat pada fitrah mereka sebagai makhluk Tuhan. Kehidupan yang ideal

dan peluang untuk memperoleh kedudukan sebagai perempuan baik-baik seolah telah terampas dari kehidupan mereka sebagai konsekuensi yang melekat dari profesi yang dijalani. Tuhan dan agama seolah tak lagi menjadi bagian dari hak yang dapat mereka miliki dan nikmati. Sementara dari beberapa penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa dinamika kehidupan spiritual perempuan pekerja seks komersial tetap hidup dalam diri mereka. Dorongan untuk beragama, menyembah Tuhan, melakukan kebaikan sebagaimana yang dia yakini sesuai dengan ajaran agamanya tetap hidup dalam diri mereka.

Pada era teknologi ini, tentunya banyak media informasi yang diharapkan dapat menjadi sarana dalam pemenuhan kebutuhan beragama mereka. Pandangan fungsionalis seperti Amstrong mengatakan bahwa media merupakan entitas yang netral namun tetap dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan agama, kitab suci dan juga tradisi (Hosseini, 2008, hal. 56–69). Realitas yang ada di tengah masyarakat juga menunjukkan bahwa kontribusi media dalam pemenuhan kebutuhan beragama masyarakat kian menunjukkan signifikansi yang cukup besar. Sebagaimana dalam penelitian Farihah (2016) yang melihat perubahan perilaku beragama masyarakat melalui media dakwah di radio yang disiarkan oleh PAS FM menunjukkan bahwa ada pada pemahaman (pola pikir) dan perilaku melalui media radio. Perubahan pemahaman mempengaruhi perubahan sikap beragama yang nantinya mempengaruhi perubahan sosial. Perubahan yang dialami para subyek penelitian ada dua evolusioner dan revolusioner. Perubahan evolusioner dapat dilihat dari hasil mendengarkan kajian keislaman dapat menambah pemahaman keagamaannya yang nantinya mampu merubah sikap beragama. Sedangkan yang revolusioner pada pendengar radio mampu meredakan emosinya yang sebelumnya tidak stabil dan dapat merubah perilakunya dalam beragama. Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Hjarvard sebagai proses *mediatization* di mana media berperan sebagai *primary resources* pemenuhan kebutuhan tentang agama, terutama terkait hal-hal praktis dan sederhana (Hjarvard, 2008, hal. 9–26).

Nur Syam dalam bukunya “Agama Pelacur” (2010, hal. 11) juga Umiarso dan Erfan dalam karyanya yang berjudul “Konsep Tuhan Perspektif Pelacur” (2016, hal. 316) menjelaskan bahwa betapa kehidupan beragama ternyata tetap menjadi bagian dari

nafas para pelaku bisnis haram tersebut. Istilah “pelacur juga manusia” mungkin lebih tepat dalam konteks ini di mana manusia siapapun dibagian bumi manapun merupakan ciptaan Allah yang dibekali oleh seperangkat akal dan *qalbu* sebagai bekal untuk meneguhkan fitrah mereka sebagai makhluk beragama, yang menyembah Tuhan, mencintai kebaikan dan membenci kejahatan sebagai bagian nilai yang disyariatkan oleh ajaran agamanya.

Penelitian agama pelacur Nur Syam yang menggunakan perspektif “dramartugi” sebagai pisau analisis ternyata dapat menyajikan pelacur dalam ruang yang berbeda. Jika selama ini terdapat anggapan bahwa dunia pelacuran adalah ruang hampa agama maka realitasnya ia juga memiliki ruang hampa agama yang mempunyai ciri kekhasan. Ruang agama tersebut tidak berada di panggung depan yang hinggar bingar, tetapi berada di ruang belakang yang tersembunyi dan tetap berada dalam kesadaran yang hakiki. Seorang pelacur yang beragama Islam, saat di panggung belakang mereka menangis meratapi nasibnya dan merasa berdosa karena sudah melanggar ajaran agama, namun di sisi lain mereka tidak berdaya keluar dari jeratan dunia pelacur yang mampu menghasilkan pundi-pundi untuk memenuhi kebutuhan dirinya maupun keluarganya. Realita kehidupan beragama juga menjadi bagian dari fenomena hinggar bingarnya dunia prostitusi di komplek lokalisasi Lorong Indah Kabupaten Pati. Dalam penelitian sebelumnya di lokasi yang sama menggambarkan bahwa komplek lokalisasi yang terletak di wilayah pantura ini menjadi kontributor tersendiri dalam meneguhkan stigma sebagian masyarakat mengenai jalur pantura sebagai jalur prostitusi. Komplek ini terletak kurang lebih tiga kilo meter dari jalur pantura kabupaten Pati dengan dihuni kurang lebih 200 orang perempuan pekerja seks komersial yang menghuni sekitar 40 rumah bordir. Dengan jumlah populasi yang tidak sedikit tersebut tentunya menyimpan banyak dinamika kehidupan perempuan pekerja seks komersial yang terlibat di dalamnya. Termasuk dalam kehidupan beragama mereka.

Salah satu sisi yang cukup menarik dari kehidupan mereka adalah tingginya animo PSK untuk terlibat dalam kegiatan keagamaan yang kadang diadakan sebulan sekali di komplek lokalisasi dalam bentuk kegiatan pengajian. Berdasarkan hasil penelitian Nida (2016) menunjukkan bahwa motivasi beragama mereka cukup besar yang muncul dalam bentuk keikutsertaan mereka dalam pengajian rutin bulanan, juga

kesepakatan untuk meliburkan diri di bulan puasa dan menghabiskan bulan ramadhan di rumah masing-masing untuk beribadah. Tidak sedikit dari mereka yang tetap menjalankan sholat sekalipun dengan kondisi yang ala kadarnya, serta beberapa ritual keagamaan yang tetap mereka jalankan di sela-sela kehidupan kelamya. Salah satu alternatif yang dilirik oleh komunitas PSK untuk memenuhi kebutuhan keberagamaan adalah media, baik televisi, radio ataupun media sosial yang bisa dengan mudah diakses oleh siapapun.

