

# STRATEGI PERTEMANAN MASYARAKAT URBAN PADA SITUS JEJARING SOSIAL *PATH*

Oleh:

Jimi Narotama Mahameruaji<sup>1</sup>, Detta Rahmawan<sup>2</sup>  
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran  
[mahameruaji@gmail.com](mailto:mahameruaji@gmail.com)

## ABSTRAK

Saat ini beragam situs jejaring sosial dengan fungsi dan fitur yang berbeda telah menjadi bagian dalam gaya hidup masyarakat urban. Berbagai macam jenis situs jejaring sosial ini menimbulkan adanya corak penggunaan yang berbeda-beda. Penelitian ini terfokus pada salah satu situs jejaring sosial yang saat ini sedang populer di kalangan masyarakat urban yaitu *Path*. Penelitian ini mencoba untuk menganalisis salah satu corak penggunaan situs jejaring sosial *Path* dengan menitik beratkan pada konsep strategi pertemanan. Konsep strategi pertemanan dalam situs jejaring sosial menjadi penting karena dianggap sebagai salah satu langkah utama dalam melindungi privasi para penggunanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Subjek dari penelitian ini adalah masyarakat urban di Jakarta dan Bandung yang dipilih dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini melihat bagaimana strategi para responden penelitian dalam mencari dan memilih pengguna lain untuk dimasukkan dalam jaringan pertemanan mereka, serta menjelaskan ragam informasi yang mereka bagikan dengan para pengguna lain dalam jaringan sosial mereka. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk studi-studi lainnya yang sejenis atau berkaitan dengan isu strategi pertemanan dalam situs jejaring sosial, privasi online atau privasi dalam situs jejaring sosial.

Kata Kunci: *Path*, strategi pertemanan, situs jejaring sosial.

---

## PENDAHULUAN

Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, beragam situs jejaring sosial yang ada saat ini telah menjadi bagian dalam gaya hidup masyarakat urban. Berbagai macam jenis situs jejaring sosial yang ada saat ini memiliki fungsi dan fitur yang berbeda sehingga menimbulkan adanya corak penggunaan yang berbeda-beda. Penelitian ini terfokus pada salah satu situs jejaring sosial yang saat ini sedang populer di kalangan masyarakat urban yaitu *Path*.

*Path* adalah salah satu situs jejaring sosial berbasis di San Fransisco yang diluncurkan pada bulan November 2010. *Path* memfokuskan diri sebagai situs jejaring sosial yang bersifat lebih "privat", dan lebih melindungi privasi penggunanya (Masna, 2011). Pada awal peluncurannya masing-masing pengguna hanya bisa memiliki 50 "teman" atau pengguna lain yang terkoneksi dengan mereka. Namun kemudian kebijakan ini berubah dan akhirnya jumlah maksimal "teman" yang dapat dimiliki dalam *Path* bertambah menjadi 150 orang, dan kemudian bertambah lagi menjadi 500 orang. *Path* memiliki fitur pengelolaan privasi yang berbeda dengan situs jejaring sosial lain seperti Facebook dan Twitter, dua situs jejaring sosial yang populer saat ini tidak membatasi jumlah teman dari setiap penggunanya. Sangat memungkinkan bagi seseorang untuk memiliki jaringan besar berupa seribu teman di Facebook atau seribu *follower* di Twitter. Sedangkan keputusan dari pembuat *Path* untuk

membatasi jumlah “teman” membuat para penggunanya memiliki kecenderungan untuk hanya memilih teman terdekat yang mereka percayai dan betul-betul mereka kenal. Hal inilah yang kemudian menyebabkan para pengguna *Path* untuk melakukan proses pemilihan teman secara lebih selektif, dan tidak begitu saja menerima permintaan pertemanan dari orang-orang yang tidak dikenalnya.

