

**STRATEGI BRANDING EKS LOKALISASI DOLLY SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna  
Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
(S.I.Kom.) dalam Bidang Ilmu Komunikasi



Oleh:

**Lailatul Mukarromah**

**NIM. B06214009**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**JURUSAN KOMUNIKASI**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2018**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Lailatul Mukarromah

Nim : B06214009

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Branding Eks Lokalisasi Dolly Surabaya

Menyatakan Dengan Sesungguhnya Bahwa :

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil kerja saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atau karya orang lain.
3. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 9 Juli 2018

Saya yang menyatakan,



Lailatul Mukarromah

NIM. B06214009

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Lailatul Mukarromah

Nim : B06214009

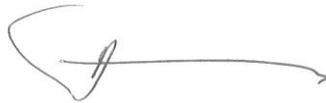
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Branding Eks Lokalisasi Dolly Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 9 Juli 2018

Dosen Pembimbing,



**Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si**  
**NIP. 195409071982031003**

## PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Lailatul Mukarromah ini telah dipertahankan didepan Tim Penguji

Skripsi

Surabaya, 30 Juli 2018

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,



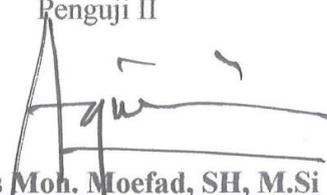
  
**Dr. H. Abd. Halim, M.Ag**  
NIP. 196307251991031003

Penguji I



**Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si**  
NIP. 195409071982031003

Penguji II



**Dr. Agoes Moh. Moefad, SH, M.Si**  
NIP. 197008252005011004

Penguji III



**Drs. M. Hamdun Sulhan, M.Si**  
NIP. 195403121982031002

Penguji IV



**Pardianto, S.Ag, M.Si**  
NIP. 19730622200901104



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : LAILATUL MUFARROMAH  
NIM : B06214009  
Fakultas/Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI / ILMU KOMUNIKASI  
E-mail address : lailatulmufarromah121@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

STRATEGI BRANDING EFS LOKASASI DOLLY SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 Agustus 2018

Penulis

(LAILATUL MUFARROMAH)

nama terang dan tanda tangan















akan membiarkan warganya kelaparan pasca penutupan lokalisasi Dolly. Masyarakat yang kehilangan pekerjaan akan diberi pesangon Rp 3 juta per kepala. Bahkan Pemerintah Provinsi Jawa Timur juga mendukung upaya penutupan dengan ikut memberi Rp 5 juta per kepala. Tak hanya itu, sama halnya dengan tempat lokalisasi yang telah ditutup di Tambak Asri, Bangun Rejo, Sememi, dan Klakah Rejo, Pemkot Surabaya juga membangun sentra perdagangan yang bisa dimanfaatkan masyarakat sekitar yang dulunya bekerja di lokalisasi Dolly. Mereka juga dilatih keterampilan agar nantinya bisa mandiri secara ekonomi.

Penutupan lokalisasi Dolly ini didasarkan pada Surat Edaran Gubernur Jawa Timur Nomor 460/16474/031/2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Prostitusi serta Perdagangan Perempuan dijelaskan bahwa penutupan lokalisasi harus dilakukan secara bertahap.

Irama musik terdengar begitu keras dari setiap wisma, lampu warna-warni, sampai para makelar menawarkan jasanya kepada setiap lelaki yang lewat adalah gambaran kegiatan di lokalisasi Dolly Surabaya dulu. Pasca penutupan masih banyak panti pijat dan karaoke yang buka untuk melayani pengunjung tanpa lain-lain yang berkonotasi negatif. Hampir setiap malam beberapa mobil Satpol PP berdatangan untuk menjaga daerah yang dianggap rawan terjadi transaksi tersembunyi.

Potret diatas kini hanya tinggal kenangan. Perlahan panti pijat dan karaoke mulai tutup satu persatu. Banyak tempat parkir juga beralih ke warung makan, warung kopi, toko baju dan usaha lainnya. Sesuai harapan





cangkrukan, musyawarah dan protes, ada banyak program pelatihan dari pemerintah untuk pemberdayaan masyarakat sekitar, proses komunikasi sosial antara masyarakat dengan aparat setempat biasanya melakukan rapat guna menyelesaikan atau mengambil keputusan untuk suatu masalah.

