

**SUGAR DATING:
HUBUNGAN KENCAN TRANSAKSIONAL ANTARA SUGAR
BABY DAN SUGAR DADDY/ SUGAR MOMMY
DI KOTA MAKASSAR**

**SUGAR DATING:
TRANSACTIONAL DATING RELATIONSHIPS BETWEEN
SUGAR BABY AND SUGAR DADDY/ SUGAR MOMMY
IN MAKASSAR CITY**



**DYAN PARAMITHA DARMAYANTI
E023182002**



**PROGRAM STUDI ILMU ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

SUGAR DATING:
HUBUNGAN KENCAN TRANSAKSIONAL ANTARA *SUGAR*
BABY* DAN *SUGAR DADDY/ SUGAR MOMMY
DI KOTA MAKASSAR

Disertasi

sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar doktor

Program Studi Ilmu Antropologi

Disusun dan diajukan oleh

DYAN PARAMITHA DARMAYANTI
E023182002

Kepada

PROGRAM STUDI ILMU ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024

***SUGAR DATING:
TRANSACTIONAL DATING RELATIONSHIPS BETWEEN
SUGAR BABY AND SUGAR DADDY/ SUGAR MOMMY
IN MAKASSAR CITY***

Dissertation

as one of the requirements for achieving a doctoral degree

Study Program Anthropology

Prepared and submitted by

**DYAN PARAMITHA DARMAYANTI
E023182002**

to

**ANTHROPOLOGY STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
HASANUDDIN UNIVERSITY
MAKASSAR
2024**

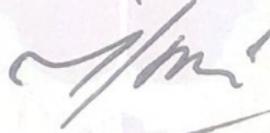
DISERTASI
SUGAR DATING:
HUBUNGAN KENCAN TRANSAKSIONAL ANTARA SUGAR BABY DAN
SUGAR DADDY/SUGAR MOMMY DI KOTA MAKASSAR

DYAN PARAMITHA DARMAYANTI
E023182002

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Doktor pada tanggal
12 September 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan
pada

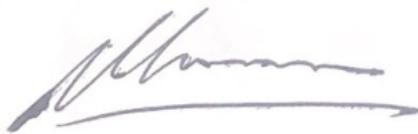
Studi Program Doktor Program Studi Antropologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin
Makassar

Mengesahkan:
Promotor,



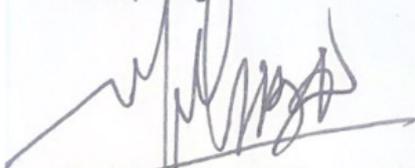
Prof. Nurul Ilmi Harus, M.Sc., Ph.D
NIP 196501071989032001

Ko-Promotor,



Prof. Dr. H. Mahmud Tang, MA
NIP 195112311984031003

Ketua Program Studi
Antropologi



Dr. Muhammad Basir, MA.
NIP 196206241987021001

Ko-Promotor,



Prof. Dr. Pawennari Hijjang, MA
NIP. 195912311986091002

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,



Prof. Dr. Phil Sukri, S.IP., M.Si.
NIP 197508182008011008

PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, disertasi berjudul “*Sugar Dating: Hubungan Kencan Transaksional Antara Sugar Baby, Sugar Daddy, dan Sugar Mommy di Kota Makassar*” adalah benar karya saya dengan arahan dari tim pembimbing (Prof. Nurul Iلمي Idrus, M.Sc., Ph.D., Prof. Dr. H. Mahmud Tang, MA., dan Prof. Dr. Pawennari Hijjang, MA). Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka disertasi ini. Sebagian dari isi disertasi ini telah dipublikasikan di International Journal of Religion pada Volume 5 Nomer 10 Tahun 2024 pada halaman 2863-2872 dengan DOI <https://doi.org/10.61707/hztk2f59> dengan judul *Love or Transaction: The Difference Between Sugar dating and Conventional Dating* dan di Jurnal Padaringan pada Volume 6 Nomer 2 tahun 2024 pada halaman 182-190 dengan DOI <https://doi.org/10.20527/pn.v6i011.11641> dengan judul artikel “Gaya Hidup dan Stigma Sugar Baby di Indonesia”. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan disertasi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa disertasi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 16 Mei 2024



Dyan Paramitha Darmayanti
NIM. E023182002

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan disertasi yang berjudul *Sugar dating: Hubungan Kencan Transaksional antara Sugar Baby dan Sugar Daddy* di Kota Makassar.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa disertasi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu sudah sepatutnya saya mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah banyak memberikan kontribusi positif terhadap proses penyusunan disertasi ini yaitu:

1. Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc. selaku Rektor Universitas Hasanuddin yang telah memberikan izin kepada saya untuk melanjutkan Pendidikan di Program Studi S3 Antropologi Universitas Hasanuddin.
2. Prof. Dr. Phill. Sukri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin.
3. Dr. Basir, M.A. selaku Ketua Program Studi S3 Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin serta sebagai penguji yang telah memberikan saran dan kritik untuk perbaikan disertasi ini
4. Prof. Nurul Ilmi Idrus, M.Sc., Ph.D. yang tidak saja bertindak sebagai seorang Promotor, tapi juga sebagai ibu dan teman yang telah memberikan dukungan akademik dan moral dengan

petunjuk-petunjuknya yang suportif, sistematis, dan konstruktif dalam proses penyelesaian disertasi ini.

5. Prof. Dr. Mahmud Tang, M.A. selaku Ko Promotor I yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberi masukan demi penyempurnaan disertasi ini.
6. Prof. Dr. Pawennari Hijjang, M.A. selaku Ko Promotor II yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberi masukan dalam menyelesaikan disertasi ini.
7. Prof. Munsu Lampe, M.A. selaku penguji yang telah memberikan saran dan kritik untuk penyempurnaan disertasi ini
8. Dr. Yahya, M.A. selaku penguji yang telah memberikan saran dan kritik untuk perbaikan disertasi ini.
9. Para dosenku yang terhormat di Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin Almarhum Prof. Yamin Sani, M.Si, almarhum Prof. Dr. Supriadi Hamdat, M.A., Prof. Dr. H. Hamka Naping M.A., Prof. Dr. Ansar Arifin, M.Si, Dr. Safriadi, M. Si, dan Dr. Tasrifin Tahara, M.Si.
10. Kedua orang tuaku Ayahanda Darman Manda dan Almarhumah Neny Damayanti yang telah memberikan dukungan moral, kasih sayang, doa, nasehat serta kesabaran yang luar biasa. Penulis berharap dapat menjadi anak yang bisa dibanggakan oleh keluarga.

11. Adik-adikku tercinta Resty Rahayu Darmayanti, Belva Ardelia Darmayanti, dan Nadya Anggereny Darmayanti terima kasih atas doa dan segala dukungan yang telah diberikan.
12. Para informan yang telah meluangkan waktunya untuk berdiskusi tentang pengalaman mereka, tanpa mereka penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan.
13. Teman teman dan para senior di program studi S3 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin yang telah banyak memberikan masukan serta dukungan moril untuk penyelesaian disertasi ini.
14. Para dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Makassar yang telah memberikan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan disertasi ini, khususnya para dosen di Program Studi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Makassar dan para anggota Unit Penjaminan Mutu Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Makassar atas bimbingan dan dukungannya, sehingga penulis bisa menyelesaikan disertasi ini.
15. Para sahabat dan keluarga besar yang tidak dapat diucapkan satu-persatu terima kasih banyak atas dukungan dan doa yang diberikan kepada penulis.

Atas bantuan dari berbagai pihak, penulis hanya dapat memanjatkan doa kehadiran Allah SWT, semoga segala bantuan yang telah

diberikan menjadi ibadah dan mendapatkan pahala. Akhir kata, semoga disertasi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang, Aamiin ya Robbal Alaamiin.

