



ISU PORNOGRAFI DAN PENYEBARANNYA DI TWITTER (KASUS VIDEO ASUSILA MIRIP ARTIS)

PORNOGRAPHY ISSUES AND ITS DISTRIBUTION IN TWITTER (IMMORAL SIMILAR ARTIST VIDEO CASE)

Christiany Juditha

BPSDMP Kominfo Manado, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI

Jl. Pumorow No. 76 Manado

Email: christiany.juditha@kominfo.go.id

(Diterima: 11-12-2020; Direvisi: 19-02-2021; Disetujui terbit: 24-02-2021)

Abstrak

Selama dua dekade, penyebaran pornografi di internet sulit dibendung. Kementerian Kominfo telah memblokir 1.062.558 konten pornografi selama Januari-September 2020 yang umumnya beredar di media sosial. Kasus penyebaran video asusila mirip artis yang viral baru-baru ini menunjukkan bahwa penyebaran pornografi sudah dalam tahap memprihatinkan. Karena itu tujuan penelitian adalah untuk mendapatkan gambaran tentang penyebaran isu pornografi (video asusila mirip artis) di Twitter. Metode penelitian ini menggunakan Analisis Media Sosial dengan aplikasi Brand24. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa video ini pertama kali diunggah di Twitter dan mulai ramai dibicarakan 5 November 2020. Puncak tertinggi isu ini diperbincangkan keesokan harinya dengan grafik *reach* yang meningkat tajam. Penyebarannya dalam beberapa hari begitu masif dan tanpa kendali. Meski video ini telah dihapus oleh pengunggah pertama, tetapi sudah terlanjur beredar, tersebar, disimpan dan kemudian disebar kembali melalui *platform* media sosial lainnya. Penyebarannya pun semakin viral karena disertai tagar khusus disetiap cuitan. Hasil *crawling* data menyimpulkan situs yang paling aktif dalam penyebaran isu ini adalah Twitter.com, Youtube.com dan Tribunnews.com. Video ini menyebar juga ke media lainnya seperti blog, forum dan juga aplikasi pesan instan, Telegram. Karakteristik media sosial yang bersifat jaringan, dan fasilitas berbagi/*share* memungkinkan penyebaran isu ini semakin viral dan masif tersebar diberbagai medium.

Kata kunci: pornografi, penyebaran konten, media sosial, Twitter

Abstract

For two decades, the spread of pornography on the internet has been difficult to contain. The Ministry of Communication and Information has blocked 1,062,558 pornographic content during January-September 2020 which is generally circulating on social media. The case of the spread of immoral videos who look like an artist that went viral has shown the fact that the spread of pornography is at an alarming stage. Therefore, the aim of this research is to get a picture of the spread of pornographic issues (immoral videos similar to artists) on Twitter. This research method uses the Social Media Analysis method with the Brand24 application. The results of the study concluded that this video was first uploaded on Twitter and began to be discussed on November 5, 2020. The highest peak of this issue was discussed the next day with the reach graph which increased sharply. The spread within days was massive and out of control. Even though this video was deleted by the first uploader, it has already been circulated, spread, saved and then shared again through other social media platforms. The spread is even more viral because it is accompanied by a special hashtag in every tweet. The results of data crawling concluded that the sites most active in spreading this issue were Twitter.com, Youtube.com and Tribunnews.com. This video also spreads to other media such as blogs, forums and instant messaging applications, Telegram. The characteristics of social media which are networks and sharing facilities allow the spread of this issue to be more viral and massive in various media.

Keywords: *pornography, content distribution, social media, Twitter.*

PENDAHULUAN

Awal November 2020, jagad maya khususnya media sosial dihebohkan dengan

kasus penyebaran video asusila mirip artis terkenal Gisella Anastasia (Gisel). Video berdurasi 19 detik ini dengan cepat

menyebarkan di media sosial tanpa kendali. Beberapa hari setelah video porno mirip Gisella beredar, video mirip Jessica Iskandar dan Anya Geraldin juga beredar. Ketiga kasus ini menjadi *trending* di Twitter (Velarosdela, 2020).

Kasus penyebaran video yang bermuatan konten pornografi bukan kali pertama ini terjadi. Tahun 2010, penyebaran video asusila juga mengagetkan publik maya yang melibatkan tiga artis ternama tanah air, yaitu Ariel Peterpan, Luna Maya dan Cut Tari. Video yang terdiri dari dua bagian tersebut banyak beredar di Facebook, Twitter dan Kaskus (Sjafriani, 2010). Akibat kasus ini, Ariel dijerat melanggar Pasal 29 juncto UU ITE dan Pasal 4 UU Nomor 44 Tahun 2008 tentang Pornografi. Dia divonis penjara tiga tahun enam bulan dan didenda 250 juta rupiah dalam sidang di Pengadilan Negeri Bandung (Kamil, 2011).

Jika dirunut ke belakang, bertahun-tahun sebelumnya kasus-kasus penyebaran video/ gambar asusila telah terjadi dan penyebarannya juga melalui media daring. Seperti kasus video porno 'Bandung Lautan Asmara' tahun 2001, menyusul kemudian tayangan *casting* sabun mandi, rekaman ganti baju artis, foto 'panas' mirip artis Sukma-B'jah, dan lainnya (Baksin 2010). Hal ini menunjukkan selama dua dekade ini pornografi dan penyebarannya di media daring menjadi aktivitas yang sulit dibendung.

Kementerian Komunikasi dan Informatika mengungkapkan selama Januari hingga September 2020 telah menangani 1,3 juta konten negatif. Sebanyak 1.062.558 di antaranya didominasi oleh konten pornografi. Sedangkan media sosial yang paling banyak diblokir karena muatan konten pornografi (sesuai urutan) adalah Twitter,

Facebook, Instagram, Youtube, Google, Telegram, *File Sharing*, dan Line (Kominfo 2020). Sedangkan data dari Kementerian Kesehatan dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan tahun 2017 mengungkapkan sebanyak 95,1% remaja SMP dan SMA di tiga kota besar di Indonesia, yaitu DKI Jakarta, DI Yogyakarta, dan Aceh telah mengakses dan menonton situs/video pornografi lewat internet (Kementerian PPPA, 2020). Sementara tahun 2017 UNICEF merilis data terkait isu pornografi di media sosial yang mencapai 51,7 persen (Kominfo, 2020).

Pornografi di Indonesia merupakan praktik yang dilarang. Hal ini tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2008 Tentang Pornografi dan Undang-Undang No 11 tahun 2008 revisi No. 19 tahun 2016 tentang UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Khusus UU ITE, mengatur larangan penyebaran konten asusila melalui media daring. Setiap orang yang terlibat dalam praktik pornografi baik secara *offline* maupun *online* bisa saja dijerat dengan kedua UU tersebut.

Mark B. Kastleman mengatakan bahwa pornografi layaknya seperti narkoba yang membuat dunia berada dalam bencana yang mengerikan di era milenium baru. Kecanduan pornografi menyebabkan hidup menjadi kacau, dapat tertular penyakit seksual, bunuh diri, dan juga otak dirusak sehingga kemampuan berkonsentrasi menurun, sukar menunda kepuasan, sulit berpikir kritis, sulit merencanakan masa depan, sulit memahami benar dan salah serta sukar mengendalikan diri (Kementerian PPPA, 2017).