Skripsi, Miftachul Aula (2013) yang berjudul "*Strategi Branding Basic English Course Pare Kediri*". Persamaan skripsi ini adalah mengenai bidang komunikasi yaitu strategi branding dan metode yang digunakan yaitu metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa strategi yang digunakan dalam membranding BEC yang dilakukan oleh pendiri sekaligus direktur BEC telah menggunakan konseptual model evolusi proses branding. Mendapatkan citra dan reputasi positif atas dasar inovasi dan keprogresifannya dalam membuka pasar, terciptanya hambatan masuk bagi para later entrants bila pioner mendapatkan perlindungan hak paten, pioner berkesempatan mendominasi jaringan distribusi dan periklanan, pioner bisa menciptakan standar produk, standar industri dan basis pelanggan yang berguna untuk mendukung penyempurnaan produk selanjutnya, pioner berpeluang untuk mempercepat proses belajarnya dalam hal produksi dan teknologi, pioner dapat mendominasi berbagai aset langka seperti sumber daya alam dan lokasi. Inilah yang membuat BEC tetap bisa eksis ditengah persaingan lembaga-lembaga kursus bahasa inggris yang kebanyakan berada di kota metropolitan, namun di suatu desa yang sangat sederhana BEC mampu mengalahkan persaingan-persaingan

yang ada. Ratusan prestasi disandanginya sebagai penghargaan dari beberapa instansi pemerintahan maupun swasta. Meskipun tidak menggunakan satu tonggak keutamaan pioner yaitu pioner berkesempatan mendominasi jaringan distribusi dan periklanan.

Skripsi, Cahyo Andrianto (2015) yang berjudul "*Perubahan Sosial dan Ekonomi Masyarakat Putat Jaya Pasca Penutupan Lokalisasi Dolly di Kelurahan Putat Jaya Kecamatan Sawahan Surabaya*". Persamaan skripsi ini adalah mengenai kebijakan pemerintah untuk membantu sosial dan ekonomi masyarakat sekitar lokalisasi Dolly pasca penutupan dan menggunakan metode yang sama yaitu metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah perubahan sosial yang terjadi di masyarakat pasca penutupan lokalisasi Dolly yaitu pola pikir dari masyarakat Putat Jaya menjadi lebih baik dengan adanya kegiatan pengajian serta menurunnya premanisme di daerah ini, perubahan ekonomi juga dirasakan bagi masyarakat lokalisasi Dolly yaitu banyaknya pengangguran dari masyarakat sekitar yang dulunya menggantungkan kehidupannya di lokalisasi Dolly karena mereka tidak terjaring untuk dipekerjakan di lingkungan pemerintahan Kota Surabaya sebagai tenaga out sourcing.



















































ditujukan agar masyarakat luas mengetahui dan mengenal Dolly yang saat ini telah berubah. Pemberian nama yang mudah diingat membuat Dolly yang mulai berkembang ini mencuri perhatian banyak masyarakat. Pemerintah Kota Surabaya juga sangat berperan dalam membranding eks lokalisasi Dolly Surabaya dengan berbagai promosi dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di kawasan Dolly dan sekitarnya.

### **3. Eks Lokalisasi Dolly Surabaya**

Eks lokalisasi Dolly merupakan masyarakat sekitar Dolly dan Jarak Kelurahan Putat Jaya Kecamatan Sawahan Surabaya yang dulunya menggantungkan kehidupannya di tempat lokalisasi. Sebagian besar masyarakat menjadikan kegiatan prostitusi di lokalisasi Dolly sebagai mata pencaharian, mulai dari menjadi wanita tuna susila, mucikari, makelar, penjaga parkir, pemilik panti pijat, pekerja karaoke dan lain sebagainya yang mendukung kegiatan prostitusi.

Lokalisasi Dolly di Kelurahan Putat Jaya Kecamatan Sawahan Surabaya merupakan salah satu kawasan yang ramai oleh para pendatang atau urbanisan yang mencari pekerjaan. Tidak sedikit dari mereka yang merantau ke kota dan tidak mendapat pekerjaan, lalu nekat beralih ke lokalisasi demi memperoleh penghasilan meskipun dianggap tidak bermartabat.

