

**FENOMENA *SEXTING* MAHASISWA PRODI KOMUNIKASI
DAN PENYIARAN ISLAM ANGKATAN 2020 UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER DI
BOT *LEOMATCH* PADA APLIKASI TELEGRAM**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:

Nia Krisdayanti

NIM : 204103010062

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
2024**

**FENOMENA *SEXTING* MAHASISWA PRODI KOMUNIKASI
DAN PENYIARAN ISLAM ANGKATAN 2020 UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER DI
BOT *LEOMATCH* PADA APLIKASI TELEGRAM**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Disusun oleh :

Nia Krisdayanti

NIM : 204103010062

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ
JEMBER

Disetujui Pembimbing



Dharma Suroyya, S.Sos.I., M.I.Kom
NIP. 198806272019032009

**FENOMENA *SEXTING* MAHASISWA PRODI KOMUNIKASI
DAN PENYIARAN ISLAM ANGKATAN 2020 UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER DI
BOT *LEOMATCH* PADA APLIKASI TELEGRAM**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos.)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Hari : Selasa
Tanggal : 10 Desember 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

~~Ahmad Hayvan Najikh, M.Kom.I.~~
NIP:198710182019031004

Bambang Eko Aditia, S.Pd.I.M.Pd
NIP: 198901022023211023

Anggota:

1. Dr. Hj. Siti Raudhatul Jannah, M.Med.Kom
2. Dhama Suroyya, S.Sos.I., M.I.Kom

Menyetujui
Dekan Fakultas Dakwah



Dr. Fawaizul Umam, M. Ag.
NIP: 197302272000031001

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۝

”Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah ayat 5)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹ “Nu Online”, Qur’an Surat Al-Insyirah ayat 5, diakses 19 Desember, 2024,
<https://quran.nu.or.id/al-insyirah>

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT. Karena atas rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat tersusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana, dengan segenap rasa cinta dan kasih sayang, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak saya Ahmad Abdullah dan Ibu saya Holifa yang telah merawat, mendidik, mendampingi dan menjadi *support system* dari kecil sampai berada di titik yang insyaallah akan terus dipenuhi kebahagiaan.
2. Guru saya mulai dari TK, SD, SMP, MA, hingga Perguruan Tinggi UIN KHAS Jember yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah mengajari dan membimbing saya hingga mengerti apa arti pentingnya sebuah Pendidikan.
3. Teman-temanku, Keluarga Suujon: Ameng, Novika, Putri, Ajib, Lukman, Fadil, Rendy, Keluarga MHS: Gek Hepa, Gek Alin, Gek Indri, serta sahabat saya dari kecil hingga sekarang Silfina Rohmatillah. Terimakasih untuk semua yang telah bersedia memberikan waktu luangnya untuk bertukar pikiran dan menerima keluh kesah perihal skripsi.
4. Teman-teman KPI angkatan 2020, terutama KPI 03 yang telah memberikan semangat dan motivasi. Terimakasih dengan keberadaan mereka karena bersedia belajar, berbagi dan tumbuh bersama untuk membentuk pribadi yang sabar.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucap puja dan puji syukur ke hadirat Allah SWT. yang menggenggam seluruh alam semesta beserta segala isinya, yang telah memberi segala taufik dan hidayah-Nya, serta yang telah memberikan segala kemudahan selama penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, agar mendapatkan syafaatnya di akhirat kelak. Skripsi ini disusun oleh peneliti sebagai syarat memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Strata satu (S-1). Setelah melalui proses yang panjang, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Fenomena *Sexting* Mahasiswa Prodi Komunikasi dan penyiaran islam Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiyai Haji Achmad Siddiq Jember di Bot *Leomatch* pada Aplikasi Telegram”. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik tanpa terlepas dari kehendak Allah SWT, serta berbagai pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil. Dengan penuh kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah meningkatkan mutu penelitian karya tulis ilmiah di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah yang telah melancarkan proses persetujuan dalam menyusun skripsi ini.

3. Ahmad Hayyan Najikh, M. Kom.I., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah melancarkan proses persetujuan dalam menyusun skripsi ini
4. Dhama Suroyya, S.Sos.I., M.I.Kom., selaku Dosen pembimbing yang tak henti-hentinya memberikan arahan dan motivasi terhadap skripsi saya, semoga kesabarannya dalam mendidik penulis bernilai ibadah di sisi Allah SWT.
5. Bapak/Ibu dosen, khususnya Fakultas Dakwah yang telah memberikan ilmu dan berbagai pengalaman berharga kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
6. Seluruh Civitas Akademik UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah membantu melancarkan proses penyusunan skripsi ini
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan yang ada di dalamnya. Sehingga saran dan kritik yang konstruktif sangat peneliti harapkan.

Semoga skripsi ini dapat menjadi kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi pembaca.

Jember, 29 Oktober 2024

Nia Krisdayanti
NIM. 204103010062

ABSTRAK

Nia Krisdayanti, 2024: *Fenomena Sexting Mahasiswa Prodi Komunikasi dan penyiaran islam di Universitas Islam (KPI) Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiyai Haji Achmad Siddiq Jember di Bot Leomatch pada Aplikasi Telegram*

Kata kunci: fenomena *sexting*, komunikasi dan penyiaran Islam, Bot Leomatch, aplikasi telegram

Sexting adalah tindakan mengirim, menerima, atau berbagi konten seperti pesan, foto, video, stiker, dan *voice note* melalui perangkat elektronik, terutama melalui media sosial. Fenomena *sexting* sering dikaitkan dengan perubahan perilaku komunikasi di era digital, di mana akses yang mudah ke teknologi dan media sosial memungkinkan seseorang untuk berinteraksi secara lebih pribadi dan intim, meskipun terdapat risiko seperti penyebaran konten tanpa izin, pelanggaran privasi, dan dampak psikologis bagi pelaku yang terlibat.

Fokus penelitian skripsi ini adalah: (1) Bagaimana proses *sexting* yang terjadi di Bot Leomatch Telegram pada mahasiswa KPI angkatan 2020? (2) Bagaimana bentuk *sexting* yang ada di Bot Leomatch Telegram pada mahasiswa KPI angkatan 2020? (1) Mengidentifikasi proses *sexting* yang terjadi di Bot Leomatch Telegram pada mahasiswa KPI angkatan 2020. (2) Mendeskripsikan bentuk *sexting* yang ada di Bot Leomatch Telegram pada mahasiswa KPI angkatan 2020.

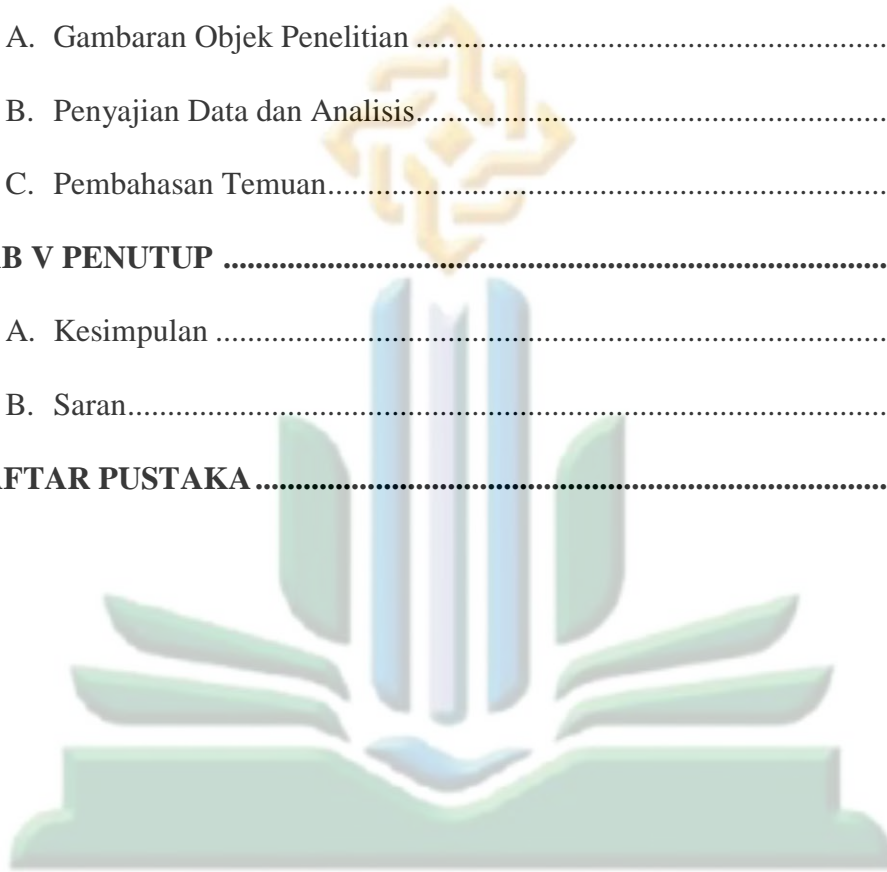
Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara secara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Kemudian teknik analisis data penelitian ini terdapat tiga tahapan meliputi: reduksi data, data display, verifikasi.

Adapun hasil dari penelitian ini adalah: (1) Fenomena *sexting* di kalangan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2020 di UIN KHAS Jember yang menggunakan bot *Leomatch* pada aplikasi Telegram dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk motivasi pribadi, tekanan sosial, dan pengaruh lingkungan digital. Beberapa mahasiswa terlibat dalam *sexting* sebagai bentuk eksplorasi diri dan ekspresi emosional, sementara yang lain merasa terpengaruh oleh lingkungan sosial atau kelompok pertemanan di sekitar mereka. (2) penggunaan bot *Leomatch* di Telegram memberikan ruang bagi mahasiswa untuk berinteraksi secara anonim, yang cenderung mempermudah terjadinya komunikasi. Sebagian mahasiswa merasa lebih nyaman melakukan *sexting* dalam konteks anonimitas ini, meskipun mereka sadar akan risiko privasi.

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Kajian Teori	13
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis dan Sifat Penelitian	23
B. Sumber Data.....	24
C. Teknik Pengumpulan Data.....	27
D. Teknik Keabsahan Data	28
E. Teknik Analisis Data.....	28

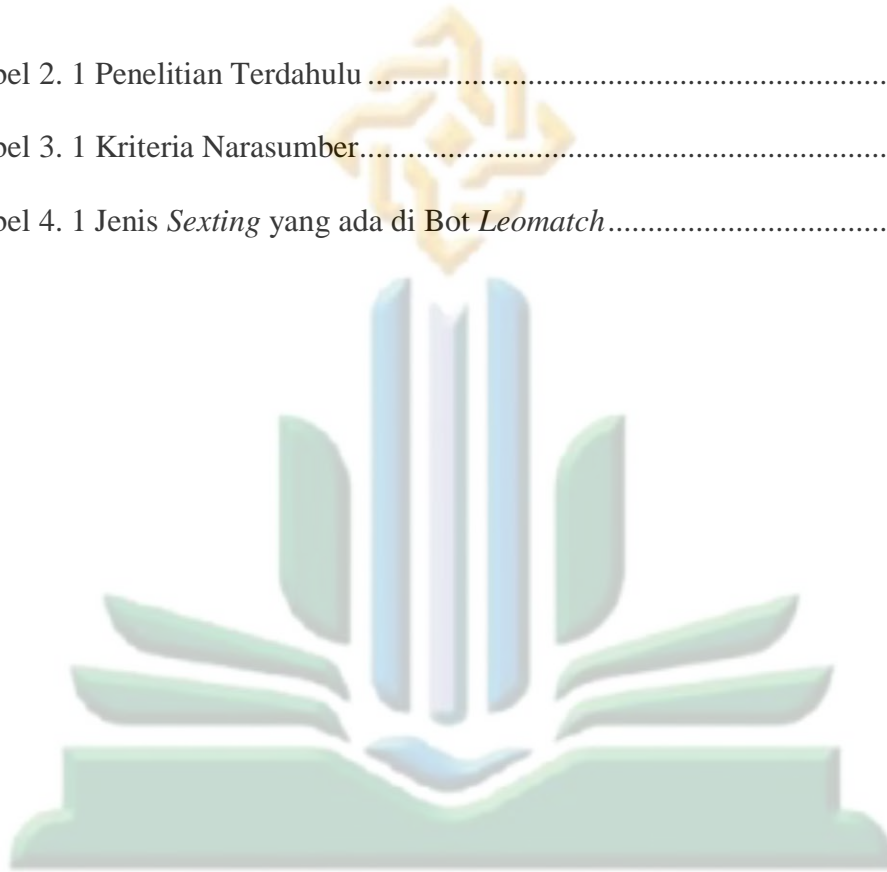
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	31
A. Gambaran Objek Penelitian	31
B. Penyajian Data dan Analisis.....	42
C. Pembahasan Temuan.....	65
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3. 1 Kriteria Narasumber.....	24
Tabel 4. 1 Jenis <i>Sexting</i> yang ada di Bot <i>Leomatch</i>	43



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Fenomena *sexting* yang terjadi di kalangan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan Tahun 2020 melalui penggunaan bot *leomatch* Telegram mencerminkan perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam yang diajarkan di UIN KHAS Jember. Perilaku ini melibatkan pertukaran konten yang tidak senonoh, seperti mengirim video, gambar, *voice note*, dan stiker, yang seharusnya tidak dilakukan oleh mahasiswa yang terikat pada prinsip-prinsip moral dan etika Islam.

Pada era yang serba modern ini, manusia sangat dimudahkan dalam berbagai hal di antaranya kemudahan dalam berinteraksi. Jaman dulu, manusia hanya bisa berinteraksi secara maksimal dengan jarak dekat melalui surat menyurat dengan memanfaatkan bantuan kantor pos dalam proses pengirimannya. Namun, sekarang manusia dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan jarak dekat maupun jauh melalui media sosial yang telah menjadi bagian penting dalam masyarakat.²

Media sosial merupakan media *online* di mana pengguna dapat berpartisipasi atau berinteraksi melalui blog, jaringan sosial hingga dunia virtual. Pada tahun 2019 pengguna internet aktif di Indonesia mencapai sekitar 98%, sementara pengguna aktif dalam media sosial mencapai 97%. Adanya alat komunikasi berbantuan internet memudahkan masyarakat untuk memulai

² Fina Widuri, Prilani, Siti Amanah, Lukman Hakim, *Penyalahgunaan Aplikasi Anonymous Chat terhadap Pola Interaksi Pengguna Anonymous Chat dalam Memicu Prostitusi Online*, Volume 29, 2023, 106

interaksi secara spontan, meminimalisir kedekatan fisik dan meningkatkan kemandirian dari teknologi tentang tatap muka interaksi. Salah satu faktor semakin maraknya penggunaan media sosial dalam komunikasi adalah merebaknya virus Covid-19.³ Sehingga memudahkan setiap masyarakat Indonesia itu melakukan interaksi secara virtual melalui berbagai aplikasi yang di tawarkan oleh internet.

Banyak perusahaan di bidang internet memanfaatkan sebagai media pemasaran di era digital. Hal ini didukung dengan riset yang dilakukan oleh katadata.co.id bahwa Indonesia menempati urutan ke-3 dengan jumlah pengguna internet sebesar 212,35 juta jiwa.⁴ Angka ini melebihi angka negara Jepang yang kita ketahui bahwa negara tersebut adalah salah satu negara maju di Asia. Banyak aplikasi yang telah tersedia untuk mengirim pesan melalui aplikasi untuk berkomunikasi seperti *whatsapp*, *instragram*, *facebook*, *telegram* dan aplikasi lainnya. Namun salah satu media sosial yang sering diminati oleh mahasiswa KPI angkatan 2020 adalah aplikasi *telegram*.⁵

Telegram merupakan platform pesan yang digunakan untuk transaksi informasi dan komunikasi yang aman, terutama bagi individu yang kurang paham teknologi. Aplikasi ini telah mencapai 400 juta pengguna bulanan aktif. Setidaknya, setiap hari ada 1,5 juta pengguna baru yang mendaftarkan diri ke dalam aplikasi Telegram. Telegram merupakan alat komunikasi *online* yang

³ Muhammad Hanif Permana, Stefani Koesanto, *Analisis Media Komunikasi Online terkait Pelecehan Seksual dalam Chatbot di Telegram*, Volume. 3, 2023, 39

⁴ Nur Widiastuti, *Dampak Penggunaan Ekonomi Digital Terhadap Biaya Tenaga Kerja Pada UMKM Industri Bakpia di Kota Yogyakarta*, Jurnal Riset Manajemen, Volume 9, 2022, 41

⁵ Rafi Muhammad Ris Zikrullah, Oji Kurniadi, *Telegram Sebagai Media Pemasaran di Era Pandemi*, Volume 3, 2023, 26-27

dibuat oleh *Nikolai* dan *Pavel Durov* pada tahun 2013.⁶ Aplikasi telegram ini banyak diminati mahasiswa KPI angkatan 2020 dikarenakan banyak fitur yang dimiliki oleh aplikasi telegram seperti *chanel* telegram, *group* telegram, serta bot telegram. Salah satu *fitur* bot telegram yang gencar dicari para remaja adalah bot *leomatch*. Fitur bot ini yang banyak diminati oleh kebanyakan mahasiswa KPI angkatan 2020, yang memungkinkan pengguna berkomunikasi dan bertukar pesan dengan anonimitas, tanpa terkendali oleh AI.

