



COMMERCIAL SEX WORKER COMMUNICATION MODEL IN ATTRACTING CUSTOMERS ON MICHAT SOCIAL MEDIA IN KENDARI CITY

MODEL KOMUNIKASI PEKERJA SEKS KOMERSIAL DALAM MENARIK PELANGGAN DI MEDIA SOSIAL MICHAT DI KOTA KENDARI

Hasdi Syahid Kasim¹, Saldi Kurniawan², Ashar Hasyim³, Nana Adriana Hutari⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara

E-mail : hasdy_syahid@yahoo.com, saldykurniawan757@gmail.com, Asharhasyim50@gmail.com,

nanaadrianahutari@gmail.com

ARTICLE INFO

Correspondent

Hasdi Syahid Kasim
hasdy_syahid@yahoo.com

Key words:

Communication Model,
Commercial Sex
Workers, Social Media

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 460 - 469

ABSTRACT

The aim of this research is to find out how the communication model of commercial sex workers attracts customers on MiChat social media in the city of Kendari. The research method used by researchers in this study used qualitative research methods by revealing a picture of the problems that occurred when this research took place. The results of research using the S-O-R Theory with three indicators, namely: (1) Stimulus, the communication model used by commercial sex workers uses a visual communication model by showing attractive profiles on social media to attract the attention of sex worker service users on Michat social media. (2) Organism, price is very influential on the customer's response to ordering the services of commercial sex workers, this is very influential on the success of the transaction communication model between commercial sex workers and potential customers. Apart from that, location and health are factors that greatly influence customer interest in determining the success of a transaction. (3) Response, the effect of communication between commercial sex workers and potential customers causes a response or effect, commercial sex workers create effective stimuli, understand customer response, and design better communication strategies to attract and retain their customers on social media platforms MiChat. S-O-R theory helps understand how this communication process occurs in a particular context.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL

Koresponden
Hasdi Syahid Kasim
hasdy_syahid@yahoo.com

Kata kunci:
Model Komunikasi,
Pekerja Seks Komersial,
Media Sosial

Website:
<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Hal: 460 - 469

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana model komunikasi pekerja seks komersial dalam menarik pelanggan di media sosial MiChat di kota Kendari. Metode penelitian yang digunakan Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengungkapkan gambaran masalah yang terjadi pada saat penelitian ini berlangsung. Hasil penelitian dengan menggunakan Teori S-O-R dengan tiga indikator yaitu: (1) *Stimulus*, model komunikasi yang digunakan pekerja seks komersial menggunakan model komunikasi visual dengan memperlihatkan profil dan tawaran yang menarik di media sosial guna menarik perhatian para pengguna jasa pekerja seks di media sosial Michat. (2) *Organism*, cara mereka menarik perhatian pelanggan yaitu dengan memperlihatkan seperti foto profil, deskripsi pribadi, dan tawaran layanan yang disajikan dengan Pemahaman dengan istilah khusus seperti *long time* dan *short time* untuk merujuk pada durasi layanan yang ditawarkan dan memberikan penerimaan respon yang cepat dan gesit. (3) *Response*, efek dari komunikasi antara pekerja seks komersial dengan pelanggan potensial menyebabkan terjadinya *response* atau efek, pekerja seks komersial menciptakan *stimulus* yang efektif, memahami respon pelanggan, dan merancang strategi komunikasi yang lebih baik untuk menarik dan mempertahankan pelanggan mereka di *platform* media sosial MiChat. Teori S-O-R membantu memahami bagaimana proses komunikasi ini terjadi di dalam konteks tertentu.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

PENDAHULUAN

Fenomena pekerja seks komersial tidak lagi dianggap terlarang di kalangan penggemar di kota Kendari Sebaliknya, itu adalah hiasan untuk malam hari dan kesenangan duniawi yang mudah diakses. Banyak pekerja seks komersial datang untuk bersaing dengan nasib mereka dengan menjajah daya tarik tubuh mereka untuk kembali yang tidak sedikit dari mereka disebut rejeki karena ibu kota lebih menjanjikan. Di zaman kecanggihan ini, semuanya menjadi sangat mudah berkat perkembangan teknologi salah satunya media aplikasi MiChat yang telah berubah menjadi wadah pemesanan jasa pekerja seks komersial. Namun perilaku pemesanan PSK ini sangat tersembunyi karena menyatu dengan masyarakat, sehingga sangat sulit untuk dibedakan. Ini tidak menutup kemungkinan untuk mendapatkannya dengan sangat mudah.

