

Pekerja Seks Berbasis Konten: Monetisasi Estetika Tubuh Melalui Twitter

Laili Muttamimah

Program Studi Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia

Cara Mengutip: Muttamimah, L. (2022). Pekerja Seks Berbasis Konten: Monetisasi Estetika Tubuh Melalui Twitter. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 237-247. doi: <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i2.202>

ARTICLE INFO

Article History

Received : 15 Oktober 2022

Revised : 21 November 2022

Accepted : 22 November 2022

DOI :

<https://doi.org/10.33366/jkn.v4i2.202>

Keywords:

sexual content; social media; sex workers; digital labour; aesthetic labour

Email corresponding author

laili.muttamimah@ui.ac.id

PENERBIT

UNITRI PRESS

Jl. Telagawarna, Tlogomas-
Malang, 65144, Telp/Fax:
0341-565500



This is an open access article under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. Any further distribution of this work must maintain attribution to the author(s) and the title of the work, journal citation and DOI. CC-BY-SA

ABSTRACT

The emergence of digital spaces also expands the channels of sexual consumption. Sexual work that previously took place offline in the form of physical services has now shifted to online spaces towards a more diverse product, such as the provision of sexual content. The digital workforce allows sexual content providers to work anytime and anywhere by leveraging aesthetic aspects to get compensation. This study aims to analyze the work practices of sexual content providers in monetizing their bodies through digital platforms in Indonesia. This research approach is qualitative with the observation method. The results of this study indicate that providers of sexual content adhere to the principle of aesthetic labor for profit, promote paid content through social media channels, utilize digital products as a transaction method, and maintain their anonymity in the form of censorship.

ABSTRAK

Hadirnya ruang-ruang digital turut memperluas kanal-kanal konsumsi seksual. Pekerjaan seksual yang sebelumnya berlangsung secara luring dalam bentuk layanan fisik, kini telah bergeser ke arah daring dengan produk yang lebih beragam, seperti penyediaan konten seksual. Ketenagakerjaan digital memungkinkan para penyedia konten seksual untuk bekerja kapan saja dan di mana saja dengan memanfaatkan aspek estetika untuk mendapatkan kompensasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik kerja yang dilakukan para penyedia konten seksual dalam memonetisasi tubuh mereka melalui platform digital di Indonesia. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan metode observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penyedia konten seksual menjalani prinsip tenaga kerja estetika untuk meraih keuntungan, melakukan promosi konten berbayar melalui kanal media sosial, memanfaatkan produk-produk digital sebagai metode transaksi, dan tetap mempertahankan anonimitas diri mereka dalam bentuk sensor.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi telah memperluas kanal-kanal konsumsi seksual, baik secara geografis maupun material (Rand, 2019). Internet telah terbukti membentuk jenis pekerjaan seksual yang baru (Jones, 2015). Kini, para pekerja seks dapat memanfaatkan fitur-fitur berbasis teknologi, seperti kamera web (*webcam*), pesan instan, hingga teks untuk berkomunikasi dengan pelanggan kapan saja dan di mana saja. Teknologi juga memungkinkan para pekerja seks digital untuk menciptakan portofolio mereka secara daring yang berisi layanan seksual yang dimediasi, hingga produksi budaya digital seperti video dan foto, melalui media sosial sebagai arus utama (Rand, 2019). Era produksi konten hadir seiring dengan pemanfaatan media sosial yang semakin masif. Terdapat sebuah konsep yang disebut “industri hiburan media sosial”, di mana para pembuat konten bisa mengembangkan bisnis-bisnis berbasis konten di banyak platform media sosial (Cunningham & Craig, 2019). Dalam lanskap terkini, menjual layanan seksual melalui internet tengah banyak digandrungi (Sanders et al., 2018). Mengunggah foto-foto berbau seksual di media sosial telah dikaitkan dengan tekanan budaya yang lebih luas, bahwa keseksian perempuan dianggap sebagai sarana mendapatkan perhatian (Daniels, 2016). Aspek perhatian tersebut memiliki potensi untuk dimonetisasi oleh para tenaga kerja seksual di era digital, salah satunya melalui pekerjaan berbasis estetika (*aesthetic labour*) (Drenten et al., 2018). Istilah tenaga kerja estetika biasanya digunakan untuk menggambarkan proses memaksimalkan penampilan dan presentasi diri seseorang (Mears, 2014), khususnya dalam sektor jasa sehingga pelaku dapat mengambil keuntungan dari hal tersebut (Ouellette, 2017).

