UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Dari Emosi ke Komoditas: Analisis Komodifikasi Keintiman pada Penyedia Layanan Afeksi Virtual di Indonesia**
Nabilah, Oki Rahadianto Sutopo, Ph.D
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis praktik *emotional labor* dan komodifikasi keintiman dalam layanan romansa virtual di Indonesia, dengan mengambil studi kasus pada agensi Sleepcall.idn di *platform* Instagram. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode netnografi, penelitian ini melibatkan observasi partisipatoris dan wawancara semi-terstruktur terhadap lima orang pekerja (*talent*) yang dipilih secara *purposive*. Data dianalisis menggunakan analisis tematik dengan kerangka teori *emotional labor* dari Arlie Hochschild serta konsep komodifikasi keintiman milik Eva Illouz.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa pekerja layanan romansa virtual melakukan *surface acting* dan *deep acting* secara intensif untuk memenuhi ekspektasi emosional pelanggan, yang menimbulkan *emotional dissonance*, kelelahan emosional, dan *estrangement* atau keterasingan dari diri sendiri. Sedangkan sebagian lainnya memilah strategi tertentu yang sesuai dengan kondisi saat layanan. Proses komodifikasi keintiman berlangsung melalui mekanisme pasar yang terstruktur, seperti penetapan harga berjenjang, pengemasan afeksi dalam paket layanan, pemanfaatan anonimitas sebagai ruang transaksional yang aman, dan penggunaan *platform* Instagram sebagai alat pemasaran. Di tengah tekanan *emotional labor*, para pekerja menunjukkan resistensi melalui penolakan terhadap pelanggan yang melanggar batas, pembangunan batasan emosional, aktivitas pemulihan diri, dan solidaritas sesama *talent*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa layanan romansa virtual merupakan bentuk kerja afektif baru yang mencerminkan pergeseran sosial-ekonomi di era digital, di mana keintiman dan kebutuhan emosional dikomodifikasi sekaligus dinegosiasikan oleh para pekerja dalam menghadapi eksploitasi dan stigma sosial.

Kata Kunci: *emotional labor*, komodifikasi keintiman, layanan romansa virtual, sewa pacar.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Dari Emosi ke Komoditas: Analisis Komodifikasi Keintiman pada Penyedia Layanan Afeksi Virtual di Indonesia**
Nabilah, Oki Rahadianto Sutopo, Ph.D
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# *ABSTRACT*

This study analyzes the practices of emotional labor and the commodification of intimacy in virtual romance services in Indonesia, taking a case study of the agency Sleepcall.idn on the Instagram *platform*. Employing a qualitative approach with netnographic methods, this research involved participatory observation and semi-structured interviews with five service providers (*talent*s) selected purposively. Data were analyzed using thematic analysis, drawing on the theoretical framework of emotional labor by Arlie Hochschild and the concept of commodification of intimacy by Eva Illouz.

The research findings indicate that some virtual romance service workers engage intensively in surface acting and deep acting to meet customers' emotional expectations, resulting in emotional dissonance, emotional exhaustion, and estrangement from the self. Others, however, selectively employ strategies that are appropriate to the circumstances of each service interaction. The commodification of intimacy takes place through structured market mechanisms, including tiered pricing, the packaging of affection into service packages, the use of anonymity as a safe transactional space, and the use of Instagram as a marketing tool. Despite these emotional labor pressures, workers demonstrate resistance by refusing customers who violate their boundaries, establishing emotional boundaries, engaging in self-recovery practices, and fostering solidarity among fellow talents. This study concludes that virtual romance services constitute a new form of affective labor that reflects broader socioeconomic transformations in the digital era, in which intimacy and emotional needs are commodified while simultaneously being negotiated by workers as they navigate exploitation and social stigma.

Keywords: emotional labor, commodification of intimacy, virtual romance services, rent-a-partner.