

***STALKING PADA INSTAGRAM DITINJAU DARI
UNCERTAINTY REDUCTION THEORY***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S1
Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di
Universitas Medan Area

OLEH:

PUSPITA HABIBAH

NPM 188530154



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

2023

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 29/9/23

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

Access From (repository.uma.ac.id)29/9/23

***STALKING PADA INSTAGRAM DITINJAU DARI
UNCERTAINTY REDUCTION THEORY***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S1
Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di
Universitas Medan Area

OLEH :

PUSPITA HABIBAH

NPM 188530154



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 29/9/23

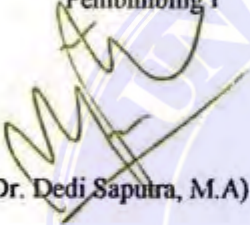

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)29/9/23

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Stalking pada Instagram Ditinjau dari Uncertainty
Reduction Theory*
Nama : Puspita Habibah
NPM : 188530154
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui oleh,
Komisi Pembimbing

Pembimbing I Pembimbing II
 
(Dr. Dedi Saputra, M.A) (Dr. Ressi Dwiana, S.Sos, MA)

 
Pembimbing III Pembimbing IV
 
(Dr. Elvati Juliana Hasibuan, M.Si) (Agmita Yolanda, B.Comm, M.Sc, CPSP)

Tanggal Sidang Meja Hijau:

24 Juli 2023

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang telah saya tulis yang berjudul "*STALKING PADA INSTAGRAM DITINJAU DARI UNCERTAINTY REDUCTION THEORY*" ini adalah benar karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan tiruan baik di lingkup Universitas Medan Area maupun di Perguruan Tinggi yang lain. Adapun beberapa tambahan yang saya kutip dari karya ilmiah milik orang lain sudah saya sertakan sumber referensinya sebagai pendukung penulisan skripsi saya.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab karena itu saya sebagai peneliti bersedia bertanggung jawab serta menerima sanksi-sanksi berdasarkan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukan hasil plagiat dalam skripsi yang telah saya tulis

Medan, 24 Juli 2023



Puspita Habibah

188530154

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Puspita Habibah
NPM : 188530154
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti NonEksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul *STALKING PADA INSTAGRAM DITINJAU DARI UNCERTAINTY REDUCTION THEORY* beserta perangkat yang ada (jika diperlukan)

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal 24 Juli 2023

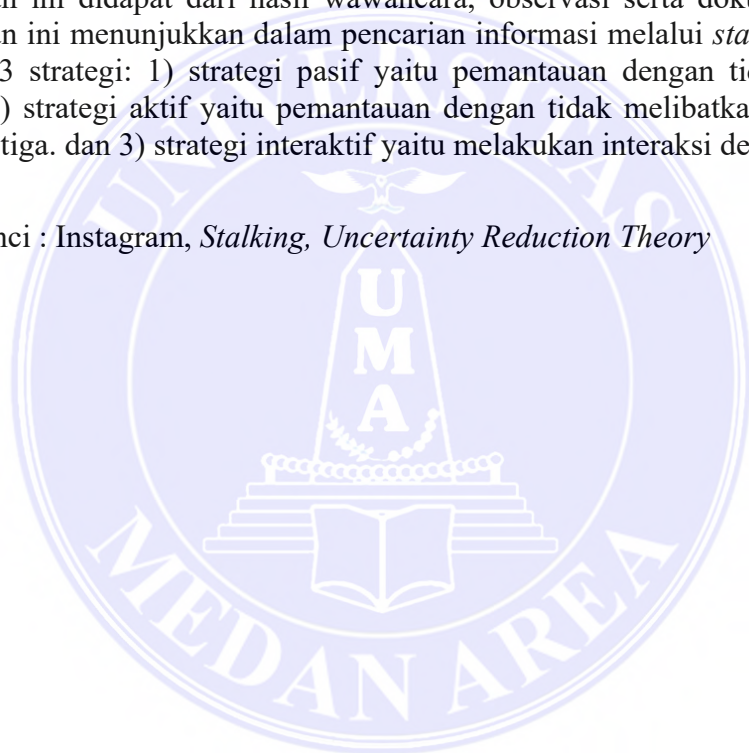
Yang Menyatakan,

(Puspita Habibah)

ABSTRAK

Perasaan terhadap sesuatu yang tidak pasti akan menimbulkan ketidaknyamanan secara kognitif maupun perilaku. Manusia akan mencoba untuk mereduksi ketidakpastian yang dimiliki dengan berbagai cara. Era digital ini membuat manusia begitu mudah terhubung dan berselancar di dalamnya. Perilaku mengintip akun media sosial orang lain untuk mendapatkan informasi dapat disebut dengan *stalking*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku *stalking* pada Instagram bila ditinjau dari *Uncertainty Reduction Theory* (Teori Pengurangan Ketidakpastian) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif terhadap 8 orang informan; 6 orang informan kunci dan 2 orang informan utama sebagai sumber memperoleh data. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini didapat dari hasil wawancara, observasi serta dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan dalam pencarian informasi melalui *stalking* dilakukan dengan 3 strategi: 1) strategi pasif yaitu pemantauan dengan tidak melibatkan target, 2) strategi aktif yaitu pemantauan dengan tidak melibatkan target namun pihak ketiga. dan 3) strategi interaktif yaitu melakukan interaksi dengan target.

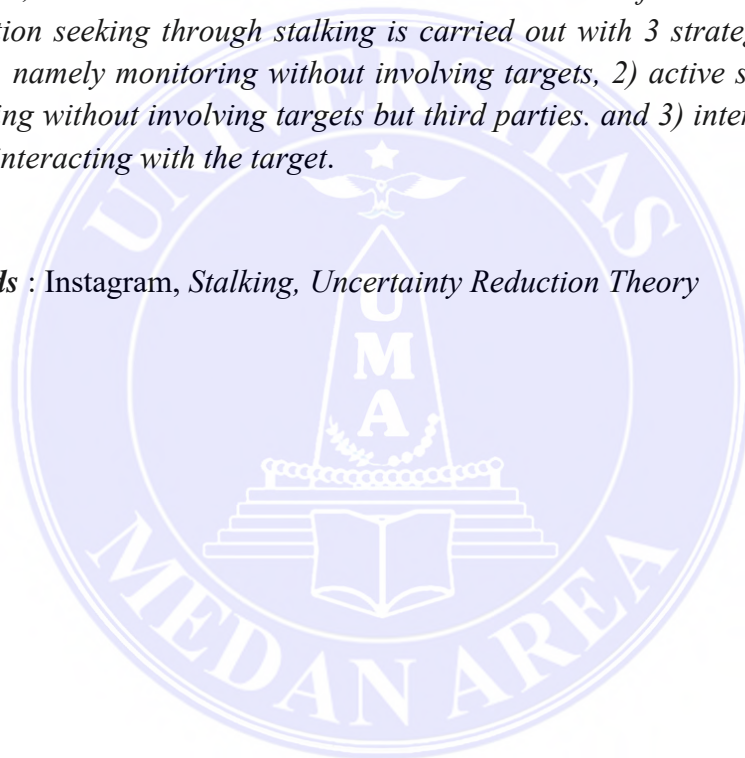
Kata kunci : Instagram, *Stalking*, *Uncertainty Reduction Theory*



ABSTRACT

The feeling of something that is not certain will cause cognitive and behavioral discomfort. Humans will try to reduce the uncertainty they have in various ways. This digital era makes it so easy for humans to connect and surf in it. The behavior of peeking at other people's social media accounts to get information can be called stalking. This study aims to find out how stalking behavior is on Instagram when viewed from the Uncertainty Reduction Theory using qualitative research methods on 8 informants; 6 key informants and 2 key informants as sources of obtaining data. The data collected in this study were obtained from interviews, observations and documentation. The results of this study indicate that information seeking through stalking is carried out with 3 strategies: 1) passive strategy, namely monitoring without involving targets, 2) active strategy, namely monitoring without involving targets but third parties. and 3) interactive strategy, namely interacting with the target.

Keywords : Instagram, Stalking, Uncertainty Reduction Theory

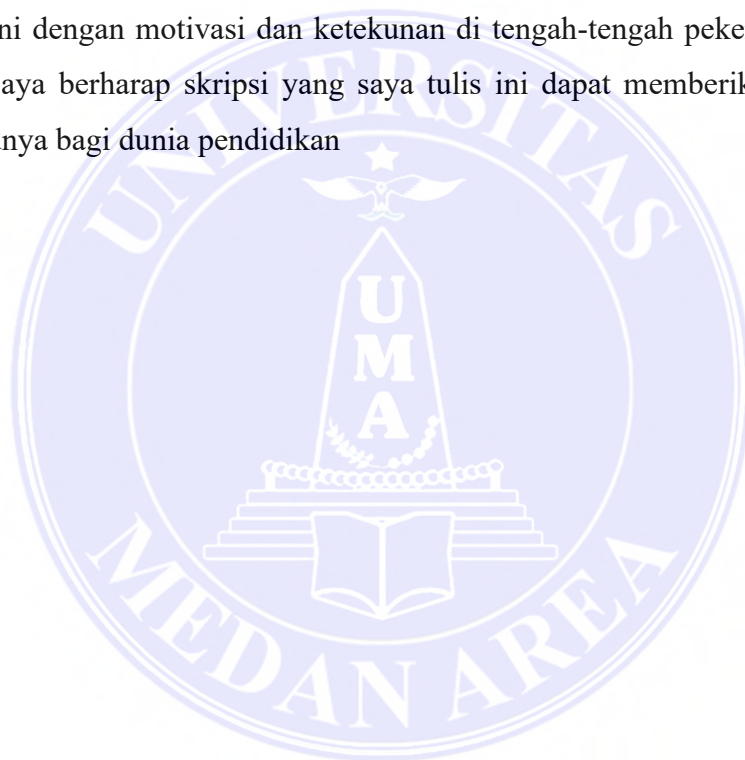


RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di Medan, Sumatera Utara. Pada tanggal 02 Januari 1997 dari ayah Selamat dan Ibu Heri Suprapti. Peneliti merupakan putri kedua dari dua bersaudara.

Tahun 2015 Peneliti lulus dari SMK Negeri 8 Medan dan pada tahun 2018 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Perjalanan yang cukup panjang, akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan motivasi dan ketekunan di tengah-tengah pekerjaan yang saya jalani. Saya berharap skripsi yang saya tulis ini dapat memberikan sumbangsih terkhususnya bagi dunia pendidikan



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “*STALKING PADA INSTAGRAM DITINJAU DARI UNCERTAINTY REDUCTION THEORY*”. Adapun tersusunnya Skripsi ini dilakukan demi tercapainya gelar Sarjana-S1 atau Strata Satu di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Medan Area. Saya selaku peneliti menyadari sebagai manusia tentu tidak luput dari kesalahan dan jauh dari kata sempurna, untuk itu izinkan saya mengucapkan permohonan maaf atas segala kekurangan serta keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Tidak luput pula saya haturkan banyak terimakasih atas keterlibatan pihak-pihak yang mendukung serta membantu saya dalam tersusunnya skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya secara khusus kepada;

1. Bapak Prof.Dr.Dadan Ramdan,M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Ibu Dr.Effiati Juliana Hasibuan.M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
3. Ibu Dr.Nadra Ideyani Vita, M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, CPSP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
5. Bapak Dr. Dedi Saputra, M.A, selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia serta penuh kesabaran yang telah memberikan bimbingan dalam tersusunnya skripsi ini
6. Ibu Dr. Ressi Dwiana,S.Sos,MA, selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah bersedia serta penuh kesabaran dalam memberikan arahan kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Khairullah S.Ikom, M.Ikom , selaku sekretaris yang juga ikut serta memberikan bantuan dan arahan dalam penyusunan skripsi saya.

8. Ibu Dr. Nina Siti Salmaniah Siregar, M.Si selaku ketua pada siding skripsi saya yang dengan baik hati memberikan arahan dan saran.
9. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, secara khusus dosen program studi Ilmu Komunikasi
10. Kepada kedua orang tua dan keluarga peneliti yang tiada hentinya memberikan segala kebutuhan hidup dan pendidikan yang lebih dari cukup.
11. Kepada seluruh teman seangkatan Program Studi Ilmu Komunikasi.
12. Kepada Akhirnya Coffee yang telah memberikan izin untuk saya lakukan penelitian
13. Kepada Narasumber yang bersedia saya wawancarai
14. Kepada *Tonight Show* yang selalu memberikan tayangan menghibur di sela-sela kepenatan penulisan skripsi ini.
15. Kepada rekanan kerja yang bersedia direpotkan karena perubahan *schedule* yang tiba-tiba
16. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan kepada saya.

Medan, 24 Juli 2023

Peneliti

Puspita Habibah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Fokus Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Tinjauan Teoritis	8
2.2. Pengertian Media Sosial, Fungsi Media Sosial dan Informasi.....	9
2.2.1 Pengertian Media Sosial	9
2.2.2. Fungsi Media Sosial.....	11
2.2.3. Pengertian Informasi.....	14
2.3. <i>Stalking</i>	16
2.3.1. <i>Stalking</i> Pada Media Sosial	18
2.3.2. <i>Stalking</i> Pada Media Sosial dan Ketidakpastian.....	22
2.4. Media Sosial Instagram	24
2.5. <i>Uncertainty Reduction Theory</i>	28
2.6. Penelitian Terdahulu.....	38
2.7. Kerangka Berpikir	42
BAB III.....	43
METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Metode Penelitian.....	43
3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.2.1. Sumber Data	44
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian	47
3.4. Instrumen Penelitian.....	47
3.5. Teknik Analisis Data	48
3.6. Pengujian Kredibilitas Data.....	49
BAB IV	51
HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	51

4.1.1. Fitur Aplikasi Instagram	52
4.2. Gambaran Informan.....	55
4.2.1. Subyek Informan Kunci dan Informan Utama Penelitian.....	57
4.2.2. Informan Kunci (<i>Key Informan</i>)	57
4.2.3. Informan Utama (<i>Main Informan</i>)	58
4.3.1 Hasil Wawancara	59
4.3.1.1. Fenomena <i>Stalking</i> di Era Digital.....	59
4.3.1.2. Pola <i>Stalking</i> di Media Sosial	64
4.3.1.4. Tipe Pengguna Media Sosial	68
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.4.1. Kondisi Pemicu Pengurangan Ketidakpastian.....	74
4.4.2. Strategi Pencarian Informasi.....	81
BAB V.....	90
KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	96
A. Lampiran Pertanyaan Wawancara.....	96
B. Lampiran Dokumentasi Penelitian.....	97
C. Lampiran Tangkapan Layar Pencarian Informan	98