Penggunaan aplikasi Michat di kota Kendari yang dilakukan para pekerja seks komersial, mereka dapat menggunakan nama samaran atau identitas palsu, untuk memberikan rasa aman dan perlindungan terhadap identitas mereka. MiChat juga memberikan *platform* yang memudahkan pekerja seks komersial

untuk mencari serta berkomunikasi dengan pelanggan dengan hanya menggunakan ponsel mereka, mereka juga dapat menjangkau sejumlah besar pelanggan dalam waktu yang singkat. Dalam beberapa kasus di kota Kendari pekerja seks komersial menggunakan aplikasi seperti MiChat untuk memiliki kendali lebih besar atas layanan yang mereka tawarkan mereka dapat mengatur harga, jenis layanan yang disediakan, dan kondisi pertemuan secara langsung dengan klien tanpa perantara atau yang di sebut *Mucukari*.

Berdasarkan hasil observasi Peneliti, seiring berbagai kemudahan yang diberikan, media sosial juga tak luput dari penyalagunaan ke arah yang negatif, diantaranya adalah pemesanan pekerja seks komersial dengan menggunakan media sosial MiChat di kota Kendari, bahkan sosial media dijadikan sarana untuk melakukan transaksi pemesanan pekerja seks komersial secara *online*, karena kemudahan yang diberikan oleh aplikasi MiChat menjadi wadah untuk pekerja seks komersial untuk melakukan transaksi dengan pelanggan, Peneliti tertarik mengkaji bagaimana model komunikasi pekerja seks komersial dalam menarik pelanggan di Media sosial, yang digunakan sebagai sarana penyebaran pekerja seks komersial. Maka peneliti tertarik mengangkat judul “Model Komunikasi Pekerja Seks Komersial dalam Menarik Pelanggan di Media Sosial MiChat di Kota Kendari”. Diantisipasi bahwa penelitian ini akan membantu menempatkan pemahaman penulis tentang masalah yang sedang diselidiki ke dalam praktik dan bahwa hal itu akan meningkatkan kesadaran publik tentang perilaku abnormal yang terjadi di media sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif metodologis. Menurut Bogdan dan Taylor, metodologi kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari kata-kata tertulis atau lisan orang serta kegiatan yang diamati. Penelitian ini dilakukan di Kota Kendari Provinsi Sulawesi Tenggara. Subjek dalam penelitian ini adalah para pekerja seks komersial yang menggunakan aplikasi MiChat untuk melakukan transaksi di media sosial dan juga para pengguna media sosial MiChat yang berada di kota Kendari. Informan dalam penelitian ini adalah para pekerja seks komersial yang menggunakan aplikasi MiChat sebagai wadah untuk melakukan komunikasi dengan pelanggan.

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini adalah menggunakan Teknik *snowball sampling* adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus. Sumber data adalah sesuatu yang dapat mengungkapkan informasi tentang data. Oleh karena itu sumber data adalah hal yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, dan juga data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang dapat dibuktikan oleh penelitian, termasuk literatur, internet, dan penelitian sebelumnya tentang model komunikasi pekerja seks komersial dalam menarik pelanggan di media sosial MiChat. Teknik pengumpulan data di bidang penelitian skala besar, dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi:

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian khusus ini menggunakan teknik analitik yang telah divalidasi oleh peneliti Achjar (2023) menggunakan

Illes dan Auberman. Secara khusus, teknik analitik menggunakan model terbalik, yang didasarkan pada persyaratan subjek penelitian dan dengan demikian berasal dari pengamatan bersama mereka, teknik pengumpulan data menggunakan tiga tahapan reduksi, Penyajian data, Penarikan kesimpulan

Hasil analisis data diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi mengenai bagaimana model komunikasi pekerja seks komersial dalam menarik pelanggan di media sosial MiChat. Hal tersebut dilakukan untuk memperoleh kesimpulan mengaitkan permasalahan penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui model komunikasi pekerja seks komersial dalam menarik pelanggan di kota kendari, maka peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara wawancara dengan pekerja seks komersial dengan menggunakan aplikasi MiChat sebagai media untuk mendapatkan data yang Peneliti butuhkan, dan Peneliti juga melakukan dokumentasi berupa *Screenshot* Chat PSK dalam menyampaikan pesan terhadap pelanggan potensial, selain itu Peneliti juga melakukan observasi di media sosial MiChat mengenai pesan dan trik PSK di media sosial MiChat untuk membuat pelanggan potensial tertarik memesanya.