Bot *Leomatch* adalah sebuah bot yang dirancang untuk membantu pengguna dalam mencari pasangan atau teman ngobrol berdasarkan berbagai kriteria. Bot ini menggunakan algoritma pencocokan untuk menghubungkan pengguna dengan calon pasangan yang memiliki minat dan preferensi yang serupa. Pengguna dapat memulai dengan mengirim pesan ke Bot *leomatch* dan mengisi profil mereka dengan informasi pribadi seperti usia, jenis kelamin, minat, dan preferensi lainnya. Berdasarkan informasi ini, Bot akan mencocokkan pengguna dengan pengguna lain yang memiliki profil yang cocok. Bot *leomatch* juga sering kali dilengkapi dengan fitur-fitur tambahan, seperti obrolan anonim atau fitur penandaan yang memungkinkan pengguna untuk menunjukkan ketertarikan mereka pada seseorang tanpa memberikan informasi pribadi langsung. Adanya pengguna Bot *Leomatch* ini disalahgunakan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Biasanya pengguna Bot *Leomatch* ini hanya mengobrol biasa membahas apa yang

⁶ Muhammad Hanif Permana, Stefani Amanah, Lukman Hakim, *Penyalahgunaan Aplikasi Anonymous Chat Terhadap Pola Interaksi Pengguna Anonymous Chat Dalam Memicu Prostitusi Online*, Volume 9, 2023, 39

dilakukan, pada akhirnya membahas tentang yang berbau porno, seperti mengirim foto, video, stiker, *voice note* yang tidak senonoh.

Fenomena di atas terjadi akibat perkembangan teknologi mempengaruhi interaksi sosial sehari-hari. Perkembangan teknologi dan komunikasi digital yang memunculkan fenomena *sexting*, terutama pada mahasiswa KPI angkatan 2020 karena kebanyakan para remaja tidak bisa mengontrol diri dalam mengendalikan hormon yang tidak stabil sehingga menyebabkan aktivitas seksual yang tidak bertanggungjawab. Perilaku seksual pada remaja juga dipengaruhi oleh faktor keluarga seperti sistem keluarga, pola asuh permisif terhadap seks mempengaruhi perilaku seksual. Dalam hal ini, orang tua harus melakukan komunikasi dengan anak guna menghindari perilaku seksual. Komunikasi orang tua dan anak tentang seksual merupakan komunikasi yang berfokus pada informasi tentang menstruasi, homoseksual, sistem reproduksi, dan masturbasi, dan fisiologi seks.

Selain faktor keluarga, faktor teman sebaya juga menjadi salah satu faktor seorang mahasiswa KPI angkatan 2020 untuk bertumbuh dewasa dan memperoleh informasi dari lingkungan sebayanya. Mahasiswa angkatan 2020 cenderung lebih banyak berbicara tentang pengalaman dan minat pribadi seperti hubungan pacaran dan terkait dengan seksualitas. Mahasiswa KPI angkatan 2020 mengalami ketidakstabilan emosi sehingga seorang remaja rentan terhadap pengaruh luar sehingga cenderung menyesuaikan diri agar

diterima oleh kelompok sebayanya.⁷ Faktor keluarga dan sebaya memang menjadi pengaruh besar bagaimana seorang individu itu memperoleh informasi seputar seks atau kesehatan reproduksi. Memasuki era digital 5.0 yang mengakibatkan pertumbuhan media teknologi semakin pesat mengakibatkan para mahasiswa KPI angkatan 2020 lebih suka mengakses informasi seputar seksual lewat dunia maya tanpa didampingi orang tua ataupun dari para psikolog yang memang kompeten di bidangnya. Kebanyakan dari para remaja mencari sendiri lalu kemudian mempraktikkan tanpa pengawasan orang tua dan tidak ada keterbukaan antara anak dan orang tua yang mengakibatkan mereka mencari pengalaman itu sendiri dengan cara yang tidak sesuai, seperti bergabung di beberapa aplikasi “*Online Dating*”. Tidak sedikit dari mereka yang terlibat dalam *Sexting*. Lingkungan teman sebaya yang melakukan penyimpangan juga berisiko tinggi terhadap perilaku sexting. Fenomena sexting ini telah dinormalisasi dan ada tekanan dari lingkungan untuk menyesuaikan dengan tren.⁸

Istilah *sexting* merupakan komunikasi tatap muka dalam bentuk pesan, gambar, video, stiker, *voicnote*, yang dapat meningkatkan gairah atau hasrat melalui perangkat elektronik seperti handphone, komputer atau laptop, dan aplikasi yang mendukung. Aktivitas *sexting* pada mahasiswa KPI angkatan 2020 yang berlangsung di media sosial bisa diibaratkan sama seperti sistem kerja otak *komputasional* (*computational brain*) dengan proses melihat,

⁷ Maya Arrizqina Fauzia, Taufik, *Perilaku Seksual Pranikah Remaja ditinjau dari Kontrol Diri, Komunikasi Orang Tua Anak tentang Seksual dan Konformitas, Indonesian Journal of Guidance and Counseling: Theory and Application*: Volume 11, 2022, 93-94

⁸ Denis Saputra, *Fenomena Sexting Sebagai Bentuk Penyimpangan Sosial Pada Akun Roleplayer di Aplikasi Telegram*, (Bandung: perpustakaan.upi.edu, 2021), 1-2

mendengar, mengecap dan merasakan sensasi dari dunia sebagai fase pertama dalam tahapan *sexting* yang selanjutnya melibatkan *stimuli*, penyimpanan informasi, pengubahan material, berpikir dan akhirnya memberikan reaksi sesuai pengetahuan yang didapatkan. Tahapan terjadinya *sexting* yang dimulai dari tahap mengirim gambar, menginterpretasikan gambar dan merespon gambar hingga menjadi pembicaraan *sexting*.⁹

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Fenomena *Sexting* Mahasiswa Prodi KPI Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember di Bot Leomatch pada Aplikasi Telegram ”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana proses *sexting* yang terjadi di bot *leomatch* Telegram pada mahasiswa KPI angkatan 2020?
2. Bagaimana bentuk *sexting* yang ada di bot *leomatch* Telegram pada mahasiswa KPI angkatan 2020?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi proses *sexting* yang terjadi di bot *leomatch* Telegram pada mahasiswa KPI angkatan 2020.
2. Mendeskripsikan bentuk *sexting* yang ada di bot *leomatch* Telegram pada mahasiswa KPI angkatan 2020.

⁹ Rafles Abdi Kusuma, *Persepsi Remaja Terhadap Sexting di Media Sosial*, journal of islamic media studies, Volume 1, 2021, 88-89

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang jelas tentang ada atau tidaknya fenomena *sexting* bot *leomatch* pada aplikasi telegram. Bersumber pada informasi tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan ilmu pengetahuan tentang fenomena *sexting* pada bot *leomatch* Telegram pada mahasiswa KPI angkatan 2020.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan fenomena *sexting* bot *leomatch* Telegram pada mahasiswa KPI angkatan 2020.
- b. Bagi peneliti, untuk melatih diri, mengembangkan pemahaman, kemampuan berpikir dan pengetahuan mengenai fenomena *sexting* bot *leomatch* Telegram pada mahasiswa KPI angkatan 2020.
- c. Bagi lembaga pendidikan, diharapkan hasil penelitian menjadi masukan bagi lembaga pendidikan dalam rangka pembinaan dan pengawasan terhadap perilaku mahasiswa UIN Khas Jember.

E. Definisi Istilah

Ada beberapa definisi yang perlu ditegaskan agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti:

1. Fenomena

Fenomenologi secara etimologis berasal dari kata fenomena dan *logos*. Fenomena berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*phainesthai*” yang artinya menampak, dari sinonim kata fantasi, fantom dan fosfor yang artinya sinar atau cahaya. Berdasarkan kata tersebut maka fenomenologi, yaitu “tampak” terlihat karena bercahaya. Secara harfiah fenomena diartikan sebagai gejala atau sesuatu yang menampakkan. Fenomenologi merupakan sebuah pendekatan filosofis untuk menyelidiki pengalaman manusia. Fenomenologi bermakna metode pemikiran untuk memperoleh ilmu pengetahuan baru atau mengembangkan pengetahuan yang ada dengan langkah-langkah logis, sistematis kritis, tidak berdasarkan apriori atau prasangka, dan tidak dogmatis.¹⁰

2. Sexting

Sexting berasal dari *Sex* (Seks) dan *Chatting* (Percakapan). Sedangkan menurut *Bauermeister*, *Yeagley*, *Meanley*, dan *Pingel* menjelaskan bahwa “*Sexting* pada dasarnya berasal dari kata *Sex* (Seks) dan *Short Message Service* atau pengiriman pesan pendek yang lazim disebut dengan SMS (*Texting*).” Kemudian, dilihat dari perkembangan kasus *Sexting* dijelaskan menurut pendapat ahli berikut:

Istilah *sexting* maknanya telah berkembang dari waktu ke waktu. Awalnya bagi yang menggunakan ponsel untuk mengatur tanggal seks (*Booty Call*).

Namun seiring berjalannya waktu, istilah *sexting* ini berevolusi yang

¹⁰ Steeva Yeaty Lidya Tumangkeng, Joubert B. Maramis, Kajian Pendekatan Fenomenologi: Literature Review, Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah, Volume 23, 2022, 16-19

merujuk kepada aktivitas seksual atau mengirim pesan eksplisit dan bernada seksual. Teknologi semakin berkembang dan banyak orang yang mempunyai ponsel untuk menyimpan dan mentransfer data dalam jumlah besar. Istilah *sexting* ini telah berkembang dan juga merujuk untuk mengirim gambar telanjang dan setengah telanjang via perangkat selular telepon.¹¹

3. Bot *Leomatch* Telegram

Bot *leomatch* adalah sebuah program komputer pada aplikasi telegram yang dirancang untuk memberikan layanan pencocokan dalam hubungan *interpersonal*. Biasanya digunakan dalam konteks pencarian pasangan atau pertemanan. Bot ini juga dapat melakukan analisis terhadap *preferensi* pengguna dan profil lainnya untuk mencocokkan mereka dengan pengguna lain yang memiliki kecocokan yang sama.

Telegram adalah platform pesan instan yang memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks, gambar, video, dan *file* lainnya secara cepat dan aman. Dikembangkan oleh *Pavel Durov*, Telegram dikenal dengan fitur-fitur seperti *channel* telegram, *group* telegram, bot telegram dan keamanan pesan *end-to-end encryption*. Telegram tersedia di berbagai platform, termasuk ponsel cerdas, tablet, dan komputer, dan menjadi salah satu alternatif populer untuk layanan pesan instan lainnya.¹²

¹¹ Ranga Pratama Kusnadi, Fenomena *Sexting* Pada Remaja Akibat Dalam Tinjauan Islam (Studi Pemahaman Larangan *Sexting* dan Implikasinya pada Mahasiswa Jurusan PAI di IAIN Metro), (Metro: IAIN Metro, 2017), 12

¹² Muhammad Hanif Permana, Stefani Amanah, Lukman Hakim, *Penyalahgunaan Aplikasi Anonymus Chat Terhadap Pola Interaksi Pengguna Anonymus Chat Dalam Memicu Prostitusi Online*, Volume 9, 2023, 39

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang relevan dengan isi skripsi ini memberikan gambaran awal tentang fenomena yang diteliti, serta menjadi landasan dalam merumuskan masalah dan pendekatan penelitian. Berikut adalah tabel penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam skripsi ini:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Ahmad Mahdiani, Saamil Thalib	Dampak <i>Anonymous Chat</i> Telegram Terhadap Penyebaran Media <i>Cybersex</i> Di Kalangan Mahasiswa UIN Antasari	<ul style="list-style-type: none">• Menganalisis aktivitas <i>sexting</i> pada bot telegram• Menggunakan metode kualitatif	1) Bot yang di analisis <i>anonymous</i> , sedangkan peneliti menganalisis bot <i>leomatch</i> 2) Menganalisis dampak dari fitur <i>anonymous</i> terhadap penyebaran <i>cybersex</i> pada kalangan mahasiswa UIN Antasari, sedangkan peneliti menganalisis aktivitas <i>sexting</i> dari fitur <i>leomatch</i> di kalangan remaja
Retno Wulandari, Rinanta Sari	Aktivitas <i>Sexting</i> Melalui Aplikasi Anonim	a. Menganalisis aktivitas <i>sexting</i> pada sebuah <i>chat dating</i> b. Menggunakan metode kualitatif	a. Tidak menggunakan aplikasi <i>dating</i> , sedangkan peneliti menganalisis aplikasi <i>dating</i>

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			<p>b. Menggunakan metode kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif</p> <p>c. Menganalisis fenomena <i>sexting</i> terhadap gaya pacaran di kalangan anak muda dan orang dewasa, sedangkan peneliti menganalisis fenomena <i>sexting</i> yang dilakukan pada orang yang dikenal di bot <i>leomatch</i> pada aplikasi telegram</p>
Amrina Rosyada	Moralitas Dan Tanggungjawab Dalam Berkomunikasi: Fenomena <i>Sexting</i> di Kalangan Remaja	<ul style="list-style-type: none"> • Menganalisis aktivitas <i>sexting</i> di kalangan remaja • Menggunakan metode kualitatif 	<p>a. Tidak menggunakan aplikasi <i>dating</i>, sedangkan penulis menggunakan aplikasi <i>dating</i></p> <p>b. Menganalisis moralitas dan tanggungjawab terhadap fenomena <i>sexting</i> gaya pacaran di kalangan remaja, sedangkan peneliti menganalisis fenomena <i>sexting</i> di bot <i>leomatch</i> pada aplikasi telegram</p>
Imelda Ika Dian Oriza, Magdalena Anastasia Hanipraja	<i>Sexting</i> dan Kepuasan Seksual pada Anak Muda	Menganalisis aktivitas <i>sexting</i> di kalangan remaja	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak menggunakan aplikasi <i>dating</i>,

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Orang Dewasa Dalam Hubungan Romantis		<p>sedangkan peneliti menganalisis aplikasi <i>dating</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan metode kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif • Menganalisis fenomena <i>sexting</i> terhadap gaya pacaran di kalangan anak muda dan orang dewasa, sedangkan peneliti menganalisis fenomena <i>sexting</i> yang dilakukan pada orang yang dikenal di bot <i>leomatch</i> pada aplikasi telegram

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan uraian tabel tersebut, penelitian ini memiliki subjek penelitian yang berbeda dari ke empat penelitian tersebut. Penelitian ini akan terfokus kepada mahasiswa menggunakan aplikasi dating yang digunakan oleh mahasiswa KPI Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember terutama pada angkatan 2020.

Penelitian terdahulu memiliki kelebihan dalam memberikan landasan teori dan perspektif yang memperkaya pemahaman tentang fenomena *sexting*, terutama dalam konteks media sosial dan fitur anonim. Penelitian tersebut berhasil mengidentifikasi berbagai faktor yang mendorong terjadinya *sexting*, seperti tekanan sosial, anonimitas, dan eksplorasi diri, serta dampak yang

ditimbulkan, baik secara psikologis maupun sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian yang kita tulis, yang mengembangkan fokus pada penggunaan bot *Leomatch* Telegram sebagai platform spesifik untuk fenomena sexting di kalangan mahasiswa KPI angkatan 2020. Penelitian ini memperkuat hasil sebelumnya dengan memberikan analisis lebih mendalam tentang proses dan bentuk sexting dalam konteks bot *Leomatch*, sekaligus menyoroti peran anonimitas sebagai salah satu faktor utama yang mempengaruhi perilaku mahasiswa KPI angkatan 2020.

B. Kajian Teori

1. Teori Efek Media Massa

Media massa merupakan alat untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat agar masyarakat lebih mudah dalam memperoleh informasi.¹³

Menurut Marshall Meluhan pengertian media adalah suatu ekstensi manusia yang memungkinkannya mempengaruhi orang lain yang tidak mengadakan kontak langsung dengan dia.¹⁴ Sedangkan, pengertian media massa menurut *Canggara* adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Fungsi media massa sebagai pengawasan (*surveillance*), penafsiran (*Interpretation*), *pransmission of Value*), hiburan (*Entertainment*). *McQuail* juga

¹³ Ismail Ibrahim, Samsiah, Fungsi Media Massa Bagi Masyarakat di Desa Moibaken (Studi Fungsi Dan Media Massa Di Masyarakat Desa Moibaken), *Jurnal Komunikasi, Politik dan Sosiologi*, Volume 4, 2022, 39

¹⁴ Intan Nurhasana, Penggunaan Media Audio-Visual Pada Mata Pelajaran Bahasa Arab, *Jurnal Pendidikan dan Sains*, Volume 2, 2021, 220

mengemukakan beberapa asumsi pokok mengenai arti penting dari media massa seperti berikut :¹⁵

- a. Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain yang terkait.
- b. Media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya.
- c. Media merupakan sumber kekuatan karena dapat digunakan sebagai alat kontrol, yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.
- d. Media merupakan wadah yang semakin berperan menampilkan peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bertaraf nasional maupun internasional. Media sering kali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup, dan norma-norma.
- e. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif.

Teori efek media massa berfokus pada bagaimana media mempengaruhi audiens dalam berbagai aspek, termasuk sikap, perilaku,

¹⁵ Dedi Kusuma Habibie, Dwi Fungsi Media Massa, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 7, 2018, 80-81

dan persepsi. Berbagai teori dan pendekatan telah dikembangkan untuk memahami sejauh mana media massa mempengaruhi individu dan masyarakat. Teori efek media massa ini akan membahas definisi efek media massa, klasifikasi efek media, perkembangan teori efek media massa.

a. Definisi Teori Efek Media Massa

- 1) Teori efek media massa berupaya menjelaskan dampak yang dihasilkan oleh media terhadap audiensnya. Ini mencakup berbagai bentuk media seperti televisi, radio, surat kabar, dan media digital.
- 2) Fokus utama adalah pada pengaruh jangka pendek dan jangka panjang dari konten media terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku audiens.¹⁶

b. Klasifikasi Efek Media¹⁷

- 1) Efek Kognitif: Dampak media terhadap apa yang audiens ketahui dan pikirkan, termasuk perubahan dalam pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan.
- 2) Efek Afektif: Pengaruh media terhadap emosi dan sikap audiens, mencakup perubahan dalam perasaan, suasana hati, dan sikap.
- 3) Efek Konatif: Dampak media terhadap tindakan dan perilaku audiens, termasuk perubahan dalam kebiasaan, perilaku konsumen, dan tindakan sosial.

