

Pornografi

By Christiany Juditha

WORD COUNT

6452

TIME SUBMITTED

10-DEC-2020 08:56PM

PAPER ID

66687982

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

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

1

Christiany Juditha

Balai Pengembangan SDM dan Penelitian Komunikasi dan Informatika Manado
Kementerian Komunikasi dan Informatika RI
Jl. Pumorow 76 Manado
Email: christiany.juditha@kominfo.go.id

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 ada untuk mendapatkan gambaran tentang penyebaran pornografi (video asusila mirip artis) di Twitter. Metode penelitian ini menggunakan metode 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 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 pornography (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 Anastasya (Gisell). Video berdurasi 19 detik ini dengan cepat menyebar di media sosial tanpa kendali. Belum lagi kasus ini diatasi oleh pihak berwajib, kasus serupa juga menimpa artis Jessica Iskandar dan Anya Geraldin. Beberapa hari setelah video porno mirip Gisella beredar, video mirip Jesika dan Anya juga beredar. Dan ketiga kasus ini menjadi trending di media sosial 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 ternama tanah air, yaitu Ariel Peterpan, Luna Maya dan Cut Tari. Video yang terdiri dari dua bagian tersebut banyak beredar di laman jejaring sosial seperti Facebook, Twitter dan Kaskus (Sjafriani, 2010). Akibat kasus ini, Ariel dijerat melanggar Pasal 29 juncto UU ITE dan Pasal 4 UU No. 17/2008 tentang Pornografi dan divonis penjara tiga tahun enam bulan dalam sidang di Pengadilan Negeri Bandung dan juga dikenakan denda 250 juta rupiah (Kamil, 2011).

Bahkan 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 di tahun-tahun berikutnya tayangan casting sabun mandi, rekaman ganti baju artis, foto 'panas' mirip artis Sukma-B'jah, dan lainnya (Baksin, 2010). Hal ini menunjukkan selama 2 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. Dan sebanyak 1.062.558 diantaranya didominasi oleh konten

pornografi. Adapun media sosial yang paling banyak diblokir karena muatan konten pornografi (sesuai urutan) adalah Twitter, Facebook dan Instagram, Youtube dan Google, Telegram, *File Sharing*, dan Kominfo (2020). Sedangkan data dari Kementerian Kesehatan dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan tahun 2017 mengungkapkan bahwa sebanyak 95,1% remaja SMP dan SMA di 3 (tiga) kota besar di Indonesia, yaitu DKI Jakarta, DI Yogyakarta, dan Aceh telah mengakses situs pornografi dan menonton video pornografi lewat internet (Kementerian PPPA, 2020). Sementara pada tahun 2017 juga 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 untuk UU ITE, mengatur larangan menyebarkan konten asusila melalui media daring. Sehingga setiap orang terlibat dalam praktik pornografi baik secara *offline* maupun *online* bisa saja dijerat dengan kedua UU tersebut.

Selain itu pornografi juga dilarang. Mark B. Kastleman mengatakan bahwa pornografi layaknya seperti narkoba yang membuat dunia berada dalam bencana yang mengerikan di era milenium baru. Kecanduan pornografi, hidup menjadi kacat, 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).

Seperti yang telah diungkapkan berbagai

sumber di atas, bahwa penyebaran pornografi umumnya melalui media sosial. Menurut Coletto et al. (2016) struktur jaringan sosial pada dasarnya terkait dengan kepentingan anggotanya. Orang dengan berbagai ragam latar belakang secara spontan bergabung berdasarkan topik yang relevan dengan mereka, dan membentuk kelompok sosial tersebut. 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, minum berlebihan, perburuan ilegal, atau praktik apa pun yang melukai diri sendiri atau membuat ketagihan (Colletto et al. 2016).

Media sosial juga memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh jenis media siber lainnya yaitu 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 meski saling mengenal atau pun tidak (Castells, 2002). Inilah salah satu alasan juga mengapa konten porno sangat cepat dan banyak beredar melalui media sosial.

Twitter, merupakan salah satu media sosial yang cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia. Data survei dari Hootsuite (We Are Social, 2020) menyebutkan bahwa 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, yang kemudian menyebar ke media sosial lainnya. Hal ini berhubungan dengan hasil pemblokiran yang dilakukan oleh

Kementerian Kominfo, yang menempatkan Twitter sebagai media paling pertama dalam penyebaran konten pornografi (Kominfo, 2020).

