

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

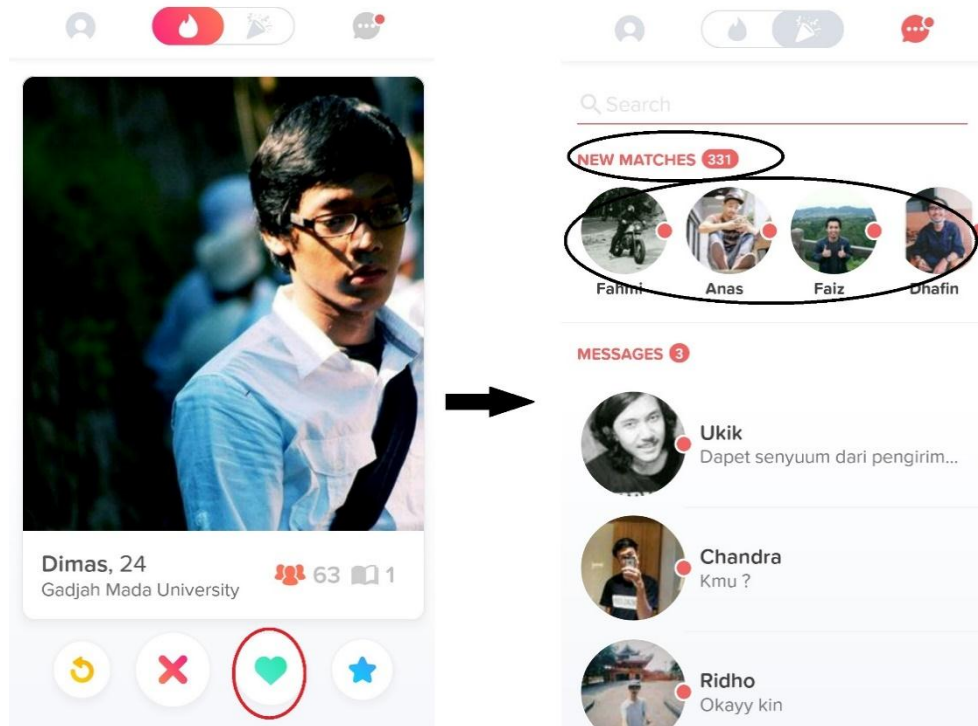
Penemuan dalam bidang teknologi komunikasi seperti adanya *handphone* dan internet, membuat manusia semakin meningkatkan cara komunikasinya. Berbagai macam media untuk berkomunikasi hadir untuk memudahkan manusia berinteraksi. Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi internet sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat, hal inilah yang kemudian melahirkan media sosial. Media sosial merupakan media *online*, yaitu media yang hanya dapat diakses dengan menggunakan internet dimana para penggunanya bisa menuangkan ide, mengekspresikan diri, dan menggunakan sesuai dengan kebutuhannya. Kehadiran media sosial memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan bersosialisasi.

Media sosial dapat membantu kita untuk bisa memberikan pendapat, berkomentar terhadap suatu hal, dan bebas menuangkan ide karena kita memiliki media sosial sendiri, selain itu media sosial juga dapat membantu seseorang dalam mencari teman bahkan untuk mencari pasangan. Dari berbagai macam media sosial yang ada, media sosial kini menjadi salah satu sarana biro jodoh atau kontak jodoh secara *online*. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, biro jodoh sendiri memiliki arti sebagai badan usaha jasa untuk menjodohkan pria atau wanita, atau dengan kata lain biro jodoh adalah sebuah layanan yang membantu seseorang pencari pasangan dalam menemukan pasangan hidupnya. Seiring perkembangan zaman dan teknologi, kini kegiatan tersebut dapat dilakukan secara

*online* seperti ke dalam situs atau website perjodohan bahkan ke dalam bentuk media sosial yang didukung melalui aplikasi dan dapat diakses melalui *handphone*.

Tinder, merupakan salah satu media sosial yang didukung melalui aplikasi kencan dalam *handphone* berbasis *Android* dan *Ios* dengan pengguna terbanyak yang hadir pada tahun 2012. Tinder hadir sebagai sarana untuk menjalin pertemanan, kencan atau romansa dari seluruh belahan dunia untuk membuat koneksi baru yang sebelumnya mungkin sulit untuk di wujudkan ( <https://www.gotinder.com/press> diakses pada 10 Januari 2017, pukul 10.40 wib ).