Penyebaran pornografi umumnya melalui media sosial. Menurut Coletto et al. (2016) struktur jaringan sosial pada

dasarnya terkait dengan kepentingan anggotanya. Orang dengan berbagai latar belakang secara spontan bergabung berdasarkan topik yang relevan, dan membentuk kelompok sosial. Media sosial merupakan ekosistem yang menguntungkan bagi pembentukan komunitas dengan topik-topik khusus sesuai interest masing-masing orang. Termasuk topik-topik yang menyimpang atau melanggar norma atau standar moral masyarakat seperti konsumsi pornografi, penggunaan narkoba, perburuan ilegal, atau praktik apa pun yang melukai diri sendiri atau membuat ketagihan (Coletto et al., 2016).

Media sosial juga memiliki karakteristik khusus seperti jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial serta konten yang diproduksi oleh pengguna. Salah satu karakteristik media sosial yang paling utama adalah jaringan. Media sosial membentuk jaringan dan menghubungkan antara penggunanya saling mengenal atau pun tidak (Castells, 2002). Inilah salah satu alasan juga mengapa konten pornografi sangat cepat dan banyak beredar melalui media sosial.

Twitter, merupakan salah satu media sosial yang cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia. Survei Hootsuite (We Are Social, 2020) menyebutkan Twitter menduduki peringkat ke lima sebagai media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Tercatat 56% dari total pengguna internet adalah pengguna Twitter. Beberapa kasus konten pornografi di Indonesia, penyebarannya pertama kali terjadi melalui Twitter, kemudian baru menyebar ke media lainnya. Hal ini berhubungan dengan hasil pemblokiran konten Kementerian Kominfo, yang menempatkan Twitter sebagai media tertinggi dalam penyebaran konten

pornografi (Kominfo, 2020).

Kasus peredaran video asusila mirip artis Gisel baru-baru ini di media sosial terbilang cukup fenomenal dan sangat cepat. Dalam beberapa jam saja, video ini menyebar dengan luas dan tidak dapat dikendalikan. Video ini pertama kali di unggah di Twitter yang kemudian menyebar secara masif di media sosial lainnya dan juga aplikasi pesan instan (Ariefana, 2020). Yang kemudian menarik dikaji adalah proses penyebaran konten pornografi ini melalui Twitter secara begitu masif. Sehingga rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana penyebaran isu pornografi (video asusila mirip artis) di Twitter? Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang penyebaran isu pornografi (video asusila mirip artis) di Twitter.

LANDASAN TEORI

Penelitian tentang pornografi di media sosial pernah diteliti oleh Anwar dkk dengan judul “*Analisis Pola Persebaran Pornografi pada Media Sosial dengan Social Network Analysis*”. Tujuan penelitian ini untuk mengerti pola distribusi dan menemukan aktor kunci dalam distribusi pornografi di media sosial sehingga tindakan mitigasi dapat dilakukan. Penelitian ini menggunakan *Social Network Analysis* (SNA). Hasil menunjukkan bahwa akun '*publisher*' populer yang pertama kali menerbitkan film porno, kemudian akun *publisher* lain membagikannya lagi, dan para pengikut mengonsumsinya secara searah (Anwar et al., 2018).

Penelitian lain juga dilakukan oleh Rachmaniar, Prihandini, and Janitra (2018) dengan judul “*Perilaku Penggunaan Smartphone dan Akses Pornografi di Kalangan Remaja Perempuan*”. Penelitian bertujuan untuk mendapatkan gambaran

perilaku penggunaan *smartphone* siswa perempuan Sekolah Menengah Pertama dalam mengakses pornografi. Metodenya adalah studi deskriptif kualitatif. Hasil menunjukkan *handphone* biasa sudah dimiliki para siswi sejak SD. Siswa mulai terpapar pornografi secara tidak sengaja, saat mereka SMP. Hal ini menunjukkan bahwa konten pornografi memiliki potensi dapat diakses dari perangkat teknologi yang lebih canggih.

“*Tindak Pidana Pornografi Melalui Media Sosial Instagram Berdasarkan Pasal 27 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*” merupakan penelitian pornografi yang dilakukan oleh Suhartanto (2016). Tujuannya untuk mendapatkan gambaran tentang pornografi melalui Instagram ditinjau dari pertanggungjawaban serta sanksi pidananya. Kesimpulan menunjukkan bahwa tindak pidana pornografi telah diatur dalam hukum Indonesia yaitu pada Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Sementara sebagai perbandingan digunakan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP), dan Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2008 tentang Pornografi.

Penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya ini menitikberatkan pada penggunaan teknologi terhadap konsumsi konten pornografi, aspek hukum pelanggaran pornografi melalui media sosial dan juga pola persebaran pornografi melalui media sosial dengan objek konten film porno. Sementara penelitian ini fokus pada penyebaran isu video asusila mirip artis di Twitter dengan menggunakan metode aplikasi media sosial (AMS) yang belum pernah digunakan pada penelitian sebelumnya. Inilah yang membedakan

penelitian ini dengan penelitian terdahulu sehingga layak dilakukan.

Pornografi adalah sebuah istilah untuk gambar, sketsa, ilustrasi, foto, tulisan, suara, gambar bergerak, animasi, kartun, percakapan, gerak tubuh, atau bentuk pesan lainnya melalui berbagai bentuk media komunikasi dan/atau pertunjukan di muka umum, yang memuat eksploitasi seksual yang melanggar norma kesusilaan dalam masyarakat (Kementerian PPPA, 2017). Sementara Na'am dan Wahyuningsih (dalam Laili, Puspitawati, & Yuliati, 2018) menjelaskan bahwa pornografi adalah aksi gerak tubuh, penonjolan bagian tubuh, menunjukkan alat vital dengan sengaja atau tidak, untuk merangsang seksual bagi yang melihat, baik secara langsung maupun melalui media. Sedangkan definisi dari Kor, et al (dalam Laili, Puspitawati, & Yuliati, 2018) pornografi adalah materi seksual eksplisit yang menggambarkan tubuh setengah telanjang atau telanjang yang melibatkan tindakan rangsangan genital/seksual.

Pornografi begitu digandrungi selama beberapa dekade ini karena akses internet yang kini tiada batas. Film, majalah dewasa, iklan di TV, *website*, video klip, *games* dan media sosial menjadi medium di mana pornografi bisa saja muncul, meski seseorang tidak menginginkannya (Kementerian PPPA, 2017).