Makassar, 16 Mei 2024

Dyan Paramitha Darmayanti

ABSTRAK

Dyan Paramitha Darmayanti. *Sugar Dating: Hubungan Kencan Transaksional antara Sugar Baby dan Sugar Daddy/ Sugar Mommy di Kota Makassar* atas bimbingan Nurul Ilmi Idrus, Mahmud Tang, dan Pawennari Hijjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman *sugar dating* dari berbagai sudut pandang, mulai dari persepsi para pelakunya (*sugar daddy*, *sugar mommy*, dan *sugar baby*), faktor-faktor yang mendorong keterlibatan, proses awal pertemuan, serta keputusan yang diambil terkait kelangsungan hubungan. Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif ini dilakukan di Kota Makassar. Data diperoleh melalui kombinasi teknik pengumpulan data wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap 20 orang yang terdiri atas *sugar daddy*, *sugar mommy*, dan *sugar baby* (laki-laki dan perempuan) dan pengamatan (*observation*) terhadap perilaku *sugar dating*, baik melalui aplikasi *sugar dating*, maupun melalui media sosial terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sugar dating* merupakan hubungan transaksional antara *sugar baby* dengan *sugar daddy* atau *sugar mommy*, yang di dalamnya terdapat pertukaran yang melibatkan dukungan finansial dan/atau materi dengan imbalan secara emosional dan seksual. Sementara faktor yang mendorong keterlibatan terbagi menjadi dua yaitu alasan primer dan alasan sekunder. Faktor primer meliputi kebutuhan finansial, pencarian gaya hidup mewah, mentorship, dan pencarian figur ayah (*fatherless*) sementara faktor sekunder yang turut memengaruhi keputusan untuk terlibat dalam *sugar dating* mencakup lingkungan pertemanan, kejenuhan dalam hubungan, krisis paruh baya, dan *power relation*. Bertemunya pasangan *sugar dating* pertemuan awal masing-masing bervariasi, mulai dari melalui Website, media sosial seperti TikTok, Instagram, Twitter (X), Telegram, dikenalkan oleh teman, bertemu di sebuah kafe, atau bahkan terjadinya pertemuan tak sengaja di sebuah tempat tertentu. Keputusan individu untuk melanjutkan atau mengakhiri hubungan *sugar dating* bergantung pada keinginan untuk memenuhi kebutuhan finansial, mengembangkan relasi, memenuhi gaya hidup mewah dan memperoleh kepuasan emosional. Mereka yang berkeinginan untuk melanjutkan hubungan *sugar dating* didasarkan pada keinginan untuk memenuhi kebutuhan finansial, pengembangan relasi, dan pemenuhan gaya hidup mewah. Sementara mereka yang berkeinginan untuk mengakhiri hubungan *sugar dating* didasarkan pada alasan bahwa mereka telah mencapai tujuan dan batas waktu yang ditentukan, ketidakcocokan, kekerasan yang dialami, dan telah menemukan pasangan *sugar dating* ataupun diluar dari hubungan *sugar dating* yang lebih cocok. Namun, ada ambivalen apakah akan melanjutkan atau mengakhiri hubungan karena adanya ketakutan akan infeksi menular seksual (IMS), risiko ketahuan oleh pasangan, atau telah jatuh cinta dengan pasangan *sugar dating*.

Kata Kunci: *Sugar Dating, Sugar Daddy, Sugar Mommy, Sugar Baby*, dan Kencan Transaksional

ABSTRACT

Dyan Paramitha Darmayanti. Sugar dating: Transactional Dating Relationship between Sugar Baby and Sugar Daddy/ Sugar Mommy in Makassar City under the guidance of Nurul Ilmi Idrus, Mahmud Tang, and Pawennari Hijjang.

This study aims to explore the experience of sugar dating from various perspectives, ranging from the perceptions of the perpetrators (sugar daddy, sugar mommy, and sugar baby), factors that encourage involvement, the initial process of meeting, and decisions made regarding the continuity of the relationship. This research using a qualitative approach was conducted in Makassar City. Data were obtained through a combination of data collection techniques in-depth interviews with 20 people consisting of sugar daddy, sugar mommy, and sugar baby (male and female) and observation of sugar dating behavior, both through sugar dating applications, and through related social media. The results showed that sugar dating is a transactional relationship between sugar baby and sugar daddy or sugar mommy, in which there is an exchange involving financial and/or material support in exchange for emotional and sexual rewards. While the factors that encourage involvement are divided into two, namely primary reasons and secondary reasons. Primary factors include financial needs, the search for a luxurious lifestyle, mentorship, and the search for a father figure (fatherless) while secondary factors that influence the decision to engage in sugar dating include the friendship environment, relationship boredom, midlife crisis, and power relations. The initial meeting of sugar dating couples varies, ranging from through the Website, social media such as TikTok, Instagram, Twitter (X), Telegram, introduced by friends, meeting in a cafe, or even an accidental meeting in a certain place. Individual decisions to continue or end sugar dating relationships depend on the desire to meet financial needs, develop relationships, fulfill a luxurious lifestyle and obtain emotional satisfaction Those who wish to continue sugar dating relationships are based on the desire to meet financial needs, develop relationships, and fulfill a luxurious lifestyle. Meanwhile, those who wish to end the sugar dating relationship are based on the reasons that they have reached their goals and time limit, incompatibility, violence experienced, and have found a more suitable sugar dating partner or outside of the sugar dating relationship. However, there is ambivalence about whether to continue or end the relationship due to the fear of sexually transmitted infections (STIs), the risk of being caught by a partner, or having fallen in love with a sugar dating partner.

Keywords: Sugar Dating, Sugar Daddy, Sugar Mommy, Sugar Baby, and Transactional Dating

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	10
I.3 Tujuan Penelitian	10
I.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
II.1 Teori Pertukaran Sosial (<i>Social Exchange Theory</i>)	13
II.2 Teori Agensi	18
II.3 <i>Sugar Dating</i>	21
II.4 Penyebab Hubungan <i>Sugar dating</i>	24
II.5 <i>Sugar Dating</i> dan Prostitusi	28

BAB III. METODE PENELITIAN

III.1 Pendekatan Penelitian	33
III.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
III.4 Informan Penelitian	38
III.5 Teknik Analisa Data	39
III.6 Etika Penelitian	40

BAB IV. SUGAR DATING: DARI GLOBAL KE LOKAL

IV.1 Sugar Daddy Meet	46
IV. 2 Established Men	47
IV. 3 Sugar Babies	48
IV. 4 Sugar Book	52
IV. 5 Seeking Arrangement.....	60

BAB V. PERSEPSI TENTANG SUGAR DATING, SUGAR DADDY/MOMMY, DAN SUGAR BABY

V. 1 Definisi dan Makna <i>Sugar Dating</i>	77
V. 2 Definisi dan Makna <i>Sugar Daddy</i> dan <i>Sugar Mommy</i>	83
V. 3 Definisi dan Makna <i>Sugar Baby</i>	92
V. 4 <i>Sugar Dating</i> dan Prostitusi	96
V. 5 <i>Sugar Dating</i> dan <i>Conventional Dating</i>	99

BAB VI. FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KETERLIBATAN DALAM SUGAR DATING

VI.1 Faktor Primer.....	114
-------------------------	-----

VI.2 Faktor Sekunder.....	128
BAB VII. AWAL PERTEMUAN DALAM SUGAR DATING	
VII. 1 Bertemu pada Website Khusus <i>Sugar Dating</i>	143
VII. 2 Berkenalan melalui Media Sosial	147
VII. 3 Melalui Agensi <i>Sugar Dating</i>	178
VII. 4 Melalui Rekomendasi Teman	181
VII. 5 Bertemu di Kafe Khusus.....	185
VII. 6 Tempat Lain untuk Menemukan <i>Sugar Dating</i>	188
BAB VIII SUGAR DATING: DILANJUTKAN ATAU DIAKHIRI	
VIII.1 Melanjutkan Hubungan <i>Sugar Dating</i>	193
VIII.2 Ambivalen antara Melanjutkan atau Mengakhiri Hubungan <i>Sugar Dating</i>	201
VIII.3 Mengakhiri Hubungan <i>Sugar Dating</i>	208
BAB IX PENUTUP	
IX.1 Kesimpulan.....	219
IX.2 Saran	222
DAFTAR PUSTAKA	223

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar IV. 1 Tampilan Website <i>Sugar Daddy Meet</i>	47
Gambar IV. 2 Tampilan Website <i>Established Men</i>	48
Gambar IV. 3 Tampilan awal Website <i>Sugar Babies</i>	49
Gambar IV. 4 Tampilan saat melakukan registrasi akun.....	50
Gambar IV. 5 Tampilan saat telah melakukan registrasi pada Website <i>Sugar Babies</i>	51
Gambar IV. 6. Tiga Tahapan verifikasi akun yang harus dilakukan pengguna	52
Gambar IV. 7 Fitur untuk <i>Sugar Mommy</i>	53
Gambar IV. 8 Tampilan awal saat membuka <i>Website Sugar Book</i>	53
Gambar IV. 9 Salah satu akun pengguna premium	54
Gambar IV. 10 Harga untuk menjadi anggota premium.....	55
Gambar IV. 11 Data diri pengguna.....	55
Gambar IV. 12 <i>Term of Relationship</i> dalam Website <i>Sugar Book</i>	56
Gambar IV. 13 Salah satu profil dalam <i>Website Sugar Book</i>	59
Gambar IV. 14 Beberapa foto yang diunggah pada profil pengguna...	59
Gambar IV. 15 Foto yang ditolak oleh Website <i>Sugar Book</i>	60
Gambar IV. 16 Foto tampilan awal <i>Website Seeking Arrangement</i>	61
Gambar IV. 17 Tampilan awal <i>Website Seeking Arrangement</i>	62
Gambar IV. 18 Tampilan pengisian data diri	63
Gambar IV. 19 Tampilan <i>What are you Seeking</i>	63