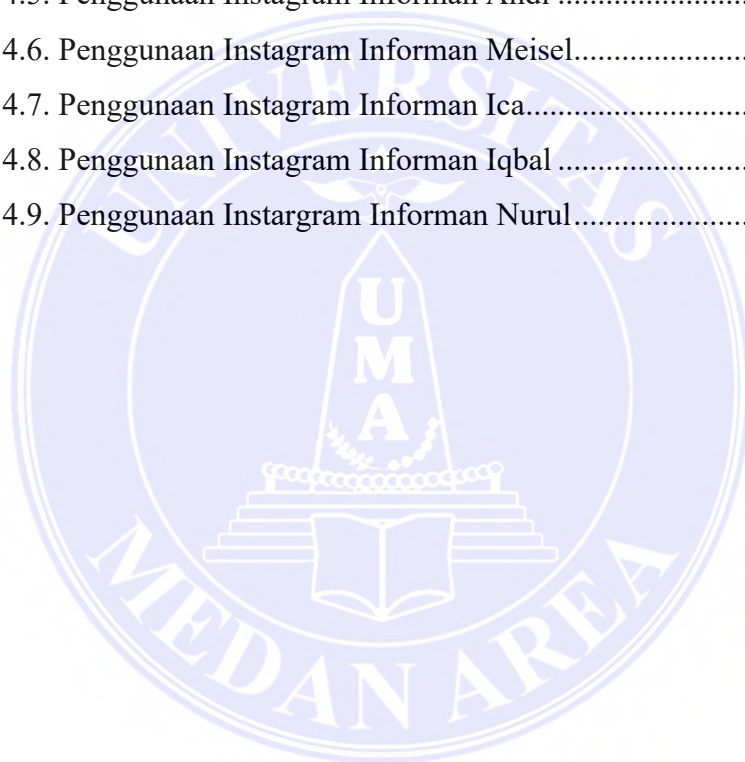
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Perkembangan Instagram.....	52
Tabel 4.2. Jumlah Informan	57
Tabel 4.3. Data Informan Kunci	58
Tabel 4.4. Data Informan Utama.....	58
Tabel 4.5. Tabel Strategi Pengurangan Ketidakpastian	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial	4
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir	42
Gambar 4.1. Pencarian Akun pada <i>Search Bar</i>	67
Gambar 4.2. Penggunaan Instagram Informan Dandi.....	70
Gambar 4.3. Penggunaan Instagram Informan Diah.....	70
Gambar 4.4. Penggunaan Instagram Informan Atun	71
Gambar 4.5. Penggunaan Instagram Informan Andi	71
Gambar 4.6. Penggunaan Instagram Informan Meisel.....	72
Gambar 4.7. Penggunaan Instagram Informan Ica.....	72
Gambar 4.8. Penggunaan Instagram Informan Iqbal	73
Gambar 4.9. Penggunaan Instagram Informan Nurul.....	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi	iv
Lampiran Pertanyaan Wawancara.....	84
Lampiran Dokumentasi Penelitian	85



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ketertarikan untuk mendapatkan informasi perihal orang lain di internet maupun di media sosial ini dapat disebut sebagai tren *stalking*. Pengertian *stalking* secara umum adalah pemantauan terhadap orang lain oleh individu maupun kelompok. Sebutan lain dari *stalking* adalah menguntit. Menurut *Cambridge Dictionary*, *stalking* adalah kejahatan ilegal yang dilakukan dengan mengikuti atau mengawasi seseorang dalam periode tertentu.

Stalking jika dileburkan dengan media sosial, pengertiannya melunak yaitu hanya terbatas pemeriksaan media sosial orang lain secara berkala untuk mendapatkan informasi. Elvi Susanti, pada jurnal Glosarium Kosakata Bahasa Indonesia dalam Ragam Media Sosial menyebutkan bahwa pengertian *stalking* digunakan untuk menunjukkan sifat seseorang sebagai “kepo” dimana dalam bahasa Inggris disebut *want to know something*, merujuk kepada seseorang yang ingin mengetahui segala informasi dari berbagai sumber termasuk dalam media sosial.

Dengan keterjangkauan situs internet dan aplikasi berbasis internet membuat semua informasi sangat mudah didapat. Informasi pribadi tentang pasangan, keluarga, teman, rekan kerja, mantan atau bahkan orang asing sekalipun. Orang-orang dapat menggunakan berbagai teknik untuk menemukan informasi tentang orang lain, memanfaatkan keterjangkauan internet dengan menggunakan situs pencari untuk mencari informasi yang relevan atau menjelajahi media sosial; mengakses informasi tentang target dengan memantau profil dan postingan di

media sosialnya. Internet memfasilitasi penggunaanya untuk mencari informasi dengan mudah. Salah satu tujuan seseorang mencari informasi adalah untuk mengubah ketidakpastian menjadi pasti

Para peneliti terdahulu telah menciptakan bermacam-macam istilah untuk menggambarkan perilaku pencarian informasi sosial *online* ini, seperti; *cyberstalking*, *monitoring*, *tracking*, *patient-targeted googling* dan lain sebagainya. Karena banyak penelitian yang telah meneliti perilaku ini, literatur saat ini penuh dengan konseptualisasi yang tidak konsisten dan tumpang tindih.

Fuchs dan Trottier dalam (Tandon, Dhir, & Mäntymäki, 2021) mengemukakan bahwa meningkatnya atau berlebihannya waktu yang dihabiskan dalam menggunakan media sosial mengarahkan individu untuk memantau dan mengumpulkan informasi tentang orang lain meskipun tidak ada niat jahat yang mendasarinya yang kemudian disebut sebagai *social media surveillance*.

Dalam penelitian lain, Stiff (2019) meneliti dua dimensi yang berkaitan dengan pengawasan pada media sosial Facebook, yang pertama untuk melacak (*tracking*) orang lain dan yang kedua untuk menginvestigasi. Studi ini menggambarkan pelacakan atau *tracking* sebagai pemeriksaan profil media sosial pengguna lain untuk mendapatkan informasi tentang mereka.

Tandon, dkk, (2021) juga menyoroti penguntitan melalui media sosial adalah *cyberstalking* dalam bentuk yang lebih jinak dan pasif, yaitu hanya terbatas pemeriksaan profil media sosial orang lain yang mana perilaku ini mencerminkan perilaku berulang pelaku ke dalam kehidupan media sosial orang lain.

Manusia membutuhkan kegiatan pencarian informasi untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Informasi dapat ditemukan dalam format apapun baik dalam bentuk media cetak maupun elektronik, atau sesuatu yang bisa dilihat, dibaca dan didengar. Informasi juga dapat bertindak sebagai sesuatu yang dapat mengurangi ketidakpastian.

Berger (dalam Eric dkk, 2020) pengumpulan informasi yang manusia lakukan adalah upaya dari diri sendiri dan merupakan hal yang alami untuk mengetahui informasi lebih lanjut perihal orang yang kita ketemui. Ini nantinya akan membantu individu menjalin komunikasi yang efektif sehingga ketidakpastian akan tereduksi

Berger (dalam Littlejohn & Foss, 2009) menyatakan bahwa manusia seringkali kesulitan dengan ketidakpastian, mereka ingin dapat menebak perilaku, sehingga mereka terdorong untuk mencari informasi tentang orang lain. Ketidakpastian yang timbul kemudian menjadi pertanyaan dalam interaksi komunikasi antar pribadi, maka dari itu tercetuslah Teori Pengurangan Ketidakpastian atau dapat disebut *Uncertainty Reduction Theory*.

Ketidakpastian yang dialami oleh individu dapat diminimalisir dengan alat yaitu bernama komunikasi. Dengan kemajuan internet serta transformasi digital belakangan turut mengubah perilaku manusia termasuk salah satunya adalah perubahan cara berkomunikasi para penggunanya.

Komunikasi yang tadinya dilakukan secara tatap muka dapat berubah menjadi virtual dengan bantuan media. Dengan internet dan media sosial, interaksi yang dilakukan pengguna pun beragam, menjalin teman baru, mencari referensi, politik, bisnis atau sekedar ingin narsis. Media sosial mejadi jembatan

para penggunanya untuk berbagi informasi sebab orang-orang di media sosial dapat membagikan apa saja yang ia rasa ingin bagikan

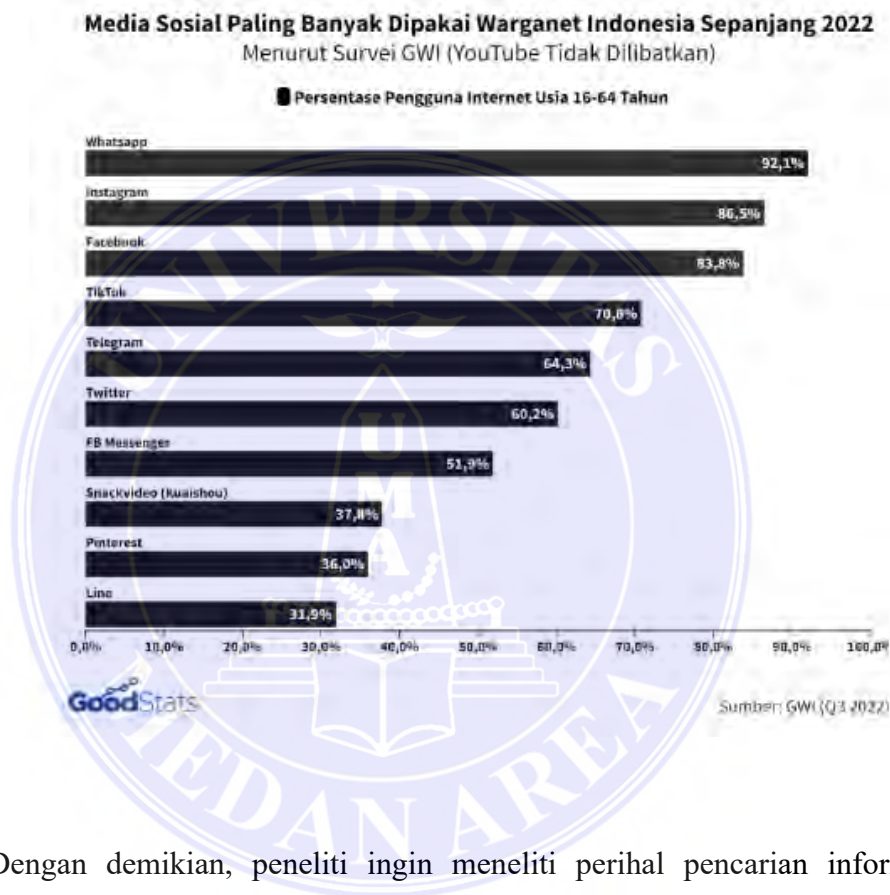
Dapat terlihat pada gambar, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2022 menyentuh angka 191 juta orang. Angka ini mengalami kenaikan sebanyak 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya yang berada di 170 juta orang.

Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial



Hingga Januari 2023, pengguna media sosial mengalami penurunan yaitu berada di angka 167 juta pengguna atau dengan kata lain dari penduduk Indonesia yang berjumlah sekitar 276,4 juta terdapat 60,4 persen yang menggunakan media sosial. Secara lebih luas, pada Januari 2023, ada 78,5 persen dari seluruh pengguna internet Indonesia (berapapun usianya) menggunakan setidaknya satu platform media sosial. Di antara pengguna media sosial Indonesia, 46,8 persen adalah perempuan dan 53,2 persen laki-laki.

Laporan tersebut tercermin dari hasil survei GWI pada kuartal ketiga tahun 2022, berdasarkan persentase pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang menggunakan media sosial setiap bulan. Setelah WhatsApp, Instagram adalah platform media sosial paling populer untuk pemakai internet usia 16 sampai dengan 64 tahun. Berikut tertera pada diagram



Dengan demikian, peneliti ingin meneliti perihal pencarian informasi ataupun *stalking* secara *online* ini dengan penelitian yang berjudul *Stalking* pada Instagram ditinjau dari *Uncertainty Reduction Theory*

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang permasalahan diatas, peneliti akan membenturkan penelitian ini dengan *Uncertainty Reduction Theory* oleh Berger & Calabrese (1975), untuk itu peneliti merumuskan ;

1. Apakah hal yang mendasari individu melakukan *stalking* pada media sosial?
2. Strategi apa yang digunakan individu melakukan *stalking* pada media sosial?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, peneliti ingin mengetahui Apa kondisi pemicu dan Bagaimana strategi yang digunakan individu dalam *Stalking* pada media sosial bila ditinjau dari *Uncertainty Reduction Theory* (URT)

1.4. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pertanyaan rinci tentang topik yang dibahas pada penelitian. Dimana fokus pada penelitian ini bertindak sebagai pembatas subjek penelitian yang diteliti agar penelitian yang dilakukan tidak melebar dan menjadi salah arah juga menjadikan data yang diperoleh valid, konkrit dan detail. (Sugiyono, 2017),

Batasan penelitian kualitatif didasarkan pada kepentingan, urgensi, dan reliabilitas masalah yang akan dipecahkan. Pada literatur terdahulu telah dibahas bahwa *stalking* pada media sosial hanya terbatas kepada memantau dan memeriksa akun media sosial orang lain untuk mendapatkan informasi tentang kehidupan pribadi orang tersebut tanpa adanya kecenderungan niat jahat dengan itu, peneliti menentukan Batasan diantaranya ;

1. *Stalking* hanya sebatas pemantauan profil media sosial orang lain
2. Kondisi pemicu serta strategi dalam pengumpulan informasi melalui *stalking* hanya terbatas pada Teori Pengurangan Ketidakpastian yang diperkenalkan oleh Berger & Calabrese (1975)

1.5. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap skripsi ini memiliki manfaat baik itu secara teoritis, praktis maupun juga secara akademis, yang terinci sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian selanjutnya di bidang penelitian yang terkait dengan penelitian ini dan juga mampu memberikan sumbangsih bagi disiplin ilmu dalam konteks hubungan komunikasi antar manusia melalui media sosial khususnya mengenai perilaku *stalking* pada media sosial dengan menggunakan teori komunikasi yaitu *Uncertainty Reduction Theory* (URT)

1.5.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pengguna media sosial tentang perilaku *stalking* pada media sosial yang dewasa ini lumrah dilakukan untuk pencarian informasi tentang seseorang dan juga dapat menjadi pengingat untuk selalu bijak dalam bermedia sosial. Juga dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya untuk melakukan studi terkait.

1.5.3. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah diharapkan akan memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi serta sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya akan menggunakan konsep yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teoritis

Menurut Siswoyo dalam (Mardalis, 2003) teori adalah seperangkat konsep dan definisi yang saling terkait yang mencerminkan pandangan sistematis dari suatu fenomena dengan menggambarkan hubungan antara variabel untuk menjelaskan dan memprediksi fenomena tersebut. Teori membantu mengarahkan pertanyaan penelitian agar informasi yang didapatkan menjadi 'ajeg'. Teori penelitian digunakan untuk pengumpulan data langsung. Data yang terkumpul akan digunakan untuk pengujian hipotesis berbasis teori. Kajian teoritis adalah penjelasan tentang seperangkat konsep, definisi dan saran yang dihubungkan secara sistematis untuk menjelaskan dan memprediksi apa yang terjadi di lapangan (Noor, 2011).