Dave Morin, salah satu pendiri *Path* menyatakan bahwa dengan adanya jejaring sosial yang hanya terisi oleh orang-orang terdekat, maka diharapkan para penggunanya dapat berbagi berbagai hal mengenai diri mereka dengan nyaman. Perbedaan lain dari *Path* adalah layanan mereka yang relatif bersih dari iklan, hal yang juga dilakukan demi menjaga kenyamanan para penggunanya (Goel, 2013). *Path* adalah salah satu situs jejaring sosial populer yang menekankan pentingnya masalah privasi dalam berbagai aktivitas interaksi dan komunikasi dalam dunia maya. Penelitian ini mencoba untuk menganalisis salah satu corak penggunaan situs jejaring sosial *Path* dengan menitik beratkan pada konsep strategi pertemanan. Konsep strategi pertemanan dalam situs jejaring sosial menjadi penting karena dianggap sebagai salah satu langkah utama dalam melindungi privasi para penggunanya.

Istilah situs jejaring sosial (*Social Network Sites*) dan media sosial (*Social Media*) saat ini sering digunakan secara bebas untuk merujuk pada situs-situs seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Tumblr*, *Path*, dll. Meskipun demikian, dapat juga dikatakan bahwa media sosial, merupakan sebuah situs yang memungkinkan penggunanya (*user*) dapat dengan mudah membuat sebuah “konten” media (baik itu berupa teks, foto, musik, dll) menggunakan teknologi Web 2.0 (*User generated content*) dan menyebarkannya kepada jaringannya. Oleh karena itu konsep media sosial lebih berfokus pada proses produksi, distribusi, dan konsumsi konten media (Murthy, 2012). Sedangkan penelitian dari danah m. boyd & Nicole B. Ellison yang berjudul *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship* mendefinisikan situs jejaring sosial sebagai sebuah situs yang memungkinkan penggunanya untuk (1) membuat sebuah profil yang bersifat publik atau semi publik, (2) membuat sebuah daftar berisi pengguna lain yang terkoneksi dengan mereka, dan (3) melihat dan menampilkan daftar koneksi lain yang telah dibuat oleh sesama pengguna situs tersebut (boyd & Ellison, 2007). Dalam situs jejaring sosial, penggunanya biasanya melakukan interaksi dengan orang-orang yang sudah mereka kenal sebelumnya. Sedangkan penggunaan media sosial dapat dipengaruhi oleh hobi, ketertarikan pribadi, dll sehingga selalu terdapat kemungkinan bagi penggunanya untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang baru di luar jaringannya sendiri, bahkan juga berinteraksi dengan figur publik, selebritis, dll (Murthy, 2012, p. 1061).

*Path* adalah salah satu situs jejaring sosial yang saat ini populer di Indonesia. Pengguna *Path* dapat membuat sebuah halaman profil dirinya, kemudian mereka juga dapat membuat sebuah daftar pertemanan atau *friend lists* dan memilih beberapa pengguna lain untuk dimasukkan ke dalam daftar tersebut. Tentunya pengguna juga dapat meng-*update* status dan juga mengunggah foto, video singkat, ataupun berbagai informasi mengenai lagu, buku, atau film yang mereka tonton. Interaksi dan komunikasi pada *Path* dapat dilakukan lewat rekaman kegiatan yang memiliki bentuk sebuah linimasa (*timeline*) (atau di *Path* disebut sebagai “*moment*”) dan juga lewat pesan pribadi yang lebih privat. Selain itu pengguna juga dapat memberikan komentar dan berbagai reaksi dalam bentuk *emoticon*<sup>1</sup> kepada berbagai *postingan* dari pengguna lain.

Perkembangan situs jejaring sosial terjadi di berbagai belahan dunia dan salah satunya adalah Indonesia. Masyarakat Indonesia sendiri dalam beberapa tahun terakhir telah menjadi sorotan dunia. Pada bulan Januari 2014, sebuah survey internet global mengatakan bahwa Indonesia mengalami peningkatan penggunaan internet dan berbagai media sosial secara