Menurut *Creative Digital Education* oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, ada beberapa alasan seseorang kecanduan pornografi yaitu karena: 1) *Accessible* (mudah diakses). Pornografi melalui internet bentuknya sangat beragam, jumlahnya banyak dan secara langsung dapat dengan mudah diakses; 2) *Anonymous* (kerahasiaan). Pornografi dapat diakses siapa saja tanpa diketahui oleh

orang lain; 3) *Affordable* (terjangkau). Pornografi dapat diakses dengan tidak mengeluarkan uang dan usaha yang banyak karena dapat diperoleh secara gratis melalui internet. Dan semakin terjangkau dengan adanya fitur *share/berbagi file*; 4) *Agressif* (agresif). Kini tidak hanya pengguna yang mencari pornografi namun juga sebaliknya. Seperti *mouse trapped*, di mana penyedia pornografi menggunakan trik jahat dengan memberikan pornografi secara terus menerus sebagai sebuah serangan (Kementerian PPPA, 2017),

Media sosial, merupakan salah satu media di mana pornografi paling mudah diperoleh dan disebar. Media sosial menurut Mandibergh (dalam Nasrullah, 2017) dapat mengasikkan konten atas kerjasama para penggunanya. Sedangkan Shirky mengatakan bahwa melalui media sosial, pengguna mampu untuk berbagi dan dapat bekerjasama untuk melakukan tindakan kolektif (Nasrullah, 2017). Media sosial juga mampu menjangkau audiens global, dan berjasa dalam sarana konektivitas mencari informasi, sosialisasi, dan memengaruhi (Revilia, 2020).

Karakteristik media sosial yang umumnya dimiliki oleh media siber yang memungkinkan pornografi dengan mudah didapatkan dan disebar. Adapun karakteristik media sosial adalah jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial dan konten oleh pengguna (*user-generated content*) (Nasrullah, 2017). Karakteristik media sosial yang paling utama adalah jaringan. Jaringan di antara pengguna dibentuk oleh media sosial. Sehingga kehadiran medium ini membuat para pengguna dapat terhubung secara mekanisme teknologi jaringan. Hal ini juga yang membuat nilai-nilai dalam masyarakat sebagaimana ciri masyarakat akan muncul

dan komunitas dapat terbentuk (Castells, 2002).

Twitter menjadi media sosial yang juga banyak digunakan di Indonesia, demikian diungkapkan *Chief Executive Officer* Twitter, Dick Costolo (dalam Juditha, 2015). Costolo berpendapat bahwa pengguna media sosial di Indonesia sangat atraktif serta bersemangat sekaligus sangat aktif menuliskan cuitan. Mereka juga memiliki pengetahuan yang baik dengan dunia digital. Tidak jarang, hasil percakapan di Twitter menjadi topik yang paling banyak dibicarakan (*trending topic*).

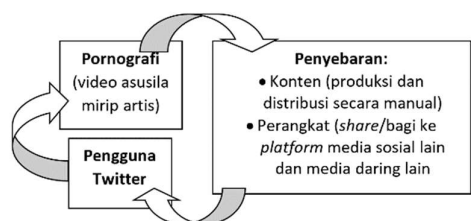
"Twitter is public feed by default", begitu menurut Nancy (2009). Hal inilah yang menjadikan Twitter berbeda dengan media sosial lainnya. Orang tidak perlu melakukan permohonan menjalin relasi di Twitter jika hanya ingin mencari, mendapatkan maupun mengikuti informasi terkini dari pihak lain. Tidak perlu ada konfirmasi sebelumnya. Umumnya Twitter menjadi paling awal dalam mengangkat isu-isu hangat yang kemudian baru diikuti oleh media massa (Zarella, 2010). Penggunaan tanda pagar (tagar)/*hashtag* di Twitter membuat *trending topic* bisa terjadi. Jika tagar tentang suatu isu mulai viral, berarti tagar tersebut banyak digunakan orang. Pengguna yang menggunakan tagar yang sama, memungkinkan pengguna lain akan melihatnya (Juditha, 2018).

Penyebaran (*share/sharing*) menjadi karakter penting lainnya dari media sosial. Benkler dan Cross (dalam Nasrullah, 2017) mengatakan bahwa konten tidak hanya dihasilkan, dibangun dan dikonsumsi oleh penggunanya, namun juga dapat aktif mendistribusikan sekaligus mengembangkan konten tersebut. Pengembangan yang dimaksud adalah konten yang diproduksi kemudian disebar

dan mendapatkan komentar dalam bentuk opini, penambahan data dan juga fakta baru.

Penyebaran konten di media sosial dapat dibedakan menjadi dua cara yaitu melalui konten dan melalui perangkat. Penyebaran melalui konten dapat diartikan bahwa khalayak pengguna tidak hanya memproduksi konten, tetapi oleh pengguna lain, konten ini kemudian didistribusikan secara manual. Sedangkan penyebaran melalui perangkat adalah bahwa ada beberapa fasilitas untuk memperluas jangkauan konten. Seperti tombol *share* yang berfungsi untuk menyebarluaskan konten-konten tersebut ke media daring lainnya (media sosial, situs berita, *website*, aplikasi pesan instan dan lain-lain (Nasrullah, 2017). Pola penyebaran pesan melalui media sosial ini cenderung bebas, serta dalam penyebaran pesannya, para penggunanya memiliki maksud agar segera diketahui publik (Susanto, 2017).

Berdasarkan paparan berbagai konsep dan teori tersebut, maka kerangka pemikiran penelitian dapat dijelaskan bahwa pornografi (kasus video asusila mirip artis) mulai beredar pertama kali di media sosial Twitter. Video ini kemudian menyebar secara masif oleh pengguna Twitter lainnya. Penyebarannya dikaji melalui konten dan perangkat (Gambar 1).



Gambar 1 Kerangka Pemikiran Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Analisis Media Sosial (AMS). AMS menurut Fan dan Gordon; Zeng, Chen, Lusch, dan Li (dalam Andryani et al., 2019)

adalah alat yang bertindak dalam mengembangkan dan mengevaluasi alat informasi dan kerangka kerja untuk mengumpulkan, mengevaluasi, menganalisis, menyimpulkan, dan memvisualisasikan data media sosial. Sementara Gartner Research mendefinisikan AMS sebagai proses melihat secara dalam, menganalisis, mengukur, dan memprediksi interaksi digital, hubungan, topik, ide, atau konten di media sosial. AMS bertujuan menganalisis dan mensintesis data media sosial untuk memberikan informasi secara fungsional bagi pemangku kepentingan. Proses AMS membutuhkan tiga langkah, yaitu tangkap (*capture*), pahami (*understand*), dan sajikan (*present*) (Andryani, et al., 2019).

Teknik Pengumpulan Data

Alat *crawling* data (Teknik pengumpulan data) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Brand24. Sementara media sosial yang dikaji adalah Twitter, medium pertama yang digunakan dalam penyebaran video asusila mirip artis. Penetapan kata kunci (*keyword*) yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah 'giselviral'. Adapun periode data yang dikumpulkan selama satu minggu (7 hari) sejak tanggal 2 hingga 9 November 2020. Penentuan *range* waktu itu karena bertepatan dengan isu video asusila tersebut beredar dan ramai dibicarakan di Twitter.

