

**MEDIA SOSIAL *TWITTER* SEBAGAI SARANA MENGAKSES
INFORMASI PELECEHAN SEKSUAL**

**(Studi Netnografi *Thread* Korban Pelecehan “*Fetish Kain
Bungkus*”)**

SKRIPSI

OLEH:

RACHEL ANASTASYA

17.853.0045



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2021

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)16/12/21

**MEDIA SOSIAL *TWITTER* SEBAGAI SARANA MENGAKSES
INFORMASI PELECEHAN SEKSUAL**

**(Studi Netnografi *Thread* Korban Pelecehan “*Fetish Kain
Bungkus*”)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Medan Area



Oleh:

RACHEL ANASTASYA

17.853.0045

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2021

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)16/12/21

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Media Sosial Twitter Sebagai Sarana Mengakses Informasi Pelecehan Seksual (Studi Netnografi Thread Korban Pelecehan "Fetish Kain Bungkus")**


Nama : **Rachel Anastasya**


NPM : **178530045**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

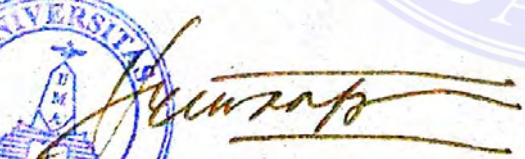
Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**


Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Dr. Dedi Sahputra, MA
Pembimbing I


Dr. Ressi Dwiana, S.Sos, MA
Pembimbing II




Dr. Heri Kusmanto, MA
Dekan

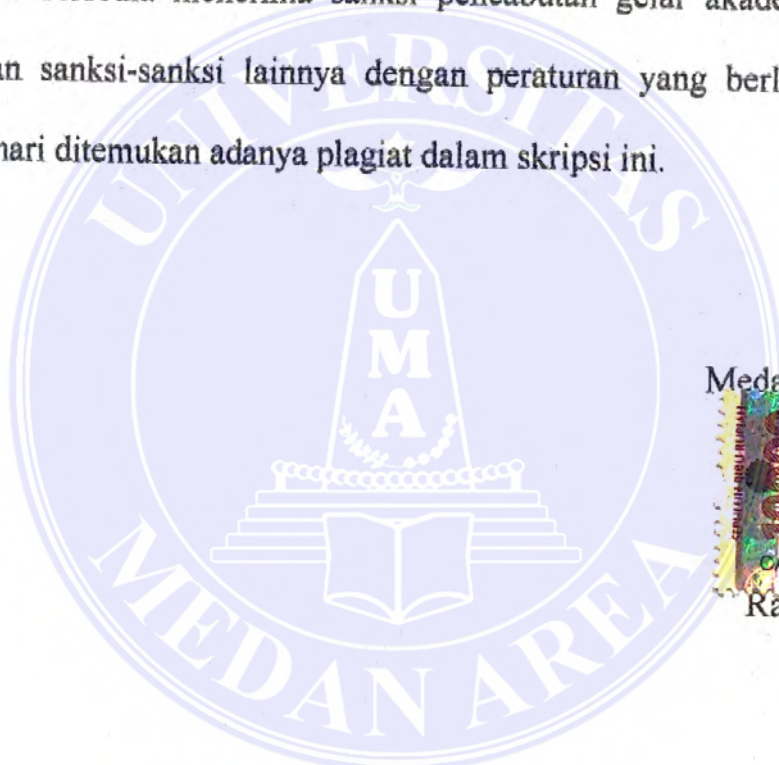

Ilma Saakinah Tamsil, M.Comm
Ka. Prodi Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus : 21 Mei 2021
UNIVERSITAS MEDAN AREA

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 21 Mei 2021



Rachel Anastasya

178530045

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rachel Anastasya
NPM : 178530045
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul *Media Sosial Twitter Sebagai Sarana Mengakses Informasi Pelecehan Seksual (Studi Netnografi Thread Korban Pelecehan "Fetish Kain Bungkus")*.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 21 Mei 2021

Yang Menyatakan



10000
RACHEL ANASTASYA
E01FFAJX334809918

Rachel Anastasya

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Media Sosial *Twitter* Sebagai Sarana Mengakses Informasi Pelecehan Seksual (Studi Netnografi *Thread* Korban Pelecehan “*Fetish Kain Bungkus*”). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas dan motif penggunaan media sosial *Twitter* sebagai sarana mengakses informasi pelecehan seksual “*fetish kain bungkus*” dengan pendekatan teori *uses and gratifications*. Informan dalam penelitian ini adalah empat orang mahasiswa dan peneliti memilih @collegemenfess yaitu akun *autobase* sebagai salah satu akun untuk menemukan informan. Metode penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan metode Netnografi, dengan melakukan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas penggunaan *Twitter* dalam mengakses informasi kasus pelecehan “*fetish kain bungkus*”, diantaranya seperti bentuk balasan *thread* yaitu komentar negatif dan positif, *thread* yang dibuat oleh para korban, pengguna *Twitter* yang membuat *thread* kumpulan *thread* pengakuan korban, dan respon artis pada akun *Twitter* pribadi mereka. Kemudian aktivitas seluruh informan dalam mengakses informasi pelecehan seksual yaitu dengan membaca *thread*, menyebarkan dengan fitur *like*, *retweet*, dan salin *link thread* untuk dibagikan melalui media sosial lainnya. Motif pengguna *Twitter* dalam mengakses informasi pelecehan seksual adalah motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan.

Kata Kunci: *Fetish Kain Bungkus, Twitter, Uses and Gratifications, Netnografi.*

ABSTRACT

This research entitled Social Media Twitter as a Means to Access Information of Sexual Harassment (Netnography Study of Harassment Victim's Thread "Fetish Kain Bungkus"). This research aims to determine the activities and motives of using Twitter as a means of accessing the information about sexual harassment "Fetish Kain Bungkus". In this research, four students became informants then the researcher chose @collegemenfess, which is the auto base account as one of the accounts for finding informants. The method used is descriptive qualitative with the Netnography approach, by collecting data through observation and interviews. The results showed that the activity of using Twitter for accessing the information on cases of harassment "fetish kain bungkus", such as replies of negative and positive comments, threads created by victims, Twitter users who created threads of victim confession threads, and artist responses from their personal Twitter account against the case. Then the activities of all informants in accessing sexual harassment information are reading threads, share the thread with the like, retweet, and copy link the thread to be shared via other social media. Motives of Twitter users for accessing sexual harassment information based on the uses and gratifications theory were information motives, personal identity motives, integration and social interaction motives, and entertainment motives.

Keywords: *Fetish Kain Bungkus, Twitter, Uses and Gratifications, Netnography.*

RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Rachel Anastasya dilahirkan di Jakarta, Provinsi DKI Jakarta pada tanggal 7 Maret 1999, dari Bapak Makmur Simamora dan Ibu Hularia Nainggolan. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara.

Tahun 2017 peneliti lulus dari SMK Grafika Bina Media Medan, dan pada tahun 2017 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area. Selama mengikuti perkuliahan, peneliti menjadi Asisten Laboratorium pada mata kuliah Fotografi pada tahun ajaran 2019/2020. Pada tahun 2020 peneliti mengikuti Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di PT. Adhy Duta Prima, KSO yang beralamat di Jl. Balige Desa Pohan Tonga, Siborong-borong. Bulan November 2020, peneliti melaksanakan penelitian skripsi pada media sosial *Twitter* dengan judul Media Sosial *Twitter* Sebagai Sarana Mengakses Informasi Pelecehan Seksual (Studi Netnografi *Thread* Korban Pelecehan “*Fetish Kain Bungkus*”).

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Bapa, Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria, atas berkat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Skripsi ini berjudul **“MEDIA SOSIAL TWITTER SEBAGAI SARANA MENGAKSES INFORMASI PELECEHAN SEKSUAL (Studi Netnografi Thread Korban Pelecehan “Fetish Kain Bungkus”)**”. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini dibantu oleh pihak-pihak yang telah memotivasi dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayah, Ibu, Kakak dan Adik yang telah memberikan doa serta semangat kepada penulis.
2. Bapak Dr. Heri Kusmanto, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Ibu Ilma Saakinah Tamsil, M.Comm, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. Dedi Sahputra, MA, selaku Dosen Pembimbing I.
5. Ibu Dr. Ressi Dwiana, S.Sos, MA, selaku Dosen Pembimbing II.
6. Ibu Ria Wuri Andary, M.IKom, selaku Dosen Sekretaris.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta seluruh staf administrasi Fisipol Universitas Medan Area.

8. Seluruh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2017 yang telah memberikan doa dan dukungan dalam proses penulisan skripsi.
9. Suci MyDay, Salsha, Dinda, Fitra dan Ungga atas kesediaannya telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk semua idola penulis SHINee, NCT, EXO dan DAY6 atas hiburan, motivasi dan semangat yang diberikan melalui karya-karya mereka.