Kasus peredaran video asusila mirip artis Gisell baru-baru ini di media sosial terbilang cukup fenomenal dan sangat cepat. Dalam hitungan beberapa jam saja, video ini menyebar dengan luas dan seperti tidak dapat dikendalikan. Video ini pertama kali diunggah 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 pornografi (video asusila mirip artis) di Twitter? Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang penyebaran pornografi (video asusila mirip artis) di Twitter.

LANDASAN TEORI

Penelitian tentang pornografi di media daring pernah diteliti oleh (Anwar et al., 2018). Anwar dkk dengan judul “Analisis Pola Persebaran Pornografi pada Media Sosial dengan Social Network Analysis”. Penelitian mengemukakan bahwa konten terdistribusi dengan mudah dan cepat karena adanya internet dan media sosial. Media sosial menjadi medium untuk mendistribusikan materi pornografi dengan bebas. Tujuan penelitian ini untuk mengerti pola distribusi dan menemukan aktor kunci dalam penyebaran 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 (*retweet*), dan pengikut/consumernya mengkonsumsi

secara searah.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Rachmaniar, Prihan⁴², and Janitra (2018) dengan judul “Perilaku Penggunaan Smartphone dan Akses Pornografi di Kalangan Remaja Perempuan”. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang perilaku penggunaan telepon pintar siswa perempuan Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang dapat mengakses pornografi. Metode yang digunakan adalah studi deskriptif kualitatif. Penelitian ini menunjukkan kepemilikan perangkat seluler biasa sudah dimiliki oleh siswi SMP sejak duduk di Sekolah Dasar. Secara tidak sengaja, siswa ini terpapar dengan konten pornografi saat mereka memanfaatkan telepon pintar waktu duduk dibangku SMP. Hal ini menunjukkan bahwa konten pornografi memiliki potensi dapat diakses dari perangkat teknologi 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 lainnya yang dilakukan oleh Suhartanto (2016). Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang pornografi melalui media sosial Instagram ditinjau dari pertanggungjawaban pidananya serta sanksi pidananya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa 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 juga 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 menitik beratkan penyebaran video asusila mirip artis khusus di Twitter. Inilah yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sehingga penelitian ini layak dilakukan, karena juga belum pernah dilakukan sebelumnya.

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 juga bisa menjadi aksi gerak tubuh, penonjolan bagian tubuh untuk menunjukkan alat vital, dengan disengaja atau tidak untuk merangsang seksual bagi mereka yang melihat, baik secara langsung di depan umum 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 kemudian melibatkan tindakan rangsangan genital atau 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 dimana pornografi bisa saja muncul di situ, meski seseorang tidak menginginkan hal tersebut (Kementerian PPPA, 2017).

Menurut *Creative Digital Education* oleh

Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kementerian PPPA, 2017), ada beberapa alasan seseorang kecanduan pornografi yaitu karena: 1) *Accessible* (mudah diakses). Pornografi melalui internet bentuknya sangat beragam dan secara langsung dapat dengan mudah seseorang mengaksesnya dan jumlahnya pun sangat banyak; 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) *Agresif* (agresif). Kini pengguna tidak hanya yang hanya mencari pornografi namun pornografilah yang juga mencari penggunanya. Seperti *mouse trapped*, dimana penyedia pornografi menggunakan trik jahat di internet dengan cara memberikan gambar pornografi secara terus menerus sebagai sebuah serangan. Gambar ini merupakan gambar ganas yang terkadang pengguna tidak lagi mesa menutup *window* komputernya.

Media sosial, merupakan salah satu media dimana pornografi paling mudah diperoleh dan disebarkan. Media sosial menurut Mandibergh (dalam Nasrullah, 2017) adalah konten dapat dihasilkan atas kerjasama para pengguna melalui media sosial. Sedangkan Shirky mengatakan bahwa kemampuan pengguna untuk berbagi dapat ditingkatkan, para pengguna dapat bekerjasama untuk melakukan tindakan kolektif semuanya melalui media sosial yang berperan sebagai alat (Nasrullah, 2017)

Karakteristik media sosial yang umumnya dimiliki oleh media siber yang memungkinkan pornografi dengan mudah didapatkan dan disebarkan. 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 sebagai mana ciri masyarakat akan muncul dan komunitas dapat terbentuk (Castells, 2002).

