

JURNAL

***MEDIATED VOYEURISM* DAN MEDIA SOSIAL**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Praktik *Mediated Voyeurism* Pada Media Sosial
Path Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNS Surakarta Angkatan 2010-
2012)**



Oleh:

ANGGITA HARUM NINGTYAS

D0210011

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2016

MEDIATED VOYEURISM DAN MEDIA SOSIAL
(Studi Deskriptif Kualitatif Praktik *Mediated Voyeurism* Pada Media Sosial
Path Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNS Surakarta Angkatan 2010-
2012)

Anggita Harum Ningtyas
Chatarina Heny Dwi Surwati

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract

The existence of social media makes the interaction between the users easier. They tend to more transparent and free in expressing their self and their feeling on the social media. Besides, social media also makes the users easier in accessing the private information of the other users. That happening tends to push the mediated voyeurism behaviour. By doing the mediated voyeurism behaviour makes the users can get the information of the other users' daily activities, such as where are the users' locations, be with whom, what are the users thinking about, and what are they doing. Based on that happening, this research used Path as the example the of social media activity, because Path is one of social media.

This research was conducted to know the kinds of mediated voyeurism behaviour and the motive that make the students of Communication Science of Social and Political Sciences Faculty of UNS Surakarta class of 2010-2012 on Path social media. This research is a descriptive qualitative research that used interview in collecting the data and purposive sampling as the technique in taking the sample which took 10 students of the students of Communication Science of Social and Political Sciences Faculty of UNS Surakarta class of 2010-2012 as the informants. The technique of analyzing data used interactive mode which consists of data reduction, data presentation, and conclusion.

From this research, in mediated voyeurism practical, it has tendency to use Uncertainly Reduction theory. In the process, we found that in this practical, there are three strategy for approachment, active strategy, interactive strategy, and passive strategy. From three strategy in Uncertainly Reduction theory, there are some motive that make Communication Science Students Class of 2010-2012 to do this mediated voyeurism practical. Their motive do mediated voyeurism, because of curiosity, and have some certain goals, to do mediated voyeurism.

Keywords : *Students, Mediated Voyeurism, Social Media.*

Pendahuluan

Media sosial, sebagai produk dari media baru yang berkembang seiring dengan meningkatnya teknologi komunikasi dapat mempermudah manusia dalam melakukan komunikasi. Dalam kehidupan sehari-hari, media sosial dapat menjadi sarana berkomunikasi tanpa harus bertemu secara langsung atau tatap muka, termasuk menerima, membaca, menonton informasi atau pesan yang disebarkan oleh orang lain. Media sosial adalah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi. Dalam media sosial pengguna dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual.¹ Dengan adanya internet, media sosial dapat digunakan dan menjangkau ke seluruh daerah di Indonesia. Sehingga, media sosial dapat menghilangkan batas jarak dan waktu yang menghalangi komunikasi jarak jauh bagi penggunanya. Mereka tetap “*keep in touch*” meskipun sedang tidak bersama.

Internet (*interconnected network*), merupakan sebuah sistem komunikasi global yang menghubungkan komputer-komputer dan jaringan-jaringan komputer di seluruh dunia.² Jaringan internet pertama kali dikembangkan pada 1969 oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat dengan nama ARPANET (*US Defense Advanced Research Projects Agency*). Arpanet dibangun untuk menghindari pemusatan informasi di satu titik dengan pembuatan suatu jaringan komputer yang tersebar. Pemusatan informasi dipandang rawan mengalami penghancuran apabila terjadi peperangan. Dengan adanya jaringan, apabila salah satu jaringan hancur maka jalur yang melalui jaringan tersebut akan otomatis dipindahkan ke jaringan lainnya. Internet memungkinkan adanya servis terkini atau *real-time* servis dan dapat digunakan untuk berkomunikasi secara langsung antara dua pengguna atau lebih.

¹ Palewa, Dosi Aprilinda (2013). *Motif dan interaksi Sosial di Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*. Skripsi. Hlm 32.

² Iskandar (2009). *Panduan Lengkap Internet*. Yogyakarta : Andi. Hlm 1.

