

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORETIS**

#### **A. Indikator Pornografi dalam Undang-undang**

Pertumbuhan teknologi dan perkembangan media digital membawa konsekuensi dalam bentuk tantangan hukum yang semakin kompleks. Salah satu isu yang semakin mencuat adalah peredaran dan distribusi pornografi, terutama dalam ranah digital. Pemerintah dan legislator merespons dengan merumuskan ketentuan hukum yang mengatur pornografi, dan salah satu aspek krusial dalam regulasi ini adalah penentuan indikator pornografi dalam undang-undang. Indikator tersebut menjadi kunci untuk mengklasifikasikan dan mengukur tingkat ketidakmoralan atau pelanggaran norma sosial dalam konten yang beredar. Artikel ini akan menjelajahi bagaimana indikator pornografi tercermin dalam undang-undang, menggali relevansi dan kompleksitas ketentuan hukum yang dirancang untuk mengatasi permasalahan ini.

Perlu dipahami bahwa penentuan indikator pornografi dalam undang-undang tidak semata-mata terbatas pada unsur eksplisit dan grafis (Shelton & Waddell, 2021). Pengaturan hukum juga harus mempertimbangkan konteks, dampak sosial, dan aspek-aspek lain yang mencerminkan karakteristik pornografi. Undang-undang di berbagai yurisdiksi sering kali menyertakan kriteria tertentu, seperti unsur ketelanjangan, adegan seksual eksplisit, atau niat untuk membangkitkan gairah seksual. Namun, perkembangan teknologi dan variasi preferensi membuat definisi ini perlu diperbarui secara berkala agar dapat mencakup perubahan tren dan bentuk baru dari konten pornografi.

Penegakan hukum terhadap indikator pornografi memerlukan keseimbangan yang hati-hati antara perlindungan kebebasan berbicara dan perlindungan masyarakat dari dampak negatif pornografi (Bordun, 2023). Oleh karena itu, undang-undang sering kali menciptakan mekanisme yang mempertimbangkan nilai-nilai moral dan etika yang dijunjung tinggi dalam masyarakat. Proses legislasi dan pembaharuan undang-undang terkait pornografi juga mencerminkan upaya untuk mengintegrasikan pandangan dari berbagai

kelompok masyarakat dan menjaga kesetaraan hak dan tanggung jawab dalam persepsi pornografi.

Pembahasan mengenai indikator pornografi dalam undang-undang tidak hanya berhenti pada aspek hukum semata. Dalam lingkup global, kerja sama antarnegara menjadi esensial untuk mengatasi peredaran pornografi yang melibatkan batas-batas yurisdiksi. Mempertimbangkan perbedaan budaya dan pandangan tentang pornografi, pengembangan standar internasional dan kerangka kerja hukum regional dapat membantu menangani tantangan yang semakin meluas ini. Dengan demikian, artikel ini bertujuan untuk membuka jendela diskusi mengenai kompleksitas dan relevansi indikator pornografi dalam undang-undang, menjelajahi peran legislator dan masyarakat dalam membentuk regulasi yang efektif dan adil.

Dalam Undang-undang No. 44 Tahun 2008, secara eksplisit disebutkan indikator-indikator yang termasuk ke dalam kategori pornografi. Bunyinya adalah: Pornografi adalah 1) gambar, 2) sketsa, 3) ilustrasi, 4) foto, 5) tulisan, 6) suara, 7) bunyi, 8) gambar bergerak, 9) animasi dan kartun, 10) percakapan, gerak tubuh, atau bentuk pesan lainnya melalui berbagai bentuk media komunikasi dan/atau pertunjukan di muka umum, yang memuat kecabulan atau eksploitasi seksual yang melanggar norma kesusilaan dalam masyarakat. Keseluruhan ini dapat dilakukan oleh perseorangan atau badan tertentu.

1. Gambar: Gambar dalam konteks indikator pornografi dapat mencakup visualisasi eksplisit dari adegan seksual atau ketelanjangan yang secara eksplisit dimaksudkan untuk membangkitkan gairah seksual. Dalam undang-undang, penilaian terhadap gambar pornografi sering kali mempertimbangkan tingkat ketelanjangan, tujuan artistik, dan dampak potensial terhadap norma kesusilaan dalam masyarakat (Husodo & Wijaya, 2016; Mars et al., 2017).
2. Sketsa: Sketsa pornografi mencakup representasi grafis dari adegan seksual atau konten dewasa dengan menggunakan teknik sketsa atau ilustrasi. Meskipun dalam bentuk gambar, unsur kecabulan atau eksploitasi seksual tetap menjadi kriteria penilaian, dan undang-undang

cenderung mempertimbangkan apakah sketsa tersebut memenuhi standar moral dan etika yang diakui oleh masyarakat (Miller, 2022; Tembo, 2021).

3. Ilustrasi: Ilustrasi yang dianggap pornografi mencakup penggambaran grafis dari situasi seksual atau materi dewasa, seringkali dengan niat untuk membangkitkan gairah seksual (Khan, 2023). Penilaian terhadap ilustrasi ini mungkin melibatkan pertimbangan apakah representasi tersebut melibatkan kekerasan, ketidaksetujuan, atau melibatkan individu yang tidak memberikan persetujuan, selain dari aspek estetika dan tujuan artistic (Davies, 2016).
4. Foto: Foto pornografi adalah representasi nyata dari adegan seksual atau ketelanjangan melalui medium fotografi (Mohanty et al., 2019). Penilaian terhadap foto pornografi memperhatikan elemen kecabulan, pemahaman konteks, dan dampak potensialnya terhadap norma kesusilaan (Branch et al., 2017). Penggunaan model yang memberikan persetujuan dan pengaturan yang jelas dalam fotografi dapat mempengaruhi penilaian hukum.
5. Tulisan: Tulisan pornografi melibatkan penggunaan kata-kata atau narasi untuk menggambarkan adegan seksual atau konten dewasa (Brinkema, 2019; Capecchi & Gius, 2023). Penilaian terhadap tulisan ini mencakup tingkat kejelasan deskripsi, intensitas adegan, dan dampak potensialnya terhadap pembaca. Aspek konten dan konteks sangat penting dalam menentukan apakah suatu tulisan dapat dianggap sebagai pornografi.
6. Suara: Suara dalam konteks pornografi melibatkan rekaman atau penyiaran suara yang berkaitan dengan adegan seksual atau materi dewasa. Penilaian terhadap suara pornografi dapat mencakup unsur kecabulan dalam bahasa, intensitas ekspresi, dan dampak suara terhadap pemirsa atau pendengar (Ishida, 2019).
7. Bunyi: Bunyi pornografi melibatkan penggunaan efek suara atau rekaman untuk menciptakan atmosfer adegan seksual (Cavaglion,

2009). Dalam undang-undang, penilaian terhadap bunyi pornografi dapat mempertimbangkan kejelasan representasi, niat pembuatnya, dan dampaknya terhadap norma kesusilaan.