Untuk memperjelas penelitian ini, pertama-tama kita perlu mengetahui dan mendefinisikan istilah penelitian dan teori yang secara sistematis digunakan untuk menjawab penelitian ini, sebagai berikut :

1. Media Sosial, Fungsi Media Sosial dan Informasi
2. *Stalking*, *Stalking* pada Media Sosial dan Ketidakpastian
3. Media Sosial Instagram
4. *Uncertainty Reduction Theory* (Teori Pengurangan Ketidakpastian)

Untuk menjelaskan konsep kajian teori diatas, maka terlebih dahulu peneliti akan membahas mengenai apa itu Media Sosial lalu dilanjutkan dengan *Stalking* dan apakah *Stalking* di Media Sosial sama dengan *Cyberstalking* serta

peneliti akan membahas perihal *Uncertainty Reduction Theory* dalam proses komunikasi melalui *Stalking* di media sosial

2.2. Pengertian Media Sosial, Fungsi Media Sosial dan Informasi

2.2.1 Pengertian Media Sosial

Kemajuan teknologi turut berkembang seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan. Salah satunya yaitu *smarthpone*. Tentu, kehadiran *smarthpone* sangat memudahkan manusia dalam berbagai hal termasuk berselancar dan bersenang-senang di dunia maya. Dunia maya atau *cyberspace* membawa dunia baru bagi manusia disamping dunia nyata. Pramod K Nayar dalam (Aula, 2020) mendefinisikan *cyberspace* yaitu “*cyberspace* atau dunia maya menggambarkan dunia dan domain yang dihasilkan oleh informasi digital dan teknologi komunikasi atau bisa disebut sebagai ICTs”. ICTs dapat merupakan mengumpulkan, memproses, menyimpan, mengambil serta mengirimkan informasi ke dalam format video, teks, grafik maupun audio dan mengubahnya menjadi format digita; seperti telepon, komputer, perangkat penghubung komunikasi lainnya bahkan internet.

Media sosial adalah cara bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video, dan audio satu sama lain, dengan pelaku bisnis dan sebaliknya. (Kotler & Keller dalam Agustina, 2020).

Pengertian lain, media sosial adalah media *online* yang dapat mendukung korelasi antar individu dengan memakai teknologi web yg membarui komunikasi satu arah menjadi obrolan interaktif. Tujuannya untuk memudahkan pengguna berinteraksi dengan format pesan di jejaring sosial.

Menurut Michael Dewing, dalam sebuah artikel yang berjudul *Social Media : An Introduction* mengatakan istilah media sosial adalah berbagai layanan berbasis internet dan seluler yang dapat berinteraksi dengan pengguna lain secara *online*, dengan mem-*posting* konten buatan si pengguna atau bergabung dengan sebuah komunitas *online*. jenis layanan internet umumnya diasosiasikan dengan media sosial (kadang-kadang disebut sebagai Web 2.0). Web 2.0 itu sendiri merupakan internet generasi kedua dari World Wide Web (WWW), dimana semua masyarakat umum dapat memanfaatkan potensi internet untuk terhubung, berinteraksi, mencari rekan kerja, membuat Website tanpa pemrograman, membuat *mi-list* dan banyak lagi (Nugroho, 2020). Media sosial dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. *Social Network*, adakah media sosial yang dipergunakan untuk bersosialisasi dan berinteraksi (Facebook, myspace, hi5, Linked in, bebo, dsb)
2. *Discussion Forums*, merupakan media sosial yang dipergunakan untuk melakukan obrolan dan diskusi (google talk, yahoo! M, skype, Zoom, dsb)
3. *Media Sharing Networks*, merupakan media sosial yang memungkinkan untuk saling berbagi file, video, dan musik (youtube, slideshare, *feedback*, flickr, crowdstorm, dsb)
4. *Social Publishing*, (wordpress, wikipedia, blog, wikia, digg, dsb)
5. *Social game*, media sosial ala game yang bisa dimainkan bersama-sama (koongregate, doof, pogo, cafe.com, dsb)
6. MMO (kartrider, warcraft, neopets, conan, dsb)
7. *Virtual Social World* (habbo, imvu, starday, dsb)

8. *Livecast* (y! Live, blog tv, justin tv, listream tv, livecastr, dsb)
9. *Live video Stream*, socializr, froendsfreed, *socialthings!*, dsb)
10. *Micro Blogging* (twitter, plurk, pownce, twirxr, plazex, tweetpeek, dsb)

Secara garis besar, media sosial dan jejaring sosial ialah media yang mengacu pada sistem yang sama. Singkatnya, ini merupakan media yang menghubungkan banyak orang tanpa terganggu oleh waktu dan jarak, dan dipergunakan untuk komunikasi *online*, menyebarkan pendapat serta ekspresi diri. Jejaring sosial ialah media interaksi *online* yg digunakan oleh banyak orang sebagai tempat bertemu tanpa batas dan merujuk pada situs atau situs web yg memiliki jalur keterikatan dengan keluarga, sahabat, rekan usaha, serta sebagainya.

Namun, perbedaan antara jejaring sosial dan media sosial terletak pada medianya. Media sosial merupakan media interaksi *online* yang meliputi blog, forum, aplikasi *chatting*, dan jejaring sosial. Jejaring sosial sendiri digunakan sebagai tempat berkumpulnya banyak orang tanpa batasan, dan cenderung merujuk pada situs atau *website* yang memiliki jalur ikatan seperti keluarga, teman, rekan bisnis, dan sebagainya.

Dari penjabaran di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa media sosial itu adalah induknya jejaring sosial dan jejaring sosial merupakan cabang dari media sosial. Maka dari itu, fungsi dan kegunaannya hampir sama.

2.2.2. Fungsi Media Sosial

Menurut Jan H. Kietzman dalam (Liliweri, 2017), aktivitas media sosial ibarat “sarang lebah” yang membentuk kerangka jaringan “blok” yang saling berhubungan dengan yang lain, sebagai berikut:

- a. *Identity*- Identitas didefinisikan sebagai blok media sosial yang mendefinisikan bagaimana pengguna mengungkapkan identitas mereka kepada pengguna lain. Beberapa informasi berkaitan dengan identitas pengguna; nama, umur, jenis kelamin, pekerjaan dan lokasi
- b. *Conversation* – diartikan sebagai blok yang berisi fungsi-fungsi yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan pengguna lain. Banyak platform media sosial dirancang untuk memfasilitasi percakapan antarpribadi dan pribadi dengan kelompok atau komunitas lain. Pengguna media sosial memiliki banyak alasan untuk mengobrol, seperti 'tweeting', 'blogging' atau memperkenalkan diri dengan mengunggah ke 'facebook'. Di "ruang obrolan" dengan inilah pengguna dapat menjalin pertemanan baru, membangun hubungan, menemukan cinta, menyampaikan ide-ide baru, atau mendorong diskusi tentang topik yang sedang dibicarakan oleh publik.
- c. *Sharing* – ditafsirkan sebagai blok yang membantu pengguna "berbagi", yaitu bertukar pesan dalam bentuk unggahan. Pengguna dapat saling berbagi dan menerima konten yang bertujuan kesamaan makna. Oleh karena itu, dalam media sosial, istilah sosial selalu dikaitkan dengan pesan antar pribadi secara *online*
- d. *Presence* – diartikan sebagai blok yang dimaksudkan untuk menginformasikan kepada pengguna lain tentang keberadaan pengguna sebagai individu dan juga tentang asal usul pengguna. *Presence* di media sosial ini menampilkan status “Ini aku, aku... aku disini... siapa kamu? dimana kamu, bolehkah aku menghubungimu?”. Dengan bantuan Media

sosial memungkinkan pengguna untuk mengakses dunia maya dengan mudah dan setuju untuk berinteraksi langsung dengan individu, kelompok atau komunitas lain.

e. *Relationship* – ditafsirkan sebagai blok hubungan yang menunjukkan seberapa terhubungnya seorang pengguna dengan pengguna lain. Koneksi berarti satu atau lebih pengguna memiliki semacam hubungan yang memungkinkan mereka untuk berkomunikasi, berbagi hal-hal sosial, bertemu atau sekedar mengenal satu sama lain dan mendaftarkan identitas masing-masing sebagai teman..

f. *Groups* – blok media sosial secara fungsional menunjukkan bagaimana pengguna dapat membentuk komunitas, grup, atau bahkan masyarakat baru. Jaringan yang muncul hanya menjadi lebih "sosial" ketika semakin banyak orang berpartisipasi di dalamnya, dan semakin "semangat persatuan" semakin tinggi.

Dewasa ini, jumlah informasi terbesar berasal dari media sosial. Alasan utama kenapa kita harus waspada tentang penggunaan media sosial dan pentingnya privasi adalah penyalahgunaan informasi pribadi oleh *platform* media sosial atau penyalahgunaan konten yang dapat dilihat oleh pengguna lain. Terlebih beberapa aplikasi memperbarui kebijakan periklanan mereka dari data yang mereka terima dari si pengguna. Pemahaman dan pengetahuan pemilik konten mengenai pengelolaan informasi digital memiliki peran penting dalam perlindungan data pribadi. Meskipun *platform* media sosial menyediakan fitur

privacy setting seperti; Twitter, Instagram, TikTok dimana aplikasi ini bisa *disetting* konten yang dibagikan hanya bisa dilihat oleh *followers* saja.

2.2.3. Pengertian Informasi

Informasi dapat diartikan sebagai pernyataan, penegasan, gagasan dan tanda yang mengandung nilai, makna dan pesan, termasuk informasi, fakta dan penjelasan yang dilihat, didengar dan dibaca serta disajikan dalam rangka pengembangan dan komunikasi informasi dalam berbagai kemasan dan format yang sesuai. dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi elektronik dan non-elektronik. Sederhananya, informasi adalah sekumpulan data atau fakta yang dikelola menjadi sesuatu yang disajikan untuk penerimanya.

Para peneliti mengemukakan beberapa teori informasi, salah satunya menurut Buckland mendefinisikan informasi yaitu semua bentuk pengetahuan yang terekam. Artinya, informasi dapat ditemukan di berbagai media, baik cetak maupun non cetak. Produk cetakan seperti buku, surat kabar, jurnal, majalah, laporan penelitian, tesis dan lain-lain. Pada saat yang sama, sumber *online* seperti majalah, e-book, situs web, media sosial, dll. dapat memberikan informasi yang berguna untuk menyelesaikan masalah pengguna.

Secara general, informasi pada media sosial dapat diakses dari Profil media sosial seseorang pengguna dan Konten yang dibagikan oleh si pengguna. Brashers (2001) mengkonseptualisasikan pencarian informasi sebagai bagian dari akuisisi informasi yang juga termasuk memperoleh informasi yang tidak sengaja dicari. Orang dapat memperoleh informasi secara tidak sengaja meskipun mereka tidak secara aktif mencarinya. Selain itu, dalam banyak kasus, seorang *seeker*

akan mencari informasi tidak hanya terpaut kepada seseorang yang menjadi targetnya namun kepada orang lain yang dekat dengan targetnya. Artinya para pelaku tidak mencari tahu secara khusus, dengan kata lain tidak selalu *target-oriented*

Pencarian informasi sebenarnya telah menjadi topik umum dalam penelitian komunikasi massa, terutama mengingat tujuan banyak media massa adalah untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Ini membingkai perspektif bahwa pencarian informasi sebagai salah satu motivasi utama penggunaan media. Demikian pula, pencarian dan pertukaran informasi telah menjadi pendorong utama dilakukannya penelitian komunikasi khususnya komunikasi interpersonal yaitu tentang pengembangan hubungan dengan mengurangi ketidakpastian (*Uncertainty reduction*) yang diperkenalkan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese tahun 1975

Charles Berger mengemukakan bahwa mengumpulkan informasi adalah hal alami yang dapat kita lakukan yang bertujuan mempelajari lebih lanjut tentang orang yang kita temui. Sehingga nantinya membantu mengurangi perasaan tidak pasti dan mengarah pada komunikasi yang efektif.

Teori mengurangi ketidakpastian menggambarkan beberapa jenis perilaku pencarian informasi yang berbeda, peneliti akan mencoba menghubungkannya dengan tindakan *stalking* di media sosial. Definisi *stalking* tentunya bisa berbeda-beda bergantung pada hukum atau undang-undang yang mengaturnya. Apakah *stalking* secara tradisional sama dengan *stalking* di media sosial. Untuk itu peneliti merangkum beberapa pengertian *stalking* dan *stalking* di media sosial

2.3 Stalking

Stalking berasal dari bahasa Inggris artinya menguntit. Pelaku *stalking* disebut dengan stalker. *Stalking* menurut kamus Merriam-Webster adalah “*the act or crime willfully and repeatedly following or harassing another person in circumstances that would cause a reasonable person to fear injury or death especially because of express or implied threats.*” Menurut kamus Oxford, “*stalking is the crime of following and watching somebody over a long period of time in a way that is annoying or frightening.*” Dari kedua definisi diatas dapat disimpulkan *stalking* merupakan tindakan kejahatan dengan sengaja mengikuti atau memantau seseorang secara berulang dan terus menerus agar seseorang tersebut merasa takut dengan cara menjengkelkan atau bahkan mengerikan.

Jika dilihat lebih jauh, awal mula munculnya kata *stalking* dan mulai mendapatkan perhatian oleh media pada tahun 1980 ketika anggota Beatles, John Lennon ditembak mati oleh penggemarnya, Chapman. Chapman menyukai The Beatles dan Lennon. Tetapi sebagai seorang pria yang dibesarkan dalam keluarga dengan latar belakang agama yang kuat, Chapman sangat marah ketika mendengar pernyataan Lennon yang mengatakan bahwa "The Beatles lebih populer daripada Yesus." Sejak saat itu, Chapman sering mengomentari gaya hidup dan kemunafikan Lennon. Saat mendengarkan lagu-lagu Lennon, Chapman selalu memikirkan tentang "kemunafikan" musisi yang selalu mengaku tidak percaya pada The Beatles. Hingga akhirnya Chapman ingin membunuh Lennon. Kemudian dia pergi ke New York pada Oktober 1980 untuk membunuh sang idola

Lalu diikuti oleh percobaan pembunuhan yang dilakukan John Hinckley, Jr pada Maret 1981 terhadap Presiden Ronald Reagan. Hinckley telah terobsesi dengan aktris Jodie Foster selama bertahun-tahun, dan Ia mengaku menembak Presiden demi menarik perhatian dan membuat idolanya tersebut terkesan. Sampai kepada tragedi yang menimpa Rebecca Schaeffer seorang aktris yang baru naik daun, pada tahun 1989 harus mati di tangan penggemarnya sendiri. Sejak saat itu *stalking* mulai dimuat pada Undang-undang pertama kali sebagai tindak kejahatan di California dan sejak saat itu, kejadian *stalking* dan berujung pada teror kerap terjadi dan dimuat di media (Hall, 1998).