Di Indonesia, dikutip dari Kompas.com, pada tahun 2014 pengguna internet (*netter*) di Indonesia mencapai 83,7 juta orang dan merupakan peringkat ke-6 di dunia. Menurut lembaga riset pasar e-Marketer, jumlah *netter* di Indonesia tahun 2017 akan mencapai 112 juta orang mengalahkan Jepang pada peringkat ke-5 yang jumlah pertumbuhan pengguna internetnya lebih lambat. Pada tahun 2015, diproyeksikan pengguna internet di seluruh dunia mencapai 3 miliar orang dan pada tahun 2018 akan mencapai 3,6 miliar manusia mengakses internet.³ Selain sebagai pengguna internet, Indonesia juga menjadi Negara dengan penduduk paling aktif bersosial media, sebanyak 74% orang mengakses sosial media. Jumlah tersebut menurut CEO PT Merah Cipta Media (MCM) Antony Liem, berasal dari jumlah *mobile subscription* aktif di Indonesia yang mencapai 282 juta.⁴ Internet dianggap sebagai suatu pusat informasi dimana segala informasi tentang berbagai hal dapat diperoleh dengan mudah dan cepat. Internet hadir dan berkembang menjadi media yang sangat menarik karena fleksibilitasnya dan memiliki kedekatan yang mendalam dengan penggunanya dan paling efisien dari segi biaya. Dengan adanya internet, komunikasi menjadi mudah. Internet membuat jaringan-jaringan di seluruh dunia terkoneksi menjadi sebuah jaringan global yang memungkinkan penggunanya untuk mencari informasi berupa data, gambar, suara atau video dan berinteraksi dengan pengguna internet di seluruh dunia melalui media sosial atau jejaring sosial.

Dalam komunikasi interpersonal, komunikasi yang sifatnya pribadi yang terjadi secara langsung (tanpa medium) maupun tidak langsung (melalui medium). Media sosial dapat dikatakan sebagai medium dalam komunikasi interpersonal. Berkembangnya media sosial yang dapat mendukung terciptanya lingkungan virtual dapat memunculkan fenomena-fenomena sosial dalam kehidupan masyarakat, yaitu adanya perilaku *mediated voyeurism* yang mana para pelakunya memiliki ketertarikan berlebih terhadap aktivitas dan privasi orang lain,

³<http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/pengguna.internet.indonesia.nomor.enam.dunia> diakses pada 24 Maret 2015 pukul 14.47 WIB.

⁴<http://www.jpnn.com/read/2015/02/24/288989/Wow.-Pengguna-Internet-di-Indonesia-Capai-72-Juta.-Terbesar-di-Dunia> diakses pada 24 Maret 2015 pukul 15.01 WIB.

sehingga mereka akan berusaha menggali informasi sebanyak-banyaknya terhadap target.

Popularitas dari situs media sosial/jejaring sosial meningkatkan perilaku tersebut karena semakin banyak orang memposting informasi pribadi pada media sosial. Media sosial Path yang menjunjung tinggi privasi dan eksklusivitas penggunaannya membuat sang pengguna lebih terbuka men-*share* kegiatan dan apa yang ada dipikirkannya. Fitur *share location, share what is listening or watching to, share* foto, dan status dapat menjadi sarana yang tepat bagi para pengguna untuk menggali lebih banyak informasi orang lain pada media sosial Path.

Selain itu, banyaknya kelebihan yang dimiliki Path memberikan kemudahan dan rasa aman bagi para pelaku *mediated voyeurism* untuk lebih berani melakukan praktik tersebut pada situs jejaring sosial tanpa perlu izin dari target, tanpa diketahui dan tanpa biaya. Path merupakan sebuah media sosial pada *smartphone* berbasis android, windows phone dan iOS yang dapat memungkinkan penggunaannya untuk berbagi pesan atau gambar. Path ditergetkan untuk menjadi tempat yang dapat digunakan penggunaannya berbagi dengan keluarga dan teman-teman terdekat sehingga pengguna dapat mempererat hubungan kekeluargaannya dan dengan orang yang mereka sayangi.

Path, aplikasi media sosial yang dapat berbagi cerita (status), foto, video, musik, film layaknya Facebook, Twitter dan Instagram dan dapat berbagi lokasi atau tempat layaknya foursquare dalam satu aplikasi saja. Selain itu, ada fitur sleeping dan awake. Serta fitur baru, *inner circle* dan *private sharing* sehingga membuat penggunaannya dapat berbagi *moment* dengan orang tertentu yang terdapat dalam *inner circle* yang telah dipilihnya dan menciptakan lingkungan relasi yang lebih rapat lagi dalam media sosial Path. Setiap aktivitas dalam media sosial Path dapat dihubungkan dengan media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, Tumblr, Foursquare, Wordpress sehingga dapat secara otomatis dibagikan ke media sosial tersebut dengan mengaktifkan mode *sharing* ke salah satu atau semua

media sosial yang tersedia.⁵Oleh karena itu, Path memiliki banyak fitur-fitur yang memberkan kemudahan dan kepraktisan bagi penggunanya.