Penulis menerima kritik dan saran demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Medan, 21 Mei 2021



Rachel Anastasya

DAFTAR ISI

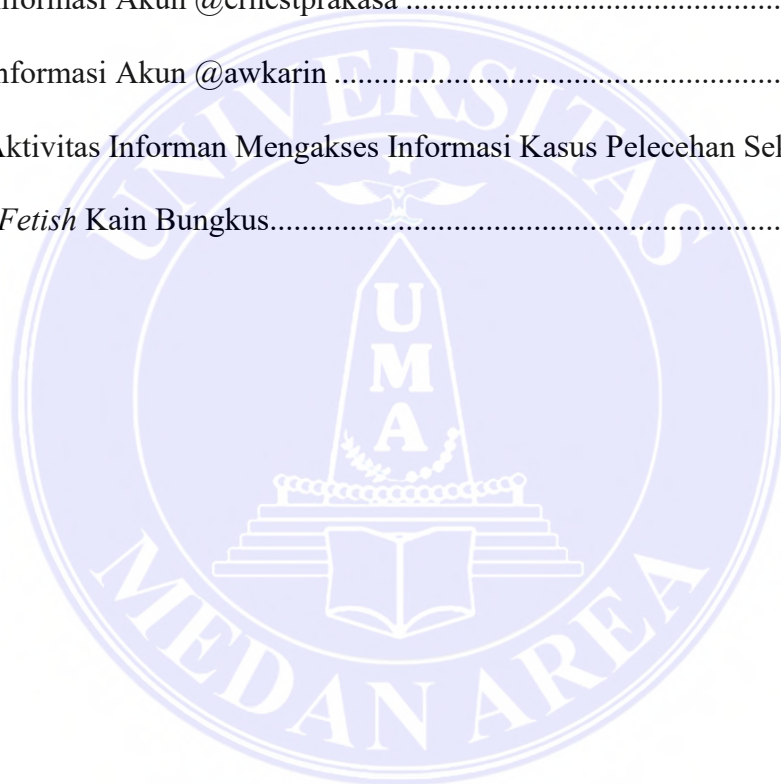
	Halaman
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
II. LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Teori <i>New Media</i>	9
2.2 Media Sosial.....	11
2.3 <i>Twitter</i>	17
2.4 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	20
2.5 Pelecehan Seksual	24
III. METODE PENELITIAN	26
3.1 Metode.....	26
3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	30
3.3 Instrumen Penelitian.....	33
3.4 Teknik Analisis Data.....	34
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Hasil	36
4.1.1 Penjelasan Kasus <i>Fetish</i> Kain Bungkus.....	36
4.1.2 Hasil Penelitian	39
4.2 Pembahasan.....	48
4.2.1 Aktivitas Mengakses Informasi Kasus Pelecehan Seksual di Media Sosial <i>Twitter</i>	48
4.2.2 Motif Penggunaan <i>Twitter</i> Untuk Mengakses Informasi Pelecehan Seksual	59

V. SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Simpulan	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73



DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Daftar Informan Penelitian	38
2. Informasi Akun @peoniese	39
3. Informasi Akun @ftrsrrn	40
4. Informasi Akun @dindsaf	40
5. Informasi Akun @unggaputra	41
6. Informasi Akun @ernestprakasa	53
7. Informasi Akun @awkarin	54
8. Aktivitas Informan Mengakses Informasi Kasus Pelecehan Seksual “Fetish Kain Bungkus.....	56



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Data Tren Internet dan Media Sosial di Indonesia 2021	12
2. Data Media Sosial yang Paling Aktif di Indonesia 2021	13
3. <i>Thread</i> Korban Pelecehan Seksual <i>Fetish</i> Kain Bungkus	36
4. Alasan Korban <i>Speak Up</i> melalui <i>Thread</i>	38
5. ‘Gilang’ menjadi <i>Trending Topic</i> Indonesia di <i>Twitter</i>	38
6. Tampilan Akun <i>Twitter</i> Informan 1	40
7. Tampilan Akun <i>Twitter</i> Informan 2	42
8. Tampilan Akun <i>Twitter</i> Informan 3	44
9. Tampilan Akun <i>Twitter</i> Informan 4	46
10. Balasan Bentuk Dukungan kepada Korban 1	49
11. Balasan Bentuk Dukungan kepada Korban 2	49
12. Pengguna <i>Twitter</i> Memberikan Komentar Negatif kepada Korban 1	49
13. Pengguna <i>Twitter</i> Memberikan Komentar Negatif kepada Korban 2	50
14. Pengakuan Pengguna <i>Twitter</i> yang Pernah Dihubungi oleh Pelaku 1	50
15. Pengakuan Pengguna <i>Twitter</i> yang Pernah Dihubungi oleh Pelaku 2	50
16. Kata Kunci pada <i>Trending Topic</i> Indonesia, 30 Juli 2020, pukul 13.00	51
17. Pengakuan Salah Satu Korban	52
18. <i>Thread</i> Kumpulan <i>Tweet</i> Korban	52
19. Tampilan Akun Ernest Prakasa	53
20. Respon Ernest Prakasa pada Akun Miliknya	54

21. Tampilan Akun Karin Novilda	54
22. Respon Awkarin pada Akun Miliknya	55



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Surat Pernyataan Penelitian.....	73
2. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	74



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadikan internet, terutama media sosial sebagai sumber informasi dan komunikasi utama yang sangat diminati oleh masyarakat. Hal inilah yang membuat perubahan teknologi komunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital.

Penggunaan internet jauh lebih populer dari media lain, karena telah menjadi salah satu bagian dalam kehidupan sehari – hari. Dalam segi pengaksesan, internet mampu memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mencari dan berbagi informasi. Kapan pun dan di mana pun dapat mengakses internet hanya dengan kuota data, *smartphone* dan sinyal. Dengan kecanggihan yang ditawarkan, internet menjadi pilihan utama untuk memperoleh berbagai macam informasi, mulai dari dalam negeri hingga ke luar negeri. Internet digunakan oleh semua kalangan usia, mulai dari anak-anak, remaja hingga orang tua menggunakan jaringan internet dalam memenuhi hampir seluruh aspek kehidupan, baik digunakan untuk bisnis atau usaha, memperoleh sumber wawasan, mempermudah pelaksanaan sistem akademik, memperluas ruang pertemanan, maupun kebutuhan hiburan pribadi.

Kebutuhan informasi yang semakin meningkat, membuat media semakin berkembang menjadi berbagai bentuk dan fungsi, yang semakin memudahkan manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Dari internet atau media baru ini memunculkan berbagai ciptaan baru seperti media sosial. Tak hanya itu, melalui media baru berbagai layanan fisik seperti surat, koran, majalah, kantor, saat ini

dapat kita akses hasilnya berupa *e-mail*, portal berita *online*, dan layanan pemerintahan *online*. Terdapat keunggulan dari media baru yaitu dapat diakses yang tidak terbatas oleh waktu tertentu, pengguna dapat saling terhubung dan dapat memberikan umpan balik secara langsung.

Dalam media tradisional misalnya media elektronik yang dikategorikan televisi dan radio, media cetak yang dikategorikan koran, majalah, dan tabloid, hanya terjadinya komunikasi satu arah, relatif lebih lama dalam menyampaikan informasi, dan khalayak tidak terdapat terhubung satu sama lain. Sedangkan media baru yaitu internet sudah menjadi media utama sebagai pendistribusian informasi. Jika institusi media selalu menjadi institusi yang mengontrol berita, kehadiran internet dan media sosial memberikan kebebasan bagi publik untuk ikut dalam berkompetisi untuk menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. Institusi media dapat menyembunyikan peristiwa, namun disisi lain, melalui internet, publik dapat memperoleh peristiwa tersebut melalui publik lain (Nasrullah, 2015: 1).

Keberadaan situs jejaring sosial (*social networking site*) atau yang biasa disebut dengan media sosial (*social media*) seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *Skype* merupakan media yang sering digunakan untuk memposting konten seperti profil, aktivitas atau bahkan pendapat pengguna, sekaligus media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber (Nasrullah, 2014: 36-37). Media sosial bisa mempengaruhi masyarakat, entah itu dalam hal budaya, nilai dan norma, atau pun sikap dan perilaku masyarakat itu sendiri.

Menurut We Are Social dalam hasil penelitian mereka, negara Indonesia merupakan salah satu kawasan yang sangat potensial bagi pelaku bisnis yang bergerak pada bidang teknologi komunikasi, seperti *Facebook*, *Twitter*, *Whatsapp*, *LINE*, dan lain sebagainya. *YouTube* mendapati posisi pertama sebagai media sosial yang paling sering dikunjungi dengan meraup 93,8% dari total pengguna internet. Disusul oleh *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*.

Dari sekian banyak media sosial, yang paling cepat pertumbuhannya adalah *Twitter*. Media sosial *Twitter* mampu mengambil perhatian masyarakat Indonesia. *Twitter* telah melaporkan pendapatan Q1 2020-nya. Dilansir dari Phone Arena, perusahaan mengungkapkan bahwa terdapat peningkatan pada pengguna aktif hariannya dari 134 juta pada Q1 2019, menjadi 166 juta pengguna dan mengalami peningkatan 24 persen. Kenaikan jumlah pengguna aktif harian ini berkaitan dengan pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini (www.tek.id).