Penelitian ini berusaha mengkaji lebih dalam bagaimana wanita muda di Indonesia memanfaatkan platform digital Twitter untuk memonetisasi tubuh mereka secara seksual melalui perspektif tenaga kerja estetika digital. Penelitian-penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan di Indonesia belum ada yang menelaah fenomena ini dari sisi ketenagakerjaan digital. Penelitian pertama menelaah bagaimana pola komunikasi daring para pekerja seks di Indonesia melalui platform digital, yaitu WhatsApp. Hasil penelitian menemukan bahwa komunikasi berjalan secara transaksional dan tak luput dari hambatan teknis maupun semantik (Asri, 2022). Penelitian berikutnya meneliti tentang dramaturgi pekerja seks di Indonesia dalam pandangan beragama. Penelitian tersebut menemukan bahwa makna agama di antara para pekerja seks hanya berupa identitas tanpa mampu diterapkan secara baik (Azid et al., 2020). Ada pula penelitian tentang gaya hidup remaja pekerja seks komersial di Kabupaten Pinrang yang menemukan bahwa para remaja pekerja seks komersial menerapkan gaya hidup hedonisme dan cenderung suka mengikuti teman (Darwis & Suhaeb, 2021). Oleh sebab itu, penelitian ini bisa menambah temuan mengenai cara para penyedia konten seksual di Indonesia memanfaatkan estetika tubuhnya untuk dimonetisasi di platform digital.

Layaknya perubahan yang terjadi dalam bidang teknologi komunikasi, beberapa peneliti telah mencatat bahwa internet telah mengubah ruang kerja bagi para pekerja seks (Jones, 2015). Namun, layanan-layanan yang sebelumnya sudah ditawarkan dalam pekerjaan seks komersial secara luring tidak banyak berubah, hanya saja kini layanan itu dilakukan, dipasarkan, dan dijual melalui platform digital. Internet telah memberikan cara baru bagi pekerja seks untuk menjalankan bisnis mereka. Khususnya pada era digital ini, pekerjaan telah menjadi komoditas yang bisa diperjualbelikan dengan mudah sehingga dapat dilakukan dari mana saja. Para pekerja dapat memperoleh keuntungan dengan cara menjual kemampuan atau layanan mereka kepada siapa saja yang berkenan membayar lebih banyak, tanpa dibatasi dengan lokasi di mana pembeli layanan itu berada. Sehingga, secara teori, pekerjaan di era digital ini memungkinkan para pekerja untuk melompat keluar dari batasan pasar lokal mereka dan menciptakan sendiri harga yang sesuai dengan layanan mereka (Graham et al., 2017).

Internet kemudian menciptakan ruang bagi para pekerja seks untuk menjual layanan. Para pekerja seks bisa menggunakan internet dengan berbagai cara, sehingga mereka bisa melakukan dua jenis pekerjaan, yakni secara daring maupun luring. Misalnya, para pekerja seks bisa memanfaatkan internet untuk mencari klien dan menjual video pornografi mereka secara daring (Jones, 2015). Jones menyebut fenomena ini sebagai “kerja erotis individual” (*individualized erotic labor*) yang mana internet telah

meningkatkan kemungkinan para pekerja seks untuk mengatur pekerjaan, mempromosikan, bahkan menjalani pekerjaannya dalam lingkup yang terisolasi.

Saat ini, para pemuda telah melihat bagaimana perempuan ditampilkan secara seksual, baik dalam media tradisional maupun media baru, yang mereka konsumsi sehari-hari (Daniels, 2016). Hal ini menunjukkan terjadinya peningkatan konsumsi produk media dan lapangan pekerjaan di bidang media baru serta hiburan. Kini, pekerjaan membuat konten mulai menjamur, sehingga memicu tuntutan pekerjaan yang bersifat fleksibel dan kreatif di berbagai media (White, 2012). Menjadi pembuat konten profesional berarti berusaha untuk hidup melalui konten yang dibuat secara konsisten di pelbagai platform, belajar untuk memahami pengaturan teknis dan algoritma digital, serta menegosiasikan identitas sebagai bagian dari penjualan untuk mempertahankan komunitas pengikut di akun mereka (Arriagada & Ibáñez, 2020).