Path dipilih karena Path dapat dengan mudah menelusik kembali moment-moment yang telah lama diunggah orang lain untuk mengetahui bagaimana mahasiswa ilmu komunikasi FISIP UNS Surakarta Angkatan 2010-2012 melakukan pengamatan sebagai bentuk praktik perilaku *mediated voyeurism* pada media sosial Path dan setiap mahasiswa memiliki motif tersendiri mengapa mereka melakukan praktik *mediated voyeurism*. Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNS Surakarta Angkatan 2010-2012, mahasiswa ilmu komunikasi berkaitan erat dengan media pada studinya, termasuk di dalamnya media sosial. Mahasiswa dianggap memiliki lebih banyak pengetahuan dan sudah akrab dengan media sosial sebagai pengguna media sosial yang aktif dan mengalami secara pribadi fenomena yang ada di dalamnya. Mahasiswa menggunakan media sosial Path sebagai medium untuk menggali informasi mengenai aktivitas yang dilakukan orang lain untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Rumusan Masalah

Peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik *mediated voyeurism* pada media sosial Path oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UNS Surakarta angkatan 2010-2012?
2. Apa saja motif praktik *mediated voyeurism* pada media sosial Path oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UNS Surakarta angkatan 2010-2012?

⁵*Ibid.*, hal 4.

Tujuan

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana praktik *mediated voyeurism* pada media sosial Path oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UNS Surakarta angkatan 2010-2012?
2. Untuk mengetahui apa saja motif praktik *mediated voyeurism* pada media sosial Path oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UNS Surakarta angkatan 2010-2012?

Telaah Pustaka

A. Komunikasi

Harold D. Laswell menunjukkan komunikasi dengan pernyataan, “*who says what in which channel to whom and with what effect?*” yaitu proses yang menjelaskan “siapa” “mengatakan apa” dengan “saluran apa”, “kepada siapa” dan “dengan akibat apa” atau “hasil apa”. Menurut Laswell komunikasi, proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan yang menimbulkan efek tertentu.

Berdasarkan pengertian yang diungkapkan oleh Laswell, bahwa komunikasi ada lima unsur utama model komunikasi terdiri dari sumber (*the source*), pesan (*the message*), saluran (*the channel*), penerima (*the receiver*), dan efek. Sumber (*source*) atau yang sering disebut juga pengirim (sender), penyandi (encoding), komunikator, pembicara (*speaker*), atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi yang memiliki bahan informasi (pemberitaan) untuk disebarkan kepada masyarakat luas. Sumber dapat sebagai individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau negara.

B. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar perorangan dan bersifat pribadi baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) maupun

tidak langsung (melalui medium).⁶ Menurut Kathleen S. Verderber et al (2007), komunikasi interpersonal adalah proses seseorang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggung jawab secara timbale balik dalam menciptakan makna. Komunikasi sebagai proses sistematis perilaku yang memiliki tujuan tertentu dan bergantung pada makna yang diciptakan diantara mereka sehingga tercipta dan terkelolanya hubungan antara mereka.⁷

C. *Mediated Voyeurism*

Voyeurism dikatakan sebagai perilaku seseorang yang memiliki minat berlebih melihat atau mengobservasi orang yang tak terduga yang telanjang atau tertarik pada aktivitas seksual. Menurut Calvert, *voyeurism* tidak terbatas pada aktivitas seksual individu saja.⁸ Saat ini, *voyeurism* sebagai sebuah perilaku yang aktif dilakukan dengan mudah dan aman pada elektronik media.

Dengan kata lain, *mediated voyerurism* merupakan sebuah perilaku yang memiliki ketertarikan berlebih untuk melihat bagaimana orang lain yang sesungguhnya dan bagaimana privasinya berdasarkan dari apa yang dia unggah ke jejaring sosial.