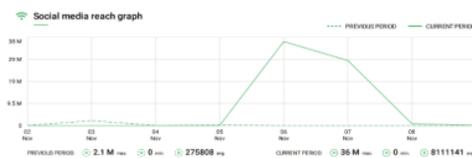
Twitter menjadi media sosial yang juga banyak digunakan Indonesia, demikian yang disampaikan *Chief Executive Officer* Twitter, Dick Costolo (dalam Juditha, 2015). Costolo berpendapat bahwa pengguna media sosial di Indonesia sangat atraktif serta bersemangat sekaligus sangat aktif menuliskan cuitan.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

“*Twitteris 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. Bahkan kini umumnya Twitter menjadi media paling awal dalam mengangkat isu-isu hangat dimana media massa kemudian baru membicarakannya. (Zarella, 2010).

Sebuah topik baik itu fenomena atau pun isu, jika ditanggapi dengan membuat tanda pagar (tagar) atau *hashtag* maka *trending topic* akan terjadi. Jika tagar tentang suatu isu mulai viral, maka tagar tersebut berarti banyak digunakan orang. Pengguna yang menggunakan tagar yang sama, memungkinkan pengguna lain akan

karena media sosial ini adalah medium pertama yang digunakan dalam penyebaran video asusila mirip artis. Penetapan kata kunci (*keyword*) yang digunakan untuk menarik/mengumpulkan data adalah 'giselviral'. Adapun periode data yang dikumpulkan selama 1 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 media sosial Twitter.

Data yang telah di-*crawling* dan disajikan dalam bentuk gambar, grafik dan teks-teks oleh Brand24, kemudian dikoding atau dikelompokkan sesuai kebutuhan riset untuk menjawab pertanyaan dari penelitian ini. Data yang sudah diseleksi berdasarkan kebutuhan penelitian 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 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. Para pelaku ini 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

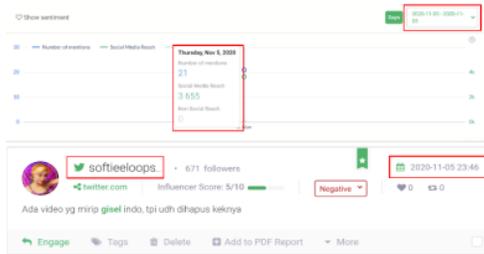
pengusutan ini karena sebelumnya pengacara berinisial FD membuat laporan ke Polda Metro Jaya perihal tersebarnya video asusila mirip artis Gisella Anastasia. FD meminta polisi mengusut pelaku dibalik beredarnya rekaman video asusila tersebut di media sosial.



Gambar 2. *Trending topic* kasus video asusila mirip artis Gisella Anastasya di Twitter (Sumber: Twitter, 2020)

Kasus penyebaran video asusila ini terbilang menjadi kasus yang viral selama tahun 2020 ini. Ini terlihat bahwa 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). 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 sekitar pukul 22.00 lebih WIB, kemudian meningkat di hari berikutnya dan mulai menurun di dua hari selanjutnya (Gambar 3).

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



Gambar 4. *Mention & Sosial Media Reach* terhadap isu video asusila mirip artis di Twitter
(Sumber: Hasil *crawling* Brand24, 2020)

Pada 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 *sosial 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).

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

Keesokan harinya yaitu Jumat 6 November 2020, menjadi puncak tertinggi isu ini diperbincangkan di Twitter. Gambar 5 menunjukkan grafik *reach* media sosial yang 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. Non sosial 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 1 juta akun yang berinteraksi. Menurunnya jumlah *reach* ini seiring dengan tindakan Kementerian Kominfo yang telah melakukan *takedown* terhadap video asusila tersebut pada tanggal 7 November (CNN Indonesia, 2020). Sementara pada Minggu 8 November kasus ini sudah dilaporkannya 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 *non sosial*, 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* non sosial 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