---

<sup>1</sup>*emoticon (emotion icon)* adalah salah satu bentuk representasi dari emosi manusia dalam bentuk teks yang dibuat sedemikian rupa hingga menyerupai mimik wajah manusia. <http://en.wikipedia.org/wiki/Emoticon>

cukup signifikan. Dari data yang dikompilasi dalam survey tersebut, disebutkan bahwa lebih dari separuh pengguna internet di Indonesia adalah mereka yang berasal dari kalangan masyarakat urban (We Are Social, 2014). Lewat data tersebut, terlihat bahwa sebagian besar (74%) menggunakan smartphone untuk mengakses akun media sosial milik mereka. Kemudian rata-rata dari mereka menghabiskan waktu sekitar 2 jam 54 menit sehari untuk mengakses media sosial (p. 91). Indonesia termasuk dalam pasar terbesar Facebook dengan 64 juta pengguna aktif dan terus meningkat (Grazella, 2014). Kemudian Jakarta juga sempat didaulat sebagai "Ibukota Twitter" dengan jumlah *tweet* atau kicauan yang sangat banyak melebihi kota-kota lain di seluruh dunia (SemioCast, 2012; Saleh, 2013). Bahkan Bandung, ibukota Jawa Barat juga masuk sebagai salah satu kota yang penggunanya sangat aktif melakukan "tweet" (ibid.).

Kehidupan perkotaan di Jakarta dan Bandung dianggap dapat mewakili gambaran dari masyarakat urban kelas menengah yang sangat dekat dengan ritme kehidupan pekerja profesional. Seperti telah disebutkan sebelumnya, masyarakat urban adalah salah satu pengguna terbanyak dari berbagai macam situs jejaring sosial. Selain Facebook dan Twitter, Indonesia juga adalah pasar terbesar bagi "*Path*", salah satu situs jejaring sosial yang belakangan sedang digandrungi oleh banyak sekali anak muda di Indonesia (Desyana, 2014). Dave Morin, pendiri *Path*, pertama kali merancang situs ini untuk menjadi sebuah jejaring sosial yang bersifat personal dan privat, berisikan keluarga dan orang-orang yang benar-benar penting dalam kehidupan setiap penggunanya. Ia memiliki sebuah pendapat yang menyatakan bahwa, semakin privat sebuah situs jejaring sosial, maka orang-orang (penggunanya) akan semakin nyaman dan semakin aktif dalam berbagi mengenai kehidupan mereka. Untuk itulah *Path* terus dirancang menjadi sebuah situs jejaring sosial yang bebas dari iklan, dan terus memperhatikan masalah privasi penggunanya (Goel, 2013).

*Path* dinilai sebagai sebuah situs jejaring sosial yang menjanjikan "privasi" yang lebih baik. Berbeda dengan Facebook dan Twitter yang bersifat lebih umum, dimana seseorang dapat memperluas jaringan sosialnya hingga menjadi sangat besar, *Path* lebih ditujukan untuk berinteraksi kepada orang-orang atau lingkungan sosial yang sudah dikenal oleh penggunanya, sebuah lingkungan pertemanan yang membuat penggunanya nyaman untuk berbagi bermacam-macam hal tanpa harus merasa khawatir akan masalah privasi. Oleh karena itu dalam prakteknya pengguna *Path* menerapkan berbagai macam strategi dalam pemilihan teman untuk melindungi kenyamanan mereka dalam menggunakan situs jejaring sosial ini.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus untuk mendapatkan gambaran yang bersifat detail dan komprehensif mengenai strategi pertemanan masyarakat urban dalam situs jejaring sosial *Path*. Studi kasus adalah metode penelitian yang mengeksplorasi sebuah kasus yang spesifik dengan menganalisis data secara detail berdasarkan berbagai sumber, "A case study is an exploration of a "bounded system" or a case (or multiple cases) over time through detailed, in-depth data collection involving multiple sources of information rich in context" (Cresswell, 1994, p. 61).

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat urban pengguna *Path* di kota Jakarta dan Bandung yang dipilih dengan cara *purposive sampling*. Untuk mendapatkan gambaran penggunaan *Path*, maka peneliti mencari responden dari daftar teman pada akun *Path* milik peneliti dan juga mencari responden pengguna *Path* di luar dari jaringan pribadi peneliti. Pengguna *Path* yang bersedia untuk menjadi responden telah diwawancarai dan juga diundang dalam sebuah Focus Group Discussion (FGD). Pemilihan responden penelitian dari daftar teman yang ada pada akun pribadi dipilih tidak berdasarkan faktor kemudahan akses semata, namun pertimbangan ini juga diambil karena alasan teknis. Dalam artian, berbeda