Berikut kemungkinan kebutuhan sosial dan motivasi dari praktik *mediated voyeurism*.⁹

- a. *Social Identity and Social Comparison*, merupakan prediksi yang mana masyarakat menjunjung konsep diri mereka dan pendirian atas keikutsertaan kelompok dengan mencari konten media yang menampilkan orang yang terlihat dan berperilaku seperti yang mereka lakukan dan siapa yang termasuk dalam kelompok yang sama

⁶ Bungin, Burhan. *Op. cit.* hlm 32.

⁷ Budyatna, Muhammad dan Leila Mona Ganiem (2011). *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta : Kencana. Hlm 14-15.

⁸ Su, Pin Ju (2012). *Mediated voyeurism on social networking sites : The Possible social needs and motivations of the voyeurs on Facebook*. Thesis. Rochester Institute of Technology. Hlm 10.

⁹ *Ibid.* hlm 15-20.

- b. *Surveillance*, Lyon mendefinisikan *surveillance* sebagai fokus perhatian pada detail pribadi yang bertujuan untuk mempengaruhi, melindungi dan manajemen kontrol. Teknologi baru seperti internet, menyebabkan praktek dan proses pengawasan menjadi lebih intensif. Internet, memungkinkan pengguna untuk mengumpulkan informasi secara diam-diam. Pada jejaring sosial, pengguna dapat dengan mudah untuk menjaga orang lain dibawah pengawasannya, karena pengguna dapat memperbaharui informasi tentang status orang lain tanpa memakan banyak waktu.¹⁰
- c. *Uses and Gratifications Theory* (Teori Kegunaan & Kepuasan), teori *Uses and Gratifications* digunakan sebagai alat untuk menjelaskan pemilihan media individu. Teori ini menekankan pada individu dapat memenuhi kebutuhannya dengan mencari tahu dan menggunakan media yang spesifik.¹¹ Nyland menemukan tiga faktor utama identifikasi area umum dari motivasi untuk penggunaan situs jejaring sosial, yaitu *Gratification Opportunities* (peluang kepuasan) yang memperbolehkan individu untuk memperoleh kepuasan lebih mudah dari medium lainnya, *Social utility functions* (fungsi kebutuhan sosial) yang memperbolehkan individu untuk mengekspresikan diri melalui media komunikasi dan *Entertainment* (hiburan) untuk mengisi waktu dan menghibur pengguna.¹²
- d. *Uncertainty Reduction* (Teori Reduksi Ketidakpastian), teori reduksi ketidakpastian atau *Uncertainty Reduction Theory* disingkat URT mencari penjelasan bagaimana berkomunikasi apabila tidak memperoleh kepastian tentang lingkungan-lingkungan sekitar.¹³ Teori ini menyoroti ketidakpastian sebagai kekuatan kausal membentuk perilaku komunikasi dan meningkatkan prediksi-prediksinya yang

¹⁰*Ibid.* hlm 17.

¹¹*Ibid.* hlm 18.

¹²*Ibid.* hlm 19.

¹³ Budyatna, Muhammad (2015). *Teori-teori Mengenai Komunikasi Interpersonal*. Jakarta : Kencana. Hlm 139-140

dapat diukur tentang bagaimana orang berperilaku apabila mereka merasa tidak pasti.¹⁴ URT memulai dengan dasar pikiran bahwa orang termotivasi untuk mengurangi ketidakpastian tentang lingkungan sosial, teori ini berpendapat bahwa individu-individu berusaha untuk memprediksi dan menjalankan lingkungan-lingkungan mereka. URT menggunakan terori informasi untuk mendefinisikan ketidakpastian sebagai fungsi tentang jumlah dan kemungkinan mengenai alternatif yang mungkin terjadi. URT mengidentifikasi dua bentuk ketidakpastian yang berasal dari interaksi diadik atau *dyadic interaction* : “ketidakpastian kognitif” mengacu pada keragu-raguan yang dialami oleh orang tentang keyakinan diri mereka dan keyakinan orang lain. Ketidakpastian muncul apabila orang memiliki kurang informasi tentang diri mereka dan orang lain.¹⁵

D. Internet

Internet atau *interconnected network* adalah sebuah sistem komunikasi global yang menghubungkan komputer-komputer dan jaringan-jaringan komputer di seluruh dunia.¹⁶ Setiap komputer dan jaringan terhubung secara langsung maupun tidak langsung ke beberapa jalur utama yang disebut *internet backbone*. Komputer atau jaringan dengan berbagai *platform* (unix, linux, windows dll) dapat bertukar informasi dengan adanya sebuah protocol standar yang dikenal dengan nama TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*). TCP/IP tersusun atas empat layer, yaitu *network access*, *internet*, *host-to-host transport* dan *application*. Setiap layer memiliki protokol-protokolnya sendiri. Internet (*inter-network*) merupakan sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi untuk jutaan pemakainnya di seluruh dunia.