Context of discussion
 ... hari ... keesokan ... Sabtu ... yang ... juga ... baru ... baca ... link ... hari ... terkait ... bisa ... jadi ... **katanya** ...
 ... dipaka ... nama ... waite ... aka ... halaga ... pihak ... **lanastasia** ... mengada ... menjadi ... satu ... beredar ... **gadingi** ... media ... **kamari** ...
 ... **ayut** ... minggu ... semua ... telegram ... kasus ... sampai ... soal ... itu ... kata ... itu ... **gubernur** ... **gempri** ... **hending** ... **right** ...
 ... **twitter** ... **katya** ...
 ... untuk ... beta ... artis ... kasus ... november ... membuat ... kasus ... update ... **penyubar** ... **gusella** ... **instagram** ... **akanda** ... **akanda** ...
 ... **mirip** ... **viral** ... **pariana** ... **polisi** ... **sange** ... **netizen** ... **kasiangempi** ... **katya** ... **katya** ... **katya** ... **katya** ...

adalah Twitter, *news* dan blogs. Tambahan data lainnya lima situs yang paling berpengaruh, Youtube, Twitter, *sabtu77*.wordpress.com, *impormasi*.wordpress.com dan *toloidotcom*.wordpress.com.

Trending hashtags

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 #gisellaanastasya	85
11 #gisellaanastasya	73
12 #giselle	71
13 #gisel	68
14 #fullnya	67
15 #videonya	54
16 #pencakakandar	44
17 #video	44
18 #videogisel	42
19 #videoviral	39
20 #galmu	33

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

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, #gisellaanastasya dan seterusnya (Gambar 5).

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, link, kamar yang digunakan dan juga makin 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 didiskusikan oleh warga Twitter.

Gambar 6. Konteks diskusi di Twitter soal isu video asusila mirip artis

(Sumber: Hasil *crawling* Brand24, 2020)

Most active public profiles

PROFILE	SOURCE	REACH	MENTIONS
1 pery80655440	✓	3	57
2 neosdior	✓	2708	40
3 userdsc	✓	109	37
4 kthsualy	✓	N/A	33
5 neoskijn	✓	461	32
6 CarboyJS	✓	133	25
7 esi_famez	✓	7	22
8 carboyin	✓	1013	22
9 rjprns	✓	3878	19
10 chadexx	✓	398	18
11 detikcom	✓	16 M	14
12 vlvuunnes	✓	1.0 M	13
13 kuyyDibin	✓	6	12
14 EMLJSLUNG	✓	77	12
15 tyalipat	✓	N/A	11
16 jodkifess	✓	1	10
17 RealyCayah	✓	11 668	10
18 duryng	✓	81	10
19 gsm_arifanaya	✓	189	10
20 kttuunmedan	✓	28 431	10

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

Sementara 5 akun yang paling banyak di *mentions* oleh pengguna Twitter lainnya karena isu video asusila ini adalah tirta_hudhi, penicleofc, dolorosta, detikcom, dan CNNIndonesia (Gambar 9). Sementara Gambar 10 menunjukkan 20 profil akun publik yang paling aktif dalam isu video asusila ini. Lima diantaranya adalah akun dengan nama pery80655440, neosdior, userdsc, kthsualy, dan neoskijn. Sedangkan untuk profil publik tertinggi adalah Detikcom, VIVAcoid, Kompas TV, TRANSTV_CORPS, kompascom dan seterusnya.

Secara umum hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kasus video asusila mirip arti Gisella Anastasya dalam 2 hari saja penyebarannya di Twitter langsung menjadi *trending* topik di Twitter. 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 ke aplikasi pesan instan ini. Sementara topik

skandal, *full*-nya, video, durasi dan kirim juga merupakan benang merah dari kasus utama. Yang mana warganet ramai membicarakan soal skandal video asusila tersebut dengan durasi 19 detik. Dan mereka juga meyakini bahwa masih ada video dengan durasi tayangan utuh/full yang lebih dari 19 detik. Gercep juga menjadi bahan diskusi warganet. Gercep adalah singkatan gerak cepat yang sering disampaikan oleh warganet untuk segera mengunduh videoasusila yang dimaksud sebelum di *takedown* atau dihapus dari media sosial. Dan topik terakhir adalah 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, 2015). Terkadang jika sebuah isu menjadi viral, juga diikuti dengan penggunaan tagar/*hashtag* yang mendukung isu yang dalam kasus ini seperti #kasiangempi, #gisel, #linknya, #skandal, #giselviral, #gempi, #pemersatubangsa, #giselle, #savegempi, #gisellaanastasya 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, 2015). 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 lini masa 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 yang mana 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 dkk, 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 (*save*) 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 ciutan 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. Yang menurut Benkler dan Cross (dalam Nasrullah, 2017) bahwa tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi pengguna juga dapat aktif mendistribusikan sekaligus mengembangkan konten tersebut. Pengembangan yang dimaksud disini adalah

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. ³⁰ Penyebaran melalui konten diartikan bahwa konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain.