8. Gambar Bergerak: Gambar bergerak pornografi melibatkan adegan seksual atau konten dewasa yang ditampilkan dalam format video atau animasi. Penilaian hukum terhadap gambar bergerak mencakup unsur-unsur seperti durasi adegan, kekerasan yang terkandung, dan dampaknya terhadap penonton (M. Rogers & Seigfried-Spellar, 2014).
9. Animasi dan Kartun: Animasi dan kartun pornografi melibatkan penggunaan teknik animasi atau karakter kartun untuk menggambarkan situasi seksual atau materi dewasa. Dalam undang-undang, penilaian terhadap animasi dan kartun pornografi dapat melibatkan pertimbangan apakah representasi tersebut melibatkan karakter anak-anak atau memiliki dampak negatif pada masyarakat (Park et al., 2022; Saunders, 2023).
10. Percakapan, Gerak Tubuh, atau Bentuk Pesan Lainnya: Indikator ini melibatkan bentuk komunikasi verbal, gerak tubuh, atau pesan lain yang disampaikan melalui media komunikasi atau pertunjukan di muka umum yang memuat kecabulan atau eksploitasi seksual (Jacobs, 2018).

## **B. Teori Komunikasi Islam**

Dalam era digital yang semakin berkembang, fenomena *OnlyFans*, sebagai platform media sosial berbayar yang memungkinkan kreator konten untuk memonetisasi materi eksklusif mereka, menimbulkan pertanyaan serius tentang dampaknya terhadap nilai-nilai dan etika Islam. Teori komunikasi Islam menjadi sangat relevan dalam konteks normalisasi *OnlyFans*, mengingat prinsip-prinsip Islam yang menekankan keadilan, moralitas, dan norma-norma kesusilaan. Pada tingkat komunikasi, pemahaman terhadap bagaimana pesan-pesan dan interaksi di *OnlyFans* mencerminkan atau bertentangan dengan nilai-nilai Islam dapat memberikan wawasan yang kaya tentang dinamika sosial dan budaya yang sedang berkembang.

Dalam teori komunikasi Islam, penting untuk mengevaluasi bagaimana *OnlyFans*, sebagai media sosial yang secara signifikan memengaruhi interaksi dan narasi di ruang digital, mempengaruhi persepsi terhadap seksualitas dan moralitas. Aspek-aspek seperti penggunaan bahasa, gambar, dan interaksi interpersonal di *OnlyFans* harus diartikan melalui lensa prinsip-prinsip Islam yang menghormati kehormatan diri, melarang kecabulan, dan mengajarkan nilai-nilai etika dalam berkomunikasi. Dengan mempertimbangkan teori komunikasi Islam, kita dapat mendalami dampak normalisasi *OnlyFans* terhadap moralitas dan etika dalam masyarakat Muslim serta mengidentifikasi peran komunikasi dalam membentuk persepsi terhadap industri pornografi virtual.

Teori Komunikasi Islam adalah pandangan yang mengintegrasikan prinsip-prinsip komunikasi dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Islam. Dalam kerangka ini, praktek komunikasi harus selaras dengan prinsip-prinsip yang terdapat dalam Al-Qur'an. Fokus utama teori ini adalah pada pentingnya kejujuran, penghargaan terhadap keragaman, dan etika dalam berkomunikasi. Selain itu, unsur-unsur komunikasi yang ditemukan dalam ajaran kenabian juga menjadi elemen yang tak terpisahkan dalam teori ini, mengartikan bahwa komunikasi adalah alat untuk memperkuat nilai-nilai dalam masyarakat secara keseluruhan (Faridah et al., 2023).

Teori komunikasi Islam merujuk pada sebuah kerangka kerja konseptual yang digunakan untuk merinci dan memeriksa elemen-elemen komunikasi yang terdapat dalam kerangka budaya, agama, dan nilai-nilai Islam. Ini adalah subdisiplin yang berkembang dengan cepat dalam ilmu komunikasi, yang memfokuskan pada dampak saling memengaruhi antara Islam dan komunikasi dalam berbagai aspek (Khiabany, 2021). Teori komunikasi Islam mengidentifikasi elemen-elemen yang unik dalam komunikasi di dunia Muslim, serta peran agama dalam membentuk pesan dan interaksi sosial. Pemahaman teori ini penting dalam konteks globalisasi dan diversifikasi budaya, karena memungkinkan kita untuk merespons tantangan komunikasi lintas budaya dengan lebih baik.

Salah satu konsep utama dalam teori komunikasi Islam adalah akhlak atau etika komunikasi. Islam menekankan pentingnya berkomunikasi dengan cara yang

jujur, adil, dan santun. Akhlak komunikasi adalah bagian integral dari praktik Islam sehari-hari, baik dalam interaksi interpersonal maupun dalam media massa (Istiani & Islamy, 2020). Ini mencakup nilai-nilai seperti kejujuran, penghormatan terhadap orang lain, dan sikap saling pengertian. Dalam budaya Islam, komunikasi yang baik dianggap sebagai wujud ibadah dan upaya untuk mencapai kedamaian dan harmoni di antara individu dan komunitas.

Teori komunikasi Islam juga membahas peran Al-Quran dan Hadis dalam komunikasi. Al-Quran adalah sumber utama panduan dalam hidup Muslim, dan banyak ajaran agama Islam disampaikan melalui teks ini. Dalam konteks komunikasi, Al-Quran memberikan prinsip-prinsip dasar tentang bagaimana berkomunikasi dengan bijak dan menghindari tindakan yang tidak etis. Hadis, yang berisi kutipan dan tindakan Nabi Muhammad, juga digunakan sebagai pedoman untuk berkomunikasi dengan benar dalam kehidupan sehari-hari (Robot, 2023).

Disamping itu, teori komunikasi Islam menekankan betapa krusialnya pemahaman terhadap konteks budaya dalam proses komunikasi. Dalam hal ini, Islam dikenal sebagai agama global yang terdiri dari beragam subkultur dan perbedaan budaya. Oleh karena itu, menjadi sangat penting untuk mengapresiasi beragamnya praktik komunikasi di seluruh komunitas Muslim di seluruh dunia. Hal ini melibatkan pertimbangan terhadap unsur-unsur seperti bahasa, norma-norma budaya, dan tradisi komunikasi yang berbeda dalam berbagai masyarakat Islam.