Tidak dapat dipungkiri bahwa media mempunyai peran yang cukup besar dalam pembentukan *self-esteem* dan keberagamaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pembentukan *self esteem* tersebut (Ward, 2004, hal. 284). Dengan demikian muncul pertanyaan adakah hubungan yang erat antara penggunaan media dan tingkat keberagamaan seseorang? Dalam penelitian Rob Nyland dan Christ Near (2007, hal. 24–28) menyimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat keberagamaan seseorang dengan penggunaan media. Hipotesa yang diajukan dalam penelitian tersebut adalah semakin tinggi tingkat keberagamaan seseorang maka semakin rendah tingkat penggunaan media. Namun ternyata hipotesa ini tidak terbukti, justru sebaliknya.

## **Metode**

Artikel ini adalah bersifat *field research* dan menggunakan pendekatan kualitatif (Azwar, 2010). Penelitian ini dilaksanakan di Lokalisasi Lorong Indah Pati yang letaknya di sebelum masuk kota Pati. Informan dalam penelitian ini adalah pekerja seks komersial di Lokalisasi Lorong Indah Pati, mucikari, tokoh agama dan masyarakat sekitar. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, interview dan dokumentasi.

## **Manusia dan Kebutuhan Beragama**

Salah satu indikator kebahagiaan dan kebermaknaan hidup yang mampu dicapai setiap individu adalah ketika mereka mampu memenuhi segenap kebutuhannya. Para psikolog modern sepakat bahwa terdapat dua kategori kebutuhan dalam setiap manusia yang meliputi kebutuhan fisiologis dan kebutuhan psikologis-spiritual. Untuk

kebutuhan fisiologis, dorongan pemenuhan kebutuhan ini muncul dalam bentuk kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan hidup seperti makan, minum, istirahat, berketurunan guna menjaga keberlangsungan spesiesnya, yang oleh Maslow sering disebut sebagai *basic need*.

Kebutuhan yang kedua adalah kebutuhan psikologis yang termanifestasikan pada perilaku psiko-sosial manusia dan dapat terlihat pada kecenderungan mereka untuk berkelompok, mendapat identitas diri, mendapatkan kemuliaan (harga diri), serta seperangkat dorongan untuk mencapai aktualisasi diri. Kebutuhan psikis ini tidak dapat meninggalkan kuatnya dorongan terhadap pemenuhan kebutuhan spiritual yang salah satunya termanifestasikan pada kuatnya dorongan dalam diri tiap individu untuk beragama, mencintai kebaikan, dan membenci keburukan. Perspektif psikologi Islam menyebutnya dengan istilah "fitrah" di mana manusia senantiasa tidak dapat lepas dari kekuatan transendental sebagai tingkat kesempurnaan yang ingin dicapainya sebagai pribadi (*self*). Uraian tersebut menjadi gambaran bahwa pada hakekatnya manusia memiliki fitrah untuk beragama. Keberadaan fitrah inilah yang menjadikan agama sebagai salah satu bentuk kebutuhan dari beberapa kebutuhan yang dimiliki manusia. Sebagaimana firman Allah dalam QS. ar-Rum 30:

*"Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada Agama (Allah). Tetaplah atas fitrah Allah yang telah menciptakan manusia sesuai fitrah itu. Tidak ada perubahan pada fitrah Allah. Itulah agama yang lurus tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahuinya"*

Abu Hurairah r.a meriwayatkan bahwa Rasulullah bersabda:

*"Setiap anak dilahirkan dalam keadaan fitrahnya. Kedua orang tuanyalah yang menjadikannya Yahudi, Nasrani atau Majusi. Sebagaimana binatang yang melahirkan anaknya dengan penciptaan yang sempurna. Apakah kau merasakan ada cacat padanya?"(HR. Bukhari).*

Fitrah dalam kutipan QS. ar-Rum dan HR. Bukhari tersebut dimaknai sebagai agama yang benar dan lurus, di mana seseorang dilahirkan dan cenderung membuat seseorang selalu melakukan kebaikan. Hakikat agama adalah membenarkan sesuatu yang benar, mengingkari semua yang mungkar, memerintahkan pada keadilan, melarang munculnya kezaliman, menghalalkan semua kebaikan, dan mengharamkan

semua yang buruk (Taufiq, 2006, hal. 690). Motif ini tampak dalam berbagai gambaran seperti kecenderungan manusia untuk melakukan beragam ibadah, dan Allah telah mengutus para rasulnya untuk memenuhi kebutuhan beragama dengan jalan yang lurus.

Penjelasan bagaimana eksistensi agama dalam kebutuhan manusia menunjukkan bahwa motivasi beragama merupakan suatu usaha yang ada dalam diri manusia yang mendorong untuk berbuat sesuatu tindak keagamaan dengan tujuan tertentu atau usaha yang menyebabkan seseorang beragama. Motivasi manusia untuk beragama atau melakukan tindakan keagamaan dalam empat hal yakni (1) dorongan untuk mengatasi frustrasi dalam kehidupan, (2) dorongan untuk menjaga kesusilaan dan tata tertib masyarakat, (3) Dorongan rasa ingin tahu (intelektual), dan (4) Dorongan menjadikan agama sebagai sarana untuk mengatasi ketakutan. Kesimpulan yang dapat diambil bahwa motivasi beragama merupakan kekuatan yang menggerakkan seseorang untuk merespon pranata ketuhanan sehingga orang tersebut mampu mengungkapkan dalam bentuk pemikiran dan perbuatan. Adapun aspek yang terdapat dalam motivasi beragama terdiri dari tiga hal, *pertama*, dorongan untuk memeluk agama. *Kedua*, kecenderungan untuk menjalankan ajaran agama dan *ketiga*, adanya tujuan hidup yang sesuai dengan ajaran agama.

Kebutuhan beragama sangat berkaitan langsung dengan perjalanan rohani seseorang untuk mencari keridaan Allah (Ramayulis, 2003, hal. 44). Sebelumnya telah dijelaskan bahwa Allah menciptakan manusia dengan kesempurnaan yang menyeluruh. Hal ini sebagai modal yang diberikan Allah bagi manusia untuk menjalankan tugasnya sebagai khalifah di muka bumi. Selain sebagai khalifah, Allah menjadikan fitrah manusia sebagai makhluk yang beragama. Sifat dasar manusia sebagai makhluk yang beragama inilah yang oleh Danah Zohar dan Ian Marshall disebutkan bahwa di dalam otak manusia terdapat apa yang mereka sebut sebagai “titik Tuhan” atau “*god spot*”. Dalam karyanya, Zohar dan Marsall (2001, hal. 82) mengangkat hasil penelitian yang dilakukan oleh pakar neurobiologi seperti Persinger dan Ramachandran yang menyebutkan bahwa terdapat bagian dalam otak yang disebut dengan lobus temporal yang berkaitan dengan pengalaman religius atau spiritual. Sebagian pakar berpendapat bahwa titik tuhan ini telah berevolusi di dalam otak untuk tujuan tertentu.

