



Pengungkapan Seksualitas, Pornografi, dan Prostitusi pada Video Podcast: Kajian Semiotik Budaya (*The Phenomena of Sexuality, Pornography, and Prostitution on Vodcasts: Cultural Semiotics Study*)

Saefu Zaman^{a,1}, Royan Nur Fahmi^{a,2*}, Anis Rahmawati^{a,3}

^aBadan Riset dan Inovasi Nasional, Jakarta, Indonesia

¹saefu.zaman@brin.go.id; ²royan.nur.fahmi@brin.go.id; ³anis.rahmawati@brin.go.id

*Corresponding author

Article info

Article history:

Received: 11-04-2023

Revised : 20-05-2023

Accepted: 31-07-2023

A B S T R A C T

This study aims to examine these cultural anomalies from a linguistic and cultural semiotic perspective. The research data is the utterances of female guest stars on Dedy Corbuzier and Nikita Mirzani's vodcast content related to sexuality, pornography and prostitution. The results of this study were (1) female guest stars dared to tell about non-spousal sex activities openly (2) sexual relations can be commercialized even though the perpetrator does not want to be said to be practicing prostitution; (3) female guest stars have sexual relations only with the man she wants; (4) there is a shift in eastern culture to a materialistic culture; (5) the cultural shift that occurred was allegedly caused by two main factors; and (6) net citizens is more open and non-judgmental about perpetrators in responding to free sex and prostitution, although some still refuse. The results of this research can be used by stakeholders in managing content on YouTube so that it does not harm society in general.

Keywords:
cultural semiotics
linguistics
sexuality
Vodcasts

Penelitian ini bertujuan mengkaji keanomalian budaya dari sudut pandang linguistik dan semiotik budaya. Data penelitian ini adalah ujaran para bintang tamu perempuan pada konten *vodcast* milik Dedy Corbuzier dan Nikita Mirzani yang berkaitan dengan seksualitas, pornografi, dan prostitusi. Hasil penelitian ini adalah (1) perempuan bintang tamu berani menceritakan kegiatan hubungan seks bukan suami-istri secara terbuka (2) hubungan seksual dapat dikomersialkan meskipun pelaku tidak mau dikatakan melakukan praktik prostitusi; (3) perempuan bintang tamu melakukan hubungan seksual hanya dengan pria yang dimauinya; (4) terjadi pergeseran budaya timur dari budaya materialistis; (5) pergeseran budaya yang terjadi ditengarai disebabkan dua faktor; dan (6) warga net sudah lebih terbuka dan tidak menghakimi pelaku dalam menanggapi perilaku seks bebas dan prostitusi meskipun sebagian masih ada yang menolak. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pemangku kepentingan dalam mengatur konten-konten di Youtube agar tidak merugikan masyarakat secara umum.



PENDAHULUAN

Video *podcast* atau *vodcast* saat ini menjadi salah satu saluran hiburan video yang sangat digemari masyarakat. *Vodcast* merupakan bentuk *podcast*/sinear yang divideokan dan diunggah di kanal Youtube atau media sosial. Sinear yang sebelumnya adalah media audio dikemas menjadi lebih menarik dengan dihadirkan dalam bentuk *vodcast*. Terlebih, sekarang ini Youtube merupakan salah satu media sosial yang paling banyak diminati masyarakat Indonesia. "YouTube menjadi all in one platform yang paling sering dikunjungi yakni sebesar 93,8%. WhatsApp sebagai aplikasi pesan instan yang banyak diakses 87,7%, media sosial yang paling dimiliki adalah Facebook 89,8%" (Kemenkominfo, 2021).

Salah satu topik video *podcast* yang akhir-akhir ini banyak dibahas adalah topik yang berkaitan dengan seksualitas, pornografi, dan prostitusi. Prostitusi yang berkaitan dengan pembayaran untuk pertukaran layanan seksual (Benoit dkk., 2018) telah lama menjadi fenomena kontroversial. Prostitusi identik dengan wanita yang menjual layanan seksual untuk mendapatkan uang. Ironisnya topik-topik tersebut lebih sering menghadirkan bintang tamu wanita. Padahal, di masyarakat umum, wanita cukup tertutup untuk mengumbar persoalan seksualitas, prostitusi, dan pornografi. Fenomena wanita berbicara tentang kegiatan seks, prostitusi, dan pornografi merupakan pergeseran kebiasaan atau budaya yang terjadi di masyarakat Indonesia.

Dari sisi budaya, kluster masyarakat dunia secara umum dibagi menjadi dua, yakni masyarakat barat dan masyarakat timur dengan perbedaan ciri budaya yang cukup mencolok. Nilai budaya timur terbentuk melalui cara berpikir kontemplatif sebagai puncak dari perkembangan intuisi manusia. Budaya timur bersumber pada agama, ide abstrak, dan simbol. Masyarakat atau budaya timur berusaha memadukan pengetahuan, intuisi, pemikiran konkret, simbolik, dan kebijaksanaan (Yudipratomo, 2020). To Thi Anh seorang oksidentalisme Vietnam mengidentifikasi budaya barat dan budaya timur dengan penjelasan bahwa budaya timur memiliki pandangan dasar budaya yang dipengaruhi oleh paham Konfusianisme, Taoisme, dan Buddhisme, sedangkan dasar budaya barat banyak dipengaruhi oleh semangat renaissance yang menjadi titik balik masyarakat Barat untuk mengutamakan logika dan metode-metode empiris dalam memahami realitas (Rapoho, 2022).

Masyarakat timur yang umumnya menganut sistem patrilineal membatasi wanita dalam beberapa hal, misalnya, dalam berbicara, terlebih untuk urusan seksual. Dalam tradisi Jawa masa lampau, perempuan sering digambarkan sebagai kanca wingking (teman untuk urusan di belakang). Bahkan, muncul ungkapan swargo nunut neroko katut. Tak berbeda dengan Jawa, masyarakat Melayu tradisional pun menganggap wanita sebagai orang belakang atau orang rumah. Terkait dengan gambaran wanita dalam tradisi masyarakat timur, penelitian di Jepang terhadap iklan produk kosmetik menggambarkan wanita dalam tiga lapis ideologi berikut. *The ads' depictions of women layer together three distinct ideologies often viewed as mutually exclusive: kawaii ideals of innocence, ignorance and immaturity; the traditional gender order of male dominance and female submissiveness; and the postfeminist ideal of strong, independent women* (Nakamura, 2020). Di sini wanita tetap diasosiasikan dengan keluguan, kepolosan, dan ketidakdewasaan. Wanita juga digambarkan berada di bawah dominasi pria. Terakhir, wanita digambarkan sesuai dengan cita-cita postfeminis, yakni wanita kuat dan mandiri.