¹⁶ Musfialdy, Ine Anggraeni, *Kajian Sejarah dan Perkembangan Teori Efek Media*, Jurnal Komunikasi dan Bisnis, Volume 3, 2020, 30-33

¹⁷ Agung Risaldo, Ali Muhammad, *Peran Komunikasi Massa dalam Meredam Isu Isu Terkait Kemasyarakatan*, Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan, Volume 9, 2021, 980-981

c. Perkembangan Teori Efek Media Massa

- 1) Teori Peluru Ajaib/Hipodermik: Teori ini menyatakan bahwa media memiliki efek yang langsung, kuat, dan segera terhadap audiens. Media dianggap mampu "menyuntikkan" pesan langsung ke dalam pikiran audiens tanpa perlawanan.¹⁸
- 2) Teori Kultivasi: Dikembangkan oleh George Gerbner, teori ini menyatakan bahwa paparan jangka panjang terhadap konten media, terutama televisi, dapat membentuk persepsi audiens tentang realitas sosial.¹⁹
- 3) Teori Agenda Setting: Teori ini menyatakan bahwa media tidak menentukan apa yang harus dipikirkan audiens, tetapi media menentukan apa yang harus dipikirkan audiens. Media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi isu apa yang dianggap penting oleh audiens.²⁰

Teori efek media massa menawarkan berbagai perspektif tentang bagaimana media mempengaruhi audiensnya. Dari teori peluru ajaib hingga teori kultivasi dan agenda setting, penelitian menunjukkan bahwa media memiliki kekuatan signifikan untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku.

¹⁸ Musfialdy, Ine Anggraeni, *Kajian Sejarah dan Perkembangan Teori Efek Media*, Jurnal Komunikasi dan Bisnis, Volume 3, 2020, 30-33

¹⁹ Yusri, *Teori Kultivasi (Analisis Teori Penyuburan Karya Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rokeach dalam Bukunya Theories of Mass Communication Tahun 1988 dan Aplikasinya dalam Pengembangan Anak Usia Dini)*, International Journal Sadida Comunication Media Studies, Volume 2, 2022, 5-6

²⁰ Henggriyan Kestiyoyuni, *Identifikasi Agenda Setting dalam Produksi Berita Detik.Com "PSSI Luruskan Tudingan Shin Tae-Young Soal Tak Booking Lapangan"*, Journal of Communication Science and Islamic Da'wah, Volume 6, 2022, 82-83

2. Teori Picture Tells Many Things

Teori "*Picture Tells Many Things*" berfokus pada ide bahwa gambar dapat menyampaikan informasi, emosi, dan makna yang kompleks dengan cara yang lebih langsung dan efektif dibandingkan kata-kata. Teori ini banyak diterapkan dalam berbagai bidang seperti komunikasi, psikologi, dan media.²¹

a. Konsep Dasar

1) Definisi dan Asumsi Dasar

a) Teori ini didasarkan pada premis bahwa gambar bisa menyampaikan informasi secara lebih efektif dibandingkan dengan teks karena visual adalah salah satu cara utama manusia memahami dunia.

b) Gambar mampu mengekspresikan nuansa dan emosi yang sulit ditangkap oleh kata-kata, memungkinkan komunikasi yang lebih kaya dan lebih mendalam.²²

2) Dasar Psikologi

a) Paivio menyatakan bahwa penggunaan teori *dual-coding* menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui gambar memiliki keunggulan dibandingkan hanya dengan kata-kata. Hal ini terjadi karena individu dapat memperoleh

²¹ Humairah, Oriza Zativalen, Nurhasanah, *Pengaruh Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Picture and Picture Terhadap Hasil Belajar Siswa Matematika MI Muhammadiyah I Payaman*, Jurnal Jendela Pendidikan, Volume 2, 2022, 83-84

²² Prof. Dr. I Wayan Dana, SST., M.Hum, *Seni dan Revolusi 4.0*, Dies Natalis XXXV & LUSTRUM VII ISI (Yogyakarta, BP ISI Yogyakarta, 2019), 5-20

pengkodean semantik melalui dua jalur yang berbeda. Dengan teori *dual-coding*, informasi bergambar memiliki kesempatan lebih besar untuk diakses ke dalam penyimpanan semantik dan meningkatkan kekuatan tahap *encoding*.²³

b. Aplikasi Teori

1) Komunikasi dan Media

a) Iklan: Gambar digunakan untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan dengan cepat dan efektif. Gambar dapat menciptakan asosiasi emosional yang kuat dengan produk atau merek.²⁴

b) Jurnalistik: Foto berita sering kali lebih berpengaruh daripada teks karena mampu menangkap momen krusial dan menyampaikan cerita secara langsung.²⁵

Teori "*Picture Tells Many Things*" menegaskan pentingnya gambar sebagai alat komunikasi yang kuat dan efektif. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa gambar tidak hanya membantu dalam penyampaian informasi tetapi juga dalam pemahaman, ingatan, dan pemrosesan emosional. Aplikasi teori ini dalam berbagai bidang seperti komunikasi, dan psikologi menunjukkan manfaat yang luas dan beragam.

²³ Intan Naqiya Rabbani, Nabila Aditya, Nazhifa Salsabila, Thalia Lunaadhara Isri, Ellyana Dwi Farisandy, *Pengaruh Dual-Coding Terhadap Long Term Memori Mhasiswa*, Jurnal Psikologi Mahasiswa Lampung, Volume 5, 2023, 77

²⁴ Robert Lee , Winda Evyanto, *Pengaruh Harga, Iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelumas Pada PT Jumbo Power International Batam*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Volume 11, 2022, 1032

²⁵ Azwar, Uljanatunnisa, Siti Maryam, Supratman, *Literasi Media Untuk Kemandirian Informasi Pondok Pesantren Mathla'ul Anwar Cijulang*, Jurnal Studi Jurnalistik, Volume 2, 2020,

3. Psikologi Sosial

Psikologi sosial terdiri dari dua kata yaitu psikologi dan sosial. Psikologi menurut Albert Bianca adalah ilmu pengetahuan tentang perilaku manusia.²⁶ Sedangkan sosial menurut para ahli Philip Wexler adalah suatu sifat dasar yang dimiliki oleh setiap individu manusia.²⁷ Kemudian muncul istilah psikologi sosial yang di definisikan oleh beberapa ahli berikut ini.²⁸

- a. Menurut Baron dan *Byrne* psikologi sosial adalah cabang psikologi yang berupaya untuk memahami dan menjelaskan cara berpikir, berperasaan, dan berperilaku individu yang dipengaruhi oleh kehadiran orang lain.
- b. Menurut *Allport* , psikologi sosial adalah suatu disiplin ilmu yang mencoba memahami dan menjelaskan bagaimana pikiran, perasaan, dan perilaku individu dipengaruhi oleh keberadaan orang lain, baik nyata, imajinasi, maupun karena tuntutan peran sosial.
- c. Menurut Stephan dan Stepan, psikologi sosial adalah dinamika psikologis terkait dengan cara-cara individu berhubungan dengan kekuatan-kekuatan sosial di sekitar dirinya. Cara berhubungan itu meliputi interaksi saling pengaruh di antara mereka dalam berpikir, berperasaan, dan berperilaku.

²⁶ Ni Luh Drajiati Ekaningtyas, Psikologi Dalam Dunia Pendidikan, Jurnal Ilmu Pendidikan, Volume 2, 2022, 32

²⁷ Yuyu Krisdiyansah, Asep Mulyana, Sugiono, Degradasi Fungsi-Fungsi Pendidikan Dalam Pewarisan dan Perubahan Nilai-nilai Sosial dan Budaya, Volume 2, 2022, 206

²⁸ Adnan Achiruddin Saleh, Psikologi Sosial, (Kota Parepare, Sulawesi Selatan, IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), 2-3

Dari definisi-definisi yang dikemukakan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa psikologi sosial adalah studi ilmiah tentang bagaimana individu berpikir, merasa dan berperilaku dalam konteks sosial. Kajian pustaka ini akan membahas teori-teori utama psikologi sosial, konsep-konsep psikologi sosial.

a. Teori-Teori Psikologi Sosial

1) Menurut *Albert Bandura* teori belajar sosial adalah proses belajar yang terjadi pada peserta didik melalui observasi dan imitasi. Perilaku manusia merupakan hasil dari pengamatan yang dilakukan melalui modeling, di mana dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya terbentuklah perilaku baru yang kemudian menjadi acuan dan pedoman dalam bertindak.²⁹

2) Teori pertukaran sosial adalah teori dalam ilmu sosial yang menyatakan bahwa hubungan sosial melibatkan unsur ganjaran, pengorbanan, dan keuntungan yang saling memengaruhi. Teori ini didasarkan pada gagasan bahwa individu melihat hubungan mereka seperti dalam konteks ekonomi, dengan menghitung pengorbanan dan membandingkannya dengan penghargaan yang diperoleh dari melanjutkan hubungan tersebut. Pengorbanan (*cost*) adalah elemen dalam hubungan yang bernilai negatif, sedangkan penghargaan (*reward*) adalah elemen yang memiliki nilai positif.

²⁹ Nurul Wahyuni, Wahidah Fitriani, *Relevansi Teori Belajar Sosial Albert Bandura dan Metode Pendidikan Keluarga dalam Islam*, Jurnal Ilmu Kependidikan, Volume 11, 2022, 62

3) Menurut *Albert Bandura* teori kognitif bahwa teori kognitif terjadi melalui interaksi dengan orang lain dalam konteks sosial. Ada tiga komponen utama dalam teori kognitif sosial yang muncul di lingkungan: pembelajaran *observasional*, imitasi, dan pemodelan perilaku. Teori ini berpendapat bahwa pembelajaran *observasional* mencerminkan kenyataan bahwa manusia sering kali tidak bisa belajar sendiri. Komponen berikutnya adalah imitasi, di mana setelah mengamati perilaku orang lain, individu mengasimilasi dan meniru perilaku tersebut, terutama jika pengalaman pengamatan mereka positif atau melibatkan imbalan terkait dengan perilaku yang diamati. Komponen ketiga adalah pemodelan perilaku, di mana pelajar mengadopsi aspek positif dari perilaku yang diamati dan ditiru, kemudian mulai bertindak sesuai dengan pengalaman tersebut. Ini memungkinkan para profesional pendidikan untuk melakukan sesuatu yang mereka selalu inginkan, yaitu meruntuhkan dinding kelas dan batasan pembelajaran tatap muka, serta menciptakan lingkungan belajar yang menyenangkan dengan semangat kolaborasi.³⁰

4) Teori *atribusi* merupakan perilaku penyelenggara anggaran. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh *Fritz Heider* pada tahun 1958. Teori *atribusi* menjelaskan tentang perilaku individu dan mempelajari proses bagaimana seseorang menafsirkan atau

³⁰ Eka Fitria Ningsih, *Teori Sosial Kognitif Tinjauan Kritis Teori Pendidikan yang Relevan bagi Indonesia*, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, Volume 23, 2022, 64

memahami penyebab suatu peristiwa dan alasan di balik perilaku tersebut.³¹

b. Konsep-Konsep Psikologi Sosial

- 1) Pengaruh sosial sering dianggap sebagai faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi individu. Pengaruh sosial mengacu pada cara orang lain mempengaruhi keputusan perilaku seseorang, yang berarti bahwa orang lain dapat memengaruhi perilaku dan keputusan individu (Wang & Chou, 2014). Pengaruh sosial dapat didefinisikan sebagai hubungan konsumen individu dengan dunia. Pengaruh ini mencerminkan persepsi seseorang terhadap merek dan mempengaruhi keputusan perilaku dalam memilih merek. Ketika paparan terhadap dunia meningkat seiring waktu karena globalisasi dan pendidikan di luar negeri, konsumen dapat menemukan merek-merek mewah asing yang semakin penting bagi mereka.³²

Psikologi sosial memberikan wawasan penting tentang bagaimana individu berinteraksi dengan lingkungan sosial mereka. Melalui pemahaman konsep memahami perilaku manusia dalam konteks sosial dan mengaplikasikannya untuk meningkatkan kualitas hidup dan hubungan antar manusia.

³¹ Ikhyanuddin, *Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran, Akuntabilitas Publik, Desentralisasi dan sistem Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Manajerial Pemerintah Daerah*, Jurnal Inovasi Penelitian, Volume 2, 2021, 713

³² Dhevina Wangsa Putri dan Louis Utama, *Pengaruh Persepsi Kualitas, Pengaruh Sosial, dan Kebutuhan Akan Keunikan Terhadap Minat Pembelian Konsumen Luxuri Brand Pada Generasi Y*, Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume 3, 2021, 178

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif jenis deskriptif yang memberikan gambaran menyeluruh tentang stimulasi serta peristiwa aktual dan sistematis yang terkait dengan berbagai faktor, karakteristik, dan hubungan antar fenomena untuk memahami dasar-dasar yang ada. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan atau studi kasus. “Penelitian Lapangan adalah suatu pemeriksaan atau pengujian yang teliti dan kritis dalam mencari fakta, atau prinsip-prinsip penyelidikan yang berguna untuk memastikan satu hal.” Studi Kasus atau Lapangan (*Case Study atau Field Research*) merupakan penyelidikan mendalam (*indepth study*) menguasai suatu unit sosial sedemikian rupa sehingga menghasilkan gambaran yang terorganisasikan dengan baik dan lengkap mengenai unit sosial tertentu.

Penelitian kualitatif lapangan ini bertujuan “untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuai unit sosial: individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat”.³³ Berdasarkan penjelasan di atas, jenis penelitian lapangan adalah suatu penyelidikan untuk menghasilkan gambaran peristiwa yang

³³ Rangga Pratama Kusnadi, Fenomena Sexting Pada Remaja Akhir Dalam Tinjauan Islam (Studi Pemahaman Larangan Sexting dan Implikasinya pada Mahasiswa Jurusan PAI di IAIN Metro), (Metro: IAIN Metro, 2017), 28

terjadi pada suatu unit sosial: individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer berupa hasil yang didapatkan oleh peneliti secara langsung, yakni wawancara, dan pengamatan secara langsung.³⁴ Sumber data primer juga disebut narasumber atau obyek penting dalam suatu penelitian. Kemudian untuk menentukan sumber primer, Penulis menggunakan teknik pengambilan *purposive*. *Purposive* dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu. Kriteria *Purposive* yaitu teknik yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampel atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu.³⁵

Tabel 3. 1
Kriteria Narasumber

No	Kriteria Narasumber
1	Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2020.
2	Menggunakan bot <i>Leomatch</i> di Telegram paling lama 1,5 tahun
3	Pernah atau sedang terlibat dalam aktivitas <i>sexting</i> .
4	Umur 22-23

³⁴Widar W. Maduwu, Pelayanan Klinik Gloria Dalam Memberikan Layanan Informasi Kesehatan Pasien (Implikasi Layanan Informasi Bimbingan Dan Konseling), Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan, Volume 1, 2022, 4

³⁵Rizki Ocha Santina, Fitri Hayati, Riza Oktarina, Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini, Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Volume 2, 2021

Dari karakteristik tersebut diperoleh jumlah subjek penelitian sebanyak 10 informan, yang dimana ada kriteria diatas tabel tersebut.

2. Sumber Data Sekunder

Data Sekunder menurut Sugiyono (2013) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumentasi.³⁶ Adapun sumber data sekunder yang Penulis gunakan berupa dokumen, seperti: buku-buku, jurnal-jurnal, artikel dan skripsi, dokumen atau *notulensi* hasil wawancara yang berkaitan dengan penelitian serta dari orang lain, seperti: data dari narasumber yang berkaitan dengan fenomena *sexting* di bot *leomatch* pada aplikasi telegram di kalangan mahasiswa KPI angkatan 2020.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan Data merupakan langkah awal yang harus ditempuh dalam penelitian, dengan tujuan “mengungkapkan fakta mengenai variabel yang akan diteliti”. Adapun Teknik Pengumpulan Data yang Penulis gunakan adalah:

1. Observasi

Menurut Widoyoko observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian.³⁷ Observasi dilakukan sebagai pengamatan langsung (*Direct Observation*) yang penulis lakukan di lokasi.

³⁶ Nurjanah, Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda, Jurnal Mahasiswa, Volume 1, 2021, 121

³⁷ Sri Yusanti, Ayi Teiri Nurtiani, dan Riza Oktariana, Pengembangan Media Pasir Kinetik dalam Menstimulasi Kemampuan Logical Thingkin Anak Kelompok di TK Negeri 5 Banda Aceh, Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Volume 3, 2023

Adapun dalam penggunaan metode observasi, penulis akan mengamati dan mencatat pelaku dan penerima fenomena *sexting* di bot *chat leomatch* pada aplikasi telegram di kalangan mahasiswa KPI angkatan 2020.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data terhadap narasumber atau sumber data.³⁸ Metode wawancara yang penulis gunakan adalah wawancara semi terstruktur atau *In Dept Interview*. Dalam wawancara semi terstruktur ini bertujuan untuk menemukan permasalahan secara terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Adapun tujuan Penulis menggunakan teknik wawancara semi terstruktur untuk mendapatkan pendapat dan ide-ide secara terbuka terkait tentang fenomena *sexting* di *chat bot leomatch* pada aplikasi Telgram di kalangan mahasiswa KPI angkatan 2020.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu bentuk kegiatan atau proses dalam menyediakan berbagai dokumen dengan memanfaatkan bukti yang akurat berdasarkan pencatatan dari berbagai sumber. Selain itu pengertian dokumentasi merupakan upaya mencatat suatu informasi dalam bentuk tulisan, foto atau gambar dan video.³⁹ Metode dokumentasi dimaksudkan untuk memperoleh data melalui dokumen tertulis. Adapun dokumen

³⁸ Erga Trivaika, Mamok Andri Senubekti, Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android, Jurnal Nuansa Informatika, <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ilkom>, Volume 16, 2022, 34

³⁹ Hajar Hasan, Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri, Jurnal Sistem Informasi dan Komputer, Volume 2, 23

tertulis yang Penulis gunakan ialah jurnal, artikel, skripsi, *notulensi* hasil wawancara serta data kalangan mahasiswa KPI angkatan 2020 yang menggunakan bot *leomatch* pada aplikasi telegram.