Stalking dimaksudkan sebagai sebuah tindakan untuk mengikuti seseorang (yang sekarang ini tidak hanya ke *public figure* saja, namun juga bisa ke orang biasa) Hal ini dimaksudkan sebagai tindakan mengikuti seseorang untuk mendapatkan perkembangan terbaru dari seseorang yang menjadi incaran para *stalker*. Menguntit adalah pelecehan jika pelaku menghadirkan masalah perilaku lainnya. Dalam kasus penyakit kronis, penguntit dapat melacak tempat kerja atau tempat tinggal korban dan juga tertarik dengan informasi pribadi korban seperti nomor telepon, alamat *email*, ukuran baju dan nama. Yang lain cenderung pribadi

Orang yang secara langsung maupun tidak yang menjadi target *stalking* paham bahwa *stalker* berpotensi melakukan kejahatan, entah itu kepada korban atau orang-orang yang dekat dengan korban. Walaupun resiko dari tindak kejahatan itu cenderung kecil, faktor-faktor tertentu mungkin dapat meningkatkan resiko kejahatan tersebut.

Di Amerika Serikat yang mana beberapa negara bagiannya sudah mengkategorikan *stalking* sebagai tindak pidana, seperti Arkansas, Alaska dan

California. Di UK bahkan dioperasikan sebuah website bernama *National Stalking Helpline* merupakan sebuah laman web untuk memberikan informasi, dukungan, dan pengarahan kepada korban *stalking*. Sampai saat ini sudah menolong lebih dari 45.000 korban sejak awal didirikannya pada tahun 2010. Tidak hanya itu, mereka juga menyediakan layanan hotline. Ini menunjukkan bahwa perilaku *stalking* dianggap sebagai sebuah kejahatan serius dan korbannya membutuhkan pendampingan yang diperlukan.

2.3.1. *Stalking* Pada Media Sosial

Jika dibandingkan dengan *stalking* secara tradisional, *stalking* pada media sosial ini dilakukan dengan perantara media. Di era penggunaan media sosial dan terpaan informasi yang masif ini, pengumpulan dan pelacakan informasi tentu lebih mudah dilakukan. Semua orang pengguna media sosial pasti pernah melakukannya, sesederhana mengunjungi profil media sosial seseorang untuk melihat satu persatu foto dan status yang diunggah, bagaimana kabarnya, apa saja kegiatannya, siapa saja orang yang dikenalnya, aktivitasnya baru-baru ini dan lain sebagainya. Latar belakang etimologinya, pengertian secara kontemporer dari *stalking* adalah *hunting for content*

Stalking di Era ini tentu ada kaitannya dengan media sosial. Media sosial sama seperti jejaring sosial lainnya merupakan alat atau media yang menghubungkan pengguna satu dengan yang lainnya. Yang memungkinkan si pengguna mengetahui atau bahkan mengawasi orang-orang yang diinginkan yang membagikan sesuatu tentang kehidupannya melalui media sosial. Media sosial memungkinkan siapapun bisa mengakses entah itu foto, informasi pribadi, keberadaan, dan lain sebagainya yang diunggah dengan sengaja ke media sosial.

Saat ini jumlah informasi paling banyak tersebar adalah di media sosial. Alasan utama untuk menyadari pentingnya penggunaan media sosial dan membagikan informasi adalah untuk menghindari penyalahgunaan yang bisa dilakukan siapa saja yang mengawasi profil media sosial kita. Informasi yang disebarakan takutnya menjadi *boomerang* untuk diri sendiri. Karena, baik secara langsung maupun melalui media, di-*stalking* atau dikuntit adalah tentu pengalaman yang menakutkan.

Dalam menggunakan media sosial, akan sangat mungkin seseorang membuat lebih dari satu akun anonim, dengan identitas yang sengaja disamarkan dengan tujuan untuk mengikuti perkembangan informasi seseorang. Dengan menguntit target seperti memantau keseharian dan rutinitasnya, memperhatikan lokasi yang dikunjungi, pakaian yang dipakai, dengan siapa saja berinteraksi, mengirim pesan, meminta *request* pertemenanan serta sampai berusaha untuk berinteraksi secara interaktif dengan target. Tindakan seperti ini tidak akan menimbulkan masalah sejauh terdapat *consent* dan tidak ada perilaku lebih lanjut dari si pelaku.

Ini yang kemudian menjadi dilema orang-orang yang menjadi target *stalking* di media sosial, meskipun hanya dipantau dari dunia maya, dipantau dengan orang lain di balik akun anonim tentu akan selalu diliputi perasaan tidak aman dan ragu untuk melaporkannya karena tidak yakin akan garis pemisah apakah perilaku *stalking* tersebut hanya sekedar iseng atau kecenderungan bersifat obsesif yang membahayakan.

Menurut KBBI *online*, obsesi merupakan gangguan jiwa berupa pikiran yang selalu menggoda seseorang dan sangat sukar dihilangkan. Dalam psikologi,

obsesi dapat digambarkan sebagai keinginan, kesediaan seseorang untuk mendapatkan apa yang diinginkannya. Hampir sama halnya dengan ambisi, namun obsesi merujuk kepada keinginan yang terlalu mendalam, menggunakan emosi yang sulit dikendalikan dan cenderung berlebihan. Sehingga menghasilkan pola persepsi yang salah dalam dirinya, disertai dengan keyakinan yang membuat seseorang tidak dapat mengontrol pikiran-pikiran obsesinya. Bentuk perilaku obsesif bervariasi berdasarkan tingkat keparahan dan frekuensi. Penguntit punya banyak cara untuk menguntit, meskipun semua akun media sosialnya sudah diblokir misalnya dengan memakai akun media sosial temannya atau membuat akun palsu dengan profil yang berbeda-beda.

Dalam penelitian ini, peneliti tentu membedakan *stalking* melalui media sosial dengan *cyberstalking*. Beberapa penulis memperkirakan bahwa *cyberstalking* dapat dilihat sebagai reaksi perilaku yang lebih daripada *stalking* (Spitzberg dan kolega, dalam (Bocij, 2004)).

Cyberstalking memperlihatkan fase lain dalam pola *stalking* yang lebih menyeluruh atau perilaku *stalking* yang menggunakan alat teknologi terbaru yang lebih canggih (Burgess dkk, 1997). *Cyberstalking* dan *stalking* memiliki kesamaan, yang membedakan hanya pada motif dasar di balik perilaku tersebut. *cyberstalking* mencakup lebih luas, yaitu individu, kelompok, atau organisasi yang biasanya dimotivasi oleh politik, kepentingan, atau persaingan. Sedangkan *stalking* adalah tindakan dimana pelaku memiliki hubungan dengan target/korban, namun dalam beberapa kasus target/korban tidak dikenal secara pribadi oleh stalker, melainkan hanya melalui foto dan televisi (Bocij, 2004).

Chaulk & Jones (2011) mengatakan “*Online stalking provokes fear as it embodies implicit or explicit threats, with repeated intrusions by perpetrators who are unwelcome to the victim.*” *stalking* melalui media sosial melibatkan pola berulang dari perilaku intrusif. Meskipun tetap saja perilaku *stalking* mungkin diinginkan atau tidak diinginkan oleh si pemilik profil media sosial, karena penguntitan melalui media sosial umumnya tidak diketahui sehingga tidak menyebabkan ancaman dan penyebaran rasa takut. Sedangkan *cyberstalking* mengacu kepada pemburuan yang disengaja terhadap seseorang di internet untuk menyebabkan kerusakan. Sebaliknya, menguntit melalui media sosial tidak selalu disengaja, terkadang bisa bersifat keterjangkauan yang ditawarkan oleh *platform* tersebut.

Hollenbaugh & Ferris (2014) mengatakan penguntit dunia maya mewakili bentuk yang lebih tidak berbahaya yang terbatas pada memeriksa profil orang lain di *platform* media sosial. Penguntitan melalui media sosial pada kenyataannya adalah bagian dari *cyberstalking* namun dalam konteks yang lebih jinak, yang terbatas pada mengecek profil media sosial orang lain.

Hal yang membuat *stalking* di media sosial (baik disengaja ataupun tidak disengaja) mendapatkan perhatian para peneliti adalah pendapat bahwa adanya aksesibilitas yang mudah untuk menjangkau informasi pribadi orang lain di *platform* media sosial yang rentan akan pelanggaran dan pengawasan *privacy* dan di Indonesia sendiri belum ada undang-undang yang mengatur sejauh perilaku tersebut tidak mengandung unsur pelanggaran kesusilaan, perjudian, penghinaan/pencemaran nama baik, pemerasan dan/ atau pengancaman dan ancaman kekerasan atau menakut-nakuti, belum dapat dikenai hukuman

Menguntit pada media sosial belakangan dianggap sebagai perilaku umum karena sering dilakukan hanya dengan melihat profil media sosial orang lain. Perilaku menguntit ini begitu dinormalisasikan sehingga peneliti ingin melihat dari sisi lain, peneliti ingin mengulik dari sisi komunikasi, apakah *stalker* melakukan menguntit di media sosial dan mengumpulkan informasi targetnya untuk mengurangi ketidakpastian informasi?

2.3.2. *Stalking* pada Media Sosial dan Ketidakpastian

Internet memfasilitasi penggunaanya untuk mencari informasi dengan mudah. Salah satu tujuan seseorang mencari informasi adalah untuk mengubah ketidakpastian menjadi pasti. Komunikasi yang dilakukan dengan media sosial akan sangat berbeda dengan komunikasi yang dilakukan tanpa media. Contohnya saja, jika berhadapan langsung dengan seseorang di dunia nyata, kita akan enggan mengkritik sesuatu tentang dirinya, namun jika melalui perantara media penggunaanya bisa sedikit lebih leluasa untuk berkomentar

Interaksi yang terjalin di media sosial pun cukup beragam. Yakni bisa berinteraksi, bertukar informasi dan mempublikasikan aktivitas sehari-hari. Seseorang di media sosial bisa berinteraksi tidak hanya dengan objek lain dan objek-objek sosial, ia juga berkomunikasi dengan dirinya sendiri.

Ketidakpastian ialah situasi yang muncul antara peserta komunikasi ketika terjadi pertemuan pertama kali, sebagai contoh ketika dua orang yang belum saling mengenal bertemu mereka akan merasakan ketidakpastian mengenai satu sama lain dan mereka akan cenderung meniru perilaku masing-masing.

Komunikasi merupakan perantara yang dipakai untuk meminimalisir ketidakpastian yang muncul. Dimana komunikasi dijadikan ukuran untuk meminimalisir adanya ketidakpastian yang hadir dalam percakapan. *Stalking* pada media sosial dengan mengunjungi profil akun seseorang untuk mendapatkan informasi dewasa ini menjadi pilihan. Dengan berkunjung ke profil akun media sosial orang lain, kita dapat mengumpulkan beberapa informasi tentang orang tersebut. Semuanya bisa dimengerti jika memiliki pengetahuan tentang seseorang tersebut dengan cara mengumpulkan informasi mengenai mereka.

Littlejohn & Foss (2009) menyatakan ketidakpastian adalah kondisi negatif dimana individu termotivasi untuk mereduksi atau menghilangkan ketidakpastian yang ada. *Uncertainty Reduction Theory* mengasumsikan bahwa orang menginginkan interaksi yang stabil dan dapat diprediksi untuk mengurangi ketidakpastian mereka tentang orang lain dan kejadian yang dialami. Ketidakpastian berbagai hal yang mungkin terjadi dalam suatu situasi. teori Charles Berger dan Richard Calabrese memberikan wawasan tentang bagaimana ketidakpastian memotivasi perilaku komunikasi, khususnya pencarian informasi, timbal balik, keintiman verbal, nonverbal ekspresi, dan jumlah informasi bersama. karena komunikasi di era digital turut berubah, pencarian informasi dewasa ini dapat dilakukan dengan mengunjungi akun media sosial orang lain atau dengan kata lain *stalking*. Dengan itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana perilaku *stalking* dengan mengunjungi akun media sosial oranglain secara berkala dapat memberikan kepastian informasi bagi si pencari informasi.

2.4 Media Sosial Instagram

Dari 1 juta pengguna bulanan, aplikasi berbagi foto ini mengunggah 100 juta foto pada Juli 2011 dan 10 juta pengguna pada September tahun yang sama. Pada April 2012, perusahaan mengumumkan partisipasi 30 juta pengguna. Pada bulan yang sama, Facebook memanfaatkan pertumbuhan Instagram dan membeli aplikasi tersebut seharga \$1 miliar, akuisisi terbesar ketiga hingga saat ini. Penggunaan Instagram telah meroket sejak awal. Setelah akuisisi, mencapai 80 juta pengguna bulanan dan hampir dua kali lipat menjadi 150 juta pengguna bulanan pada akhir 2013. Sebelum Facebook, Twitter secara singkat menyatakan minatnya untuk mengakuisisi Instagram pada 2011. Pada tahun 2013, Instagram meluncurkan fitur penandaan foto, menambahkan tautan untuk mengunggah foto, dan menambahkan fitur komunikasi langsung seperti mengikuti atau *following*, pengikut atau *followers*.

Tahun berikutnya, Instagram meluncurkan fitur Instagram *Stories*, yang terinspirasi dari Snapchat *Stories*. Fitur ini memungkinkan pengguna memposting foto dan video yang akan hilang setelah 24 jam. Semua akun Instagram memiliki kemampuan untuk berbagi cerita teman dengan akun pengguna favorit yang populer dengan mereka. Cerita ditampilkan di bilah atas akun pengguna. .

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengunggah dan berbagi gambar serta menambahkan filter digital untuk menyempurnakan gambar. Itu termasuk berbagi foto di Instagram itu sendiri. Instagram memiliki total tiga menu utama, semuanya terletak di bagian bawah. Menu lainnya adalah;

a. *Home Page*

Halaman beranda adalah area utama yang menampilkan gambar terbaru yang diunggah oleh pengguna tertentu dalam format garis waktu. Satu-satunya cara untuk melihat gambar adalah dengan *scroll* jari anda dari bawah ke atas, seperti halnya menggunakan *mouse* di komputer.

b. *Comments*

Instagram juga memiliki fitur komentar yang memungkinkan pengguna mengomentari gambar apa pun yang diunggah di bagian komentar. Klik ikon bola komentar di bawah gambar, tulis kesan Anda tentang gambar di tempat yang disediakan dan klik tombol kirim.

c. *Explore*

Explore merupakan kumpulan foto populer yang paling disukai pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritme kompleks untuk mengidentifikasi foto mana yang masuk ke *explore effect* atau umpan *explore*

d. *Profil*

Profil pengguna mencakup informasi terperinci tentang informasi pribadi mereka, apakah itu tentang akun pribadi mereka sendiri atau tentang kontak mereka dengan pengguna lain. Menu "Nama" di bilah menu di bagian bawah halaman membawa Anda ke halaman profil Anda. Fitur ini menunjukkan jumlah foto dan video yang baru diunggah, serta jumlah pengikut dan berapa banyak akun yang diikuti.

e. *News Feed*

Pengguna Instagram menerima notifikasi tentang berbagai aktivitas melalui fitur News. Ada dua jenis tab di umpan berita: "Diikuti" dan

"Baru". Tab *following* menampilkan aktivitas pengguna yang diikuti. Hasilnya, informasi terkini tentang aktivitas pengguna Instagram terkait foto yang diposting ditampilkan di tab "Berita". Jika Anda meninggalkan komentar atau mengikuti seseorang, informasi itu akan muncul di tab ini.

f. *Stories*

Jendela ini menampilkan foto dan video sama seperti fitur Beranda, namun pada jendela *stories*, foto dan video harus menampilkan batas waktu yang berbeda dengan foto dan video yang diposting di halaman beranda. Setiap cerita yang dibuat pengguna dapat dilihat selama satu jam dan kemudian berpindah ke cerita berikutnya saat waktunya habis. Jika tidak maka akan hancur sendiri setelah 24 jam. Cerita memiliki lebih banyak fitur yang menyerupai kilas balik singkat untuk menggambarkan situasi secara tepat dan sederhana.