Lokalisasi Dolly sudah dikenal sebagai tempat prostitusi atau lokalisasi terbesar se-Asia Tenggara. Masyarakat sekitar Dolly banyak

yang merasa kurang nyaman dan terganggu dengan kegiatan prostitusi di lokalisasi Dolly. Beberapa kali masyarakat sekitar bekerja sama dengan ulama, pemerintah, dan pihak berpengaruh lainnya mencoba untuk menutup lokalisasi Dolly namun belum berhasil karena banyaknya protes dari banyak orang yang menggantungkan hidupnya di kegiatan prostitusi tersebut.

Tri Rismaharini selaku Walikota Surabaya bersama pihak Pemerintah Kota Surabaya dan semua elemen masyarakat akhirnya menutup lokalisasi Dolly pada tanggal 14 Juni 2014. Tepat 10 hari sebelum bulan Ramadhan kegiatan prostitusi di lokalisasi Dolly berhenti. Tri Rismaharini yang lebih dikenal dengan Bu Risma ini berjanji tidak akan membiarkan warganya kelaparan pasca penutupan lokalisasi Dolly. Masyarakat yang kehilangan pekerjaan akan diberi pesangon Rp 3 juta per kepala. Bahkan Pemerintah Provinsi Jawa Timur juga mendukung upaya penutupan dengan ikut memberi Rp 5 juta per kepala. Tak hanya itu, sama halnya dengan tempat lokalisasi yang telah ditutup di Tambak Asri, Bangun Rejo, Sememi, dan Klakah Rejo, Pemkot Surabaya juga membangun sentra perdagangan yang bisa dimanfaatkan masyarakat sekitar yang dulunya bekerja di lokalisasi Dolly. Mereka juga dilatih keterampilan agar nantinya bisa mandiri secara ekonomi.

Penutupan lokalisasi Dolly ini didasarkan pada Surat Edaran Gubernur Jawa Timur Nomor 460/16474/031/2010 tentang

Pencegahan dan Penanggulangan Prostitusi serta Perdagangan Perempuan dijelaskan bahwa penutupan lokalisasi harus dilakukan secara bertahap.

Irama musik terdengar begitu keras dari setiap wisma, lampu warna-warni, sampai para makelar menawarkan jasanya kepada setiap lelaki yang lewat adalah gambaran kegiatan di lokalisasi Dolly Surabaya dulu. Pasca penutupan masih banyak panti pijat dan karaoke yang buka untuk melayani pengunjung tanpa lain-lain yang berkonotasi negatif. Hampir setiap malam beberapa mobil Satpol PP berdatangan untuk menjaga daerah yang dianggap rawan terjadi transaksi tersembunyi.

Potret diatas kini hanya tinggal kenangan. Perlahan panti pijat dan karaoke mulai tutup satu persatu. Banyak tempat parkir juga beralih ke warung makan, warung kopi, toko baju dan usaha lainnya. Sesuai harapan Pemkot Surabaya yang ingin merubah wajah Dolly dan terus melakukan beberapa program agar kawasan sekitar bisa berkembang pasca penutupan. Selain itu, semua program itu penting untuk memperkenalkan Dolly yang baru dan menarik perhatian masyarakat luas untuk mengetahui atau mendatangi Dolly pasca penutupan yang dikenal dengan 'Dolly Saiki'.





4. Menekankan pada perbedaan: dalam hal ini pemasar berupaya menunjukkan letak perbedaan brand mereka jika dibanding dengan pesaing lainnya.
5. Berdasarkan pemakaian: pemosisian brand dilakukan dengan menekankan pada situasi pemakaian. Misal, permen Hexos menekankan pelanggan dapat menggunakan produk tersebut jika mengalami gangguan pada tenggorokan.
6. Menekankan pada pesaing. Meskipun di Indonesia cara ini dianggap kurang etis jika dilakukan secara transparan, penyampaian dengan cara terselubung seperti menyamakan brand pesaing atau iklan yang saling sindir.
7. Menekankan pada kategori: pemosisian dengan menciptakan kategori baru sehingga berbeda dengan pesaingnya. Contoh: Telkom memperkenalkan Flexi sebagai alat telekomunikasi berbasis CMDA yang berbeda dengan provider lain yang berbasis GSM.
8. Berdasarkan masalah: masalah yang dihadapi pelanggan bisa saja menjadi peluang untuk menciptakan pemosisian ditengah pasar. Contoh: Brand Pegadaian dan Adira Finance.
9. Personalitas: menggunakan ciri-ciri kepribadian yang melekat pada diri manusia sebagai kekuatan dalam pemosisian, cara ini terbukti mampu menguatkan pemosisian suatu brand, contoh: Brand Sari Wangi.