dari Twitter dan Facebook yang memiliki *public profile*, sehingga beberapa akun penggunanya dapat ditemui lewat mesin pencari seperti *google* atau *yahoo*, *Path* tidak mengizinkan akun-akun penggunanya dapat diakses secara publik. Data yang diperoleh disimpan dan dipilih secara sistematis berdasarkan berbagai tema-tema tertentu. Selanjutnya, analisis dilakukan secara deskriptif terkait dengan aspek-aspek yang dianalisis dan juga merujuk pada identifikasi masalah yang ada serta tujuan penelitian yang ingin diperoleh.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Situs jejaring sosial kini telah menjadi bagian dari rutinitas kehidupan sehari-hari masyarakat dan menjadi semacam wadah bagi seseorang untuk dapat memperlihatkan berbagai sisi dari kehidupan pribadinya. Seperti halnya sebuah catatan kejadian dalam kehidupan seseorang, situs jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter telah menjadi tempat untuk bercerita mengenai diri sendiri atau apa yang disebut sebagai "*storytelling of the self*" (Papacharissi, 2012). Dari hasil pengumpulan data yang telah dilakukan, terlihat bahwa alasan penggunaan *Path* ini tidak terlepas dari faktor rekomendasi dari lingkungan sosial. Semua responden mengaku bahwa salah satu alasan mereka menggunakan *Path* adalah karena teman-teman mereka juga memakai *Path*, dan beberapa merasa bahwa mereka tidak mau ketinggalan sesuatu hal yang sedang ramai dibicarakan oleh teman-temannya, seperti dikemukakan oleh salah satu responden,

Aku make *Path* ini juga ada yang rekomendasiiin ya..kan temen-temen suka ngomongin apa gitu, biar bisa ikutan ya ikutan medianya juga.. dulu rame Facebook semua ikut, pindah ke Twitter ikutan, sekarang pada pindah ke *Path* ya ikutan juga.." (wawancara FF)

Bagi para pengguna *Path*, salah satu alasan penting bagi mereka dalam menggunakan situs jejaring sosial tersebut adalah mengenai masalah privasi. Bagi mereka, *Path* merupakan sebuah situs jejaring sosial yang memungkinkan mereka untuk lebih selektif memilih siapa-siapa saja orang yang akan mereka masukkan ke dalam jaringan mereka. Terdapat berbagai macam "strategi" pemilihan teman bagi para pengguna *Path*. Misalnya saja, salah seorang pengguna secara sangat ketat menyeleksi siapa-siapa saja yang hendak mereka masukkan dalam pertemanan mereka, sehingga biasanya tipe orang yang melakukan strategi ini memiliki *waiting list* atau daftar tunggu cukup panjang berisi sejumlah orang yang ingin berteman dengan mereka. Namun ada juga yang menerima dulu siapa saja yang meng-*add* mereka, baru kemudian melakukan seleksi setelah pertemanan di *Path* terjadi dengan melihat dari kualitas konten pengguna tersebut, dan apakah konten yang mereka posting memang sesuai atau "cocok" dengan mereka.

Apapun strategi yang dipilih, terlihat bahwa bentuk privasi paling dasar yang menjadi perhatian pengguna *Path* adalah mengenai pemilihan orang yang akan dimasukkan ke dalam jaringan pertemanan *Path* mereka. Para responden mengaku strategi ini tetap dilakukan saat jumlah teman yang dapat diterima seseorang hanya 150 hingga saat ini jumlahnya diperbanyak menjadi 500. Hal ini menunjukkan bahwa penambahan kuota maksimal jumlah teman bukan berarti secara langsung dapat mengubah cara mereka dalam menggunakan *Path*.