Keberanian wanita dalam mengungkapkan tindakannya terkait kegiatan seksual, pornografi, dan prostitusi jelas berbeda dengan mitos wanita timur, khususnya Indonesia, yang selama ini diyakini. Kondisi anomali tersebut merupakan kondisi sosial-budaya yang terjadi di masyarakat kita sekarang ini. Fenomena budaya di masyarakat dalam semiotik dipandang sebagai tanda (Ropiah dkk., 2022). Pemaknaan tanda dalam semiotik secara umum dilakukan berdasarkan dua aliran besar, yakni strukturalisme dan pragmatisme. Strukturalisme memandang kebudayaan sebagai sesuatu yang abstrak dan terstruktur (Hoed, 2014). Pragmatisme memandang tanda dalam tiga dimensi (triadik), yakni representamen, objek, dan interpretan. Pemaknaan tanda budaya dalam konsep ini disebut sebagai proses semiosis. Proses semiosis banyak digunakan dalam analisis tanda budaya dengan melihat bagaimana sebuah budaya atau perubahan budaya masyarakat sebagai proses yang bermakna dan dimaknai oleh masyarakat pendukungnya. Perubahan budaya masyarakat modern dalam dunia digital (netizen) merupakan objek telaah semiotik budaya untuk melihat bagaimana pemaknaan budaya terjadi pada fenomena-fenomena sosial-budaya di dunia digital yang sekaligus juga merepresentasikan perubahan budaya yang terjadi di masyarakat Indonesia.

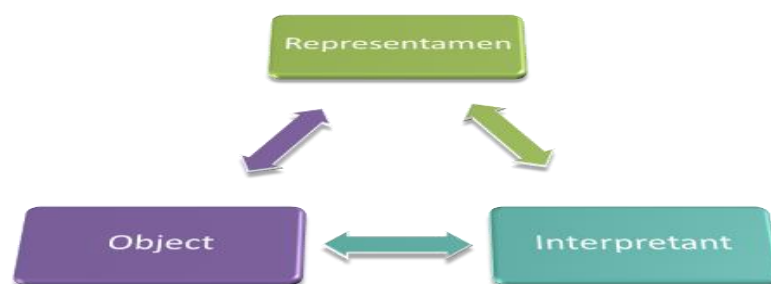
Masifnya produksi video *podcast* dengan topik bahasan seputar seksualitas, pornografi, dan prostitusi menarik untuk dijelaskan dari sudut pandang budaya. Ketersediaan kajian atas fenomena tersebut bisa menjadi acuan dalam menyikapi perubahan budaya tersebut. Kajian ini memberikan gambaran pergeseran budaya masyarakat (wanita) dalam berbicara mengenai topik-topik seksualitas, pornografi, dan prostitusi. Dari hal yang tabu dan hanya dibicarakan secara terbatas menjadi hal biasa dan dikonsumsi secara luas di dunia digital. Berdasarkan permasalahan, tujuan penelitian ini adalah menggambarkan fenomena pengungkapan persoalan seksualitas, pornografi, dan prostitusi oleh wanita di ruang publik (acara *vodcast*) dimaknai secara semiotika budaya. Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai literasi mengenai fenomena budaya di media sosial di Indonesia. Penelitian ini juga bisa dimanfaatkan sebagai dasar pengambilan kebijakan lembaga terkait untuk mengurangi dampak-dampak negatif yang mungkin terjadi akibat fenomena tersebut

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan prosedur yang menghasilkan data secara deskriptif, baik lisan maupun tulis, untuk melihat fenomena yang berkembang atau ada di masyarakat tanpa dilihat benar atau salah serta disajikan secara sistematis, faktual, dan akurat (Moleong, 2016). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data audiovisual berupa video *podcast* Dedi Corbuzier dan Nikita Mirzani. Dua kanal youtube tersebut dipilih karena memiliki banyak pengikut/*subscriber* (lebih dari 5 juta) yang menunjukkan banyak juga penonton konten-kontennya. Data video *podcast* peneliti pilih dengan kriteria: (1) bintang tamu yang diundang berjenis kelamin wanita; (2) topik yang dibahas seputar seksualitas, pornografi, dan prostitusi; (3) memiliki jumlah view (ditonton) di atas 1 juta.

Data penulis kumpulkan pada bulan Februari 2023 dengan berdasarkan kriteria yang ditentukan. Data video *podcast* tersebut kemudian penulis transkripsi secara manual dengan menuliskan seluruh isi percakapan dengan narasumber. Percakapan yang menyangkut seksualitas, pornografi, dan prostitusi kemudian

penulis ambil untuk dianalisis secara linguistik dan semiotik budaya. Analisis semiotik budaya/kultural menelaah sistem tanda dalam kebudayaan tertentu. Kebiasaan, cara hidup, bahasa, perilaku sosial merupakan bagian budaya masyarakat. Fenomena sosial di masyarakat merupakan bagian dari kehidupan budaya masyarakat. Signifikasi/pemaknaan tanda budaya tepat dianalisis dengan sistem semiosis trikotomi: objek, representamen, dan interpretan. Representamen merupakan sesuatu yang dapat dipersepsi (*perceptible*); objek merupakan sesuatu yang mengacu ke hal lain (*referensial*); dan interpretan merupakan sesuatu yang diinterpretasi (*interpretable*).



Gambar 1. Proses Pemaknaan Tanda Budaya Peirce (Semiosis)

Berdasarkan proses semiosis tersebut, analisis budaya sebagai sistem tanda dapat dikaji dengan 3 level semiosis. Berikut tiga level analisis yang akan dilakukan dalam menganalisis tanda budaya berupa pengungkapan pandangan mengenai seksualitas, prostitusi, dan pornografi oleh para bintang tamu wanita dalam beberapa *Vodcast* yang disebarakan melalui kanal Youtube. Cara kerja teori Peirce: 1) tanda budaya diletakkan sebagaimana masyarakat pendukungnya melihat tanda tersebut (*representamen*); 2) tanda dikaji dalam kaitannya dengan sistem tanda yang lain; dan 3) sistem tanda dilihat dalam konteks pragmatik, intertekstualitas, institusionalisasi makna, dan negosiasi makna yang menyertainya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Semiosis merupakan proses pemaknaan dan penafsiran atas benda atau perilaku berdasarkan pengalaman budaya seseorang. Proses pemaknaan atas suatu objek atau fenomena budaya tertentu bisa berbeda-beda antara satu individu dengan individu lainnya bergantung pada latar belakang sosial budayanya. Pemaknaan terhadap suatu tanda umumnya merupakan hasil pemikiran pribadi yang didasarkan pada konvensi budaya masyarakat sekitar. Maka dari itu, dalam penelitian semiotik tercakup 3 ranah yang berkaitan dengan pemaknaan budaya yang diserap manusia dari lingkungannya (*the world*), yakni yang bersangkutan dengan tubuh-nya, pikiran-nya, dan kebudayaan-nya. Semiosis oleh Halliday (2005) dimaknai melalui empat sistem. Dalam pandangannya, *semiosis involves four systems: physical systems (the material world), biological systems (human beings), social systems (society and culture) and semiotic systems (meanings made through language, images etc.)* (O'Halloran, 2022). Jadi, pemaknaan budaya tidak bisa hanya melibatkan unsur individu (tubuh dan pikiran) sendiri, tetapi juga harus melibatkan konteks sosial-budaya masyarakat yang ada di luar tubuh kita sendiri. Hal-hal di luar tubuh ini meliputi aspek sosial, material, budaya, dan pemaknaan lain yang sudah ada.