D. Teknik Keabsahan Data

Kebenaran data tidak hanya bagaimana memperoleh data, tetapi juga kebenaran data, dalam arti bahwa data benar-benar data yang diperlukan untuk penelitian dan, lebih jauh lagi, data sesuai dengan realitas yang dikenal sebagai bahasa penelitian dan validitas data. Mengenali data yang valid sangat diperlukan peneliti, sehingga dapat menarik kesimpulan dan menyajikan hasil penelitian yang benar. Tergantung pada berbagai studi yang digunakan, berbagai metode dapat diambil untuk menentukan validitas data. Setiap penelitian memiliki metode sendiri untuk menguji keabsahan data. Keabsahan data menjadi hal penting untuk diperhatikan, karena data merupakan komponen yang sangat penting di dalam penelitian, data inilah yang akan nantinya digunakan sebagai sumber analisis data, dan selanjutnya akan digunakan sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan, demikian data yang didapatkan harus memenuhi syarat keabsahan data. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dalam menjaga keabsahan data pada penelitian kualitatif, salah satu cara untuk mengetahui keabsahan data dapat dilakukan dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi yang Penulis gunakan ialah Triangulasi Cara (Teknik) dan Triangulasi Sumber.

1. Triangulasi Teknik

Triangulasi Teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Teknik pengumpulan data yang Penulis gunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

2. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sumber data penulis adalah remaja (Narasumber), pengguna bot *leomatch* dan teman narasumber yang mengetahui atau menyarankan menggunakan bot *leomatch*. Teknis penjamin keabsahan data menggunakan triangulasi sumber ialah Penulis menyelidiki kebenaran data yang ditemukan penulis dari seorang narasumber melalui wawancara, observasi dan dokumentasi dengan mengumpulkan data melalui sumber yang berbeda, yakni pengguna bot *leomatch* dan teman narasumber yang mengetahui atau menyarankan menggunakan bot *leomatch*.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis hasil observasi, wawancara dan hasil lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya dalam temuan bagi orang lain. Hal ini mengandung beberapa pengertian bahwa dalam pelaksanaannya analisis data harus dilakukan sejak awal pengumpulan data di lapangan, hal ini perlu dilakukan secara intensif agar data di lapangan

terkumpul semuanya.⁴⁰ Teknik Analisis Data Kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikan, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan menemukan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Analisis Data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu bertolak dari hal-hal khusus kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing* atau *verification*.

1. Data *Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data adalah proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian atau pemfokusan semua jenis informasi yang mendukung data penelitian yang diperoleh dan dicatat selama proses penelitian data di lapangan. Pada dasarnya proses reduksi data merupakan Langkah analisis data kualitatif yang bertujuan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, memperjelas, dan membuat suatu fokus dengan membuang hal-hal yang kurang penting dan menyederhanakan hal-hal yang kurang penting. Sehingga narasi sajian dapat dipahami dengan baik, dan mengarah pada simpulan yang dapat dipertanggung jawabkan.⁴¹

⁴⁰ Nurdewi, *Implementasi Personal Branding Smart ASN Perwujudan Bangsa Melayani Di Provinsi Maluku Utara*, Jurnal Riset Ilmiah, Volume 2, 2022, 300-301

⁴¹ Rony Zulfirman, *Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di MAN 1 Medan*, Jurnal Penelitian Pendidikan dan Pengajaran, Volume 3, 2022, 150

2. *Data Display*

Setelah data direduksi maka hal yang selanjutnya yang akan dilakukan adalah mendisplay data. Menurut Sugiyono dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, *flowchart*, dan sejenisnya". Melalui penyajian data ini, maka data lebih terorganisasi, tersusun dalam pola yang saling berhubungan, sehingga akan lebih mudah untuk dipahami.⁴²

3. *Clonclustion Drawing* atau *Verification*

Penarikan kesimpulan dan verifikasi yaitu menyimpulkan apa-apa yang sudah diperoleh dari kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodean, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti, dan tuntutan sponsor. Penarikan kesimpulan, hanyalah sebagian dari suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Pembuktian kembali atau verifikasi dapat dilakukan untuk mencari pembenaran dan persetujuan, sehingga validitas dapat tercapai.⁴³

⁴² Sri Yunengsih, Syahrilfuddin, *The Analysis Of Giving Reward By The Teacher In Learning Mathematic Greade 5 Students Of SD Negeri 184 Pekanbaru*, Jurnal PAJAR (Pendidikan dan Pengajaran), Volume 4, 2020, 719

⁴³ Meria Ultra Gusteti, Sri Novia Martin, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Pengguna Media Prezi Pada Mata Kuliah Assessment Di SD*, Jurnal Riset Pendidikan Dasar dan Karakter, Volume 2, 2020, 12

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Bot *Leomatch* di Aplikasi Telegram

a. Sejarah dan Latar Belakang Bot *Leomatch*

Leomatch adalah sebuah bot yang dikembangkan untuk membantu pengguna Telegram dalam menemukan teman baru atau pasangan melalui percakapan secara anonim. Bot ini berfungsi sebagai alat perantara yang menghubungkan dua pengguna secara acak untuk saling bertukar pesan, sehingga pengguna dapat berbicara tanpa harus mengungkapkan identitas mereka secara langsung. Popularitas bot ini berkembang seiring dengan meningkatnya penggunaan aplikasi Telegram di kalangan mahasiswa. Bot *Leomatch* dibuat dengan tujuan untuk memberikan platform komunikasi yang aman dan interaktif, di mana pengguna dapat bertukar pesan dengan orang lain tanpa harus mengungkapkan informasi pribadi secara langsung. Hal ini membuat bot *Leomatch* populer, terutama di kalangan mahasiswa karena memberikan kebebasan dalam berkomunikasi tanpa rasa canggung atau takut dihakimi.

b. Fitur dan Fungsi Bot *Leomatch*

Bot *Leomatch* dilengkapi dengan beberapa fitur yang mempermudah penggunaannya dalam berinteraksi. Berikut ini adalah beberapa fitur utama dari bot *Leomatch*:

1) Fitur Pencarian Pasangan Acak

Pengguna dapat memulai percakapan dengan orang lain secara acak yang juga menggunakan bot ini. Mereka tidak mengetahui identitas pengguna lainnya kecuali mereka memutuskan untuk mengungkapkannya sendiri selama percakapan.

2) Fitur Pemutusan Percakapan

Jika pengguna merasa tidak nyaman dengan percakapan, mereka dapat menghentikan interaksi dengan cara memblokir atau menghapus semua pesan di kedua belah pihak.

3) Kebijakan Penggunaan yang Aman

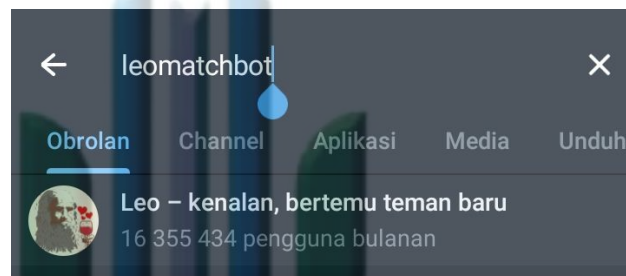
Leomatch menerapkan kebijakan penggunaan yang bertujuan untuk menjaga keamanan penggunanya, seperti melarang konten yang bersifat SARA, mengungkapkan, atau tindakan yang melanggar hukum. Pengguna yang melanggar kebijakan tersebut dapat dilaporkan dan dibatasi untuk bertukar pesan kepada sesama pengguna.

c. Cara Kerja Bot *Leomatch*

Cara kerja menggunakan bot *Leomatch*, pengguna perlu terlebih dahulu menambahkannya ke daftar kontak di Telegram. Setelah itu, pengguna dapat berinteraksi dengan bot melalui perintah teks yang telah ditentukan. Berikut adalah langkah-langkah penggunaan bot *Leomatch*:

1) Mengakses Bot *Leomatch*

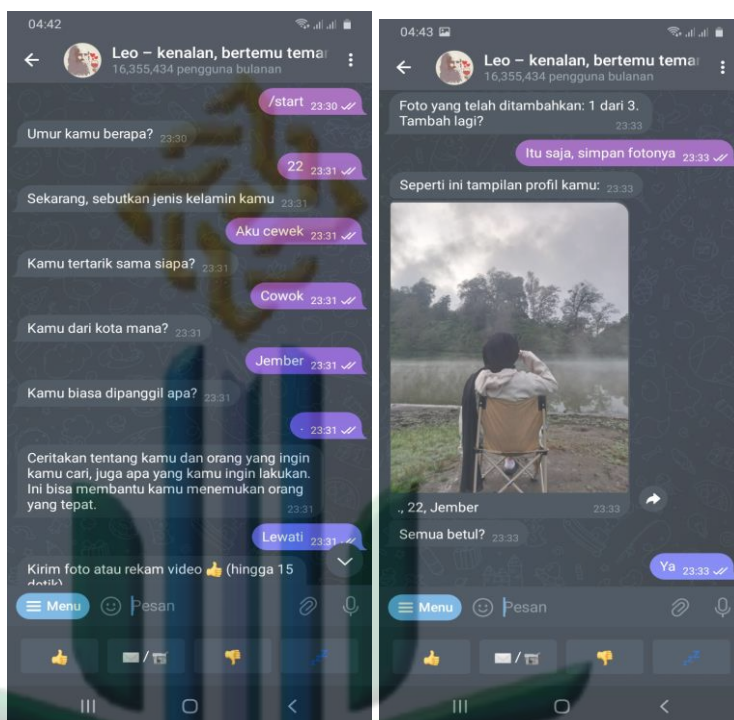
Pengguna pertama-tama harus mencari bot *Leomatch* di aplikasi Telegram dengan mengetikkan nama bot di kolom pencarian.



2) Mendaftar Akun

Setelah bot ditemukan dan ditambahkan, pengguna dapat memulai percakapan dengan mengirimkan perintah seperti `"/start"` untuk mendaftar akun untuk menemukan pengguna lain yang cocok dengan kriteria kita.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



3) Berinteraksi dalam Percakapan

Setelah selesai membuat akun, mereka memilih atau menemukan pengguna lain menyukai. Jika sama-sama menyukai akan muncul username biru, lalu klik agar bisa saling menerima pesan. Identitas masing-masing pengguna tetap anonim hingga mereka memilih JEMBER untuk mengungkapkan informasi pribadi.



d. Penggunaan Bot *Leomatch* di Kalangan Mahasiswa

Bot *Leomatch* cukup populer di kalangan mahasiswa karena memberikan cara yang mudah dan praktis untuk berinteraksi dengan teman baru tanpa harus bertemu secara langsung, khususnya di kalangan mahasiswa program Komunikasi dan Penyuaran Islam (KPI) di UIN KHAS Jember, bot ini sering digunakan sebagai sarana komunikasi ringan di waktu senggang. Selain itu, platform ini memungkinkan pengguna untuk berbicara mengenai berbagai topik, baik yang bersifat akademis maupun non-akademis. Namun, meskipun memberikan kebebasan dalam berkomunikasi, penggunaan bot *Leomatch* juga menimbulkan tantangan tersendiri, terutama terkait isu-isu privasi dan keamanan.

Beberapa pengguna mungkin menyalahgunakan anonimitas yang disediakan oleh bot untuk tujuan yang tidak etis, seperti

menyebarkan konten negatif atau melakukan pengungkapan. Masa remaja adalah tahap perkembangan manusia yang ditandai dengan perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, yang belum dialami pada masa kanak-kanak. Perubahan ini terjadi dalam aspek fisik, psikologis, dan sosial. Pada aspek fisik, perkembangan terjadi pada otak, terutama bagian frontal lobe yang mengontrol perilaku, meskipun belum berfungsi sepenuhnya. Bagian ini memengaruhi kemampuan berpikir kritis remaja, termasuk memikirkan konsekuensi dari tindakan tertentu. Selain perkembangan otak, terdapat perubahan fisik lainnya, seperti munculnya karakteristik seksual sekunder, yang berbeda antara remaja laki-laki dan perempuan. Perubahan ini dikenal sebagai pubertas.

Pada aspek psikologis, perubahan suasana hati remaja dalam merespons perubahan fisik sekunder dapat menghasilkan kondisi psikologis yang positif atau negatif. Jika responnya berupa penerimaan, remaja akan mengalami peningkatan kepercayaan diri, sedangkan penolakan dapat menyebabkan rendah diri. Kepercayaan diri pada remaja sering kali diperoleh melalui pengakuan dari orang lain, menunjukkan adanya kebutuhan psikologis akan rasa penghargaan. Aspek sosial berkembang dengan meningkatnya ketertarikan pada lawan jenis, yang memunculkan kebutuhan untuk membangun hubungan dan interaksi dengan mereka. Hal ini sesuai dengan tugas perkembangan remaja, yaitu membangun ikatan sosial yang baik dengan lawan jenis pada usia 11-17 tahun. Namun, karena

otak remaja belum sepenuhnya matang dalam mengontrol perilaku, sementara kebutuhan psikologis dan sosial yang harus dipenuhi semakin mendesak, remaja menjadi rentan terhadap masalah perilaku, seperti kenakalan remaja. Remaja dapat melakukan berbagai tindakan untuk memenuhi kebutuhan akan penghargaan, pengakuan, dan interaksi dengan lawan jenis, yang bisa menjebak mereka dalam masalah perilaku seperti konsumsi narkoba, kecanduan alkohol, atau masalah sosial yang berkaitan dengan perilaku seksual, seperti prostitusi. Masalah perilaku seksual remaja menjadi perhatian khusus karena jenisnya yang semakin beragam dan berkembang seiring dengan perubahan dalam tatanan kehidupan.⁴⁴

2. Gambaran Umum Pengguna Bot *Leomatch* di Aplikasi Telegram

a. Deskripsi Pengguna Bot *Leomatch*

Bot *Leomatch* adalah sebuah bot di aplikasi Telegram yang berfungsi sebagai platform perjodohan secara anonim, di mana pengguna dapat berkomunikasi dengan pengguna lain tanpa mengetahui identitas asli lawan bicaranya. Fitur-fitur yang disediakan oleh bot ini memungkinkan penggunanya untuk mencari teman, bertukar pesan, dan bahkan terlibat dalam percakapan yang lebih pribadi, tergantung pada preferensi dan interaksi masing-masing pengguna. Bot ini memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mencari teman baru atau pasangan dengan menyediakan antarmuka

⁴⁴ Firda Dwi Anjani, Santoso Tri Raharjo, Muhammad Fedryansah, Faktor Individu dan Lingkungan Sosial Sebagai Penyebab Perilaku Sexting di Kalangan Remaja, *Social Work Jurnal*, Volume 12, 2022, 13-14

yang sederhana dan interaktif. *Leomatch* menghubungkan pengguna berdasarkan kriteria yang telah diatur sebelumnya, seperti umur, minat, dan lokasi, meskipun identitas asli pengguna tetap tersembunyi.

b. Karakteristik Umum Pengguna *Leomatch*

Pengguna bot *Leomatch* di aplikasi Telegram memiliki berbagai latar belakang, tetapi secara umum dapat diidentifikasi berdasarkan beberapa karakteristik utama berikut:

1) Usia

Mayoritas pengguna *Leomatch* berada pada rentang usia antara 22 hingga 23 tahun. Pengguna bot ini, khususnya mahasiswa program Komunikasi dan Penyusunan Islam (KPI) di UIN KHAS Jember angkatan 2020, cenderung menggunakan *Leomatch* sebagai sarana untuk berinteraksi dengan teman sebaya. Usia yang relatif

muda ini mendukung karakteristik pengguna yang cenderung aktif dalam menggunakan teknologi dan media sosial untuk berkomunikasi.

2) Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh, pengguna bot *Leomatch* terdiri dari berbagai jenis kelamin, dengan perbandingan yang relatif seimbang antara laki-laki dan perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa bot ini menarik minat kedua kelompok gender untuk berinteraksi secara spesifik.

3) Motivasi Pengguna

Motivasi utama pengguna dalam menggunakan bot *Leomatch* adalah untuk mencari kenalan baru, memperluas jejaring sosial, dan dalam beberapa kasus, untuk menjalin hubungan yang lebih pribadi. Bagi sebagian pengguna, platform ini juga digunakan sebagai cara untuk mengatasi rasa kesepian, karena bot ini memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam percakapan yang santai dan tanpa tekanan.

4) Frekuensi Penggunaan

Pengguna Bot *Leomatch* di Telegram memiliki tingkat aktivitas yang beragam. Beberapa pengguna aktif berinteraksi hampir setiap hari, sementara yang lain hanya sesekali menggunakan bot ini untuk sekadar mencoba atau mengikuti tren. Frekuensi penggunaan seringkali dipengaruhi oleh motivasi awal

pengguna dan pengalaman yang mereka peroleh saat menggunakan bot.

c. Pola Interaksi Pengguna Bot *Leomatch*

Di era yang serba digital saat ini semakin marak dengan kemunculan dari media sosial seperti *Linkedin Facebook, Instagram, , Pinterest*, dan sebagainya. Jika dilihat dari sisi fungsinya pun juga cukup beragam, misalkan *Linkedin* yang biasa digunakan penggunanya lebih ke kalangan profesional dan karir, *Pinterest* yang banyak digunakan untuk mencari referensi gambar, *Instagram* untuk berbagi foto-foto, video, dan *Facebook* sebagai media yang dapat

memudahkan seseorang dalam berkomunikasi satu sama lain. Namun selain dari fungsi utama dari masing-masing media sosial ini, seringkali media sosial digunakan oleh penggunanya untuk mencari pasangan melalui dunia maya (*virtual*) atau yang lebih dikenal fungsinya sebagai aplikasi kencan online.