Selain itu, dalam teori komunikasi Islam juga dipertimbangkan peran penting teknologi modern dalam penyebaran pesan-pesan agama. Internet dan media sosial telah menjadi platform yang signifikan dalam menyebarkan pesan-pesan agama dan memfasilitasi dialog antarumat beragama. Meskipun demikian, teknologi juga membawa tantangan dalam bentuk penyebaran informasi yang tidak benar atau radikalisme online. Oleh karena itu, teori komunikasi Islam juga berusaha untuk menjelaskan bagaimana Islam dapat beradaptasi dengan dunia digital dan mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut.

Secara keseluruhan, teori komunikasi Islam adalah disiplin yang penting dalam memahami bagaimana komunikasi berlangsung dalam konteks budaya dan agama Islam. Ini membantu kita menjalani komunikasi dengan etika yang sesuai,

mengintegrasikan nilai-nilai agama dalam pesan-pesan kita, dan menghormati keanekaragaman budaya yang ada dalam dunia Muslim. Dalam era globalisasi dan teknologi modern, pemahaman yang lebih baik tentang teori ini penting dalam mempromosikan dialog antarbudaya dan perdamaian di seluruh dunia (Sufah et al., 2023).

Moderasi beragama dalam konteks komunikasi Islam adalah prinsip penting yang menekankan pentingnya penggunaan bahasa dan komunikasi yang seimbang, penuh toleransi, dan tidak ekstrem dalam berbicara tentang agama (Tanjung, 2022). Ini berarti bahwa dalam berkomunikasi mengenai Islam, individu harus menjaga agar pesan-pesan agama disampaikan dengan cara yang menghargai keragaman, menghindari retorika eksklusif atau menggurui, dan mempromosikan dialog konstruktif.

Moderasi beragama juga berarti menghindari retorika yang memicu konflik antaragama, serta berperan dalam pendidikan masyarakat tentang prinsip-prinsip moderasi dalam Islam. Dengan menerapkan moderasi beragama dalam komunikasi Islam, tujuannya adalah menciptakan lingkungan yang mendukung perdamaian, toleransi, dan penghormatan terhadap perbedaan dalam masyarakat.

Komunikasi Islam dalam tataran keilmuan acapkali disandingkan dengan komunikasi profetik yang ada di dalam Al-Qur'an. Adapun profetik yang terkandung dalam Al-Qur'an adalah:

| No | Nilai Profetik          | Dalil Al-Qur'an                                  |
|----|-------------------------|--|
| 1. | <i>Qaulan Sadiidan</i>  | (QS. An-Nisaa' [4]: 9 dan QS. Al-Ahzab [33]: 70) |
| 2. | <i>Qaulan Baliighan</i> | (QS. An-Nisaa' [4]: 63)                          |
| 3. | <i>Qaulan Masyuuran</i> | (QS. Al-Israa' [17]: 28)                         |
| 4. | <i>Qaulan Layyinan</i>  | (QS. Thaahaa (20): 44)                           |
| 5. | <i>Qaulan Kariiman</i>  | (QS. Al-Israa' [17]: 23)                         |
| 6. | <i>Qaulan Ma'ruufan</i> | (QS. An-Nisaa' [4]: 5)                           |

Tabel 1. Profetik Komunikasi dalam Al-Qur'an

Sumber: Olahan Penulis (2023)

Secara ilmiah, komunikasi adalah suatu proses yang melibatkan pertukaran informasi antara individu atau entitas menggunakan beragam media atau metode.

Dalam proses ini, pesan disampaikan oleh pengirim kepada penerima dengan tujuan tertentu. Komunikasi dapat terwujud dalam berbagai bentuk, seperti komunikasi lisan, tertulis, non-verbal, elektronik, dan lain sebagainya. Proses ini mencakup tahapan kodifikasi (di mana pengirim mengubah pesan menjadi format yang dapat dimengerti), transmisi (pengiriman pesan oleh pengirim), dan dekodifikasi (penerima mengurai pesan dan memahaminya).

Dalam konteks ini, profetik *Qaulan Baliighan* yang dibubuhi dengan kata *al-mubin* menjadi titik tumpu yang ideal dalam membahas normalisasi *OnlyFans*. Kata *al-balâgh* yang dibubuhi dengan kata sifat *al-mubîn* (*al-balâgh al-mubîn*) disebutkan di dalam Alquran sebanyak tujuh kali pada surah yang berbeda-beda. Penggabungan kedua kata ini terdapat di dalam Q.S. al-Mâ'idah ayat 92, Q.S. al-Nahl ayat 35 dan 82, Q.S. al-Nûr ayat 54, Q.S. al-'Ankabût ayat 18, Q.S. Yâsîn ayat 17 dan Q.S. al-Taghâbun ayat 12 (Baqi, 2009).

Pada umumnya, komunikasi terdiri dari tiga aspek yaitu pesan, komunikator dan komunikan. Berdasarkan ayat-ayat yang dijadikan sebagai referensi di atas selain tiga aspek yang telah disebutkan terdapat tambahan satu aspek lagi yaitu pembuat pesan. Adanya tambahan aspek ini karena pesan (Alquran) tidak datang dari pihak komunikator tapi dari Allah Yang Maha Gaib. Sama halnya dengan undang-undang dimana komunikator yang ditunjuk mensosialisasikannya belum tentu terlibat merumuskannya. Allah berfirman dalam Q.S. al-Taghâbûn yang berbunyi:

وَاطِيعُوا اللَّهَ وَاطِيعُوا الرَّسُولَ فَإِن تَوَلَّيْتُمْ فَإِنَّمَا عَلَى رَسُولِنَا الْبَلْغُ الْمُبِينُ

“Taatlah kepada Allah dan taatlah kepada Rasul. Jika kamu berpaling, sesungguhnya kewajiban rasul Kami hanyalah menyampaikan (risalah) dengan terang.” (Q.S. al-Taghâbûn ayat 12)

Ayat di atas menjelaskan bahwa pesan yang hendak disampaikan sudah dilakukan sosialisasi terlebih dahulu. Indikator tentang adanya sosialisasi ini dapat dilihat dari kalimat *fa'in tawallau* (فَإِن تَوَلَّوْا) yang artinya “jikalau mereka berpaling”. Kalimat *fa'in tawallau* (فَإِن تَوَلَّوْا) mengindikasikan bahwa pesan tersebut sudah pernah disosialisasikan sebelumnya kepada komunikan dan mereka dapat

menerimanya akan tetapi setelah itu mereka berpaling darinya. Oleh karena itu, media harus menyebarkan dan mensosialisasikan pesan sebagai orientasi primer.