Gambar IV. 20 Perbedaan pengguna <i>basic</i> dan pengguna <i>premium</i> ..	66
Gambar IV. 21 Fitur <i>wishlist</i> pada <i>Website Seeking</i>	67
Gambar IV. 22 Tidak terdapat proses verifikasi pada <i>Website Seeking Arrangement</i>	68
Gambar IV. 23 Biaya pengguna member pada <i>Website Seeking Arrangement</i>	68
Gambar IV. 24 <i>Screenshot</i> Video Youtube Seorang Gadis yang Menjalani Eksperimen Sehari Menjadi <i>Sugar baby</i> di Singapura	71
Gambar IV. 25 <i>Screenshot</i> Video Youtube Seorang Gadis Menjadi <i>Sugar baby</i> di Singapura	72
Gambar IV.26 Darren Chen Pendiri atau CEO Sugar Book.....	74
Gambar V. 1 Thread Dari Akun @iniunamekuu.....	78
Gambar V. 2 Thread Dari Akun @iniunamekuu.....	79
Gambar V. 3 Thread Dari Akun @iniunamekuu.....	79
Gambar V. 4 Thread Dari Akun @iniunamekuu di Twitter	80
Gambar V. 5 Salah satu balasan thread @iniunamekuu di Twitter	80
Gambar V. 6 Salah Satu Balasan Thread @iniunamekuu.....	81
Gambar V. 7 Ilustrasi Wawancara dengan <i>Daddy Dean</i>	82
Gambar V. 8 Lukisan Alma de Bretteville Spreckles.....	84
Gambar V. 9. Ilustrasi Gambar <i>sugar daddy</i> dan <i>Female sugar baby</i>	87
Gambar VI. 1. Barang Barang Mewah sebagai Ilustrasi	117
Gambar VI.2 . Ilustrasi gambar Kehilangan Figur Ayah	120
Gambar VI. 3 Ilustrasi Wawancara dengan <i>Daddy Dean</i> dan	

<i>Daddy Dustin</i>	129
Gambar VI. 4. Gambar Ilustrasi Kejenuhan dalam Hubungan	131
Gambar VI. 5 Gambar Ilustrasi Krisis Paruh Baya pada Laki-Laki.....	135
Gambar VII.1 Website Grindr	151
Gambar VII. 2 <i>Hashtag #SugarBaby</i> di Instagram	154
Gambar VII.3 <i>Hashtag #SugarDaddy</i> di Instagram.....	155
Gambar VII.4 Penggunaan <i>hashtag #SugarBaby</i>	160
Gambar VII.5 Penggunaan <i>hashtag #SugarDaddy</i>	160
Gambar VII.6 Penggunaan <i>hashtag #SugarMommy</i>	161
Gambar VII.7 Penggunaan <i>hashtag #SugarBabyMakassar</i>	161
Gambar VII.8 Penggunaan <i>hashtag #SugarDaddyMakassar</i>	162
Gambar VII.9 Penggunaan <i>hashtag #BrondongMakassar</i>	162
Gambar VII.10 Penggunaan Penggunaan <i>hashtag #TanteMakassar</i> ..	163
Gambar VII.11 Penggunaan Penggunaan <i>hashtag #OmMakassar</i>	163
Gambar VII.12 Salah satu akun penghubung <i>sugar baby</i> di Twitter....	164
Gambar VII.13 Salah satu akun penghubung <i>sugar baby</i> di Twitter....	144
Gambar VII.14 Akun TikTok <i>sugar baby</i>	168
Gambar VII.15 Perjalanan mewah sang <i>sugar baby</i>	169
Gambar VII.16 Beberapa komentar di akun TikTok sang <i>sugar baby</i> .	170
Gambar VII.17 Salah satu grup <i>sugar dating</i> di Telegram.....	174
Gambar VII.18 Aturan dalam grup <i>sugar dating</i> di Telegram.....	175
Gambar VII.19 Isi pesan dari <i>sugar baby</i> di grup.....	178
Gambar VII.20 Pesan <i>sugar baby</i> berdasarkan spesifikasi ciri diri	179

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1 Daftar Nama Informan.....	38
Tabel V. 1 Perbedaan <i>Sugar Dating</i> dan <i>Conventional Dating</i>	99
Tabel VI. 1 Faktor Keterlibatan dalam <i>Sugar Dating</i>	114
Tabel VIII.1 Alasan Melanjutkan Hubungan <i>Sugar Dating</i>	194
Tabel VIII.2 Ambilvalen antara Dalam Hubungan <i>Sugar Dating</i>	201
Tabel VIII.3 Alasan Memilih untuk Berhenti Menjalin Hubungan <i>Sugar Dating</i>	208

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Belakangan ini media sosial, seperti Instagram¹, Twitter², dan TikTok,³ sedang heboh dengan fenomena *sugar dating*. Sejumlah perempuan berlomba-lomba memosting video mengenai kehidupan mereka sebagai *sugar baby*, seperti memamerkan barang-barang bermerek (*branded goods*) dan mahal (*expensive stuff*) yang diperoleh dari *sugar daddy* yang terkadang dilengkapi dengan foto-foto liburan mewah (*luxurious holiday*) yang dilakukannya bersama-sama (antara *sugar daddy* dan *sugar baby*). Postingan video ini disertai dengan lantunan lagu dari Queen Herby yang berjudul *sugar daddy* sebagai suara latar dari video tersebut yang lirik lagunya menggambarkan mengenai kehidupan mewah sebagai *sugar baby*, yang salah satu baris liriknya berbunyi: “*I’m a young lady taking donations (yah, yah, yah)*”, yang menunjukkan bahwa *sugar dating* ini memang didasarkan pada hubungan transaksional.

¹ Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online.

² Twitter adalah layanan jejaring sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter akan tetapi pada tanggal 07 November 2017 bertambah hingga 280 karakter yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*).

³ *TikTok* juga dikenal sebagai Douyin adalah sebuah jaringan media sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Aplikasi tersebut membolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri.

Video semacam ini sangat mudah populer dan menjadi viral. Namun, di antara media-media sosial tersebut, TikTok merupakan media yang sangat populer dengan postingan semacam itu, dengan menggunakan berbagai *hashtag*,⁴ seperti *sugar dating*, *sugar daddy*, *sugar baby*, *sugar daddy challenge*, *my sugar daddy*, dan lain lain. Tak jarang hal ini memicu komentar pengguna lain, baik komentar negatif yang menghakimi (seperti *people are getting too comfortable its really scary*, ga malu ?, kesian banget, hidup indah itu gak selamanya bestie dan lain lain) tapi ada juga yang tertarik ingin ikut menjalin *sugar dating* (seperti Disalawatin dulu kali lah kali aja bisa dapat juga, kapan ya ?, makin terinspirasi, nitip cara dapat gadun gimana ya?, Mba boleh banget bikin seminar "cara mudah mendapatkan gadun", kenapa saya malah jadi terinspirasi mau gadun, nyari gadun kayak gini dimana kak? dan lain lain)

Apa sebenarnya *sugar dating*? Meskipun istilah ini cukup populer di masyarakat, banyak yang tidak benar-benar memahami makna dari *sugar dating* itu sendiri. *Sugar dating* adalah salah satu jenis kencan transaksional yang biasanya ditandai oleh hubungan antara orang yang lebih tua (sebagai *sugar daddy*), lebih kaya dan orang yang lebih muda (sebagai *sugar baby*) yang membutuhkan bantuan berupa uang, hadiah, kencan mewah, liburan, dan lain lain, tapi mereka berada dalam hubungan

⁴ *Hashtag* adalah suatu simbol tagar # yang digunakan pertama kali oleh Chris Messina, seorang Website marketing specialist Twitter. Penggunaan hashtag ini pertama kali muncul di musim panas pada tahun 200VII. Kala itu, Messina menyarankan penggunaan hashtag sebagai bentuk penanda untuk *tweets* yang saling berhubungan pada suatu topik.

yang saling menguntungkan antara satu sama lain (Chu & Laidler, 2016a; Gunnarsson & Strid, 2023; Kirkeby dkk., 2021; Sahibzada, 2023), terlepas dari kasus-kasus kekerasan yang terjadi yang dilakukan oleh *sugar daddy* terhadap *sugar baby*, seperti yang tergambarkan dalam film yang berjudul “*Sugar Daddy Nightmare*.”

O’Donnel (2018:1) menekankan bahwa *sugar dating* melibatkan hubungan antar generasi dan kelas sosial yang berbeda, yakni hubungan yang terjadi antara individu yang lebih tua dan dari kelas sosial ekonomi yang lebih tinggi dan individu yang lebih muda dari kelas sosial ekonomi yang lebih rendah.

Dewasa ini sangat banyak *Website* dan aplikasi *dating* yang mempromosikan *sugar baby*, *sugar daddy*, dan *sugar Mommy* untuk menjalin *sugar dating*, seperti <https://www.sugarDaddyforme.com/>, <https://establishedmen.com/>, <http://arrangementfinders.com/>, <https://www.whatsyourprice.com/>, <https://sugarbook.com/>, <https://www.seeking.com/>, dan lain lain. Meskipun banyak *Website* yang dapat digunakan oleh orang-orang yang ingin menjalin *sugar dating*, tidak sedikit orang yang menggunakan media sosial, seperti Tinder, Instagram, Twitter, Facebook untuk tujuan serupa. Namun, masih lebih banyak orang yang memilih *Website* atau aplikasi yang spesifik (seperti Sugar Babies, Seeking Arrangement) untuk mencari pasangan kencan (O’Donnel, 2018). Terdapat beberapa aplikasi untuk mencari *sugar daddy*, *sugar Mommy* atau *sugar baby* yaitu Best Sugar Daddy Apps for Iphone

and Android, meskipun beberapa *sugar baby* dan *sugar daddy/Mommy* masih ada yang menggunakan media sosial, namun mereka lebih memilih menggunakan Website atau aplikasi karena lebih mudah untuk menemukan *sugar baby* atau *sugar daddy/Mommy* dan lebih efektif dari segi waktu untuk mengetahui sejumlah informasi tentang seseorang dalam profil yang ringkas seperti tinggi badan, berat badan warna rambut dan lain lain,⁵ dibandingkan melalui media sosial.