Selain fitur diatas, ada beberapa fitur lain yang dapat membuat konten foto atau video yang di posting ke Instagram menjadi lebih baik dan bermakna, antara lain yaitu;

1. *Captions*. *Captions* diperlukan untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna. Saat pengguna membuat konten untuk unggah, pengguna dapat membuat *captions*. Itu juga dapat dihapus atau diubah menggunakan tombol yang muncul di halaman unggahan dengan klik titik tiga di bawah konten.
2. *Hashtag*. Simbol *hashtag*, juga disebut *tag*, adalah simbol (#). Fitur *hashtag* ini sangat berguna karena memudahkan pengguna untuk menemukan foto dengan *hashtag* tertentu di Instagram.

3. Lokasi. Atribut lokasi adalah atribut yang menunjukkan lokasi tempat pengguna memasukkan data. Instagram sering dikaitkan dengan layanan berbagi foto, tetapi juga merupakan jejaring sosial. Ini memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan pengguna lain.. Untuk saling berinteraksi dan terhubung, Instagram menyediakan beberapa fitur yang dapat digunakan oleh penggunanya, yaitu sebagai berikut;

a. *Follow/* ikut. *Follower* disebut pengikut sementara *following* diartikan mengikuti dari pengguna satu ke pengguna yang lain. Jumlah ini akan terlihat pada tab akun profil para pengguna

b. *Like/* menyukai, adalah sebuah fitur yang berbentuk love dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram. Menyukai atau *like* sebuah postingan dapat dilakukan dengan mengklik ikon di bawah konten dan bersebelahan dengan ikon komentar, atau praktisnya bisa *tap* (mengetuk) sebanyak 2 kali postingan otomatis ter*like*

c. Label foto, menggunakan "kata kunci" atau *tag* di Instagram memudahkan pengguna menemukan gambar yang relevan. Saat pengguna menambahkan tag ke gambar, lebih mudah untuk menemukan dan melihat gambar. Penandaan tersebut dapat digunakan dalam komunikasi apa pun yang menyertakan gambar langsung. Pengguna dapat melaporkan suatu peristiwa dengan memberikan nama dan lokasi foto, mengonfirmasi bahwa foto tersebut diambil dari lokasi tertentu, atau mengonfirmasi bahwa foto tersebut diambil oleh pengguna Instagram. Anda dapat menempelkan stiker ke gambar yang dipotong sesuai dengan informasi yang diberikan

pada gambar. *Tag* sekarang menjadi strategi terbaik saat pengguna ingin mempromosikan foto di Instagram.

d. *Comments* ; komentar, adalah sebuah aktivitas dalam memberikan gagasan atau opini melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap konten yang diunggah oleh pengguna lain, bisa berupa saran, pujian maupun kritikan

e. *Mentions*; fitur ini dipergunakan untuk menyebut pengguna lain dalam sebuah postingan, komentar dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukkan akun Instagram dari pengguna tersebut

f. *Populer*, Bila sebuah foto masuk ke dalam halaman populer, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah lebih banyak. Foto-foto yang berada di halaman populer tersebut tidak akan seterusnya berada di halaman tersebut, melainkan dengan berjalannya waktu akan ada foto-foto populer baru lain yang masuk ke dalam daftar halaman dan menggeser posisi kepopuleran foto tersebut.

2.5. *Uncertainty Reduction Theory*

Charles R Berger & Calabrese (1975) mengemukakan *Uncertainty Reduction Theory* atau dapat disebut Teori Pengurangan Ketidakpastian. Teori yang relevan berkaitan dengan proses komunikasi antara dua orang yang sebelumnya tidak saling mengenal lalu menjadi kenal satu sama lain, sehingga

mereka dapat mengurangi resiko kesalahpahaman dalam komunikasi dan memutuskan apakah akan terus berkomunikasi atau tidak. Teori ini juga berlaku untuk cara kita mengumpulkan informasi tentang orang lain. Teori ini juga mempertimbangkan bagaimana orang mengumpulkan informasi tentang orang lain juga cara individu belajar perihal orang lain dan diri mereka sendiri

Sebelumnya, para peneliti menggunakan pendekatan interpersonal dari sudut pandang empiris. Hipotesis yang dikembangkan didasarkan pada teori psikologi sosial. Kesadaran akan proses komunikasi antar manusia mendorong Berger dan Calabrese untuk mengembangkan hipotesis yang melibatkan perilaku komunikasi secara langsung.

Uncertainty Reduction Theory ini adalah teori yang menjelaskan bagaimana hubungan pertama terbentuk antara dua individu yang baru berkenalan. Teori ini digunakan dalam banyak situasi, termasuk *online* atau dalam jaringan. Selain itu, dengan bantuan situasi *online*, dimungkinkan untuk menyelaraskan strategi pengumpulan informasi dengan topik terkini, yang mengurangi ketidakpastian di awal percakapan

Uncertainty Reduction Theory berasumsi bahwa orang termotivasi untuk mengurangi ketidakpastian tentang kondisi sosial; Teori ini didukung oleh pengamatan bahwa individu berusaha untuk memprediksi lingkungan sosialnya sendiri. Teori ini kemudian menerapkan teori informasi untuk mendefinisikan ketidakpastian sebagai fungsi dari jangkauan dan kemungkinan mengenai alternatif yang mungkin terjadi

Berger dalam (Littlejohn & Foss, 2009), ada beberapa kondisi yang memotivasi orang untuk mengurangi ketidakpastian:

- Antisipasi interaksi masa depan. Ini menunjukkan bahwa kita lebih termotivasi untuk mengurangi kesalahpahaman kita tentang seseorang yang mungkin kita temui lagi di masa depan.
- Nilai insentif melibatkan gagasan bahwa jika orang tersebut dapat memberi sesuatu kepada kita, ini dapat berbentuk penghargaan atau hukuman, kita termotivasi untuk belajar lebih banyak tentang seseorang tersebut.
- Penyimpangan adalah kondisi saat individu bertemu dengan orang yang dianggap aneh, ini dapat bertentangan dengan norma, adat serta budaya atau sesuatu yang bertentangan dengan harapan

Teori ini menyatakan dalam perjumpaan pertama terdapat dua tipe ketidakpastian;

- *Cognitive Uncertainty*, bagaimana berpikir tentang seseorang atau sesuatu yang berkaitan dengan orang tersebut
- *Behavioral Uncertainty*, terkait dengan kemampuan memprediksi atau menjelaskan perihal perilaku seseorang

Berger dan Calabrese (1975), mengidentifikasi tiga strategi yang dapat digunakan ketika seseorang melakukan proses perkenalan untuk mencari tau seseorang yang tidak pernah mereka temui sebelumnya agar ketidakpastian yang dimiliki tereduksi adalah dengan mencari informasi sebagai berikut:

1. Strategi pasif, merupakan strategi dengan mengamati orang lain dari kejauhan. Strategi ini terbagi menjadi *Dishinbition* dan *Reactivity searching*. *Reactivity searching* adalah proses pengamatan terhadap orang lain saat orang tersebut sedang melakukan sesuatu atau mengamati

bagaimana reaksinya pada situasi tertentu. *Disinhibition searching* adalah proses mengamati seseorang dalam situasi informal dimana dia dalam keadaan santai tidak terlalu menjaga penampilan dan berperilaku apa adanya

2. Strategi aktif, merupakan strategi saat seseorang mengambil tindakan untuk memperoleh informasi namun tidak benar-benar berinteraksi dengan orang yang menjadi target seperti bertanya kepada orang lain tentang orang yang menjadi target
3. Strategi interaktif, merupakan strategi seseorang dengan berkomunikasi langsung kepada si target. Strategi ini awalnya dari tanya jawab sehingga memperoleh wawasan atau pengertian dan menemukan kesamaan-kesamaan. Pada komunikasi tatap muka, strategi interaktif merupakan strategi yang sering dipakai dan dianggap paling efektif untuk mengetahui orang lain dan mereduksi ketidakpastian tentang seseorang tersebut

Studi mengatakan proses pengenalan dalam komunikasi tatap muka menemukan bahwa pada awalnya, individu cenderung bertanya dan memberikan keterbukaan informasi yang bersifat umum dan minim resiko seperti informasi terkait biografis dan demografis, seiring berjalannya waktu, proses komunikasi yang terjadi akan lebih personal dan intim (Berger dkk, 1976)

Seseorang bisa saja mencari tau melalui media sosial perihal informasi tertentu. Berita, *whats happening*, gaya hidup seseorang dan aktivitasnya sehari-hari. Ketidakpastian akan informasi tertentu diyakini dapat meningkatkan perilaku *stalking*, ketika muncul ketidakpastian yang tinggi maka akan berdampak pada

meningkatnya perilaku *stalking* di media sosial bertujuan untuk mengurangi ketidakpastian itu sendiri.

Ketidakpastian pada dasarnya adalah ketidakmampuan seseorang untuk menilai sifat orang yang dikenalnya dan situasi yang baru saja dialaminya. Salah satu alasan ketidakpastian adalah ketidaktahuan dengan orang baru dan situasi baru, baik budaya maupun secara personal. Oleh karena itu, dia perlu berinteraksi dan terlibat dengan orang-orang baru yang dia temui untuk mendapatkan informasi yang lebih detail tentang masing-masing dari mereka dalam situasi ini. Pertukaran informasi akan mereduksi ketidakpastian sehingga interaksi mengalir dan menjadi akrab

Ketidakpastian dapat muncul dalam beberapa bidang dan disebabkan oleh beberapa hal dan kondisi, umumnya ketidakpastian informasi yang dimiliki itu terjadi ketika seseorang berada dalam situasi yang baru menurutnya. Seperti baru diterima dalam sebuah perusahaan tempat ia akan bekerja, baru bertemu dan berkenalan dengan seseorang atau bahkan bisa juga ketika seseorang tersebut jauh dengan keluarga atau kerabatnya

Ketika kedua orang bertemu atau berkenalan pertama kali, mereka akan mulai mengumpulkan informasi tentang satu sama lain. Dalam penelitian yang dilakukan (Sespiani dkk, 2021). *Uncertainty Reduction Theory* dapat digunakan dalam konteks *Cyber Romantic Relationship* atau hubungan romantis melalui internet. Orang-orang dapat berkenalan melalui aplikasi kencan *online* dimana saat penggunaannya menggunakan aplikasi tersebut, tidak jarang dari mereka melanjutkan hubungan yang berawal dari perkenalan sebagai teman melalui aplikasi kencan *online* tersebut. Untuk mereduksi ketidakpastian yang terjadi

Cyber Romantic Relationship atau CRR melakukan pertukaran informasi melalui pertukaran teks digital, suara, atau melalui foto baik secara sinkronik maupun asinkronik antar individu melalui internet. Namun *Uncertainty Reduction Theory* ini tidak hanya digunakan ketika baru berkenalan saja tetapi bisa juga untuk pembinaan hubungan.

Laiknya teori-teori pada umumnya, *Uncertainty Reduction Theory* ini juga didasarkan berbagai asumsi yang mencerminkan pandangan para pendirinya, asumsi tersebut adalah :

- a. Orang mengalami ketidakpastian dalam hubungan interpersonal ketika mereka berkomunikasi dengan orang asing
- b. Ketidakpastian adalah situasi yang tidak menyenangkan dan dapat menimbulkan stress kognitif, karena seseorang membutuhkan banyak energi untuk menghadapi situasi tersebut.
- c. Ketika dua orang yang tidak saling mengenal bertemu dan berbicara, mereka mencoba mengurangi ketidakpastian atau meningkatkan prediktabilitas (kemampuan memprediksi pihak lain). Untuk meningkatkan prediktabilitas, informasi harus ditemukan dengan bertanya kepada orang yang Anda temui. Semakin banyak interaksi, semakin sedikit ketidakpastian yang ada.
- d. Komunikasi interpersonal merupakan proses yang berkembang setelah melewati beberapa fase atau tahapan. Pertama adalah tahap awal, yaitu tahap awal ketika seseorang mulai berinteraksi dengan orang lain yang hanya dia kenal. Kedua adalah tahap personal, yaitu tahap ketika mereka berkomunikasi secara spontan dan mulai mengungkapkan informasi yang

lebih bersifat personal. Fase personal dapat terjadi bersamaan dengan fase awal, tetapi biasanya terjadi setelah beberapa kali interaksi. Yang ketiga adalah tahap terakhir, dimana orang tersebut memutuskan untuk melanjutkan hubungan yang sudah dimulai atau diakhiri.

e. Komunikasi interpersonal adalah alat yang paling penting untuk mengurangi ketidakpastian.

f. Jumlah dan sifat informasi manusia berubah dari waktu ke waktu, karena komunikasi interpersonal berkembang sedikit demi sedikit, dan komunikasi awal merupakan elemen penting dalam proses pembentukan hubungan manusia.

g. Sangat mungkin untuk memprediksi perilaku seseorang berdasarkan fakta bahwa karakternya mirip dengan orang dengan gaya hidup yang sama. (Turner dkk, 2013).

Uncertainty Reduction Theory kemudian didasarkan pada tujuh aksioma. Aksioma adalah awal dari teori tertentu. Peneliti lain juga menyebut pernyataan ini sebagai aksioma yang relevan. Tiap aksioma memvisualkan adanya hubungan antara ketidakpastian dengan teori lainnya. Aksioma itu antara lain;

Axiom 1 ; Given the high level of uncertainty present at the onset of the entry phase, as the amount of verbal communication between strangers increases, the level of uncertainty for each interactant in the relationship decreases. As uncertainty is further reduced, the amount of verbal communication increases. This asserts an inverse or negative relationship between uncertainty and verbal communication.

Karena ambang ketidakpastian awalnya tinggi, seiring dengan meningkatnya komunikasi verbal antara kedua subjek, dengan meningkatnya jumlah komunikasi nonverbal maka ketidakpastian akan menurun. Hal ini menunjukkan bahwa mungkin ada konflik atau hubungan negatif antara komunikasi verbal dan nonverbal.