Maka dari itu sejak tahun 2013 banyak bermunculan media sosial baru yang memfokuskan fungsinya untuk kencan online salah satunya yaitu Telegram yang didalamnya terdapat beberapa fitur salah satunya yaitu Bot *Leomatch* untuk mencari pasangan atau mencari teman baru. Hal ini didukung oleh Direktur Klinis Kesehatan Mental di Bupa UK yaitu Pablo Vandenabeele yang mengatakan bahwa banyak dampak negatif dari aplikasi kencan apabila tidak digunakan dengan cara yang benar dan sehat. Walaupun banyak dampak negatif ketika menggunakan aplikasi kencan online, ada juga beberapa dampak yang bersifat positif terhadap para penggunanya. Bagi orang-orang yang memiliki sifat pemalu dan canggung ketika mereka harus bertatap muka dengan orang yang mereka sukai, melakukan perkenalan diri dan kencan online dapat membantu untuk mengatasi rasa canggung tersebut. Mereka yang memiliki kepribadian pemalu insecure dapat merasa berani dan lebih percaya diri ketika mereka berkomunikasi melalui *chat room*. Oleh karena itu ada nya aplikasi kencan online dapat dimanfaatkan bagi mereka yang cenderung sulit untuk berkenalan dan berkomunikasi secara tatap muka, hal ini

disesuaikan dengan cara kerja dari aplikasi Telegram salah satu nya pada fitur Bot *Leomatch*.⁴⁵

Pola interaksi pengguna di *Leomatch* mencerminkan berbagai cara komunikasi yang berani di era digital. Berikut adalah beberapa pola yang dapat diidentifikasi:

1) Anonimitas dan Kepercayaan

Salah satu aspek penting dari interaksi di *Leomatch* adalah anonimitas. Pengguna tidak perlu mengungkapkan identitas asli mereka, yang seringkali memberikan rasa nyaman untuk berbicara secara bebas. Namun, anonimitas ini juga bisa menimbulkan tantangan dalam membangun kepercayaan antar pengguna. Beberapa pengguna merasa lebih percaya diri dalam mengungkapkan pendapat atau perasaan mereka, sementara yang lain tetap berhati-hati dalam memberikan informasi pribadi.

2) Durasi Percakapan

Durasi percakapan di *Leomatch* bervariasi tergantung pada tingkat kesesuaian antara dua pengguna yang terhubung. Ada yang hanya melakukan percakapan singkat, sementara sebagian lainnya mungkin terlibat dalam percakapan panjang yang berkelanjutan selama beberapa hari atau minggu.

3) Topik Pembicaraan

⁴⁵ Anziela Paramitha, Steven Tanuwijaya, Susilowati Natakoesoemah, Analisis Motif dan Dampak Penggunaan Aplikasi Tinder Berbayar, Volume 5, Jurnal Komunikasi dan Kajian Media, 2021, 189⁹

Topik pembicaraan di bot ini sangat beragam, mulai dari hal-hal ringan seperti hobi dan minat, hingga topik yang lebih serius seperti kehidupan pribadi atau masalah akademik. Namun, dengan adanya fitur anonim, beberapa pengguna mungkin merasa terdorong untuk membicarakan hal-hal yang lebih sensitif, seperti percintaan atau bahkan isu-isu seksual, yang pada akhirnya bisa melibatkan fenomena sexting.

B. Penyajian Data dan Analisis

1. Proses *Sexting* yang dilakukan pada Mahasiswa KPI Tahun 2020 di Bot *Leomatch* Telegram

a. Penyajian Data

Data dikumpulkan melalui observasi interaksi dalam grup dan wawancara dengan partisipan, serta analisis log percakapan di Bot

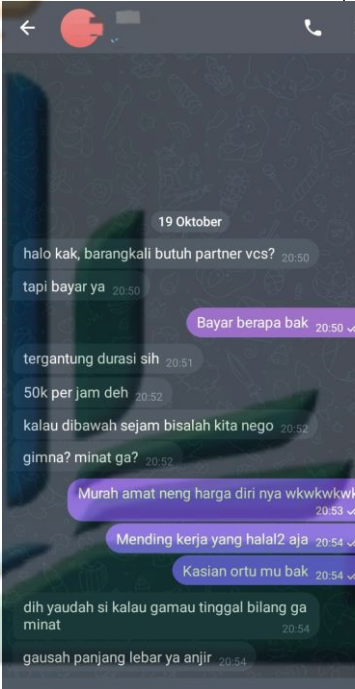

Leomatch pada Telegram. Berikut adalah beberapa data yang berhasil

diperoleh:



KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Tabel 4. 1
Jenis Sexting yang ada di Bot *Leomatch*

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Fase percakapan	Jenis <i>Sexting</i>	Frekuensi Percakapan	Durasi Aktif
1.	NK	P	23	Dalam proses <i>sexting</i> tersebut dimulai di tengah percakapan, yang mana si pengguna tersebut mengirim video yang tidak senonoh.		Percakapan atau mendapatkan perilaku <i>sexting</i> si pelaku 4 kali dalam seminggu	Menggunakan Bot <i>Leomatch</i> dalam 1 tahun.
2.	NL	P	23	Dalam proses <i>sexting</i> tersebut di mulai pertengahan percakapan, yang mana si pelaku mengirim kata-kata yang tidak pantas.		Percakapan atau mendapatkan perilaku <i>sexting</i> si pelaku 5 kali dalam seminggu.	Menggunakan Bot <i>Leomatch</i> selama 6 bulan.
3.	KH	P	22	Dalam proses <i>sexting</i> tersebut dimulai ditengah percakapan, yang mana si pelaku mengirim		Percakapan atau mendapatkan perilaku <i>sexting</i> si pelaku 3 kali dalam seminggu.	Menggunakan Bot <i>Leomatch</i> selama 1 tahun.

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Fase percakapan	Jenis <i>Sexting</i>	Frekuensi Percakapan	Durasi Aktif
				<i>voice note</i> dan stiker yang tidak senonoh.			
4.	MF	L	23	Dalam proses <i>sexting</i> tersebut dimulai awal percakapan, yang mana si pelaku mengajak atau butuh partner vcs.		Percakapan atau mendapatkan perilaku <i>sexting</i> si pelaku 2 kali dalam seminggu.	Menggunakan Bot <i>Leomatch</i> selama 3 bulan.
5.	RL	L	23	Dalam proses <i>sexting</i> tersebut dimulai awal percakapan, yang mana si pelaku mengajak fwb singkatan dari <i>friends with benefits</i> yang berarti hubungan pertemanan yang melibatkan keintiman		Percakapan atau mendapatkan perilaku <i>sexting</i> si pelaku 3 kali dalam seminggu	Menggunakan Bot <i>Leomatch</i> selama 5 bulan

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Fase percakapan	Jenis <i>Sexting</i>	Frekuensi Percakapan	Durasi Aktif
				fisik atau seksual, tetapi tanpa komitmen untuk melanjutkan hubungan ke jenjang pacaran atau menikah			
6.	FN	L	23	Dalam proses <i>sexting</i> tersebut dimulai di akhir percakapan, yang mana si pelaku mengajak dan mengirim stiker yang tidak senonoh.		Percakapan atau mendapatkan perilaku <i>sexting</i> si pelaku 1 kali dalam seminggu	Menggunakan Bot <i>Leomatch</i> selama 2 minggu.
7.	DA	P	22	Dalam proses <i>sexting</i> tersebut dimulai ditengah percakapan, yang mana si pelaku mengirim stiker yang tidak senonoh.		Percakapan atau mendapatkan perilaku <i>sexting</i> si pelaku 5 kali dalam seminggu	Menggunakan Bot <i>Leomatch</i> selama 1,5 tahun.
8.	FI	P	22	Dalam proses <i>sexting</i> tersebut		Percakapan atau mendapatkan	Menggunakan Bot

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Fase percakapan	Jenis <i>Sexting</i>	Frekuensi Percakapan	Durasi Aktif
				dimulai diawal percakapan, yang mana si pelaku mengajak <i>fwb</i> singkatan dari <i>friends with benefits</i> yang berarti hubungan pertemanan yang melibatkan keintiman fisik atau seksual, tetapi tanpa komitmen untuk melanjutkan hubungan ke jenjang pacaran atau menikah.		n perilaku <i>sexting</i> si pelaku 4 kali dalam seminggu	<i>Leomatch</i> selama 1 tahun
9.	MP	L	23	Dalam proses <i>sexting</i> tersebut dimulai di tengah percakapan, yang mana si pelaku mengajak <i>vcs</i> atau <i>video call sex</i> .		Percakapan atau mendapatkan perilaku <i>sexting</i> si pelaku 2 kali dalam seminggu	Menggunakan Bot <i>Leomatch</i> selama 2 bulan

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Fase percakapan	Jenis <i>Sexting</i>	Frekuensi Percakapan	Durasi Aktif
10.	HQ	L	23	Dalam proses <i>sexting</i> tersebut dimulai diawal percakapan, yang mana si pelaku mengirim foto vulgar kepada korban.		Percakapan atau mendapatkan perilaku <i>sexting</i> si pelaku 1 kali dalam seminggu	Menggunakan Bot <i>Leomatch</i> selama 3 minggu

b. Proses *Sexting* di Bot *Leomatch*

Bot *Leomatch* berfungsi sebagai media yang mempertemukan pengguna berdasarkan preferensi anonim. Dalam hal ini, para siswa cenderung merasa nyaman untuk mengekspresikan diri secara bebas tanpa takut teridentifikasi. Berdasarkan data yang dikumpulkan, proses

sexting dapat dibagi menjadi beberapa tahap:

1) Tahap Awal

Pada tahap ini, interaksi dimulai dengan percakapan ringan atau topik umum. Pengguna mulai saling menggoda dengan teks sugestif. Misalnya, partisipan dengan inisial "DA" dan "YD" sering memulai percakapan dengan menggunakan bahasa yang ambigu, namun mengarah pada seksualitas. Tahap ini umumnya terjadi pada minggu pertama hingga minggu kedua sejak mulai menggunakan Bot *Leomatch*. Di sini, partisipan biasanya masih berada dalam fase pengenalan dan berinteraksi dengan cara yang ringan. Mereka memulai dengan percakapan biasa, menguji

respons, dan secara bertahap mulai menunjukkan ketertarikan dengan memberikan pujian atau hinaan secara halus.

2) Tahap Tengah

Pada tahap ini, percakapan mulai menjadi lebih eksplisit. Konten yang diedarkan bisa berupa foto, suara, bahkan video dengan konteks seksual yang jelas. Partisipan "FI" dan "TR" secara bertahap menampilkan perubahan dari sekadar percakapan teks menjadi berbagi foto pribadi dengan pesan seksual eksplisit. Tahap ini cenderung terjadi pada minggu ketiga hingga minggu keempat .

Pada fase ini, percakapan menjadi lebih berani, dan partisipan mulai mengirimkan pesan yang lebih eksplisit atau sugestif. Pengguna yang merasa nyaman mulai berbagi foto pribadi atau teks dengan nada yang jelas mengarah pada ketertarikan seksual.

Pada tahap ini, hubungan antar pengguna Bot Leomatch mulai terbentuk dan intensitas komunikasi meningkat.

3) Tahap Akhir (Full Sexting)

Pada tahap ini, percakapan mencapai puncaknya dengan berbagi konten yang lebih eksplisit seperti video dan konten yang lebih provokatif. "NK" salah menjadi satu contoh di mana ia secara aktif berbagi video dengan nada seksi yang sangat eksplisit. Tahap akhir biasanya terjadi pada bulan kedua atau lebih , tergantung pada intensitas dan kenyamanan antar partisipan. Di sini, mereka yang sudah merasa cukup dekat mulai berbagi konten seksual yang

lebih eksplisit, seperti video atau pesan yang mengandung fantasi. Beberapa pengguna mungkin mulai merencanakan interaksi di luar aplikasi.

c. Analisis Proses *Sexting*

Teknologi yang digunakan dalam sosial media ialah teknologi berbasis web yang membuat perubahan dari komunikasi menjadi dialog interaktif dengan penggunanya dapat dengan mudah untuk berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial. Telegram dirancang untuk memudahkan pengguna saling bertukar teks, audio, video, gambar, dan sticker dengan aman. Berdasarkan hasil wawancara, 10 informan mahasiswa UIN KHAS Jember Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 menggunakan aplikasi Telegram bukan hanya untuk berkomunikasi, melainkan untuk menggunakan fitur yang ada, salah satunya yaitu fitur Bot *Leomatch*.

Telegram menjadi salah satu media sosial yang menjadi aktivitas tambahan mahasiswa UIN KHAS Jember dalam bermedia sosial khususnya dalam berkomunikasi dan menggunakan fitur Bot *Leomatch* untuk mengisi kekosongan hari mereka. Media sosial saat ini menjadi salah satu faktor yang dapat membuat individu bersikap di dalam masyarakat. Peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada para informan terkait kesehariannya sebagai mahasiswa dan bagaimana mereka menggunakan media sosial khususnya telegram. Faktor

mahasiswa menggunakan Bot *Leomatch* di Aplikasi Telegram di antaranya:

1) Pengguna Dapat Merahasiakan Identitasnya

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa salah satu keunggulan dalam menggunakan fitur ini ialah pengguna bebas merahasiakan identitasnya kepada lawan bicaranya, karena hal ini juga disampaikan oleh dua informan yang telah peneliti wawancarai, pada wawancara tersebut informan pertama dengan inisial NK mengatakan,

"Saya menggunakan telegram awalnya karena saya jenuh dengan aktifitas saya yang begitu-begitu saja, setelah saya mengetahui bahwa Telegram terdapat fitur Bot *Leomatch* saya langsung mencoba menggunakan fitur tersebut. Lalu setelah sekali saya mencoba ternyata asik juga karena saya ga perlu repot-repot buat kenalan jadi bisa langsung masuk ke topik pembahasan. Meskipun emang ga nyebutin identitas nama, tapi kadang ada aja yang memulai topik pembicaraan dengan menanyakan usia dan tempat tinggal terlebih dahulu, dan hal itu menurut saya wajar saja selagi ga menyebutkan nama asli saya."⁴⁶

Dari penuturan informan tersebut maka telegram membantu beliau menghilangkan rasa jenuh karena saat ini aktivitas NK proses mengerjakan skripsi, selebihnya beliau berdiam diri di rumah dan akhirnya menggunakan Bot *Leomatch* pada Telegram ini untuk membantu dalam menghilangkan kejenuhan, alasan beliau menggunakan fitur telegram tersebut dibanding dengan sosial media lainnya ialah karena fitur tersebut tidak perlu

⁴⁶ NK, diwawancarai oleh penulis, Jember, 20 Juli 2024

memberikan identitasnya kepada lawan bicaranya jadi NK merasa ia tidak perlu canggung dalam memulai obrolan dan juga NK merasa akan lebih nyaman ketika berinteraksi dengan anonym karena lawan bicaranya tidak mengetahui identitasnya sehingga kecil kemungkinan untuk lawan bicaranya membocorkan topik pembicaraan mereka.

Selain itu faktor ini juga dirasakan oleh informan berinisial NL, NL mengatakan,

"Saya lebih suka fitur ini buat ngobrol dibanding media sosial lain karena pastinya saya gaperlu repot-repot kenalan, nyebutin nama dan sebagainya. Jadii kadang saya suka langsung masuk ke topik obrolan-obrolan random aja kaya tucker pikiran tentang suatu hal atau cuma sekedar basa basi aja."⁴⁷

Dapat disimpulkan bahwa adanya keunggulan dalam fitur ini

ialah dapat merahasiakan identitas pengguna menjadi salah satu faktor utama untuk menggunakan fitur tersebut karena mereka merasa lebih mudah untuk langsung masuk kepada pembahasan obrolan dan bertindak seperti teman.

2) Mendapatkan Teman Baru dan Memperoleh Informasi

Faktor tersebut menjadi alasan informan kedua berinisial

NL. Pada wawancara yang dilakukan, NL mengatakan,

"Saya sebenarnya orangnya cukup tertutup dalam berinteraksi ataupun bergaul dengan orang lain. Teman saya selama di perkuliahan juga dapat dihitung dengan jari. Jadi setelah saya kuliah saya langsung main sosial media agar tidak jenuh. Tetapi ternyata hal itu tidak bertahan lama, saya

⁴⁷ NL, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Juli 2024

bosan menggunakan media sosial yang sama berulang kali. Saya cerita keteman saya akan hal itu, dan salah satu dari teman saya menyarankan agar saya coba menggunakan fitur bot Leomatch di Telegram karena dari fitur itu bisa ngobrol seru dengan orang lain tanpa harus menyebutkan nama asli trus juga kata teman saya besar kemungkinan saya bisa mendapatkan pacar atau teman baru dengan menggunakan fitur tersebut. Sebenarnya saya juga telah menggunakan Telegram dari lama tetapi hanya saya gunakan untuk menonton film. Akhirnya Teman saya mengajarkan kepada saya cara menggunakan fitur tersebut setelah saya coba saya suka dan selalu saya gunakan hampir setiap harinya."⁴⁸

Dengan demikian informan tersebut biasanya menggunakan Telegram untuk berbagai macam kegiatan seperti menonton film. NL menggunakan fitur tersebut pada awalnya beliau hanya iseng karena dapat informasi dari temannya terkait fitur telegram yang mampu berinteraksi tanpa harus memberitahukan identitasnya, akhirnya informan pun mencoba fitur tersebut sampai akhirnya digunakan sampai saat ini. Alasan NL tertarik mencoba fitur tersebut selain dapat menyembunyikan identitas ialah karena NL sosok individu yang sulit untuk berinteraksi dengan orang lain, NL termasuk sosok individu yang pendiam dan jarang berkomunikasi dengan orang. Dengan menggunakan fitur tersebut KH berharap mendapatkan teman baru tanpa harus menguras energi terlalu banyak harus keluar rumah ataupun banyak berbicara banyak ia hanya memanfaatkan gadget dan internet untuk dapat memulai komunikasi dengan orang.