Metode Analisis Data

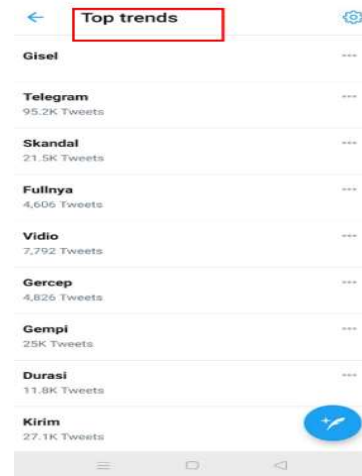
Data yang telah di-*crawling* dan disajikan dalam bentuk gambar, grafik dan teks-teks oleh Brand24, kemudian dikelompokkan sesuai kebutuhan riset untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data yang sudah diseleksi selanjutnya dianalisis secara deskriptif dengan menghubungkan hasil temuan-temuan

penelitian dengan teori, konsep, penelitian lain serta data dari berbagai referensi ilmiah. Tujuannya untuk memperkuat pembahasan hasil penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

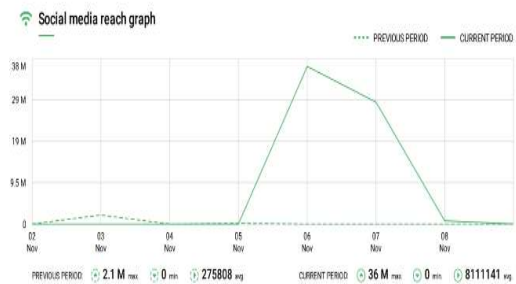
Subdit *Cyber Crime* Ditreskrimsus Polda Metro Jaya pada Rabu 11 November 2020 berhasil menangkap dua tersangka pelaku penyebar video asusila mirip artis Gisella Anastasia. Pelaku berinisial PP dan MM ditangkap setelah polisi melakukan gelar perkara awal kasus tersebut. Keduanya juga ditetapkan sebagai tersangka dan langsung ditahan. PP adalah pemilik akun Twitter yang pertama kali menyebarkan video asusila tersebut (Pradewo, 2020). Sementara akun Twitter MM, merupakan akun yang masif menyebarkan video. Polisi melakukan pengusutan ini karena sebelumnya pengacara berinisial FD membuat laporan ke Polda Metro Jaya perihal tersebarnya video asusila mirip artis Gisella Anastasia. FD meminta polisi mengusut pelaku di balik beredarnya rekaman video asusila tersebut di media sosial.

Kasus penyebaran video asusila ini menjadi kasus yang viral selama tahun 2020, dibuktikan dengan kasus ini menjadi *trending topic* nomor satu di Twitter saat kejadian berlangsung. Pada *top trends* Twitter terdapat topik 'Gisel' menjadi urutan pertama menyusul kemudian topik 'Telegram', 'Skandal', 'Fullnya', 'Vidio', 'Gercep', 'Gempi', 'Durasi' dan 'Kirim'. Topik-topik ini memiliki hubungan erat dengan isu penyebaran video asusila tersebut (Gambar 2).



Gambar 2 *Trending topic* kasus video asusila mirip artis Gisella Anastasia di Twitter
Sumber: Twitter, 2020

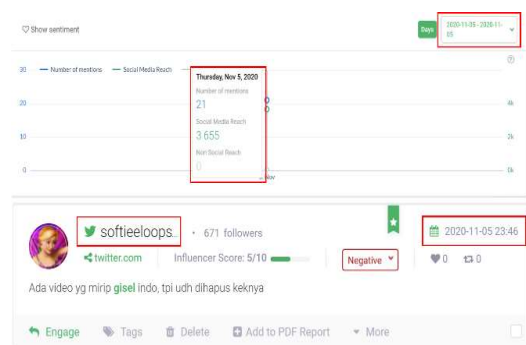
Sebelum kedua tersangka penyebar video ditangkap polisi, beberapa hari sebelumnya, media sosial Twitter mulai ramai memperbincangkan soal penyebaran video asusila ini. Hasil *crawling* data dari Brand24 menunjukkan bahwa topik ini pertama kali ada di linimasa Twitter, Kamis, 5 November 2020 pukul 22.33 WIB oleh akun @Rachsmile2. Isu ini kemudian meningkat keesokan harinya dan mulai menurun di dua hari selanjutnya (Gambar 3).



Gambar 3 *Social Media Reach* terhadap isu video asusila mirip artis di Twitter
Sumber: Hasil *crawling* Brand24, 2020

Hari pertama, 5 November 2020, isu ini masih belum banyak mendapatkan tanggapan dari warga Twitter. Tercatat hanya 21 *mention* (menandakan akun Twitter lainnya) yang ada, tetapi *social*

media reach-nya sudah mencapai 3.655 akun. Reach memperlihatkan jumlah akun yang telah melihat atau berinteraksi dengan konten yang diunggah. Angka yang diperlihatkan dalam metrik ini menunjukkan jumlah total orang yang telah melihat tweet tentang konten video tersebut (Gambar 4).



Gambar 4 Mention & Social Media Reach terhadap isu video asusila mirip artis di Twitter
Sumber: Hasil crawling Brand24, 2020

Reaksi terhadap konten yang dimaksud bisa jadi video asuilanya, bisa juga hanya perbincangan tentang isu video tersebut. Karena berdasarkan informasi salah satu akun Twitter @softieeloops, video asusila tersebut sudah dihapus beberapa saat setelah diunggah atau masih di tanggal 5 November (Gambar 4). Namun videonya sudah terlanjur beredar, tersebar, disimpan dan kemudian disebar kembali melalui platform lainnya.

Jumat, 6 November 2020, menjadi puncak tertinggi isu ini diperbincangkan di Twitter. Grafik reach media sosial semakin meningkat. Tercatat sebanyak 1.482 mention, 36.159.759 akun yang telah berinteraksi dengan konten tersebut, dan sebanyak 4.315.901 reaksi nonsocial yang juga ikut berinteraksi dengan isu ini. Nonsosial yang dimaksud di sini adalah reaksi news, blogs, forums, web dan lain sebagainya.

Isu ini pada hari-hari berikutnya sudah mulai menurun. Sabtu, 7 November 2020 tersisa 29 ribu akun dan tanggal 8 November hanya tinggal kurang dari satu juta akun yang berinteraksi. Menurunnya jumlah reach ini seiring dengan tindakan Kementerian Kominfo yang telah menghapus video asusila tersebut pada tanggal 7 November (CNN Indonesia, 2020). Sementara pada Minggu 8 November kasus ini sudah dilaporkan ke polisi oleh pihak yang merasa dirugikan (Husna 2020).

Hasil crawling Brand24 2-9 November 2020, menunjukkan bahwa selama 4 hari (5- 8 November 2020) total mention di Twitter mencapai 2562 atau terjadi peningkatan sebanyak 85300%, sementara mention dari nonsosial, untuk news/berita sebanyak 847 (meningkat 6415%), blog 345 (+8525%), video 308 (+6060%), web 196 (+6433%) dan dari forum hanya 2 mention atau jumlah peningkatannya mencapai 100%. Sedangkan total semua media, untuk total mention sebanyak 4260, mentions di media sosial mencapai 2870, mentions nonsosial berjumlah 1390, reaksi media sosial mencapai 65 juta dan reaksi non media sosial mencapai 31 juta. Terjadi juga 1758 interaksi, 289 kali dibagikan/shares, sebanyak 1469 disukai (likes), 463 mendapatkan mentions positif namun sebanyak 1130 mendapatkan mentions negatif, 345 mentions dari blog dan 2562 mentions dari Twitter.