*Path* ini kan lumayan..*close circle* gitu.. sampe hari ini pun gua ga pernah nyampe 150. gua ga pernah menuhin, gua bener-bener "the one that matters" buat gua... lo kalo liat *waiting listfriend request* gua itu ada 30, padahal ada beberapa yang lumayan dekat.. tapi ya ga gua bener-bener selektif, karena gua tau yang gua share itu kadang-kadang personal banget yang ga semua orang harus tau. (Wawancara MN)

Kalo *Path* itu gua merasa lebih berhak gitu ya, kalo di Twitter kadang kaya keterlaluan kalo ga follow, karena kalau Twitter kan lingkupnya luas buat gua, jadi misalnya ada temennya temen gua siapa, ya gua follow..kalo di *Path* itu kaya ada misalnya *circle* pertama, temen gua tu ini.. ini.. ini.. siapa aja, gitu. Jadi gua pikir ga berhak nge-*demand* orang untuk.. "ih kok gua ga di-*approve* ya", gitu.. gua punya hak untuk lebih memilih aja, temen-temen gua siapa, dan kayanya yang beredar di luar sana ya udah jadi *common thing aja* kalo misalnya ga di-*approve* di *Path* ya berarti "oh kita ga sedeket itu". (Wawancara RM)

Iya buat aku ga semua bisa jadi orang-orang yang ada di *Path* aku. Yang aku *add* itu orang yang aku kenal dekat aslinya, yang aku *approve* itu juga sama..tapi ya bisa misalnya ga terlalu dekat-deket amat tapi postingannya asik, ga annoying, ya itu juga gapapa.. (Wawancara FF)

Gua nge-approve orang bukan pengaruh 150 atau 500..intinya sih gua pengen timeline gua menarik, gitu loh.. bener-bener isinya orang-orang yang gua tau, dan emmang orang-orang yang pengen gua tau kegiatannya, gitu loh..kaya misalkan cuma gua kenal gitu aja.. tapi gua ga mau tau kegiatan dia ya..ngga ya, gua pengen *Path* gua itu ya isinya orang-orang tadi, yang gua mau tau.. (Wawancara YC)

Persoalan mengenai pemilihan teman merupakan salah satu hal yang penting dalam privasi pengguna *Path*. Ada kalanya kesalahan strategi dalam memilih teman ini akan menjadi penghambat bagi seseorang dalam beraktifitas di *Path*. Ketika jaringan pertemanan di *Path* terlanjur terisi oleh orang-orang yang bukan dari lingkungan terdekat, seorang pengguna yang diwawancara memilih untuk menghapus akun lamanya dan membuat sebuah akun baru dan melakukan seleksi pertemanan secara lebih ketat. Ia merasa jaringan yang dibentuk di akun lama membatasi ekspresi dirinya.

Ini aku akun baru yah, baru setahun..aku sebenarnya pake *Path* udah tiga taun.. uhm, terpaksa mesti jaim yah sama orang-orang yang dulu. Dulu mah niatnya 150 orang mah ga akan terlalu cepet gitu penuh..masa sih kita temenan sama 150 orang.. ternyata dalam dua bulan atau satu bulan setengah itu tuh penuh, malahan rasanya pengen nge-unshare orang, ini nih udah ngantri nih ada, tapi ga mungkin.. aku modelnya bukan orang yang pengen nge-unshare..di akun yang dulu itu misalnya, kaya aku ikut organisasi gitu yang.. ya sebetulnya ga disuruh sih ya, tapi mesti kaya *image* hidup sehat gitu, sedangkan aku masih ngerokok.. jadi ga bebas gitu.. dan tapi ya aku pikir mau sampe kapan kaya gitu *susulumputan*.. jadi daripada *piomongeun* ya lebih baik aku ga temenan sama mereka di *Path*. (Wawancara NG)

Sesuai dengan fungsi utama *Path* sebagai situs jejaring sosial yang bersifat lebih privat, peneliti menemukan bahwa banyak diantara penggunanya mengembangkan jaringan pertemanan *online* mereka berdasarkan hubungan *offline* mereka, atau dengan kata lain, para pengguna *Path* cenderung akan meng-*add* seseorang yang berada dalam jaringan sosial mereka dan bukan untuk sebuah pengembangan jaringan secara luas. Hal ini tentu dipengaruhi juga oleh mekanisme pertemanan di *Path* yang hanya mengizinkan penggunanya untuk memiliki 150 orang teman (walaupun kini bertambah menjadi 500). Dengan mekanisme ini, pengguna *Path* akan melakukan semacam seleksi terhadap orang-orang yang hendak mereka tambahkan sebagai teman. Begitu pula, biasanya mereka tidak akan

menerima permintaan pertemanan secara acak dari orang-orang yang tidak mereka kenal sebelumnya.