Penyebaran konten lainnya di media sosial adalah melalui perangkat. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa penyebaran melalui perangkat ini 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 inipun tidak hanya untuk warga Twitter saja namun sudah dibagikan 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-forum, website termasuk media ⁴⁷ *online* (situs berita) dan ikut merambah ke 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. Dan pola penyebarannya pun cenderung bebas agar segera diketahui masyarakat umum. Alasan lain ²³ yang membuat penyebaran konten di media sosial itu menjadi penting karena ada upaya untuk membagi informasi yang dianggap penting

kepada orang lain terlepas isi konten yang disebarkan positif atau negatif. Disamping itu juga untuk menunjukkan posisi atau keberpihakan khalayak terhadap sebuah isu yang disebar dan merasa bahwa konten yang disebar menjadi tempat untuk menambah informasi/data baru lainnya sehingga konten menjadi semakin lebih lengkap (Nasrullah, 2017)

Berbagai alasan penyebaran konten di media sosial yang disebutkan di atas ini juga terlihat saat mengamati hasil data penelitian ini. Salah satu keberpihakan warga Twitter 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* ⁴ 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 ³⁵ ng 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. Diantaranya 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 akunnya sering *retweet* gambar dan video pornografi dan juga link judi *online*. Hasil ini juga menunjukkan bahwa kekuatan dari penyebaran secara perangkat juga dimanfaatkan oleh banyak medium di internet. Dan juga menjadi strategi pemasaran, bagi akun penyedia jasa pornografi dan agen judi.

Hal menarik lainnya adalah bahwa salah satu *trending topik* kasus ini yang telah dipaparkan dalam hasil penelitian diatas adalah 'Telegram'. Penelusuran data di linimasa Twitter selama kasus ini hangat dibicarakan bahwa ternyata konten ini penyebarannya juga terjadi di grup-grup Telegram salah satunya dengan nama 'Gisel Unhh'. Banyak akun di Twitter yang menawarkan *link* yang mengarah ke grup yang memiliki anggota sebanyak 7392. Tidak sedikit kemudian warganet yang menyerbu Telegram untuk memperoleh video tersebut, dan ada juga yang menginstal aplikasi pesan instan ini untuk tujuan yang sama.

Hasil *crawling* Brand24 juga mengkategorikan akun-akun yang paling aktif dalam isu video asusila ini (*most active profile public*). Lima diantaranya dengan nama pery80655440, neosdior, userdsc, kthsualy, dan neoskjin. 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 dijelaskan tadi 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 teknologi informasi. Pornografi sulit dibendung melalui sistem kecuali berdasarkan kesadaran pribadi. Ini berarti tidak peduli seberapa eratnya 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 ke empat media yang disebutkan di atas (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 & Monangga (2018) menemukan bahwa total rata-rata adalah 68.4% untuk sentimen analisis terhadap beberapa *hashtag* pornografi di Twitter. Sentimen ini cenderung tinggi. Hasil sentimen tersebut dapat diartikan bahwa Twitter menjadi salah satu media berkomunikasi dan membantu kaum homoseksual membuka diri dan saling berbagi hal-hal negatif (pornografi) dengan sesama kaum mereka.

Korea Selatan pernah tersandung 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 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 disini, dapat disimpulkan bahwa perubahan serta pemanfaatan teknologi dalam masyarakat jaringan yang dinamis, menimbulkan konsekuensi budaya yang berdampak negatif kepada masyarakat. Salah satu konten dalam jaringan internet yang menyimpang dari budaya salah satunya 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 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 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.

Rekomendasi

Pornografi merupakan praktik yang dilarang. Karena disamping diatur dalam UU Pornografi dan penyebarannya di internet

diatur dalam UU ITE, kegiatan ini juga membahayakan generasi muda, dan penyebaran sudah dalam tahap mengkhawatirkan karena pornografi harus tetapantisipasi. 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 kerjasama 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 tanggungjawab bersama untuk kebaikan masa depan penerus bangsa.