Dorongan beragama merupakan dorongan jiwa bawaan (fitrah) dalam karakter penciptaan manusia, karena kedalaman jiwa manusia memiliki dorongan untuk berpikir dan mengetahui penciptanya dan pencipta alam semesta ini, memikirkan cara beribadah kepada-Nya, meminta pertolongan-Nya ketika berada dalam kesulitan atau tertimpa musibah dan merasakan rasa aman dan ketenangan dalam perlindungan dan pemeliharaan-Nya (Najati, 2010, hal. 37). Dapat dilihat dengan jelas dalam kehidupan, perilaku manusia sepanjang sejarah yang berbeda-beda, bahwa mereka telah mempunyai konsep tentang Tuhan dan melakukan penyembahan sesuai dengan tingkat pemikiran dan perkembangan budaya masing-masing. Perbedaan hanyalah terdapat dalam cara mengekspresikan dorongan untuk beragama yang ada dalam hati (Najati, 2010).

Faktor yang dapat membantu untuk membangun dorongan beragama adalah situasi sulit atau bahaya yang mengancam hidupnya. Demikianlah kondisi manusia di mana dan kapanpun, sejak dimulai penciptaannya, jika merasakan suasana yang mengancam dan menakutkan, ia akan meminta perlindungan kepada Zat yang lebih kuat. Hal ini menunjukkan bahwa fitrah untuk beragama sudah ada dalam karakter manusia (Najati, 2010). Sebagaimana yang disampaikan Shihab (2013, hal. 86), bahwa kehadiran Tuhan juga merupakan fitrah manusia yang menjadi kebutuhan dalam kehidupannya. Jika ada manusia yang mengingkari hal tersebut, maka pengingkaran itu hanyalah sementara, karena pada akhirnya sebelum ruh manusia berpisah dengan jasadnya, maka akan mengakui bahwa Tuhan itu ada.

Uraian tentang fitrah beragama pada manusia tersebut, semakin memperjelas bahwa keyakinan setiap individu akan adanya kekuatan yang tak terbatas di luar diri mereka menjadi salah satu pencetus utama mengapa manusia tidak dapat hidup tanpa agama dan tanpa Tuhannya. Keyakinan ini akan menjadi kuat manakala dalam perjalanan hidup manusia dibenturkan dengan rangkaian pengalaman spiritual yang membuat mereka tidak berdaya dan hanya mampu berpangku pada kekuatan di luar dirinya, yakni Tuhan. Hal ini didukung oleh peran dari sifat dasar manusia yang lemah dan cemas, sehingga tanpa disadari mendorong manusia untuk terus mencari keberadaan titik aman yang diyakininya bersumber dari pemenuhan kebutuhan beragama.



## **Kebutuhan Beragama Perempuan Pekerja Seks Komersial**

Kebutuhan beragama sebagai salah satu kebutuhan yang dalam dinamikanya tumbuh subur dari proses pembelajaran yang panjang dalam rentang perjalanan hidup manusia. Sekalipun dorongan pemenuhan kebutuhan ini bersifat naluriah namun tidak dapat mengabaikan intervensi dari proses belajar yang panjang dari perjalanan hidup seseorang dalam mengenal Tuhannya. Dalam perjalanan hidup seseorang, adakalanya mereka harus menerima kondisi sulit dan memosisikan mereka sebagai makhluk yang sejatinya penuh dengan keterbatasan dan ketidakberdayaan. Sosok Tuhan menjadi sesuatu yang dirindukan di mana Tuhan dipandang sebagai sosok penuh kekuatan dan tanpa keterbatasan. Manusia secara fitrah akan senantiasa terus mencari titik tenang dalam perjalanan hidup mereka terutama di saat mereka dihadapkan pada situasi sulit, termasuk yang dirasakan oleh para pekerja seks komersial. Para pekerja seks, sebagai kelompok masyarakat yang memperoleh stigma sebagai manusia yang kotor dan penuh dosa pun, tetap memiliki kehidupan spiritual sebagai individu yang sama-sama memiliki potensi fitrah yang dianugerahkan Tuhan pada mereka.

Pemaknaan agama dalam diri perempuan pekerja seks lebih dipandang sebagai institusi yang berfungsi untuk mawadahi dinamika kesakralan relasi antara mereka dengan Tuhannya. Keyakinan mereka mengenai nilai-nilai keagamaan juga sama dengan manusia lain yang mempercayai adanya hal yang gaib, yang sulit dijangkau oleh akal manusia. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Erfan dan Umiarso (2016), keberagaman perempuan pekerja seks komersial memiliki pergolakan batin di dalam diri mereka, yang memunculkan dua varian yang kontradiktif yakni sikap psikis yang serba cemas (takut) dan sisi lain mereka memiliki rasa berharap (ketergantungan) yang tinggi terhadap realitas di luar dirinya. Berangkat dari kondisi jiwa yang dialami, maka para pekerja seks menggantungkan hidupnya pada kekuatan yang lebih tinggi dari dirinya yaitu Tuhan.

Terlepas dari stigma yang negatif tentang eksistensi perempuan pekerja seks komersial, agama tetap menjadi bagian dari kebutuhan dan nafas mereka. Selain sebagai manifestasi dari fitrah nafsaniah, peran agama merupakan wahana bagi mereka untuk mengaktualisasikan diri secara utuh dengan melepas semua atribut kediriannya sebagai

perempuan yang penuh dosa. Dengan menjalankan aturan agama, menyembah Tuhan, mereka merasakan bahwa disitulah sebagai satu-satu keadaan yang penuh dengan kemakluman, penerimaan, dan pengampunan. Sekalipun secara kolektif, agamalah yang menjustifikasi stigma negatif yang mereka terima atas profesi yang digeluti, namun tidak dipungkiri bahwa agama pula yang menjadi tempat terbaik di mana mereka merasakan diterima dan dimaklumi dengan kondisinya tersebut. Oleh karena itu, dorongan untuk pemenuhan kebutuhan seputar kehidupan beragama menjadi sesuatu yang nyata dan tetap hidup dalam dimensi kejiwaan.