Secara sosiologis kelompok masyarakat pada Kelurahan Putat Jaya dapat dikategorikan memiliki strata sosial kelas menengah bawah. Stratifikasi sosial dalam konteks agama penduduk yang berada di wilayah Kelurahan Putat Jaya khususnya daerah lokalisasi seperti Dolly dan Jarak tergolong pada masyarakat abangan yang jauh dari kehidupan beragama. Akan tetapi meskipun demikian tak jarang pada sebagian masyarakat yang tetap merayakan peringatan hari besar Islam.

#### **d. Sejarah Lokalisasi Dolly**

Dolly begitu mendengar nama tersebut pasti akan membicarakan tentang pelacuran. Dolly adalah nama pada salah satu kampung yang berada pada Kelurahan Putat Jaya, Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya. Kampung ini merupakan kawasan lokalisasi atau pelacuran terbesar se-Asia Tenggara. Pelacuran sering disebut juga dengan prostitusi yang berasal dari bahasa Latin *pro-stautree* atau *pro-stitture* yang berarti membiarkan diri berbuat zina sedangkan yang dimaksud dengan pelacur (wanita tuna susila, balon, lonte, kupu-kupu malam, dan sebagainya.) adalah wanita yang mata pencahariannya menjual diri kepada siapa saja atau banyak laki-laki yang membutuhkan pemuasan nafsu























menjanjikan uang pesangon, membekali pelatihan dan menuntun sampai Dolly bisa mandiri secara ekonomi. Semua itu dilakukan dengan terus bersosialisasi dan mengkomunikasikannya dengan baik dan nyaman. Masyarakat eks lokalisasi Dolly juga mau mendengarkan Pemerintah Kota Surabaya karena cara penyampaiannya yang nyaman dan tidak memaksa dengan keras. Selain itu mereka bisa memberikan pendapat mereka agar apa yang mereka mau bisa tersampaikan langsung ke pemerintah kota. Jadi mereka merasa lebih dihargai dan memiliki rasa kekeluargaan yang dekat hanya dengan komunikasi yang baik.

Masyarakat Dolly juga menghargai Pemerintah Kota Surabaya karena janji yang diberikan memang dilaksanakan dengan perlahan, dan tetap mendampingi sampai berkembang dan akan melepasnya nanti kalau dianggap sudah bisa berkembang secara mandiri dengan bantuan kopdarwis.

























Dalam praktik pemasaran diklasifikasikan penggunaannya dalam tiga tahap. Tahap pertama adalah pengenalan brand yang paling sederhana adalah menginformasikan melalui word of mouth tentang Dolly Saiki. Selanjutnya menyantumkan brand dalam semua tempat dan kegiatan yang terdapat di kawasan eks lokalisasi Dolly, seperti Dolly Saiki Point untuk tempat penjualan hasil produksi umkm, Dolly Saiki Sentra PKL untuk para pedagang kaki lima dan Dolly Saiki Fest untuk festival tahunan yang terdiri dari beberapa lomba dan pertunjukan.

Tahap ketiga melalui media, Media Online : Memanfaatkan teknologi yang ada dengan membuat website DollySaiki.com yang berisi tentang apa saja kegiatan Dolly Saiki, prestasi apa saja yang telah didapatkan, hubungan Dolly dengan stakeholder. Media Cetak: Dalam setiap kegiatannya baik pelatihan, kunjungan maupu festival, keikutsertaan jurnalis sangat membantu untuk membentuk citra Dolly Saiki. Dengan begitu mereka akan menulis berita Dolly Saiki dan menambah wawasan masyarakat tentang Dolly yang sekarang ini. Event : Penyelenggaraan berbagai event di Dolly seperti Dolly Saiki Playon Bareng, Dolly Saiki Mural, Dolly saiki Berdzikir, Dolly Saiki Gawe Batik dan Dolly Saiki Kumpul Bareng Pomade Nusantara. Semua kegiatan yang dilakukan di kawasan eks lokalisasi sangat berpengaruh karena dengan begitu mengarahkan masyarakat untuk datang dan melihat perubaahn di kawasan Dolly.