UCAPAN TERIMA KASIH

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

AFTAR PUSTAKA

- Andryani, R., Negara, E. S., & Triadi, D. (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, M. T., Iriani, A., Herman, D., & Manongga, F. (2018). Analisis Pola Persebaran Pornografi pada Media Sosial dengan Social Network Analysis. *Jurnal Buana Informatika*, 9 (Nomor 1, Januari 8), 43–52.
- Ariefana, P. (2020). *Terungkap! Video Porno Mirip Gisel Pertama Kali Disebar di Twitter*. Suara Jakarta.Id. <https://jakarta.suara.com/read/2020/11/13/133921/terungkap-video-porno-mirip-gisel-pertama-kali-disebar-di-twitter?page=all>
- Baksin, A. (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, M. (2002). *The Internet and the Network Society*. In B. Wellmann & C. Haythornwaite (Eds.) *The Internet in Everyday Life*. Blackwell Publishing Ltd.
- CNN Indonesia. (2020). *Kominfo "Take Down" Video Vulgar Mirip Gisel di Medsos*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/202007182002-185-567144/kominfo-take-down-video-vulgar-mirip-gisel-di-medsos>
- Coletto, M., Aiello, L. M., Lucchese, C., & Silvestri, F. (2016). *Pornography consumption in Social Media*. 1–5.
- Husna, A. M. (2020). *2 Pengacara akan Laporkan soal Viral Video Syur Mirip Gisel, Begini Penjelasan*. <https://www.tribunnews.com/seleb/2020/11/08/2-pengacara-akan-lapor-polisi-soal-viral-video-syur-mirip-gisel-begini-penjelasan>
- Juditha, C. (2015a). *Fenomena Trending Topic Di Twitter : Analisis Wacana Twitter # Savehajilulung Trending Topic Phenomenon on Twitter : Discourse Analysis of Tweet # Savehajilulung*. 16(2), 138–154.

- Juditha, C. (2015b). Meme di Media Sosial: Analisis Semiotik Meme Haji Lulung. *Jurnal Pekomnas*, 18 (2)(2), 105–116. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekomnas/article/view/301>
- Kamil, A. (2011). *Ariel Divonis Penjara 3 Tahun 6 Bulan dan Denda Rp 250 Juta*. <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>
- Kementerian PPPA. (2020). *PANDEMI COVID-19, ANAK-ANAK RENTAN JADI KORBAN EKSPLOITASI DAN PORNOGRAFI DI RANAH DARING*. Aplikasi Dan Media. <https://www.kemendikbud.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*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/24960/kominfo-aduan-konten-negatif-didominasi-pornografi/0/sorotan_media
- Laili, M. M., Puspitawati, H., & Yulianti, L. N. (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, R. (2017). *Media Sosial*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pradewo, B. (2020). *Penyebar Video Syur Mirip Gisel Ditangkap, Ditahan dan Jadi Tersangka*. Jawa Pos. <https://www.jawapos.com/entertainment/infotainment/13/11/2020/penyebar-video-syur-mirip-gisel-ditangkap-ditahan-dan-jadi-tersangka/>
- Rachmaniar, R., Prihadi, P., & Janitra, P. A. (2018). Perilaku Penggunaan Smartphone dan Akses Pornografi di Kalangan Remaja Perempuan. *Jurnal Komunikasi Global*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.30815/jkg.v7i1.10890>
- Sjafriani, R. (2010). *Heboh, Video Mesum Mirip Luna Maya dan Ariel di Internet*. <https://republika.co.id/berita/118453/heboh-video-mesum-mirip-luna-maya-dan-ariel-di-internet>
- Suhartanto, M. F. R. (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*. 8(4).
- Susanto, E. H. (2017). Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 379. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.123>
- Velarosdela, R. N. (2020). *Ini Ancaman Pidana bagi Penyebar Video Syur Mirip Gisel di Medsos*. <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 2022]
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. PT. Serambi Ilmu Semesta.