Dinamika kehidupan beragama Pekerja Seks Komersil di kompleks lokalisasi Lorong Indah Pati telah menunjukkan bahwa mereka masih mampu untuk meluangkan sedikit waktu mereka untuk menggali pengetahuan seputar kehidupan keberagamaan mereka. Keberadaan kegiatan pengajian yang rutin mereka hadiri tiap dua minggu sekali, merupakan sarana untuk memperoleh informasi seputar ajaran agama dan Sang Pencipta, kehidupan Rasul maupun untuk mengenal nilai-nilai syariat Islam yang terkadang cukup mereka butuhkan. Tidak hanya itu, dalam penelitian Faizah (2003, hal. 34) diperoleh informasi bahwa sebagian responden juga sering mengkonsumsi pengetahuan agama mereka melalui radio, buku-buku bacaan keagamaan maupun internet. Gambaran konkrit tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan beragama merupakan dorongan psikis yang mempunyai landasan ilmiah dalam watak kejadian manusia di mana mereka merasakan adanya dorongan untuk mencari dan memikirkan penciptanya, dan pencipta alam semesta dan juga dorongan untuk menyembahnya dan meminta pertolongan setiap kali ditimpa malapetaka.

Sebagaimana kondisi Pekerja Seks Komersil sebagai subjek, banyak hal yang menjadi gambaran mengapa potensi mereka pada dasarnya sebagai makhluk yang cenderung pada fitrah yang lurus ternyata harus memilih kehidupan yang jauh dari norma agama dan norma apapun di masyarakat, maka menyimpan banyak jawaban yang menjadi faktor pemicu kehidupan yang mereka pilih tersebut. Diantaranya adalah faktor ekonomi, faktor lingkungan, faktor frustrasi bahkan mungkin sekedar dari pilihan gaya hidup. Sekalipun mayoritas dari mereka menjadikan kondisi ekonomi sebagai salah satu alasan mengapa mereka melakukan pekerjaan haram tersebut, namun tidak sedikit pula yang ternyata dipicu oleh lingkungan pertemanan yang mempengaruhi

keputusan mereka untuk memilih jalan hidup tersebut. Namun, pilihan tersebut tidak serta merta muncul. Peristiwa-peristiwa traumatis dalam kehidupan mereka sebelumnya juga sangat mempengaruhi, misalnya karena perceraian, pengkhianatan dalam hubungan asmara dengan pasangan sebelumnya, kehamilan di luar nikah yang pernah terjadi sebelumnya, pergaulan pada lingkungan yang salah dan yang paling banyak adalah frustrasi sehingga menjadikan dunia prostitusi sebagai pelarian terakhir dalam menjalani kehidupannya.

Kondisi rumit yang menempatkan mereka pada posisi marginal di tengah masyarakat, bukan menjadi alasan bagi mereka untuk meniadakan keberlangsungan kehidupan spiritual. Kekuatan dorongan kehidupan beragama tetap menjadi milik mereka, meskipun dengan kondisi yang sangat terbatas. Pada dasarnya, faktor yang dapat membantu untuk membangun dorongan beragama adalah situasi sulit atau bahaya yang mengancam hidupnya. Demikian kondisi manusia sejak dimulai penciptaannya, jika merasakan suasana yang mengancam dan menakutkan, maka akan meminta perlindungan kepada yang Maha Kuasa. Hal ini menunjukkan bahwa fitrah untuk beragama sudah ada dalam karakter manusia (Faizah, 2003). Pada akhirnya motivasi beragama perempuan pekerja seks komersial mendudukkan pada kondisi yang tidak berbeda dengan motivasi beragama milik manusia pada umumnya. Adapun yang menjadi ciri pembeda dari keberagamaan mereka adalah stigma masyarakat yang memandang agama mereka sebagai wajah yang marginal, yang dipandang masyarakat penuh kehinanaan dan bahkan tidak diakui oleh kalangan masyarakat umumnya dan tidak pernah dilihat dari sisi positifnya.

### **Media dalam Dinamika Kehidupan Beragama**

Media secara bahasa berarti perantara, sedangkan secara umum, istilah media mencakup sarana komunikasi seperti pers, media penyiaran (*broadcasting*) dan sinema. Namun, terdapat rentang media yang luas mencakup berbagai jenis hiburan (*entertainment*) dan informasi melalui majalah dan industri musik. Kemudian terdapat industri telekomunikasi yang membawa materi untuk media-kabel atau satelit (Burton, 2012, hal. 9–10) yang dikomersilkan dengan para pengguna, terutama untuk mengisi waktu luang.

Media merupakan wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia (*mediated communication*) adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia disebut juga dengan komunikasi tak langsung (*indirect communication*), dan sebagai konsekuensinya arus balik pun tidak terjadi pada saat proses komunikasi. Untuk itu, komunikasi melalui media bersifat satu arah sehingga komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan dengan seketika. Komunikator tidak mengetahui tanggapan dari komunikan. Oleh karena itu, agar proses komunikasi bermedia lancar, komunikator harus lebih matang dalam merencanakan dan mempersiapkannya, sehingga komunikan merasa pasti bahwa komunikasinya berhasil. Adapun faktor yang harus diperhatikan yaitu komunikator harus mengetahui sifat-sifat komunikan yang akan dituju dan memahami sifat-sifat media yang akan digunakan. Komunikasi yang dituju dengan menggunakan media bentukannya bisa hanya seorang, dapat dengan kelompok kecil orang, bisa juga sejumlah orang yang amat banyak (Ilaihi, 2010, hal. 104). Sedangkan media massa merupakan salah satu alat dalam proses komunikasi massa karena mampu menjangkau khalayak yang lebih luas dan relatif lebih heterogen. Dalam kajian komunikasi massa sering dipahami sebagai perangkat yang diorganisasikan untuk berkomunikasi secara terbuka dan pada situasi yang berjarak kepada khalayak luas dalam waktu yang relatif singkat (McQuail, 1987, hal. 17). Sedangkan dalam konteks sosial, media massa sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massa dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas (Bungin, 2013).