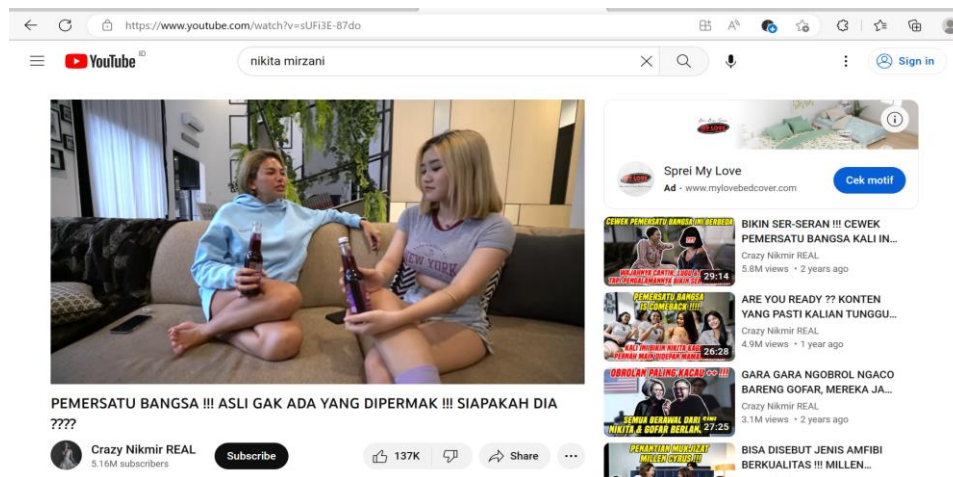
Video *podcast* atau *vodcast* sebagai kebudayaan baru di masyarakat turut serta merekonstruksi ulang budaya-budaya lain yang telah hidup di masyarakat. Budaya tradisional berupa berbincang membicarakan topik tertentu yang hanya disaksikan oleh orang-orang yang terlibat dalam pembicaraan telah bergeser pada konsumsi publik. Pembicaraan yang semula hanya dalam satu waktu bergeser menjadi pembicaraan yang dapat diulang dan disaksikan berkali-kali dalam waktu lama. Bahkan, video *podcast* pun berbeda dengan budaya televisi, *talkshow* misalnya, yang harus taat pada aturan Lembaga Penyiaran yang bisa menerapkan sensor terhadap konten tertentu. Sebagai budaya baru, Tulley menyebut *podcast* sebagai media yang mampu mengaburkan batas ruang virtual dan ruang fisik serta komunikasi tatap muka dan komunikasi virtual.

Video *podcast* merupakan budaya baru—budaya digital—yang berbeda dengan budaya tradisional. Selain berbeda, budaya digital ternyata memiliki pengaruh yang mampu mengubah budaya masyarakat yang sudah mapan menjadi budaya baru yang berbasis internet. Bagi mereka yang tinggal di daerah perkotaan, budaya digital semakin menjadi bagian dari kehidupan, pekerjaan, budaya, dan identitas (Miller, 2020). Selain menjadi referensi ilmu pengetahuan (Solahudin & Fakhruroji, 2020), budaya digital juga telah mengubah pola interaksi, komunikasi, sikap, perilaku, dan penerapan norma-norma di masyarakat. Budaya digital telah mengubah budaya tradisional yang kemudian mendorong bentuk baru dalam berekspresi secara kreatif dan menawarkan persepektif baru untuk komunikasi antar budaya (Hurduzeu dkk., 2022) (Arianto, 2021).

Seperti umumnya kemunculan suatu budaya, budaya digital juga memiliki dampak positif sekaligus juga negatif pada budaya lain yang telah ada di masyarakat kita. Efisiensi, fleksibilitas, dan efektivitas pelaksanaan pekerjaan serta kemudahan mendapatkan berbagai informasi penting menjadi contoh dampak positif makin meluasnya budaya digital. Meskipun demikian, dampak negatif yang lahir dari budaya digital juga tidak bisa dikatakan lebih sedikit. Perubahan gaya hidup, pergaulan, cara berpakaian, dan perilaku ke arah negatif dengan parameter tidak sesuai dengan budaya timur adalah contohnya. Perilaku-perilaku seperti berpakaian terbuka (*sexy*), pergaulan bebas, hidup bersama tanpa menikah, dan menikah sesama jenis adalah contoh-contoh perilaku yang tidak sesuai dengan budaya timur yang banyak disebarkan di media digital dari Barat.

Dalam kasus konten video *podcast* yang mengangkat topik seputar kegiatan seks, prostitusi, dan pornografi, dampak budaya yang nampak jelas dari konten tersebut adalah dampak negatif pada budaya baru (budaya digital). Dampak negatif tersebut tercermin dari ujaran-ujaran yang disampaikan oleh para bintang tamu dan bahkan pembawa acara yang tidak mencerminkan nilai-nilai budaya Timur, khususnya Indonesia. Berikut data hasil transkripsi siaran *vodcast* yang memuat percakapan mengenai seksualitas, pornografi, dan prostitusi.

- a. Video Podcast 1 Nikita Mirzani dengan Judul “Pemersatu Bangsa!!!
Asli Gak Ada yang Dipermak!!! Siapakah Dia????”



Gambar 2. Podcast Nikita Mirzani

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=sUFi3E-87do>

Analisis Semiosis

Representamen dalam percakapan antara N dan T adalah seluruh ucapan. Di sini N dan T sama-sama menggunakan kata-kata yang mengandung unsur seksualitas. Dalam percakapan yang disiarkan secara publik melalui kanal Youtube, N menanyakan hal-hal yang berbau pornografi/seksual. Pertanyaan “size penting nggak?” dan dijawab “size nggak penting” dengan acuan “alat kelamin laki-laki” merupakan pertanyaan yang seharusnya dilakukan dalam ruang-ruang privat, bukan ruang publik. Acuan bahwa yang dimaksud adalah “alat kelamin” mengacu pada percakapan selanjutnya “yang penting apa?” dan dijawab “skill”; “terus durasi penting nggak menurut lo?” dan dijawab “nggak. Kalau misal cepet, bisa main lagi”.