Dari hasil wawancara dan FGD yang telah dilakukan, terlihat bahwa kebanyakan pengguna Path akan memilih orang-orang terdekat mereka untuk menjadi "teman" dalam jaringan mereka. Definisi "orang-orang terdekat" ini memang beragam antara satu pengguna dengan pengguna lain. Namun ada semacam kecenderungan bahwa yang dimaksud dengan orang terdekat adalah teman-teman yang sudah mereka kenal dalam jangka waktu lama, dan kategori orang terdekat ini juga bukan berarti keluarga, karena pada kenyataannya banyak pengguna tidak memasukkan anggota keluarga dan saudara dalam daftar pertemanan *Path* mereka. Oleh karena itu kedekatan pengguna *Path* dengan seseorang akan sangat mempengaruhi apakah orang tersebut akan diterima dalam sebuah jaringan pertemanan *Path* atau tidak.

Dalam konteks situs jejaring sosial, hal ini sejalan dengan penelitian dari Zhao, et al., (2008) mengenai konsep "*anchored relationship*" yang melihat bahwa saat ini dalam dunia maya (*online*), yang terjadi bukanlah interaksi antara pihak-pihak anonim yang saling tidak mengenal, namun interaksi dan komunikasi *online* kerap terjadi dengan berbagai pihak yang juga mereka kenal secara *offline* (p. 1818). Bahkan beberapa penelitian lain juga mengemukakan hal yang serupa, yaitu bahwa kebanyakan orang menggunakan situs jejaring sosial mereka untuk berhubungan dengan orang-orang mereka sudah kenali sebelumnya (boyd & Ellison, 2007; Mizuko, et al., 2009; Davis, 2012).

Bagi para penggunanya, Path juga dianggap sebagai situs jejaring sosial yang memiliki fitur-fitur lengkap. Oleh karena itu, biasanya pengguna *Path* akan memilih situs jejaring sosial ini sebagai media utama dalam rangka mengekspresikan dirinya dibandingkan dengan aplikasi lain seperti Facebook atau Twitter. *Path* bagi penggunanya dianggap menjadi semacam jurnal dimana mereka dapat mengungkapkan berbagai hal pribadi tentang mereka. Salah satu pengguna mengatakan bahwa baginya *Path* adalah tempat dimana ia tidak melakukan sebuah pencitraan digital, namun pengguna lain juga mengemukakan pendapat bahwa tetap saja di Path ia akan memperhatikan persepsi orang-orang yang berada dalam jaringan pertemanannya mengenai dirinya. Kedua hal ini menunjukkan variasi dari arti *Path* bagi para penggunanya.

Sejak gua punya *Path* ya gua ga main Facebook, Twitter gitu lagi sih.. Facebook cuma buat wadah besar kalo ada temen nge-tag foto, gitu ya..kalo Twitter gua udah ga pernah nge-post apa-apa lagi, paling cuma kuis.. jadi ya *Path* aja sekarang satu, jadi ya lebih dari kaya jurnal buat gua, moto hidup gua dalam make *Path* kan kaya *daily jurnal* gitu, cuma gua jarang ngepost pas *weekdays* kayanya hidup gua biasa banget gitu, jadi gua lebih sering ngepost di *weekend*.. ya kan itu bakal ngerubah persepsi orang terhadap kita gt juga kan.. *setiaphangout* misalnya, kita pasti *check-in*, foto.. (Wawancara RM).

Path itu kan dasarnya kedekatan yah, jadi nyampah pasti ada dong, dan yang pasti path bukan untuk pencitraan, kalo pencitraan mah yang lain aja, di socmed yang lain..kalo di path ya diri sendiri gitu.. (Wawancara NG)

Kalo aku di Facebook yang aku post atau aku link-in dari *Path* itu yang membentuk citra positif, yang aman, foto sama anak..tapi kalau yang lucu-lucuan, seru ,yang aku banget, tentang diri sendiri, apa yang dirasa itu ya adanya di *Path*.. (wawancara FF)