Terdapat beberapa tipologi mengenai ruang bekerja para pekerja seks di ranah daring, yang mana dari sisi media sosial dinyatakan bahwa para pekerja seksual terlibat aktif menggunakan media sosial dengan tujuan melakukan pemasaran, membangun jejaring, dan mendukung pertemanan sesama pekerja seks. Namun, selain media sosial, beberapa pekerja seks juga mengunggah dan menjual foto serta video di situs-situs periklanan jasa penyedia pendamping serta di platform khusus penyuplai konten dewasa buatan mereka secara daring sebagai sarana penyalur konten (Cunningham et al., 2018). Jasa yang ditawarkan memang tidak selalu layanan fisik, tetapi juga dengan menjual konten diri mereka sendiri. Selain foto, ada pula pekerja seks yang mengunggah videonya saat sedang berhubungan seksual dengan kliennya ke ranah daring (Simpson & Smith, 2019). Para pekerja seks bisa memanfaatkan internet sebagai keperluan penyaluran konten, seperti melakukan aksi masturbasi kepada klien (Jones, 2015).

Namun, aksi mengunggah konten seksual ke media sosial juga tak lepas dari kemungkinan bahwa perempuan dapat menjadi objek seksual oleh siapa pun yang bisa mengakses akunnya (Smolak & Murnen, 2011). Tubuh wanita dianggap sebagai objek untuk kesenangan dan penilaian orang lain, khususnya bagi laki-laki (Daniels, 2016). Konsep estetika dalam pekerjaan sebenarnya bukan hal yang baru. Dari kacamata tenaga kerja estetika, tren pentingnya penampilan pekerja adalah bagian dari wacana baru dari pekerjaan modern dan bagaimana pekerjaan seharusnya dirasakan, yakni “menyenangkan”, fleksibel, dan menegaskan bagian identitas selain kebutuhan ekonomi (Mears, 2014). Penekanan pada tubuh sebagai aset pribadi menunjukkan bagaimana “modal erotis” atau daya tarik seks merupakan aset bagi perempuan, karena defisit jenis kelamin yang ditentukan secara biologis; dengan demikian, kecantikan adalah sumber kekuatan yang dapat dicapai dengan baik oleh wanita yang mau bekerja untuk hal tersebut (Hakim, 2010). Sementara banyak wanita muda yang mengunggah foto seksual diri mereka di media sosial untuk mendapatkan perhatian dari laki-laki, beberapa wanita mungkin melakukannya untuk kesenangan subjektif mereka sendiri (Daniels, 2016).

Platform media sosial menjadi komponen yang penting dalam membentuk bagaimana diri terlihat dari segi privat maupun publik, meleburkan batas antara komunikasi yang bersifat personal dengan komersial (Banet-Weiser & Sturken, 2019). Namun, jika seseorang ingin mengontrol siapa saja yang bisa mengakses kontennya, melihat aktivitasnya di ranah daring, bahkan menghubungkan dengan aspek lain dari identitas mereka, mereka bisa memilih menggunakan nama samaran, yakni nama yang tidak sesuai dengan identitas mereka secara formal atau sesuai yang tertera secara legal.

Nama samaran merupakan bentuk dari separuh anonimitas. Orang-orang bisa memanfaatkan nama samaran, seperti menggunakan nama panggilan atau avatar visual, yang memungkinkan mereka mendapatkan keuntungan dari menjadi anonim, seperti melindungi diri mereka sendiri ketika mendiskusikan hal-hal yang dikaitkan dengan stigma, dengan manfaat tambahan untuk tetap memungkinkan membina hubungan dan mengambil bagian dalam sistem dukungan sosial. Anonimitas dan penggunaan nama samaran sangat relevan bagi orang-orang yang memiliki pengalaman seksual di media sosial (Tiidenberg & van der Nagel, 2020). Platform digital bisa memungkinkan para pekerja untuk mengakses pasar lokal mereka menggunakan fitur anonimitas yang telah disediakan medium digital, sehingga dapat menutupi karakteristik aslinya dari bentuk-bentuk diskriminasi yang seringkali terjadi (Graham et al., 2017).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menelaah pekerja seks digital di platform khusus penyedia konten seksual (Rand, 2019), objek penelitian ini adalah wanita muda Indonesia yang memanfaatkan platform media sosial, yakni Twitter, untuk menawarkan jasa konten seksual mereka. Tidak seperti media sosial lain seperti Instagram yang memiliki regulasi larangan konten berbau seksual untuk dibagikan di platform mereka (Drenten et al., 2018), regulasi sensor ini tidak berlaku di Twitter, sehingga platform ini bisa dengan mudah dimanfaatkan oleh para pekerja seks di ranah daring.