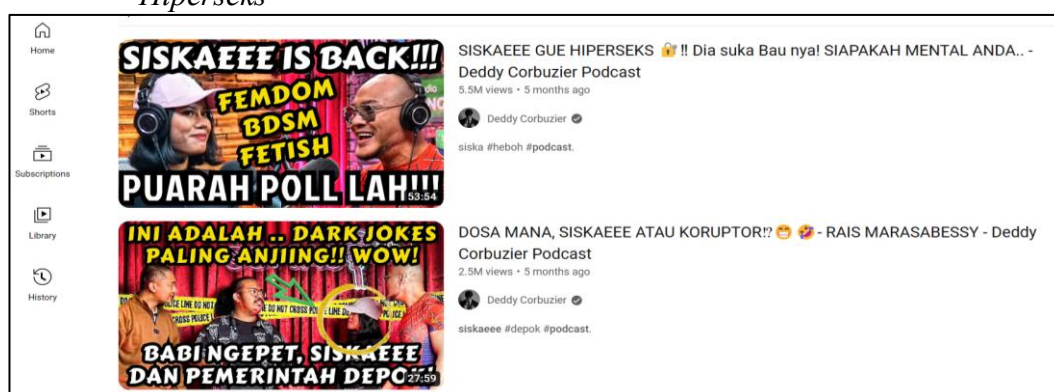
Dalam dimensi Objek, percakapan tersebut menunjukkan bahwa T menyampaikan pengalamannya dalam berhubungan seks dengan pasangannya. Dalam pandangannya “ukuran alat kelamin” dan durasi berhubungan seks tidak terlalu penting. Dalam berhubungan seks, yang penting menurutnya adalah skill. Durasi pendek tidak menjadi masalah karena bisa dilakukan lagi atau diulang. Jawaban T dapat diinterpretasikan dalam beberapa hal. Pertama, T tidak mempermasalahkan ukuran alat kelamin pasangan. Pernyataan seperti itu sangat mungkin diungkapkan berdasarkan pengalaman membandingkan “ukuran” antara yang besar dan kecil sehingga T bisa memberi kesimpulan seperti itu atau bisa juga berdasarkan pengalaman rekan-rekan T yang menunjukkan bahwa pembicaraan hubungan seksual sudah biasa dia bicarakan dengan rekan-rekan T (lingkungan yang sama). Kedua, T sudah terbiasa melakukan hubungan seksual dengan pasangannya yang ditunjukkan dengan pernyataan “kalau cepet, bisa main lagi”. Di sini tampak bahwa T melakukan hubungan seksual secara aktif dengan pasangannya. Kesimpulan seperti itu pun bisa diperoleh berdasarkan pengalaman dan siklus berhubungan seks yang tidak sebentar.

Interpretan yang muncul dari ucapan T dalam menyampaikan keyakinannya akan kegiatan seksual yang dia lakukan adalah sebagai berikut.

- 1) T pernah memiliki pengamalan berhubungan seks dengan lebih dari satu laki-laki yang menjadi pasangan (bukan suami-istri).

- 2) T memiliki pandangan terbuka akan hubungan seks yang ia lakukan yang tampak dari keberaniannya menyampaikan pengalaman dan pandangannya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan hubungan seks yang ia lakukan.
- 3) T bukanlah wanita yang menganggap kegiatan seks yang ia lakukan dengan pasangan (bukan suami-istri) sebagai sesuatu yang negatif sehingga ia menceritakannya kepada orang lain dan ia tahu secara sadar bahwa hal yang ia ucapkan akan diunggah di channel Youtube N yang memiliki jutaan viewer dan penonton.
- 4) Keberanian T menyampaikan pandangannya tentang alat kelamin laki-laki dan hubungan seksual yang ia lakukan di channel Youtube menunjukkan bahwa lingkungan dan keluarga T telah tahu dan menerima tindakan T tersebut sebagai sesuatu yang biasa sehingga T tidak khawatir akan mendapat sanksi sosial dari lingkungannya.
- 5) T tidak menutup identitasnya, baik nama maupun wajahnya, yang menunjukkan bahwa T tidak menganggap hal yang ia ucapkan bukanlah hal yang negatif yang bertentangan dengan norma sosial di lingkungannya.
- 6) Kepercayaan dirinya mengungkapkan aktivitas seksualnya dengan percaya diri adalah tanda yang dapat diinterpretasikan bahwa kegiatan yang T lakukan—dianggapnya—bukanlah kegiatan yang melanggar norma sosial dan bukanlah hal yang memalukan bagi T.

b. *Video Podcast 2 Dedy Corbuzier dengan Judul “Siskaeer Gue Hiperseks”*



Gambar 3. Podcast Dedy Coorbuzier

Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=7gRib_A90Ug

Analisis Semiosis Ujaran

Video *podcast* D yang menampilkan wawancara dengan bintang tamu S menampilkan perbincangan antara D dan S. Di sini D berjenis kelamin laki-laki, sedangkan S berjenis kelamin perempuan. Percakapan antara keduanya membahas kegiatan berhubungan seks S dengan orang lain dengan bayaran tertentu. Secara semiosis, seluruh ujaran S adalah representamen dari tanda semiotik *vodcast* antara D dan S. Objek dari representamen tersebut adalah S bersedia melakukan hubungan seks dengan orang yang menginginkan dirinya (dengan bayaran tertentu) meskipun S cukup selektif dalam memilih calon *customer*-nya.

Pemaknaan dasar dari ujaran S adalah dia bersedia melakukan hubungan seks dengan orang yang dimauihnya dengan bayaran tertetu. Pemaknaan tersebut akan



banyak ditemukan pada profesi PSK dalam menjalankan aktivitasnya. Namun, pada kasus S ini, ada interpretasi yang dapat dimaknai. Interpretasi tersebut adalah S memiliki keyakinan bahwa aktivitas seksual berbayar yang dia lakukan berbeda dengan PSK. Keyakinan tersebut dia dukung dengan pernyataan “dia yang memiliki kuasa atas siapa yang bisa berhubungan dengannya”. Dia memiliki kuasa untuk menyeleksi lelaki yang menginginkannya (Kusumawati & Rochaeti, 2019; Markelj dkk., 2022; Riswanda dkk., 2016).

Ada tanda budaya yang tampak dari ucapan S dalam menyampaikan keyakinannya akan kegiatan seksual (prostitusi) yang dia lakukan. Beberapa tanda budaya yang tampak dari ujaran S pada wawancara dengan D adalah sebagai berikut.

- 1) S bukan wanita yang lemah, bukan “*konco wingking*” dalam konsep Jawa, S memiliki keberanian untuk menentukan pasangan intim.
- 2) S memiliki pandangan rendah terhadap profesi PSK dan kegiatan *open BO*. Dia menyangkal dirinya melakukan praktik tersebut. Dia yakin yang dia lakukannya berbeda dengan prostitusi. Dia memiliki kesadaran secara konvensional bahwa tindakan prostitusi adalah tidak baik.
- 3) *You like my body, you must pay* merupakan tanda bahwa S adalah wanita rasional. Dia berani menentukan sikap dan menentukan harga tubuhnya dengan uang secara terbuka di depan publik.
- 4) Kepercayaan dirinya mengungkapkan aktivitas seksualnya dengan percaya diri adalah tanda yang dapat diinterpretasikan bahwa kegiatan yang S lakukan bukanlah kegiatan yang rendah dan memalukan bagi S. Dia sudah ada pada posisi tidak menganggap “jual-beli” berhubungan seks sebagai prostitusi atau pelacuran. Itu dianggap sebagai “kamu suka, kamu pakai, kamu bayar”. Moralitas bukan hal yang dipikirkan (Huysamen, 2020; Merry & Ramachandran, 2016).

Ada beberapa nilai budaya yang tercermin dari ucapan-ucapan yang diberikan oleh S. Ujaran yang merepresentasikan perilakunya ini menunjukkan budaya yang diikuti S. Ada beberapa nilai budaya yang tercermin dari ujaran yang dikemukakan oleh S sebagai berikut.

Dulu nggak. Cuma kalau ada yang ngajak, nih, one night stand, yah, gue nggak mau rugi.