Dalam konteks komunikasi, elemen-elemen yang terlibat termasuk pesan, saluran komunikasi, konteks, gangguan (noise), serta pengaruh dari aspek sosial dan budaya. Tujuan dari komunikasi dapat bervariasi, mencakup penyampaian informasi, persuasi, hiburan, atau koordinasi aktivitas. Dalam perspektif yang lebih luas, studi komunikasi berfokus pada cara pesan dikirimkan, diterima, dan dampaknya terhadap perilaku individu atau kelompok dalam berbagai situasi. Penelitian di bidang ini mencakup aspek-aspek seperti psikologi komunikasi, teori komunikasi, analisis pesan, serta aspek sosial untuk memahami peran komunikasi dalam kehidupan manusia dan dalam berbagai situasi sosial.

Normalisasi *OnlyFans* dalam konteks teori komunikasi Islam menciptakan dinamika kompleks antara kebebasan individu, nilai-nilai etika, dan norma-norma kesusilaan. Teori komunikasi Islam memberikan landasan untuk menganalisis dampak *OnlyFans* terhadap budaya komunikasi Islam dan dapat menjadi titik awal bagi refleksi tentang bagaimana masyarakat Muslim dapat menanggapi tren digital ini. Pemahaman yang mendalam tentang bagaimana pesan-pesan di *OnlyFans* tercermin dalam perspektif Islam dapat menjadi landasan bagi dialog dan pemikiran kritis mengenai peran media sosial dalam membentuk identitas dan moralitas di dunia Muslim modern.

Dalam menghadapi normalisasi *OnlyFans*, teori komunikasi Islam juga dapat menjadi sumber inspirasi untuk mengembangkan pendekatan-pendekatan alternatif dalam menyampaikan pesan moral dan membangun kesadaran tentang nilai-nilai Islam. Masyarakat Muslim perlu terus mendiskusikan dan merenungkan dampak perkembangan digital terhadap tataran etika dan moralitas mereka, sambil memperkuat prinsip-prinsip komunikasi yang sesuai dengan ajaran Islam. Dengan demikian, teori komunikasi Islam tidak hanya memberikan wawasan terhadap fenomena *OnlyFans*, tetapi juga menjadi alat yang kuat untuk membimbing umat Islam dalam menavigasi tantangan komunikasi modern dan membangun lingkungan digital yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

### **C. *Theory of Social Change***

Teori perubahan sosial adalah kerangka kerja konseptual yang digunakan untuk memahami, menjelaskan, dan meramalkan transformasi dalam masyarakat. Dalam literatur sosiologi, terdapat berbagai teori yang berusaha menjelaskan dinamika perubahan sosial (Wisnu Buana, 2023). Salah satu pendekatan yang signifikan adalah teori evolusi sosial. Menurut teori ini, masyarakat mengalami perubahan yang teratur dan bergerak menuju tingkat perkembangan yang lebih tinggi. Konsep evolusi sosial mencakup pemikiran bahwa masyarakat berkembang seiring waktu, melewati tahap-tahap tertentu, dan mengalami diferensiasi dan integrasi yang semakin kompleks.

Teori perubahan sosial juga dapat dilihat melalui lensa teori konflik. Pemikiran ini menekankan pertentangan dan ketegangan sebagai pendorong utama perubahan sosial. Konflik antar-kelompok atau kelas sosial dianggap sebagai kekuatan penggerak yang menciptakan perubahan dalam struktur dan sistem sosial (A. Prayogi, 2023). Dalam pandangan ini, perubahan tidak selalu melibatkan evolusi linier, tetapi lebih sering muncul melalui dinamika ketegangan dan perjuangan antara kelompok-kelompok yang bersaing (Vercher et al., 2023).

Sebagai alternatif, teori perubahan sosial dapat dilihat melalui perspektif fungsionalisme (Sovacool & Hess, 2017). Pemikiran ini menekankan bahwa setiap unsur masyarakat memainkan peran fungsional dalam menjaga stabilitas dan keseimbangan. Perubahan terjadi sebagai tanggapan terhadap perubahan dalam kebutuhan dan tuntutan masyarakat. Teori ini memandang perubahan sosial sebagai suatu upaya untuk mencapai adaptasi dan kelangsungan fungsi masyarakat (Olsson & Jerneck, 2018).

Selain itu, pendekatan konstruktivis juga dapat digunakan untuk memahami perubahan sosial. Teori ini menyoroti peran individu, kelompok, dan agen sosial dalam mengkonstruksi realitas sosial. Perubahan sosial dipahami sebagai hasil dari interaksi kompleks antara aktor-aktor sosial yang menciptakan, merespon, dan mereproduksi makna-makna sosial dalam masyarakat. Salah satu pencetus teori ini adalah Talcott Parsons yang memiliki kontribusi besar dalam pengembangannya.

Menurut Parsons, teori interfokus pada pemahaman perubahan sebagai respons terhadap tekanan dan perubahan eksternal yang terjadi di dalam masyarakat (Parsons, 2017). Parsons mengembangkan kerangka kerja struktural-fungsional yang menyoroti bagaimana masyarakat berusaha mempertahankan keseimbangan fungsional melalui perubahan struktur dan fungsi. Salah satu konsep sentral dalam teorinya adalah adaptasi, yang mencerminkan upaya masyarakat untuk beradaptasi dengan perubahan-perubahan dalam lingkungannya, baik itu dalam teknologi, ekonomi, atau nilai-nilai budaya.

Dalam perspektif Parsons, perubahan sosial terjadi sebagai bagian dari usaha masyarakat untuk mempertahankan homeostasis, yaitu keseimbangan internal yang memungkinkan kelangsungan fungsional (Parsons, 1939). Diferensiasi juga menjadi elemen penting dalam teorinya, mengacu pada spesialisasi fungsi-fungsi yang semakin rumit seiring waktu. Masyarakat, menurut Parsons, menjadi lebih kompleks sejalan dengan perkembangan dan spesialisasi institusi-institusi yang ada, seperti pendidikan, politik, dan ekonomi.

Pola nilai atau nilai budaya dalam masyarakat juga menjadi fokus dalam teori perubahan sosial Parsons (Parsons, 1996). Perubahan dalam nilai-nilai budaya dianggap sebagai penggerak utama perubahan sosial. Proses ini melibatkan evolusi norma-norma dan pandangan masyarakat terhadap berbagai aspek kehidupan. Oleh karena itu, teori perubahan sosial menurut Talcott Parsons menggambarkan masyarakat sebagai sistem yang beradaptasi, berdiferensiasi, dan menjaga keseimbangan melalui perubahan fungsional dan nilai-nilai budaya.