Melalui pengambilan sampel purposif dan tanpa keterlibatan dengan subjek penelitian, tiga akun wanita muda Indonesia penyedia konten seksual dipilih untuk diobservasi, dengan kriteria memiliki jumlah pengikut di atas 20.000 orang, aktif membagikan konten seksual di Twitter, dan memperlihatkan transaksi yang dilakukan. Untuk alasan menjaga privasi data milik subjek penelitian, penulisan nama akun-akun yang bersangkutan tidak dicantumkan dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan pada Juni 2022.

Penelitian ini menggunakan media berupa foto dan cuitan dari akun-akun penyedia konten seksual untuk dianalisis lebih jauh mengenai empat aspek, yakni bagaimana mereka melakukan monetisasi dari estetika tubuh mereka, bagaimana mereka memanfaatkan platform Twitter sebagai kanal promosi konten seksual, bagaimana bentuk transaksi konten seksual yang terjadi, dan bagaimana mereka memanfaatkan nama samaran serta identitas anonim.

Hasil dan Pembahasan

Ketiga akun penyedia konten seksual secara aktif membagikan foto-foto mereka di akun Twitter. Bentuk foto yang disajikan kebanyakan dalam format swafoto atau foto yang diambil sendiri, dengan mengarahkan kamera depan ponsel ke cermin maupun menggunakan kamera belakang. Dalam foto-foto tersebut, mereka menjadikan tubuh mereka sebagai objek utama yang paling disorot. Bagian tubuh yang paling sering diekspos oleh mereka adalah payudara, meski sesekali mereka memotret bagian tubuh yang lain seperti bokong, paha, maupun tubuh secara keseluruhan. Dalam hal ini, konten foto payudara lebih sering ditunjukkan, karena hingga saat ini payudara dan belahan payudara masih dianggap sebagai simbol seksual yang berani (Reynolds, 2017).

Jika pekerja seks secara luring cenderung bekerja secara fisik dan menjual layanan seksual mereka kepada publik, penyedia jasa konten seksual tidak bersentuhan langsung secara fisik dengan klien mereka, tetapi hanya membagikan konten berbentuk visual, baik itu foto maupun video. Mereka dengan jelas menjadikan tubuh mereka sebagai produk untuk dijual kepada publik dan memanfaatkan sisi estetika yang dimiliki. Hal ini sejalan dengan pernyataan bahwa tenaga kerja estetika menggunakan penampilan dan presentasi dirinya untuk mengambil keuntungan (Ouellette, 2017). Ketiga akun penyedia konten seksual sama-sama menyajikan gambaran tubuh yang putih dan bersih sebagai bentuk estetika. Mereka juga mengenakan busana yang cukup modis, terbuka, dan atraktif saat memotret diri mereka. Ada pula konten yang ditampilkan tanpa mengenakan busana sama sekali, sehingga bisa menampilkan sisi estetika tubuh mereka.



Gambar 1. Konten Foto Seksual yang Dibagikan oleh Ketiga Akun
Sumber: [Https://twitter.com](https://twitter.com)

Meski mereka mengekspos tubuh sebagai bagian dari objek seksual yang dikomersialkan, mereka selalu menyematkan sensor di dalam foto-foto tersebut, seperti di bagian puting payudara maupun kemaluan jika memotret diri secara penuh. Selain di bagian-bagian tertentu, kesamaan yang ditemukan adalah mereka juga menempatkan sensor di bagian wajah, yang mana akan dibahas dalam sub bab berikutnya. Itu mengapa, kerja estetika dianggap telah melakukan denaturalisasi keindahan dan menunjukkan ide-ide daya tarik yang diproduksi dan ditempatkan pada tempatnya, sehingga banyak penelitian yang telah menetapkan bahwa kecantikan dapat ditukar dengan pengarahagaan bagi individu, yakni status, penghasilan, hingga hal-hal yang romantis (Mears, 2014). Dalam kasus ini, sisi estetika dan kecantikan tubuh yang dimiliki oleh para penyedia konten seksual ditukar dalam bentuk penghasilan.