Kegiatan pengumpulan data di lapangan maka peneliti mendapatkan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Dalam melakukan penelitian di kota Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara, mengenai model komunikasi pekerja seks komersial dalam menarik pelanggan di media sosial MiChat Peneliti menggunakan Teori (*Stimulus, organism, Respons*) adalah Teori dari Hosland, Janis, & Kelley pada tahun 1953, dengan asumsi. Pesan (*Stimulus, S*), Komunikan (*Organism, O*), Efek (*Response, R*). Berdasarkan Teori dari Hosland, Janis, & Kelley pada tahun (1953) yaitu Teori S-O-R (*Stimulus, Organism, Response*) terdapat tiga konsep yaitu *Stimulus, Organism, Response* yang dijelaskan sebagai berikut:

Pesan (*Stimulus*)

Menurut Fisher, dalam Abidin (2022) dalam teori S-O-R. Pesan (*Stimulus*) memainkan peran penting dalam komunikasi. Ini karena pesan adalah informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator. Pesan sangat berharga dalam komunikasi karena itulah intinya. Pertukaran pesan diperlukan untuk operasi komunikasi antara komunikator. Bagaimana kita menjalin dan memelihara hubungan dengan orang lain. Oleh karena itu, ada dua tujuan untuk komunikasi: hubungan, yaitu berbagi informasi tentang bagaimana kita berhubungan dengan orang lain, dan konten, yaitu berbagi informasi yang kita butuhkan.

Berdasarkan observasi komunikasi pekerja seks komersial dalam menarik pelanggan di media sosial Michat di kota Kendari, *stimulus* atau pesan merujuk pada aspek-aspek yang menarik perhatian pelanggan potensial, seperti foto profil, deskripsi pribadi, dan tawaran layanan yang disajikan oleh PSK. Hal itu sejalan dengan yang di jelaskan teori SOR (*Stimulus-Organism-Response*), *stimulus* adalah lingkungan atau situasi yang memicu *respons* dari individu. Menjelaskan bagaimana lingkungan mempengaruhi individu dan bagaimana individu merespon lingkungan tersebut secara aktif beradaptasi dengan lingkungan digital aplikasi MiChat memberikan tawaran kepada pelanggan dengan cara yang menguntungkan baik bagi dirinya maupun pelanggan.

Organism (Komunikan)

Organism yang dimaksud dalam hal ini yaitu komunikan sebagai pihak yang menerima *stimulus* dari komunikator. Sikap komunikan terhadap *stimulus* tentunya tak akan sama, hal ini bergantung pada bagaimana komunikan tersebut merespon nya. Untuk dapat mengkaji sikap, maka terdapat tiga unsur pendukung yang sangat penting sebab dapat menjadi penentu tentang seperti apa *response* yang diberikan komunikan setelah mendapatkan *stimulus*. Tiga unsur tersebut diantaranya yakni perhatian, pemahaman, dan penerimaan.

Berdasarkan hasil observasi *Organism* merujuk pada bagaimana pelanggan potensial yang berinteraksi dengan pekerja seks komersial di media sosial Michat yang disediakan oleh PSK. Dan bagaimana pelanggan potensial merespon tawaran jasa yang diberikan PSK dan gambar dan video yang menarik dari PSK di media sosial MiChat. Mereka memposting foto-foto menarik atau video pendek untuk menunjukkan penampilan dan gaya hidup mereka, dengan harapan menarik minat dari calon pelanggan dan penawaran untuk menarik pelanggan. Mereka juga menawarkan diskon atau promosi khusus kepada pengguna MiChat sebagai insentif untuk menggunakan layanan mereka yang di disajikan oleh mereka di media sosial Michat.