¹⁴*Ibid.* hlm 140.

¹⁵*Ibid.*

¹⁶Iskandar.*Loc. Cit.*

E. Media Sosial

Media sosial adalah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan dan memungkinkan orang berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada media sosial orang dapat melakukan pertukaran, kolaborasi, dan saling mengenal dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual, seperti Twitter, Facebook, Blog, Forsquare, Path dan lainnya.¹⁷

Safko dan Brake (2009, media sosial sebagai aktivitas, praktek, dan perilaku di kalangan komunitas (orang-orang) yang berkumpul secara online untuk berbagi informasi, pengetahuan, dan opini menggunakan media percakapan. Media Percakapan adalah aplikasi berbasis web yang memungkinkan bagi seseorang untuk membuat dan mengirimkan konten dalam bentuk kata-kata, gambar, video, dan audio. Secara umum, media sosial dapat dipahami sebagai platform online untuk interaksi, kolaborasi, dan menulis/berbagi berbagai macam tipe konten digital.

F. Path

Path merupakan aplikasi media sosial yang memungkinkan penggunanya berbagi gambar juga pesan pada *smartphone* berbasis android, windows phone atau ios. Path ditergetkan untuk menjadi tempat yang dapat digunakan penggunanya berbagi dengan keluarga dan teman-teman terdekat sehingga pengguna dapat mempererat hubungan kekeluargaan dan dengan orang yang mereka sayangi. Path memiliki visi untuk membuat sebuah jaringan yang berkualitas tinggi dan pengguna nyaman untuk berkontribusi setiap waktu.¹⁸

¹⁷ Palewa, Dosi Aprilinda. *Loc. Cit.*

¹⁸ Sari, Ekky Puspika. *Op.cit.* hlm 66.

G. Motif

Perspektif yang berpusat pada persona mempertanyakan faktor-faktor internal (persona) apakah, baik berupa sikap, isting, motif, kepribadian, sistem kognitif yang menjelaskan perilaku manusia. Secara garis besar ada dua faktor, yaitu faktor biologis dan faktor sosiopsikologis.¹⁹

Metodologi

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metodologi penelitian kualitatif adalah keseluruhan cara, pendekatan, proses, dan pola pikir yang digunakan dalam menelaah dan menemukan jawaban atas semua pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam sebuah penelitian. Metodologi merupakan prinsip-prinsip yang meliputi cara pandang dan pola pikir yang terperinci mengenai tahap-tahap penelitian yang meliputi semua gejala yang diteliti, pendekatan yang digunakan, prosedur ilmiah (metode) yang ditempuh, termasuk mengumpulkan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan.²⁰

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel secara *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* dipandang mampu menangkap kelengkapan dan kedalaman data didalam menghadapi relitas yang tidak tunggal. Pilihan sampel diarahkan pada sumber data yang penting yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.²¹ Dalam teknik ini peneliti memilih informan yang dianggap memiliki informasi secara mendalam dan dapat dipercaya menjadi sumber data yang mantap.

Purposive sampling tidak digunakan dalam usaha untuk melakukan generalisasi statistik atau sekedar mewakili poulasinya, tetapi lebih mengarah pada generalisasi teoritis. Sumber data digunakan tidak untuk mewakili populasi tetapi untuk mewakili informasi.²²

¹⁹ Rakhmat, Jalaluddin (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya. Hlm 33-34.

²⁰ Pawito (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : LKiS. Hlm 83.

²¹ HB. Sutopo. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret Press. 2002, hlm 36.

²² *Ibid.* hlm 56.

Sajian dan Analisis Data

A. Praktik *Mediated Voyeurism* Pada Media Sosial Path Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UNS Surakarta Angkatan 2010-2012

Berdasarkan hasil penelitian, praktik *mediated voyeurism* yang dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Uns Surakarta Angkatan 2010-2012 adalah sebagai berikut.