Twitter adalah situs *microblogging* yang dioperasikan oleh *Twitter, Inc.* Disebut *microblogging* karena situs ini memungkinkan penggunanya mengirim dan membaca pesan seperti blog pada umumnya. Pesan tersebut dinamakan *tweet*, membagikan apa yang pengguna pikirkan kepada khalayak lain. Aktivitas pengguna dalam *Twitter* yang bisa digunakan seperti *Retweet*, *Quote retweet*, *like* dan *reply* untuk merespon sebuah *tweet*. Dilengkapi fitur *hashtag* dan juga dipermudah dalam mencari suatu topik dengan menggunakan kolom pencarian (*search bar*). Pengguna hanya perlu menggunakan kata kunci mengenai topik yang diinginkan.

Media sosial *Twitter* memiliki manfaat dalam mendukung aktivitas pengguna dalam menyebarkan atau berbagi informasi seperti: bisnis, gaya hidup motivasi, kegiatan sosial, kampanye politik, pengetahuan umum, hiburan, forum sharing, kepedulian sosial terhadap sesama seperti para pengguna membantu orang yang dalam kesusahan. Dengan adanya keberagaman *tweet* ini mampu membuat banyak orang yang dapat membaca dan mendapatkan informasi yang mungkin mereka cari. Belakangan ini, media sosial *Twitter* menjadi perpanjangan ruang masyarakat untuk mengeluarkan pernyataan mereka tentang kasus pelecehan seksual karena melihat tingginya intensitas penggunaan media sosial untuk mengeluarkan pendapat. Pengguna biasanya menggunakan fitur *thread* untuk menyampaikan pernyataannya.

Dalam *thread* ini berisi cerita tentang pengalaman pengguna akun maupun orang lain yang berbagi informasi dengan pengguna lain. Fitur *thread* atau utas merupakan rangkaian *tweet* yang ditautkan pada salah satu akun pengguna. Sebuah utas dapat memberikan konteks tambahan, pembaruan, atau poin tambahan dengan menghubungkan beberapa *tweet* bersamaan. Dengan fitur *thread* ini, pengguna dapat membuat beberapa *tweet* dalam satu rangkaian.

Ada berbagai peristiwa yang dirangkai ke dalam sebuah *thread* yang berhasil menempati posisi *trending topic* di *Twitter* dan berujung viral. Salah satunya adalah kasus pelecehan seksual “*Fetish Kain Bungkus*”. Kasus ini bermula dari sebuah *thread* di *Twitter*, kemudian menjadi perbincangan di berbagai *platform* media lainnya. *Thread* ini juga meraih respon hingga 180 ribu *likes*, 36,7 ribu *quote tweets*, dan 78,1 ribu *retweets*.

Pengertian Fetisisme sendiri adalah gejala di mana dorongan seks itu selalu diarahkan pada benda yang dipakai atau berhubungan dengan jenis seks lain yang dicintai. Objek-objek itu bisa berupa bagian tubuh, pakaian atau benda benda lain.

Kasus ini menjadi perhatian karena pelaku yang memiliki *fetish* yang cukup aneh. Salah satu korban memulai pengakuannya dengan akun @m_fikris pada 29 Juli 2020 dengan berani mengungkapkan kejadian ini di *Twitter*. Korban juga turut membagikan tangkapan layar percakapannya dengan pelaku. Pelaku yang saat itu berstatus sebagai mahasiswa melakukan aksinya dengan modus untuk keperluan riset. Pelaku memaksa korban untuk membungkus seluruh tubuh korban dengan kain, kemudian mendokumentasikannya. Korban saat itu tidak merasa curiga kepada pelaku, namun setelahnya sadar sudah menjadi korban pelecehan seksual. Pelaku tidak hanya membutuhkan hasil foto dan video tubuh korban yang sudah dibungkus, namun juga foto anggota tubuh korban lainnya. Usai *thread* milik @m_fikris menjadi viral, banyak netizen yang lantas membalas cuitan tersebut dan mengungkap bahwa ia pernah menjadi korban dari sang predator seksual dengan modus riset itu. Kampus terkait juga telah mengklarifikasi bahwa tidak pernah mengadakan jenis kegiatan riset tersebut.

Setelah pelaku diringkus, terungkap alasan pelaku bahwa foto dan video tubuh korban yang sudah dibungkus digunakan untuk memuaskan hasrat seksual pelaku. Pelaku mengaku telah ada 25 korban dari dugaan pelecehan yang dilakukan dirinya. Dia juga mengaku melakukan itu sejak 2015 hingga 2020. Polda Jawa Timur bekerjasama dengan *help center* Universitas Airlangga membuka posko pengaduan korban pelecehan *fetish* kain bungkus dan terdapat 15

pelapor. Pelaku dijerat dengan Pasal 335 ayat 1 KUHP tentang ancaman terhadap korban serta Pasal 82 ayat 1 juncto pasal 76 huruf E UU No 19 tahun 2016 dan Pasal 289 KUHP tentang perbuatan cabul.

Kemunculan kasus ini mampu menghebohkan pemberitaan di media sosial lainnya bahkan media berita *online* dan media konvensional seperti televisi dan koran. Tak hanya itu saja, kasus ini juga membuat warganet memanfaatkan *Twitter* untuk mengakses informasi yang terkait mengenai pelecehan seksual. Terlepas dari kasus tersebut, tentunya individu sebagai penerima pesan dari media akan mencari informasi tentang kasus tersebut, sehingga individu tersebut bisa memutuskan sendiri mana yang benar dan salah dan memuaskan rasa ingin tahu.

Tetapi tidak semua pengguna *Twitter* mengambil atau membagikan ulang informasi atau *retweet* dari *tweet* atau cuitan yang berisikan informasi tersebut. Hal ini dikarenakan kondisi atau keinginan dari individu itu sendiri, ada yang hanya memberikan *like* atau hanya memberikan komentar, dan ada juga yang hanya membaca tetapi tidak menyebarkan informasi tersebut.

Dalam jurnal Sri Wahyuning Astuti, Dyah Pradoto, dan Gustina Romaria pada tahun 2019 dengan judul jurnal *Victim Blaming* Kasus Pelecehan Seksual (Studi Netnografi Pelecehan Seksual Terhadap Via Valen di *Instagram*). Permasalahan yang dibahas pada penelitian ini adalah meneliti pemetaan *Victim Blaming* yang dialami oleh Via Vallen atas kasus pelecehan seksual yang menyimpannya, berdasarkan komentar netizen dari *Instagram* yang dimuat oleh akun gosip @lambeturah. Metode penelitian dengan menggunakan pendekatan Netnografi, yakni mencoba memahami tipe dari relasi sosial pada *Instagram*.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih banyak netizen yang melakukan *victim blaming* atas kasus pelecehan seksual yang menimpa Via Valen. Sama halnya dengan tujuan penulisan penelitian ini yaitu untuk mengetahui aktivitas pengguna serta motif penggunaan pada media sosial *Twitter* sebagai sarana untuk mengakses informasi pelecehan seksual.

Dari uraian diatas, peneliti mengambil judul “Media Sosial *Twitter* Sebagai Sarana Mengakses Informasi Pelecehan Seksual (Studi Netnografi *Thread* Korban Pelecehan “*Fetish* Kain Bungkus”)”

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan fokus masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana Penggunaan Media Sosial *Twitter* Sebagai Sarana Mengakses Informasi Pelecehan Seksual Pada Studi Netnografi *Thread* Korban Pelecehan “*Fetish* Kain Bungkus”.

1.3 Perumusan Masalah

Bersadarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana aktivitas penggunaan media sosial *Twitter* sebagai sarana mengakses informasi mengenai pelecehan seksual “*fetish* kain bungkus”?
2. Apa saja motif penggunaan media sosial *Twitter* sebagai sarana mengakses informasi mengenai pelecehan seksual “*fetish* kain bungkus”?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui aktivitas penggunaan media sosial *Twitter* sebagai sarana mengakses informasi mengenai pelecehan seksual “*fetish* kain bungkus”.
2. Untuk mengetahui motif penggunaan media sosial *Twitter* sebagai sarana mengakses informasi mengenai pelecehan seksual “*fetish* kain bungkus”.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambahkan wawasan mengenai penggunaan media sosial *Twitter* sebagai sarana untuk mengakses informasi pelecehan seksual.

2. Manfaat Praktis

Secara Praktis, Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberi kontribusi dalam kajian ilmu komunikasi mengenai penggunaan media sosial *Twitter* sebagai sarana untuk mengakses informasi pelecehan seksual.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori New Media

New Media atau Media Baru merupakan teori yang menjelaskan kemampuan media yang didukung oleh perangkat digital untuk mengakses konten kapan saja, di mana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja, baik sebagai penerima/pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas/masyarakat baru melalui isi media (Liliweri, 2015: 284).

Sebutan media baru/*new media* ini merupakan istilah dalam menggambarkan karakteristik dari sebuah media yang berbeda dari media yang ada selama ini. Media seperti televisi, radio, majalah, koran digolongkan sebagai media lama/*old media*, dan media internet yang mengandung muatan interaktif digolongkan sebagai media baru/*new media*. Sehingga istilah ini bukan lah untuk menggantikan media lama menjadi media baru, namun ini bentuk pengistilahan untuk mendeskripsikan karakteristik yang muncul saja (Watie, 2016: 70).