Ya kan namanya ya..perempuan kan mungkin banci posting yah, jadi ya Path gua pake sebagai tempat gua meluapkan emosi, tempat sampah.. tapi ya makanya tetep gua jaga gitu ya, itu kan ring satu gua, beda kalo di Facebook, gua tetep posting tapi yang gua posting yang baik, ya pencitraan.. ada tante, ada om, ya.. kan orang-orang yang tua pun ada di Facebook.. kalo di Path ya gua ngerasa lebih *save* aja (FGD Jakarta)

Kekhawatiran akan adanya dampak dari penggunaan situs jejaring sosial pada kehidupan nyata menjadi hal yang mendasari pemilihan teman dalam *Path*. Salah satu pengguna misalnya, tidak memasukkan orang-orang dalam lingkungan pekerjaannya karena ia merasa bahwa komunikasi yang berhubungan dengan orang-orang di lingkungan kerja harus terpisah dengan interaksi dan kegiatan yang dilakukan di *Path*. Menurutnya, ketika sudah memilih untuk berinteraksi dengan pekerja kantor, teman-teman yang tidak terlalu dekat dan orang-orang lain dalam skala yang luas, maka hal-hal yang disampaikan dalam situs jejaring sosial menjadi hal-hal yang cenderung bersifat publik. Berbeda dengan Facebook dan Twitter dimana masih ada kemungkinan untuk seseorang memiliki jaringan luas yang terdiri dari berbagai lingkungan sosial, ia memilih *Path* sebagai tempat yang dirasa paling aman dalam mengeluarkan beragam opini personalnya.

*Path* beda juga sama yang lain ya, apalagi buat gua sekarang yang ada di profesi..yang kerja di industri teknologi.. ya bukan gua mungkin semua ya, kalau [di internet] lo kan harus ati-ati banget yah kalo mau ngomong apa gitu.. misalnya gua komentar tentang *apps* apa atau ini lah, trus si CEO nya liat, trus ngomong sama gua kan gua jadi ga enak. (Wawancara MN)

Gua milih *Path* karena *private* kan, di Facebook ada sodara-sodara gua, nyokap gua, sementara ada hal-hal yang gua pengen share dan gua ga mau mereka tau. Bisa sih (Facebook) dibikin *private* juga, tapi kaya ribet gitu, harus setting ini itu, sedangkan kalo *Path* kan, *private* gitu..kakak gua juga punya *Path*, tapi kita ga temenan, ya bisa gitu."(wawancara YC)

Ya *Path* kan beda ya sama Facebook Twitter, lebih privat ya, cuma tetep aja, misalnya..kangua punya anak ya, dan gua ga mau memberikan informasi yang berlebih tentang anak gua ke orang-orang, apalagi ke orang yang ga gua begitu dekat.."(FGD Jakarta)

Dari berbagai hal yang telah dipaparkan diatas, terlihat bahwa para pengguna *Path* menggunakan *Path* dengan beragam alasan. Salah satu hal yang selalu disebutkan adalah masalah kenyamanan dalam berekspresi. Baik digunakan untuk kegiatan pencitraan maupun tidak, bagi para pengguna *Path*, apa yang mereka bagi adalah hal-hal yang menurut mereka menarik dan relevan bagi orang-orang yang ada dalam jaringan mereka. Oleh karena itu, mereka merasa nyaman untuk berbagi hal-hal pribadi mulai dari foto wajah mereka dan orang-orang terdekat mereka, maupun foto kegiatan sehari-hari, dan pemikiran pribadi.

## **PENUTUP**

Saat ini beragam situs jejaring sosial yang memiliki fungsi dan fitur yang berbeda telah menjadi bagian dalam gaya hidup masyarakat. Beragam fungsi dan fitur yang berbeda pada situs jejaring sosial ini kemudian menimbulkan adanya corak penggunaan yang berbeda-beda. Penelitian ini menganalisis salah satu situs jejaring sosial yang saat ini sedang populer bernama *Path*. *Path* adalah situs jejaring sosial yang mencoba menghadirkan konsep

dimana privasi penggunaannya adalah hal yang penting sehingga *Path* digunakan hanya untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang-orang terdekat saja.