Media massa merupakan institusi yang dapat dijadikan penghubung pada segala unsur masyarakat dari semua kalangan dengan melalui produk media massa yang dihasilkan. Media massa merupakan institusi yang mampu dijadikan sebagai wadah. *Pertama*, saluran produksi dan distribusi konten simbolis; *Kedua*, sebagai institusi publik yang bekerja sesuai aturan yang ada; *Ketiga*, keeksisan media massa sebagai pengirim atau penerima adalah sukarela; *Keempat*, menggunakan standar profesional dan sesuai dengan ketentuan umum dan *Kelima*, media massa juga merupakan perpaduan antara kebebasan dan kekuasaan (McQuail, 1994, hal. 15).

Penggunaan media massa pada dasarnya berbeda dengan komunikasi antarpribadi. Media massa membutuhkan persyaratan tertentu dari pemakainya. *Pertama*, orang harus bisa membaca, sebelum mengonsumsi surat kabar atau majalah. *Kedua*, orang harus memiliki media radio atau televisi, jika akan mengikuti siarannya secara rutin. *Ketiga*, kebiasaan memanfaatkan media (media habit). Untuk menjadi khalayak media massa, maka ketiganya perlu dimiliki atau dilakukan. Apabila tidak, maka mereka tidak bisa menjadi khalayak media massa atau masyarakat media. Media massa merupakan agen sosialisasi yang semakin menguat peranannya. Media massa, baik media cetak seperti surat kabar dan majalah maupun media elektronik seperti radio, televisi, dan internet, semakin memegang peranan penting dalam mempengaruhi cara pandang, pikir, tindak, dan sikap seseorang. Pengaruh media massa cenderung bersifat massif, berskala besar, dan segera (Damsar, 2011, hal. 76).

Agama merupakan suatu ciri kehidupan sosial manusia yang universal, dalam arti bahwa setiap masyarakat memiliki cara berfikir dan pola perilaku yang memenuhi syarat yang dinamakan agama. Secara sosiologis, konsep agama terdiri dari berbagai simbol, citra, kepercayaan, serta nilai-nilai spesifik manusia menginterpretasikan eksistensi mereka (Martono, 2014, hal. 303). Dalam pandangan Durkheim (Pals, 1996, hal. 29) bahwa agama merupakan fenomena moral. Dengan demikian, bagi yang beragama harus menerima sejumlah aturan tentang bagaimana semestinya dapat berinteraksi dengan manusia dan hal-hal yang dianggap sebagai sesuatu yang transenden. Agama secara nyata berkaitan dengan regulasi etika dari relasi dan solidaritas sosial dengan komunitas tertentu.

Agama merupakan bagian intrinsik yang membuat hidup manusia menjadi bermakna. Durkheim melihat agama dalam tiga elemen, yaitu kepercayaan pada sesuatu yang bersifat sakral, praktik agama (ritual) dan kehidupan beragama dalam komunitas secara global. Dengan demikian, beragama mempunyai konsekuensi sosial yang lebih luas, dan elemen ketiga ini sesungguhnya lebih banyak muncul sebagai manifestasi keberagamaan manusia sekaligus meneguhkan identitas keagamaan dalam skala sosial-global. Berkembangnya teknologi saat ini, bahasa agama tidak selalu disampaikan secara langsung (*face to face*), namun berbagai media tersebut menjadi jembatan dalam memahamkan bahasa agama kepada masyarakat.

Peran media dalam kehidupan beragama manusia tidak diragukan, karena agama sebagai salah satu aspek yang mendapat pengaruh besar dari media. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat mendorong perkembangan dan mampu mengubah performa agama, sehingga lebih menarik bagi semua komunitas. Media massa secara umum dapat dilihat dari dua sisi (Haryanto, 2015, hal. 27), *pertama*, sebagai perangkat teknologi memainkan peran diseminasi informasi kepada audien yang lebih luas dan heterogen. *Kedua*, sebagai institusi sosial, terorganisasi atau memiliki hubungan yang jelas dalam mengumpulkan, memproses, mengemas, dan mendesiminasikan informasi bagi konsumsi publik. Dengan demikian, media massa merupakan institusi sosial yang memiliki fungsi sebagaimana institusi sosial lain, termasuk institusi agama. Media massa sebagai pengawas masyarakat tidak dapat dipisahkan dari institusi agama. Baik media siaran maupun cetak dapat digunakan untuk mempropogandakan moral, etika, dan norma yang menjadi prinsip dasar pembinaan bangsa. Kekuatan media juga dapat digunakan untuk merekonstruksi sistem nilai-nilai yang sudah tertata dengan menyiarkan kegiatan keagamaan. Media mempunyai kemampuan untuk mengomunikasikan pesan agama yang memungkinkan orang memiliki semangat hidup, etos kerja, ketaatan mematuhi aturan Tuhan dan prinsip-prinsip hidup bersama, sehingga berdampak positif bagi perkembangan masyarakat.

Konteks masyarakat yang relatif homogen dari segi religiusitasnya, peran media massa selain menyebarkan nilai-nilai agama, dapat mengangkat isu-isu yang lebih universal. Dalam konteks masyarakat multireligius, peran media menjadi problematik. Misalnya salah satu acara keagamaan melalui media televisi yang digunakan sebagai penyebaran agama, baik melalui kajian dakwah, sinetron maupun iklan agama. Hal ini mendorong pemanfaatan fungsional agama melalui media televisi di Indonesia. Fungsional dalam arti, bahwa agama di Indonesia dilihat pada umumnya sebagai hal yang baik dan positif dan para individu yang taat juga shaleh memainkan suatu peran positif dalam menuntun umat manusia pada hal-hal yang berkaitan dengan duniawi dan ukhrawi.