Ketiga akun penyedia konten seksual memiliki jumlah pengikut yang terbilang banyak. Para pengikut ini aktif berinteraksi dengan konten-konten yang diposting, seperti memberikan *likes*, *retweet*, maupun balasan. Namun, interaksi ini lebih sering bersifat satu arah, karena para penyedia konten seksual cenderung tidak membalasnya. Orang-orang yang mengikuti serta berinteraksi di akun mereka kebanyakan adalah laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa tubuh wanita ditempatkan sebagai objek kesenangan dan penilaian orang lain, khususnya bagi laki-laki (Daniels, 2016). Dalam konten-konten yang diunggah, para pengikut laki-laki memberikan komentar mengenai konten tersebut, yakni berupa pujian akan bagian tubuh yang diekspos maupun godaan yang menanggapi cuitan dari penyedia konten seksual.



Gambar 2. Balasan di Salah Satu Cuitan Penyedia Konten Seksual

Sumber: [Https://twitter.com](https://twitter.com)

Konten foto yang ditampilkan mampu menarik perhatian publik. Hal ini memperlihatkan bahwa keseksian perempuan dianggap sebagai sarana mendapatkan perhatian, yang mana beberapa wanita mengunggah foto seksual untuk mencari perhatian dari laki-laki (Daniels, 2016). Hasil dari perhatian tersebut kemudian berpotensi untuk dimonetisasi melalui pekerjaan berbasis estetika (Drenten et al., 2018), yang mana telah dilakukan oleh ketiga akun penyedia konten seksual.

Platform Twitter sebagai Kanal Promosi Konten Seksual

Internet memungkinkan para pekerja seks mempromosikan pekerjaannya melalui kanal yang terisolasi, seperti yang dijelaskan sebagai “kerja erotis individual” (Jones, 2015). Dalam hal ini, para penyedia konten seksual dengan aktif mempromosikan konten-konten bukannya di media sosial Twitter, sehingga Twitter tak lagi semata-mata menjadi media jejaring sosial, tetapi juga platform yang bisa dimanfaatkan untuk menghasilkan keuntungan finansial. Jika biasanya jasa yang dipromosikan oleh para pekerja seksual adalah layanan fisik, di sini para pekerja konten seksual mempromosikan konten yang mereka jual. Beberapa pekerja seks mengunggah dan menjual foto serta video mereka di platform khusus konten dewasa (Cunningham et al., 2018), yang mana praktik tersebut sejalan dengan para penyedia konten seksual dalam penelitian ini. Mereka akan memberikan akses konten kepada para pembelinya ke platform digital lain yang sifatnya lebih privat, seperti WhatsApp dan Telegram, maupun menciptakan akun Twitter baru yang diatur privat sehingga hanya orang-orang yang membayar saja yang dapat mengaksesnya. Ada tiga bentuk promosi yang ditemukan dalam penelitian ini, yakni promosi secara eksplisit, implisit, maupun berbentuk testimoni atau rekomendasi.



Gambar 3. Bentuk Promosi Konten Seksual Secara Eksplisit
Sumber: [Https://twitter.com](https://twitter.com)

Promosi secara eksplisit disampaikan dengan gamblang. Penyedia konten seksual menulis di cuitan mereka mengenai produk yang mereka jual, yakni konten foto, dengan harga dan jumlah konten yang akan didapatkan oleh pembeli. Mereka juga memberi informasi alat pembayaran apa yang mereka gunakan dan *call to action* di bagian akhir promosi. Selain itu, bentuk promosinya juga didukung dengan foto yang mencerminkan seksualitas dengan mengekspos bagian tubuh mereka.



Gambar 4. Bentuk Promosi Konten Seksual Secara Implisit
Sumber: [Https://twitter.com](https://twitter.com)

Ada pula promosi yang sifatnya implisit, yakni penyedia konten seksual tidak langsung memberikan informasi seputar harga, tetapi meminta calon pembeli yang tertarik untuk menghubungi mereka melalui *Direct Message* (DM), sehingga selanjutnya dapat difokan mengenai transaksi. Calon pembeli juga dapat mengunjungi langsung akun privat mereka yang berisi konten-konten berbayar, dengan *username* akun privat yang mereka sematkan di bagian biodata Twitter.

Taktik para penyedia konten seksual adalah membagikan foto-foto mereka dengan menggunakan sensor di akun promosi untuk meraih jangkauan dan keterlibatan dari para pengikut maupun pengguna Twitter yang belum bergabung di akun mereka, kemudian menawarkan akses kepada foto-foto tanpa sensor dengan bayaran. Akun promosi mereka seolah digunakan sebagai *teaser* sebelum sebuah foto baru diunggah di platform yang lebih privat.