Dari pilihan kata yang digunakan jelas S tidak mau dianggap sebagai pelacur/PSK/wanita panggilan. “Dulu nggak” menandakan dia tidak mau dikatakan *open BO* (memberikan layanan sex by order). Tidak maunya S disebut *open BO* menunjukkan bahwa S menganggap kegiatan *open BO* (PSK/wanita panggilan) adalah tidak baik dan tidak layak untuk dilakukannya. “*Kalau ada yang mengajak one night stand, gue nggak mau rugi*” ujaran tersebut adalah tanda S memiliki budaya materialistik. Dia tidak mau menganggap dirinya sebagai wanita panggilan, tetapi dia mengambil bayaran untuk layanan seks yang dia berikan. Di sini S memaknai “untung-rugi” dalam kegiatan seks yang dia berikan. Dia meyakini layanan berhubungan seks harus diganti dengan bayaran agar tidak rugi (materialistik).



“Mungkin bisa dibilang orang sama kayak open BO. Tapi, open BO kan lebih fokus ke marketing. Fokus nyari-nyari customer.

Ujaran S tersebut memiliki interpretasi yakni S tidak mau disamakan dengan wanita panggilan/PSK yang melakukan aktivitas open BO. Dia yakin aktivitas seks yang dilakukan dengan berbayar tidak sama dengan PSK/wanita panggilan yang melakukan transaksi melalui open BO. Penyangkalan seperti itu adalah tanda bahwa S merasa dirinya tidak sehinia wanita lain yang melakukan open BO. Dia berbeda. Dia tidak menjajakan diri. Dia hanya mau kalau ada yang mengajak meskipun pada akhirnya kegiatan yang dilakukan sama. Budaya yang nampak dari ujaran tersebut adalah budaya prostitusi yang terjadi di masyarakat meskipun S tidak mau disamakan dengan PSK pada umumnya.

Hasil kajian terhadap pandangan pelaku prostitusi menunjukkan bahwa para pelaku prostitusi telah menjadi semakin “terhormat” dan profesional seiring berkembangnya fungsi-fungsi internet (Feldman, 2014). Kecanggihan digital menawarkan rasa privasi, perlindungan, dan otonomi yang membantu menghilangkan perasaan malu yang secara tradisional dikaitkan dengan “penjualan” tenaga kerja seksual (Simpson & Smith, 2021).

“Cuma waktu itu, you like my body, you must pay. Tapi selektif.”

Kalimat ketiga masih mendukung 2 ujaran sebelumnya. “tapi selektif” dapat diinterpretasikan bahwa S tidak mau dianggap murahan. Dia hanya mau berhubungan seks dengan orang tertentu yang dia anggap pantas. Kata selektif juga menunjukkan S memiliki kuasa atas dirinya dalam melakukan hubungan intim berbayar. “*you like my body, you must pay*” menunjukkan sisi S yang mengomersialkan tubuhnya. S memiliki pandangan materialistis bahwa segala sesuatu bisa dinilai dengan sejumlah uang, termasuk berhubungan seks. Nilai budaya lain yang dimiliki S dalam ucapannya adalah S memiliki keyakinan kesamaan atau kesetaraan gender dalam menentukan pasangan. Dia hanya mau dengan orang yang dia anggap pantas (Huysamen, 2020).

Gambar 5 merupakan contoh tanggapan netizen atas video *podcast* tersebut. Tanggapan variatif muncul pada komentar *vodcast* 1. Pada *vodcast* milik N ini, terdapat 10.401 komentar netizen. Komentar-komentar yang muncul umumnya terbelah menjadi 2, pro dan kontra.

Pembahasan

Perubahan sosial yang merupakan bagian dari perubahan budaya masyarakat disebabkan oleh 2 kekuatan pendorong, yakni kekuatan dari dalam masyarakat itu sendiri (*internal factor*) dan kekuatan dari luar masyarakat (*external factor*). Faktor internal dalam perubahan budaya ini meliputi pergantian generasi dan berbagai penemuan baru serta modifikasi budaya yang telah ada. Faktor eksternal dalam perubahan bahasa meliputi kontak budaya (*culture contact*) dan perubahan lingkungan hidup yang pada saatnya memicu perkembangan sosial budaya masyarakat. Perubahan sosial juga dapat memunculkan sekte-sekte baru untuk mendefinisikan ulang tatanan moral, membentuk otoritas baru, atau melawan otoritas yang sudah ada (Christopher Chase-Dunn, Roman Stäbler & Herrera, 2022).



Gambar 4. Contoh Komentar Pro-Kontra Netizen

Fenomena pengungkapan pandangan bintang tamu wanita dalam video *podcast* terkait aktivitas seks dan prostitusi secara bebas yang dilakukannya merupakan bentuk perubahan budaya di Indonesia. Masyarakat Indonesia yang masuk dalam budaya timur (Albantani & Madkur, 2018) memiliki budaya yang cenderung lebih agamais, religius, memandang tinggi norma-norma, termasuk norma berbicara sebenarnya tidak menganut. Perilaku para bintang tamu ataupun pembawa acara wanita yang secara blak-blakan mengungkapkan perihal hubungan seksual, prostitusi, dan pornografi yang pernah dilakukannya secara budaya jelas bertentangan dengan budaya timur secara umum. Perubahan perilaku sosial sebagai bagian dari perubahan budaya masyarakat yang disebabkan oleh dua kekuatan pendorong, yakni kekuatan dari dalam masyarakat itu sendiri (internal faktor) dan kekuatan dari luar masyarakat (eksternal faktor). Faktor internal dalam perubahan budaya meliputi pergantian generasi dan berbagai penemuan baru serta modifikasi budaya yang telah ada. Faktor eksternal dalam perubahan bahasa meliputi kontak budaya (*culture contact*) dan perubahan lingkungan hidup yang pada saatnya memicu perkembangan sosial budaya masyarakat (Nahak, 2019).

Para bintang tamu dalam acara video *podcast* tersebut memiliki usia yang masih relatif muda. Dilihat dari hal tersebut, faktor internal “pergantian generasi” sepertinya merupakan faktor internal yang cukup dominan. Pergantian generasi jika tidak diikuti dengan penanaman nilai-nilai budaya akan sangat berpengaruh pada perubahan budaya masyarakat. Hal tersebut terjadi karena semakin majunya teknologi informasi yang membuat setiap individu dapat mengakses dunia luar dengan begitu mudah. Ketika budaya luar yang dipunyai oleh masyarakat yang lebih modern masuk, budaya tersebut akan mampu mengubah pandangan atau sikap budaya seseorang (Wakhyuni dkk., 2018). Terlebih apabila budaya yang masuk dari teknologi didukung oleh kemodernan dan kemajuan teknologi yang menjadi tren generasi sekarang (Radwan, 2022).