1. Melakukan praktik *mediated voyeurism* dengan melakukan pengintaian langsung ke laman akun Path orang yang dituju. Narasumber mengunjungi laman akun orang lain yang dilakukan dengan niat dari awal membuka media sosial Path. Narasumber mencari akun orang yang dicari, dan kemudian mengunjungi laman akun tersebut, membuka dan membaca setiap *moment* yang diunggah orang tersebut. Seperti Anta yang langsung mencari nama target yang dikehendaki.

“Kadang sih mbak, tapi aku *stalking* nya juga karena punya tujuan gitu, misalnya, aku mau pergi ke tempat makan dan temenku tuh pernah kesana ngepath disana biasanya aku langsung buka Path *search* nama dia aku scrolling *timeline* dia pas dia pernah ke tempat itu kaya gimana.” Anta (22), Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2011 wawancara pada 10 September 2015.

2. Praktik *mediated voyeurism* melalui halaman *timeline* Narasumber membuka akun Path milik pribadi, men-*scroll down timeline* miliknya dan ketika telah menemukan *moment* atau nama akun orang lain yang bagi mereka menarik untuk ditelisik maka narasumber akan membuka halaman akun orang tersebut dan membaca apa saja yang diunggah oleh orang tersebut. Sehingga narasumber dapat mengetahui apa saja yang dilakukan, kemana saja, apa yang dipikirkan dan bersama siapa *moment* itu terjadi.

Seperti yang diungkapkan Anta, yang melakukan *stalking* dari *timeline* dan terdapat *moment* yang menarik maka Anta akan masuk ke akun orang tersebut. “Iya mbak, dari *timeline* ada *moment* yang menarik comment nya banyak aku *stalking*.” Anta (22), Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2011 wawancara pada 10 September 2015.

Praktik *mediated voyeurism* baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk mendapatkan informasi mengenai orang lain dilakukan narasumber dengan tiga cara atau strategi yang berbeda. Adapun strategi yang dimaksud adalah :

a. Strategi pasif

Narasumber hanya melakukan pengamatan pada *moment* yang diunggah oleh orang yang dia *visit* tanpa memberikan *feedback* apapun kepada orang tersebut maupun orang lain. Narasumber hanya bertindak sebagai komunikan yang pasif yang hanya melihat dan membaca *moment* yang diunggah oleh target secara diam-diam.

b. Strategi aktif

Obrolan pribadi kepada orang ketiga (bukan pengunggah *moment*).Narasumber menghubungi teman dari target yang akun media sosial Path diintai oleh narasumber apakah sedang bersama dengannya atau tidak dan menanyakan kepada teman terdekat tentang hal-hal yang berkaitan dengan *moment* yang diunggah. Narasumber melakukan obrolan pribadi kepada orang lain yang bukan pengunggah *moment* tersebut terhadap *moment* apa yang diunggah pada medi sosial Path komunikator.

c. Strategi interaktif

Dalam strategi ini, narasumber berkomunikasi dengan target misalnya memberikan komentar pada *moment* yang diunggah oleh target, memberikan *like* melakukan chat pribadi pada target untuk memperoleh wawasan atau pengertian.Selain itu, narasumber juga memberikan timbal balik sebagai bentuk mencari pengungkapan yaitu dengan mengunggah *moment* sebagai respon dari narasumber setelah mengintai unggahan orang tersebut, baik berupa status maupun lagu.

B. Motif *Mediated Voyeurism* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UNS Surakarta Angkatan 2010-2012

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa setiap narasumber memiliki motif tersendiri yang mendorongnya melakukan praktik *mediated voyeurism* dan

ingin memperoleh informasi atau pengetahuan lebih terhadap orang lain yang menjadi target melalui media sosial Path.

1. *Social Identity*

Social Identity bagian dari konsep diri individu yang berasal dari keanggotaannya dalam satu kelompok sosial dengan mencari konten media yang orang lain lihat dan berperilaku seperti mereka dan siapa saja yang satu kelompok dengannya. Setelah melakukan pengawasan terhadap apa yang diunggah oleh target pada media sosial Path, Narasumber dapat mengidentifikasi di kelompok mana yang sesuai dengannya dan di mana dia ingin berada dengan mengamati *moment* yang diunggah target.

