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/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
KATA PENGANTAR ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
ABSTRAK ..... **xii**
ABSTRACT ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 5
a. Manfaat Teoritis 5
b. Manfaat Praktis 6
E. Kajian Pustaka 6
F. Teori 10
a. *Emotional labor* 10
b. Komodifikasi Keintiman 13
G. Metode Penelitian 16
a. Metode Penelitian 16
b. Subjek Penelitian 17
c. Sumber Data 18
H. Teknik Pengumpulan Data 18
a. Observasi 18
b. Dokumen 19
c. Wawancara Semi-Terstruktur 19
I. Teknik Analisis Data 20
BAB II GAMBARAN UMUM DAN KONTEKS PENELITIAN **22**
A. Layanan Romansa Virtual di Media Sosial Indonesia 22
B. Media Sosial Sleepcall.idn 24
C. Modal Operasional 27
D. Manajemen Agensi 27
E. Proses Perekrutan *Talent* 29

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/

F. Profil Informan 32

BAB III EMOTIONAL LABOR DALAM PRAKTIK PEKERJA LAYANAN ROMANSA VIRTUAL 34

A. Surface Acting: Mengelola Tampilan Tanpa Mengubah Perasaan 38
a. Menyesuaikan Suara dan Intonasi: “Suara sebagai Wajah” 38
b. Menyembunyikan Emosi Negatif: "Topeng Profesionalisme" 40
c. Menggunakan Alat Bantu Digital sebagai "Topeng" 42
d. Emotional Dissonance: Kesenjangan antara Perasaan dan Tampilan 43
B. Deep Acting: Mengubah Perasaan dari Dalam 44
a. Pembingkaian ulang (Reframing) Pelanggan 45
b. Memposisikan Diri di Posisi Pelanggan 46
c. Membangun Persona 47
C. Feeling Rules 49
a. Aturan dari Agensi: "Profesionalisme yang Diwajibkan" 49
b. Ekspektasi Pelanggan: "Yang Dibayar, dan yang Diharapkan" 50
c. Internalisasi Aturan: "Ketika Aturan Menjadi Bagian dari Diri" 51
d. Konflik Feeling Rules: "Antara Aturan dan Perasaan" 52
D. Transmutasi 53
a. Kesadaran akan Nilai Jual Emosi dan Afeksi 54
b. Strategi *Upselling* dan Pengemasan Afeksi 56
c. Konflik antara Emosi Asli dan Emosi yang Dijual 58
d. Personal Branding sebagai Bentuk Transmutasi 61
E. *Estrangement*: Keterasingan dari Diri Sendiri 63
a. Kelelahan Emosional yang Kronis 63
b. Kesulitan Membedakan Diri Asli dan Persona 65
F. Resistensi dan *Coping* 69
a. Menolak Pelanggan yang Melewati Batas 69
b. Membangun Boundaries Emosional 70
c. Aktivitas Pemulihan Diri 71
d. Solidaritas Sesama *Talent* 72

BAB IV KOMODIFIKASI KEINTIMAN OLEH AGENSI SLEEPCALL.IDN 74

A. Afeksi sebagai Komoditas: Konstruksi Nilai Tukar Emosi 74
a. Apa yang Dibeli Pelanggan: Kebutuhan Emosional yang Dikomodifikasi 74
b. Konstruksi Nilai Tukar Emosi 76
c. Package of Intimacy 78
B. Anonimitas sebagai Mekanisme Pasar 80

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/

C. Hierarki Layanan dan Stratifikasi Keintiman 82
D. Instagram Sebagai Alat Pemasaran 89
BAB V PENUTUP 93
A. Kesimpulan 93
B. Limitasi dan Agenda Riset Selanjutnya 94
DAFTAR PUSTAKA 95

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/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampilan Halaman Akun Instagram Sleepcall.idn 25
Gambar 4.1 Tampilan Daftar Harga Layanan Romansa Virtual di Sleepcall.idn 83
Gambar 4.2 Tampilan Postingan di akun Instagram Sleepcall.idn.....85
Gambar 4.3 Tampilan Rules Client di akun Sleepcall.idn.....86
Gambar 4.4 Tampilan Variasi Paket Layanan Sleepcall.idn 87

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/

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 77