Terakhir, bentuk promosi yang dilakukan adalah dengan menyematkan testimoni dari para pembeli, yang mana hal ini sudah sering diterapkan dalam promosi produk pada umumnya. Namun, dalam hal ini, penyedia konten memposting testimoni berupa tangkapan layar dari pesan singkat antara dirinya dan pembeli. Ia tetap memperhatikan sisi anonimitas, baik kepada dirinya maupun pembeli, sehingga publik tidak akan mengetahui siapa sosok pembeli yang memberikan testimoni atau umpan balik mengenai konten yang mereka jual. Isi testimoni yang dibagikan biasanya berupa pujian mengenai bagian tubuh yang diekspos dalam foto-foto pada penyedia konten seksual.



Gambar 5. Bentuk Promosi Konten Seksual dalam Testimoni
Sumber: <https://twitter.com>

Bentuk Transaksi Konten Seksual

Pergeseran praktik kerja seksual ke ranah digital juga memengaruhi bentuk transaksi yang berlangsung. Para penyedia konten seksual memanfaatkan metode pembayaran berbasis daring dari para pembeli konten. Selain melalui nomor rekening *mobile banking* masing-masing, penyedia konten seksual juga menggunakan dompet digital Gopay serta aplikasi Trakteer dan Saweria di mana para pembeli bisa langsung mentransfer uang ke akun penyedia konten seksual. Dilansir dari Trakteer.id, aplikasi ini merupakan platform yang memberi wadah kepada kreator untuk memonetisasi karya dan menerima dukungan finansial sebagai bentuk apresiasi, sedangkan Saweria (Saweria.co) juga menerapkan layanan yang sama, yakni membantu kreator mendapatkan dukungan finansial dari pembeli karya. Trakteer dan Saweria adalah dua aplikasi yang cukup sering digunakan oleh para penyedia konten seksual.



Gambar 6. Transaksi Penyedia Konten Seksual
Sumber: <https://twitter.com>

Bagi beberapa penyedia konten seksual yang tidak memberikan informasi harga secara gamblang, tak jarang mereka membagikan tangkapan layar ketika ada pembeli yang mentransfer uang ke akun mereka. Akan tetapi, jumlah uang yang dibayar tidak selalu sama. Penyedia konten seksual bisa tiba-tiba mendapatkan uang senilai jutaan rupiah secara acak, maupun dengan jumlah yang lebih kecil berkisar antara Rp20.000-Rp50.000,-. Hal ini menunjukkan bahwa para penyedia konten seksual dapat memperoleh keuntungan dengan cara memonetisasi estetika tubuh mereka.

Nama Samaran dan Anonimitas

Potensi untuk menjadi anonim terjadi sebagai bentuk kesiapan masyarakat dalam menggunakan internet untuk mengakses konten-konten yang bersifat erotis, pornografi, iklan seks, membeli produk seks, bahkan melakukan *cybersex*. Pengambilan keputusan untuk menjadi anonim dan menyamarkan nama ditujukan untuk menciptakan ruang yang tidak menghakimi dan mendiversifikasi persepsi orang tentang seks (Tiidenberg & van der Nagel, 2020). Tidak seperti pekerja seks secara luring yang dengan jelas menampakkan wujudnya kepada para klien, para penyedia konten seksual di Twitter cenderung menyembunyikan identitas mereka. Cara yang mereka lakukan adalah dengan membuat *username* Twitter yang tidak serupa dengan nama asli dan juga tidak menyematkan nama lengkap di biodata Twitter. Selain itu, meski mereka terang-terangan mengekspos bagian tubuh mereka yang sifatnya sangat privat, seperti payudara dan alat kelamin, mereka justru menyembunyikan wajah mereka yang seharusnya bersifat publik. Seperti yang terlihat di Gambar 1, para penyedia konten seksual selalu menempatkan sensor pada bagian wajah, baik itu dengan menyematkan stiker, *emoticon*, maupun memburamkan bagian wajah mereka.