Dapat disimpulkan bahwa situs yang paling aktif terhadap penyebaran isu ini adalah Twitter.com, Youtube.com dan Tribunnews.com. Sedangkan kategori media yang paling aktif terhadap penyebaran isu ini adalah Twitter, news dan blogs. Tambahan data lainnya lima situs yang paling berpengaruh, Youtube, Twitter, sabtubet77. wordpress.com, impormasi.

wordpress.com dan toloidotcom.
 wordpress.com.

Fluktuasi data terus meningkat sejak isu ini mulai digulirkan. Percakapan di linimasa Twitter pun semakin ramai dengan penggunaan beragam *hashtag*/tagar dalam setiap cuitan. Beberapa tagar yang menjadi *trending hashtag* seperti: #kasiangempi, #gisel, #linknya, #skandal, #giselviral, #gempi, #pemersatubangsa, #giselle, #savegempi, #gisellaanastasia dan seterusnya (Gambar 5).

HASHTAG	MENTIONS
1 #kasiangempi	938
2 #gisel	450
3 #linknya	326
4 #skandal	285
5 #giselviral	279
6 #gempi	176
7 #pemersatubangsa	130
8 #giselle	114
9 #savegempi	106
10 #gisellaanastasia	85
11 #kasihangempi	73
12 #gisella	71
13 #jedar	68
14 #fullnya	67
15 #videonya	54
16 #jencikalskandar	44
17 #video	44
18 #videogisel	42
19 #videoviral	39
20 #gading	33

Gambar 5 *Trending hashtags*/tagar di Twitter soal isu video asusila mirip artis
 Sumber: Hasil *crawling* Brand24, 2020

Konteks diskusi pada linimasa Twitter juga beragam. Topik yang paling banyak didiskusikan tidak hanya soal pelaku mirip artis dalam video asusila tersebut, namun juga skandalnya, tautan, kamar yang digunakan dan juga semakin melebar ke anggota keluarga yang lain. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 6, kata-kata dengan huruf yang lebih besar menandakan topik diskusi tersebut yang paling banyak.



Gambar 6. Konteks diskusi di Twitter soal isu video asusila mirip artis
 Sumber: Hasil *crawling* Brand24, 2020

Sementara lima akun yang paling banyak di-mention oleh pengguna Twitter lainnya karena isu video asusila ini adalah tirta_hudhi, penicleofc, dolorosta, detikcom, dan CNNIndonesia. Sementara 20 profil akun publik yang paling aktif dalam isu video asusila ini, lima di antaranya adalah akun dengan nama pery80655440, neosdior, userdsc, kthsualy, dan neoskjin. Sedangkan untuk profil publik tertinggi adalah Detikcom, VIVAcoid, Kompas TV, TRANSTV_CORPS, kompascom dan seterusnya (Gambar 7).

PROFILE	SOURCE	REACH	MENTIONS
1 pery80655440	✓	3	57
2 neosdior	✓	2708	40
3 userdsc	✓	109	37
4 kthsualy	✓	N/A	33
5 neoskjin	✓	461	32
6 CatboyJS	✓	133	25
7 cto_funny	✓	7	22
8 catboywin	✓	1013	22
9 rjajms	✓	3878	19
10 shafex	✓	398	18
11 detikcom	✓	16M	14
12 vibunnews	✓	1.0M	13
13 kulya00bin	✓	6	12
14 EMUJISUNG	✓	77	12
15 lyasapat	✓	N/A	11
16 joshfms	✓	1	10
17 RethyCayah	✓	11 668	10
18 diaryng	✓	81	10
19 glin_Ardianaya	✓	189	10
20 vibunmedan	✓	78 431	10

Gambar 7. Profil akun publik yang paling aktif dan di Twitter soal isu video asusila mirip artis
 Sumber: Hasil *crawling* Brand24, 2020

Secara umum hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kasus video asusila mirip artis Gisella Anastasia dalam 2 hari saja penyebarannya di Twitter langsung menjadi *trending* topik. Bukan saja satu topik yang menjadi *trending*, tetapi banyak topik namun masih berhubungan dengan isu utama yaitu video asusila tersebut. Seperti ‘Gisel’, ‘Telegram’, ‘skandal’, ‘Fullnya’, ‘video’, ‘Gercep’, ‘Gempi’, ‘Durasi’ dan ‘Kirim’. Topik ‘Gisel’ misalnya adalah penyebutan nama dari pelaku yang diduga melakukan adegan dalam video. Sedangkan topik ‘Telegram’ menjadi *trending*, juga karena video asusila ini ikut menyebar masif melalui aplikasi

pesan instan ini. Sementara topik ‘skandal’, ‘full-nya’, ‘video’, ‘durasi’, dan ‘kirim’ juga merupakan benang merah dari kasus utama, yang ramai dibicarakan oleh warganet. Mereka juga meyakini bahwa masih ada video dengan durasi tayangan utuh/full lebih dari 19 detik. ‘Gercep’ juga menjadi bahan diskusi warganet. Gercep adalah singkatan gerak cepat yang sering disampaikan oleh warganet untuk segera mengunduh video asusila yang dimaksud sebelum dihapus dari media sosial. Topik terakhir, yaitu ‘Gempi’, adalah nama anggota keluarga terduga pelaku yang ikut menjadi bahan diskusi warganet di Twitter.

Banyaknya topik yang berhubungan dengan isu video asusila ini yang menjadi *trending* di Twitter mengartikan bahwa topik tersebut paling banyak diperbincangkan oleh warganet di linimasa mereka (Juditha, 2015a). Kebanyakan sebuah isu menjadi viral, juga diikuti dengan penggunaan tagar/*hashtag* yang mendukung isu, seperti #kasiangempi, #gisel, #linknya, #skandal, #giselviral, #gempi, #pemersatubangsa, #giselle, #savegempi, #gisellaanastasia dan lain-lain. Saat tagar juga mulai menjadi viral, itu berarti banyak orang yang menggunakannya. Pengguna Twitter yang memakai tagar (#) yang sama, memungkinkan pengguna lainnya dapat memiliki peluang lebih besar melihat topik yang dimaksud. Hal ini dapat membuat isu tersebut berpotensi mendapatkan lebih banyak eksposur (Juditha, 2015a). Tidak heran jika dalam hitungan hari isu video asusila mirip artis ini viral dengan cepat.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa banyak topik dengan judul yang berbeda didiskusikan di linimasa Twitter oleh warganet, namun topik tersebut masih berhubungan dengan video asusila. Topik-topik tersebut antara lain tentang pelaku

mirip artis dalam video asusila, skandal, *link* video, kamar yang digunakan dan juga semakin melebar ke anggota keluarga yang lain. Kebebasan dalam membahas berbagai topik ini menunjukkan bahwa pada saat yang bersamaan, dengan kepentingan yang cenderung sama, dengan isu yang sama pula, para pengguna Twitter saling berbagi dan berpartisipasi sesuai dengan topik yang sedang ramai diperbincangkan. Hal ini menunjukkan bahwa terbentuk sebuah tren sosial bahwa di saat tertentu, suara sejumlah besar pengguna ini menjadi populer. Sebuah berita, atau suatu peristiwa yang sedang terjadi, atau meme serta beredarnya berbagai komen menjadi pemicu terjadinya tren (Zubiaga, 2013).