Tinder merupakan media sosial berbasis kencan *online* yang kini sedang populer ditengah masyarakat dewasa muda. Yang membedakan media sosial Tinder dengan media kencan *online* lainnya adalah Tinder dilengkapi dalam aplikasi *handphone* berbasis *Android* dan *Ios* dimana para penggunanya dapat berkomunikasi jika satu sama lain memiliki “*matches*” atau saling menekan tombol “*love*”. Selain itu, Tinder juga memiliki fitur untuk membagikan beberapa foto dan memperlihatkan ketertarikan yang sama diantara penggunanya yang mungkin menjadi referensi untuk menyukai pengguna lainnya.



Gambar 1.1. Tampilan Tinder

Saat diluncurkan ketiga pendiri Tinder, Sean Rad, Justen Mateen, dan Jonathan Badeen, menyebutkan bahwa media sosial Tinder merupakan inovasi terbaru dalam mencari relasi terutama teman kencan. Itulah yang membuat Tinder berbeda dibandingkan dengan media sosial *online* dating lainnya. Tinder menawarkan sebuah aplikasi yang bisa mempertemukan seseorang dengan teman yang memiliki hobi yang sama atau bahkan dapat menemukan pasangan idaman. Media sosial Tinder dapat diunduh secara gratis, yang mana aplikasi ini bekerja dengan mengandalkan sistem satelit navigasi yang dapat mengatur jarak dan lokasi tertentu. Tinder termasuk aplikasi yang cukup populer dan paling banyak diunduh pada *Google Store* dan *Apple Store*

(<http://tekno.liputan6.com/read/2854885/para-jomblo-simak-daftar-5-aplikasi-kencan-terbaik>, diakses pada 1 Juni 2017 pukul 19.07), karena Tinder memberikan kemudahan bagi tiap penggunanya untuk menggunakan aplikasi tersebut. Hanya dengan *swipe* kanan atau kiri pengguna Tinder dapat memilih atau menolak pengguna Tinder lainnya. Selain itu, Tinder juga merupakan aplikasi kencan *online* yang cukup dekat dengan kalangan muda, sehingga peneliti anggap Tinder menjadi *platform* (media sosial) kencan *online* yang banyak digunakan dalam situs penelitian yang akan peneliti teliti karena dekat dekat dengan lingkungan peneliti.

Untuk menjalin suatu hubungan antar pribadi dari para pengguna Tinder, tentunya diperlukan komunikasi dan interaksi antar penggunanya. Baik untuk menjalin hubungan romantis sebagaimana yang menjadi tujuan dari media sosial Tinder itu sendiri, ataupun sekedar menjalin hubungan pertemanan. Karena hubungan antar pribadi dan komunikasi antar pribadi merupakan sebuah kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, dan dalam berkomunikasi itu sendiri, bukan hanya pertukaran pesan saja yang terjadi, tetapi juga penentuan kadar hubungan antar pribadi bagi tiap komunikasi di dalamnya.

Anita Taylor menyatakan bahwa “Komunikasi antarpribadi yang efektif meliputi banyak unsur, tetapi hubungan antarpribadi mungkin yang paling penting” (Rakhmat, 2007: 119). Dengan demikian, fenomena media sosial (*online dating*) seperti Tinder ini memiliki kaitan terhadap komunikasi antarpribadi untuk dapat menghubungkan seorang pengguna dengan pengguna lainnya yang sama

sekali tidak memiliki hubungan apapun sebelumnya untuk dapat memiliki hubungan antarpribadi seperti hubungan pertemanan ataupun hubungan romantis.