Seeking Arrangement adalah salah satu Website atau aplikasi kencan yang paling populer di kalangan orang-orang yang ingin menjalin *sugar dating*. Seeking Arrangement sendiri didirikan oleh seseorang yang bernama Brandon Wade dengan alasan bahwa aplikasi kencan yang biasa ia gunakan seperti Tinder⁶ terlalu rumit untuk menyampaikan hubungan yang diinginkan seperti menginginkan hubungan *sugar dating*. Ia akhirnya membuat Seeking Arrangement agar orang-orang yang ingin menjalin hubungan dapat secara jelas dan mudah menyampaikan apa yang diinginkan khususnya dalam *sugar dating* (Daly, 2017:25).

Tahun 2021 disebuah survei yang dilakukan Seeking Arrangement menyebutkan bahwa jumlah *sugar daddy* di Indonesia terbanyak nomor dua di Asia dengan total *sugar daddy* sebanyak 60.250 orang. Ini memosisikan Indonesia di peringkat kedua setelah India (338.000 orang), dan diikuti oleh

⁵ <https://www.sugarDaddysite.org/sugar-Daddy-apps.html>, diakses pada tanggal 15 Oktober 2023.

⁶ Tinder adalah aplikasi layanan pencarian sosial berbasis lokasi menggunakan profil dari Facebook dan layanan fitur GPS di ponsel) yang memfasilitasi komunikasi antara pengguna yang saling tertarik, yang memungkinkan kecocokan pengguna untuk mengobrol.

Malaysia (411.500 orang), Jepang (311.500 orang), dan Hongkong (28.600 orang). Jumlah 60.250 orang yang melakukan pendaftaran pada aplikasi Seeking Arrangement menunjukkan bahwa peminat *sugar dating* di Indonesia cukup signifikan⁷.

Perkembangan teknologi komunikasi atau internet membuat eksistensi *sugar dating* juga semakin berkembang. Jumlah anggota baru yang mendaftar untuk menjalin *sugar dating* di Website atau aplikasi Seeking Arrangement meningkat secara signifikan (77%) sejak bulan April 2020⁸.

Pada tahun 2021, seeking arrangement memiliki kurang lebih 10.000.000 anggota aktif dan yang sebagian besar merupakan *sugar Daddy* dan *female sugar baby* (*sugar baby* wanita). Jika dirinci, maka Jakarta menempati (10.200 orang *sugar baby* dan 4.221 orang *sugar daddy*), Bandung (1.417 orang *sugar baby* dan hanya 373 orang *sugar daddy*), Surabaya (1.064 orang dan *sugar daddy* 224 orang), Medan (489 orang *sugar baby* dan 128 orang *sugar daddy*), Tangerang (410 orang *sugar baby* dan 112 orang *sugar daddy*), Bekasi (243 *sugar baby*, 69 *sugar daddy*), Palembang (135 *sugar baby*, 41 *sugar daddy*), Makassar (123 *sugar baby*, 43 *sugar daddy*). Ini diikuti Tangerang Utara (125 *sugar baby*, 21 *sugar daddy*), serta Semarang menempati posisi buncit (ke sepuluh)

⁷<https://www.google.com/amp/s/www.kompas.tv/amp/article/146219/videos/sugar-Daddy-di-indonesia-terbanyak-nomor-dua-di-asia-kok-bisa>, diakses pada tanggal 1 September 2021.

⁸ <https://mndaily.com/193653/news/ctsugarbabyfollowup/>, diakses tanggal 1 September 2021.

dengan 120 orang *sugar baby* dan 15 orang *sugar daddy*⁹. Jika merujuk pada data di atas, maka Makassar berada pada peringkat ke delapan di Indonesia dan satu-satunya di Indonesia Timur.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Seeking Arrangement menjelaskan bahwa kota Makassar merupakan salah satu kota besar di Indonesia dengan tingkat urbanisasi yang tinggi sama seperti halnya dengan kota Jakarta. Hal inilah yang pada akhirnya banyak anak muda menjalani hubungan kencan transaksional (*sugar dating*). Kebanyakan para anak muda di kota besar menjalani *sugar dating* untuk meningkatkan standar hidupnya¹⁰.

Selain itu, biaya pendidikan juga merupakan salah satu alasan yang membuat *sugar baby* ingin menjalani *sugar dating*. Ini dikarenakan generasi muda Indonesia yang berusia dua puluh lima tahun hingga awal tiga puluh tahun, hanya 12% bergelar sarjana. Bahkan, di kota-kota besar Indonesia, 25% penduduk berusia muda belum bisa menempuh pendidikan strata satu karena keterbatasan biaya. Itulah akhirnya dukungan finansial, kesempatan berjalan-jalan, hingga kesempatan untuk hidup nyaman dan mewah membuat para *sugar baby* menjadi aspek-aspek yang menggiurkan sehingga mereka menjalani hubungan *sugar dating*. Namun, demikian belum ada data yang jelas yang dapat mendukung argumentasi bahwa niat utama *sugar baby* menjalani *sugar dating* di Indonesia adalah demi

⁹ <https://www.mmindustri.co.id/sugar-baby/>, diakses pada tanggal 1 September 2021.

¹⁰ <https://www.vice.com/id/article/ep4kj7/sugar-baby-cari-teman-kencan-om-om-di-indonesia-terbanyak-ada-di-jakarilakukanta>, diakses pada tanggal 6 September 2021.

membiaiyai pendidikan mereka. Di Amerika Serikat, para *sugar baby* menjalani hubungan *sugar dating* untuk membiayai kuliah mereka, sementara di Afrika Barat dan Afrika Tengah kebanyakan *sugar baby* menjalani hubungan *sugar dating* untuk membiayai hidup mereka sehari-hari¹¹. Ini mengindikasikan adanya alasan yang berbeda berdasarkan negara yang membuat orang menjalani hubungan *sugar dating*.

Di Singapura dan beberapa negara lainnya ada sebuah perjanjian atau kesepakatan dalam hubungan *sugar dating* yang dilakukan antara *sugar daddy* dan *sugar baby*, yang berupa berapa biaya yang harus dikeluarkan oleh *sugar daddy* untuk *sugar baby* setiap bulan, batasan-batasan dalam *sugar dating*, seperti apakah *sugar daddy* hanya akan ditemani berjalan-jalan, ada/tidaknya hubungan seksual, kapan mereka bertemu. Jika ada waktu yang diinginkan oleh *sugar daddy* untuk bertemu dan tidak sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dalam perjanjian, maka akan ada biaya *pay per meet* (PPM). Biaya PPM yang dikeluarkan oleh *sugar daddy* bervariasi antara S\$500 atau sekitar lima juta rupiah. Selain itu, kebanyakan dari *sugar daddy* dan *sugar baby* dalam hubungan *sugar dating* mengawali hubungan mereka dari *Website* khusus yang memang digunakan untuk menjalin *sugar dating*, seperti Seeking Arrangement, Sugarbook.com atau manajemen yang memiliki banyak pilihan *sugar baby* di dalamnya¹².

¹¹ <https://chicagoreader.com/reader-partners/sugar-Daddy-sites/>, diakses pada tanggal 31 Desember 2021.

¹² <https://blog.moneysmart.sg/career/sugar-baby-singapore-money/>, diakses pada tanggal 5 September 2021.

Sugar dating tidak dapat dilihat hanya dari sisi yang menguntungkan bagi yang menjalani hubungan *sugar dating* saja, karena pada dasarnya menjalani hubungan *sugar dating* ini juga memiliki banyak konsekuensi dan memiliki risiko bahaya seperti potensi *sugar baby* menjadi perusak rumah tangga (jika *sugar daddy* telah berkeluarga), stigma masyarakat terhadap *sugar baby* (seperti perempuan murahan), atau *sugar daddy* yang ingin menunjukkan dominasi (misalnya ingin melakukan hubungan seks tanpa persetujuan, pengekangan, bahkan kekerasan).

Sebuah film yang berjudul "*Sugar Daddy Nightmare*" menceritakan tentang alasan para *sugar baby* menjalani *sugar dating* adalah untuk mendapatkan uang yang banyak demi membiayai kuliah mereka, membantu keuangan keluarga, dan bergaya hidup mewah. Namun, pada kenyataannya pada saat menjalani *sugar dating*, apa yang dialami tidak seindah yang dibayangkan. *Sugar daddy* memang memberikan uang, hadiah, serta barang-barang mewah lainnya bahkan kemudahan dalam mendapatkan posisi sebagai salah seorang mahasiswa yang akan mendapat kesempatan magang. Namun, mereka lupa bahwa tidak ada makan siang gratis (*no free lunch*), *sugar daddy* mulai bertindak sesuka hati karena telah merasa memberikan segala yang dibutuhkan oleh *sugar baby*-nya. Misalnya, *sugar baby* harus datang kapanpun diinginkan oleh *sugar daddy*, melayani hubungan seks dengan waktu dan cara yang diinginkan oleh *sugar daddy*, mengekang *sugar baby*, bahkan melakukan kekerasan seksual hingga *sugar baby* meninggal dunia.