Video asusila mirip artis ini menyebar pertama kali di Twitter. Meski dari hasil crawling data, video tersebut telah dihapus oleh pengunggah pertama namun sudah terlanjur menyebar dan disimpan (*saved*) yang kemudian diunggah kembali oleh orang berbeda melalui *platform* lain. Menarik karena bukan hanya video berdurasi 19 detik itu yang menjadi bahan pembicaraan dari para warga Twitter, namun juga berkembang dengan isu-isu yang masih berhubungan dengan isu video. Isu-isu ini ditanggapi, dikomentari kemudian juga dibagikan (*retweet*). Bahkan dari cuitan warga Twitter ini juga menjadi bahan berita dari sejumlah media *online* yang juga memiliki akun di Twitter. Tidak heran jika isu video asusila ini menyebar tanpa terkendali.

Hingga di sini, dapat dikatakan bahwa inilah yang menjadi karakteristik penting dari media sosial - sebagaimana dikemukakan oleh Benkler dan Cross (dalam Nasrullah, 2017) - bahwa media sosial tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi pengguna juga dapat

aktif mendistribusikan sekaligus mengembangkan konten tersebut. Konten yang diproduksi kemudian disebar mendapatkan berbagai komentar dalam bentuk opini, penambahan data dan juga fakta baru. Dalam hal inilah, Nasrullah (2017) mengatakan bahwa salah satu bentuk penyebaran isu di media sosial adalah melalui konten. Penyebaran melalui konten diartikan bahwa konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Di samping itu, media sosial memiliki karakter jaringan sosial berdasarkan jaringan informasi antar pengguna (Juditha, 2017).

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa penyebaran melalui perangkat juga terjadi pada kasus video asusila ini. Terlihat bahwa ada banyak akun yang membagikan pesan-pesan yang dimaksud dengan menggunakan fasilitas *'retweet'* dan *'share'* di Twitter secara bebas dan tanpa batas. Hal inilah yang semakin membuat isu ini semakin banyak diketahui oleh orang lain yang kemudian juga melakukan hal yang sama, yaitu membagikan kepada yang lainnya juga. Penyebaran konten ini pun tidak hanya untuk warga Twitter saja namun juga kepada *platform* media sosial lainnya seperti di Youtube, Facebook dan Instagram. Bahkan hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa isu ini juga tersebar di blog, forum, *website* termasuk portal berita *online* dan juga aplikasi pesan instan seperti WhatsApp, Line, Telegram dan lainnya.

Kemudahan akses penyebaran dari media sosial inilah yang disebut oleh Nasrullah (2017) dan Susanto (2017) bahwa fasilitas *'share'* yang tersedia di setiap media sosial termasuk Twitter justru memperluas jangkauan konten ke *platform* yang berbeda. Pola penyebarannya pun

cenderung bebas agar segera diketahui masyarakat umum. Alasan lain karena ada upaya untuk membagi informasi yang dianggap penting kepada orang lain terlepas isi konten positif atau negatif. Di samping itu juga untuk menunjukkan posisi/keberpihakan khalayak terhadap sebuah isu yang disebar dan merasa bahwa konten yang disebar adalah untuk menambah informasi/data baru lainnya sehingga konten menjadi semakin lebih lengkap (Nasrullah, 2017). Salah satu keberpihakan warga Twitter dalam kajian ini adalah dengan menyebutkan bahwa kasus video asusila ini justru menjadikan mereka bersatu untuk membicarakan hal yang sama. Tidak heran jika salah satu tagar yang digunakan dalam diskusi mereka di linimasa adalah #pemersatubangsa. Tagar ini juga menjadi salah satu yang *trending* dalam kasus ini.

Penyebaran konten ini tidak terbatas pada penyediaan teknologi semata tetapi juga telah membentuk budaya di media sosial. Kebiasaan digital yang baru dari pengguna media sosial adalah berupaya agar konten milik sendiri atau orang lain dapat disebarkan kepada orang lain juga. Ada semacam kesadaran bahwa orang lain layak untuk mengetahui konten tersebut sehingga penting untuk disebarkan terlepas dari konten yang disebar positif ataupun negatif (Nasrullah, 2017). Penyebaran konten pornografi, semakin mudah dilakukan di media sosial yang memiliki karakteristik jaringan sosial. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya yang saling mengenal maupun tidak. Media sosial hadir sebagai medium untuk pengguna yang terhubung secara mekanisme teknologi (Castells, 2002). Hal ini terlihat dengan masifnya peredaran konten video asusila dalam

jaringan media sosial yang terbentuk seketika di media daring.

Hal lain yang menarik juga untuk dibahas adalah bahwa blog juga menjadi salah satu media penyebaran isu ini. Di antaranya akun yang dianggap paling berpengaruh dalam penyebaran isu ini adalah 'sabtubet77.wordpress.com' yang merupakan akun judi *online*. Ada juga akun dengan nama 'Rachsmile2' yang isi akunnnya sering *me-retweet* gambar dan video pornografi dan juga link judi *online*. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan dari penyebaran melalui perangkat juga dimanfaatkan oleh banyak medium di internet, dan sekaligus juga menjadi strategi pemasaran, bagi akun penyedia jasa pornografi dan agen judi.

Hal menarik lainnya adalah bahwa salah satu *trending topic* kasus ini yang telah dipaparkan sebelumnya dalam hasil penelitian adalah 'Telegram'. Penelusuran data di linimasa Twitter selama kasus ini hangat dibicarakan ternyata penyebaran video juga terjadi di grup-grup Telegram salah satunya dengan nama 'Gisel Unhh'. Banyak akun di Twitter yang menawarkan tautan yang mengarah ke grup yang memiliki anggota sebanyak 7.392 ini. Tidak sedikit kemudian warganet bergabung dalam grup Telegram ini untuk memperoleh video tersebut.

Hasil *crawling* Brand24 juga mengategorikan akun-akun yang paling aktif dalam isu video asusila ini (*most active profile public*). Lima di antaranya dengan nama 'pery80655440', 'neosdior', 'userdsc', 'kthsualy', dan 'neoskjn'. Akun-akun ini belakangan sudah tidak dapat ditemukan (*suspended*), ditangguhkan, dan juga dibatasi karena ada beberapa aktivitas yang tidak biasa dari akun ini.