Media massa mempunyai kekuatan yang luar biasa dalam membentuk opini publik dan semakin cepat penyebarannya dalam berbagai bentuk ragam media. Oleh

karena itu, pemanfaatan fungsional agama dalam program di televisi, misalnya *infotainment*, memberikan suatu pesan moral kepada apa yang pada dasarnya dianggap sebagai pengagungan nilai-nilai yang kurang sopan dalam bahasa agama. Fungsi agama tidak berhenti pada *infotainment* saja. Banyak program acara agama melalui televisi, diantaranya film, sinema, sinetron dan genre-genre lain yang menyebarkan agama Islam secara massif di Indonesia (Sofjan, 2013, hal. 44). Pemanfaatan media sebagai sarana pemenuhan kebutuhan, Herbert Blumer dan Elihu Katz memperkenalkan teori *uses and gratification*. Dia beranggapan bahwa pengguna media berperan aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut dalam proses komunikasi yang paling baik untuk pemenuhan kebutuhannya. Teori ini melihat manusia memiliki otonomi dalam memperlakukan media. Sehingga permasalahan utama dalam teori ini bukan cara media mengubah sikap dan perilaku khalayak, melainkan cara media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial, karena sebagian besar perilaku audiens hanya dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*interest*) mereka sebagai sebagai suatu proses penerimaan pesan dari media (Sambas, 2015, hal. 290).

Asumsi dasar dalam teori *Uses and Gratification* sebagaimana yang disampaikan Jay Blumer, Elihu Katz dan Michael Gurevitch (Suprpto, 2006, hal. 41), bahwa: *pertama*, khalayak dianggap aktif, di mana penggunaan media massa mempunyai tujuan yang penting. *Kedua*, dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemenuhan kebutuhan media terletak pada khalayak. *Ketiga*, media harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya, sedangkan kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. *Keempat*, banyak tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan khalayak. *Kelima*, penilaian tentang arti kultural dari media massa yang sebelumnya diteliti terlebih dahulu oleh khalayak.

Teori *uses and gratifications* dimulai di lingkungan sosial, yang dilihat adalah kebutuhan khalayak. Menurut Effendi dalam Sambas (Sambas, 2015) bahwa kebutuhan seorang individu dikelompokkan menjadi lima: *Pertama*, *cognitive needs* (kebutuhan kognitif), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan pengetahuan, dan pemahaman tentang lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, serta memuaskan rasa penasaran dan dorongan untuk

penyelidikan. *Kedua, affective needs* (kebutuhan afektif), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional. *Ketiga, Personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri. *Keempat, kebutuhan sosial secara integratif*, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia, hal tersebut berdasarkan pada hasrat untuk berafiliasi. *Kelima, escapist needs* (kebutuhan pelepasan), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat ingin melarikan diri dari kenyataan, melampiaskan emosi, ketegangan, dan kebutuhan akan hiburan.

Ada beberapa hal yang menjadikan motif seseorang menggunakan media, sebagaimana yang diungkapkan oleh Dominick dalam Sambas (Sambas, 2015): *Pertama, cognition* (pengamatan), bahwa penggunaan media pada individu sebagai alat pemuasan kebutuhan masyarakat terhadap pengetahuan, wawasan dan juga menggali ide. *Kedua, dorongan untuk mencari ketenangan diri* (motif afeksi) dengan membaca maupun mendengarkan pengajian baik di radio, maupun televisi. *Ketiga, social utility* (kegunaan sosial), media digunakan sebagai alat untuk membangun relasi antar sesama. *Keempat, withdraw* (menarik), bahwa media sebagai sarana untuk membatasi diri terhadap orang lain. *Kelima, linkage* (pertalian), media mampu membangun solidaritas sosial dengan beragam komunitas, sehingga dapat membentuk suatu kelompok yang berdasarkan minat dan kepentingan.

Sedangkan menurut Rahmad (2011, hal. 215) bahwa penggunaan media terdiri atas jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Efek media dapat dioperasionalisasikan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan. Jika dilihat segi fungsinya, Harold Lasswell dan Charles Wright menyatakan ada empat fungsi media dalam pemenuhan kebutuhan manusia: fungsi *surveillance* atau pengawasan, fungsi *correlation* (membangun hubungan sosial), fungsi *entertainment* (hiburan) dan fungsi *cultural transmission* (transmisi kultural) (Rakhmat, 2011).



## **Pola Media dalam Memenuhi Kebutuhan Beragama Perempuan Pekerja Seks Komersial di Kompleks Lokalisasi**

Berdasarkan hasil distribusi angket terhadap 20 responden sebagai sampel dari 200 populasi PSK di Komplek lokalisasi dalam penelitian ini, mendiskripsikan bahwa mereka memanfaatkan media massa sebagai sarana dalam pemenuhan kebutuhan beragama. Secara spesifik, 65% dari mereka memanfaatkan media elektronik berupa radio, televisi dan internet sebagai sumber informasi dan sisanya lebih memilih memanfaatkan media cetak. Fenomena ini menjadi indikasi bahwa perangkat teknologi memainkan peran diseminasi informasi kepada audien yang lebih luas dan heterogen sekaligus sebagai institusi sosial, yang sangat terorganisasi atau memiliki hubungan jelas dalam mengumpulkan, memproses, mengemas, dan mendesiminasikan informasi bagi konsumsi publik yang heterogen. Selain itu, tidak dapat dinafikan bahwa media massa merupakan institusi sosial yang memiliki fungsi sebagaimana institusi sosial lain yang dalam hal ini adalah institusi agama.

Data tersebut menjadi kontribusi penguatan teori dan penelitian sebelumnya bahwa eksistensi media cukup memiliki peran yang strategis dalam memenuhi kebutuhan beragama pekerja seks komersial sekalipun mereka berada dalam kelompok yang jauh dari norma-norma agama. Dalam pandangan komunitas marginal seperti pekerja seks komersial, keberadaan media memiliki nilai lebih karena mampu menjadi wahana yang dapat diakses bebas oleh mereka baik dalam pemilihan bentuk medianya, kemasan pesannya maupun konten pesan itu sendiri. Bagi komunitas ini, tentunya menjadi hal yang tidak mudah apabila harus menghadiri majelis-majelis keagamaan dengan stigma negatif dari masyarakat yang melekat dalam diri mereka. Maka media mampu menggantikan posisi majelis keagamaan sebagai sarana yang selalu terbuka untuk menerima kehadiran mereka dan mengisi kekosongan dimensi spiritual tanpa harus melalui interaksi secara langsung dengan masyarakat sekitar.