Menurut O'Donnel (2018) *sugar dating* dapat membawa banyak dampak negatif terhadap *sugar baby*, seperti eksploitasi dan kekerasan seksual. Temuan (O'Donnel, 2018) menunjukkan bahwa pada tahun 2013 terjadi pemerkosaan terhadap *sugar baby* yang berumur 20 tahun yang dilakukan oleh dua pria lebih tua yang ditemuinya melalui Seeking Arrangement. Setelah dilaporkan pada pihak kepolisian, laporan itu dibatalkan karena dianggap kurangnya bukti untuk menghukum dua orang pria tersebut. Selain itu, keduanya pria berduit dan berstatus tinggi, dan dengan demikian perempuan tersebut dianggap melapor hanya untuk mendapatkan uang. Ini mengindikasikan rentannya *sugar baby* mengalami kekerasan dan sulitnya mendapatkan perlindungan hukum, terutama jika pelaku kekerasan adalah orang yang memiliki uang dan kekuasaan.

Dalam kebudayaan Indonesia masyarakat memberikan pandangan negatif terhadap orang-orang yang terlibat dalam *sugar dating*. Tidak mengherankan jika status *sugar baby* ataupun *sugar daddy/Mommy* dirahasiakan. Melakukan hubungan seperti ini diidentikkan dengan prostitusi terselubung (*hidden prostitution*) karena dianggap hubungan yang pasti melibatkan hubungan seks di dalamnya.

Jika studi-studi terdahulu berfokus pada alasan menjadi *sugar baby* (Ellis dkk., 2023; Metcalfe dkk., 2023; Septiana, 2020), dampak yang dialami *sugar baby* dalam menjalani *sugar dating* (Darmayanti dkk., 2024; Lenze, 2020; Upadhyay, 2021), hingga perilaku *sugar baby* dalam hal-hal ini terkait dengan dramaturgi seorang *sugar baby* (Maulana Dafa, 2022),

maka meskipun penelitian juga mengeksaminasi tentang alasan menjalani hubungan *sugar dating* dari perspektif , kontribusi baru dari penelitian ini adalah proses pertemuan awal *sugar dating*, dan bagaimana keberlanjutan hubungan *sugar dating* dari perspektif orang-orang yang terlibat.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana persepsi tentang hubungan *sugar dating*, *sugar daddy/mommy* dan *sugar baby*?
2. Faktor-faktor apa yang menyebabkan seseorang menjalani hubungan *sugar dating*?
3. Bagaimana awal pertemuan hubungan *sugar dating* ?
4. Bagaimana keputusan *sugar baby* dan *Daddy/Mommy* terhadap keberlangsungan hubungan *sugar dating* yang dijalani?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini menjelaskan persepsi tentang hubungan *sugar dating* mengenai bagaimana para pelaku *sugar dating* memandang dan menilai fenomena *sugar dating*. Ini melibatkan pandangan, pemahaman, dan sikap para pelaku *sugar dating* terhadap hubungan *sugar dating*, termasuk aspek moral, sosial, dan emosional yang terkait.

2. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan seseorang menjalani hubungan *sugar dating*. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memotivasi individu untuk terlibat dalam hubungan *sugar dating*.
3. Penelitian ini menggambarkan awal pertemuan dalam hubungan *sugar dating* dan untuk mendokumentasikan bagaimana hubungan *sugar dating* dimulai. Hal ini juga akan menjelaskan cara-cara para pelaku *sugar dating* bertemu dan platform atau media yang digunakan untuk bertemu
4. Penelitian ini menjelaskan keputusan *sugar baby* dan *sugar daddy* atau *sugar Mommy* terhadap keberlangsungan hubungan *sugar dating* yang dijalani. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi keputusan dan harapan dari kedua belah pihak yang terlibat dalam hubungan *sugar dating* (*sugar baby* dan *sugar daddy/Mommy*) mengenai bagaimana hubungan tersebut seharusnya berlangsung. Ini termasuk durasi hubungan, aturan atau kesepakatan yang dibuat, dan harapan masa depan dari hubungan tersebut.

Melalui tujuan-tujuan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif dan mendalam tentang dinamika, motivasi, dan persepsi yang terkait dengan fenomena *sugar dating*, serta implikasi sosial dan personal yang ditimbulkannya.

I. 4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang fenomena *sugar dating*, memberikan pemahaman teoritis tentang hubungan non-tradisional dalam konteks sosial dan budaya. Hasil penelitian ini dapat memberikan perspektif komparatif yang membantu memahami pengaruh konteks budaya terhadap *sugar dating*.
2. Manfaat Praktis, temuan penelitian ini dapat membantu pembuat kebijakan dan organisasi sosial mengembangkan program yang lebih efektif untuk melindungi individu yang rentan dan mencegah eksploitasi. Informasi dari penelitian ini juga dapat digunakan untuk edukasi dan penyuluhan masyarakat terkait dampak dari menjalani hubungan *sugar dating*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II. 1 Teori Pertukaran Sosial (*Social Exchange Theory*)

Teori pertukaran sosial adalah teori dalam ilmu sosial yang menyatakan bahwa dalam hubungan sosial terdapat unsur ganjaran, pengorbanan, dan keuntungan yang saling mempengaruhi. Teori ini menjelaskan bagaimana manusia memandang tentang hubungan dengan orang lain sesuai dengan anggapan diri manusia tersebut terhadap keseimbangan antara apa yang diberikan ke dalam hubungan dan apa yang dikeluarkan dari hubungan itu, jenis hubungan yang dilakukan serta kesempatan memiliki hubungan yang lebih baik dengan orang (Umar, 2017: 100).

Teori pertukaran termasuk dalam paradigma perilaku sosial. Paradigma perilaku sosial memusatkan perhatiannya kepada hubungan antar individu dan lingkungannya. Tingkah laku individu yang berlangsung dalam hubungannya dengan faktor lingkungan yang menghasilkan akibat-akibat atau perubahan dalam faktor lingkungan menimbulkan perubahan terhadap tingkah laku (Ritzer, 2013: 71-72)

Teori pertukaran sosial itu dilandasi pada prinsip transaksi ekonomi yang elementer dalam artian pilihan rasional. Orang menyediakan barang atau jasa dan sebagai imbalannya berharap memperoleh barang atau jasa yang diinginkan. Ahli teori pertukaran mengasumsikan bahwa teori pertukaran mirip dengan transaksi ekonomi. Akan tetapi mereka mengakui

bahwa pertukaran sosial tidak selalu diukur dengan nilai uang, sebab dalam berbagai transaksi sosial dipertukarkan juga hal-hal yang nyata dan tidak nyata (Poloma, 2000). Perkembangan teori pertukaran sosial dilakukan oleh George C. Homans dan kemudian dikembangkan oleh Peter M. Blau.

Dalam kehidupan manusia terdapat suatu kecenderungan yang kuat bahwa kepuasan dan kekecewaan bersumber pada perilaku pihak lain, terhadap dirinya sendiri. Timbulnya rasa cinta, stimulasi intelektual, persahabatan, dan rasa harga diri, dan seterusnya, merupakan akibat dari perilaku pihak lain terhadap dirinya sendiri. Perilaku dari pihak lain tadi juga timbul karena dorongan dari perilaku itu sendiri. Hal itu merupakan dasar berpikir dari teori pertukaran sosial kalau seseorang menghendaki keuntungan dari hubungan tersebut, dia harus pula bersedia untuk berkorban, atau mengusahakan agar pihak lain merasa beruntung.

Menurut Homans, teori pertukaran sosial membayangkan perilaku sosial sebagai pertukaran aktivitas, nyata atau tidak nyata, dan kurang lebih sebagai pertukaran hadiah atau biaya, sekurang-kurangnya antara dua orang. Sumber kebahagiaan manusia umumnya berasal dari hubungan sosial. Dalam kaitan dengan ini, ada empat prinsip teori pertukaran yang dikemukakan oleh Homan, yaitu: satuan analisis pada tatanan sosial, motif pertukaran, keuntungan atau *cost*, dan pengesahan sosial (Homan dalam Wirawan, 2011).

Homans (dalam Poloma, 2000) menjelaskan pentingnya nilai proposisi pertukaran sosial mencakup; proposisi sukses, stimulus, nilai

(deprivasi-sosiasi), dan restu-agresi (*approval aggression*) sebagai parameter objektif untuk memahami kerangka hubungan dan perilaku sosial manusia.

Dalam memahami proposisi yang dimaksud di atas, ini mengindikasikan, bahwa semakin tinggi ganjaran (*reward*) yang diperoleh atau yang akan diperoleh, maka semakin besar kemungkinan sesuatu tingkah laku akan diulang, dan semakin tinggi biaya atau ancaman hukuman (*punishment*) yang akan diperoleh, maka semakin kecil kemungkinan tingkah laku yang serupa akan diulang (Ritzer, 2013).

Teori pertukaran sosial (*social exchange theory*) adalah pendekatan yang digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi pemeliharaan hubungan. Sebagai sebuah teori, *social exchange theory* menyatakan bahwa pendekatan pada pertukaran hubungan sosial ini seperti teori ekonomi yang didasarkan pada perbandingan pengorbanan dan keuntungan (*cost and rewards*). Oleh karena itu, teori ini melihat hubungan antara satu sama lain sebagai keterkaitan antara pengorbanan dan keuntungan.