Praktik ini dilakukan oleh ketiga akun penyedia konten seksual dengan tujuan menjaga identitas asli mereka di dunia nyata. Dengan menjadi anonim dan menggunakan nama samaran, mereka akan mendapat keuntungan dengan dijauhi dari stigma (Tiidenberg & van der Nagel, 2020) dan penghakiman masyarakat. Di samping itu, para pembeli mereka pun tampak tidak mempermasalahkan bagian wajah yang disensor oleh penyedia konten seksual, baik untuk konten yang berbayar maupun tidak, karena yang menjadi objek perhatian para pembeli adalah bagian-bagian yang diekspos oleh para penyedia konten, seperti payudara dan alat kelamin mereka. Praktik ini membuat para penyedia konten seksual dapat menghasilkan keuntungan finansial secara digital tanpa diketahui identitas aslinya.

Penelitian ini menunjukkan bagaimana bukti kemajuan teknologi komunikasi memperluas kanal konsumsi seksual (Rand, 2019). Para pekerja seks yang sebelumnya hanya bekerja di ranah luring dengan

memberikan layanan seksual mereka, kini bisa memanfaatkan platform media sosial untuk menawarkan produk maupun layanannya, yang mana tak selalu bersifat fisik, tapi juga konten visual. Penyedia konten seksual dalam fenomena di Indonesia ini telah memanfaatkan perkembangan dari ketenagakerjaan digital, yang mana mereka bisa dengan mudah menciptakan peluang finansial kapan saja dan di mana saja (Graham et al., 2017) dan mendapatkan klien berdasarkan algoritma yang diciptakan oleh platform. Dengan begini, mereka bekerja sebagai pembuat konten profesional yang hidup melalui penjualan konten (Arriagada & Ibáñez, 2020). Mereka juga menggantungkan diri kepada pekerjaan berbasis estetika, yakni pekerjaan di mana individu diberikan kompensasi secara langsung maupun tidak langsung dari penampilan dan tubuh mereka (Mears, 2014). Tampilan visual akan tubuh yang seringkali bersifat seksual merupakan inti dari pekerjaan itu sendiri.

Peluang untuk menjadi anonim di ranah daring juga dimanfaatkan oleh para penyedia konten seksual, sehingga sosok mereka di dunia maya tidak mengganggu identitas asli mereka di dunia nyata. Fitur anonimitas ini digunakan oleh para pekerja digital agar karakter asli mereka dapat terhindar dari bentuk-bentuk diskriminasi (Graham et al., 2017), terutama karena konten yang mereka sajikan tak luput dari unsur pornografi dan seksualitas.

Penutup

Era digitalisasi telah mengubah praktik-praktik dalam banyak aspek, salah satunya pekerjaan berbasis seksualitas. Kini, para pekerja seks memanfaatkan platform digital dalam meraih keuntungan secara finansial, kapan saja dan di mana saja tanpa batasan geografis. Mereka juga bisa memanfaatkan fitur-fitur lain berbasis digital, seperti aplikasi penyedia layanan konten serta pembayaran digital, untuk mendukung transaksi yang mereka lakukan. Kanal Twitter dimanfaatkan oleh mereka dalam melakukan promosi produk dan layanan yang mereka jual, sehingga mampu menjangkau audiens yang berada di luar lokasi tempat di mana mereka berada. Meski begitu, mereka masih menutupi identitas dengan menggunakan nama samaran dan anonimitas. Penelitian ini menunjukkan bahwa pekerjaan di era digital memungkinkan para pekerja untuk keluar dari batasan pasar lokal dan menciptakan sendiri harga yang sesuai dengan layanan yang ditawarkan, sehingga pekerjaan berbasis estetika, yang diberikan kompensasi dari penampilan dan tubuh mereka, masih aktif dilakukan di ruang media sosial sampai hari ini.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, yakni pendekatan yang digunakan berupa kualitatif deskriptif dengan metode observasi tanpa keterlibatan dengan subjek yang diteliti. Penelitian berikutnya diharapkan dapat menelaah lebih dalam praktik di balik tenaga kerja estetika di ruang digital secara fenomenologi maupun netnografi. Di samping itu, aspek-aspek mengenai etika juga belum banyak dibahas di dalam penelitian sejenis. Penelitian ke depannya diharapkan mampu mencakup sisi etis dari praktik kerja penyedia konten seksual di ranah digital.