Ditinjau dari motif yang mendasari mereka untuk menggunakan media dalam pemenuhan kebutuhan beragama, keterlibatannya ternyata lebih didorong oleh keinginan untuk memperoleh informasi seputar agama (90%). Berdasarkan motif tersebut, jika ditinjau dari pendekatan *uses and gratification*, maka eksistensi media

dalam pemenuhan kebutuhan beragama pekerja seks komersil ada pada kategori pemenuhan kebutuhan pada aspek *congnition* (pengamatan/observasi) di mana penggunaan media pada individu sebagai alat pemuasan kebutuhan masyarakat terhadap pengetahuan, wawasan dan juga menggali ide. Adapun sisanya lebih didasari oleh dorongan untuk mencari ketenangan diri dengan membaca maupun mendengarkan pengajian baik di radio, maupun televisi. Dorongan untuk mendapatkan ketenangan diri dapat dikategorikan sebagai *affective needs* (kebutuhan afektif), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional. Memanfaatkan media dalam memenuhi kebutuhan beragama bagi mereka merupakan manifestasi motif kognisi di mana media berfungsi sebagai sumber informasi agama yang memiliki fungsi *surveillance* (pengawasan). Bagi para pekerja seks komersil, setiap informasi yang mereka peroleh ternyata direspon sebagai sumber pengetahuan dan informasi agama yang dapat dijadikan sebagai bahan untuk menilai diri sendiri.

Dinamika pemenuhan kebutuhan beragama melalui pemanfaatan media di lingkungan lokalisasi Lorong Indah Pati, tampak bahwa keterlibatan mereka dalam interaksi dengan media sebagai proses kehidupan beragamanya bersifat bebas dan aktif. Sebagaimana pendapat Herbert Blumer dan Elihu Katz dalam Sambas (Sambas, 2015) pencetus utama teori *uses and gratification* yang beranggapan bahwa pengguna media berperan aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut dalam proses komunikasi yang paling baik untuk pemenuhan kebutuhannya, dibuktikan melalui cara para pekerja seks komersil dalam memilih konten pesan agama. Ternyata dari tema-tema keagamaan yang ditawarkan di media, mayoritas dari mereka lebih memilih untuk mengonsumsi tema-tema akhlak seperti etika sesama manusia (45%), dan selebihnya memilih tema-tema syariat seperti yang berkaitan dengan hukum-hukum dalam agama (35%) dan tema tauhid yang dikemas dalam bentuk kisah-kisah hikmah (15%). Pemilihan tema akhlak sebagai tema yang menduduki posisi dominan menjadi indikator keberhasilan media dalam menjalankan fungsinya sebagai sumber informasi berkaitan dengan etika dalam membangun hubungan sosial (fungsi *correlation*).

Di era dunia maya, eksistensi internet sebagai media dakwah sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, termasuk para pekerja seks komersil. Keberadaan

sosial media pun menjadi salah satu wahana mereka dalam memenuhi kebutuhan informasi seputar agama. Dalam penelitian ini, hanya 10% dari mereka yang tidak memiliki akun sosial media. Selebihnya merupakan pengguna akun facebook (50%) dan BBM (Blackberry Massager) juga W.A (WhatsApps) (30%) sebagai media komunikasi. Kontribusi dari media sosial dalam memenuhi kebutuhan beragama mereka juga cukup memiliki signifikansi dengan keterlibatan mereka di akun-akun sosial media. Sebanyak 75% dari pekerja seks komersil ternyata memanfaatkan media sosial untuk berdiskusi seputar pengetahuan agama dalam bentuk pertanyaan atau sekedar berbagi pengalaman-pengalaman yang bermuatan spiritual. Di tengah dinamika perkembangan media baru sebagai sumber informasi agama, keterlibatan subjek secara bebas dan aktif dalam pemanfaatan media ini menunjukkan bahwa ternyata dari sekian banyak media cetak dan elektronik yang ditawarkan, televisi menjadi media yang dipandang paling menarik (30%) dalam menyajikan informasi seputar agama, yang kemudian disusul oleh media cetak (35%), internet (20%) dan radio (15%).

Memilih televisi sebagai media yang dipandang paling menarik dalam pemenuhan kebutuhan beragama, disebabkan televisi memiliki potensi yang mampu mewakili semua indikator yang ada di balik motif pemilihan media dalam komunikasi massa. Televisi selain mampu memenuhi kebutuhan kognisi melalui informasi yang diberikan, juga dianggap sebagai media yang mampu memuaskan kebutuhan secara emosional melalui pesan-pesan keagamaan yang dapat membuat mereka merasakan ketenangan. Bagi mereka menonton acara keagamaan di televisi secara bersama-sama di waktu luang, baik dalam kemasan pengajian, sinetron/film-film religi yang penuh dengan hikmah, maupun berita-berita keagamaan, dapat meningkatkan hubungan lebih erat dengan teman senasib mereka, di mana dalam setiap rumah bordir yang dihuni 4 sampai 9 pekerja seks komersil hampir semuanya dilengkapi dengan satu buah televisi yang biasanya mereka tonton secara bersama-sama dalam satu ruang. Menonton televisi merupakan salah satu kegiatan hiburan (*diversion*) yang sering mereka lakukan di saat-saat senggang, karena pesan yang disampaikan bersifat umum dengan pola komunikasi yang heterogen dan menggunakan bahasa yang sederhana. Motif memilih televisi sebagai media dalam pemenuhan kebutuhan beragama pada penelitian ini didasari oleh kemampuan televisi dalam menjalankan tiga fungsi pokok media massa yaitu: *pertama*,

sebagai fungsi penerangan; *kedua*, fungsi pendidikan; dan *ketiga*, fungsi hiburan (Sambas, 2015). Hal inilah yang mendasari motif dibalik pemilihan media televisi sebagai media yang masih tak tergantikan di tengah perkembangan media-media baru sebagai sarana pemenuhan kebutuhan, termasuk kebutuhan beragama.

Demikian juga untuk pemilihan kemasan berita, mereka memiliki pola yang beragam. Dari beberapa pola yang ditawarkan peneliti (berita tertulis, gambar, film maupun sinetron, pengajian di televisi maupun radio) ternyata model informasi keagamaan dalam kemasan pengajian mendominasi pilihan mereka (75%). Hal tersebut dapat dijadikan gambaran, bahwa model dakwah *mauidzoh hasanah* dengan kemasan *tabligh* masih menduduki posisi yang strategis dalam dinamika dakwah khususnya dengan karakteristik *mad'u* masyarakat marginal.