Komunikasi antara dua orang sendiri terjadi ketika adanya kontak langsung dalam bentuk percakapan, dimana komunikasi jenis ini bisa berlangsung secara berhadapan muka (*face to face*) ataupun melalui medium seperti telepon atau *handphone*. Hal ini sejalan dengan McCroskey, "*The channel is the means of conveyance of the stimulate the source creates to receiver. Channel include airwaves light waves, and the like*" (Cangara, 2012: 38). Menurut Pearson dalam Wisnuwardhani dan Mashoedi (2012: 2), hubungan antarpribadi adalah hubungan yang terdiri daridua orang atau lebih yang saling tergantung satu sama lain dan menggunakan pola interaksi yang konsisten, dimana hubungan tersebut akan memberikan pengaruh terhadap satu dengan yang lainnya atau dapat dikatakan juga sebagai hubungan yang bersifat timbal balik. Dari beberapa pernyataan para ahli tersebut, untuk sementara peneliti mengasumsikan bahwa dalam komunikasi antarpribadi di sini cenderung lebih mengutamakan hasil dari sebuah komunikasi antarpribadi di dalamnya yaitu hubungan antarpribadi, di mana hal ini perfokus pada pendapat Anita Taylor.

Dalam menggunakan media sosial Tinder, komunikasi yang terjalin mengacu pada komunikasi antarpribadi untuk mengenal masing-masing individu untuk membangun hubungan pertemanan ataupun hubungan romantis. Karena fungsi dari komunikasi antarpribadi itu sendiri adalah untuk dapat meningkatkan hubungan insani (*human relations*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik

pribadi, mengurangi ketidakpastian, serta berbagi pengalaman dan pengetahuan dengan orang lain (Cangara, 2012: 68-69).

Untuk dapat menjalin suatu hubungan antarpribadi, baik hubungan pertemanan ataupun hubungan romantis tentunya memiliki proses untuk membentuk hubungan antarpribadi tersebut. Karena pada dasarnya komunikasi antarpribadi khususnya antara dua orang, dapat mengubah hubungan yang tadinya bersifat impersonal menjadi intim, dari yang semula tidak kenal, menjadi teman, sahabat, bahkan kekasih, yang membutuhkan proses dan tahapan (Wisnuwardhani dan Mashoedi 2012: 120-123).

Dalam penelitian ini peneliti mengasumsikan sementara bahwa terdapat kombinasi antara komunikasi antarpribadi dengan komunikasi massa. Karena dapat menjangkau pribadi-pribadi penggunaanya secara global, maka bisa dikatakan komunikasi *online* melalui media sosial Tinder, dan pada saat yang sama karena pesan yang ada dibuat, diarahkan, dan dikonsumsi secara personal, maka dikatakan komunikasi interpersonal, dimana asumsi ini dianalogikan dari pendapat Utari (2011: 52-53), yaitu komunikasi melalui media *online* merupakan kombinasi antara komunikasi antarpribadi dengan komunikasi massa, karena dapat menjangkau khalayak secara global, maka bisa dikatakan komunikasi massa, dan pada saat yang sama karena pesan yang ada dibuat, diarahkan, dan dikonsumsi secara personal, maka dikatakan komunikasi interpersonal. Sehingga dalam penelitian ini, komunikasi antarpribadi yang terjadi melalui media internet (*online*), dimana terjadi komunikasi antarpribadi antara dua orang atau lebih yang dilakukan dalam media sosial, dimana tiap individu yang terlibat dapat

berkomunikasi tanpa terikat batas ruang dan waktu secara aktif, yang berbeda dengan komunikasi konvensional ataupun tatap muka yang terbatas dengan ruang dan waktu (Adler dan Rodman, 2006: 189-190).

Melalui perkembangan teknologi ini, pada media sosial Tinder para penggunanya banyak menemukan pasangan dengan hubungan pertemanan baru dan juga pasangan dengan hubungan romantis dari para penggunanya. Hal ini berarti media sosial Tinder telah berhasil menjadi sarana atau media untuk menjalin suatu hubungan pertemanan ataupun hubungan romantis melalui media *online*. Seperti yang kita ketahui kisah Rey Utami yang bertemu dengan suaminya melalui media sosial Tinder (<https://www.storibriti.com/selebri/cerita-rey-utami-kenalan-di-tinder-lalu-menikah-sembinggu-kemudian-1610125.html> diakses pada 11 Januari 2017, pukul 22.35 wib) dan masih banyak lagi hubungan yang berhasil terjalin melalui media sosial kencan *online* ini (<http://thebridedept.com/from-tinder-to-lovely-wedding/> diakses pada 11 Januari 2017, pukul 22.30 wib).