Jika kedua orang asing hadir dan berbicara banyak, mereka akan belajar lebih banyak tentang orang asing lainnya. Jika di masa depan mereka mencoba untuk mengenal satu sama lain dengan lebih baik, mereka mungkin akan menemukan banyak hal serupa.

Axiom 2 ; As nonverbal affiliative expressiveness increases, uncertainty levels decrease in an initial interaction situation. In addition, decreases in uncertainty level will cause increases in nonverbal affiliative expressiveness. This is another negative relationship.

Ketika ekspresi afiliatif nonverbal meningkat, tingkat ketidakpastian menurun dalam situasi interaksi awal. Selain itu, penurunan tingkat ketidakpastian akan menyebabkan peningkatan keekspresifan afiliatif nonverbal. Hal ini merupakan salah satu hubungan yang bersifat negatif. Ketika dua orang asing bertemu dan saling mengekspresikan diri dengan cara yang nonverbal yang hangat, mereka akan menjadi lebih pasti mengenai satu sama lain, dan ketika mereka melakukan ini, mereka akan meningkatkan afiliasi nonverbal satu dengan yang lainnya. Mereka mungkin akan lebih banyak menggunakan ekspresi wajah, melakukan kontak mata yang lebih lama, atau mungkin saling menyentuh dengan cara bersahabat ketika mereka sudah mulain nyaman.

Axiom 3 ; High levels of uncertainty cause increases information seeking behavior. As uncertainty levels decline, information-seeking behavior decreases. This axiom sets forth a positive relationship between the two concept.

Tingkat ketidakpastian yang tinggi menyebabkan meningkatkan perilaku pencarian informasi. Ketika tingkat ketidakpastian menurun, perilaku pencarian informasi juga menurun. Aksioma ini menunjukkan hubungan yang positif antara dua konsep tersebut. Makin sedikit ketidakpastian yang ada, maka makin sedikit pencarian informasi yang dilakukan, begitupun sebaliknya.

Axiom 4 ; High levels of uncertainty in a relationship cause decreases in the intimacy level of communication content. Low levels of uncertainty produce high levels of intimacy. This axiom poses a negative relationship between uncertainty and levels of intimacy.

Tingkat ketidakpastian yang tinggi dalam sebuah hubungan menyebabkan penurunan tingkat keintiman dari isi komunikasi. Tingkat ketidakpastian yang rendah menghasilkan tingkat keintiman yang tinggi. Aksioma ini memperlihatkan hubungan yang negatif antara ketidakpastian dan tingkat keintiman.

Oleh karena ketidakpastian yang cukup tinggi antara dua orang asing yang mengobrol, maka mereka mulai dengan pembicaraan yang ringan dan tidak secara nyata membuka diri. Keintiman dari isi komunikasi mereka sangat rendah, maka ketidakpastian mereka akan sangat tinggi. Aksioma keempat ini menyatakan bahwa jika mereka terus mengurangi ketidakpastian maka derajat tingkat

keintiman akan menjadi lebih tinggi. Charles R Berger (1979) menyatakan bahwa selama proses pembukaan diri ini, para partisipan harus menilai integritas dari keterbukaan itu.

Axiom 5 ; High levels of uncertainty produce high rates of reciprocity. Low levels of uncertainty produce low levels of reciprocity. A positive relationship is advanced here.

Ketidakpastian yang tingkat tinggi menghasilkan tingkat resiprositas yang tinggi. Tingkat ketidakpastian yang rendah menghasilkan tingkat resiprositas yang rendah pula. Hubungan yang positif terjadi di sini.

Selama dua orang asing atau lebih bertemu merasakan ketidakpastian mengenai satu sama lain, mereka akan cenderung untuk menerima perilaku masing-masing. Resiprositas (*reciprocity*) menyatakan bahwa jika seseorang memberikan sedikit detail personal, lainnya akan melakukan hal yang sama. Makin banyak orang berbicara satu sama lain dan mengembangkan hubungan mereka, makin mereka percaya bahwa resiprositas akan terjadi suatu titik tertentu.

Axiom 6 ; Similarities between people reduce uncertainty, whereas dissimilarities increase uncertainty. This axiom asserts a negative relationship.

Kemiripan di antara orang akan mengurangi ketidakpastian, sementara ketidakmiripan akan meningkatkan ketidakpastian. Aksioma ini menyatakan sebuah hubungan yang negatif.

Ketika orang asing saling bertemu dan ternyata mereka satu tempat kerja, mereka mungkin mempunyai kesamaan yang mengurangi beberapa ketidakpastian

mengenai satu sama lain secara cepat. Akan tetapi, ketidakmiripan yang mereka miliki akan memengaruhi tingkat ketidakpastian mereka.

Axiom 7 ; Increases in uncertainty level produce decreases in liking; decreases in uncertainty produce increases in liking. Another negative relationship is posited in this axiom.

Peningkatan tingkat ketidakpastian akan menghasilkan penurunan dalam kesukaan; penurunan dalam ketidakpastian menghasilkan peningkatan dalam kesukaan. Lagi-lagi hubungan negatif diperlihatkan oleh aksioma ini.

Ketika dua orang berusaha menghilangkan ketidakpastian, mereka akan meningkatkan kesukaan mereka satu dengan yang lainnya. Jika terus merasakan ketidakpastian yang tinggi kemungkinan mereka tidak saling menyukai.

2.6. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan temuan peneliti melalui penelitian internet dan literatur, peneliti telah menemukan jurnal dan temuan tertulis lainnya yang kurang lebih relevan. Hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut;

1. Jurnal Opini Mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap Fenomena *Cyberstalking* di Media Sosial oleh (Yusaputra dkk, 2018) Universitas Tadulako. Penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Isa Yusaputra dkk ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang berfokus pada populasi dan sampel tertentu dengan menggunakan angket (kuesioner) dengan jumlah 35 responden. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi mahasiswa ilmu komunikasi terkait fenomena *cyberstalking* yang

terjadi pada media sosial dengan meninjau strategi pengurangan ketidakpastian yaitu strategi pasif, aktif dan interaktif. Hasil dan pembahasan dari penelitian tersebut menyatakan *cyberstalking* menjadi sesuatu yang biasa di dunia maya saat ini, 51,4% menjawab setuju dan 42,9% menjawab sangat setuju, dengan melakukan 3 strategi sebagai berikut ; (1) Strategi Pasif yang mungkin dilakukan oleh pelaku *cyberstalking*, 71,4% mahasiswa mengatakan setuju sering melihat orang-orang mencari tau informasi melalui media sosial. Media sosial menjadi medium untuk memperoleh banyak informasi tanpa harus melibatkan objek secara langsung. (2) Strategi Aktif, langkah yang dilakukan oleh *cyberstalking* dengan melakukan pengamatan dan juga komunikasi untuk memperoleh informasi dari target yang diinginkan. Pada strategi ini pelaku berusaha untuk mencari informasi mengenai korban melalui hal-hal di sekitarnya, misalnya dari interaksinya dengan orang lain dan juga responnya terhadap suatu hal, 48,6% responden setuju dengan hal tersebut. (3) Strategi Interaktif, langkah yang dilakukan oleh *cyberstalking* dengan melakukan interaksi kepada target. Strategi interaktif dianggap mengganggu oleh 60,0% responden, karena menurut mereka, jika sudah melakukan interaksi, *cyberstalking* dinilai sangat mengganggu para korban atau yang menjadi target si stalker

2. Jurnal Strategi Pengurangan Ketidakpastian dalam Sistem Komunikasi Interpersonal (Studi Fenomenologi pada Peserta On The Job Training Program ke Jepang dari PT Hitachi *Construction Machinery* Indonesia Periode Pemberangkatan Tahun 2009 – 2012) oleh (Febriani &

Iqbal, 2015) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2015. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dengan metode wawancara semi-terstruktur dengan informan yang pernah menjadi peserta On The Job Training Program dari PT Hitachi *Construction Machinery* Indonesia pada tahun 2009-2012. Hasil dari penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa ketidakpastian yang dialami para peserta *On The Job Training Program* dari PT. Hitachi *Construction Machinery* Indonesia periode pemberangkatan tahun 2009-2012 merupakan jenis ketidakpastian kognitif yang disebabkan oleh dua faktor. Pertama keterbatasan kemampuan berbahasa Jepang. Hal ini membuat mereka seringkali tidak mampu memahami perbincangan dengan rekan-rekannya di Jepang sehingga mereka mengalami ketidakpastian kognitif, karena bingung bagaimana untuk merespon perbincangan tersebut. Kedua, keterbatasan informasi dan pengetahuan mereka terhadap situasi negara Jepang maupun karakter masyarakat disana. Ketidakpastian yang dialami para peserta membuat mereka merasa khawatir dan cemas dalam menghadapi situasi di lingkungan barunya, karena tidak sesuai dengan persepsi dan konsep diri yang dimiliki. Bahkan beberapa peserta juga merasa canggung untuk mulai berinteraksi dengan rekan-rekan barunya di Jepang. Para peserta kemudian termotivasi mengurangi ketidakpastian mereka, dengan mengaplikasikan strategi-stretegi pengurangan ketidakpastian yang dikemukakan oleh Charles Berger. Motivasi pengurangan ketidakpastian dilakukan para peserta untuk mendapatkan

nilai insentif, yang juga berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan komunikasi interpersonal dalam konteks organisasi.

3. Skripsi Terbentuknya *Cyberstalking* pada Media Sosial Instagram oleh (Oktavany, 2021), Universitas Islam Riau Tahun 2021. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara terhadap narasumber yang merujuk terhadap teori aktivitas rutin dengan meninjau berdasarkan 4 faktor, yaitu ; (1) *Space* atau tempat yang memungkinkan, (2) *A capable guardian* atau Perlindungan pengawasan yang digunakan, (3) *A suitable target* atau mudah menjadi sasaran, (4) *Motivated offender* atau pelaku yang termotivasi. Dengan Subyek *key* informan sebanyak 4 orang dan informan penelitian sebanyak 6 orang. Hasil dari penelitian ini menyatakan, penguntitan dapat terjadi pada Instagram itu sendiri, identitas dari akun dan perlindungan akun yang kuat atau tidak dapat menjadi sebuah tempat dalam terbentuknya fenomena penguntitan. Kemudian pengawasan dan perlindungan yang digunakan. Jika hal tersebut lemah, maka akan sangat mudah bagi seseorang menjadi target penguntitan. Motivasi atau keinginan bahkan dorongan dari setiap pengguna juga dapat memicu dalam fenomena tersebut

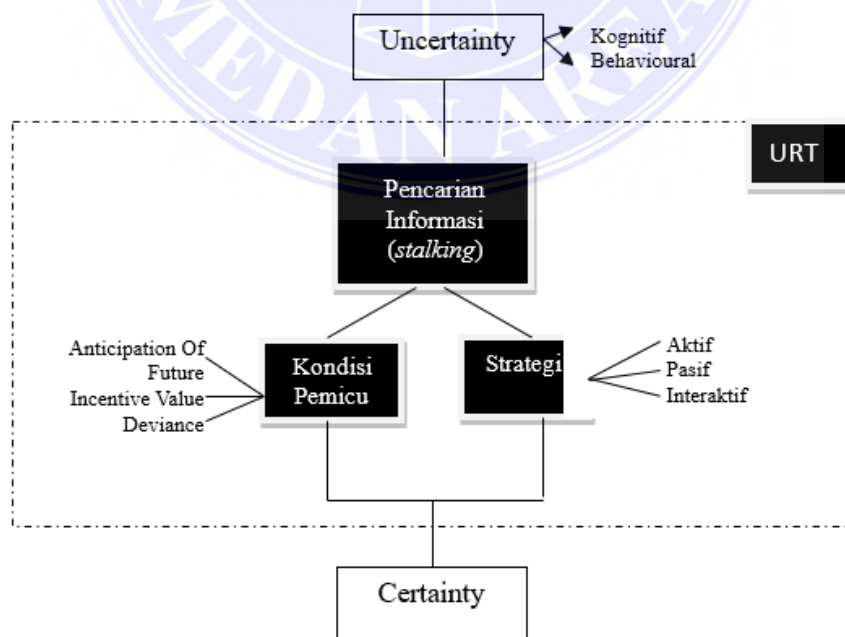
4. Jurnal yang ditulis oleh (Afnibar & Fajhriani, 2019) “Perilaku *Stalking* Remaja Zaman *Now* dalam Bingkai Teori *Behaviour*”. UIN Imam Bonjol Padang pada Tahun 2019. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan perilaku menguntit remaja masa kini dalam bingkai teori *behaviour*. Metode peneli yang digunakan adalah metode kualitatif. UIN Imam Bonjol Padang melalui wawancara rinci dengan dengan 10

mahasiswa (berusia remaja). Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak mahasiswa yang terlibat dalam *stalking*. Mereka biasanya menghabiskan minimal 2 jam dan maksimal 4 jam menguntit orang lain. Orang yang dikuntit biasanya mantan pacar dan orang yang mereka sukai. Menguntit oleh mahasiswa juga mempengaruhi perilaku mereka dalam kehidupan mereka, karena mereka dapat mengganggu pemikiran, percakapan, dan kehidupan sehari-hari mereka.

2.7. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian secara terstruktur mengenai pokok penting dalam penelitian, kerangka konseptual menjadi penghubung dari tiap elemen permasalahan yang akan diteliti.

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode adalah cara sistematis untuk mencapai tujuan. Sebuah metode yang digunakan untuk menangkap fenomena alam dan sosial kehidupan manusia dengan menggunakan teknik yang sistematis, teratur dan bertanggung jawab secara ilmiah. Nawawi (dalam Fitrah & Luthfiyah, 2017). Sementara penelitian merupakan kegiatan mencari, mencatat, menyusun dan menganalisis laporan. Untuk melukiskan gambaran perihal suatu gejala masyarakat atau kelompok tertentu maka penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk membuat deskripsi yang sistematis, berdasarkan fakta dan akurat tentang fakta dan karakteristik populasi atau subjek tertentu. Penelitian dengan jenis deskriptif ini tidak mengadakan manipulasi atau perubahan pada variable-variabel bebas, tetapi menggambarkan suatu kondisi apa adanya. Penggambaran kondisi bisa individual atau menggunakan angka-angka Sukmadinata (dalam Fitrah & Luthfiyah, 2017)

Pendekatan kualitatif lebih tepat dan sesuai digunakan untuk penelitian yang berkaitan dengan perilaku, sikap, motivasi, persepsi, dan studi perilaku subjek. Lebih jauh, Creswell (dalam Fitrah & Luthfiyah, 2017), menjelaskan bahwa di dalam penelitian kualitatif, pengetahuan dibangun melalui interpretasi terhadap multi perspektif yang berbagai dari masukan segenap partisipan yang terlibat di dalam penelitian

Metode ini akan sangat membantu untuk mendeskripsikan fenomena *stalking* pada penggunaan media sosial. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan nantinya akan berupa kata-kata, foto dan bukan angka

Penulis buku kualitatif Denzin dan Lincoln (2011) menemukan bahwa penelitian kualitatif adalah studi yang menggunakan lingkungan alam untuk tujuan menafsirkan fenomena yang terjadi dan menggabungkan berbagai metode yang ada.