Ditinjau dari efek penggunaan media sebagai pemenuhan kebutuhan beragama pekerja seks komersil di lokalisasi ini menunjukkan fenomena yang berbeda. Inisiatif penggunaan media sebagai kontributor dalam pemenuhan kebutuhan beragama ternyata tidak memiliki signifikansi dengan perilaku mereka. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya bila ditinjau dari waktu yang dihabiskan mereka untuk mengakses informasi agama, 90% dari mereka hanya menghabiskan waktu 1 sampai 60 menit (satu jam) untuk menikmati bacaan atau acara keagamaan. Itupun hanya dilakukan saat waktu senggang (60%), sehingga pada kenyataannya mereka memang tidak bermaksud dengan sungguh-sungguh meluangkan waktu khusus untuk mengonsumsi informasi-informasi keagamaan dan merupakan bagian dari rutinitas mereka sebagai umat beragama dan pengguna media. Dari sini menjadi gambaran bahwa dengan durasi waktu yang relatif singkat dan intensitas penggunaan yang rendah maka efek media pun tidak memberi kontribusi yang cukup besar dalam merubah perilaku mereka sekalipun telah mampu menjadi kontributor dalam proses pemenuhan kebutuhan beragama. Indikatornya tampak pada perubahan yang muncul hanya pada tataran afeksi saja, di mana 100% dari mereka memiliki keinginan untuk berubah lebih baik setiap setelah membaca atau mendengarkan informasi tentang agama, namun tidak berkorelasi dengan perilaku mereka. Inkonsistensi sikap ini dapat dilihat dari perilaku mereka yang tidak dapat meninggalkan profesi yang sudah sangat jelas dilarang oleh

agama dengan beragam faktor alasan seperti kondisi ekonomi, faktor personal dan sebagainya.

Inkonsistensi ini menjadi tantangan besar bagi pegiat syiar agama di media, khususnya untuk mampu mendesain pesan dan metode dakwah yang dapat meningkatkan motivasi mereka terhadap penggunaan media sebagai pemenuhan kebutuhan beragama. Meningkatnya intensitas penggunaan media dalam memenuhi kebutuhan beragama melalui kemasan syiar agama/dakwah yang menarik baik dari segi metode maupun substansi pesan yang disampaikan merupakan stimulasi percepatan perubahan sikap sebagai faktor afeksi menuju realisasi perilaku (psikomotor). Sikap ingin berubah merupakan indikator bahwa pada dasarnya setiap manusia memiliki fitrah yang baik sebagai makhluk yang senantiasa condong kebaikan dan pengabdian pada Tuhannya. Tinggal bagaimana kemudian desain lingkungan melalui media mampu meneguhkan posisi fitrah sebagai manusia yang beragama agar tetap pada jalan Tuhannya.

## **Simpulan**

Pekerja seks komersil selalu dianggap negatif bagi masyarakat pada umumnya. Meskipun demikian, sebagai umat beragama mereka juga memiliki kebutuhan beragama. Untuk pemenuhan beragama, mereka membutuhkan interaksi baik secara langsung maupun melalui media. Saat ini media menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Keberadaan media sosial sangat membantu dalam pemenuhan kebutuhan beragama para pekerja seks komersil di lokasi Lorong Indah Pati, karena melalui media privasi mereka akan lebih terjaga dan keterlibatan mereka didorong oleh keinginan untuk memperoleh informasi seputar agama.

## Referensi

- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2013). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Burton, G. (2012). *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Cho, S. Y., Dreher, A., & Neumayer, E. (2013). Does legalized prostitution increase human trafficking?. *World Development*.
- Damsar. (2011). *Pengantar Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Erfan, M., & Umiarso. (2016). *Konsep Tuhan Perspektif Pelacur*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Faizah. (2003). *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Kalam Mulia.
- Fariyah, I. (2016). *Perubahan Perilaku Beragama Masyarakat Melalui Media Dakwah di Radio PAS FM Pati*.
- Haryanto, S. (2015). *Sosiologi Agama dari Klasik Hingga Postmodern*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hjarvard, S. (2008). Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook. In *The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change*. New York: American Press.
- Hosseini, S. . (2008). Religion and media, religious media, or media religion: Theoretical studies. *Journal of Media and Religion*, 7(2).
- Ilaahi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Martono, N. (2014). *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- McQuail, D. (1987). *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, D. (1994). *Mass communication theory: an introduction*. Sage Publications.  
Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=6TNiAAAAMAAJ>
- Najati, M. U. (2010). *Psikologi Qurani: dari Jiwa hingga Ilmu Laduni*. Bandung: Marja.
- Nida, F. L. K. (2016). *Motivasi Beragama dan Kebermaknaan Hidup Bagi Perempuan*

*Pekerja Seks Komersial di Kompleks Lokalisasi Lorong Indah Pati. Kudus.*

Nyland, R., & Near, C. (2007). *Jesus is My Friend: Religiosity as a Mediating Faktor in Internet Social Networking Use.*

Pals, D. L. (1996). *Seven Theories of Religion.* New York: Oxford University Press.

Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi.* Bandung: Remaja Rosda Karya.

Ramayulis. (2003). *Psikologi Agama.* Jakarta: Kalam Mulia.

Sambas, S. (2015). *Sosiologi Komunikasi.* Bandung: Pustaka Setia.

Sanger, W. W. (2015). *The History of Prostitution: Its extent, causes and effects throughout the world.* The United States of America: Jefferson Publication.

Shihab, M. Q. (2013). *Secercah Cahaya Ilahi.* Bandung: Mizan.

Sofjan, D. (2013). *Agama dan Televisi di Indonesia: Etika Seputar Dakwahtainment.*

Suprpto, T. (2006). *Pengantar Teori Komunikasi.* Yogyakarta: Media Pustaka Belajar.

Syam, N. (2010). *Agama Pelacur.* Yogyakarta: LKiS.

Taufiq, M. I. (2006). *Psikologi Islam, Panduan Lengkap Praktis Psikologi.* Jakarta: Gema Insani Press.

Ward, L. . (2004). Wading Through The Stereotypes: Positive and Negative Associations Between Media Use and Black Adolescents' Conceptions of Self. *Developmental Psychology*, 40(2).

Zohar, D., & Marshall, I. (2001). *SQ: Memanfaatkan Kecerdasan Spiritual dalam Berfikir Holistik Untuk Memaknai Kehidupan.* Bandung: Mizan Media Utama.