

ANALISIS PERILAKU *SEX* DAN *TEXTING (SEXTING)* GENERASI Z MELALUI PESAN WHATSAPP

¹⁾Isra, ²⁾Syahrudin, ³⁾Hasdi Syahid Kasim

^{1,2&3}Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara
 Email: ¹⁾isra.amir@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi dan komunikasi digital yang marak terjadi berkemungkinan besar menimbulkan adanya masalah *sexting* terutama bagi generasi saat ini. Secara umum *sexting* dapat didefinisikan sebagai tindakan yang berorientasi pada pengiriman pesan yang berkonotasi seksual baik berupa lelucon maupun ujaran jorok yang bersifat vulgar, merayu serta melakukan isyarat tertentu yang mengarah pada kegiatan seksual yang terjadi pada media *cyber*. Sebagai sebuah fenomena, *sexting* ini telah merambah dunia pendidikan khususnya mahasiswa. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara yang berjumlah 163 orang (PPDikti, 2024) dan terdapat 11 Mahasiswa pada angkatan 2020 dan 2021 dengan penggunaan penentuan informan purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku *sexting* dapat terjadi jika adanya stimulus khusus yang efektif sampai ke komunikan dan akan direspon langsung. Penelitian ini penting bagi akademisi untuk memahami perilaku *sexting* dalam whatsapp serta larangan-larangannya.

Kata Kunci: Perilaku *Sexting*; Stimulus; Mahasiswa

Abstract

The rampant development of technology and digital communication is likely to cause sexting problems, especially for the current generation. In general, sexting can be defined as an act that is oriented towards sending messages with sexual connotations in the form of jokes and vulgar utterances, seducing and making certain gestures that lead to sexual activities that occur on cyber media. As a phenomenon, sexting has penetrated the world of education, especially students. This research uses descriptive qualitative research. The subjects in this study were Communication Science students at Nahdlatul Ulama University, Southeast Sulawesi, totaling 163 people (PPDikti, 2024) and there were 11 students in the class of 2020 and 2021 using purposive sampling. The results of this study indicate that sexting behavior can occur if there is a special stimulus that is effective to the communicant and will be responded to directly. This research is important for academics to understand sexting behavior in whatsapp and its prohibitions.

Keywords: *Sexting Behavior; Stimulus; College Students*

PENDAHULUAN

Globalisasi telah menjangkiti dunia serta memengaruhi setiap sendi-sendi peradaban Negara dan bangsa. Era globalisasi ditandai oleh proses kehidupan mendunia, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terutama dalam bidang transportasi dan komunikasi serta terjadinya lintas budaya karena trend tersebut, manusia menciptakan dan mengembangkan teknologi komunikasi yang menghasilkan produk berupa handphone (telepon genggam), gadget (gawai) atau smartphone (telepon pintar) (Kusnadi, 2017). Keberadaan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang luar biasa telah membuka babak baru dalam kehidupan (Syahrudin, 2020). Perkembangan teknologi dan komunikasi digital yang marak terjadi berkemungkinan besar menimbulkan adanya masalah *sexting* terutama bagi generasi saat ini (Mahdar et al., 2023).

Media sosial merupakan media yang memungkinkan penggunaanya untuk saling melakukan aktivitas sosial melalui jaringan internet tanpa dibatasi jarak dan waktu (Peldi et al., 2024). Penggunaan media sosial dan *instant messaging* paling banyak digunakan oleh kalangan muda internet, lebih didominasi oleh kelompok umur remaja dan dewasa awal (Muslan et al., 2021). Kelompok umur tersebut lebih mudah mengintegrasikan penggunaan media sosial dalam berbagai *platform* sehingga informasi tersebut menjadi awal penelitian perilaku *sexting* berfokus pada generasi Z yang termasuk kedalam remaja (Ajmaliah, 2023).

Sexting dapat didefinisikan sebagai tindakan yang berorientasi pada pengiriman pesan yang berkonotasi seksual baik berupa lelucon maupun ujaran jorok yang bersifat vulgar, merayu serta melakukan isyarat tertentu yang mengarah pada kegiatan seksual yang terjadi pada media *cyber* (Wicaksono, 2023). Maraknya penggunaan IM (*Instant Messaging*) sebagai media pengiriman pesan dengan cepat dan bersifat personal melalui perantara jaringan internet juga berdampak pada munculnya permasalahan perilaku seksual dengan media baru yang dilakukan antar pribadi bahkan grup (Muslan et al., 2021). Kegiatannya berupa mengirim atau menerima konteks seksual secara terang-terangan melalui pesan teks, ponsel pintar maupun media sosial dalam wujud kata-kata, gambar digital serta video yang disebut sebagai perilaku *sexting* (Sarlan Menungsa et al., 2023).