Dalam konteks penelitian ini teori perubahan sosial dapat memberikan kerangka kerja yang relevan. Penelitian ini dapat menggambarkan perubahan sosial sebagai respons terhadap tekanan dan perubahan dalam budaya kontemporer yang tercermin dalam media sosial, khususnya Twitter. Teori adaptasi Parsons dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana masyarakat dan individu beradaptasi dengan munculnya fenomena seperti *OnlyFans* dalam ranah pornografi virtual.

Konsep diferensiasi dalam teori perubahan sosial juga dapat dikaitkan dengan penelitian ini (Sales et al., 2022). Dengan adanya spesialisasi fungsi-fungsi di media sosial, seperti Twitter sebagai platform utama, munculnya *OnlyFans* dapat

dilihat sebagai bagian dari diferensiasi struktural dalam konteks komunikasi online (Stichweh, 2022). Dalam hal ini, penelitian dapat mengeksplorasi bagaimana masyarakat dan individu merespons dan beradaptasi terhadap fenomena *OnlyFans* yang muncul dan berkembang di dalam lingkungan media sosial, yang kemudian mencerminkan perubahan sosial yang sedang terjadi.

Sementara nilai budaya dan pandangan masyarakat terhadap pornografi virtual menjadi fokus penelitian, teori perubahan sosial Parsons juga dapat membantu menjelaskan bagaimana pergeseran nilai-nilai ini terjadi dan menciptakan perubahan dalam sikap dan pandangan masyarakat, terutama dalam konteks nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, menggunakan teori perubahan sosial sebagai landasan konseptual dapat membantu menguraikan kompleksitas dan dinamika perubahan yang terjadi dalam normalisasi *OnlyFans* di media Twitter, terutama dalam perspektif komunikasi Islam.

#### **D. Teori Media Baru dalam Tataran *Uses and Gratification***

*New media* adalah media yang menggunakan internet berbasis teknologi online, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, serta dapat berfungsi secara privat atau publik (Ginting et al., 2021). Paparan di atas menunjukkan bahwa media baru memiliki karakteristik yaitu harus terhubung ke internet, komunikasi dua arah dan multifungsi.

Teori New Media merupakan salah satu pendekatan yang penting dalam studi ilmu komunikasi yang memfokuskan perhatian pada transformasi media dalam era digital. Dalam tataran ilmu komunikasi, teori ini mengeksplorasi perubahan fundamental dalam produksi, distribusi, dan konsumsi konten media. Teori New Media menyoroti bagaimana teknologi informasi dan komunikasi, seperti internet, media sosial, dan perangkat mobile, telah mengubah cara individu berinteraksi dengan informasi, komunikasi, dan budaya (Everett & Caldwell, 2003). Ini juga menggali peran penting partisipasi aktif individu dalam menciptakan dan membagikan konten media, serta dampaknya pada demokratisasi komunikasi (Manovich, 2020).

Konteks media baru dalam penelitian ini menurut Lévy, new media tidak hanya melibatkan perubahan teknologi, tetapi juga menghasilkan transformasi budaya yang mendalam (Lévy, 1997, 2013). Ia menggambarkan media baru sebagai lingkungan komunikasi yang terbentuk oleh interaksi dinamis antara manusia dan teknologi informasi. Lévy menekankan pentingnya pemikiran kolaboratif dan keterlibatan aktif pengguna dalam produksi dan distribusi informasi, menciptakan apa yang ia sebut sebagai "inteligensi kolektif (Di Bitetto et al., 2015)." Dalam pandangan Lévy, new media bukan hanya sarana teknis, tetapi juga medan sosial dan budaya yang menciptakan peluang baru untuk partisipasi, kolaborasi, dan pertukaran pengetahuan di era digital (Santos & de Souza, 2021).

Selain itu, Teori New Media juga membahas isu-isu seperti konvergensi media, keberlanjutan media, digitalisasi, dan efek sosial teknologi digital. Hal ini membantu ilmu komunikasi untuk lebih memahami dinamika perubahan dalam lingkungan media dan budaya yang semakin terhubung dan terinterkoneksi (Prihartono, 2016; Zamroni, 2021). Penelitian dalam kerangka teori ini mengkaji bagaimana media digital memengaruhi pembentukan opini publik, interaksi sosial, identitas individu, serta tantangan dan peluang yang terkait dengan media digital dalam konteks global.

Pada era teknologi 4.0 saat ini media mengalami perubahan dari segi penyajian informasi yakni dengan munculnya koran online, youtube dan *platform* lain. Pada mulanya, penggunaan media baru belum semarak saat ini karena pada awal perkembangannya media baru cukup sulit di akses karena gawai pada masa itu hanya untuk telepon dan mengirim pesan. Selain itu, media yang dapat digunakan untuk mengakses media baru adalah komputer dan laptop yang notabene sulit untuk dibawa kemana saja.

Teori *new media* atau media baru merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Media baru muncul dari berbagai inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi di masa sekarang.

Seiring perkembangan teknologi, media yang digunakan untuk mengakses media baru sudah sangat sederhana yakni dengan gawai dan sinyal internet yang sudah tersedia di seluruh tempat. Gawai dan internet merupakan perkawinan sempurna bagi masyarakat sehingga memunculkan pergeseran sifat dan kebiasaan bagi masyarakat (Zis et al., 2021).

Hadirnya media baru di Indonesia tentu mengancam eksistensi media tradisional karena media baru lebih mudah di akses. Pergeseran kebiasaan ini membuat masyarakat lebih menggemari media yang lebih mudah untuk diakses tanpa harus mengeluarkan *effort* yang berlebihan.

Meski media baru sedang gencar dibincangkan oleh beberapa peneliti, penulis mengemukakan bahwa teori media baru itu sendiri masih belum pasti. Pasalnya, apabila menganalisis teori media baru, maka tidak ada teori yang mutakhir dan relevan. Teori-teori yang dikaitkan dengan media baru selalu saja adopsi dari teori media tradisional. Oleh karena itu, penulis mengemukakan bahwa masyarakat mengalami ketertinggalan yang cukup jauh oleh perkembangan.

Idealnya, tataran *new media* tidak terlepas dengan teori komunikasi massa dan komunikasi informatif. Menurut Bittner (1989) adalah pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*massa communication in messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Definisi di atas menjelaskan bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Apabila pesan yang dikomunikasikan ke khalayak terinternalisasi namun tanpa media massa, maka komunikasi tersebut tidak termasuk komunikasi massa.