Ciri khas yang penting dari teori pertukaran sosial adalah analisa hubungan sosial yang terjadi antar individu menurut *cost* dan *reward*, yakni seseorang melakukan interaksi sosial karena adanya imbalan, baik imbalan dalam bentuk nyata maupun tidak nyata. Adapun analisis teori pertukaran sosial ini didasarkan pada transaksi ekonomi sebagaimana dikemukakan Adam Smith. Ia mengasumsikan bahwa pertukaran sosial akan terjadi

apabila kedua belah pihak dapat memperoleh keuntungan dari pertukaran itu, dan kesejahteraan masyarakat dapat terjamin dengan baik jika setiap individu diberikan kebebasannya dalam sistem pasar (Smith dalam Raditya, 2014).

Para peneliti teori pertukaran sosial menjelaskan bahwa semua orang menilai hubungan mereka dengan melihat pengorbanan dan keuntungan. Orang menghitung nilai keseluruhan dari sebuah hubungan dengan cara keuntungan yang diterima dikurangi oleh pengorbanan yang sudah diberikan (Peter & Contractor, 2003), apakah keuntungan dan pengorbanan seimbang atau timpang.

Temuan Lenze (2020: 4), dalam studinya tentang *sugar dating* di kalangan siswi menunjukkan bahwa hubungan *sugar dating* ini merupakan relasi ekonomi yang di dalamnya terdapat hubungan transaksi antara *sugar baby* dan *sugar daddy/sugar mommy*. Menurut (O'Donnel, 2018), hubungan *sugar dating* dapat membawa banyak dampak negatif terhadap *sugar baby*, seperti eksploitasi dan kekerasan seksual.

Dalam antropologi sendiri teori pertukaran sosial disebut sebagai teori resiprositas. Namun, terminologi teori pertukaran sosial cenderung lebih luas dan mencakup berbagai macam bentuk pertukaran sosial di berbagai konteks ekonomi dan sosial sementara teori resiprositas merujuk pada adanya hubungan timbal balik dalam pertukaran barang dan jasa antar individu atau antar kelompok dalam masyarakat (Hudayana, 1991).

Konsep resiprositas memiliki peran yang cukup penting dalam membentuk hubungan sosial, ekonomi dan budaya dalam berbagai bagian dalam masyarakat. Dalam konteks antropologi sendiri, teori resiprositas sering kali digunakan dalam mengkaji masyarakat tradisional khususnya pada masyarakat suku primitif ataupun suku yang berburu namun pada dasarnya teori resiprositas juga dapat diterapkan pada masyarakat modern dalam berbagai bentuk hubungan sosial maupun ekonomi salah satunya hubungan *sugar dating*. Dalam hubungan *sugar dating* terdapat hal yang dipertukarkan dimana salah satu pihak akan memberikan dukungan finansial atau materi (*sugar daddy/sugar mommy*), sementara *sugar baby* akan memberikan perhatian, koneksi emosional atau bahkan keintiman.

Teori resiprositas dalam antropologi menurut Sahlin (1972) terdiri atas tiga jenis, yaitu: *pertama*, *balanced reciprocity*, *generalized reciprocity*, dan *negative reciprocity*. Dalam konteks *sugar dating*, *balanced reciprocity* atau sebanding terjadi karena terjadinya pertukaran antara pihak *sugar daddy/sugar mommy* sebagai pemberi materi dan/atau hadiah kepada *sugar baby* dan sebagai balasannya *sugar baby* memberikan koneksi emosional. Pertukaran yang terjadi pada *balanced reciprocity* memiliki nilai yang sebanding bagi kedua belah pihak, sehingga menciptakan hubungan yang seimbang dalam jangka waktu tertentu.

Generalized reciprocity dalam *sugar dating* terjadi ketika *sugar daddy/sugar mommy* memberikan materi atau hadiah kepada *sugar baby* tanpa mengharapkan balasan langsung yang sama. Namun, mereka

mengharapkan koneksi emosional, perhatian atau keintiman sebagai bentuk balasan secara tidak langsung dalam resiprositas tipe ini atau balas budi dapat terjadi di masa yang akan datang.

Negative reciprocity terjadi ketika salah satu pihak yang menjalani hubungan *sugar dating* baik *sugar* atau *baby sugar mommy/sugar daddy* berusaha untuk memaksimalkan keuntungan tanpa memberikan adanya imbalan yang setara dan hal ini dapat terjadi jika salah satu pihak merasa dirinya di eksploitasi atau merasa tidak puas dalam hubungan *sugar dating* yang dijalani seperti misalnya salah satu pihak yang memberikan dukungan finansial yaitu *sugar mommy* atau *sugar daddy* merasa bahwa pihak *sugar baby* tidak dapat memenuhi ekspektasi emosional yang diharapkan.

II. 2 Teori Agensi

Agensi dalam ilmu sosial mengacu pada kapasitas individu untuk bertindak secara mandiri dan membuat pilihan berdasarkan kehendak mereka sendiri, meskipun tindakan mereka dipengaruhi oleh faktor-faktor struktural seperti norma sosial, budaya, ekonomi, dan politik. Ini adalah konsep yang menyoroti kemampuan seseorang untuk menentukan nasibnya sendiri dalam batasan-batasan yang ada. Dalam konteks masyarakat, agensi sering dikaitkan dengan cara individu merespons atau menavigasi kekuatan-kekuatan struktural yang mengatur kehidupan mereka sehari-hari.

Sherry B. Ortner, seorang antropolog memberikan penjelasan terhadap teori agensi dalam antropologi. Dalam karyanya yang berjudul

Anthropology and Social Theory: Culture, Power, and the Acting Subject
Ortner pada tahun 2006 ia menjelaskan bahwa agensi adalah kemampuan individu untuk bertindak dalam konteks kekuatan-kekuatan struktural yang membentuk kehidupan mereka. Menurutnya, meskipun individu memiliki kapasitas untuk bertindak, tindakan mereka tidak bisa sepenuhnya dipisahkan dari pengaruh struktur sosial, ekonomi, dan politik.

Ortner (2006) menekankan pentingnya mengakui bahwa individu tidak sepenuhnya "korban" struktur, tetapi mereka juga memiliki kapasitas untuk memilih dan, dalam beberapa kasus, bahkan melawan struktur tersebut. Tindakan individu, atau apa yang dia sebut sebagai "proyek" dalam hidup, sering kali merupakan respons aktif terhadap kekuatan-kekuatan struktural. Agensi tidak hanya berarti kebebasan bertindak, tetapi juga tentang bagaimana individu merespons atau beradaptasi dengan keterbatasan yang diberlakukan oleh kekuatan-kekuatan sosial yang lebih besar. Ortner juga menekankan bahwa bahkan individu dalam posisi subordinat masih memiliki strategi untuk mempertahankan atau memengaruhi situasi mereka, yang disebut sebagai "agensi kekuasaan subordinat."

Dalam konteks *sugar dating*, teori agensi Ortner dapat digunakan untuk menganalisis agensi baik dari perspektif *sugar baby* maupun *sugar daddy* atau *sugar mommy*. Dari perspektif *sugar baby*, agensi mereka ditunjukkan dalam cara mereka memilih untuk memasuki hubungan transaksional sebagai cara untuk mencapai tujuan finansial atau material

tertentu. Keputusan ini, meskipun tampak sebagai pilihan bebas, sering kali dipengaruhi oleh faktor-faktor struktural seperti tekanan ekonomi, peran gender, dan status sosial. Ortner menunjukkan bahwa meskipun *sugar baby* memiliki pilihan, pilihan tersebut sering kali dibatasi oleh kebutuhan finansial atau ekspektasi gender. Di sini, agensi mereka terlihat dalam bagaimana mereka menavigasi situasi yang dibentuk oleh kekuatan struktural tersebut, menggunakan hubungan *sugar dating* untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, tetapi tetap dalam konteks batasan-batasan sosial dan ekonomi yang ada.

Namun, teori agensi tidak hanya berlaku untuk *sugar baby*. *Sugar daddy* dan *sugar mommy* juga menunjukkan agensi mereka dalam hubungan *sugar dating*. Dari perspektif mereka, keputusan untuk terlibat dalam hubungan transaksional sering kali didorong oleh faktor-faktor seperti keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial, atau bahkan keinginan untuk menunjukkan kekuasaan dan dominasi dalam hubungan. Ortner menekankan bahwa agensi tidak hanya terjadi dalam konteks subordinasi tetapi juga dalam bagaimana individu yang lebih berkuasa menggunakan kekayaan atau status mereka untuk memengaruhi hubungan interpersonal. Dalam hal ini, *sugar daddy* atau *sugar mommy* menggunakan kekayaan mereka sebagai alat untuk membentuk dan mengendalikan dinamika hubungan, yang memperlihatkan bentuk lain dari agensi di mana kekuasaan ekonomi menjadi alat untuk memengaruhi kehidupan orang lain.