Menurut Denis McQuail mengartikan *new media* atau media baru sebagai instrumen teknologi elektronik yang berbeda, dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti: sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian (oleh komputer) (Morissan 2010: 479).

Media bukan hanya sebagai instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi media mempersatukan kita dalam berbagai bentuk masyarakat dan memberi kita rasa memiliki. Istilah media baru secara bertahap mulai dikenal pada tahun 1980. Dunia media dan komunikasi mulai terlihat berbeda dengan kehadiran media baru tersebut, tidak terbatas pada satu sektor atau elemen tertentu. Munculnya “media baru” merupakan salah satu fenomena yang dilihat dari perspektif perubahan sosio-teknologi dan budaya.

Dalam *New Media* (Liliweri, 2015: 287-288), ada lima karakteristik utama dari media baru yang membuatnya unik dan sangat berbeda dari media lama, yaitu: 1. Representasi numerik; 2. Modularitas; 3. Otomatisasi; 4. Variabilitas; dan 5. *Transcoding*. Manovich memfokuskan tiga aspek (karakteristik) media baru, yaitu:

- 1) Variabilitas, merupakan bentuk dari karakteristik utama yang ada pada masyarakat postmodern, yang menjelaskan bahwa semua orang bisa memproduksi gambar ataupun suara menurut versi mereka.
- 2) *Modularity*, adalah suatu konsep yang dipahami oleh masyarakat pascaindustri, menjelaskan bahwa media digital memiliki berbagai komponen yang bersifat diskrit artinya tampak terpisah namun setiap saat dapat disusun atau digabungkan dalam presentasi data dan numerik, dari modularitas inilah orang dapat membuat variasi konten.
- 3) *Transcoding*, merupakan sebuah proses yang memungkinkan para pengguna untuk semakin mudah dalam menerjemahkan apa saja yang sedang dikerjakan ke dalam format berbeda apalagi didukung oleh

proses komputerisasi. Manvich mengemukakan bahwa media baru mempunyai dua lapisan yang berbeda, yaitu; (1) lapisan budaya, dan (2) lapisan komputer. Di bawah lapisan budaya, kita harus melihat sejauh mana struktur organisasi media baru bermanfaat bagi pengguna, sedangkan pada media baru-digital memiliki struktur yang sama sekali berbeda dengan logika di balik itu.

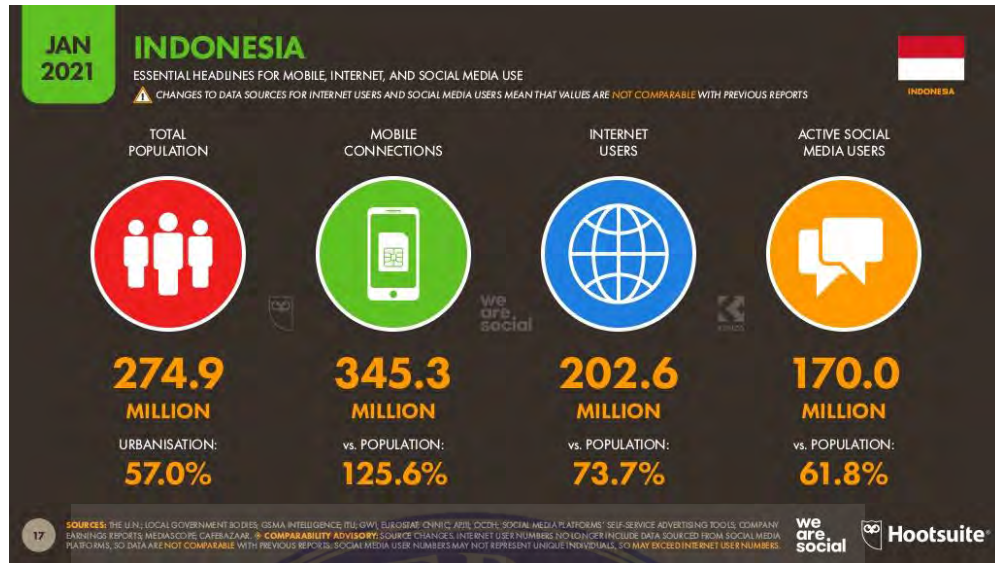
2.2 Media Sosial

Van Dijk (dalam Nasrullah, 2015: 11) menyatakan bahwa media sosial merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi dari pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai penyedia (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna serta sebuah ikatan sosial.

Meike dan Young (dalam Nasrullah, 2015: 11) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk menunjukkan diri dan berinteraksi dengan pengguna lain, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dan menjalin hubungan sosial secara virtual. (Nasrullah, 2016: 13)

Menurut data yang disajikan oleh Hootsuite (*We are Social*) secara berkala tentang internet dan media sosial pada bulan kedua setiap tahunnya, berikut data dan tren tentang internet serta media sosial.

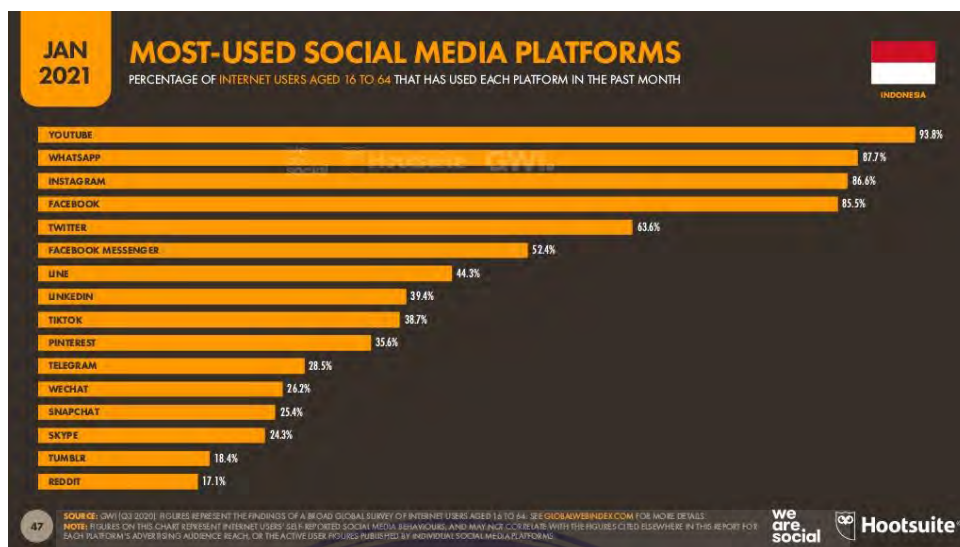


Gambar 1. Data Tren Internet dan Media sosial di Indonesia 2021

Sumber: We Are Social.

Berdasarkan gambar tersebut, terlihat bahwa dari total populasi atau jumlah penduduk Indonesia yaitu 274,9 juta diantaranya Pengguna *handphone* sebanyak 345,3 juta. Memiliki telepon seluler dapat menyebabkan tingkat koneksi yang lebih tinggi dengan telepon seluler daripada tingkat populasi umum, yaitu seseorang dapat memiliki lebih dari satu telepon seluler. Namun pengguna internet baru menyentuh 202,6 juta, dan pengguna aktif media sosial mencapai 170 juta.

Tidak hanya itu saja, agensi *We Are Social* ini juga memberikan hasil pengolahan data mereka mengenai “*platform*” media sosial apa saja yang sejauh ini berhasil menguasai pasar dalam negeri.



Gambar 2. Data Media Sosial Yang Paling Aktif di Indonesia 2021

Sumber: We Are Social.

Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa negara Indonesia merupakan salah satu kawasan yang sangat berpotensi bagi pelaku bisnis yang bergerak dibidang teknologi komunikasi, seperti *Facebook*, *Twitter*, *Whatsapp*, *LINE*, dan lain sebagainya. *YouTube* mendapati posisi pertama sebagai media sosial yang paling sering dikunjungi dengan meraup 93,8% dari total pengguna internet. Disusul oleh *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*.

2.1.1 Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (*cyber*) dikarenakan media sosial merupakan salah satu platform dari media siber. Namun demikian, menurut Nasrullah (2015: 16) media sosial memiliki karakter khusus, yaitu:

a. Jaringan (*Network*)

Jaringan yaitu infrastruktur yang dapat menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini dibutuhkan

karena komunikasi dapat terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.

b. Informasi (*Informations*)

Informasi menjadi materi yang sangat penting di media sosial dikarenakan pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan menciptakan interaksi berdasarkan informasi.

c. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi salah satu karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dapat diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

d. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

e. Simulasi Sosial (*Simulation Of Society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.

f. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Di Media sosial konten sepenuhnya dimiliki dan berdasarkan kontribusi dari pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan sebuah relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan kebebasan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) di mana publik sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

2.1.2 Tipe Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015: 39), setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:

1) Media Jejaring Sosial (*Social networking*)

Media jejaring sosial merupakan medium yang paling populer. Media ini merupakan medium yang biasa digunakan oleh pengguna sebagai melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek yang timbul dari hubungan sosial tersebut pada dunia virtual. Fitur utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna menciptakan jaringan pertemanan dengan pengguna yang sudah mereka kenal, dan dapat bertemu di dunia nyata (*offline*) atau membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh jejaring sosial yang banyak digunakan adalah *facebook* dan *LinkedIn*.