Menurut Gerbner (1958) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berdasarkan teknologi lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia. Dari definisi Gerbner tergambar bahwa produk dari komunikasi massa adalah pesan-pesan komunikasi. Produk ini kemudian disebarluaskan ke masyarakat secara kontiniu dalam waktu yang sudah ditetapkan.

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik yang dapat diidentifikasi, yaitu (Mulyana, 2007) : 1) pesan yang disosialisasikan bersifat

umum, 2) komunikannya bersifat anonim dan heterogen, 3) media massa menimbulkan keserempakan, 4) komunikasi lebih mengutamakan isi daripada hubungan, 5) komunikasi massa yang sifatnya satu arah, 6) stimulasi alat indra yang terbatas, 7) umpan balik yang tertunda dan tidak langsung.

Komunikasi massa memiliki peran penting dalam menyebarkan pesan. Dalam tataran ini, seorang komunikator harus mampu menyebarkan pesan-pesan secara informatif agar tidak terjadi penolakan. Urgensitas komunikasi informatif adalah penyebaran pesan sehingga pokok penekanan dalam komunikasi jenis ini adalah substansi dan rasionalitas pesan, serta kecakapan komunikator dalam menyampaikan pesan.

Teori komunikasi informatif pertama kali diperkenalkan oleh Shannon dan Weaver pada tahun (1949) dalam bukunya *The Mathematical of Communication*. Komunikasi informatif disebut juga sebagai model matematis atau model teori informatif. Model ini menggambarkan komunikasi sebagai informasi yang dikirim sebagai pesan kepada penerima untuk mencapai beberapa tujuan komunikasi yang mendalam. Prosedur ini dapat mengakibatkan kebisingan dan gangguan.

Shannon dan Weaver menitik fokuskan pembahasan pada penyampaian pesan sangat dipengaruhi oleh tingkat kecermatan. Shannon dan Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi yang ada akan satu pesan yang dikomunikasikan dari beberapa informasi yang ada. Adapun elemen-elemen yang terkandung dalam komunikasi informative adalah sumber, pemancar, tanda, penerima, sasaran dan gangguan.

Teori Uses and Gratification, yang sering disingkat sebagai U&G, adalah kerangka kerja dalam studi komunikasi yang fokus pada peran aktif individu dalam mengkonsumsi media. Teori ini berbeda dari teori-teori lain yang menitikberatkan pada bagaimana media memengaruhi pemirsa, dan lebih menitikberatkan pada alasan dan motivasi individu untuk mengonsumsi media serta bagaimana mereka memperoleh kepuasan dari media tersebut (Luo, 2020).

Dalam studi komunikasi, teori ini dikembangkan oleh sejumlah ahli, dan tidak ada satu individu tunggal yang diakui sebagai pencipta teori ini. Sebagai gantinya, teori ini berkembang melalui berbagai penelitian dan kontribusi dari

berbagai peneliti dalam bidang komunikasi. Terdapat beberapa ahli yang cukup dominan dalam perkembangan teori ini, di antaranya:

1. Katz dan Blumler

Teori Uses and Gratification (Pemanfaatan dan Kepuasan) adalah kerangka kerja yang pertama kali diusulkan oleh Elihu Katz dan Jay G. Blumler dalam tahun 1974. Konsep dasar dari teori ini adalah bahwa individu aktif dalam memilih media dan mengonsumsinya berdasarkan kebutuhan, keinginan, dan tujuan pribadi mereka, serta mencari kepuasan dari media tersebut.

Menurut Katz dan Blumler, individu memiliki kebutuhan yang beragam yang dapat dipenuhi melalui konsumsi media. Mereka mengidentifikasi empat jenis kebutuhan utama yang dapat dipenuhi melalui media (Katz et al., 1974):

**Kebutuhan Informasi:** Individu mencari media untuk memperoleh informasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Ini bisa termasuk berita, informasi tentang produk atau layanan, atau pengetahuan umum tentang topik tertentu.

**Kebutuhan Hiburan:** Media juga digunakan sebagai sumber hiburan. Individu mencari tayangan televisi, film, musik, dan hiburan lainnya untuk mengisi waktu luang mereka dan merasa senang.

**Kebutuhan Persuasi:** Media dapat memengaruhi pandangan individu tentang isu-isu sosial dan politik. Individu dapat mencari media yang mempromosikan pandangan yang sejalan dengan keyakinan mereka atau untuk mengembangkan pemahaman mereka tentang isu-isu tertentu.

**Kebutuhan Identitas dan Integrasi Sosial:** Individu dapat menggunakan media untuk memperkuat identitas pribadi mereka atau untuk berinteraksi dengan kelompok sosial tertentu. Misalnya, media sosial dapat digunakan untuk mempertahankan hubungan sosial dan identitas kelompok.

Katz dan Blumler menjelaskan bahwa konsumsi media adalah hasil dari tindakan pemilihan rasional yang dilakukan oleh individu, dan tujuan utama dari konsumsi media adalah memuaskan kebutuhan-kebutuhan ini. Teori Uses and Gratification telah memberikan wawasan yang berharga tentang peran aktif

individu dalam mengonsumsi media dan bagaimana media memenuhi beragam kebutuhan mereka.

## 2. Denis McQuail

Denis McQuail adalah seorang komunikasi sosial yang memberikan kontribusi penting dalam pengembangan Teori Uses and Gratification (Pemanfaatan dan Kepuasan). Menurut McQuail, teori ini menekankan bahwa individu adalah pemain aktif dalam proses konsumsi media (McQuail, 2005). McQuail mengembangkan pemahaman lebih lanjut tentang motivasi individu dalam mengonsumsi media dan menyatakan bahwa motivasi ini dapat bervariasi dari individu ke individu, tergantung pada faktor-faktor seperti nilai-nilai pribadi, kebutuhan psikologis, dan konteks sosial.

McQuail juga mengidentifikasi beberapa fungsi utama yang dapat dipenuhi oleh media massa dalam kerangka Teori Uses and Gratification. Salah satunya adalah fungsi informatif, di mana media digunakan untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk berpartisipasi dalam masyarakat. Fungsi hiburan adalah yang lain, di mana media digunakan untuk menghibur diri dan mengisi waktu luang. Selain itu, McQuail juga mencatat fungsi personalisasi, di mana media digunakan untuk mengkonfirmasi atau memperkuat identitas individu, dan fungsi integrasi sosial, di mana media digunakan untuk menjalin dan memelihara hubungan sosial (McQuail, 1984).