Ortner juga menggarisbawahi bahwa meskipun individu memiliki agensi, tindakan mereka tetap dipengaruhi oleh struktur yang lebih besar. Dalam *sugar dating*, baik *sugar baby* maupun *sugar daddy/sugar mommy* beroperasi dalam konteks struktural yang lebih luas, seperti norma sosial tentang gender, uang, dan kekuasaan. *Sugar daddy* atau *sugar mommy* memiliki lebih banyak kontrol dalam hubungan karena kekuatan finansial mereka, tetapi pilihan mereka juga dibatasi oleh ekspektasi sosial dan norma-norma budaya tentang peran gender dan kekuasaan. Demikian pula, *sugar baby* memiliki pilihan untuk menolak atau menerima tawaran dalam hubungan *sugar dating*, tetapi pilihan tersebut selalu terhubung dengan tekanan ekonomi dan harapan sosial.

Dalam hubungan ini, agensi tidak hanya terbatas pada individu yang berada dalam posisi subordinat (*sugar baby*), tetapi juga pada individu yang memegang kekuasaan finansial (*sugar daddy* atau *sugar mommy*). Keduanya menunjukkan agensi dengan menavigasi batasan-batasan sosial dan ekonomi yang membentuk hubungan mereka, tetapi dengan cara yang berbeda, tergantung pada posisi mereka dalam struktur kekuasaan.

II. 3 *Sugar Dating*

Sugar dating adalah hubungan kencan antara individu yang lebih tua dan dari kelas sosial ekonomi yang lebih tinggi dengan individu yang lebih muda dari kelas sosial ekonomi yang lebih rendah. Hubungan *sugar dating* ini seringkali melibatkan pertukaran uang atau hadiah dari pasangan

yang lebih tua dan lebih kaya untuk pasangan yang lebih muda (Miller, 2011; O'Donnel, 2018), dan ada hubungan tukar-menukar di antara keduanya (Miller, 2011; Nayar, 2017). Ini biasanya didahului dengan perjanjian atas apa yang diberikan dan apa yang diterima oleh keduanya dalam hubungan tersebut (Reed, 2015; Scull, 2020).

Menurut Camila (2015), *sugar dating* merupakan hubungan suka sama suka antara seorang individu yang sukses secara finansial dan memiliki usia lebih tua yang disebut sebagai *sugar daddy* dengan seseorang yang usianya lebih muda dan juga membutuhkan dukungan finansial dan disebut *sugar baby*.

Brandon Wade (2009) yang merupakan CEO dan pencipta salah satu situs Website, mengungkapkan bahwa hubungan *sugar dating* dilakukan untuk mencari *sugar baby* dan *sugar daddy* yang di dalamnya menyediakan keintiman, persahabatan, atau bentuk perhatian lainnya dengan imbalan, seperti dukungan keuangan, peningkatan karir atau bahkan status sosial. Jika membandingkan antara hubungan *sugar dating* dan hubungan kencan lainnya, seperti prostitusi, *one night stand* (ONS), maka yang pertama bersifat berkelanjutan, sementara yang kedua bersifat terputus.

Hubungan *sugar dating* menjadi budaya yang populer belakangan ini, dan dalam hubungan *sugar dating*, ada hubungan antara *sugar daddy* dengan *female sugar baby* dan *sugar mommy* dengan *male sugar baby* dan keduanya memiliki perbedaan yang signifikan. Perbedaan yang paling

signifikan di antara dua hubungan ini adalah hubungan seks. O'Donnel (2018), misalnya, mengungkapkan bahwa hubungan seks umumnya terjadi antara *sugar daddy* dan *female sugar baby*, tetapi dalam hubungan antara *sugar mommy* dan *male sugar baby*, hubungan seks bukan merupakan aspek yang utama. Hubungan seks yang dilakukan dalam hubungan *sugar dating* tergantung pada kesepakatan antara pihak yang menjalani hubungan *sugar dating* karena tidak semua yang menjalani hubungan *sugar dating* melakukan hubungan seks.

Hubungan *sugar dating* sebenarnya bukanlah merupakan fenomena modern karena hubungan semacam ini sudah ada sejak lama di beberapa tempat seperti Jepang. Pada sekitar tahun 1680 wanita Jepang yang disebut *odoriko* dibayar untuk menari dan menghibur para samurai. Para wanita ini adalah pendahulu *geisha* Jepang yang populeritasnya meningkat pada sekitar tahun 1750. *Geisha* sendiri adalah perempuan belum menikah, tenang, dan bergaya yang menghibur para pria dengan menari, menyanyi, bermain musik dan melantunkan puisi, tetapi tidak secara tipikal terlibat dalam tindakan seks komersial. Secara umum, *geisha* tidak dianggap seorang pelacur tetapi dipandang sebagai perempuan yang menghibur namun dihormati secara sosial (Schliesinger, 2015).

Menurut Lam (2003) hubungan *sugar dating* semacam ini juga mirip dengan hubungan *enjo kosai* yang muncul di Jepang di tahun 1970 di kalangan pebisnis dan mahasiswa. *Enjo kosai* adalah hubungan yang

terjadi dimana salah satu pihak memberikan dukungan finansial sebagai imbalan atas interaksi sosial dan/atau hubungan seksual.

Ada tiga komponen yang menciptakan hubungan *sugar dating*, yaitu *sugar daddy*, *sugar baby*, dan tunjangan (yang diberikan oleh *sugar daddy* kepada *sugar baby*). Setiap kesepakatan dalam *sugar dating* memiliki tarif berbeda sesuai dengan perjanjian dalam hubungan *sugar dating* (Jacqueline, 2013).

II. 4 Penyebab Hubungan *Sugar Dating*

Ada berbagai faktor yang menyebabkan seseorang menjalani hubungan *sugar dating*. Temuan Seeking Arrangement menunjukkan adanya tiga faktor yang dominan sebagai penyebab banyaknya *sugar baby* di Indonesia, yakni ketidakmampuan dalam membiayai pendidikan mereka, kesenjangan sosial antara yang kaya dan miskin, dan masuknya investor asing ke Indonesia.¹³ Ini berkelindan dengan laporan The Jakarta Post bahwa penyebab banyaknya *sugar baby* di Indonesia adalah karena mahasiswa di Indonesia tidak lazim meminjam dana untuk biaya pendidikan di bank dan kesenjangan sosial antara si kaya dan si miskin. Menurut *World Economic Forum* terdapat perbedaan gaji yang sangat signifikan antara pria dan wanita, terutama bagi wanita yang berusia di bawah 30 tahun yang berpenghasilan 27,64 persen lebih rendah dari rekan pria mereka¹⁴.

¹³<https://www.google.com/amp/s/www.kompas.tv/amp/article/146219/videos/sugar-daddy-di-indonesia-terbanyak-nomor-dua-di-asia-kok-bisa>, diakses pada tanggal 1 September 2021.

¹⁴ <https://www.mmindustri.co.id/sugar-baby/>, diakses pada tanggal 3 Mei 2021.

Namun, menurut Lukmantoro bahwa lingkungan menjadi faktor utama terjadinya hubungan *sugar dating*. Ada kecenderungan para *sugar daddy* ingin membantu yang lemah, namun melakukannya dengan cara yang tidak benar. Mereka ingin menunjukkan kekuasaan, baik dari sisi tubuh, maupun dari sisi finansial. Dalam dunia yang patriarki semacam ini, *sugar daddy* merupakan figur dan *sugar dating* adalah cara yang dianggap tepat untuk mengekspresikan hasrat kelelakian itu. Sedangkan bagi *sugar baby*, memiliki hubungan dengan *sugar daddy* adalah cara praktis untuk memperoleh kekayaan meski itu berarti mereka harus siap melakukan apapun yang diminta oleh *sugar daddy*¹⁵.

Bagi seorang *sugar daddy* yang menjalani hubungan *sugar dating* seringkali mereka ingin menunjukkan kekuasaan (*power*), seperti status sosial, uang, ataupun kekuasaan untuk membantu yang lemah. Menurut Triyono, *sugar daddy* cenderung ingin “membantu” yang lemah. Tetapi, kecenderungan itu menjadi tidak masuk akal apabila diiringi dengan hasrat tertentu.¹⁶

Kenaikan biaya pendidikan dan biaya hidup sehari-hari telah membuat *sugar dating* semakin menjamur. Gayung bersambut karena ada *sugar daddy* yang terlibat dalam *sugar dating* untuk dapat mendukung

¹⁵<https://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp/kumparannews/psikolog-fenomena-sugar-daddy-adalah-bentuk-prostitusi-27431110790539148>, diakses pada tanggal 3 Mei 2021.

¹⁶<https://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp/kumparannews/psikolog-fenomena-sugar-daddy-adalah-bentuk-prostitusi-27431110790539148>, diakses pada tanggal 3 Mei 2021.

pendidikan *sugar baby*, terutama *sugar baby* yang memiliki tujuan dan ambisi dalam pendidikannya.¹⁷

Hubungan *sugar dating* ini merupakan jalan yang cukup menguntungkan bagi para *sugar baby* (Ellis dkk., 2023). *Sugar baby* yang umumnya berstatus siswa atau mahasiswa seringkali tidak memiliki waktu yang banyak untuk bekerja demi mendapatkan uang tambahan agar membiayai pendidikan mereka. Menjadi *sugar baby* tidak banyak menyita waktu mereka, tapi cukup menghasilkan uang untuk membiayai pendidikan bahkan biaya hidup (Daly, 2017). Artinya, menjadi *sugar baby* dianggap sebagai “pekerjaan pintas” yang relatif mudah untuk mendapatkan uang.