Response (Efek)

Menurut Kelly dalam Asiyah (2023), *response* adalah sebuah efek yang ditimbulkan daripada komunikasi sehingga terjadi perubahan sikap atau perilaku komunikan. Adapun sebuah proses dalam perubahan sikap telah menjelaskan suatu bagaimana pembelajaran seseorang, diantaranya yaitu:

1. *Stimulus* dapat diterima ataupun ditolak. Jika ditolak artinya stimulus dinilai kurang efektif dalam memberikan pengaruh terhadap perhatian individu. Sehingga proses belajar hanya berhenti sampai di sini.
2. Tetapi jika *stimulus* diterima, artinya *stimulus* berhasil mendapatkan perhatian daripada *organism*. *Organism* juga mengerti akan *stimulus* yang diberikan. Menandakan kalau *stimulus* yang didapatkan efektif sehingga dapat diteruskan ke hubungan berikutnya.
3. Kemudian *organism* akan mengolah *stimulus* yang diterima sehingga individu bersedia untuk berbuat atau mengambil sikap untuk *stimulus* yang ia terima.
4. Pada akhirnya, melalui dorongan lingkungan serta *support* berbagai fasilitas, maka *stimulus* itu akan berefek perbuatan yakni perubahan perilaku pada individu.

Berdasarkan hasil obervasi *Response* dalam penelitian ini merujuk pada transaksi, pemesanan dan penentuan harga yang dilakukan oleh PSK sebagai hasil dari *Stimulus* atau pesan yang diberikan kepada *organism* atau komunikan yang diberikan oleh PSK di media sosial MiChat sehingga terjadi sebuah kesepakatan dalam aspek, penentuan harga dan kesepakatan ke hubungan lanjutan.

SIMPULAN

Model Komunikasi Pekerja Seks Komersial Dalam Menarik Pelanggan Di Media Sosial Michat di kota Kendari Provinsi Sulawesi Tenggara. Menarik kesimpulan Model komunikasi pekerja seks komersial dalam menarik pelanggan di media sosial MiChat di kota Kendari, berjalan sangat baik berdasarkan 3 indikator teori S-O-R yang digunakan yaitu:

Stimulus, model komunikasi dari pekerja seks komersial di media sosial MiChat sangat efektif di kota Kendari, hal ini dibuktikan bahwa *respon* dari pelanggan tergantung dari komunikasi yang di tawarkan oleh pekerja seks komersial di kota Kendari, model komunikasi yang dilakukan pekerja seks komersial ini menjadi trik penarikan pelanggan mereka menggunakan komunikasi visual dengan memperlihatkan profil dan tawaran menarik media sosial MiChat guna menarik perhatian para pengguna jasa pekerja seks di media sosial Michat. *Organism*, cara mereka menarik perhatian pelanggan yaitu dengan memperlihatkan seperti foto profil, deskripsi pribadi, dan tawaran layanan yang disajikan. Pemahaman dengan istilah khusus seperti *long time* dan *short time* untuk merujuk pada durasi layanan yang ditawarkan dan memberikan penerimaan respon yang cepat dan gesit. *Response*, efek dari komunikasi antara pekerja seks komersial dengan pelanggan potensial menyebabkan terjadinya *response* atau efek, pekerja seks komersial menciptakan *stimulus* yang efektif, memahami respon pelanggan, dan merancang strategi komunikasi yang lebih baik untuk menarik dan mempertahankan pelanggan mereka di *platform* media sosial MiChat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. 2022 "*Buku Metode Penelitian Kualitatif*".
- Andrew E. Sikula. 2017. *proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan non verbal*. Jakarta: Pustaka Binaman.
- Achjar, K. A. H., Rusliyadi, M., Zaenurrosyid, A., Rumata, N. A., Nirwana, I., & Abadi, A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis untuk Analisis Data Kualitatif dan Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Anwar, Saeful. 2018. *Persada studi klub dalam arena sastra Indonesia*. UGM PRESS.
- Djohan, M. M. (2021). *Negosiasi Dan Komunikasi*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Flor, Alexander G. *Komunikasi Lingkungan: Penanganan Kasus-kasus Lingkungan Melalui Strategi Komunikasi*. Prenada Media, 2018.
- Gustam, Ratry Aisyah, and Panji Bhaskara Ramadhan. "The Role of Social Media Instagram@ Partaibulanbintang. Official in Building Communication for the 2024 Political Year." *IJESPG (International*

- Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government*) 1.4 (2023): 10-17.
- Hakim, Lukman. *Obsesi Jepang di Kota Kendari dan Peninggalan Budaya Mateial Masa Pendudukan Jepang di Kendari 1942*. Guepedia, 2022.
- Hariyanto, Didik. "Buku ajar pengantar ilmu komunikasi." *Umsida Press* (2021): 1-119.
- Kurniasari, Desti, and AM Susilo Pradoko. "Lack of Moral Values in Indonesian Music Entertainment in the Post-Modern Era." *4th International Conference on Arts and Arts Education (ICAAE 2020)*. Atlantis Press, 2021.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi antar personal*. Prenada Media.
- Muthahhari, Murtadha. *Filsafat Perempuan dalam Islam*. Abbaz Production, 2012
- Mulyana, Ns Asep, and M. K. M. Rikky Gita Hilmawan. *Komunikasi Keperawatan*. Langgam Pustaka, 2021.
- Prawiro, M. 2020. "Pengertian Komunikasi: Memahami Apa Itu Komunikasi, Tujuan, Fungsi, Jenis, dan Prosesnya"
- Ramdhan, M. 2021. *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Suherman, Ansar. 2020. *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Deepublish.
- Sari, A. Anditha. 2017. *Komunikasi antarpribadi*. Deepublish.
- Suyatno Hadi Saputro, Mustaji, and Fajar Arianto. "The Impact of Communication Skills on Understanding Learning Outcomes for Nursing Students."
- Syarifuddin, Syarifuddin, Abd Karim, and Rismawaty Rustam. "Identitas dan Adaptasi Kultural Tionghoa Muslim di Kota Kendari." *PUSAKA* 11.1 (2023): 61-81.
- Wakarmamu, Thobby. "Metode Penelitian Kualitatif." (2022).
- Zumiarti, S., and dan M. I. Kom. 2022. "teori, fungsi dan manfaat komunikasi." *ilmu komunikasi dan informasi & transaksi elektronik*
- Akhmad, Rezhita Adityana, Andi Alimuddin Unde, and Hafied Cangara. "Fenomenologi Penggunaan Televisi Dan Media Sosial Dalam Menyikapi Budaya Pop Korea Di Kalangan Remaja Makassar." *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi* (2018): 16-22.
- Ali, Khudejah, and Khawaja Zain-ul-abdin. "Post-truth propaganda: heuristic processing of political fake news on Facebook during the

- 2016 US presidential election." *Journal of Applied Communication Research* 49.1 (2021): 109-128.
- Ascaya, Gede Andre Surya, I. D. A. S. Joni, and N. M. R. A. Gelgel. "Pola Komunikasi Antarpribadi Pekerja Seks Komersial (PSK) Dengan Calon Pengguna Jasa Di Kawasan Bung Tomo Denpasar." *E-Jurnal Medium* 1.11 (2020).
- Azahra, Fatma, and Wedra Aprison. "Aplikasi Michat Sebagai Media Prostitusi Online Dan Dampaknya Terhadap Pendidikan." *ANTHOR: Education and Learning Journal* 1.6 (2022): 294-298.
- Cindie Sya'bania, and Desy Misnawati. "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan." *Jurnal Inovasi* 14.1 (2020): 32-41.
- Damayanti, Irma, Yusuf Hidayat, and P. Reski. "Aplikasi Michat Sebagai Media Prostitusi Online di Banjarmasin." *PAKIS (Publikasi Berkala Pendidikan Ilmu Sosial)* 2.1 (2022).
- Annisa, Diasty. "proses komunikasi yang terjadi pada aplikasi michat dalam tindak kegiatan seksual prostitusi online." *Prosiding Konferensi Nasional Sosial dan Politik (KONASPOL)* 1 (2023): 300-310.
- Efendi, Zakaria. "Analisis Komunikasi pada Aplikasi MiChat sebagai Sarana Media Prostitusi Online di Pontianak." *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat* 4.2 (2021): 86-107.
- Efthariena, E., Lestari, L., Ferdiansyah, F., Arifah, A., & Khanivah, K. (2022). *Pola Komunikasi Media Sosial Pada Pelaku Prostitusi Online di Aplikasi Michat. Jurnal Sosial dan Teknologi*, 2(8), 655-659.
- Fanaqi, C., Fauzie, M. F., Novitasari, B., & Fathoni, M. S. (2021). *Prostitusi Online Melalui Media Sosial:(Pola Komunikasi Pelaku Prostitusi Online Melalui Aplikasi Michat). Aspikom Jatim: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 2(2), 1-15.
- Fatria, Fita. "Penerapan Media Pembelajaran Google Drive Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia." *Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Dan Sastra* 2.1 (2017): 138-144.
- Farhan, M., S. T. Nurbayan, and Nurhasanah Nurhasanah. "Fenomena Prostitusi Online Dengan Menggunakan Aplikasi Michat Di Desa Nisa Kecamatan Woha Kabupaten Bima." *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi* 5.2 (2022): 20-30.