Dalam kontribusinya terhadap Teori Uses and Gratification, McQuail menyoroti pentingnya memahami peran individu dalam pemilihan, konsumsi, dan interpretasi media serta bagaimana media dapat memenuhi berbagai kebutuhan individu. Pendekatannya yang lebih komprehensif dan kontekstual memperkaya pemahaman tentang bagaimana media memengaruhi masyarakat dan bagaimana individu memanfaatkan media dalam kehidupan sehari-hari mereka;

Teori Uses and Gratification mengemukakan bahwa pemirsa tidak hanya pasif menerima pesan media, tetapi mereka memilih media dan konten tertentu berdasarkan kebutuhan, keinginan, dan tujuan mereka. Ini berarti bahwa individu memiliki kontrol lebih besar atas apa yang mereka tonton, dengar, atau baca, dan

mereka mencari kepuasan atau memenuhi kebutuhan pribadi mereka melalui media (Reid, 2018).

Kemudian, teori ini mengidentifikasi berbagai jenis kepuasan yang dapat diperoleh dari konsumsi media. Ini mencakup kepuasan kognitif (informasi dan pengetahuan), afektif (hiburan dan perasaan), sosial (interaksi dengan orang lain), dan personal (pengembangan identitas dan pemenuhan kebutuhan pribadi). Sebagai contoh, seseorang mungkin menonton berita untuk memenuhi kebutuhan informasi dan pengetahuan, sementara yang lain mungkin menonton film untuk hiburan dan perasaan (Ruggiero, 2020).

Teori ini mengakui peran aktif pemirsa dalam memilih media yang sesuai dengan gaya hidup, nilai-nilai, dan minat mereka. Ini berarti bahwa individu dapat menggunakan media untuk memperkuat identitas pribadi mereka atau untuk mencapai tujuan sosial dan budaya tertentu (Leung, 2016).

U&G ini menekankan bahwa motivasi dan kebutuhan individu dapat berubah seiring waktu. Pemirsa tidak selalu mengonsumsi media untuk alasan yang sama setiap saat, tetapi bisa saja berubah sesuai dengan situasi atau perubahan dalam kehidupan individu (Karunia H et al., 2021).

Umumnya, tataran teori Uses and Gratification bersifat normatif sehingga penelitiannya mengarah pada jenis kuantitatif. Agar tidak terjadi malfungsi analisis, terdapat beberapa pendapat ahli yang mengemukakan bahwa teori ini dapat digunakan sebagai kualitatif melalui teori Media Ecology (McLuhan, 1960, 2012, 2013). Teori Media Ecology oleh McLuhan dapat digunakan sebagai kerangka kerja dalam penelitian kualitatif berbasis media sosial untuk memahami bagaimana lingkungan media yang terus berubah mempengaruhi perilaku, interaksi, dan identitas individu (McLuhan, 1964). Berikut adalah beberapa cara teori Media Ecology dapat diterapkan dalam penelitian kualitatif berbasis media sosial:

1. Pemahaman Pengaruh Media pada Budaya: Media Ecology menekankan pentingnya memahami bagaimana media membentuk budaya dan memengaruhi cara orang berinteraksi (Islas & Bernal, 2016). Dalam penelitian kualitatif di media sosial, peneliti dapat meneliti bagaimana platform tersebut membentuk budaya online,

termasuk norma, nilai, dan praktik komunikasi yang berkembang di antara pengguna (Islas, 2015).

2. Analisis Perubahan Komunikasi dan Interaksi: Teori ini menyoroti bagaimana evolusi media memengaruhi cara orang berkomunikasi (J. M. Rogers, 2021). Penelitian kualitatif dapat fokus pada perubahan dalam gaya komunikasi, bentuk interaksi, dan pola hubungan interpersonal yang terjadi melalui media sosial. Contohnya, bagaimana media sosial merubah dinamika kelompok atau komunitas secara online (Islas et al., 2018).
3. Ketertarikan pada Efek Simbolis dan Persepsi: Media Ecology menekankan peran simbol dan pesan dalam media (Braga, 2016). Penelitian kualitatif dapat melibatkan analisis mendalam terhadap bagaimana simbol, kata-kata, atau pesan visual di media sosial dipahami oleh pengguna dan menciptakan makna tertentu.
4. Pemahaman Perubahan Identitas dan Self: Identitas adalah fokus penting dalam teori ini (Griffin & Park, 2006). Dalam penelitian kualitatif berbasis media sosial, peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana pengguna membentuk dan merubah identitas online mereka melalui media sosial. Hal ini dapat mencakup studi kasus individu atau analisis naratif.
5. Penelitian tentang Pergeseran Budaya dan Nilai: Media Ecology mengajukan pertanyaan kritis tentang bagaimana media mempengaruhi nilai-nilai budaya (Farrell, 2023). Penelitian kualitatif di media sosial dapat membahas bagaimana nilai-nilai atau pandangan dunia berubah sebagai respons terhadap dinamika dan perubahan dalam media sosial.
6. Kajian Terhadap Peran Medium sebagai Pesan Itu Sendiri: McLuhan menekankan bahwa medium itu sendiri memiliki efek, bukan hanya kontennya. Dalam penelitian kualitatif di media sosial, peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana perbedaan platform atau fitur-fitur tertentu memengaruhi pengalaman dan interaksi pengguna (Logan, 2018).

Penerapan teori Media Ecology dalam penelitian kualitatif berbasis media sosial memungkinkan peneliti untuk melihat lebih jauh dari konten yang diproduksi oleh pengguna dan memahami konteks sosial dan budaya yang membentuk dan dipengaruhi oleh media sosial (Roncallo-Dow & Scolari, 2016).