Melihat fenomena penyebaran video asusila mirip artis ini yang cepat dan masif,

menunjukkan bahwa pornografi memang begitu digandrungi selama beberapa dekade. Kementerian PPPA (2017) menyebutkan bahwa pornografi di era sekarang ini mudah diakses melalui internet dan tanpa batas serta bisa diperoleh dari mana saja dalam bentuk yang beragam dan jumlahnya sangat banyak. Mengakses pornografi juga terjangkau dan dapat diakses dengan tidak mengeluarkan uang dan usaha yang banyak karena dapat diperoleh secara gratis melalui internet. Apalagi seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa fitur *share* menjadi salah satu kemudahan dalam penyebaran sebuah konten.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Coletto et al. (2016) menemukan bahwa mayoritas materi pornografi diunggah oleh sebagian kecil pengguna, tetapi kemudian konten dewasa ini menjangkau khalayak yang lebih luas, menyebar melalui ikatan sosial. Dalam kasus video asusila mirip artis ini ditemukan bahwa, video yang diunggah pertama sudah dihapus, yang memungkinkan konten tersebut tidak akan menyebar lagi. Namun kenyataannya konten tersebut semakin menyebar luas tanpa kendali melalui *platform* berbeda.

Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran pornografi merupakan salah satu konsekuensi dari penggunaan media. Pornografi sulit dibendung melalui sistem kecuali berdasarkan kesadaran pribadi. Ini berarti tidak peduli seberapa erat sistem mencoba melindungi publik dari pornografi, pelaku masih menemukan celah untuk memproduksi dan menyebarkannya (Hafiar et al., 2019). Hal ini juga terlihat meski konten pornografi diblokir secara rutin oleh pemerintah (Kementerian Kominfo), namun konten-konten serupa semakin banyak. Tercatat selama Januari hingga September 2020 sebanyak

1.062.558 konten pornografi yang diblokir kebanyakan melalui Twitter, Youtube, Telegram, dan *file sharing* (Kominfo, 2020).

Hasil penelitian ini juga menemukan keempat media sosial yang disebutkan (Twitter, Youtube, Telegram, dan *file sharing*) terbukti ikut memiliki andil dalam penyebaran video asusila mirip artis ini. Berbagai hasil penelitian yang pernah dilakukan juga menyebutkan bahwa Twitter menjadi lahan subur perkembangan dan penyebaran pornografi dan prostitusi. Penelitian yang dilakukan (Pudjajana and Manongga, 2018) menemukan bahwa sentimen analisis terhadap beberapa *hashtag* pornografi di Twitter cenderung tinggi. Twitter menjadi salah satu media berkomunikasi dan saling berbagi hal-hal negatif (pornografi).

Korea Selatan pernah tersandung masalah karena hasil penyelidikan menunjukkan bahwa ada kelalaian soal konten pornografi di Twitter. Sementara hasil investigasi pemerintah Inggris, menemukan sebanyak 500 ribu gambar pornografi setiap hari diunggah melalui Twitter (Hadiyat, 2017). Sejauh ini fitur khusus untuk memblokir konten pornografi belum dimiliki di layanan Twitter. Halaman media sosial ini pun dapat dilihat oleh siapapun tanpa perlu memiliki akun Twitter dan menjadi *follower* sebuah akun. Inilah yang membuat Twitter menjadi media dengan penyebaran pornografi terbanyak (Anwar et al., 2018).

Hingga di sini, dapat disimpulkan bahwa saluran yang tersedia secara daring ini menciptakan kemudahan berhubungan dengan banyak orang di berbagai belahan dunia. Meski pun kesempatan ini juga digunakan untuk penyebaran hal negatif (Juditha, 2015). Perubahan serta pemanfaatan teknologi dalam masyarakat

jaringan yang dinamis, juga menimbulkan konsekuensi budaya yang berdampak negatif kepada masyarakat. Salah satu konten dalam jaringan internet yang menyimpang dari budaya adalah pornografi. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa pornografi juga menjadi bagian dari pertumbuhan dan perluasan industri seks yang erat kaitannya dengan perkembangan teknologi (internet dan media sosial). Internet sebagai media komunikasi akan ada tanpa industri seks, tetapi industri internet tidak akan tumbuh dan berkembang pada tingkat yang sekarang tanpa industri seks (Hughes, 2000).

PENUTUP

Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang penyebaran isu pornografi (video asusila mirip artis) di Twitter. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa video ini pertama kali diunggah di Twitter dan mulai ramai dibicarakan 5 November 2020. Puncak tertinggi isu ini diperbincangkan keesokan harinya dengan grafik *reach* yang meningkat tajam. Penyebarannya dalam beberapa hari begitu masif dan tanpa kendali. Meski video ini telah dihapus oleh pengunggah pertama, tetapi sudah terlanjur beredar, tersebar, disimpan dan kemudian disebar kembali melalui *platform* media sosial lainnya. Penyebarannya pun semakin viral karena disertai tagar khusus di setiap cuitan. Hasil *crawling* data menyimpulkan situs yang paling aktif dalam penyebaran isu ini adalah Twitter. com, Youtube. com dan Tribunnews. com. Video ini menyebar juga ke media lainnya seperti blog, forum dan juga aplikasi pesan instan, Telegram. Karakteristik media sosial yang bersifat jaringan, dan fasilitas berbagi/*share* memungkinkan penyebaran isu ini semakin

viral dan masif tersebar di berbagai medium.

Saran

Pornografi merupakan praktik yang dilarang. Selain karena diatur dalam UU Pornografi dan penyebarannya di internet diatur dalam UU ITE, akses terhadap konten dengan muatan asusila ini juga membahayakan generasi muda, dan penyebarannya sudah dalam tahap mengkhawatirkan, sehingga pornografi harus tetap diantisipasi. Oleh karena itu, rekomendasi dari penelitian ini, adalah aparat penegak hukum tetap tegas mengusut tuntas kasus-kasus pornografi yang terjadi. Kementerian Kominfo terus melakukan pemblokiran konten-konten pornografi yang masih beredar di media sosial. Dan melakukan kerja sama yang serius dengan Twitter guna menindak akun-akun berisikan konten pornografi dan prostitusi. Upaya literasi bagi kalangan muda oleh berbagai insitusi baik pemerintah, pendidikan, LSM, swasta, serta masyarakat umum harus tetap digalakkan guna mengantisipasi persoalan pornografi ini. Kegiatan kolaborasi dari berbagai lembaga ini menjadi tanggung jawab bersama untuk kebaikan masa depan penerus bangsa.