Keterbukaan bintang tamu menyampaikan aktivitasnya dalam hubungan seks, prostitusi, dan pornografi sangat mungkin terjadi karena generasi baru sekarang ini yang telah tidak banyak diikat dengan berbagai aturan dan norma dalam berbicara dan bersikap (Toscano, 2022). Tentu saja tidak mungkin hanya



faktor perubahan generasi yang memengaruhi perubahan perilaku budaya seseorang. Faktor kontak budaya yang intensif sangat memengaruhi perubahan budaya. Keintensifan yang didukung oleh internet (media sosial) yang dapat mengakses informasi dari seluruh dunia semakin mempercepat perubahan budaya masyarakat. Perubahan tersebut diawali dengan peniruan akan gaya hidup ataupun perilaku dari budaya-budaya yang dianggap lebih tinggi, prestisius, dan mencerminkan kemodernan. Dalam hal ini, budaya Barat lebih diyakini superior dibandingkan dengan budaya Timur. Hal ini sejalan dengan pandangan Malinowski yang menyatakan bahwa budaya yang lebih tinggi dan aktif akan mempengaruhi budaya yang lebih rendah dan pasif melalui kontak budaya (Nahak, 2019).

Peniruan terhadap gaya hidup atau perilaku budaya Barat oleh masyarakat Indonesia banyak terjadi pada generasi muda (Kenny dkk., 2013; Yujin, 2017). Generasi muda umumnya memiliki intensitas yang lebih tinggi dalam mengakses dunia digital, khususnya media sosial, yang menampilkan gaya hidup. Seringnya mengakses hal tersebut, sadar atau tidak sadar, akan memengaruhi pola pikir dan perilaku dari generasi muda. Pengaruh buruknya adalah ditirukannya perilaku tersebut dalam kehidupan bermasyarakat. Peniruan yang dilakukan membuktikan adanya faktor eksternal budaya yang berkontribusi mengubah budaya yang dimiliki oleh suatu masyarakat, yakni kontak budaya. Faktor generasi muda merupakan faktor internal budaya yang menyebabkan terjadinya perubahan budaya masyarakat. Generasi muda yang sudah hidup dalam dunia multikultural dan digital tidak lagi memiliki pengetahuan, pemahaman, dan keyakinan yang kuat akan baiknya budaya Timur. Perubahan pada generasi muda ini merupakan perubahan budaya yang disebabkan oleh faktor internal budaya berupa pergantian generasi. Jadi, perubahan budaya yang terjadi pada masyarakat Indonesia khususnya pada aspek gaya hidup dan perilaku yang mengikuti budaya Barat merupakan kolaborasi aspek internal dan eksternal budaya, yakni pergantian generasi (internal) dan kontak budaya yang sangat intens (eksternal). Keduanya mampu mengubah budaya masyarakat Timur dengan sangat cepat karena adanya media digital/internet yang mampu mengakses semua hal secara cepat tanpa adanya pembatasan ataupun sensor (Jenzen, 2017; Lewis, 2020; Storrod & Densley, 2017).

Selain dari aspek bahasa dalam bentuk ujaran yang disampaikan para bintang tamu dalam video *podcast* D dan N, pemaknaan semiosis dapat pula dilihat dari aspek lain, misalnya, aspek pakaian yang dikenakan. Pakaian sebagai hasil budaya masyarakat mencerminkan sikap/pandangan/ideologi pemakainya (Cheang & Kramer, 2017; Tse & Tsang, 2021). Apa yang dikenakan seseorang dapat dipandang sebagai manifestasi nilai budaya yang dianut. Dalam hal pakaian, masyarakat Indonesia dengan budaya Timurnya identik dengan pakaian yang lebih tertutup. Hal tersebut dapat dilihat dari berbagai pakaian tradisional atau pakaian sehari-hari masyarakat umum di berbagai negara dengan budaya timur, seperti Indonesia, negara-negara Asia Tenggara, negara-negara Arab, dan negara-negara Asia Timur yang hampir semua jenis pakaiannya lebih tertutup. Dalam fungsi luas, pakaian memberikan fungsi perlindungan, kesopanan, hiasan, dan penampilan. Oleh karena itu, pakaian juga dapat menjadi suatu representamen, yang pada gilirannya dapat mengandung ikon, indeks, dan symbol (Ulfa, 2016). Coyne dkk (2017) menyebut



peran pakaian sebagai representasi budaya juga memengaruhi perilaku orang yang menggunakannya (Ulfa, 2016).

Pakaian yang digunakan oleh bintang tamu dalam acara video *podcast* milik N adalah pakaian yang ketat dan terbuka, baik pakaian bagian atas maupun bawah. N selaku pemilik acara juga mengenakan pakaian yang sama-sama terbuka. Pakaian yang dikenakan menggambarkan budaya yang diyakini pemakainya. Pakaian merupakan representamen budaya orang tersebut. Pakaian terbuka yang dipakai N dan T pada Video *Podcast* 1 secara mendasar sebenarnya hanyalah model pakaian biasa, seperti model-model pakaian lainnya. Pakaian seperti ini banyak dikenakan oleh wanita-wanita di Indonesia. Permasalahannya adalah ruang tempat pemakaian pakaian model terbuka seperti itu. Pakaian terbuka biasa dipakai di ruang-ruang pribadi yang hanya berisi anggota keluarga atau saudara dekat. Namun, ketika pakaian terbuka yang biasa dipakai pada ruang pribadi dipakai pada ruang publik (ruang digital) dan dikonsumsi secara bebas oleh semua orang, hal tersebut memiliki interpretasi budaya tertentu (Craik & Jansen, 2015).

Nilai budaya yang terinterpretasikan dari fenomena tersebut adalah baik N maupun T telah memandang bahwa budaya berpakaian rapat menutup tubuh bukan lagi budaya yang harus mereka ikuti. N dan T telah mengalami perubahan budaya dari budaya timur ke budaya barat, baik dari ucapan, pemikiran, maupun cara berpakaian. Perubahan budaya tersebut bukan berarti baik dan buruk, tetapi semata-mata pergeseran nilai budaya yang diyakini lebih tepat diterapkan oleh N dan T sendiri. Selain ujaran dan pakaian, nilai budaya yang tampak dari video *podcast* adalah budaya netizen Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari tanggapan netizen terhadap *podcast* Dedy Corbuzier. Tanggapan atau komentar para netizen terhadap video *podcast* Dedy Corbuzier dengan S menunjukkan sikap/pandangan yang dimiliki masyarakat dalam menyikapi perilaku S.

Terdapat 10.632 komentar pada unggahan video *podcast* tersebut. Hal yang menarik adalah hampir semua komentar adalah positif dan simpatik terhadap bintang tamu S. Tidak ada komentar yang benar-benar menyalahkan perilaku S dalam konteks prostitusi. Komentar-komentar tersebut juga menunjukkan fenomena budaya tertentu pada masyarakat. Tanggapan penonton video yang positif adalah tanda bahwa penonton telah terbuka dengan perilaku yang dinyatakan oleh S (Kecskes, 2012; Rao, Ye, Butera., 2022). Masyarakat tidak lagi terlalu memikirkan perilaku seksual S sebagai tindakan yang berlawanan dengan “norma”, tetapi melihat perilaku tersebut sebagai dampak traumatis. Interpretasi dari fenomena tersebut adalah secara budaya, masyarakat lebih permisif terhadap perilaku S. Keberanian S mengungkapkan perilaku seksnya pun bukan lagi masalah bagi penonton yang menunjukkan telah longgarnya masyarakat terhadap mitos-mitos tradisional mengenai wanita.