Perilaku *sexting* di Indonesia dapat dijerat Undang-undang no 44 tahun 2008 tentang pornografi pasal 4 ayat (1) dan UU no 19 tahun 2016 tentang perubahan atas undang-undang no 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (ITE) pasal 27 ayat (1) yang memuat larangan perbuatan memproduksi, membuat, memperbanyak, menggandakan, menyebarkan, menyiarkan, mengimpor, mengeksport, menawarkan, memperjual belikan, menyewakan atau menyediakan pornografi secara eksplisit dan dapat diakses informasi elektronik atau dokumen elektronik yang memiliki muatan yang berlawanan keasusilaan (Sari et al., 2023).

Mahasiswa jenjang sarjana merupakan responden yang memiliki rata-rata skor kegiatan mengirim dan menerima konten berkonotasi seksual paling tinggi, dikarenakan mahasiswa memiliki waktu luang yang paling banyak dibandingkan kelompok partisipan lainnya (Rahimallah et al., 2022). Selain itu kegiatan tukar menukar konten berkonotasi seksual semakin marak terjadi dikarenakan sejumlah aplikasi tertentu pada ponsel turut memudahkan individu untuk dapat mengirim dan menerima foto, video, *sharelock* maupun pesan teks (Rahardjo et al., 2015).

Perilaku komunikasi di media Whatsapp pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi terkhususnya angkatan 2020 dan 2021 yang telah melakukan *sexting*, berupa: melakukan percakapan dan mengomentari serta mengirim, menerima dan melihat gambar berkonotasi seksual. Berdasarkan fenomena yang di paparkan pada latar belakang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Perilaku Sex dan *Texting* (*Sexting*) Generasi Z Melalui Pesan Whatsapp Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menganalisis hasil penemuan dan menjelaskan menggunakan kata-kata (Nasution, 2023). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dikaji dalam pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu menjelaskan fenomena secara mendalam mengenai bagaimana perilaku *sexting* pada generasi Z melalui pesan Whatsapp pada mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara. Subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara yang berjumlah 163 orang (PPDikti, 2024) dan terdapat 11 Mahasiswa pada angkatan 2020 dan 2021 yang terpilih sebagai informan dalam penelitian ini. Penentuan informan pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2019).

HASIL PENELITIAN

a) *Stimulus*

Stimulus atau Pesan merupakan elemen penting dalam komunikasi, hal ini disebabkan karena pesan merupakan pokok bahasan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam komunikasi, pesan bernilai sangat besar karena inilah yang menjadi inti dari terjalinnya komunikasi (Nofrion, 2016). *Stimulus* yang dimaksud pada penelitian ini yaitu pesan *sexting* berupa teks, video dan stiker yang dikirimkan oleh informan ke komunikan, *stimulus* dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap berlangsungnya komunikasi. Berdasarkan hasil wawancara dari informan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan dan komunikasi dianggap efektif jika *stimulus* tersebut mampu mempengaruhi komunikan. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa adanya respon atau umpan balik terhadap pesan yang dikirimkan, media sosial dan pesan *sexting* tersebut berperan penting. Dengan mengaplikasikan media sosial yang paling aktif digunakan dapat menambah peluang terjadinya perilaku *sexting*, perilaku *sexting* ini berperan mengefektifkan komunikasi yang tidak direspon. Umpan balik dari komunikan juga menjadi hal penting, hal ini disimpulkan pada hasil penelitian ini yaitu pengiriman pesan dalam Whatsapp awalnya hanya pengiriman pesan *sexting* berupa teks, karena tidak adanya respon membuat informan mengirimkan hal tersebut secara terus menerus. hal ini dikarenakan informan ingin menarik perhatian komunikan agar dapat merespon apa yang komunikator kirimkan. Hal ini juga setara dengan Asumsi model S-O-R bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila *stimulus* (rangsangan) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. *Stimulus* yang dapat melebihi *stimulus* semula ini berarti *stimulus* yang diberikan harus dapat meyakinkan organism. Dalam meyakinkan *organism* ini, faktor reinforcement memegang peranan penting. *Stimulus* atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak.