⁴⁸ NL, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Juli 2024

3) Sebagai Penghilang Rasa Jenuh

Jika kedua informan diatas mempunyai alasan menggunakan fitur bot *Leomatch* karena kurangnya kegiatan dan pribadi yang cenderung tertutup. Berbeda dengan informan berinisial KH ini. KH aktif dalam organisasi kampus, keseharian KH tidak lain ialah bertemu dan berinteraksi dengan orang-orang di sekelilingnya. Maka dengan itu peneliti tertarik untuk mewawancarai KH dan informan tersebut. mengatakan,

"Saya sebenarnya menggunakan fitur itu cuma pas saya bosan doang kalo lagi ga ada kegiatan di kampus, soalnya kalo main media sosial lain biasa aja ga ada hal baru yang saya temuin kalo berinteraksi sama orang lain. Jadi saya pake fitur ini ga setiap hari. Saya lebih suka fitur ini buat ngobrol dibanding media sosial lain karena pastinya saya gaperlu repot-repot kenalan, nyebutin nama dan sebagainya. Jadii kadang saya suka langsung masuk ke topik obrolan-obrolan random aja kaya tuker pikiran tentang suatu hal atau cuma sekedar basa basi aja."⁴⁹

Dengan demikian dapat diartikan KH menggunakan fitur bot *Leomatch*. ketika KH bosan dengan kegiatan diluar dan akhirnya menggunakan fitur tersebut sebagai teman interaksi lainnya. Jadi KH tidak menggunakan fitur Telegram tersebut sebagai rutinitas KH dan tujuan KH menggunakan fitur tersebut ialah untuk sekedar mencari hiburan ataupun bercerita.

⁴⁹ KH, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Juli 2024

2. Bentuk *Sexting* yang ada di Bot *Leomatch* Telegram Mahasiswa KPI Angkatan 2020

a. Penyajian Data

Pada bab ini, data yang telah dikumpulkan melalui observasi dan wawancara, disajikan untuk memahami fenomena *sexting* di kalangan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2020 UIN KHAS Jember. Data ini fokus pada penggunaan bot *Leomatch* di aplikasi Telegram, yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara anonim, membuka peluang terjadinya *sexting* di antara mahasiswa.

1) Hasil Observasi

Berdasarkan observasi yang dilakukan terhadap percakapan di bot *Leomatch*, ditemukan berbagai pola komunikasi yang dapat dikategorikan sebagai *sexting*. Bentuk-bentuk *sexting* tersebut

dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

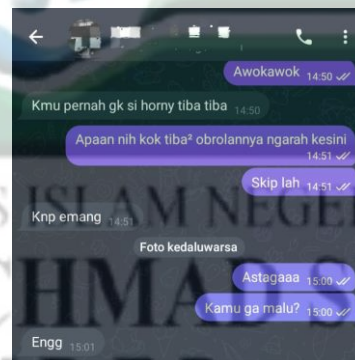
a) *Sexting* Verbal Langsung

Pengguna secara eksplisit mengirimkan pesan yang berisi ajakan atau rayuan seksual. Pesan-pesan ini sering kali dimulai dengan pertanyaan-pertanyaan umum, tetapi kemudian dengan cepat berubah menjadi diskusi yang berfokus pada hal-hal yang bersifat seksual.



b) *Sexting* Tersirat atau Sugestif

Pesan yang tidak secara langsung mengandung konten seksual, tetapi menggunakan bahasa yang ambigu atau sugestif untuk memancing balasan yang bersifat seksual.



c) Pertukaran Foto atau Media

Beberapa pengguna meminta atau mengirim gambar atau video yang bersifat seksual, meskipun tidak selalu secara langsung. Pertukaran media ini sering diawali dengan obrolan santai sebelum beralih ke konten eksplisit.



d) *Roleplay* Seksual

Bentuk *sexting* di mana pengguna memainkan skenario tertentu melalui teks, berfantasi atau berperan dalam percakapan yang mengandung unsur seksual. Bentuk ini biasanya terjadi ketika kedua belah pihak sama-sama setuju untuk terlibat dalam peran tertentu.



b. Analisis Data

Berdasarkan data yang telah disajikan, terdapat beberapa poin penting yang dapat dianalisis terkait fenomena *sexting* di bot *Leomatch*.

1) Proses *Sexting* Menggunakan Bot *Leomatch* di Aplikasi Telegram

Proses *sexting* yang dirasakan mahasiswa KPI angkatan 2020 UIN KHAS Jember dalam menggunakan bot *leomatch* Telegram. Berbagai alasan serta tujuan mahasiswa KPI angkatan 2020 UIN KHAS Jember dalam menggunakan *bot Leomatch* telegram tidak menutup kemungkinan mereka merasakan dampak yang sama dengan pengguna lainnya terhadap lawan bicaranya pada bot tersebut. Berikut beberapa proses *sexting* yang terjadi dikalangan mahasiswa KPI angkatan 2020:

a) Mendapatkan Perilaku Menyimpang

Seperti yang dikatakan oleh NK dari hasil wawancara kami,

"Sebenarnya setelah saya mulai menggunakan fitur ini, saya langsung mendapatkan orang yang berperilaku tidak baik yaitu perkataan kasar dan mengirim stiker yang tidak senonoh, dan saya langsung melaporkan akun tersebut. Beberapa kali saya berkenalan dengan orang banyak dan dari situ saya memiliki teman baru yang saya kenal identitasnya. Sampai pada akhirnya saya berkomunikasi lebih jauh dengan satu laki-laki, dia berhasil membuat saya nyaman ketika chatten dan kami memutuskan untuk bertemu langsung agar lebih dekat. Setelah pertemuan itu saya berkomunikasi terus dengan dia sampai akhirnya saya pacaran dengan dia. Tetapi setelah pertemuan untuk

kedua kalinya saya dengan dia, ternyata dia membawa saya ke tempat yang saya tidak tau dan untungnya saya bisa memanipulasi dia, karena pas itu saya langsung menghubungi teman dekat untuk menjemput saya tanpa pengetahuan dia. Setelah itu saya tidak lagi menggunakan fitur tersebut."⁵⁰

Dampak terbesar dari infoman tersebut ialah terjadinya perlakuan yang tidak diinginkan yaitu dibawa ke tempat yang dimana NK tidak tahu dan NK tidak lagi menggunakan fitur tersebut. Hal ini dapat diartikan bahwa tindakan seseorang dapat mengubah perilaku individu lain. Tidak hanya informan sebelumnya yang mengalami pelecehan verbal ketika menggunakan fitur Bot Leomatch tersebut, tetapi hal ini juga dirasakan oleh NL mengatakan,

"Kalau soal dampak, saya sering kali dapat orang yang mengarah pada obrolan pelecehan verbal jadi untungnya bisa langsung blokir dan laporkan akun."⁵¹

Jika dilihat dari pembicaraan infroman, selain terdapat dampak negatif seperti yang di rasakan pada informan sebelumnya yaitu adanya pengguna yang melakukan pelecehan verbal kepada informan sehingga membuat NL mengganti individu lain untuk menjadi lawan bicanya. Tidak berbeda jauh dengan dua informan diatas, KH juga pasti merasakan dampak dari penggunaan fitur ini. KH mengatakan bahwa,

"Saya sudah tahu dari lama bahwa fitur ini pasti digunakan oleh oknum- oknum jahat untuk memenuhi

⁵⁰ NK, diwawancarai oleh penulis, Jember, 20 Juli 2024

⁵¹ NL, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Juli 2024

nafsunya. Karena saya beberapa kali menemukan orang-orang yang dengan sengaja menggunakan fitur ini untuk berinteraksi ke arah seksual baik itu minta foto diri kita, ataupun menyuruh kita untuk mengirimkan voice note yang macam-macam. Tetapi sebenarnya balik lagi ke diri kita sendiri, apakah bijak dalam menanggapi orang-orang seperti itu."⁵²

Dari penuturan informan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat dampak negatif yang terjadi dalam fitur tersebut yaitu terdapatnya perilaku menyimpang yang ditemui oleh para informan baik itu berupa pelecehan verbal, ataupun tindakan yang mengarah pada kejahatan seksual barang yang tentunya merugikan para pengguna lainnya yang awalnya hanya ingin menggunakan fitur tersebut untuk mencari teman interaksi yang baru.

Selain itu, fitur Bot Leomatch juga memiliki dampak positif bagi para pengguna.

b) Mendapatkan Teman Baru

Dampak ini mejadi hal umum yang dirasakan para informan yang telah di wawancara oleh peneliti. Pada wawancara dengan informan pertama berinisial MF mengatakan,

"Sebelum saya mengalami kejadian tersebut, beberapa kali saya mengobrol dengan pengguan lain dengan baik. Karena beberapa dari mereka sering membagi pengalaman atau ceritanya kepada saya, dan sayapun sebaliknya ke mereka. Setelah itu sering kali saya bertukar pesan untuk sebagai teman mengobrol lebih

⁵² KH, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Juli 2024

dekat dan saya juga saling bertukar username media sosial lainnya, tentu itu menjadi salah satu dampak positif yang saya alami. Dengan mendapatkan teman baru saya perlahan membuka diri saya untuk berinteraksi dengan orang lain."⁵³

Bukan hanya MF saja yang merasakan dampak positif mendapatkan teman baru tetapi hal ini juga dirasakan oleh informan kedua berinisial RL

"Tapi kalau dilihat dari sisi baiknya, fitur ini bisa nambah teman buat kita, karena dengan fitur tersebut kan orangnya random ya. Jadi bisa nambah relasi teman kita di luar kota."⁵⁴

Dapat disimpulkan bahwa dampak positif yang dirasakan oleh para informan ialah mereka mendapatkan teman baru serta suasana baru untuk berinteraksi dengan pengguna lain tanpa harus berkenalan terlebih dahulu.

c) Tempat Untuk Berbagi Pengalaman dan Bertukar Cerita

Dampak positif selanjutnya yang dirasakan oleh informan ialah mereka merasakan dengan fitur tersebut mereka sering kali berbagi cerita dan pengalaman. Hal ini dirasakan oleh dua informan. Informan berinisial FN mengatakan bahwa,

"Saya sering bertukar pendapat mengenai hal apapun dengan lawan bicara saya, karena saya orang yang tertutup saya kadang cerita ke beberapa lawan bicara saya dan mereka menyarankan untuk coba berinteraksi secara langsung karena saya akan lebih merasakan mempunyai teman yang nyata dan juga dapat berkomunikasi langsung. Akhirnya karena sering bertukar pendapat seperti itu, saya mencoba melakukan hal yang sudah di

⁵³ MF, diwawancarai oleh penulis, Jember, 21 Juli 2024

⁵⁴ RL, diwawancarai oleh penulis, Jember, 17 Juli 2024

sarankan mereka dan ternyata hasilnya baik, saya jadi suka ngobrol dengan teman-teman saya meskipun ga banyak tapi setidaknya itu membuat saya lebih percaya diri untuk berinteraksi dengan orang lain."⁵⁵

Selain informan diatas, informan lainnya yaitu DA juga merasakan hal yang sama, DA mengatakan,

"Karena jika selain dampak negatif seperti tadi, saya juga merasakan dampak positif yaitu saya sering kali bertemu lawan bicara yang ternyata sama dengan saya yaitu seorang mahasiswa, maka kami banyak berbincang dan bertukar pendapat seputar perkuliahan, organisasi ataupun lainnya yang membuat diri saya terbuka akan suatu hal yang tidak boleh melihat dari satu sudut pandang saja."⁵⁶

Dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan fitur Bot Leomatch ini, pengguna lebih mudah untuk berbagi pengalaman ataupun bercerita terkait aktivitasnya sehari-hari karena mereka merasa menceritakan pengalaman mereka kepada pengguna bot Leomatch lebih aman karena kecil kemungkinannya untuk disebarluaskan sebab identitasnya dirahasiakan.

2) Bentuk *Sexting* yang ada di Bot Leomatch Telegram Pada Mahasiswa KPI Angkatan 2020

Mahasiswa KPI angkatan 2020 UIN KHAS Jember dengan adanya fitur Bot Leomatch jika melihat dari faktor dan dampak yang di ungkapkan oleh informan diatas, maka peneliti menanyakan terkait bentuk *sexting* dikalangan mahasiswa KPI

⁵⁵ FN, diwawancarai oleh penulis, Jember, 17 Juli 2024

⁵⁶ DA, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Juli 2024

angkatan 2020 UIN KHAS Jember pengguna fitur bot *Leomatch* pada Telegram. Ada hal yang membuat mereka akhirnya memiliki satu persepsi mengenai fitur tersebut, yaitu bentuk *sexting* yang dirasakan oleh mahasiswa KPI angkatan 2020 terkait pelecehan verbal yang dilakukan oleh pengguna bot *Leomatch* telegram. Menurut mereka mengapa para pengguna itu melakukan hal tersebut karena merasa identitas mereka tidak diketahui dan pada akhirnya mereka bertindak sesuka hati mereka dan berpikiran bahwa mereka akan aman karena tidak ada yang mengetahui identitasnya. FI menjelaskan,

"Adanya fitur tersebut pasti akan memiliki dampak positif dan negatif. Saya merasa bahwa sebenarnya fitur tersebut bukanlah fitur yang buruk, fitur ini awalnya di gunakan untuk individu yang sulit untuk berinteraksi agar tidak ingin dirinya kesepian, maka mencoba fitur tersebut karena merasa aman tidak perlu memberitahukan identitasnya. Menurut saya bahwa sebenarnya kitalah sebagai pengguna yang seharusnya bijak dalam menyikapi beberapa karakter anonym yang ditemukan dalam fitur tersebut. Jika memang tujuan kita baik dan sikap bijak kita dalam menggunakan fitur tersebut pasti akan meminimalisir dampak negatif yang dirasakan."⁵⁷

Bukan hanya FI, informan lainnya yaitu MP juga berpendapat bahwa,

"Saya sangat senang berkat adanya fitur ini karena dapat membantu saya untuk lebih mudah bersosialisasi. Meskipun terdapat dampak negatif yang saya alami, saya percaya bahwa fitur ini akan menjadi baik ketika pada penggunaanya tidak menyalahgunakan anonymitas sebagai senjata untuk melakukan kejahatan."⁵⁸

⁵⁷ FI, diwawancarai oleh penulis, Jember, 19 Juli 2024

⁵⁸ MP, diwawancarai oleh penulis, Jember, 22 Juli 2024

Begitupun hal yang dirasakan oleh HQ berpendapat bahwa,

"Sebenarnya fitur yang ada di telegram ini baik untuk digunakan dalam komunikasi, ataupun berinteraksi tetapi memang banyak yang berspekulasi bahwa fitur tersebut merupakan fitur yang tidak layak digunakan karena banyaknya pelecehan disana. Jadi jika memang ditinjau dari kegunaan fitur tersebut, ialah untuk mendapatkan teman ngobrol baru tanpa perlu memberikan identitas asli kita, dengan fitur tersebut bisa saja individu justru lebih mudah terbuka terkait interaksi sosialnya dibanding dengan interaksi di luar."⁵⁹

Dari 10 informan pengguna dari fitur bot Leomatch tersebut.

Hal ini ditujukan untuk melihat seberapa jauh mahasiswa melihat dampak yang dirasakan oleh para pengguna fitur tersebut. Dan dari beberapa jawaban mereka terkait fitur tersebut ialah memang fitur ini memiliki dampak positif dan negatif. Dampak negatif yang dirasakan tidak jauh berbeda dengan 10 responden diatas, mereka sering kali mendapatkan sikap pelecehan seksual secara verbal dan hal ini yang menjadikan asumsi masyarakat luas terhadap fitur ini dengan menilai fitur ini buruk untuk digunakan dan juga ketika ada individu yang menggunakan fitur ini dianggap sebagai individu yang menyedihkan, padahal nyatanya banyak dampak positif yang didapatkan dari fitur tersebut. Fitur tersebut mampu memberikan informasi-informasi baru dari anonym yang berbeda-beda, selain itu dengan fitur ini kita bisa mendapatkan teman baru yang mungkin akan memiliki hubungan berkelanjutan setelah mereka bertukar sosial media. Dan juga fitur ini membantu individu yang

⁵⁹ HQ, diwawancarai oleh penulis, Jember, 17 Juli 2024

sulit untuk berkomunikasi karena merasa kurangnya rasa percaya diri mereka ketika harus berhadapan langsung dengan individu lainnya untuk berinteraksi sosial.

Dari hasil penelitian di atas, peneliti dapat mengkaji dari teori identitas sosial yaitu fokus individu dalam mempersepsikan dirinya ialah dengan menggolongkan dirinya berdasarkan identitas personal dan sosial lingkungannya atau dapat diartikan informan menempatkan dirinya sesuai dengan lingkungan pada saat ia berinteraksi dengan lawan bicaranya yaitu dengan tidak memberitahukan identitas dirinya dan akan memberikan identitas mereka ketika terdapat kesepakatan bersama untuk saling bertukar sosial media.

Selain itu peneliti mengkaji dari teori interaksionalisme simbolik yakni dapat bermakna bahwa tindakan seseorang dapat merubah pola pikir, karena individu memiliki kemampuan untuk mengubah makna suatu hal melalui pengalaman, pembelajaran, dan refleksi pribadi.⁶⁰ Karena dapat dilihat dari penuturan informan berinisial NK tersebut memiliki perubahan tindakan pada dirinya sebab beliau tidak lagi menggunakan Telegram sebagai aktifitas sehari-harinya karena adanya perilaku yang merugikan dan hal itu mengubah sudut pandang mereka mengenai Telegram yang tidak baik untuk digunakan.