Menjadi *sugar baby* tidak hanya mampu memberikan dukungan secara finansial, tapi juga sebagai modal sosial di masa depan karena, misalnya, *sugar daddy* diharapkan nantinya dapat membantu *sugar baby* untuk lebih mudah mendapatkan relasi dalam pekerjaan (De Soto, 2018).

Chu & Laidler (2016: 48) menekankan bahwa banyaknya orang yang menjalin *sugar dating* dengan menjadi *sugar baby* dikarenakan alasan psikologis dan sosiologis mereka, seperti untuk pemenuhan keinginan materialistik, keingintahuan tentang seksual, kebutuhan akan pengakuan dan transformasi keintiman di zaman modern. Kebutuhan akan gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mendominasi para *sugar baby* yang ingin menjalani hubungan *sugar dating*.

¹⁷https://www.huffpost.com/entry/seeking-arrangement-college_students_n_913373, diakses pada tanggal 16 Mei 2021.

Selain itu, banyak dari *sugar daddy* ingin menjalani hubungan *sugar dating* karena merasa hidup mereka terlalu sibuk, sehingga membutuhkan *sugar baby* untuk mengisi waktu luang dikarenakan tidak adanya waktu lebih untuk menjalin hubungan serius, seperti berpacaran. Bagi mereka, menjalin hubungan serius, seperti pacaran, membuat banyak waktu mereka terbuang, dan tidak adanya waktu untuk mencari seseorang yang bisa diajak serius dalam menjalin sebuah hubungan (De Soto, 2018).

Bagi *sugar baby*, menjalani hubungan serius dengan satu orang dalam jangka waktu yang lama membuat mereka merasa bosan dan terlalu monoton, terlebih lagi jika harus menjalani hubungan dengan orang seusia atau berumur tidak jauh berbeda. Para *sugar baby* memilih melakukan hubungan dengan *sugar daddy* yang berusia lebih tua darinya selain karena merasa bosan dan monoton, para *sugar baby* merasa bahwa menjalani hubungan dengan orang yang seusia seringkali membuat mereka tersakiti dan tidak dapat memenuhi kebutuhan mereka khususnya secara finansial. Oleh karena itu, para *sugar baby* lebih tertarik dan tertantang menjalani hubungan dengan para *sugar daddy* (Septiana, 2020).

Hal lain yang membuat *sugar baby* ingin menjalani hubungan *sugar dating* adalah karena gaya hidup yang cenderung tinggi atau hedonisme (O'Connor, 2019; Recio, 2021; Wade, 2009). Banyaknya tekanan dari lingkungan yang memaksa mereka untuk berpenampilan sama dengan orang di sekitarnya dan membuat mereka mendapatkan tuntutan secara tidak langsung. Orang yang memiliki kecenderungan seperti itu,

membutuhkan materi (uang) yang tidak sedikit, sehingga biasanya akan melakukan pembenaran (rasionalisasi) untuk memenuhi semua kesenangan, termasuk menjadi *sugar baby* tanpa bersusah payah bekerja untuk memenuhi tuntutan kebutuhan tersebut (Christiarini, 2018).

II. 5 *Sugar Dating* Dan Prostitusi

Pelacuran atau prostitusi berasal dari Bahasa Latin *prostituere* atau *pro-stauree* yang berarti membiarkan diri berbuat zina, melakukan persundalan, percabulan dan pergendakan. Perkins dan Bennet (dalam Koentjoro, 2004) mendefinisikan pelacuran sebagai transaksi bisnis yang disepakati oleh pihak yang terlibat sebagai sesuatu yang bersifat kontrak jangka pendek yang memungkinkan satu orang atau lebih mendapatkan kepuasan seks dengan metode yang beraneka ragam.

Koentjoro (2004: 28) mendefinisikan wanita tuna susila (WTS)—istilah lain dari pelacur—sebagai perempuan yang tidak menuruti aturan susila yang berlaku di masyarakat dan dianggap tidak memiliki adab dan sopan santun dalam berhubungan seks. Sedangkan gigolo merupakan laki-laki bayaran yang dipelihara atau disewa oleh seorang perempuan sebagai kekasih atau pasangan seksual.

Menurut Soekanto (1982: 85) pelacuran dapat diartikan sebagai suatu pekerjaan yang bersifat menyerahkan diri kepada umum untuk melakukan perbuatan-perbuatan seksual dengan mendapat upah. Menurutnya, pelacuran disebabkan oleh dua faktor, yaitu: faktor endogen dan faktor eksogen. Jika faktor endogen meliputi nafsu kelamin yang besar,

sifat malas, dan keinginan yang besar untuk hidup mewah, maka faktor eksogen mencakup faktor ekonomi, urbanisasi yang tak teratur, keadaan perumahan yang tidak memenuhi syarat, dan lain lain.

Psikolog, Elizabeth T Santoso, menyebut tingkah para *sugar baby* yang menjalani hubungan *sugar dating* di Indonesia sebagai bagian dari bentuk prostitusi karena *sugar baby* rela melakukan apa saja termasuk hubungan seksual dengan *sugar daddy*-nya untuk mendapatkan imbalan. Dia menegaskan, bahwa prostitusi adalah hal yang tidak bisa dibenarkan karena lekat dengan perzinahan dan membahayakan kerukunan hidup rumah tangga,¹⁸ jika laki-laki tersebut adalah orang telah berumah tangga. Pernyataan ini cukup beralasan mengingat bahwa *sugar daddy* biasanya adalah lelaki yang sudah cukup berumur, memiliki keluarga, sehingga hubungan antara *sugar daddy* dan *sugar baby* akan memiliki potensi untuk mengganggu kehidupan rumah tangga *sugar daddy*.

Dwiyadi (2016: 23) menjelaskan bahwa di Indonesia, prostitusi tertuang dalam kitab undang-undang hukum pidana (KUHP) yang menyatakan larangan kepada mereka yang mempunyai profesi sebagai penyedia sarana dan mereka yang mempunyai profesi sebagai pekerja seks komersial (PSK) serta mucikari atau pelindung PSK (pasal 296 KUHP), menjual perempuan dan laki-laki di bawah umur untuk dijadikan pelacur (pasal 297 KUHP), menarik keuntungan dari perbuatan cabul

¹⁸<https://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp/kumparannews/psikolog-fenomena-sugar-daddy-adalah-bentuk-prostitusi-27431110790539148>, diakses pada tanggal 3 Mei 2021.

seorang wanita dan menjadikannya sebagai pelacur (pasal 506). Perbuatan mengenai praktik prostitusi diatur pula Undang-Undang No. 44 Tahun 2008 tentang Pornografi dan Pornoaksi menyatakan pelarangan menawarkan dan mengiklankan diri untuk layanan seksual secara langsung maupun tidak langsung (pasal 4, ayat 2).

Hubungan *sugar dating*, menurut Miller (2011: 12), adalah fenomena budaya yang digambarkan dimana satu orang menyetujui untuk mendukung orang lain secara finansial sebagai imbalan hubungan seksual. Di zaman dahulu, ketika laki-laki membayar perempuan untuk seks, maka itu akan dianggap sebagai prostitusi, sementara saat ini banyak yang menyebutkan bahwa *sugar dating* bukanlah merupakan hubungan prostitusi melainkan hubungan saling menguntungkan satu sama lain, karena masing-masing pihak menawarkan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pihak lain yang tidak terpenuhi. Sementara menurut Rakić (2020: 1210) prostitusi adalah hubungan yang di dalamnya terlibat aktivitas seksual dengan imbalan pembayaran, baik berupa uang, barang ataupun hadiah, sehingga prostitusi dan *sugar dating* seringkali disangkutpautkan satu sama lain atau diserupakan. Namun, dalam hubungan prostitusi biasanya imbalan utamanya adalah uang, jikapun ada imbalan lain, itu hanya bersifat sekunder dan jarang terjadi, kecuali jika hubungan keduanya berlanjut ke hubungan yang melibatkan hati dan perasaan.

Ada satu faktor utama yang membedakan *sugar dating* dari prostitusi, yaitu bahwa tidak semua *sugar dating* melibatkan hubungan seks

di dalamnya, sementara dalam prostitusi hubungan seks sudah pasti tercakup. Meskipun memang hampir semua *sugar dating* melibatkan seks, ada *sugar dating*, yang tidak melibatkan seks dan *sugar daddy* membantu pembayaran pendidikan *sugar baby*-nya¹⁹.

Sejumlah literatur menunjukkan bahwa tidak semua *sugar baby* menerima untuk disamakan dengan pelacur dan hubungan mereka tidak identik dengan hubungan seks karena ada yang hanya melakukan kencan biasa (baca, misalnya Christiarini, 2018; Jacqueline, 2013; Zimmermann, 2015). Apapun yang dilakukan di antara *sugar daddy/mommy* dan *sugar baby* tergantung pada kesepakatan mereka, termasuk apakah hubungan seks tercakup atau tidak di dalamnya²⁰. Namun, jika tidak ada kesepakatan di awal, maka apa saja bisa terjadi dalam hubungan *sugar dating*.

¹⁹<https://www.nytimes.com/2009/04/12/magazine/12sugardaddies-t.html> , diakses pada tanggal 1 September 2021.

²⁰https://www.huffpost.com/entry/seeking-arrangement-college-students_n_913373, diakses pada tanggal 16 Mei 2021.