b) *Organism*

Komunikan merupakan elemen yang akan menerima *stimulus* yang diberikan oleh komunikator. Sikap komunikan dalam menyikapi *stimulus* yang diterima akan berbeda-beda. Tergantung kepada masing-masing pribadi menyikapi bentuk *stimulus* tersebut. Dalam mempelajari sikap ada dua variabel yang penting menunjang proses belajar tersebut yaitu: pengetahuan, penerimaan. Kedua variabel ini penting sebab akan menentukan bagaimana kemudian respon yang akan diberikan oleh komunikan setelah *stimulus* (Andi Rahmat Abidin, 2020). Dalam observasi yang dilakukan, peneliti melihat bahwa dalam pesan Whatsapp baik dalam pesan grup maupun pesan pribadi tidak lepas dari perilaku *sexting*, hingga adanya pengiriman video viral ke berbagai komunikan. Peneliti juga

melihat bahwa kurangnya perhatian komunikasi terhadap pesan yang dianggapnya biasa saja. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *organism* merupakan hal yang paling penting untuk berlangsungnya komunikasi, *organism* atau komunikasi ini berperan sebagai penerima pesan atau *stimulus* berkonotasi seksual yang disampaikan oleh pengirim pesan atau komunikator. Pengetahuan *organism* menjadi faktor terjadinya perilaku *sexting* ini. Kurangnya pengetahuan terkait pesan *sexting* berdampak juga pada perilakunya, hasil penelitian pada indikator *organism* ini menyatakan bahwa perilaku *sexting* tersebut sudah ada bahkan sebelum adanya penelitian ini namun kurangnya pengetahuan dan pemahaman terhadap perilaku *sexting* juga berpengaruh terhadap pengetahuan larangan perilaku *sexting* tersebut. Peneliti juga menyimpulkan bahwa perilaku *sexting* ini juga tidak lepas dari perhatian *organism* terhadap pesan yang dikirimkan oleh komunikator. Dengan adanya perhatian terhadap pesan *sexting* tersebut maka timbul rasa penasaran yang membuat *organism* menerima pesan *sexting* tersebut dan merespon sesuai dengan keinginan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh konteks komunikasi dalam penelitian (Nurhayani & Salistina Dewi, 2022) bahwa perhatian berfungsi sebagai faktor yang mempengaruhi bagaimana pesan yang disampaikan dan diinterpretasikan oleh penerima. Pesan yang menarik perhatian dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman penerima terhadap isi pesan, sedangkan pesan yang tidak menarik perhatian dapat diabaikan atau tidak dipahami dengan baik. Hal ini sesuai dengan asumsi dasar dari Model S-O-R bahwa suatu *stimulus* atau pesan bisa memberikan tanggapan dan efek kepada khalayak tergantung kepada individunya. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian yang diberikan kepada komunikasi. Sehingga komunikasi mengerti maksud dari pesan tersebut.