2) Jurnal *online* (blog)

Blog adalah media sosial yang memungkinkan pengguna mengunggah aktifitas sehari-hari, saling berkomentar dan berbagi, baik

tautan web lain, informasi dan sebagainya. Awalnya blog adalah bentuk website pribadi yang berisi kumpulan link ke website lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap hari. Dalam perkembangan selanjutnya, banyak blog diary (artikel harian pribadi) pemilik media, dan pengguna bisa mengisi kolom komentar. Secara mekanis, jenis media sosial ini dapat dibagi menjadi dua jenis, yang pertama kategori beranda pribadi, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau .net dan yang kedua dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis, seperti wordpress atau blogspot.

3) Microblog (*micro-blogging*)

Tidak berbeda dengan jurnal *online* (blog), *microblogging* adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta atau pendapatnya. Contoh *microblogging* yang paling banyak digunakan adalah *Twitter*.

4) Media berbagi (*media sharing*)

Situs berbagi media yaitu jenis media sosial yang dapat membantu penggunaannya untuk berbagi media, termasuk dokumen (*file*), video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini antara lain: *Youtube*, *Flickr*, *Photo-bucket*, atau *snappfish*.

5) Penanda sosial (*social bookmarking*)

Penanda sosial merupakan media sosial yang digunakan untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau

berita tertentu secara *online*. Sejumlah situs *social bookmarking* yang populer adalah *delicious.com*, *stumbleupon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com*, dan untuk di Indonesia ada *LintasMe*.

6) Media konten bersama atau wiki

Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil gabungan dari sejumlah penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki membawakan kepada pengguna pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam prakteknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh pengunjung, hingga ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.

2.3 *Twitter*

Twitter merupakan salah satu inovasi teknologi komunikasi daring yang fenomenal di abad 21 ini. *Twitter* dikenal sebagai penyedia layanan media sosial yang tidak hanya dikategorikan sebagai media sosial saja, namun juga mencakup sebagai *microbloging*. Tamburaka (2013: 78) (dalam Jurnal Analisis Penggunaan *Twitter* Sebagai Media Komunikasi Selebritis Di Jakarta, Suzy Azeharie dan Octavia Kusuma, 2014) menjelaskan bahwa kehadiran media sosial sebagai salah satu wujud perkembangan teknologi yang dimanfaatkan manusia modern untuk berkomunikasi. *Twitter* merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang menarik perhatian pengguna internet. Hal tersebut disebabkan penggunaannya yang mudah guna saling bertukar informasi sehingga setiap individu di planet ini dapat saling terhubung (Madcoms, 2010: 121).

Twitter adalah salah satu jejaring sosial berbasis mikroblog. Pengguna *Twitter* mampu mengirim dan membaca pesan dengan sebutan kicauan (*tweet*) yang hanya dibatasi hingga 280 karakter. Tak hanya teks, pengguna juga dapat mengirimkan berupa foto dan video. *Twitter* didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey dan pertama kali diluncurkan pada Juli 2006. Fitur-fitur yang dimiliki oleh *Twitter* antara lain:

- 1) Kicauan atau *tweet*: isi kicauan dari pengguna, berupa pesan teks berjumlah maksimal 280 karakter, video, foto, GIF, dan polling.
- 2) *Retweet*: pengguna memposting ulang *tweet* milik pengguna lain.
- 3) *Quote Retweet*: pengguna melakukan *retweet* (posting ulang) dengan menambahkan komentar atau teks.
- 4) *Like*: menyukai postingan milik pengguna lain.
- 5) *Share*: membagikan link atau tautan *tweet* melalui platform lain dan *direct message*.
- 6) *Bookmarks*: menyimpan *tweet* yang ingin dilihat lagi nantinya oleh pengguna.
- 7) *Follow*: aktivitas ‘berlangganan’ suatu akun *Twitter*. Ketika pengguna *follow* suatu akun, maka akun termasuk disebut *following* dan pengikutnya disebut *follower*.
- 8) *Mention*: aktivitas pengguna untuk menyebut suatu akun menggunakan @ diikuti dengan nama pengguna.
- 9) *Direct Message*: aktivitas percakapan baik secara perorangan maupun berkelompok dengan *group direct message* (berisi pengguna lain di dalamnya).

- 10) *Thread*: aktivitas rangkaian *tweet* pengguna yang dibuat saling terhubung.
- 11) *Topic Trending*: topik yang sedang populer atau ramai diperbincangkan oleh pengguna yang mampu memahami apa yang sedang terjadi, baik dalam negeri maupun seluruh dunia.
- 12) *Hashtag*: aktivitas pengguna dalam mengelompokkan *tweet* berdasarkan topik dengan menggunakan tanda '#’.
- 13) *Fleet*: fitur untuk membagikan foto, video, atau konten. Pengguna lain dapat melihat *fleet* suatu akun dan membalas *fleet* itu. *Fleet* akan hilang secara otomatis jika sudah 24 jam.
- 14) *Search Bar*: Pada kotak pencarian, pengguna dapat mencari *Tweet*, akun, atau percakapan spesifik yang sedang berlangsung. Pengguna dapat menyaring hasil pencarian dengan memilih opsi Populer, Terbaru, Orang, Foto, atau Video yang terdapat pada bagian atas hasil pencarian.

Dalam peningkatan *user experience* (pengalaman pengguna), *Twitter* melakukan perubahan pada algoritmanya. Alasan dalam perubahan algoritma ini diharapkan membantu menampilkan konten terbaik dan paling diinginkan kepada pengguna, yang terletak di bagian *timeline* (linimasa) pengguna.

Dilansir dari artikel dengan judul “*A Guide To Twitter Algorithm And How To Increase Your Reach*”, ketika pengguna membuka *Twitter*, di bagian linimasa pengguna akan ditemukan:

- 1) *Tweet* yang diberi peringkat, yaitu *tweet* yang berasal dari akun yang sering berinteraksi dengan pengguna dan *tweet* yang pengguna gunakan.

- 2) fitur “*In case you missed it*”, berikan ringkasan *tweet* terkenal yang mungkin terlewatkan kepada pengguna.
- 3) *Tweet* yang lainnya, berisi *Retweet*, Balasan, *Tweet* yang disukai oleh akun yang pengguna ikuti, *Tweet* yang di promosikan, akun untuk diikuti, atau konten populer lainnya yang diidentifikasi *Twitter* relevan untuk pengguna.

Walaupun mengalami perubahan algoritma selama bertahun-tahun, CEO *Twitter*, Jack Dorsey mengatakan bahwa bersikeras mempertahankan platform dengan konten *real-time*.

Penggunaan *Twitter* di Indonesia pada dasarnya ditujukan untuk kebutuhan yang sama dengan media sosial lainnya, yaitu keperluan ikatan pertemanan, pemenuhan informasi terkini, hiburan, aktualisasi diri, bahkan mengarah pada narsisme (Asmara & Butsi, 2020: 76)

2.4 Teori Uses and Gratifications

Meminjam pandangan milik Blumer dan Katz mengenai teori *uses and gratifications*, mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media merupakan pihak yang berperan aktif dalam melakukan proses komunikasi. Pengguna berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif dalam memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2011: 192).

Teori *uses and gratifications* menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu. dalam teori ini, audiensi dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam melakukan proses komunikasi, namun tingkat keaktifan dari setiap orang tidaklah sama. Audiensi dinilai mengetahui kebutuhan mereka serta bertanggung jawab atas pilihan dalam memenuhi kebutuhan mereka (Morrison, 2015: 509).

Teori uses and gratifications memberikan sebuah kerangka dalam memahami kapan dan bagaimana konsumen media individu menjadi lebih atau kurang aktif dan konsekuensi dari keterlibatan yang meningkat dan menurun. Asumsi *Teori uses and gratifications* menurut Katz, Blumler & Gurvitch (Arianti, 2017: 183), adalah: 1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan; 2. Intensif dalam menyatukan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak; 3. Media bersaing dengan sumber lainnya untuk mendapatkan kepuasan kebutuhan; 4. Public memiliki cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para ahli; 5. Penilaian mengenai nilai dari isi media hanya dapat dinilai oleh publik

Jay G. Blumler (dalam Morrison, 2010: 80) mengemukakan sejumlah gagasan tentang jenis-jenis kegiatan yang dilakukan oleh audiensi (*audience activity*) ketika mereka menggunakan sebuah media, yang mencakup: kegunaan (*utility*), kehendak (*intentionality*), seleksi (*selectivity*), dan tidak terpengaruh hingga terpengaruh (*imperviousness to influence*).