#### E. Penelitian Terdahulu

| No | Nama  | Metode dan Hasil  | Perbedaan   |
|----|---|---|---|
| 1  | "Nudes? Shouldn't I charge for these?": Motivations of New Sexual Content Creators on <i>OnlyFans</i> (Hamilton et al., 2023) | Penelitian ini menggunakan survei dan wawancara mendalam untuk mengeksplorasi motivasi pembuat konten seksual baru di <i>OnlyFans</i> , mengungkapkan bahwa banyak diantaranya terdorong oleh keuntungan finansial langsung dan pengakuan sosial, meskipun ada kekhawatiran mengenai privasi dan keselamatan. | Artikel terdahulu secara eviden membahas mengenai pergeseran nilai sosial. Menurut Hamilton, sangat aneh apabila seseorang membayar untuk konten pornografi. Perbedaan penelitian terletak pada substansi penelitian dimana tesis ini membahas perubahan sosial lebih dari sekedar eksploitasi. |
| 2  | Cashing in on Contacts: Characterizing the <i>OnlyFans</i> Ecosystem (Vallina et al., 2023)                                   | Melalui pengumpulan data besar dan analisis jaringan, penelitian ini mengkarakterisasi ekosistem <i>OnlyFans</i> , menunjukkan bagaimana kontak dan koneksi dapat dimonetisasi secara signifikan, sering kali memperkuat posisi finansial bagi pembuat konten paling sukses.                                  | Penelitian terdahulu membahas ekosistem <i>OnlyFans</i> . Perbedaan penelitian terletak pada nilai dan tinjauan perubahan. Tesis ini tidak hanya membahas eksploitasi namun juga pergeseran makna normalisasi <i>OnlyFans</i> .   |
| 3  | Image-based Abuse: Debate and Reflections on the "Iveco Case" in Spain on   | Melalui analisis isi Twitter dan wawancara dengan para korban, penelitian ini mengkaji  | Penelitian terdahulu membahas ketidaksopanan pada kasus Iveco.  |

|   |  |  |   |
|---|--|--|---|
|   | Twitter (Idoiaga Mondragon et al., 2022)   | kasus 'Iveco' di Spanyol, menunjukkan bagaimana pelecehan berbasis gambar dapat memicu debat sosial yang luas dan mempengaruhi reputasi dan kesejahteraan korban secara negatif.   | Perbedaan terletak pada studi kasus dimana tesis ini secara eviden membahas tinjauan fenomenologis-komunikatif terhadap normalisasi <i>OnlyFans</i> .   |
| 4 | 'A Deepfake Porn Plot Intended to Silence Me': exploring continuities between pornographic and 'political' deep fakes (Maddocks, 2020) | Dengan analisis kasus dan literatur terkait, penelitian ini mengidentifikasi kontinuitas antara deepfake pornografis dan politik, menyoroti bagaimana kedua jenis deepfake ini dapat digunakan untuk tujuan manipulatif dan pelecehan, memperkuat perlunya regulasi yang lebih ketat.  | Penelitian terdahulu membahas pornografi dan fitur <i>deepfake</i> dari segi politis. Perbedaan penelitian terletak pada tinjauan dimana tesis ini secara khusus membahas normalisasi <i>OnlyFans</i> dalam tinjauan fenomenologis-komunikatif. |
| 5 | The Queer Limits of Revenge Porn (Gilden, 2022)  | Dengan analisis kualitatif terhadap kasus hukum dan postingan media sosial, penelitian ini mengidentifikasi bahwa pornografi balas dendam dalam komunitas queer sering kali memiliki dinamika unik dan menimbulkan pertanyaan hukum dan etis yang kompleks, menggarisbawahi perlunya pendekatan yang lebih sensitif terhadap identitas gender dan seksualitas dalam legislasi. | Penelitian terdahulu membahas tentang pornografi dari tinjauan Queer. Perbedaan penelitian terletak pada tinjauan dimana tesis ini menganalisis menggunakan perspektif komunikasi Islam.  |

|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
| 6 | How <i>OnlyFans</i> Changed Sex Work Forever (Bernstein, 2019)  | Mengggunakan pendekatan jurnalistik dengan testimoni dan wawancara dari pekerja seks serta analisis data finansial, artikel ini menyimpulkan bahwa <i>OnlyFans</i> telah secara signifikan memberikan lebih banyak kontrol kepada pekerja seks atas produksi dan pendapatan mereka, meskipun menyertakan risiko privasi dan ketergantungan ekonomi. | Penelitian ini membahas eksploitasi pekerja seks yang mulai mengalami perubahan. Perbedaan penelitian terletak pada objek dimana tesis ini menggunakan media twitter sebagai objek analisis. |
| 7 | Kasus Pornografi di Media Online (Analisis Framing terhadap Pemberitaan Dea <i>OnlyFans</i> ) (Nurhidayah et al., 2023) | Mengggunakan analisis framing dalam pemberitaan media online, studi ini mengevaluasi bagaimana kasus pornografi di media dipresentasikan, khususnya kasus Dea <i>OnlyFans</i> , mencatat bahwa berita sering kali memberi penekanan negatif yang berpotensi memperburuk stigma sosial.  | Penelitian terdahulu membahas pornografi dari tinjauan media surat kabar. Perbedaan terletak pada unit analisis dimana tesis ini membahas pornografi virtual di media twitter.               |
| 8 | Fenomena Konten Dewasa Di <i>OnlyFans</i> Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam (Isnawan, 2022)                          | Penelitian ini menggunakan analisis dokumen dan wawancara untuk menilai konten dewasa di <i>OnlyFans</i> dari perspektif hukum Islam, menghasilkan kesimpulan bahwa platform tersebut seringkali bertentangan dengan prinsip-prinsip hukum Islam  | Penelitian terdahulu membahas fenomena konten dewasa dari perspektif hukum Islam. Perbedaan terletak pada perspektif analisis dimana tesis ini menggunakan komunikasi Islam.                 |

|    |   |   |  |
|----|---|---|--|
|    |   | yang melarang eksploitasi seksual dan publikasi materi eksplisit.   |  |
| 9  | Konstruksi Pemberitaan Kompas.com terhadap Kasus Pornografi Dea <i>OnlyFans</i> (Widiantara, 2022)  | Dengan analisis isi pada berita Kompas.com terhadap kasus Dea <i>OnlyFans</i> , studi ini menunjukkan bagaimana konstruksi berita dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap kasus pornografi, seringkali dengan mengadopsi pendekatan yang menghakimi dan sensasional.  | Penelitian terdahulu membahas pornografi dari tinjauan media surat kabar. Perbedaan terletak pada unit analisis dimana tesis ini membahas pornografi virtual di media twitter.   |
| 10 | 'Cam Girls and Adult Performers Are Enjoying a Boom in Business': The Reportage on the Pandemic Impact on Virtual Sex Work (Rubattu et al., 2023) | Penelitian ini menggunakan survei dan analisis berita untuk memahami dampak pandemi pada pekerja seks virtual, menemukan bahwa banyak pelaku industri ini mengalami peningkatan dalam bisnis karena lebih banyak orang mencari interaksi seksual virtual selama lockdown. | Penelitian ini membahas eksploitasi pekerja seks yang di era teknologi tidak lagi menjual badan secara langsung. Perbedaan penelitian terletak pada objek dimana tesis ini menggunakan media twitter sebagai objek analisis. |

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

Sumber: Olahan Penulis (2023)