Variatifnya komentar yang muncul tersebut menunjukkan bahwa netizen masih ada yang tidak menyukai ucapan T mengenai aktivitas seksual dan kehidupan bebasnya. Ketidaksukaan tersebut merupakan tanda bahwa persepsi norma hidup bebudaya di Indonesia masih belum semuanya hilang atau berubah. Masih ada masyarakat yang memegang teguh nilai-nilai budaya timur. Meskipun demikian, netizen yang mendukung atau menyukai konten ini juga tidak sedikit yang juga bisa menjadi tanda budaya telah



berubahnya persepsi masyarakat tentang apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh masyarakat Indonesia yang berbudaya timur (Agathangelou, 2011; Arutyunova et al., 2016; Grossmann & Varnum, 2011).

Adanya fakta bahwa banyak warganet/netizen yang tidak memberikan komentar negatif atas perilaku tersebut menunjukkan bahwa budaya masyarakat digital telah mengalami perubahan. Dengan kata lain, masyarakat sudah menerima perilaku wanita yang beranomali dengan nilai-nilai ketimuran yang ada di media sosial. Kondisi netizen sebagai ejawantah masyarakat modern yang menerima fenomena tersebut menggambarkan pula adanya perubahan persepsi masyarakat akan penggambaran sosok wanita timur. Ketika penerimaan terjadi, berarti konvensi masyarakat telah berubah. Tentu saja hal ini perlu penelitian lebih lanjut mengenai siapa-siapa dan pada rentang umur berapa para pengguna internet, khususnya yang menonton konten-konten Youtube dengan tema tersebut. Meskipun demikian, gambaran siapa penonton yang aktif di media sosial, termasuk Youtube yang termasuk salah satu media sosial dengan penonton dan durasi pemakaian paling banyak, tergambar dari grafik presentase pengguna media sosial di Indonesia berdasarkan kategori umur dan jenis kelamin berikut.

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa pengguna media sosial terbanyak berada pada usia 25—34 tahun (generasi Y/milenial) dan terbanyak kedua pada usia 18—24 tahun (Generasi Z). Rentang usia 18—34 tahun bisa dikatakan sebagai generasi muda yang lahir pada tahun 80-an sampai awal 2000-an (Garikapati et al., 2016; Michael, 2018; Rue, 2018). Perubahan budaya salah satunya disebabkan oleh faktor internal, yakni pergantian generasi, seperti terkonfirmasi dari data tersebut. Generasi milenial—sangat mungkin—adalah generasi awal yang memulai perubahan budaya dalam memandang hal-hal terkait seks, pornografi, dan prostitusi. Generasi milenial juga—sangat mungkin—adalah generasi awal yang melunturkan nilai-nilai budaya timur yang ada di Indonesia.

SIMPULAN

Bintang tamu pada acara *vodcast* D dan N dapat berbicara tentang prostitusi dan kegiatan seksualnya di ruang publik. Hal tersebut menunjukkan adanya perubahan perilaku, yakni hal yang seharusnya dilakukan pada ruang privat dibawa ke ruang publik. Perubahan perilaku tersebut mengindikasikan adanya pergeseran pemaknaan akan perilaku negatif (prostitusi) dan hubungan seks bebas. Prostitusi tidak lagi dianggap “tercela”, tetapi dianggap biasa sehingga bebas untuk diceritakan di ruang-ruang publik. Hubungan seks bukan lagi hubungan sakral yang hanya dilakukan oleh pasangan menikah dan dapat dikomersialkan. Hubungan seks bebas juga bukan lagi hal tabu untuk diceritakan oleh sebagian kalangan. Begitu juga hubungan seks dengan berbayar. Meskipun demikian, perilaku open BO/profesi PSK masih kurang disukai untuk diakui. Sebagian masyarakat juga telah terbuka terhadap fenomena wanita mengungkapkan seksualitas, pornografi, dan prostitusi di ruang publik. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat umum sudah mulai lepas dari norma-norma budaya Timur yang religius dan bertindak atas dasar kebijaksanaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Albantani, A. M., & Madkur, A. (2018). Think Globally, Act Locally: The Strategy of Incorporating Local Wisdom in Foreign Language Teaching in Indonesia. *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, 7(2), 1. <https://doi.org/10.7575/aiac.ijalel.v.7n.2p.1>
- Arianto, B. (2021). Pandemi Covid-19 dan Transformasi Budaya Digital di Indonesia. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 5(2), 233–250.
- Arutyunova, K. R., Alexandrov, Y. I., & Hauser, M. D. (2016). Sociocultural influences on moral judgments: East-west, male-female, and young-old. *Frontiers in Psychology*, 7(SEP), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01334>
- Benoit, C., Jansson, S. M., Smith, M., & Flagg, J. (2018). Prostitution Stigma and Its Effect on the Working Conditions, Personal Lives, and Health of Sex Workers. In *Journal of Sex Research* (Vol. 55, Issues 4–5, pp. 457–471). Routledge. <https://doi.org/10.1080/00224499.2017.1393652>
- Bernstein, E. (2007). Sex work for the middle classes. *Sexualities*, 10(4), 473–488. <https://doi.org/10.1177/1363460707080984>
- Cheang, S., & Kramer, E. (2017). Fashion and East Asia: Cultural translations and East Asian perspectives. *International Journal of Fashion Studies*, 4(2), 145–155. https://doi.org/10.1386/inf.4.2.145_2
- Christopher Chase-Dunn, Roman Stäbler, I. B.-J., & Herrera, and J. (2022). Articulating the Web of Transnational Social Movements. Springer. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-86468-2>
- Craik, J., & Jansen, M. A. (2015). Constructing national fashion identities. *International Journal of Fashion Studies*, 2(1), 3–8. https://doi.org/10.1386/inf.2.1.3_2
- Feldman, V. (2014). Sex Work Politics and the Internet: Carving Out Political Space in the Blogosphere. In *Negotiating Sex Work: Unintended Consequences of Policy and Activism* (pp. 243–266). University of Minnesota Press.
- Garikapati, V. M., Pendyala, R. M., Morris, E. A., Mokhtarian, P. L., & McDonald, N. (2016). Activity patterns, time use, and travel of millennials: a generation in transition? *Transport Reviews*, 36(5), 558–584. <https://doi.org/10.1080/01441647.2016.1197337>
- Hoed, B. H. (2014). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya* (3rd ed.). Komunitas Bambu.
- Hurduzeu, G., Lupu, I., Lupu, R., & Filip, R. I. (2022). The Interplay between Digitalization and Competitiveness: Evidence from European Countries. *Societies*, 12(6), 1–12. <https://doi.org/10.3390/soc12060157>
- Huysamen, M. (2020). “There’s Massive Pressure to Please Her”: On the Discursive Production of Men’s Desire to Pay for Sex. *Journal of Sex Research*, 57(5), 639–649. <https://doi.org/10.1080/00224499.2019.1645806>
- Jacques, H. A. K., & Radtke, H. L. (2012). Constrained by choice: Young women negotiate the discourses of marriage and motherhood. *Feminism and Psychology*, 22(4), 443–461. <https://doi.org/10.1177/0959353512442929>
- Jenzen, O. (2017). Trans youth and social media: moving between counterpublics and the wider web. *Gender, Place and Culture*, 24(11), 1626–1641. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2017.1396204>