2. *Social Comparison*

Social comparison mengacu pada membandingkan kehidupan sosial pribadi dengan kehidupan sosial orang lain. dalam penelitian ini, perbandingan dilakukan pada media sosial Path berdasarkan *moment* yang diunggah oleh orang lain. Melalui *moment* yang diunggah oleh target, seperti status, foto, video, film, lagu, lokasi beserta caption dan bersama siapa target, menumbulkan dugaan dan persepsi tersendiri bagi narasumber yang membaca unggahan tersebut. Narasumber dapat menilai orang tersebut alay, lebay, temperamental, narasumber dapat menduga target sedang sedih karena mengunggah lagu yang memiliki lirik yang sedih atau patah hati, sedang memiliki masalah ataupun sedang marah berdasarkan apa yang target unggah berupa kata-kata dengan nada tinggi maupun umpatan-umpatan.

3. *Surveillance*

Fokus pada detail pribadi dengan tujuan mempengaruhi, melindungi dan manajemen kontrol. Pada media sosial lebih mudah melakukan pengawasan terhadap orang lain, mengumpulkan informasi dan memonitor kegiatan. Narasumber menggunakan media sosial Path untuk mengawasi target yaitu pacar, mantan pacar dan teman. Narasumber mengawasi akun target untuk mengetahui

moment terbaru apa yang diunggah oleh target. Sehingga tidak terlewat satu *moment* pun.

4. Uses and Gratification

Pada *Uses and gratification*, pengguna media berusaha mencari sumber media paling tepat di dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Narasumber memilih Path sebagai media untuk melakukan praktik *mediated voyeurism* berdasarkan kelebihan yang dimiliki oleh media sosial Path.

Adapun kelebihan Path yang menurut narasumber Path memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh media sosial lain. Narasumber menyebutkan Path sebagai media sosial yang privat dan eksklusif. Dikatakan privat yaitu hanya pengguna yang sudah dikonfirmasi pertemanannya yang dapat mengakses halaman akun Path seseorang. Path, media sosial yang eksklusif karena ada pembatasan pertemanan ada media sosial Path pada awal munculnya hanya 150 pertemanan dan seiring dengan kepopuleran Path, pertemanan Path bertambah hingga 500 pertemanan. Menurut CEO Path sendiri, David Morin penambahan pertemanan tersebut tidak bertolak belakang dari tujuan awal diciptakan Path dan para penggunanya akan lebih selektif lagi dalam memilih siapa saja temannya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian yang telah dilakukan tentang praktik *mediated voyeurism* pada media sosial Path mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNS Surakarta Angkatan 2010-2012 cenderung menggunakan teori reduksi ketidakpastian.
2. Strategi pasif melalui pengamatan pada *moment* yang diunggah tanpa memberikan *feedback* apapun kepada orang tersebut maupun orang lain baik secara langsung membuka akun media sosial Path target maupun melalui laman timeline terlebih dahulu. Dalam strategi tersebut, mahasiswa memiliki motif melakukan pengawasan terhadap *moment* yang diunggah oleh target. Pengawasan lebih mudah, lebih aman dan target akan lebih terbuka dan pasti

akan mengunggah *moment* tertentu pada laman akun media sosial Path (*surveillance*).

3. Strategi aktif dengan menghubungi teman dari target apakah sedang bersama dengannya atau tidak dan menanyakan kepada teman terdekat tentang hal-hal yang berkaitan dengan *moment* yang diunggah. Hal tersebut dengan motif ingin mencari tau ditempat mana mahasiswa itu berada pada kelas sosial mana dan cenderung membandingkan kehidupan sosialnya dengan target (*social identity* dan *social comparison*).
4. Strategi interaktif dengan berkomunikasi kepada target dengan memberikan komentar, like, dan timbal balik berupa mengunggah *moment* (status, lagu). Karena Path sudah tertera dengan jelas *sharelocation*, status, lagu, film, tv show, buku, bersama siapa, dll, tanpa meminta izin kepada target, narasumber dapat memperoleh informasi mengenai target dengan leluasa tanpa biaya. Aman, karena dalam praktiknya, narasumber menggali informasi melalui Path yang saat ini sudah tidak memiliki notifikasi *visit (uses and gratifications)* yang dapat mengurangi ketidakpastian yang dimiliki oleh mahasiswa terhadap target (*uncertainty reduction theory*).
5. Berdasarkan hasil penelitian yang dapat diklasifikasikan pada tiga strategi praktik *mediated voyeurism* pada media sosial Path mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNS Surakarta Angkatan 2010-2012, yaitu strategi pasif, aktif dan interaktif dengan adanya rasa ingin tahu, memiliki tujuan tertentu sebagai pengingat kejadian tertentu maupun kebutuhan akan informasi yang dulu pernah terjadi, adanya rasa percaya bahwa target akan mengunggah *moment* tertentu pada media sosial Path pada situasi tertentu seperti tidak ada kabar atau sedang berada pada lokasi yang tidak berdekatan.