Penelitian ini mencermati salah satu corak penggunaan situs jejaring sosial *Path* dengan fokus pada konsep strategi pertemanan. Strategi pertemanan adalah konsep penting dalam situs jejaring sosial dan dianggap sebagai salah satu langkah utama dalam melindungi privasi para penggunaannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian ini melihat bagaimana strategi para responden penelitian dalam mencari dan memilih pengguna lain untuk dimasukkan dalam jaringan pertemanan mereka, dan terkait dengan hal itu, hasil penelitian ini juga menjelaskan ragam informasi yang mereka bagikan dengan para pengguna lain dalam jaringan sosial mereka. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk studi-studi lainnya yang sejenis atau berkaitan dengan isu strategi pertemanan dalam situs jejaring sosial, privasi online atau privasi dalam situs jejaring sosial.

## DAFTAR REFERENSI

- Murthy, D. (2012). Towards a Sociological Understanding of Social Media: Theorizing Twitter. *Sociology*, 46 (6), 1059-1073.
- boyd, d., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1).
- Masna, A. (2011 йил 5-December). Retrieved 2014 йил 1-October from dailysocial.net: <http://dailysocial.net/post/path-2-0-jejaring-sosial-untuk-teman-dan-keluarga-terdekat>
- Goel, V. (2013, September 13). *bits.blogs.newyorktimes.com*. Retrieved from The New York Times: [http://bits.blogs.nytimes.com/2013/09/05/path-is-trying-to-define-your-inner-circle/?\\_r=2](http://bits.blogs.nytimes.com/2013/09/05/path-is-trying-to-define-your-inner-circle/?_r=2)
- We Are Social. (2014, January 9). Retrieved from wearesocial.net: <http://etonpreneurs.com/uploads/Global%20Social,%20Digital%20&%20Mobile%20Statistics,%20Jan%202014.pdf>
- Grazella, M. (2014 йил 18-June). Retrieved 2014 from thejakartapost: <http://www.thejakartapost.com/news/2013/06/18/facebook-has-64m-active-indonesian-users.html>
- Semiocast. (2012). *Semiocast*. Retrieved 2013 йил 15-January from [http://semiocast.com/en/publications/2012\\_07\\_30\\_Twitter\\_reaches\\_half\\_a\\_billion\\_accounts\\_140m\\_in\\_the\\_US](http://semiocast.com/en/publications/2012_07_30_Twitter_reaches_half_a_billion_accounts_140m_in_the_US)
- Saleh, D. (2013). Retrieved June 15, 2013, from ipra.org: <http://www.ipra.org/itl/02/2013/indonesia-falls-for-social-media-is-jakarta-the-worlds-number-one-twitter-city>
- Desyana, C. (2014 йил 25-February). Retrieved 2014 from TEMPO.CO: <http://en.tempo.co/read/news/2014/02/25/240557214/Indonesia-has-the-Largest-Number-of-Path-Users>
- Hammersley, M. (1995). *What's Wrong with Ethnography? Methodological Explorations*. London: Routledge.
- Kozinets, V. R. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic research Online*. London: Sage Publications Ltd.
- boyd, d. (2008). From [www.danah.org](http://www.danah.org): <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>
- boyd, d. (2011). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (pp. 39-58). New York: Routledge.



- boyd, d., & Marwick, A. E. (2011). *Social Privacy in Networked Publics: Teens' Attitudes, Practices, and Strategies*. Oxford: A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society.
- Senft, M. T. (2008). *Camgirls: Celebrity & Community in the Age of Social Networks*. New York: Peter Lang Publishing.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2006a). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture*. New York: NYU Press.
- Schäfer, M. T. (2011). *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Papacharissi, Z. (2012). Without You, I'm Nothing: Performances of the self on Twitter. *International Journal of Communication* , 6, 1989–2006.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Jason, M. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior* , 24 (5), 1816–1836.
- boyd, m. d., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* , 13 (1).
- Mizuko, I., Baumer, S., Bittanti, M., boyd, d., Cody, r., Stephenson, B. H., et al. (2009). *Hanging Out, Messing Around, And Geeking Out : Kids Living and Learning with New Media* . Cambridge: The MIT Press.
- Davis, K. (2012). Friendship 2.0. *Journal of Adolescence* , 35 (6), 1527–1536.