- Katadata. (2020). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Berdasarkan Umur & Gender* (Statista, 2020).
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>
- Kecskes, I. (2012). Is there anyone out there who really is interested in the speaker? *Language and Dialogue*, 2(2), 283–297. <https://doi.org/10.1075/ld.2.2.06kec>
- Kemenkominfo. (2021). *Bangun Literasi Digital dengan 4 Pilar, Menkominfo: Realisasikan untuk Indonesia Digital Nation*. Siaran Pers No. 54/HM/KOMINFO/02/2021. https://www.kominfo.go.id/content/detail/32927/siaran-pers-no-54hmkominfo022021-tentang-bangun-literasi-digital-dengan-4-pilar-menkominfo-realisasikan-untuk-indonesia-digital-nation/0/siaran_pers
- Kenny, S., Fanany, I., & Rahayu, S. (2013). Community development in Indonesia: Westernization or doing it their way? *Community Development Journal*, 48(2), 280–297. <https://doi.org/10.1093/cdj/bss053>
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi* (Revisi). Rineka Cipta.
- Kusumawati, A., & Rochaeti, N. (2019). Memutus Mata Rantai Praktik Prostitusi Di Indonesia Melalui Kriminalisasi Pengguna Jasa Prostitusi. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(3), 366–378. <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i3.366-378>
- Lewis, R. (2020). “This Is What the News Won’t Show You”: YouTube Creators and the Reactionary Politics of Micro-celebrity. *Television and New Media*, 21(2), 201–217. <https://doi.org/10.1177/1527476419879919>
- Markelj, L., Selan, A., Dolinar, T., & Sande, M. (2022). Sex Work in Slovenia: Assessing the Needs of Sex Workers. *Sociological Research Online*, 27(2), 434–451. <https://doi.org/10.1177/13607804211018480>
- Merry, S. E., & Ramachandran, V. (2016). The limits of consent: Sex trafficking and the problem of international paternalism. In *Paternalism Beyond Borders*. <https://doi.org/10.1017/9781316799956.008>
- Michael, D. (2018). Defining generations: Where Millennials end and post-Millennials begin. *Pew Research Center*, 6–9.
- Miller, V. (2020). *Understanding Digital Culture* (M. Ainsley, Ed.; 2nd editio). SAGE Publications Ltd.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nahak, H. M. I. (2019). Upaya Melestarikan Budaya Indonesia Di Era Globalisasi. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(1), 65–76. <https://doi.org/10.33369/jsn.5.1.65-76>
- Nakamura, M. (2020). Language, gender and sexuality in Japanese popular media. *Gender and Language*, 14(3), 221–225. <https://doi.org/10.1558/genl.41486>
- O’Halloran, K. L. (2022). Matter, meaning and semiotics. *Visual Communication*, 22(1), 174–201. <https://doi.org/10.1177/14703572221128881>
- Permana, R. C. E. (2010). Perempuan sebagai Mitra Seajar Pria (Sebuah Kajian Antropologis pada Masyarakat Baduy). In T. Cristomy & U. Yuwono (Eds.), *Semiotika Budaya* (Kedua, p. 215). Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya, Fakultas Ilmu Pengetahuan dan Budaya, Universitas Indonesia.
- Radwan, M. (2022). Effect of social media usage on the cultural identity of rural people: a case study of Bamha village, Egypt. *Humanities and Social*



- Sciences Communications*, 9(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01268-4>
- Rao, R., Ye, T., & Butera, B. (2022). The Prosodic Expression of Sarcasm vs. Sincerity by Heritage Speakers of Spanish. *Languages*, 7(1). <https://doi.org/10.3390/languages7010017>
- Rapoho, B. D. (2022). *Fenomena Kebudayaan : Wacana Pertemuan Nilai Budaya Timur dan Barat Hingga Persoalan Kebudayaan Masyarakat Pasca Kolonial dan Modern*. February. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13034.39364>
- Riswanda, Corcoran-Nantes, Y., & McIntyre-Mills, J. (2016). Re-framing Prostitution in Indonesia: A Critical Systemic Approach. *Systemic Practice and Action Research*, 29(6), 517–539. <https://doi.org/10.1007/s11213-016-9379-2>
- Ropiah, O., Indrayani, L. M., Muhtadin, T., & Yuliawati, S. (2022). Semiotika Batik Paseban Kabupaten Kuningan (Semiotics of Paseban Batik, Kuningan Regency). *Indonesian Language Education and Literature*, 7(2), 358–369. <https://doi.org/10.24235/ileal.v7i2.9090>
- Rue, P. (2018). Make Way, Millennials, Here Comes Gen Z. *About Campus: Enriching the Student Learning Experience*, 23(3), 5–12. <https://doi.org/10.1177/1086482218804251>
- Simpson, J., & Smith, C. (2021). Students, sex work and negotiations of stigma in the UK and Australia. *Sexualities*, 24(3), 474–490. <https://doi.org/10.1177/1363460720922733>
- Solahudin, D., & Fakhruroji, M. (2020). Internet and islamic learning practices in Indonesia: Social media, religious populism, and religious authority. *Religions*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.3390/rel11010019>
- Storrod, M. L., & Densley, J. A. (2017). ‘Going viral’ and ‘Going country’: the expressive and instrumental activities of street gangs on social media. *Journal of Youth Studies*, 20(6), 677–696. <https://doi.org/10.1080/13676261.2016.1260694>
- Toscano, M. (2022). Pornography, hate and freedom of expression. Ronald Dworkin’s arguments. *Isegoria*, 67. <https://doi.org/10.3989/isegoria.2022.67.04>
- Tse, T., & Tsang, L. T. (2021). Reconceptualising prosumption beyond the ‘cultural turn’: Passive fashion prosumption in Korea and China. *Journal of Consumer Culture*, 21(4), 703–723. <https://doi.org/10.1177/1469540518804300>
- Tulley, C. (2011). IText Reconfigured: The Rise of the Podcast. *Journal of Business and Technical Communication*, 25(3). <https://doi.org/10.1177/1050651911400702>
- Ulfa, R. (2016). Analisis semiotika peirce pakaian jenis gamis sebagai representasi budaya arab. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 10(2), 401–438. <http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v10i2.946>
- Wakhyuni, E., Setiawan, A., Adnalin, A., Sari, D. S., Pane, D. N., Lestario, F., Siregar, N., Ahmad, R., & Daulay, M. T. (2018). Role of foreign culture and community in preserving cultural resilience. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(10), 508–516.
- Yudipratomo, O. (2020). Benturan Imperialisme Budaya Barat dan Budaya Timur dalam Media Sosial. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(02), 170–186.
- Yujin, K. (2017). Making “Creative” Movement: Transformation of Urban Culture and Politics in Bandung, Indonesia. In *Geographical Review of Japan Series B* (Vol. 90, Issue 1). <http://www.ajg.or.jp>