- 1) Kegunaan: media memiliki kegunaan dan orang dapat memanfaatkan kegunaan media. Misal, orang mendengarkan radio di mobilnya untuk mendapatkan informasi lalu-lintas. Melihat Internet untuk mendapatkan informasi tertentu.
- 2) Kehendak: hal ini terjadi ketika motivasi menentukan konsumsi media. Ketika orang membutuhkan hiburan dari televisi maka mereka mencari program komedi. Ketika membutuhkan informasi tentang situasi politik terbaru mereka akan mencari program berita.
- 3) Seleksi: penggunaan media oleh audien mencerminkan ketertarikan atau preferensinya.
- 4) Tidak terpengaruh hingga terpengaruh: audien menciptakan makna terhadap isi media yang akan mempengaruhi apa yang mereka pikirkan dan kerjakan. Namun mereka juga secara aktif sering menghindar terhadap jenis pengaruh media tertentu.

Audien memiliki beberapa alasan dan berusaha menggapai tujuan tertentu ketika menggunakan media. McQuail dkk (1972) (dalam Morissan, 2015: 510) mengemukakan ada empat alasan mengapa audien menggunakan media yaitu:

- 1) Pengalihan (*diversion*): yaitu melarikan diri dari rutinitas atau masalah sehari-hari. Mereka yang sudah lelah bekerja seharian membutuhkan media sebagai pengalih perhatian dari rutinitas.
- 2) Hubungan personal: hal ini terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman.

- 3) Identitas personal: sebagai cara untuk memperkuat nilai-nilai individu. Misalnya, banyak pelajar yang merasa lebih bisa belajar jika ditemani alunan musik dari radio.
- 4) Pengawasan (*surveillance*): yaitu informasi mengenai bagaimana media membantu individu mencapai sesuatu. Misal, orang menonton program agama di televisi untuk membantunya memahami agamanya secara lebih baik.

McQuail, dkk (1991: 72) membagi motif penggunaan media oleh individu ke dalam 4 kategori. Motif-motif tersebut terdiri dari:

- 1) Motif Informasi
 - a. Mencari berita mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia.
 - b. Mencari bimbingan berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
 - c. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
 - d. Belajar, pendidikan diri sendiri.
 - e. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.
- 2) Motif Identitas Pribadi
 - a. Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.
 - b. Menemukan model perilaku.
 - c. Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media.
 - d. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.
- 3) Motif Integrasi dan Interaksi Sosial
 - a. Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain..

- b. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
- c. Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.
- d. Memperoleh teman selain dari manusia.
- e. Membantu menjalankan peran sosial.
- f. Memungkinkan diri untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat.

4) Motif Hiburan

- a. Melepaskan diri dari permasalahan.
- b. Bersantai.
- c. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
- d. Mengisi waktu.
- e. Penyaluran emosi.
- f. Membangkitkan gairah seks.

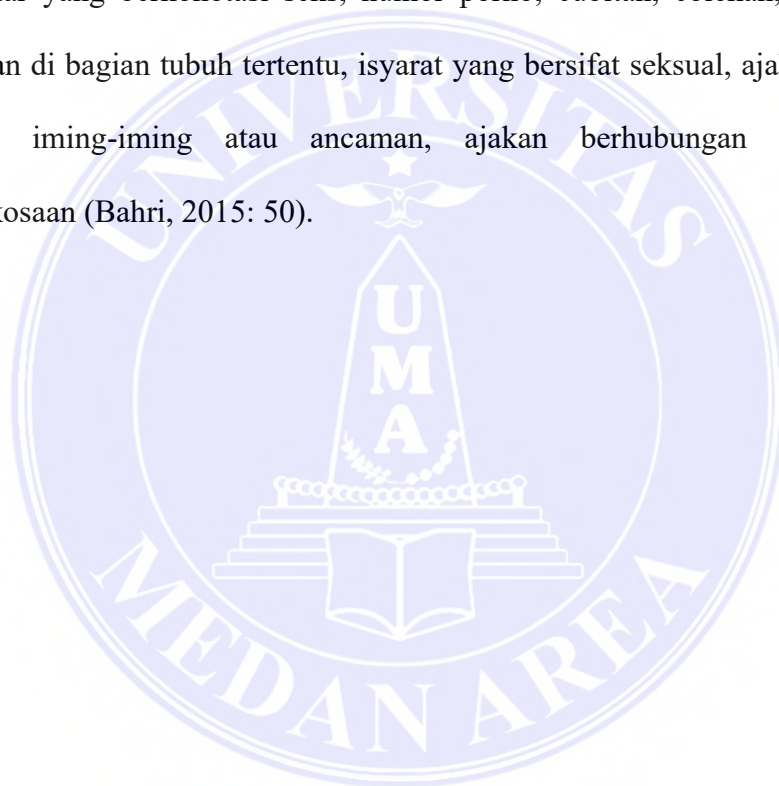
2.5 Pelecehan Seksual

Menurut Komnas Perempuan, Pelecehan Seksual termasuk dalam tindak kekerasan seksual. Pelecehan seksual menjadi salah satu permasalahan yang serius dihadapi masyarakat modern saat ini, karena adanya tindakan kekerasan seksual menunjukkan bahwa tidak berfungsinya suatu norma pada diri seseorang (pelaku) yang berakibat dilanggarnya suatu hak asasi dan kepentingan orang lain yang menjadi korbannya.

Menurut Winarsunu (2008: 13), pelecehan seksual adalah berbagai macam bentuk perilaku yang berkonotasi seksual yang dilakukan secara sepihak dan tidak dikehendaki oleh korbannya. Bentuknya dapat berupa ucapan, tulisan, simbol,

isyarat dan tindakan yang berkonotasi seksual. Aktivitas yang berkonotasi seksual dapat dianggap pelecehan seksual jika mengandung unsur-unsur sebagai berikut, yaitu adanya pemaksaan kehendak secara sepihak oleh pelaku, kejadian ditentukan oleh motivasi pelaku, kejadian tidak diinginkan korban, dan mengakibatkan penderitaan bagi korban.

Rentang pelecehan seksual cukup luas, meliputi: main mata, siulan nakal, komentar yang berkonotasi seks, humor porno, cubitan, colekan, tepukan atau sentuhan di bagian tubuh tertentu, isyarat yang bersifat seksual, ajakan berkencan dengan iming-iming atau ancaman, ajakan berhubungan seks, sampai pemerkosaan (Bahri, 2015: 50).



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan dalam meneliti kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengambilan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2013: 37).

Pendapat Moloeng (2007: 6) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan menggunakan deskripsi dengan bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks alamiah tertentu dan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Syaodih (2008: 72) menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang paling dasar. Hal ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah maupun rekayasa manusia.

Dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan metode Netnografi. Netnografi adalah cara untuk melakukan penelitian melalui internet, menggunakan informasi yang tersedia secara umum di mana semua orang bebas mencari maupun berbagi melalui media sosial.

“*Netnography is participant—observational research based in online fieldwork. It uses computer-mediated communications as a source of data to arrive at the ethno graphic understanding and representation of a cultural or communal phenomenon* (Kozinets, 2010: 60). Artinya, Netnografi adalah penelitian observasional partisipan yang berbasis di lapangan online dengan menggunakan komunikasi yang dimediasi oleh komputer sebagai sumber data untuk sampai pada pemahaman etnografi dan representasi fenomena budaya atau komunal. Pada intinya, netnografi adalah metode yang mengandalkan komputer atau *Computer-Mediated Communications (CMC)*, yaitu komunikasi yang terjadi melalui komputer atau jaringan. CMC termasuk didalamnya adalah *forums, postings, instant messages, e-mails, chat-rooms, dan mobile text messaging*” (Kozinets, 2010: 189).

Kozinets (2010: 61) memberikan beberapa langkah dalam melakukan penelitian netnografi:

- 1) Perencanaan Penelitian: tahapan ini perumusan sejumlah pertanyaan penelitian yang terkait dengan fokus penelitian, pemilihan topik dan pemilihan situs media sosial. Dalam hal ini, fokus penelitian adalah penggunaan media sosial *Twitter* sebagai sarana mengakses informasi pelecehan seksual dan *thread* kasus pelecehan “*fetish kain bungkus*” pada akun pengguna @m_fikris yang akan diteliti.
- 2) Entree: pada tahap ini, peneliti mulai masuk dalam komunitas yang akan diteliti dan belajar memahami sebanyak mungkin forum dan anggota forum tersebut. Dalam pemilihan komunitas atau forum juga harus relevan agar berkaitan dengan fokus penelitian dan pertanyaan

penelitian. Pemilihan *thread* kasus pelecehan *fetish* kain bungkus dikarenakan peneliti melihat kasus ini yang berujung viral di *Twitter* dan turut ramai diberitakan oleh platform online dan media sosial lainnya. Peneliti memilih @collegemenfess yaitu akun *autobase* yang membahas topik seputar mahasiswa sebagai salah satu forum untuk menemukan informan. Akun @collegemenfess dipilih karena berkaitan dengan mayoritas pengguna *Twitter* yang *update* dengan kasus viral yaitu kalangan usia muda dan memudahkan peneliti untuk proses pengumpulan data. Dengan mengirimkan kriteria informan melalui postingan @collegemenfess, ditemukan 10 orang calon informan yang merespon. Setelah melewati pengenalan diri peneliti dan penjelasan alur wawancara, hanya 4 orang informan yang bersedia.