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.1. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang akan berhasil dikumpulkan oleh peneliti secara langsung atau *first hand* yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data yang dilakukan. Kriteria informan utama dalam penelitian ini adalah :

- Pria dan wanita usia 17-25 tahun yang merupakan pengguna aktif media sosial. Pengguna yang melakukan kegiatan *stalking* melalui media sosial untuk mencari informasi

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder berisi tentang data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Sumber data sekunder dari penelitian ini yakni data yang didapatkan melalui penelusuran literatur juga *internet searching* yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

3.2.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti adalah observasi, wawancara, penelusuran literatur, survei internet dan dokumentasi.

- a. Observasi. Observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi non partisipan. Digunakannya jenis observasi ini adalah karena peneliti hanya menjadi pengamat dari subyek penelitian
- b. Wawancara. Menurut Esterberg (dalam Sugiyono, 2015), wawancara adalah pertemuan dua orang yang bertukar informasi dan ide dengan melakukan tanya jawab guna kembali pada kesimpulan dan makna suatu topik. Wawancara dibagi menjadi ;
 - Wawancara terstruktur, yaitu memungkinkan untuk mengontrol dan mengatur jalannya wawancara sehubungan dengan pertanyaan, jawaban yang disimpulkan dari sumber dan ruang lingkup pertanyaan. Biasanya wawancara jenis ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner
 - Wawancara semi terstruktur, mengacu pada satu rangkaian pertanyaan yang sifatnya terbuka. Jenis wawancara ini memungkinkan munculnya pertanyaan baru yang disebabkan jawaban yang diberikan oleh informan sehingga penggalian informasi dapat dilakukan lebih mendalam
 - Wawancara tidak terstruktur, hanya berisi sketsa dari data yang dikumpulkan (Mundir, 2013). Pewawancara juga bebas bertanya apa saja yang menurut mereka perlu. Pertanyaan yang diajukan tidak selalu dalam urutan yang sama. Juga, pertanyaannya tidak selalu sama (Nasution, 2003)Untuk penelitian ini, peneliti akan menggunakan jenis wawancara semi terstruktur. Nantinya peneliti akan menyiapkan pertanyaan-pertanyaan

terkait namun sifatnya bebas dan mengacu dengan serangkaian pertanyaan terbuka. Jenis wawancara ini dapat menimbulkan pertanyaan baru karena jawaban yang diberikan oleh narasumber, memungkinkan peneliti untuk memperdalam dan penggalian informasi selama sesi tanya jawab. Wawancara kepada informan utama dilakukan dengan komunikasi tatap muka namun untuk informan pendukung peneliti memilih untuk menghubungi via *chat* dalam mengefisiensi waktu dan jarak.

c. Studi Kepustakaan

Peneliti mencari data dengan melihat berbagai sumber, antara lain: Buku, artikel dan jurnal yang berhubungan dengan materi yang akan diteliti

d. *Internet Searching*

Teknologi pengumpulan data menggunakan teknologi mesin pencari Internet. Pencarian di internet memudahkan peneliti menemukan berbagai referensi, dari sumber nasional hingga internasional.

e. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode penumpukan dan analisis data yang berisi dokumen-dokumen baik itu tertulis, gambar maupun elektronik yang dibuat oleh subyek tersebut atau orang lain tentang subyek. Nantinya, dokumen yang akan dihasilkan pada penelitian ini merupakan informasi tambahan yang bukan manusia (*no human resources*) ini dikarenakan subyek penelitian melakukan perilaku di media sosial maka output yang dihasilkan berupa *screenshot*. Tangkapan layar berupa gambar ini umumnya seperti unggahan di fitur-fitur di Instagram

3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di lokasi Akhirnya Coffee selama 8 minggu dengan mewawancarai informan dengan kriteria seperti yang disebutkan di atas

Tabel 3.1. Jadwal Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Juni 2022	Juli 2022	Agustus 2022	September-Januari 2022	Februari 2023	Maret-Juli 2023
1	Penyusunan Laporan Proposal						
2	Perbaikan Laporan Proposal						
3	Seminar Proposal						
4	Pengumpulan Data Penelitian						
5	Penyusunan Laporan Penelitian						
6	Seminar Hasil						
7	Perbaikan Laporan						
8	Pengajuan Sidang Meja Hijau						
9	Sidang Meja Hijau						

3.4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu untuk tercapainya keberhasilan dan mempermudah dalam proses pengambilan data entah itu menggunakan metode observasi, wawancara ataupun yang lainnya. Oleh karena penelitian ini adalah penelitian kualitatif maka instrumen penelitian ini meliputi; peneliti, panduan wawancara, alat tulis, alat rekam dan dokumen/literatur

3.5. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan model Milles dan Huberman. Analisis model ini memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis selama penelitian berlangsung. Dalam (Sugiyono, 2015), aktivitas yang berkaitan dengan analisis data adalah:

1. Reduksi Data

Data yang tersedia di lapangan pasti sangat kompleks dan rumit. Untuk alasan ini, data harus direduksi atau diringkas untuk diseleksi. Hal ini dikarenakan pendapat masing-masing informan cenderung kompleks dan heterogen. Oleh karena itu, reduksi data diperlukan untuk membantu peneliti memilih data yang mereka butuhkan untuk penelitian ini.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Data tersebut bisa berupa tabel, grafik, dll. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan peneliti dalam mengorganisasikan dan memahami hasil penelitiannya. Karena penelitian yang dilakukan dan keragaman data yang diperoleh, maka perlu untuk mengklasifikasikan jenis data yang diperoleh. Ini membantu peneliti untuk menyajikan data dari temuan mereka. Oleh karena itu, ketika mengirimkan informasi kepada pembaca, tidak ada data yang ambigu atau data yang bertentangan dengan kenyataan yang ada.

3. Verifikasi Data Kesimpulan

Ini adalah *review* catatan lapangan atau *review* untuk membuat kesepakatan antar subyek. Data yang diperoleh dapat dikorelasikan dan dipadankan satu sama lain, agar mempermudah menarik kesimpulan dari jawaban yang diperoleh

3.6. Pengujian Kredibilitas Data

Selain menyangkal tuduhan bahwa penelitian kualitatif tidak ilmiah, pemeriksaan pengujian kredibilitas data pada dasarnya merupakan bagian integral dari pengetahuan penelitian kualitatif. Moleong (2010) mengatakan sebuah penelitian dapat terbukti merupakan penelitian ilmiah jika sudah melakukan keabsahan data tersebut dengan menguji data yang diperoleh. Pengujian dalam dilakukannya keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi; *credibility*, transferabilitas, reliabilitas dan *confirmability*. Suatu penelitian kualitatif dinyatakan absah apabila memiliki *credibility* (keterpercayaan), *transferability* (keteralihan), *dependability* (keteguhan) dan *confirmability* (konfirmasi). (Sugiyono, 2005).

Untuk menguji keabsahan data perlunya digunakan teknik triangulasi pada penelitian ini. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang menggunakan sesuatu selain data tersebut untuk keperluan verifikasi atau untuk perbandingan dengan data tersebut. Fungsi triangulasi adalah untuk memahami fenomena sosial dan struktur psikologis, dan menggunakan satu alat ukur saja tidak cukup.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber atau triangulasi data, melibatkan perbandingan atau validasi ulang tingkat kepercayaan informasi dari berbagai sumber data seperti hasil wawancara, arsip maupun dokumen lainnya. Proses penelitian ini diawali dengan menetapkan lingkup fenomena yang akan diteliti, yaitu bagaimana seseorang mengalami sebuah fenomena ketidakpastian dan strategi pengurangan ketidakpastian yang dilakukan dalam menghadapi situasi tertentu dengan melakukan *stalking* melalui

media sosial. Selanjutnya peneliti mengambil interpretasi dari data yang sudah dikumpulkan dari berbagai informan dengan bermacam *insight* yang berbeda.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data penelitian yang telah diperoleh dan didukung teori yang telah diuraikan, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa perilaku memeriksa atau mengintip akun media sosial orang lain untuk mendapatkan informasi dapat disebut sebagai *stalking*. *Stalking* melalui media sosial biasanya dilakukan tanpa sepengetahuan pun tanpa *consent* dari si pemilik akun. Orang-orang kerap melakukan kegiatan *stalking* dan tanpa merasa mengganggu, ini dikarenakan; 1) tidak ada yang salah melihat akun media sosial orang lain, 2) untuk beberapa informasi memang sengaja disebar oleh pemilik akun, 3) informasi yang diunggah ke media sosial adalah milik publik, maka *stalking*, selama tidak mengganggu dan menimbulkan kerusakan, akan dianggap wajar dan biasa saja atau memang *stalking* akan selalu koheren dengan media sosial.

Perasaan untuk selalu ingin mengetahui informasi perihal “Sekarang ia sedang dimana? Foto selfie apa yang ia unggah hari ini? Bagaimana suasana hatinya? Bagaimana karakternya dan cara ia berpikir? Bagaimana hubungannya dengan gebetan atau pacar barunya?” dan sebagainya akan membentuk ‘*pattern*’ mengapa orang melakukan *stalking*. Sesederhana ingin mengetahui kabar terbarunya. Terkadang, beberapa orang membiarkan *impuls* menjadi tidak terarah dengan memeriksa akun seseorang secara terus-menerus.

Beberapa hal berkaitan pemenuhan informasi melalui *stalking*, dapat peneliti simpulkan antara lain;

1. Kondisi Pemicu; Beberapa kondisi pemicu informan melakukan *stalking* dikarenakan rasa penasaran dan ketidaknyamanan ketidakpastian

kognitif yang dialami. Maka informan akan dengan sengaja memeriksa profil media sosial target demi memenuhi informasi tersebut. Charles mengemukakan seseorang termotivasi untuk mengurangi rasa ketidakpastian, didasari oleh 3 kondisi pemicu yaitu 1) *Anticipation of Future*, 2) *Incentive Value*, 3) *Deviance* yang dimana pada ketiga kondisi pemicu ini hanya dua saja yang relevan yaitu *Anticipation of Future* dan *Incentive Value*

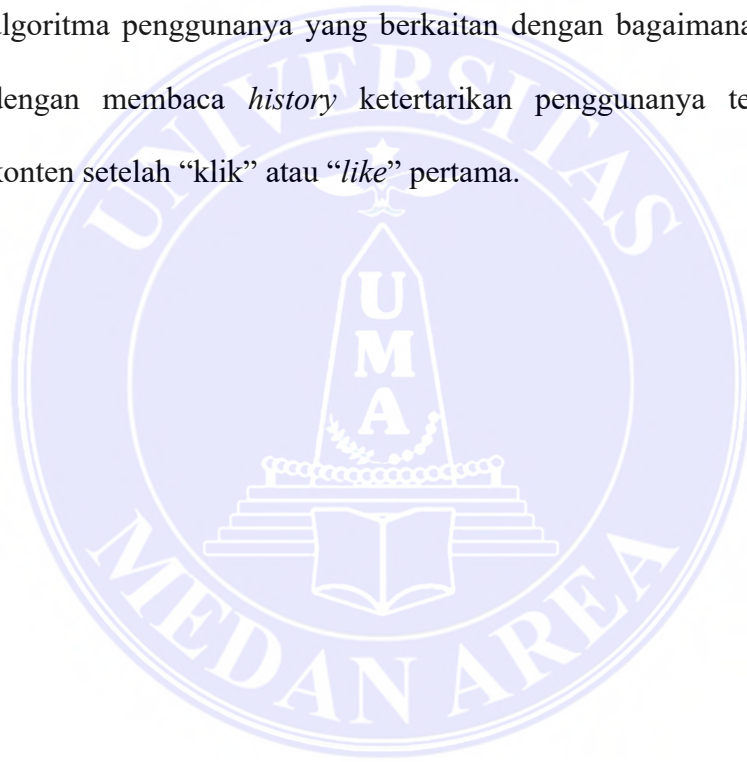
2. Strategi Pengurangan Ketidakpastian; *Stalking* atau pemenuhan informasi melalui media sosial dilakukan dengan 3 strategi pengurangan ketidakpastian, diantaranya; 1) strategi pasif, 2) strategi aktif dan 3) strategi interaktif yang dimana dari ketiga strategi ini, informan kerap menggunakan strategi pasif dan aktif yaitu hanya terbatas pemeriksaan profil media sosial target dan profil akun teman atau kerabat target. Strategi pasif kerap dilakukan jika hanya ingin mengetahui kabar terbaru dari target saja dan pada strategi ini individu cenderung memakai akun palsu agar identitas informan tidak terungkap. Strategi aktif dilakukan jika informan merasa tidak merasa cukup dengan informasi yang ia dapat melalui akun si target dan dalam beberapa *case*, seorang *seeker* bahkan mampu menjalin interaksi dengan kerabat si target. Lain halnya dengan strategi interaktif dimana *seeker* mencoba menjalin interaksi langsung dengan target.

5.2. Saran

Ketidakpastian yang dialami oleh individu akan selalu memicu keinginan untuk memperoleh informasi yang lebih akurat dan lengkap. Untuk itu peneliti

menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperdalam bagaimana *stalking* bertindak sebagai pencarian informasi yang disebabkan oleh kondisi pemicu di bawah ini:

1. *Deviance* (penyimpangan) yaitu bagaimana manusia tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut perihal orang lain yang dianggap eksentrik atau hal-hal yang diluar dari kebiasaan umum
2. *Incentive Values* (nilai insentif) yaitu nilai insentif didukung oleh algoritma penggunaanya yang berkaitan dengan bagaimana mesin bekerja dengan membaca *history* ketertarikan penggunaanya terhadap sebuah konten setelah “klik” atau “like” pertama.



DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Berger, C R, Kellerman, K., & Bostrom, R. N. (1983). *Communication Yearbook* 7.
- Bocij, P. (2004). *Cyberstalking: Harassment In The Internet Age And How To Protect Your Family*. Greenwood Publishing Group.
- Creswell, J. W. (2014). *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed*. Pustaka Belajar.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The Sage Handbook Of Qualitative Research*. Sage.
- Fitrah, M., & Luthfiah, D. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif. Tindakan Kelas Dan Studi Kasus., Sukabumi: Jejak*.
- Hall, D. M. (1998). The Victims Of Stalking. In *The Psychology Of Stalking* (Pp. 113–137). Elsevier.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education Inc.
- Liliwari, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Kencana.
- Littlejohn, S., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi. Penerjemah: Mohammad Yusuf Hamdan*. Salemba Humanika.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia Of Communication Theory* (Vol. 1). Sage.
- Mardalis. (2003). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Bumi Aksara.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mundir. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Stain Jember Press.
- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Pustaka Belajar.
- Nawawi, H. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Gadjah Mada University Press.
- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, Dan Disrupsi Informasi*. Prenada Media.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Pt Alfabet.
<https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>
- Sukmadinata, N. S. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Young, K. S. (1999). *Internet Addiction: Symptoms, Evaluation, And Treatment*. Professional Resource Exchange.