Menurut Sharon S. Brehm (dalam Karney, 2007: 96), *romantic* atau *intimate relationship* adalah bagaimana seseorang mempersepsikan perubahan hubungan yang resiprositas, emosional, dan erotis yang sedang terjadi dengan pasangannya. Yang mana *romantic relationship* merupakan suatu hubungan yang melibatkan hubungan yang emosional, dimana didalamnya terdapat unsur kesukarelaan dan pengorbanan dari kedua pasangan untuk saling menjaga suatu hubungan.

Namun, tidak semua pengguna Tinder memiliki pemahaman yang sama dalam memahami hubungan romantis melalui kencan *online* seperti Tinder,

melainkan terdapat beberapa pengguna media sosial Tinder yang menjalin hubungan romantis namun juga mendapatkan pengalaman hubungan yang tidak menyenangkan seperti penipuan, kekerasan bahkan hingga pelecehan seksual. Seperti pada satu contoh kasus pengalaman dari pengguna Tinder, di mana awal mula menggunakan Tinder semua berjalan sewajarnya sampai seorang pengguna Tinder tersebut bertemu dengan pengguna Tinder lainnya. Proses komunikasi antara mereka berdua berjalan selayaknya sepasang muda-mudi yang ingin berkenalan dan melanjutkan ke tahapan hubungan romantis seperti berpacaran. Namun ternyata pada akhirnya, hubungan diantara pengguna Tinder tersebut hanya untuk menyalurkan hasrat seksualnya, bukan untuk menjalin hubungan romantis yang sewajarnya.

Seperti satu kasus contoh lain, pengguna Tinder yang juga sudah melakukan proses komunikasi yang baik pada awal perkenalan hingga menjalin suatu hubungan namun mendapatkan pengalaman akhir yang buruk juga seperti “diporotin” atau dengan kata lain dirugikan secara materil. Dari dua contoh kasus inilah terlihat beberapa pemahaman yang berbeda mengenai hubungan romantis melalui media sosial Tinder yang muncul oleh para penggunanya

## **1.2. Perumusan Masalah**

Perkembangan teknologi seperti internet tentunya menjadi hal yang sangat bermanfaat bagi manusia untuk melakukan beragam aktivitas. Seperti yang terjadi saat ini, banyak sekali aktivitas yang awalnya hanya dapat dilakukan secara langsung atau dengan bertatap muka, kini dapat dilakukan hanya dalam



genggaman tangan saja yaitu melalui *handphone* yang dilengkapi dengan internet. Seperti halnya berkomunikasi, dengan adanya perkembangan teknologi internet, komunikasipun dapat dilakukan melalui internet atau lebih dikenal dengan *online*. Melalui *handphone* sebagai sarana atau media (*gadget*), seseorang dapat terhubung dan berinteraksi dengan orang lain, baik yang dikenal ataupun yang tidak dikenal. Seperti dengan menggunakan aplikasi media sosial Tinder yang berbasis sebagai aplikasi kencan *online*, penggunanya dapat terhubung dengan pengguna lainnya untuk dapat berkomunikasi melalui aplikasi tersebut untuk menjalin hubungan pertemanan atau hubungan romantis.

Seperti banyak dilansir dalam beberapa media *online*, terdapat banyak pasangan yang dilahirkan melalui media sosial Tinder, baik dalam hubungan pertemanan, pacaran hingga ke jenjang pernikahan. Namun tujuan dari media sosial Tinder tidak selalu menghasilkan hubungan pertemanan dan hubungan romantis saja. Seperti dari dua contoh kasus yang muncul, kini perkembangan teknologi tidak hanya digunakan untuk suatu tujuan yang bersifat masal, melainkan bersifat subjektif atau individual, sesuai dengan pribadi penggunanya.