- 3) Pengumpulan Data: dalam pengumpulan data penelitian, peneliti harus terlibat aktif melakukan observasi-partisipan dalam komunitas online yang telah dipilih. Jenis data yang harus peneliti kumpulkan yaitu data salinan langsung dari komunikasi yang dimediasi komputer oleh anggota forum dan pengamatan isi konten, dan data yang ditulis oleh peneliti tentang hasil pengamatan tentang forum, isi konten, interaksi dan serta maknanya. Dengan partisipasi peneliti sebagai pengguna *Twitter* yang aktif mengikuti perkembangan kasus pada *thread* korban pelecehan *fetish* kain bungkus, peneliti melakukan observasi selama 1 bulan. Data yang peneliti kumpulkan seperti tangkapan layar *thread* korban, aktivitas dan interaksi pengguna pada kolom balasan dan informasi akun pengguna. Untuk menemukan informasi akun

pengguna *Twitter* seperti korban dan artis, peneliti menggunakan fitur *search bar* dan mencari dengan kata kunci yang diinginkan. Peneliti juga mendapatkan informasi kata kunci yang sempat *trending* pada kasus *fetish* kain bungkus melalui *website getdaytrends.com*. Proses wawancara kepada informan berlangsung melalui media sosial *Whatsapp* dengan memperhatikan daftar pertanyaan penelitian yang sudah dibuat.

- 4) Analisis dan Interpretasi: peneliti melakukan analisis serta temuan data tersebut dan peneliti tetap mengikuti prosedur konvensional bahwa penelitian tersebut masuk akal dan dapat dipercaya. Peneliti berusaha untuk memahami perilaku *onlinenya*, bukan pada individu itu sendiri. Selama proses observasi terhadap isi *thread* korban pelecehan *fetish* kain bungkus, peneliti mencoba memahami beberapa kata kunci yang sering muncul dan menjadi *trending topic* pada saat itu. Peneliti juga mencoba menguraikan bentuk aktivitas pengguna *Twitter* dan informan dalam mengakses informasi *thread* dan penjelasan kasus pelecehan *fetish* kain bungkus. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan teori *uses and gratifications*.
- 5) Etika Penelitian dan Representasi Penelitian: peneliti memperhatikan bahwa syarat-syarat *research ethics* harus terpenuhi. Peneliti memperkenalkan diri dengan para informan dan menerangkan secara jelas proses wawancara dan tujuan dari penelitian. Peneliti juga berusaha menyesuaikan kenyamanan informan selama proses wawancara dalam penentuan jadwal dan metode wawancara.

Memperoleh persetujuan para informan untuk memuat hasil wawancara dan informasi akun pada isi penelitian.

Kegunaan netnografi adalah untuk mengidentifikasi tren industri dan pilihan dari konsumen; membantu *brand* untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk; serta untuk mengembangkan strategi pemasarannya. Keuntungan lainnya adalah metode penelitian netnografi lebih hemat biaya, hasil penelitian dari objek peneliti akan jauh lebih natural atau apa adanya, waktu yang ditempuh akan lebih singkat, dapat mengakses ke berbagai kelompok, dan dapat mengamati data atau fenomena di masa lampau (Annisa, 2019: 1113).

Meningkatnya kebutuhan akan internet dan konsumen yang semakin aktif di dunia *online*, internet menjadi fenomena baru yang tidak dapat dijangkau oleh metode-metode yang selama ini ada. Hal tersebut dikarenakan adanya realita *online* yang dapat berbeda dengan realita *offline* (Nasrullah, 2018: 57).

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Sumber Data

Ada dua jenis sumber data yang menjadi sumber penelitian ini, yakni:

a. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Data primer yang akan digunakan adalah data hasil melalui observasi partisipasi dan wawancara. Peneliti mendapatkan informan dari akun *autobase*

@collegemenfess, sebuah akun *base* yang merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang memiliki minat sama untuk kemudian memberikan informasi atau mengirim pesan. Akun tersebut menampung topik khusus seputar mahasiswa.

Dalam mengumpulkan data, peneliti akan melakukan wawancara dengan 4 orang informan pengguna *Twitter* yang berlatar belakang mahasiswa yaitu dengan akun @dindsaf, @peoniese, @frsrn, dan @unggaputra yang aktif mengikuti pada *thread* korban pelecehan “*Fetish Kain Bungkus*” dalam akun @m_fikris melalui *online* yaitu media sosial *Whatsapp* (wawancara elektronik). Peneliti terlebih dahulu menunggu konfirmasi mengenai kesediaan menjadi informan dalam penelitian ini. Selain wawancara, peneliti juga akan melakukan observasi terhadap *thread/utas* pada akun *Twitter* @m_fikris.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder (Bungin, 2001:126). Peneliti menggunakan data sekunder untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah didapat melalui wawancara dan observasi. Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan yaitu mengumpulkan dan mempelajari dokumen, situs-situs atau buku-buku ilmiah yang berhubungan dengan penelitian.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Data adalah bahan informasi untuk proses berpikir gamblang kemungkinan-kemungkinan pemecahan, persoalan, atau keterangan sementara yang sudah disusun harus diuji melalui pengumpulan data.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

a. Observasi

Pada penelitian ini, data yang dikumpulkan melalui pendekatan observasi secara *online*. Peneliti melakukan observasi dengan mengamati aktivitas subjek di media sosial *Twitter*. Pengumpulan data melalui observasi *online* ini adalah bagian dari metode netnografi yang pada hakikatnya merupakan metode penelitian observasi-berpartisipasi, di mana data dikumpulkan melalui penelitian lapangan secara *online* (*online field research*) (Bakry, 2011: 22). Observasi secara *online* pada *Twitter* berlangsung selama 1 bulan.

b. Wawancara

Wawancara adalah alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan dan tatap muka secara individual maupun kelompok. Tujuannya adalah menghimpun data dan mendapatkan informasi secara langsung dari informan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi struktur untuk memperoleh data dari informan. Pada wawancara semistruktur, peneliti memiliki daftar pertanyaan tertulis namun masih

memungkinkan untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas yang terkait dengan permasalahan (Kriyantono, 2014: 101-102). Pada penelitian ini, wawancara akan dilaksanakan secara *online* dengan informan yaitu melalui media sosial *Whatsapp*.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh suatu gambaran atau kejadian masa lalu melalui informasi dari data yang berkaitan dengan objek penggalan informasi tertentu. Teknik ini dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai sumber dalam bentuk dokumen dan arsip-arsip yang berkaitan dengan yang akan diteliti (Pongtiku, 2019: 54).

Data penunjang yang diperoleh dalam penelitian berupa gambar yang ada pada kegiatan penyebaran melalui media sosial *Twitter*. Dokumentasi berupa gambar atau tangkapan layar berkaitan dengan informasi *thread* korban pelecehan *fetish* kain bungkus, informasi akun pengguna *Twitter* dan berupa pedoman daftar pertanyaan penelitian.

3.3 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi instrumen penelitian adalah peneliti sendiri (Sugiyono, 2008: 8). Peneliti sebagai instrumen didasarkan pada kemampuan peneliti dari rencana penelitian hingga tahap pengolahan data penelitian. Oleh karena itu, peneliti harus divalidasi. Validasi terhadap peneliti

sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki objek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya (Sugiyono, 2008: 59).

Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan alat bantu berupa pedoman wawancara, pedoman observasi, buku catatan dan alat perekam untuk memudahkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data.

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data sampai diperoleh suatu kesimpulan, sehingga analisis data tersebut dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Adapun teknik analisis data adalah:

1) Pengumpulan Data

Pengumpulan data akan dilakukan selama data yang diperlukan belum cukup. Jika telah cukup dalam pengambilan kesimpulan maka pengumpulan data dapat dihentikan. Langkah dalam pengumpulan data adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.

2) Reduksi Data

Data yang didapat dari lapangan memiliki jumlah yang cukup banyak, maka dari itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data artinya merangkum, menentukan hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberi gambaran yang lebih jelas, dan

memudahkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya jika diperlukan (Sugiyono, 2008: 247).

3) Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menunjukkan data. Dalam penyajian data, maka data akan terorganisasikan, yang tersusun didalam pola hubungan, sehingga akan lebih mudah dipahami. Display data, maka akan mempermudah dalam memahami apa saja yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut (Sugiyono, 2008: 249). Penyajian data dilakukan untuk memudahkan peneliti untuk bisa mendeskripsikan data sehingga akan lebih mudah dipahami.