Pornografi

ORIGINALITY REPORT

21%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.kominfo.go.id Internet	174 words — 3%
2	media.neliti.com Internet	116 words — 2%
3	journal.unigres.ac.id Internet	73 words — 1%
4	docplayer.info Internet	57 words — 1%
5	www.kemenpppa.go.id Internet	51 words — 1%
6	repository.uin-suska.ac.id Internet	41 words — 1%
7	kemenpppa.go.id Internet	38 words — 1%
8	perspektif-hukum.hangtuah.ac.id Internet	36 words — 1%
9	journal-isi.org Internet	35 words — 1%
10	baru2.net Internet	30 words — < 1%
11	digilib.uin-suka.ac.id Internet	29 words — < 1%

12	jabar.suara.com Internet	28 words — < 1%
13	hrmars.com Internet	26 words — < 1%
14	www.indonesia.shafaqna.com Internet	26 words — < 1%
15	ojs.uajy.ac.id Internet	26 words — < 1%
16	www.merdeka.com Internet	26 words — < 1%
17	jeo.kompas.com Internet	26 words — < 1%
18	jurnal.umk.ac.id Internet	25 words — < 1%
19	ejournal.upi.edu Internet	24 words — < 1%
20	jurnal.umt.ac.id Internet	23 words — < 1%
21	idoc.pub Internet	21 words — < 1%
22	www.jawapos.com Internet	20 words — < 1%
23	digilib.uinsgd.ac.id Internet	20 words — < 1%
24	Christiany Juditha. "FENOMENA TRENDING TOPIC DI TWITTER: ANALISIS WACANA TWIT #SAVEHAJILULUNG", Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan, 2018 Crossref	19 words — < 1%

25	indopos.co.id Internet	19 words — < 1%
26	www.cnnindonesia.com Internet	18 words — < 1%
27	sinta.ristekbrin.go.id Internet	17 words — < 1%
28	id.123dok.com Internet	17 words — < 1%
29	beritaslotberuntung.blogspot.com Internet	16 words — < 1%
30	eprints.stainkudus.ac.id Internet	16 words — < 1%
31	repository.ubaya.ac.id Internet	16 words — < 1%
32	www.ta-cos.org Internet	15 words — < 1%
33	Christiany Juditha. "HEGEMONI di MEDIA SOSIAL: KASUS AKUN GOSIP INSTAGRAM @LAMBE_TURAH", JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI DAN OPINI PUBLIK, 2018 Crossref	15 words — < 1%
34	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet	13 words — < 1%
35	eprints.ums.ac.id Internet	12 words — < 1%
36	jurnalimprovement.wordpress.com Internet	12 words — < 1%
37	megapolitan.kompas.com Internet	11 words — < 1%

38	jhephecool.blogspot.com Internet	11 words — < 1%
39	sosbud.kompasiana.com Internet	10 words — < 1%
40	www.suara.com Internet	10 words — < 1%
41	tiarramon.wordpress.com Internet	10 words — < 1%
42	jurnal.unsyiah.ac.id Internet	10 words — < 1%
43	digilib.uns.ac.id Internet	10 words — < 1%
44	adenka.blogspot.com Internet	10 words — < 1%
45	proceeding.unisba.ac.id Internet	9 words — < 1%
46	www.unicef.org Internet	9 words — < 1%
47	androbuntu.com Internet	9 words — < 1%
48	casopisi.junis.ni.ac.rs Internet	9 words — < 1%
49	journal.unair.ac.id Internet	9 words — < 1%
50	www.medcom.id Internet	9 words — < 1%
51	www.maswarsito.com Internet	9 words — < 1%

52	jakarta.suara.com Internet	8 words — < 1%
53	core.ac.uk Internet	8 words — < 1%
54	kabar-terhangat.blogspot.com Internet	8 words — < 1%
55	e-jurnal.lppmunsera.org Internet	8 words — < 1%
56	id.scribd.com Internet	8 words — < 1%
57	repository.unika.ac.id Internet	8 words — < 1%
58	www.harianguru.com Internet	8 words — < 1%
59	stationgonews.com Internet	8 words — < 1%
60	Christiany Juditha. "Utilization of Information Communication Technology Towards Social Changes in Village Communities (Study in Suka Datang Village, Curup Utara, Rejang Lebong, Bengkulu)", <i>JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI DAN OPINI PUBLIK</i> , 2020 Crossref	6 words — < 1%
61	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet	6 words — < 1%
62	Christiany Juditha. "INTERAKSI SIMBOLIK DALAM KOMUNITAS VIRTUAL ANTI HOAKS UNTUK MENGURANGI PENYEBARAN HOAKS", <i>Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan</i> , 2018 Crossref	6 words — < 1%
63	Christiany Juditha. "Agenda Setting Penyebaran Hoaks di Media	

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE
BIBLIOGRAPHY OFF