Saran

Berikut ini, beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan kepada mahasiswa dan para akademis mengenai perilaku pengintaian pada media sosial Path oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Uns Solo Angkatan 2010-2012 yang terjadi dalam komunikasi interpersonal.

1. Mengunggah *moment* pada media sosial Path

Memang tidak terdapat larangan untuk mengunggah *moment* pada media sosial Path. Namun, alangkah baiknya bagi pengguna Path untuk lebih menyaring lagi apa saja yang dapat dan tidak dapat diunggah pada media sosial. Informasi apa yang sekiranya tidak patut untuk diunggah dan yang masih diperbolehkan diunggah. Dalam diri masing-masing pengguna sebaiknya memiliki batasan tersendiri sehingga informasi tersebut tidak disalahgunakan oleh orang-orang yang mungkin tidak menyukainya. Dan dapat mengarah pada tindak kejahatan.

2. Praktik *mediated voyeurism* pada media sosial Path sebagai fenomena sosial dan penggunaan masyarakat bermedia

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna Path dapat menggunakan Path sebagai media publikasi atau promosi sebuah tempat atau acara tertentu. Karena kuatnya pengaruh media sosial bagi penggunaannya dalam menyebarkan informasi dari pemilik kepentingan (pemilik tempat atau pelaksana acara tertentu) untuk memanfaatkan media sosial Path yang dimilikinya. Path dirasa lebih tepat sasaran karena pesan dapat ditandai kepada teman-teman dalam media sosial Path.

Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar. (1992). Ilmu Komunikasi :*Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta : Rajawali.
- Budyatna, Muhammad dan Leila Mona Ganiem. (2011). *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta : Kencana.
- Bungin, Burhan. (2008). *Sosiologi Komunikasi. Teori Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana.
- Cangara, Harfield. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. (2000). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Little John Stephen W, Foss, Karen A. (2008). *Teori Komunikasi. Terj. Mohammad Yusuf Hamdan*. Jakarta : Salemba Humanka.
- Madcoms. (2010). *Menggenggam Dunia dengan Internet*. Yogyakarta : Andi.
- Moleong, Lexy J. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana.

- Morrisan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta : Kencana Pustaka Media Group.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Raja Grafindo Perkasa.
- Palewa, Dosi Aprilinda. (2013). *Motif dan Interaksi Sosial di Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*. Skripsi.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : LKiS.
- Rahayu, Indah Budi. (2011). *New Media : Teori dan Aplikasi*. Karanganyar : Lindu Pustaka.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2012). *Psikologi komunikasi*. Bandung : Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. (1999). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

<http://jadiberita.com/39505/survei-30-wanita-stalking-mantan-di-media-sosial.html> diakses pada 19 Maret 2015 pukul 22.23 WIB.

<http://luthfia02.blogspot.co.id/2015/06/contoh-teori-use-and-gratification.html> diakses pada tanggal 23 Mei 2016 pukul 10.22 WIB.

<http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/pengguna.internet.indonesia.nomor.enam.dunia> diakses pada 24 Maret 2015 pukul 14.47 WIB.

<http://tekno.liputan6.com/read/762962/siapa-sosok-di-balik-lahirnya-jejaring-sosial-path> diakses pada tanggal 10 Agustus 2015 pukul 08.42 WIB.

<http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/455472--indonesia--pengguna-path-terbesar-di-dunia> diakses pada 20 Maret 2015 pukul 08.08 WIB.

<http://www.jpnn.com/read/2015/02/24/288989/Wow,-Pengguna-Internet-di-Indonesia-Capai-72-Juta,-Terbesar-di-Dunia> diakses pada 24 Maret 2015 pukul 15.01 WIB.

<http://www.tempo.co/read/news/2014/02/25/072557422/CEO-Path-Pengguna-Indonesia-Nomor-1-di-Dunia> diakses pada 20 Maret 2015 pada 07.41 WIB.

<https://path.com/about> diakses pada tanggal 21 April 2015 pukul 10.36 WIB.

<https://path.com/moments> diakses pada tanggal 21 April 2015 pukul 22.10 WIB.