⁶⁰ Emanuel Omedetho Jermiasa, Abdul Rahmanb, *Interaksionalisme Simbolik Pada Komunitas Cinema Apiciator di Kota Makassar*, Volume 2, *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 2022, 255

C. Pembahasan Temuan

1. Proses *Sexting* yang Terjadi di Bot *Leomatch* Telegram pada Mahasiswa Angkatan 2020

Penelitian ini menemukan bahwa fenomena *sexting* yang terjadi di bot *Leomatch* pada aplikasi Telegram di kalangan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2020 di UIN KHAS Jember berlangsung dengan pola dan dinamika yang khas. *Sexting*, yang didefinisikan sebagai aktivitas pengiriman pesan teks, gambar, atau video yang bersifat seksual, dipicu oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Media sosial, termasuk Telegram, menggunakan teknologi berbasis *web* yang memungkinkan penggunanya berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten secara interaktif. Telegram menjadi media yang efisien untuk bertukar pesan, audio, video, dan gambar dengan tingkat keamanan tinggi. Berdasarkan wawancara dengan 10 mahasiswa, mereka tidak hanya menggunakan Telegram untuk berkomunikasi, tetapi juga untuk memanfaatkan fitur-fitur lain seperti Bot *Leomatch*.

Fitur ini menjadi media untuk mengisi waktu luang dan berkomunikasi secara anonim, sehingga berperan dalam aktivitas sosial mahasiswa. Anonimitas menjadi salah satu faktor utama yang mendorong penggunaan Bot *Leomatch* telegram. Beberapa responden merasa nyaman memulai percakapan tanpa harus mengungkapkan identitas, yang membantu mereka mengatasi kejenuhan dan kecanggungan dalam berinteraksi.

Penggunaan Bot *Leomatch* juga dipengaruhi oleh saran dari teman. Salah satu informan mencoba fitur ini setelah mendapat rekomendasi dari temannya yang mengatakan bahwa fitur tersebut memungkinkan interaksi tanpa mengungkapkan identitas dan berpotensi mendapatkan teman atau pasangan baru. Sehingga beberapa mahasiswa KPI angkatan 2020 yang aktif berorganisasi dan sering berinteraksi di dunia nyata juga menggunakan bot *Leomatch* sebagai sarana untuk bersosialisasi ketika merasa bosan. Mereka memilih fitur ini karena sifatnya yang unik, di mana mereka dapat langsung memulai percakapan tanpa harus memperkenalkan diri. Aplikasi Telegram khususnya fitur bot *Leomatch*, menjadi salah satu media sosial pilihan mahasiswa UIN KHAS Jember untuk berkomunikasi, mengisi waktu luang, dan bersosialisasi, terutama karena faktor anonimitas dan kemudahan dalam memulai percakapan tanpa harus mengenalkan diri secara formal. Beberapa pola komunikasi yang ada di bot *leomatch* telegram sebagai berikut:

a. Tahap Perkenalan

Pada tahap awal, pengguna Bot *Leomatch* telegram akan terlibat dalam percakapan ringan dan non-formal. Dari hasil wawancara, sebagian besar mahasiswa KPI angkatan 2020 menyebutkan bahwa percakapan dimulai dengan percakapan yang bersifat umum, seperti memperkenalkan diri, bertanya tentang hobi, atau asal daerah. Namun, beberapa informan juga mengaku bahwa batas norma mulai diuji

dengan percakapan yang mulai mengarah ke topik-topik yang lebih pribadi.

b. Tahap Eskalasi Konten

Pada tahap ini, percakapan mulai melibatkan konten yang lebih eksplisit. Pengguna bot, khususnya mereka yang merasa aman karena anonimitas, mulai mengajukan atau memberikan tanggapan yang lebih berani. Sexting biasanya mulai muncul pada tahap ini, dengan adanya pengiriman pesan-pesan yang mengandung unsur seksual. Sebagian besar mahasiswa KPI angkatan 2020 yang terlibat dalam sexting mengaku bahwa perasaan aman karena anonimitas bot *leomatch* telegram berperan besar dalam keberanian mereka untuk melakukan tindakan tersebut.

c. Tahap Pertukaran Konten Seksual

Tahap ini merupakan klimaks dari interaksi *sexting*, di mana pengguna secara aktif bertukar gambar, video, atau pesan yang memiliki muatan seksual eksplisit. Pada titik ini, hubungan antara kedua pengguna sudah mencapai tingkat kepercayaan yang cukup untuk saling berbagi konten yang sangat pribadi. Dari data yang dikumpulkan, mahasiswa KPI angkatan 2020 yang terlibat sering kali menyebutkan bahwa mereka menggunakan foto palsu atau konten yang tidak berhubungan dengan diri mereka sendiri untuk menjaga privasi.

Selain itu penggunaan teknologi dalam proses *sexting* menyediakan fitur anonimitas yang ditawarkan oleh Bot *Leomatch* menjadi faktor penting dalam proses *sexting*. Telegram, sebagai platform utama, juga menawarkan berbagai fitur yang mendukung privasi pengguna, seperti kerahasiaan percakapan (*secret chat*) dan *enkripsi end-to-end*. Hal ini mempermudah terjadinya *sexting* karena pengguna merasa terlindungi dari kemungkinan perlindungan atau menutup identitas asli. Temuan ini mengindikasikan bahwa platform Telegram menyediakan ekosistem yang mendukung interaksi seksual yang tidak terkontrol, terutama di kalangan mahasiswa KPI angkatan 2020 yang aktif menggunakan teknologi. Penggunaan bot seperti *Leomatch* telegram menambah lapisan anonimitas yang membuat pengguna merasa lebih bebas dalam berekspresi, meskipun hal ini berpotensi melanggar norma sosial dan agama yang mereka anut.

Media sosial berperan sebagai faktor eksternal yang secara signifikan memengaruhi perilaku *sexting* di kalangan mahasiswa KPI angkatan 2020. Meskipun media sosial memberikan akses pada pengetahuan, dampak negatifnya juga cukup besar. Platform seperti Instagram, Twitter (X), *WhatsApp*, dan *TikTok* memungkinkan mahasiswa untuk berinteraksi dan berbagi konten, termasuk yang bersifat seksual. Lingkungan ini mendukung perilaku *sexting* karena kemudahan berbagi konten dan anonimitas dalam interaksi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bisa menjadi risiko bagi meningkatnya perilaku *sexting*. Media sosial memudahkan mahasiswa mengakses konten seksual eksplisit, termasuk

pornografi, yang dapat menjangkau berbagai kalangan. Kebiasaan berbagi konten seksual di dunia maya dapat mengakibatkan eksploitasi seksual *online*, terutama bagi mahasiswa yang belum memahami dampak negatifnya. Perilaku *sexting* ini dapat berdampak buruk pada kesejahteraan mental, seperti meningkatkan stres, depresi, dan menurunkan harga diri. Tekanan mental yang muncul, terutama bagi korban, bisa berujung pada percobaan bunuh diri, terutama ketika gambar atau video pribadi tersebar. Label negatif yang melekat pada perilaku *sexting* juga dapat menimbulkan konsekuensi merugikan.⁶¹

Pengaruh lingkungan sosial ikut berperan dalam membentuk perilaku *sexting* di kalangan siswa. Dalam wawancara informan inisial NK, ditemukan bahwa tekanan teman sebaya, keinginan untuk diterima dalam kelompok, dan paparan terhadap budaya pop yang mengagungkan kebebasan seksual menjadi faktor pendorong yang signifikan. Beberapa informan mengaku bahwa mereka terlibat dalam *sexting* karena merasa terdorong oleh tren yang ada di sekitar mereka atau karena ajakan teman. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan adanya perbedaan gender dalam keterlibatan *sexting*. Seorang laki-laki cenderung lebih aktif memulai percakapan yang berakhir pada *sexting*, sedangkan seorang perempuan lebih sering berperan sebagai pihak yang merespons, meskipun pada akhirnya keduanya terlibat dalam aktivitas tersebut. Media sosial telah secara signifikan mengubah cara remaja berkomunikasi,

⁶¹ Annisa Rahma Siregar, Menggali Akar Perilaku *Sexting* Remaja: Pendekatan Kriminologi dalam Konteks Media Sosial, Volume 4, Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora, dan Politik (JIHHP), 2024, 538-539

menjadikannya platform utama untuk interaksi dan ekspresi diri. Remaja kini dapat membangun jejaring sosial yang luas dan berkomunikasi tanpa batasan ruang dan waktu.

Namun, ada kekhawatiran mengenai dampak negatif media sosial pada kesehatan mental dan hubungan sosial remaja, seperti *cyberbullying* dan kecanduan internet. Ketergantungan ini semakin meningkat akibat pandemi COVID-19, yang membentuk pengalaman dan interaksi online mereka. Memahami dinamika ini penting untuk mengembangkan strategi yang mengurangi dampak buruk media sosial dan mendorong perilaku online yang lebih sehat. Keluarga dan teman sebaya adalah komponen utama dari lingkungan sosial yang memengaruhi keterampilan komunikasi remaja. Keluarga menyediakan dasar untuk keterampilan komunikasi, sedangkan teman sebaya berkontribusi pada pembentukan identitas sosial dan kemampuan beradaptasi dalam interaksi yang lebih kompleks. Interaksi sosial ini sangat penting untuk perkembangan remaja, sehingga penting untuk memahami dan memelihara dinamika komunikasi dalam keluarga dan hubungan teman sebaya guna menumbuhkan keterampilan komunikasi yang efektif pada individu muda.⁶²

Selain itu, *Swafoto* atau *selfie* telah menjadi bagian dari fenomena digital di era modern, didukung oleh kemajuan teknologi seperti ponsel pintar dan media sosial. Aktivitas ini dilakukan dengan mengambil foto diri dan langsung membagikannya secara online. *Selfie* dianggap sebagai

⁶² Almadina Rakhmaniar, Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Pola Komunikasi Remaja di Perkotaan: (Studi Kualitatif Pada Remaja Dikota Bandung), Volume 1, Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi, 2024, 13-14

sarana ekspresi diri yang membantu seseorang menunjukkan keberadaan atau eksistensinya di media sosial. Tidak hanya itu, selfie juga menjadi alat bagi pengguna untuk mengkonstruksi identitas sosialnya, di mana mereka dapat menampilkan sisi terbaik dari diri mereka dengan tujuan mempertahankan atau meningkatkan rasa percaya diri.

Penelitian menunjukkan bahwa banyak orang melakukan swafoto untuk mendapatkan respons positif dari orang lain, seperti "like" atau komentar. Respons ini memperkuat rasa kepuasan diri, mendorong individu untuk terus mengunggah swafoto. Di sisi lain, selfie juga dapat memicu narsisme digital, di mana seseorang merancang dan menampilkan dirinya sebagai "panggung" di media sosial untuk menarik perhatian dan impresi dari orang lain. Selain itu, swafoto juga bisa menandakan keterbukaan diri atau *self-disclosure*, di mana pengguna menjadi lebih terbuka dalam menunjukkan sisi pribadi mereka di ruang publik media sosial. Ini dapat mempererat hubungan sosial dan memperluas jaringan pertemanan, sehingga menciptakan ruang hidup sosial yang lebih luas bagi pengguna.⁶³

2. Bentuk *Sexting* yang ada di Bot *Leomatch* Telegram pada Mahasiswa KPI Angkatan 2020

Penggunaan bot *leomatch* telegram ini memunculkan pengalaman buruk bagi beberapa mahasiswa KPI angkatan 2020, seperti perilaku menyimpang yang berujung pada pelecehan verbal dan bahkan nyaris

⁶³ Mulawarman, Aldila Dyas Nurfitri, Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan, Volume 25, Jurnal Buletin Psikologi, 2017, 38-39

membahayakan fisik, seperti yang dialami oleh informan NK. NK menceritakan bagaimana ia hampir mengalami situasi berbahaya saat bertemu dengan orang yang ia kenal melalui bot tersebut, dan ia harus mengambil tindakan cepat untuk melindungi dirinya. Responden lain juga menegaskan adanya pelecehan verbal yang sering kali terjadi, menunjukkan bahwa identitas anonim dalam bot ini sering dimanfaatkan untuk tindakan yang merugikan pengguna lain. Meskipun ada pengalaman negatif, beberapa informan juga menekankan dampak positif dari bot ini, seperti mendapatkan teman baru dan tempat untuk berbagi cerita dan pengalaman. Misalnya, MF dan RL merasakan bahwa bot ini memungkinkan mereka untuk menjalin relasi dengan orang-orang dari luar lingkungan mereka, yang memperkaya pengalaman sosial mereka. Selain itu, FN dan DA menyatakan bahwa interaksi dalam bot ini membantu mereka menjadi lebih terbuka dan percaya diri dalam berkomunikasi dengan orang lain, meskipun sebelumnya mereka cenderung tertutup.

Persepsi mahasiswa UIN KHAS Jember tentang sexting dalam bot Leomatch berkaitan dengan penyalahgunaan anonimitas untuk melakukan pelecehan seksual, seperti permintaan foto atau voice note yang tidak pantas. Responden FI dan MP menekankan pentingnya bijak dalam menggunakan bot ini, karena meskipun terdapat potensi penyalahgunaan, fitur ini dapat memberikan manfaat jika digunakan dengan tujuan yang positif. Mereka menekankan bahwa masalah utamanya bukan pada fitur itu

sendiri, tetapi pada bagaimana penggunaanya menyalahgunakan anonimitas tersebut.

Bab ini membahas temuan terkait bentuk *sexting* yang terjadi melalui bot *leomatch* pada aplikasi Telegram. Pentingnya memahami fenomena ini terletak pada dampaknya terhadap perilaku komunikasi dan interaksi sosial di kalangan mahasiswa, terutama di kalangan mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyusunan Islam (KPI) di UIN KHAS Jember. Dalam analisis ini, data yang dikumpulkan melalui wawancara dan survei akan dianalisis untuk mengidentifikasi pola dan motif di balik praktik *sexting* di platform ini.

a. Analisis Bentuk yang terjadi di Bot *Leomatch* Telegram pada Mahasiswa KPI Angkatan 2020

Berdasarkan hasil analisis data, beberapa bentuk *sexting* yang ditemukan di bot *leomatch* dapat digabungkan menjadi beberapa

kategori:

1) Pesan Teks Provokatif

Banyak pengguna mengirimkan pesan teks yang mengandung unsur sensual atau seksual. Pesan-pesan ini sering kali menggunakan bahasa yang menggoda dan metafora yang dapat mengindikasikan minat seksual. Pengguna menyatakan bahwa pesan ini bertujuan untuk membangkitkan minat dan menciptakan suasana intim.

2) Gambar dan Video Sensitif

Selain pesan teks, pengiriman gambar dan video yang bersifat sensual juga sering terjadi. Temuan menunjukkan bahwa pengguna merasa lebih berani untuk berbagi konten visual yang dapat menarik perhatian pasangan, meskipun ada risiko privasi yang terkait.

3) permintaan dan Tawaran Layanan Seksual

Beberapa pengguna juga melaporkan adanya permintaan dan kesepakatan untuk melakukan layanan seksual secara langsung atau dalam bentuk virtual. Hal ini menunjukkan bahwa Bot *Leomatch* tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk berkenalan, tetapi juga sebagai ruang untuk eksplorasi seksual.

Selain itu ada beberapa motif di balik perilaku *sexting* di Bot *Leomatch* telegram juga bervariasi. Beberapa di antaranya termasuk:

1) Eksplorasi Diri

Mahasiswa KPI angkatan 2020 ada yang mengakui bahwa *sexting* merupakan cara bagi mereka untuk mengeksplorasi orientasi seksual dan preferensi pribadi tanpa merasa tertekan oleh norma sosial.

2) Membangun Kedekatan Emosional

Beberapa mahasiswa KPI angkatan 2020 menyatakan bahwa *sexting* membantu mereka membangun kedekatan emosional dengan pasangan, terutama dalam konteks hubungan jarak jauh.

3) Rasa Penasaran

Rasa penasaran terhadap seksualitas dan pengalaman baru juga menjadi pendorong utama bagi banyak mahasiswa KPI 2020 untuk terlibat dalam *sexting*.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai fenomena sexting di kalangan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2020 di UIN KHAS Jember, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Proses sexting di bot Leomatch berlangsung melalui interaksi yang bertahap. Pada tahap awal, percakapan dimulai dengan obrolan ringan atau basa-basi, yang kemudian berkembang menjadi percakapan yang lebih sugestif. Proses ini dipermudah oleh anonimitas bot Leomatch, yang memungkinkan pengguna merasa lebih nyaman dan berani untuk berbicara tanpa mengungkapkan identitas mereka. Percakapan kemudian berlanjut ke tahap yang lebih intim, di mana pesan-pesan eksplisit, gambar, atau media lainnya mulai dibagikan, menunjukkan adanya pola komunikasi yang terstruktur dalam fenomena sexting ini.
2. Bentuk sexting yang ditemukan sangat beragam, mulai dari sexting verbal berupa ajakan atau rayuan seksual secara eksplisit, penggunaan bahasa yang sugestif atau menggoda, hingga pertukaran gambar, video, atau media lain yang bersifat seksual. Selain itu, terdapat pula praktik roleplay seksual melalui teks, di mana pengguna memainkan fantasi tertentu dalam percakapan mereka. Bentuk-bentuk ini mencerminkan cara mahasiswa

memanfaatkan ruang anonim untuk mengekspresikan diri dan memenuhi kebutuhan emosional atau sosial mereka. Fenomena sexting di bot Leomatch menunjukkan bahwa media digital dapat menjadi ruang eksplorasi perilaku yang cenderung sulit dilakukan dalam interaksi tatap muka. Namun, anonimitas ini juga membawa risiko, seperti pelecehan verbal, pelanggaran privasi, dan potensi penyalahgunaan. Oleh karena itu, diperlukan edukasi digital yang memadai untuk membantu mahasiswa memahami batasan etika dan norma dalam menggunakan platform komunikasi seperti bot Leomatch.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak:

1. Bagi Mahasiswa : Mahasiswa diharapkan untuk lebih bijak dalam menggunakan teknologi komunikasi, terutama dalam hal berbagi konten yang bersifat pribadi. Mereka perlu memahami risiko yang dapat timbul dari aktivitas seperti *sexting* dan sebaiknya tidak terlibat dalam tindakan yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.
2. Untuk Program Studi KPI UIN KHAS Jember : Program studi diharapkan dapat menyediakan forum atau program pelatihan terkait literasi digital dan etika komunikasi. Hal ini dapat membantu mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi dengan lebih bijaksana dan bertanggung jawab.
3. Untuk Pihak Kampus : Kampus sebagai lembaga pendidikan diharapkan untuk lebih aktif dalam mempromosikan kegiatan yang mendukung

kesehatan mental mahasiswa serta literasi teknologi. Dengan adanya dukungan tersebut, mahasiswa dapat lebih sadar akan dampak jangka panjang dari perilaku mereka di dunia digital.