c) *Respon*

Respon adalah reaksi terhadap rangsangan yang diterima oleh panca indera. Hal yang menunjang dan melatar belakangi ukuran sebuah respon adalah sikap, persepsi dan partisipasi (Kasim et al., 2021). Respon pada prosesnya didahului sikap seseorang karena sikap merupakan kecenderungan atau kesediaan seseorang untuk bertindak jika menghadapi suatu rangsangan tertentu (Ohorella et al., 2022). Observasi yang dilakukan peneliti menemukan bahwa Respon informan pada perilaku *sexting* yaitu dengan menyimpan stiker yang diterima untuk digunakan pada komunikasi lain. Dengan adanya perilaku *sexting* membuat informan merasa lebih terbuka dan merasa nyaman berkomunikasi kepada lawan komunikasi *sexting* tersebut. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa respon yang dilakukan oleh informan yaitu menanggapi pesan *sexting* tersebut. dan efeknya yaitu informan akan menyimpan *stimulus* yang diberikan untuk digunakan dalam komunikasi lain. Hal ini menyatakan bahwa stimulus yang dikirimkan oleh komunikator itu berhasil. Asumsi Model S-O-R mendukung hasil penelitian ini yaitu Model S-O-R ini juga mengasumsikan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila *stimulus* (rangsangan) yang diberikan benar-benar melebihi dari *stimulus* semula. *Stimulus* yang dapat melebihi *stimulus* semula ini berarti *stimulus* yang diberikan harus dapat meyakinkan organism. Apabila organism merespons komunikator atas *stimulus* yang diberikan maka *stimulus* tersebut dinyatakan berhasil. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa efek yang dirasakan oleh informan dalam menerima pesan *sexting* yaitu masih biasa ketika yang mengirim itu orang yang akrab jika adanya rasa tidak nyaman yang diperoleh apabila mendapatkan pesan yang dianggap tidak begitu akrab bahkan tidak diketahui sama sekali. adanya peningkatan pada kualitas hubungan. merasa mendapatkan tekanan pada rasa takutnya, hal ini diakibatkan karena adanya rasa tidak nyaman disaat seseorang menggunakan atau melihat handphone pelaku *sexting* tersebut.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Whatsapp merupakan media sosial yang populer yang digunakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara untuk berkomunikasi dengan waktu pemakaian lebih dari 5 jam perhari. Pengiriman *stimulus* atau pesan pada *organism* lebih cepat mendapat respon ketika *stimulus* tersebut berupa pesan *sexting* baik dalam bentuk teks, stiker naupun video. Umpan balik atau *feedback* dari komunikan sangat berpengaruh terhadap kelanjutan komunikasi *sexting* tersbut, respon informan itu bermacam-macam. Respon dari perilaku *sexting* tersebut berupa tanggapan, reaksi, efek atau jawaban terhadap *stimulus* yang disampaikan oleh komunikator. respon dari perilaku *sexting* tersebut ketika pengirim dalam pesan *sexting* yaitu orang terdekat maka akan biasa saja dan bahkan akan mengirimkan kembali, berbeda jika yang mengirim orang tidak dikenal maka respon akan berbeda. Dengan adanya respon tersebut, terdapat pula reaksi yaitu Dalam hal ini pengetahuan terkait larangan berperilaku *sexting* sangat penting dan sangat berpengaruh terhadap minat untuk berperilaku *sexting*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Rahmat Abidin, M. A. (2020). URGENSI KOMUNIKASI MODEL STIMULUS ORGANISM RESPONSE (S-O-R) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PEMBELAJARAN. *Pendidikan Agama Islam*, 6(2), 242.
- Kasim, H. S., Kurniawan, S., Hasyim, A., & Hutari, N. A. (2021). Model Komunikasi Pekerja Seks Komersial Dalam Menarik Pelanggan Di Media Sosial Michat Di Kota Kendari. *Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 3(2)(1), 123–138.
<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER/article/view/455/320>
- Kusnadi, R. P. (2017). *Fenomena Sexting pada Remaja Akhir dalam Tinjauan Islam (Studi Pemahaman Larangan Sexting dan Implikasinya pada Mahasiswa Jurusan PAI di IAIN Metro)*. 12–16.
- Mahdar, M., Putera, Z., Satyadharma, M., & Safitri, T. N. (2023). Representasi Nasionalisme Dalam Jurnalisme Media Online Di Mektv Kendari. *Swarnadwipa*, 7(2), 57–66.
<https://doi.org/10.24127/sd.v7i2.2882>
- Muslan, M., Hasyim, A., Tasya, T., & Hutari, N. A. (2021). PERILAKU SHOPPERTAINMENTPADA PENJUAL DI E-COMMERS TIKTOK. *Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 3(2)(1), 123–138.
<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER/article/view/458/319>
- Nasution, A. F. (2023). METODE PENELITIAN KUALITATIF. In M. Albina (Ed.), *cv. harfa creative* (pertama). cv. harfa creative.
- Nofrion, K. P. (2016). Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran. In *Pertama. Kencana Perdana Media Group, Jakarta* (Issue August 2016).
- Nurhayani, & Salistina Dewi. (2022). TEORI%20BELAJAR%20DAN%20PEMBELAJARAN%20rev. In *CV Gerbang Media Aksara (Anggota IKAPI)*.
- Ohorella, N. R., Annisa, & Prihantoro, E. (2022). Jurnal Komunika Vol. 18, No. 2, 2022. *Jurnal Komunika*, 18(2), 46–54.
- Peldi, Syahrudin, & Asmurti. (2024). Penggunaan Media Sosial Sebagai Representase Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(2), 78–83.
- Rahardjo, W., Saputra, M., & Hapsari, I. (2015). Harga Diri, Sexting dan Jumlah Pasangan Seks yang Dimiliki oleh Pria Lajang Pelaku PZulfiana, U. (2017). Self Esteem, Social Support, dan Perilaku Seksual Pranikah Pada Remaja. *Journal of International Social Research*, 4(51), 51–61. <https://doi.org/10.177>. *Jurnal Psikologi*, 42(2), 101.
- Rahimallah, M., Tanzil, A., Muslan, M., & Saputra, A. N. (2022). Persepsi Inovasi Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Umum Daerah Kota Kendari Tahun 2022. *Musamus Journal*

- of Public Administration*, 5(1), 090–103. <https://doi.org/10.35724/mjpa.v5i1.4756>
- Sari, P. P., Syahrudin, S., & Menungsa, A. S. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Sexting Behaviour pada Remaja di Kota Kendari. *JISDIK*, (1)(1), 1–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.12345/jisdik.v1i1.8>
- Sarlan Menungsa, A., Purwitasari, P., Syahrudin, S., & Muslan, M. (2023). Model Komunikasi Transaksional antara Pedagang dengan Pembeli di Pasar Kota Kendari. *Translitera*, 12(2). <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/translitera/article/view/3196>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (Ed.), *ALVABETA.CV* (kedua). ALFABETA.CV.
- Syahrudin. (2020). Pengaruh Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Mahasiswa. *Kareba: Jurnal Komunikasi Unhas*, 9(2), 308–315.