- Gritantin, L. A. L. (2022). *sejarah penanggulangan prostitusi di wilayah hindia belanda oleh pemerintah hindia belanda tahun 1870-1920*. SENTRI: *Jurnal Riset Ilmiah*, 1(4), 1139-1144.
- Marihot, Y., Sari, S., & Endang, A. (2022). Komunikasi Krisis Pada Pemberitaan Covid-19 Di Media Sosial Facebook (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Kunduran, Seluma Timur). *Jurnal Multidisiplin Dehasen (Mude)*, 1(1), 1-7.
- Gustam, Rizky Ramanda. "Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan." *EJournal Ilmu Komunikasi* 3.2 (2015): 224-242.
- Hafied Cangara, and Muhammad Farid. "Peran Komunikasi Organisasi dalam Menumbuhkan Integrasi dan Kebersamaan para Karyawan Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Maluku Pasca Konflik Horizontal di kota Ambon." *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi* (2018): 133-138.
- Hafied Cangara, and Umaimah Wahid. "Analisis Komunikasi Pada Aplikasi Michat Sebagai Sarana Media Prostitusi Online Di Ibu Kota Jakarta." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3.2 (2023): 1834-1848.
- Hermawan, Ade, and Untung Sumarwan. "Praktek Prostitusi Online Menggunakan Aplikasi "Say Hi" dalam Menarik Pelanggan di Wilayah Tebet Jakarta Selatan." *Anomie* 4.3 (2022): 113-129.
- Iswara, Muhamad Gagah Jaka. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Remaja Perempuan Menjadi Pekerja Seks Komersial (Studi Deskriptif Di Kecamatan X Kabupaten Banjarnegara)*. Diss. Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2021.
- Kriyantono, Rachmat. *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam*. Prenada Media, 2019.
- NADILLA, Badratul, et al. *Pemanfaatan Aplikasi Kencan Online Dan Strategi Komunikasi PSK dalam Praktik Prostitusi Di Aceh*. 2022. PhD Thesis. UIN Ar-Raniry.
- Pujiastuti, W. (2022). *Prostitusi Online Anak Dibawah Umur Melalui Aplikasi Michat (Studi Kasus Terhadap 5 Anak Inisial NM, NS, TI, ST, IC)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Putri, Alvita Dewi, and Chatia Hastasari. "Strategi Komunikasi Tepas Tandha Yekti Dalam Mengelola Citra Positif Kraton Yogyakarta Melalui Media Sosial Instagram." *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi* 2.2 (2019).
- Putri, Nadya Karina. "Model Komunikasi Dan Menurut Ahli." (2019).

Rahman, A. (2016). *Bentuk-bentuk komunikasi dalam pembelajaran. Paedagogia: Jurnal Pendidikan*, 5(2), 198-217.

Roem, Elva Ronaning. "Perempuan-Perempuan Pekerja Seks Komersial Yang Terkomodifikasi." *Mitra Gender (Jurnal Gender dan Anak)* 1.1 (2018): 1-6.

Saleh, Gunawan. "Kampanye Hitam pilgub DKI 2017: *analisis wacana van Dijk pada meme di media sosial.*" *Jurnal Studi Komunikasi* 2.3 (2018): 322-339.

Skripsi :

Sulfan, S. (2018). Konsep Masyarakat Menurut Murtadha Muthahhari. *Aqidah-Ta: Jurnal Ilmu Aqidah*, 4(2), 269-84

Suryaningsih, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik. *Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 7(1), 1-10.

Situs Berita dan Internet

<https://kumparan.com/berita-hari-ini/aplikasi-michat-untuk-apa-ini-berbagai-keunggulan-fiturnya-1ySDJvii0wy> di akses 22 Mei 2024