4. Untuk Peneliti Selanjutnya : diharapkan peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan cakupan yang lebih luas, misalnya mencakup mahasiswa dari berbagai program studi atau melakukan penelitian komparatif dengan universitas lain. Penelitian lanjutan juga dapat menambahkan variabel lain, seperti dampak sosial dan psikologis, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Uljanatunnisa, Siti Maryam, & Supratman. (2020). *Literasi Media Untuk Kemandirian Informasi di Pondok Pesantren Mathla'ul Anwar Cijulang*. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 2, 83.
- Dana, I. W. (2019). *Seni dan Revolusi 4.0*. Dies Natalis XXXV & Lustrum VII ISI. Yogyakarta: BP ISI Yogyakarta.
- Ekaningtyas, N. L. D. (2022). *Pikologi Dalam Dunia Pendidikan*. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2, 32.
- Fauzia, M. A., & Taufik. (2022). *Perilaku Seksual Pranikah Remaja Ditinjau dari Kontrol Diri, Komunikasi Orang Tua Anak Tentang Seksual dan Konformitas*. *Indonesian Journal of Guidance and Counseling: Theory and Application*, 11, 93-94.
- Gusteti, M. U., & Martin, S. N. (2020). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Prezi Pada Mata Kuliah Assessment Di SD*. *Jurnal Riset Pendidikan Dasar dan Karakter*, 2, 12.
- Habibie, D. K., & Habibie, D. K. (2018). *Dwi Fungsi Media Massa*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7, 80-81.
- Hasan, H. (2023). *Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri*. *Jurnal Sistem Informasi dan Komputer*, 2.
- Humairah, Zativalen, O., & Nurhasanah. (2022). *Pengaruh Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Picture and Picture Terhadap Hasil Belajar Siswa Matematika MI Muhammadiyah I Payaman*. *Jurnal Jendela Pendidikan*, 2, 83-84.
- Ibrahim, I., & Samsiah. (2022). *Fungsi Media Massa Bagi Masyarakat di Desa Moibaken: Studi Fungsi dan Media Massa di Masyarakat Desa Moibaken*. *Jurnal Komunikasi, Politik, dan Sosiologi*, 4, 39.
- Ikhyanuddin. (2021). *Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran, Akuntabilitas Publik, Desentralisasi dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Manajerial Pemerintah Daerah*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2, 713.
- Kestiyoyuni, H. (2022). *Identifikasi Agenda Setting dalam Produksi Berita Detik.Com "PSSI Luruskan Tudingan Shin Tae-Young Soal Tak Booking Lapangan"*. *Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 6, 82-83.

- Krisdiyansah, Y., Mulyana, A., & Sugiono. (2022). *Degradasi Fungsi-Fungsi Pendidikan Dalam Pewarisan dan Perubahan Nilai-nilai Sosial dan Budaya*. Volume 2, 206.
- 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*. Metro: IAIN Metro.
- Kusuma, R. A. (2021). *Persepsi Remaja Terhadap Sexting di Media Sosial*. *Journal of Islamic Media Studies*, 1, 88-89.
- Lee, R., & Evyanto, W. (2022). *Pengaruh Harga, Iklan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelumas Pada PT Jumbo Power International Batam*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11, 1032.
- Maduwu, W. W. (2022). *Pelayanan Klinik Gloria Dalam Memberikan Layanan Informasi Kesehatan Pasien: Implikasi Layanan Informasi Bimbingan Dan Konseling*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan*, 1, 4.
- Musfialdy, & Anggraeni, I. (2020). *Kajian Sejarah dan Perkembangan Teori Efek Media*. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 3, 30-33.
- Musfialdy, & Anggraeni, I. (2020). *Kajian Sejarah dan Perkembangan Teori Efek Media*. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 3, 30-33.
- Ningsih, E. F. (2022). *Teori Sosial Kognitif: Tinjauan Kritis Teori Pendidikan yang Relevan bagi Indonesia*. *Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 23, 64.
- Nu Online, *Qur'an Surat Al-Insyirah ayat 5*, diakses 19 Desember, 2024, <https://quran.nu.or.id/al-insyirah>
- Nurhasana, I. (2021). *Penggunaan Media Audio-Visual Pada Mata Pelajaran Bahasa Arab*. *Jurnal Pendidikan dan Sains*, 2, 220.
- Nurdewi. (2022). *Implementasi Personal Branding Smart ASN: Perwujudan Bangga Melayani Di Provinsi Maluku Utara*. *Jurnal Riset Ilmiah*, 2, 300-301.
- Nurjanah. (2021). *Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda*. *Jurnal Mahasiswa*, 1, 121.
- Permana, M. H., & Koesanto, S. (2023). *Analisis media komunikasi online terkait pelecehan seksual dalam chatbot di Telegram*. Volume 3, 39.
- Putri, D. W., & Utama, L. (2021). *Pengaruh Persepsi Kualitas, Pengaruh Sosial, dan Kebutuhan Akan Keunikan Terhadap Minat Pembelian Konsumen Luxury Brand Pada Generasi Y*. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3, 178.

- Rabbani, I. N., Aditya, N., Salsabila, N., Isri, T. L., & Farisandy, E. D. (2023). *Pengaruh Dual-Coding Terhadap Long Term Memori Mahasiswa*. *Jurnal Psikologi Mahasiswa Lampung*, 5, 77.
- Rahmawati, I. (2022). *Pengantar Psikologi Sosial*. Jakarta Timur: PT. Bumi Aksara.
- Risaldo, A., & Muhammad, A. (2021). *Peran Komunikasi Massa dalam Meredam Isu-isu Terkait Kemasyarakatan*. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 9, 980-981.
- Saleh, A. A. (2020). *Psikologi Sosial*. Kota Parepare, Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Santina, R. O., Hayati, F., & Oktarina, R. (2021). *Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Pada Anak Usia Dini*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2.
- Saputra, D. (2021). *Fenomena sexting sebagai bentuk penyimpangan sosial pada akun roleplayer di aplikasi Telegram* (pp. 1-2). Bandung: perpustakaan.upi.edu.
- Trivaika, E., & Senubekti, M. A. (2022). *Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android*. *Jurnal Nuansa Informatika*, 16, 34. Tersedia di: <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ilkom>
- Wahyuni, N., & Fitriani, W. (2022). *Relevansi Teori Belajar Sosial Albert Bandura dan Metode Pendidikan Keluarga dalam Islam*. *Jurnal Ilmu Kependidikan*, 11, 62.
- Widiastuti, N. (2022). *Dampak penggunaan ekonomi digital terhadap biaya tenaga kerja pada UMKM industri bakpia di Kota Yogyakarta*. *Jurnal Riset Manajemen*, 9, 41.
- Widuri, F., Prilani, S., Amanah, S., & Hakim, L. (2023). *Penyalahgunaan aplikasi anonymous chat terhadap pola interaksi pengguna anonymous chat dalam memicu prostitusi online*. Volume 29, 106.
- Yeaty, S., Tumangkeng, L., & Maramis, J. B. (2022). *Kajian Pendekatan Fenomenologi: Literature Review*. *Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah*, 23, 16-19.
- Yunengsih, S., & Syahrilfuddin. (2020). *The Analysis Of Giving Reward By The Teacher In Learning Mathematics Grade 5 Students Of SD Negeri 184 Pekanbaru*. *Jurnal PAJAR (Pendidikan dan Pengajaran)*, 4, 719.

Yusanti, S., Nurtiani, A. T., & Oktariana, R. (2023). *Pengembangan Media Pasir Kinetik dalam Menstimulasi Kemampuan Logical Thinking Anak Kelompok di TK Negeri 5 Banda Aceh*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3.

Yusri. (2022). *Teori Kultivasi: Analisis Teori Penyuburan Karya Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rokeach dalam Bukunya Theories of Mass Communication Tahun 1988 dan Aplikasinya dalam Pengembangan Anak Usia Dini*. *International Journal Sadida Communication Media Studies*, 2, 5-6.

Zikrullah, R. M. R., & Kurniadi, O. (2023). *Telegram sebagai media pemasaran di era pandemi*. *Volume 3*, 26-27.

Zulfirman, R. (2022). *Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di MAN 1 Medan*. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Pengajaran*, 3, 150.



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nia Krisdayanti

NIM : 204103010062

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan apapun.

Jember, 31 Oktober 2024

Saya yang menyertakan



Nia Krisdayanti

NIM : 204103010062

Matriks

JUDUL	MASALAH PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN
Fenomena Sexting Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Kyai Haji Ahmad Shiddiq Jember di Bot Leomatch pada Aplikasi Telegram	Bot <i>leomatch</i> yang dirancang untuk membantu pengguna dalam mencari pasangan atau teman ngobrol berdasarkan berbagai kriteria. Adanya pengguna bot <i>leomatch</i> ini disalahgunakan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab, seperti mengirim foto, video, stiker, <i>voice note</i> yang tidak senonoh, sehingga menyebabkan fenomena <i>sexting</i> bot <i>leomatch</i> di aplikasi telegram.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana proses <i>sexting</i> yang terjadi di bot <i>leomatch</i> pada aplikasi telegram? 2. Bagaimana bentuk <i>sexting</i> yang ada di bot <i>leomatch</i> pada aplikasi Telegram? 	<ul style="list-style-type: none"> - Proses <i>sexting</i> - Bentuk <i>sexting</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Vcs</i> - <i>Chat sex</i> - Mengirim foto, video, stiker, <i>voice note</i> yang tidak senonoh 	Sumber data yang digunakan saat melaksanakan penelitian adalah: <ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara (khususnya kepada pengguna bot <i>leomatch</i> di aplikasi telegram) 2. Dokumentasi 3. Observasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengumpulan Data: Observasi perilaku <i>online</i> pengguna <i>Leomatch</i> dan wawancara mendalam dengan mereka yang telah terlibat dalam <i>sexting</i>. - Analisis Data: Analisis kualitatif menggunakan reduksi data, data <i>display</i>, <i>conclusion drawing</i> atau <i>verification</i>. - Validasi: Validasi temuan melalui triangulasi teknik dan teknik triangulasi sumber.

Pedoman Wawancara

Proses Sexting

1. Bagaimana anda pertama kali mengetahui tentang bot Leomatch?
2. Apa yang membuat anda tertarik untuk menggunakan Bot Leomatch?
3. Pada titik mana percakapan mulai berubah menjadi sexting?
4. Bagaimana interaksi awal anda dengan pengguna lain melalui bot Leomatch?
5. Apa saja bentuk sexting yang anda alami atau lakukan di Bot Leomatch?
(Misalnya: chat sex, mengirim video, foto, stiker, voice note yang tidak senonoh)
6. Apakah ada tanda-tanda yang menunjukkan bahwa percakapan akan mengarah ke sexting?
7. Apakah anda pernah menerima atau mengirim konten yang tidak senonoh tanpa persetujuan sebelumnya?
8. Bisa anda jelaskan bagaimana cara kerja bot Leomatch dalam mencari pasangan atau teman ngobrol?
9. Bagaimana perasaan anda saat pertama kali terlibat dalam sexting melalui bot Leomatch?
10. Bagaimana pengalaman anda menggunakan Bot Leomatch dibandingkan dengan platform atau aplikasi lain?
11. Apakah anda merasa ada peran bot atau admin dalam mencegah sexting yang tidak diinginkan?
12. Menurut anda, apa yang seharusnya dilakukan untuk mengurangi atau mengatasi fenomena sexting di Bot Leomatch?
13. Apakah anda merasa ada tekanan untuk terus terlihat dalam sexting setelah memulainya?
14. Bagaimana anda menanggapi jika menerima konten yang tidak diinginkan?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

Jl. Malaram No. 1 Mangli Kaliwates Jember, Kode Pos 68136
email : fakultas.dakwah@uinkhas.ac.id website: http://fakdawah.uinkhas.ac.id



Nomor : B. 5762/Un.22/D.3.WD.1/PP.00.9/11/2024 12 November 2024
Lampiran : -
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.
Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020
Fakultas Dakwah

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Nia Krisdayanti
NIM : 204103010062
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Semester : IX (sembilan)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama ± 30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Fenomena Sexting Mahasiswa Prodi Komunikasi dan penyiaran islam Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember di Bot Leomatch pada Aplikasi Telegram"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



CS Dipindai dengan CamScanner

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Judul Penelitian: Fenomena Sexting Mahasiswa Prodi Komunikasi dan penyiaran islam Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiyai Haji Achmad Siddiq Jember di Bot Leomatch pada Aplikasi Telegram

Lokasi Penelitian: Universitas Islam Negeri Kiyai Haji Achmad Siddiq, Kontrakan, Rumah

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan
1.	16 Juli 2024	Meminta surat izin penelitian di Akademik
2.	17 Juli 2024	Mempersiapkan pertanyaan untuk wawancara
3.	18-28 Juli 2024	Membuat janji hari dan tanggal bersama narasumber untuk bersedia diwawancarai

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	Narasumber	TTD
1.	Kamis, 18 Juli 2024	Wawancara	MF	
2.	Senin, 22 Juli 2024	Wawancara	FI	
3.	Selasa, 23 Juli 2024	Wawancara	DA	
4.	Selasa, 23 Juli 2024	Wawancara	NI.	
5.	Kamis, 25 Juli 2024	Wawancara	NK	
6.	Kamis, 25 Juli 2024	Wawancara	KH	
7.	Sabtu, 27 Juli 2024	Wawancara	RL	
7.	Sabtu, 27 Juli 2024	Wawancara	IIQ	
8.	Minggu, 28 Juli 2024	Wawancara	MP	
9.	Minggu, 28 Juli 2024	Wawancara	FN	

(Sumber: Jadwal Kegiatan Wawancara Bersama Mahasiswa KPI Angkatan 2020)

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 1

Minggu/28 Juli 2024, wawancara dengan MP di kontrakan tempat tinggalnya.



Gambar 2

Senin/22 Juli 2024, wawancara dengan FI di belakang gedung Fakultas Dakwah.



Gambar 3

Kamis/18 Juli 2024, wawancara dengan MF di dalam gedung Fakultas Dakwah.



Gambar 4

Selasa/23 Juli 2024, wawancara dengan DA di dalam gedung Fakultas Dakwah.



Gambar 5

Kamis/25 Juli 2024, wawancara dengan KH di dalam gedung Fakultas Dakwah.



Gambar 6

Sabtu/27 Juli 2024, wawancara dengan RI di rumah tempat tinggalnya.



Gambar 7

Sabtu/27 Juli 2024, wawancara dengan HQ di kontrakan tempat tinggalnya.



Gambar 8

Kamis/25 Juli 2024, wawancara dengan NK didepan gedung Fakultas Dakwah.



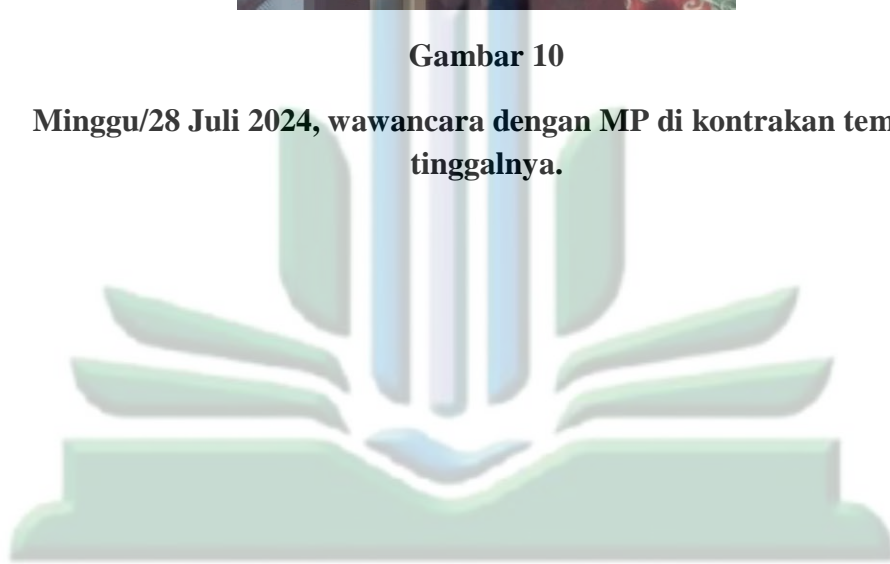
Gambar 9

Selasa/23 Juli 2024, wawancara dengan NL didepan gedung Fakultas Dakwah.



Gambar 10

Minggu/28 Juli 2024, wawancara dengan MP di kontrakan tempat tinggalnya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BIODATA PENULIS



A. Biodata Pribadi

Nama : Nia Krisdayanti
NIM : 204103010062
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 23 Januari 2001
Alamat : Jember, Jl Otto Iskandar Dusun Klanceng,
Ajung Klanceng.
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
No.HP/WA : 089520145952
Email : niakd23@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Paud Aster 67, Sempusari Jember.
2. SDN Ajung 03, Ajung Jember.
3. SMP Plus As Shofa Jubung Jember.
4. MA As Shofa Jubung Jember.
5. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.