4) Penarikan Kesimpulan

Tahap selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya (Sugiyono, 2008: 252). Pada penelitian ini, kesimpulan awal yang dikemukakan oleh peneliti akan didukung oleh data-data yang diperoleh peneliti di lapangan. Jawaban dari hasil penelitian akan memberikan penjelasan dan kesimpulan mengenai permasalahan penelitian yang diteliti dalam penelitian ini.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Aktivitas penggunaan *Twitter* dalam mengakses informasi pelecehan seksual kasus “*fetish* kain bungkus”, diantaranya seperti bentuk balasan yang memenuhi kolom komentar *thread* yaitu komentar negatif dan positif, menggunakan *quote retweet* oleh para korban untuk membuat *thread* mengenai pengakuan mereka, pengguna *Twitter* yang membuat *thread* guna mengumpulkan pengakuan para korban, dan respon artis terhadap kasus pada akun *Twitter* pribadi mereka. Ditemui juga bentuk aktivitas seluruh informan dalam mengakses informasi pelecehan seksual yaitu dengan membaca *thread*, menyebarkan dengan fitur *like*, *retweet*, dan salin link *thread* untuk dibagikan melalui media sosial lainnya.
2. Motif pengguna *Twitter* dalam mengakses informasi pelecehan seksual sesuai dengan Teori *Uses and gratifications* yang dikemukakan oleh Denis McQuail dan Jay G. Blumler yang di antaranya:
 - a) Motif Informasi: mencari informasi kasus pelecehan seksual *fetish* kain bungkus, memuaskan rasa ingin tahu dengan dengan mencari informasi akun milik korban dan pelaku, mengikuti perkembangan kasus, dan mengikuti kasus lain yang update di *Twitter*.
 - b) Motif Identitas Pribadi: memahami kasus dan menjadikan pemahaman diri sendiri untuk lebih berhati-hati.

- c) Motif Integrasi dan Interaksi Sosial: berinteraksi dengan pengguna lainnya yang mengaku sebagai korban dan kerabat pelaku dalam kolom balasan *thread*, membagikan *thread* secara luas.
- d) Motif Hiburan: mengisi waktu luang dan memperoleh kesenangan membaca komentar milik pengguna lain yang terdapat pada kolom balasan *thread*.

5.2 Saran

1. Peneliti berharap untuk pengguna aktif media sosial khususnya *Twitter* agar tak hanya menjadikan pengungkapan kasus pelecehan seksual yang ada tidak hanya dianggap sebagai tren, namun berharap adanya meningkatkan kesadaran untuk lebih mawas diri dan meningkatkan upaya efektivitas media sosial *Twitter* sebagai wadah ramah korban.
2. Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya agar memperhatikan setiap pertanyaan dalam pedoman wawancara agar mendapatkan hasil penelitian yang spesifik, juga keberagaman latar belakang dan usia informan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Burhan, B. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage Publications.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Liliweri, Alo. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika
- Moloeng, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan, A. C. W., & Hamid, F. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Morissan, M. (2015). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia): Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia): Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Nasrullah, Rulli. (2018). *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin, N. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers
- Pongtiku, Ary., & Kayame, R. (2019). *Metode Penelitian Tradisi Kualitatif*. Bogor: In Media
- Sugiyono, P. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, P. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukmadinata, N. S. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan*. Bandung: PT. Rosdakarya

Winarsunu, T. (2008). *Psikologi Keselamatan Kerja*. Malang: UMMPress.

Jurnal:

Annisa, S. (2019). *Studi Netnografi Pada Aksi Beat Plastic Pollution Oleh United Nations Environment Di Media Sosial Instagram*. Jurnal ASPIKOM, 3(6), 1109-1123. Arianti, Gusmia. *Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instragram dan Path*. WACANA, Volume 16 No. 2, Desember 2017, hlm. 180 - 192

Asmara, S., & Butsi, F. I. (2020). *Twitter dan Public Sphere: Studi Fenomenologi Tentang Twitter Sebagai Media Alternatif Komunkasi Politik*. Jurnal Ilmiah Komunikasi Communique, 2(2), 75-84.

Astuti, S. W., Pradoto, D., & Romaria, G. (2019). *Victim Blaming Kasus Pelecehan Seksual: Studi Netnografi Pelecehan Seksual terhadap Via Valen Di Instagram*. PROMEDIA (Public Relation dan Media Komunikasi), 5(1).

Azharie, S. (2016). *Analisis Penggunaan Twitter Sebagai Media Komunikasi Selebritis Di Jakarta*. Jurnal Komunikasi, 6(2), 83-98.

Bahri, S. (2015). *Suatu Kajian Awal Terhadap Tingkat Pelecehan Seksual Di Aceh*. Jurnal pencerahan, 9(1).

Bakry, U. S. (2017). *Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional*. Global Strategis, 11(1), 15-26.

Watie, E. D. S. (2016). *Komunikasi Dan Media Sosial (Communications And Social Media)*. Jurnal The Messenger, 3(2), 69-74.

Internet:

Ayu Widiastuti, Dinda. Pengguna aktif harian *Twitter* meningkat pada Q1 2020. <https://www.tek.id/tek/pengguna-aktif-harian-Twitter-meningkat-pada-q1-2020-b1ZML9hMr>. (diakses pada tanggal 15 Oktober 2020)

Diwiya Citta, Givania. Ayo Melek tentang Pelecehan Seksual di Tempat Kerja. <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/11/2019/17325/ay-melek-tentang-pelecehan-seksual-di-tempat-kerja>. (diakses pada tanggal 14 Oktober 2020)

Dwi Riyanto, Andi. Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>. (diakses pada tanggal 5 November 2020)

Pusparisa, Yosepha. Transportasi Umum, Sarang Pelecehan Seksual di Ruang Publik. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/28/transportasi-umum->

sarang-pelecehan-seksual-di-ruang-publik. (diakses pada tanggal 14 Oktober 2020)

Kemp, Simon. DIGITAL 2021: INDONESIA. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>. (diakses pada 29 Januari 2021)



Lampiran 1. Surat Pernyataan Penelitian

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini selaku Dosen Pembimbing I dari mahasiswa yang namanya tersebut di bawah ini:

Nama : Rachel Anastasya
NPM : 178530045
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : Media Sosial *Twitter* Sebagai Sarana Mengakses Informasi Pelecehan Seksual (Studi Netnografi *Thread* Korban Pelecehan “*Fetish Kain Bungkus*”)

Menyatakan bahwa mahasiswa bimbingan saya tersebut benar telah mengambil data dari media sosial *Twitter* melalui internet mulai dari tanggal 28 Desember 2020 – 22 Februari 2021 untuk data dalam menyusun skripsinya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 21 Desember 2020

Diketahui
Wakil Dekan Bid. Akademik,

Dinyatakan oleh
Dosen Pembimbing Skripsi,



Beby Mashito Batubara, S. Sos, MAP

Dr. Dedi Sahputra, MA

Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Pertanyaan Dasar

1. Apakah kamu pengguna aktif media sosial? Jika iya, Media sosial apa saja yang kamu gunakan?
2. Berapa lama kamu menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial?
3. Apa tujuan kamu dalam menggunakan media sosial?
4. Jenis informasi apa saja yang biasanya sering kamu cari?
5. Sudah berapa lama pakai *Twitter*?

Penggunaan *Twitter* terkait Kasus Pelecehan Seksual *Fetish* Kain Bungkus

1. Kamu sebagai yang mengikuti kasus pelecehan seksual *fetish* kain bungkus, awal mula taunya ada di *Twitter* darimana? Kebetulan lewat timeline, *trending*, atau dari medsos lain?
2. Apa alasan kamu tetap memilih *Twitter* untuk mengikuti perkembangan kasus pelecehan seksual *fetish* kain bungkus?
3. Pernah ga kamu bagikan *thread* ini ke sesama *followers* kamu di *Twitter* atau teman-teman di lingkungan kamu? Kalau pernah, caranya gimana?
4. Sepanjang kamu baca *thread* dan kolom komentar mengenai pengakuan korban, apa yg kamu rasakan? Emosi kah?
5. Kamu pernah ga berinteraksi dengan korban atau pengguna lain di dalam *thread* itu?
6. Kamu pernah ga ikut meramalkan *thread* dengan hastag/keyword dalam kasus itu? Atau sekedar like/*retweet*/quote *retweet*?

7. Belakangan ini kan makin ramai korban bersuara membuat *thread* mengenai kejadian pelecehan yg dialaminya ke *Twitter*, salah satunya kasus pelecehan seksual *fetish* kain bungkus ini. Menurut kamu, *Twitter* ini sudah efektif kah sebagai sarana untuk korban dan sarana bagi pembaca untuk mendukung/membantu meramaikan?
8. Pendapat kamu soal keselamatan data privasi si korban yang sudah spill kejadian dan tersangka di media sosial *Twitter*?
9. Setelah kamu baca *thread*, kamu kepo ga pengen cari tau akun asli korban/tersangka di sosmed lain?
10. Kamu update kasus ini dari media lain ga? Kalo iya, darimana? Website/portal berita/grup chatting/sosmed?
11. Setelah kasus pelecehan *fetish* kain bungkus, kamu selalu up-to-date dengan kasus lain juga ga di *Twitter*?
12. Manfaat apa yg kamu dapatkan setelah membaca *thread* pelecehan seksual *fetish* kain bungkus? (Seperti pengetahuan, rasa ingin tahu saja, rasa ingin harus up-to-date kasus viral, dll)
13. Harapan kamu kedepannya mengenai seringnya pengungkapan kasus pelecehan seksual di media sosial *Twitter*?