Daftar Pustaka

- Arriagada, A., & Ibáñez, F. (2020). "You Need At Least One Picture Daily, if Not, You're Dead": Content Creators and Platform Evolution in the Social Media Ecology. *Social Media + Society*, 6(3), 205630512094462. <https://doi.org/10.1177/2056305120944624>
- Asri, I. (2022). *Pola Komunikasi Interpersonal Pekerja Seks Komersil dalam dalam Prostitusi Online di Sosial Media (Studi Kasus di Bilangan Jakarta Pusat)*. 83–106.
- Azid, Y. T., Fadlan, R., Zidan, M., Herlamban, R., & Fauzi, A. M. (2020). Dramaturgi Pekerja Seks Komersial dalam Kehidupan Sosial Beragama. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 22(1), 65–72. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v22i1.2186>
- Banet-Weiser, S., & Sturken, M. (2019). Reprint Retrospective: "Branding Politics: Shopping for Change?" from AuthenticTM: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture. *Advertising & Society Quarterly*, 20(1). <https://doi.org/10.1353/asr.2019.0001>
- Cunningham, S., & Craig, D. (2019). *Social Media Entertainment* (Vol. 7). NYU Press; JSTOR. <http://www.jstor.org/stable/j.ctv12fw938>

- Cunningham, S., Sanders, T., Scoular, J., Campbell, R., Pitcher, J., Hill, K., Valentine-Chase, M., Melissa, C., Aydin, Y., & Hamer, R. (2018). Behind the screen: Commercial sex, digital spaces and working online. *Technology in Society*, 53, 47–54. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.11.004>
- Daniels, E. A. (2016). Sexiness on Social Media: The Social Costs of Using a Sexy Profile Photo. *Sexualization, Media, & Society*, 2(4), 237462381668352. <https://doi.org/10.1177/2374623816683522>
- Darwis, A. S., & Suhaeb, F. W. (2021). Gaya Hidup Remaja Pekerja Seks Komersial. *Jurnal Sosialisasi*, 8(2), 117–127.
- Drenten, J., Gurrieri, L., & Tyler, M. (2018). Sexualized labour in digital culture: Instagram influencers, porn chic and the monetization of attention. *Gender, Work & Organization*, 27(1), 41–66. <https://doi.org/10.1111/gwao.12354>
- Graham, M., Hjorth, I., & Lehdonvirta, V. (2017). Digital labour and development: Impacts of global digital labour platforms and the gig economy on worker livelihoods. *Transfer: European Review of Labour and Research*, 23(2), 135–162. <https://doi.org/10.1177/1024258916687250>
- Hakim, C. (2010). Erotic Capital. *European Sociological Review*, 26(5), 499–518. <https://doi.org/10.1093/esr/jcq014>
- Jones, A. (2015). Sex Work in a Digital Era: Sex Work in a Digital Era. *Sociology Compass*, 9(7), 558–570. <https://doi.org/10.1111/soc4.12282>
- Mears, A. (2014). Aesthetic Labor for the Sociologies of Work, Gender, and Beauty: Aesthetic Labor in Work, Gender, and Beauty. *Sociology Compass*, 8(12), 1330–1343. <https://doi.org/10.1111/soc4.12211>
- Ouellette, L. (2017). Dream Jobs? The Glamourisation of Beauty Service Work in Media Culture. In A. S. Elias, R. Gill, & C. Scharff (Eds.), *Aesthetic Labour* (pp. 183–198). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/978-1-137-47765-1_10
- Rand, H. M. (2019). Challenging the Invisibility of Sex Work in Digital Labour Politics. *Feminist Review*, 123(1), 40–55. <https://doi.org/10.1177/0141778919879749>
- Reynolds, S. E. (2017). Boobs Out! A Perspective on Fashion, Sexuality and Equality. *Art and Design Review*, 05(02), 115–128. <https://doi.org/10.4236/adr.2017.52009>
- Sanders, T., Scoular, J., Campbell, R., Pitcher, J., & Cunningham, S. (2018). *Internet Sex Work*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-65630-4>
- Simpson, J., & Smith, S. (2019). ‘I’m Not a Bloody Slave, I Get Paid and if I Don’t Get Paid Then Nothing Happens’: Sarah’s Experience of Being a Student Sex Worker. *Work, Employment and Society*, 33(4), 709–718. <https://doi.org/10.1177/0950017018809888>
- Smolak, L., & Murnen, S. K. (2011). *The sexualization of girls and women as a primary antecedent of self-objectification*.
- Tiidenberg, K., & van der Nagel, E. (2020). *Sex and social media* (null, Ed.). Emerald Publishing Limited.
- White, A. (2012). *The digital labour challenge: Work in the age of new media*. ILO.