UCAPAN TERIMAKASIH

Saya menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penelitian dan penulisan karya tulis ilmiah ini dapat selesai dengan baik. Terima kasih kepada Litbang SDM-Kementerian Kominfo RI yang telah menyediakan fasilitas termasuk aplikasi Brand24 untuk digunakan dalam proses mengumpulkan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Andryani, Ria, Edi Surya Negara, and Dendi Triadi. 2019. "Social Media Analytics: Data Utilization of Social Media for Research." *Journal of Information Systems and Informatics* 1 (2): 193–205. <https://doi.org/10.33557/journalisi.v1i2.23>.
- Anwar, Muchamad Taufiq, Ade Iriani, Daniel Herman, and Fredy Manongga. 2018. "Analisis Pola Persebaran Pornografi Pada Media Sosial Dengan Social Network Analysis." *Jurnal Buana Informatika* 9 (Nomor 1, Januari 2018): 43–52.
- Ariefana, Pebriansyah. 2020. "Terungkap! Video Porno Mirip Gisel Pertama Kali Disebar Di Twitter." *Suara Jakarta.Id*. 2020. <https://jakarta.suara.com/read/2020/11/13/133921/terungkap-video-porno-mirip-gisel-pertama-kali-disebar-di-twitter?page=all>.
- Baksin, Askurifai. 2010. "Komodifikasi Dokumentasi." *Repository.Unisba.Ac.Id*. http://103.78.195.33/bitstream/handle/123456789/14145/fulltext_baksin_pr_14_Juni_2010.PDF?sequence=1&isAllowed=y.
- Castells, Manuel. 2002. *The Internet and the Network Society*. In B. Wellmann & C. Haythornhwaite (Eds.) *The Internet in Everyday Life*. Malden, MA: Blackwell Publishing Ltd.
- CNN Indonesia. 2020. "Kominfo 'Take Down' Video Vulgar Mirip Gisel Di Medsos." 2020. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201107182002-185-567144/kominfo-take-down-video-vulgar-mirip-gisel-di-medsos>.
- Coletto, Mauro, Luca Maria Aiello, Claudio Lucchese, and Fabrizio Silvestri. 2016. "Pornography Consumption in Social Media," 1–5.
- Hadiyat, Yayat. 2017. "Pola Komunikasi Prostitusi Daring Di Twitter." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan*

- Pembangunan* 18 (2): 125. <https://doi.org/10.31346/jpkp.v18i2.1219>.
- Hafiar, Hanny, Syauqy Lukman, Fajar Syuderajat, FX Ari Agung Prastowo, Centurion Chandratama Priyatna, and Nuryah Asri Sjafirah. 2019. "Anticipating the Impact of Pornography through Dissemination of Negative Content." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 16 (2): 259. <https://doi.org/10.24002/jik.v16i2.1773>.
- Hughes. 2000. "The 'Natasha' Trade: The Transnational Shadow Market of Trafficking in Women." *Journal of International Affairs* 53 (2): 625.
- Husna, Ayu Miftakhul. 2020. "2 Pengacara Akan Lapor Polisi Soal Viral Video Syur Mirip Gisel, Begini Penjelasan." *Tribunnews.Com*. 2020. <https://www.tribunnews.com/seleb/2020/11/08/2-pengacara-akan-lapor-polisi-soal-viral-video-syur-mirip-gisel-begini-penjelasan>.
- Juditha, C. 2015. "Communication Patterns in Cybercrime (Love Scams Case)." *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika* 6 (2): 122582.
- Juditha, Christiany. 2015a. "Fenomena Trending Topic Di Twitter: Analisis Wacana Twit #Savehajilulung Trending Topic Phenomenon on Twitter: Discourse Analysis of Tweet # Savehajilulung." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan* 16 (2): 138–54.
- . 2017. "Akses Pencarian Dan Penyebaran Informasi Tentang Pemerintah Bidang Komunikasi Dan Informatika Oleh Masyarakat Di Sulawesi Selatan." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 21 No.1: 1–14.
- . 2018. Social Media Hegemony: Gosip Instagram Account @ Lambe _ Turah." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Dan Opini Publik* 22 (1): 16–30.
- Kamil, Ati. 2011. "Ariel Divonis Penjara 3 Tahun 6 Bulan Dan Denda Rp 250 Juta." 2011. <https://bit.ly/3g85pkA%0AiOS>: <https://apple.co/3hXWJ0L>.
- Kementerian PPPA. 2017. *Modul Creative Digital Education*. Vol. 66. <https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/990b7-creative-digital-education.pdf>.
- . 2020. "Pandemi Covid-19, Anak-Anak Rentan Jadi Korban Eksploitasi Dan Pornografi Di Ranah Daring." *Publikasi Dan Media*. 2020. <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/2743/pandemi-covid-19-anak-anak-rentan-jadi-korban-eksploitasi-dan-pornografi-di-ranah-daring>.
- Kominfo. 2020. "Kominfo: Aduan Konten Negatif Didominasi Pornografi." 2020. https://www.kominfo.go.id/content/detail/24960/kominfo-aduan-konten-negatif-didominasi-pornografi/0/sorotan_media.
- Laili, Mahsiani Mina, Herien Puspitawati, and Lilik Noor Yuliaty. 2018. "Is Parental Communication or Internet Use That Makes Pornography in Teenagers?" *Journal of Child Development Studies E* 03 (01): 59–69.
- Nancy, D. K. 2009. "Ten Things You Need to Know About Twitter." *Information Today* Vol. 26 (6).
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pradewo, Bintang. 2020. "Penyebar Video Syur Mirip Gisel Ditangkap, Ditahan Dan Jadi Tersangka." *Jawa Pos*. 2020. <https://www.jawapos.com/entertainment/infotainment/13/11/2020/penyebar-video-syur-mirip-gisel-ditangkap-ditahan-dan-jadi-tersangka/>.
- Pudjajana, Andre Maureen, and Danny Manongga. 2018. "Sentimen Analisis Tweet Pornografi Kaum Homoseksual Indonesia Di Twitter Dengan Naive Bayes." *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer* 9 (1): 313–18.

- <https://doi.org/10.24176/simet.v9i1.192>
- Rachmaniar, Rachmaniar, Puji Prihandini, and Preciosa Alnashava Janitra. 2018. "Perilaku Penggunaan Smartphone Dan Akses Pornografi Di Kalangan Remaja Perempuan." *Jurnal Komunikasi Global* 7 (1): 1–11. <https://doi.org/10.24815/jkg.v7i1.10890>
- Revilia, Donna. 2020. "Literasi Media Sosial: Kesadaran Keamanan Dan Privasi Dalam Perspektif Generasi Milenial." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 1–15. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkop/article/download/2375/1379>.
- Sjafriani, Ririn. 2010. "Heboh, Video Mesum Mirip Luna Maya Dan Ariel Di Internet." 2010. <https://republika.co.id/berita/118453/heboh-video-mesum-mirip-luna-maya-dan-ariel-di-internet>.
- Suhartanto, Muhammad Fahrur Rozi. 2016. "Tindak Pidana Pornografi Melalui Media Sosial Instagram Berdasarkan Pasal 27 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik." *Jurnal Pro Hukum* 8 (4).
- Susanto, Eko Harry. 2017. "Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik." *Jurnal Aspikom* 3 (3): 379. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.123>.
- Velarosdela, Rindi Nuris. 2020. "Ini Ancaman Pidana Bagi Penyebar Video Syur Mirip Artis Di Medsos." 2020. <https://bit.ly/3g85pkA%0AiOS>: <https://apple.co/3hXWJ0L>.
- We Are Social. 2020. "Digital 2020 Global Digital Overview." <https://wearesocial.com/digital-2020> [Accessed 13 Mei 2020].
- Zarella, D. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Zubiaga, A. et al. 2013. "Real-Time Classification of Twitter Trends." *Journal of the American Society for Information Science and Technology*.