Skripsi

- Afnibar, & Fajhriani, N. D. (2019). Perilaku *Stalking* Remaja Zaman Now Dalam Bingkai Teori Behavior (Studi Terhadap Mahasiswa Uin Imam Bonjol Padang). *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 3(2).
- Aula, A. (2020). *Cyberstalking Dalam Perspektif Komunikasi Profetik (Studi Deskriptif Kualitatif Unggahan Akun Media Sosial Instagram@Englishbusters)*. Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Agustina, A. (2020). *Pengaruh Onlineshop Pada Media Sosial Instagram*

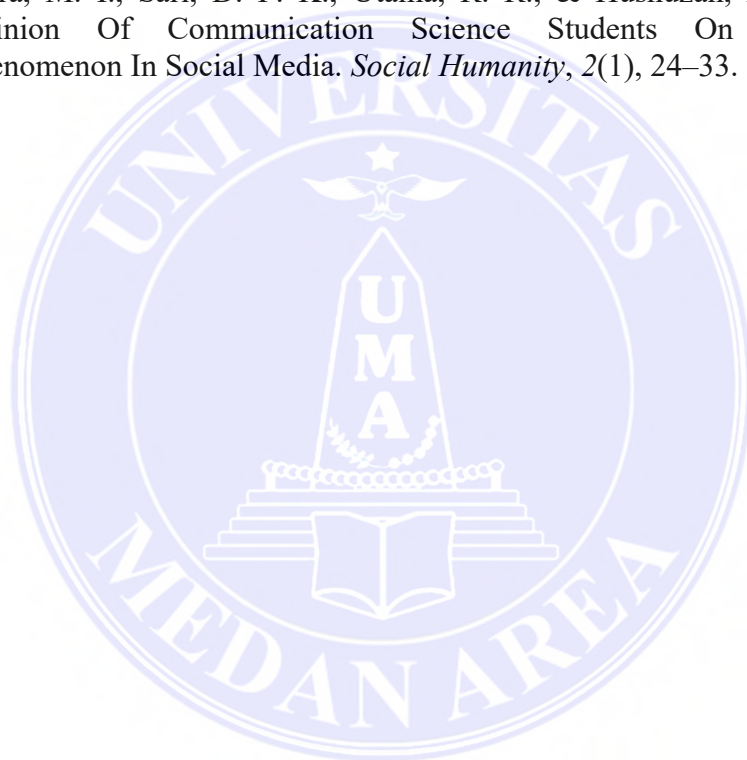
Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X Di Smk Negeri 2 Ponorogo. Iain Ponorogo.

- Febriani, N. W., & Iqbal, F. (2015). Strategi Pengurangan Ketidakpastian Dalam Sistem Komunikasi Interpersonal (Studi Fenomenologi Pada Peserta On The Job Training Program Ke Jepang Dari Pt. Hitachi Construction Machinery Indonesia Periode Pemberangkatan Tahun 2009-2012). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 8(2).
- Fitrah, M., & Luthfiah, D. (2017). Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif. *Tindakan Kelas Dan Studi Kasus.*, Sukabumi: Jejak.
- Oktavany, L. (2021). *Terbentuknya Cyberstalking Pada Media Sosial Instagram*. Universitas Islam Riau.

Jurnal

- Berger, A. N. (1995). The Relationship Between Capital And Earnings In Banking. *Journal Of Money, Credit And Banking*, 27(2), 432–456.
- Berger, Charles R. (1979). Beyond Initial Interaction: Uncertainty, Understanding, And The Development Of Interpersonal Relationships. *Language And Social Psychology*, 6, 1–62.
- Berger, Charles R, & Calabrese, R. J. (1975). Some Explorations In Initial Interaction And Beyond: Toward A Developmental *Theory* Of Interpersonal Communication. *Human Communication Research*, 1(2), 99–112.
- Berger, Charles R, Gardner, R. R., Clatterbuck, G. W., & Schulman, L. S. (1976). Perceptions Of Information Sequencing In Relationship Development. *Human Communication Research*, 3(1), 29–46.
- Brashers, D. E. (2001). Communication And Uncertainty Management. *Journal Of Communication*, 51(3), 477–497.
- Burgess, A. W., Baker, T., Greening, D., Hartman, C. R., Burgess, A. G., Douglas, J. E., & Halloran, R. (1997). *Stalking* Behaviors Within Domestic Violence. *Journal Of Family Violence*, 12, 389–403.
- Chaulk, K., & Jones, T. (2011). *Online* Obsessive Relational Intrusion: Further Concerns About Facebook. *Journal Of Family Violence*, 26, 245–254
- Hollenbaugh, E. E., & Ferris, A. L. (2014). Facebook Self-Disclosure: Examining The Role Of Traits, Social Cohesion, And Motives. *Computers In Human Behavior*, 30, 50–58.
- Liang, M., Xin, Z., Yan, D. X., & Jianxiang, F. (2021). How To Improve Employee Satisfaction And Efficiency Through Different Enterprise Social Media Use. *Journal Of Enterprise Information Management*, 34(3), 922–947.
- Maria, I., Wijaya, V., & Keni, K. (2021). Pengaruh Information Quality Dan Service Quality Terhadap Perceived Value Dan Konsekuensinya Terhadap Customer Engagement Behavior Intention (Studi Pada Social Commerce Instagram). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 321–334.
- Sespiani, K. A., Apilia, M., & Irwansyah, I. (2021). Teori Reduksi Ketidakpastian Dalam Cyber Romantic Relationship. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(1), 52–71.
- Stiff, C. (2019). The Dark Triad And Facebook Surveillance: How Machiavellianism, Psychopathy, But Not Narcissism Predict Using Facebook To Spy On Others. *Computers In Human Behavior*, 94, 62–69.
- Tandon, A., Dhir, A., & Mäntymäki, M. (2021). Jealousy Due To Social Media?

- A Systematic Literature Review And Framework Of Social Media-Induced Jealousy. *Internet Research*, 31(5), 1541–1582
- Tandon, A., Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., & Mäntymäki, M. (2021). Dark Consequences Of Social Media-Induced Fear Of Missing Out (Fomo): Social Media *Stalking*, Comparisons, And Fatigue. *Technological Forecasting And Social Change*, 171, 120931.
- Turner, R. N., West, K., & Christie, Z. (2013). Out-Group Trust, Intergroup Anxiety, And Out-Group Attitude As Mediators Of The Effect Of Imagined Intergroup Contact On Intergroup Behavioral Tendencies. *Journal Of Applied Social Psychology*, 43, E196–E205.
- Whiteside, N., Aleti, T., Pallant, J., & Zeleznikow, J. (2018). Helpful Or Harmful? Exploring The Impact Of Social Media Usage On Intimate Relationships. *Australasian Journal Of Information Systems*, 22.
- Yusaputra, M. I., Sari, D. F. K., Utama, R. R., & Husnuzan, A. (2018). The Opinion Of Communication Science Students On *Cyberstalking* Phenomenon In Social Media. *Social Humanity*, 2(1), 24–33.



LAMPIRAN

A. Lampiran Pertanyaan Wawancara

1. Apakah kamu punya Instagram?
2. Apakah kamu tau kata *Stalking*?
3. Menurut kamu bagaimana fenomena *Stalking* di era media sosial sekarang?
4. Apakah kamu pernah *Stalking*?
5. Biasanya siapa yang di-*stalking* dan apakah pakai akun Instagram? Mengapa?
6. Paling sering melakukan kegiatan *Stalking* saat apa dan mengapa?
7. Apakah menggunakan akun asli?
8. Apakah dengan *stalking* dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan?
9. Biasanya kamu sekedar mengintip akunnya saja atau memperhatikan detail hal yang ia unggah?
10. Apakah sampai berkunjung ke akun temannya?
11. (Kalau iya) Apakah kamu mengunjungi akun temannya secara berulang?
12. (Kalau iya) Apakah sampai melakukan interaksi dengan temannya?
13. Apakah sampai mengaktifkan notifikasi untuk mendapat kabar terbarunya?
14. Apakah kamu mencoba melakukan interaksi dengan orang yang kamu *stalking*?
15. Setelah melakukan *stalking*, apakah akhirnya kamu memutuskan untuk melanjutkan komunikasi atau tidak?

B. Lampiran Dokumentasi Penelitian



Informan Diah



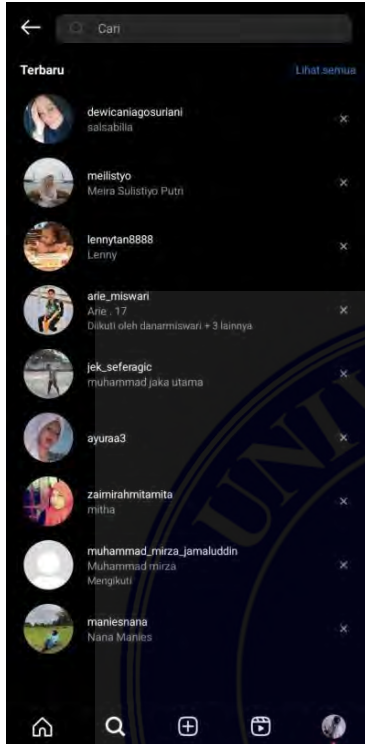
Informan Ica



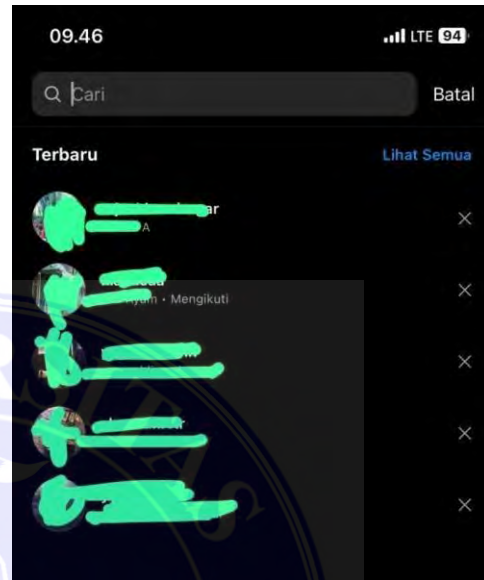
Informan Andi

C. Lampiran Tangkapan Layar Pencarian Informan

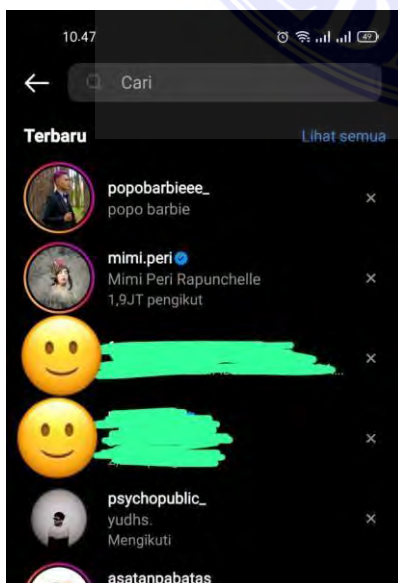
Tangkapan layar pencarian Informan Atun



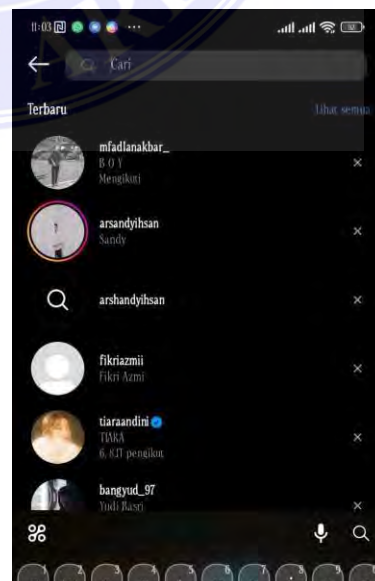
Tangkapan layar pencarian Informan Ica



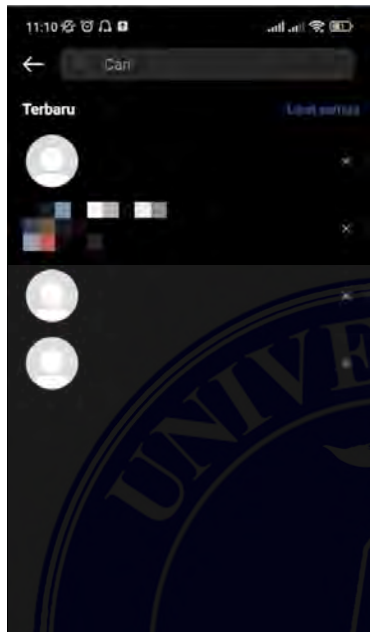
Tangkapan layar pencarian Informan Diah



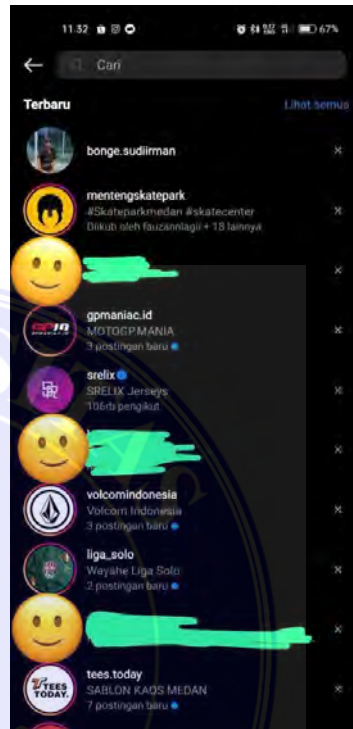
Tangkapan layar pencarian Informan Andi



Tangkapan layar pencarian Informan Nurul



Tangkapan layar pencarian Informan Meisel



Tangkapan layar Pencarian Informan Iqbal



Akhirnya

AKHIRNYA COFFEE MEDAN

Jl. Sei Putih No. 9 Medan
Kec. Medan Baru, Kota Medan Sumatera Utara 20153

SURAT KETERANGAN

Nomor :

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ara Auza
Jabatan : Pemilik

Dengan ini menyatakan bahwa Mahasiswa Universitas Medan Area, yang bernama :

Nama : Puspita Habibah
NPM : 188530154
Alamat : Jl Amal Gg Tentram No 05 Medan
Jenis Kelamin : Perempuan
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah benar-benar menyelesaikan riset atau penelitian di Akhirnya Coffee Medan selama 2 bulan terhitung sejak Desember hingga Februari 2023 untuk mengolah data serta memperoleh data yang berkaitan dengan judul "*STALKING PADA INSTAGRAM DITINJAU DARI UNCERTAINTY REDUCTION THEORY*"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, Februari 2023

Pimpinan Akhirnya Coffee


Ara Auza