Berangkat dari contoh kasus tersebut, peneliti ingin melihat bagaimana para pengguna Tinder memahami hubungan romantis yang dijalin melalui media sosial Tinder. Sehingga peneliti ingin meneliti tentang “Pemahaman Pengguna Media Sosial Tinder terhadap Fenomena Kencan *Online* untuk Menjalin Hubungan Romantis Bagi Penggunanya”

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mendeskripsikan keberagaman pemahaman pengguna media sosial Tinder dalam menjalin hubungan romantis melalui kencan *online* di Tinder dan bagaimana memahami arti hubungan tersebut
- b. Mendeskripsikan bagaimana pemahaman tersebut dimunculkan oleh penggunanya

### **1.4. Signifikansi Penelitian**

#### **1.4.1. Signifikansi Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini memberikan penjelasan mengenai pemahaman pengguna Tinder dalam menggunakan aplikasi kencan *online* Tinder untuk menjalin hubungan romantis. Teori Segitiga Cinta (*The Triangular Theory of Love*) dan Teori Pemrosesan Informasi Sosial (*Social Information Processing Theory*) digunakan dalam penelitian ini sehingga diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu komunikasi.

#### **1.4.2. Signifikansi Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi tentang bagaimana pemahaman pengguna media sosial Tinder dalam menggunakan aplikasi kencan *online* Tinder untuk menjalin hubungan romantis, serta bagaimana pemahaman tersebut dimunculkan oleh penggunanya itu.

### **1.4.3. Signifikansi Sosial**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bahwa tiap pengguna Tinder di Indonesia memiliki pemahaman yang berbeda dalam menggunakan aplikasi kencan *online* Tinder untuk menjalin hubungan romantis.

## **1.5. Kerangka Teori**

### **1.5.1. Paradigma Penelitian**

Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme sosial (yang sering dideskripsikan sebagai interpretivisme; Mertens 1998, dalam Creswell, 2014: 11). Dalam paradigma ini, individu-individu berusaha memahami dunia tempat mereka hidup dan bekerja. Penelitian dengan paradigma konstruktivisme sosial dapat mengajukan pertanyaan wawancara yang luas dan umum. Maka dari itu, penelitian dengan paradigma ini berfokus pada proses interaksi di antara individu. Konstruktivisme sosial menegaskan asumsinya bahwa tiap individu selalu berusaha memahami dunia di mana mereka hidup dan bekerja, di mana mereka dapat mengembangkan makna-makna subjektif atas pengalaman mereka (Creswell, 2014: 11).

Moleong (2007: 55) menambahkan bahwa paradigma alamiah (naturalistik) merupakan paradigma yang digunakan untuk penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, yang memfokuskan perhatiannya terhadap pengalaman sadar seorang individu. Dimana dalam pendekatan fenomenologi ini, manusia dipandang secara aktif menginterpretasikan pengalaman mereka sehingga mereka dapat memahami

lingkungannya melalui pengalaman personal dan langsung dengan lingkungannya (Morissan, 2013: 31).

### **1.5.2. *State of The Art***

Penelitian mengenai komunikasi antarpribadi dalam membangun hubungan romantis yang dimulai secara *online* cukup menarik untuk diteliti karena dapat memberikan gambaran bagaimana para pengguna Tinder memahami hubungan romantis yang dihasilkan melalui kencan *online* di Tinder serta bagaimana pemahaman tersebut dimunculkan oleh penggunanya. Berikut terdapat beberapa penelitian sejenis yang lebih dahulu pernah dilakukan:

Penelitian yang dilakukan oleh R. Indriyati pada tahun 2015 dengan judul Fenomena *Dating Relationship* di Media Sosial, dengan berdasar pada teori dan pendekatan Fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz. Terungkap dalam hasil penelitian ini bahwa proses terjadinya *dating relationship* di *Facebook* sebelum terjadinya *dating relationship*, pelaku dating tidak mengenal lawan bicara, namun setelah melalui proses komunikasi secara intensif di *Facebook*, kemudian berlanjut komunikasi di media komunikasi lainnya yang lebih intensif, komunikasi pun berjalan semakin serius dan mendalam. Dalam penelitian ini, tidak saling mengenalnya para pelaku *dating relationship* menjadi salah satu hambatan dan tantangan dalam melakukan proses membentuk sebuah *dating relationship*. Penelitian ini menghasilkan temuan ketika *dating relationship* yang dilakukan melalui komunikasi dan pendekatan di *Facebook* dan bertemu di dunia nyata, rata-rata memiliki hubungan *dating relationship* yang lebih lama.

Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Feby Febrina pada tahun 2014 yang berjudul Fenomena *Online Dating* (Studi pada Perempuan Muda di Jakarta), dengan berpegang pada teori *Uncertainty Reduction Theory*, penelitian ini ,meneliti bagaimana pelaku *online dating* mengurangi ketidakpastian dalam menjalankan komunikasi hubungan interpersonalnya. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologis penelitian ini menemukan bahwa atraksi interpersonal diantara pelaku *online dating* sangat berpengaruh, dimana lebih cenderung kepada faktor personal, semakin tinggi *uncertainty* yang dirasakan, semakin sedikit *self-disclosure* yang dilakukan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Karlina Nadya, Dasrun Hidayat dan Maya Retnasary pada tahun 2016 yang berjudul Makna Hubungan Antarpribadi Melalui Media *Online* Tinder, dengan menggunakan Teori Penetrasi Sosial menekankan penelitiannya pada bagaimana pengguna Tinder memahami hubungan antar pribadi pada media sosial Tinder. Dengan menggunakan Paradigma konstruktivis dan pendekatan fenomenologi untuk mengetahui pengalaman dari pengguna Tinder di Bandung, penelitian ini menghasilkan para pengguna Tinder memahami pesan komunikasi pada media Tinder dengan cara memikirkan tema agar lawan tertarik untuk berkomunikasi, memahami keterbukaan pada media Tinder dengan cara yang selalu diawali oleh para pengguna laki-laki, memahami kepercayaan pada media Tinder dengan berbagai hal, mempunyai rasa empati pada lawannya dengancara bertanya pada apa yang dirasakan saat itu, dan memahami perbedaan komunikasi dunia maya dan dunia nyata.

Berbeda dengan penelitian diatas yang membahas hambatan dan tantangan dalam menjalin hubungan kencan melalui platform Facebook, dan penelitian yang membahas bagaimana pelaku kencan *online* dalam mengurangi ketidakpastian dalam menjalankan komunikasi hubungan personalnya yang juga merupakan hambatan dalam menjalin hubungan kencan melalui platform kencan *online*, dimana kedua penelitian tersebut membahas tentang hambatan (ketidakpastian) dalam menjalin hubungan antarpribadi dalam melakukan kencan *online*, namun dalam penelitian ini membahas bagaimana para pengguna Tinder memahami hubungan romantis melalui media tersebut, serta bagaimana pemahaman tersebut dimunculkan oleh penggunanya itu. Penelitian ini menggunakan teori Segitiga Cinta (*The Triangular Theory of Love*) dan Teori Pemrosesan Informasi Sosial (*Social Information Processing Theory*). Meskipun menggunakan metode yang sama yakni kualitatif, namun pada penelitian ini akan melihat secara mendalam bagaimana tiap pengguna Tinder memahami hubungan romantis yang dijalin melalui media kencan *online* seperti Tinder, serta bagaimana pemahaman tersebut dimunculkan oleh penggunanya itu. Penelitian ini juga berbeda karena menggunakan subjek dan situs penelitian yang berbeda dengan penelitian-penelitian diatas.

### **1.5.3. Hubungan Romantis (*Romantic Relationship*)**

Robert Stenberg (dalam Florsheim, 2003: 98), mengatakan bahwa *love* dan *romantic relationship* biasanya dideskripsikan dalam istilah-istilah *connectedness*, *relatedness*, *bondedness*, atau hasrat untuk menjalin hubungan yang intim.

Menurut Sharon S. Brehm (dalam Karney, 2007: 96), *romantic* atau *intimate relationship* adalah bagaimana seseorang mempersepsikan perubahan hubungan yang resiprositas, emosional, dan erotis yang sedang terjadi dengan pasangannya. Wyndol Furman (1999: 28) menjelaskan tiga definisi *romantic relationship* berdasarkan karakteristik-karakteristik dari hubungan tersebut, yaitu:

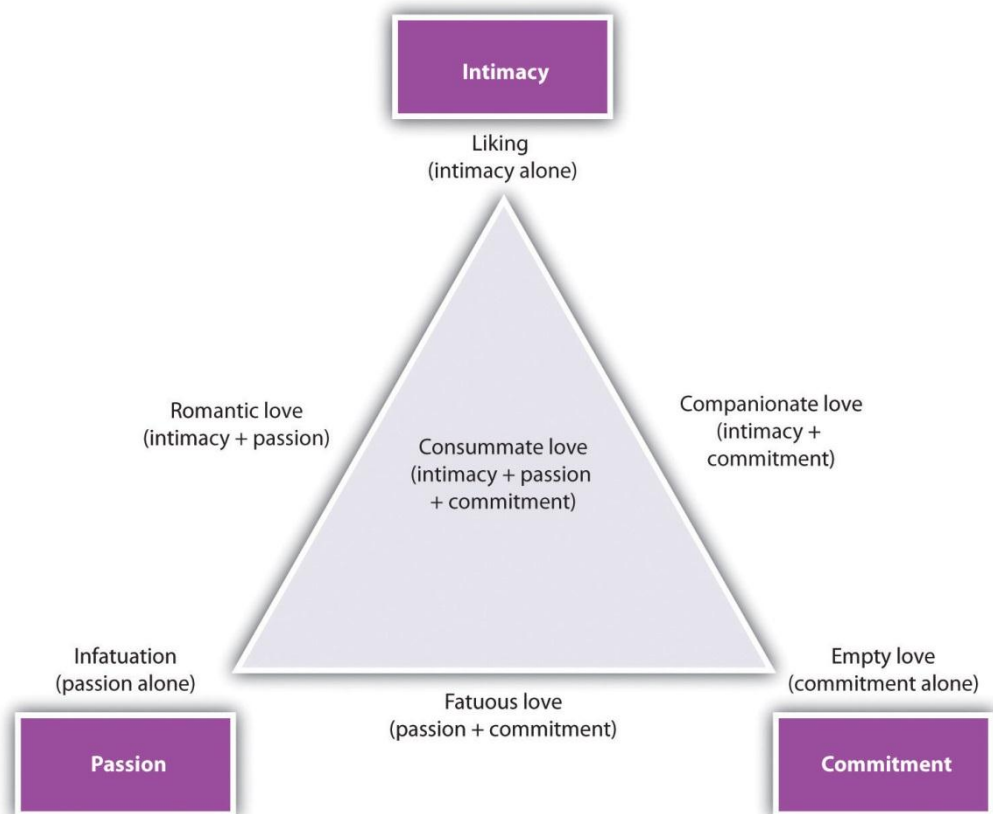
- a. Keromantisan melibatkan suatu hubungan, pola yang berlangsung terus menerus dari asosiasi dan interaksi antara dua individu yang mengakui suatu hubungan dengan yang lainnya.
- b. Pada *romantic relationship* terdapat unsur kesukarelaan dari kedua pasangan untuk mempertahankan suatu hubungan. Sebagian *romantic relationship* mungkin berakhir dalam ketidakcocokan dengan pasangan mereka. Untuk itu dibutuhkan pengorbanan dari setiap pasangan untuk keberhasilan hubungan romantis mereka.
- c. Merupakan beberapa bentuk dari ketertarikan (*attraction*). Ketertarikan ini khususnya melibatkan komponen seksual. Ketertarikan seksual sering dinyatakan dalam beberapa bentuk perilaku seksual, tapi tidak selalu. Perilaku tersebut juga dipengaruhi oleh pribadi, religiusitas, dan nilai-nilai budaya.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *romantic relationship* merupakan suatu hubungan yang melibatkan hubungan yang emosional, dimana didalamnya terdapat unsur kesukarelaan dan pengorbanan dari kedua pasangan untuk saling menjaga suatu hubungan. Selain itu, *romantic relationship* merupakan suatu hubungan yang resiprok (disukai dan menyukai) diantara dua

individu, dimana dalam suatu hubungan terdapat perasaan romantis yang dimiliki dari kedua individu. Pada hubungan romantis juga terdapat beberapa bentuk ketertarikan seksual terhadap pasangannya.

### 1.5.3.1. *The Triangular Theory of Love*

Robert Stenberg (dalam Wisnuwardhani dan Mashoedi 2012: 62), dalam bukunya *The Triangular Theory of Love* atau bisa dimaknai dengan Segitiga Cinta Stenberg menunjukkan bahwa ternyata cinta memiliki tiga dimensi penting, yaitu *intimacy*, *passion* dan (atau) *commitment*.



Gambar 1.5. Segitiga Cinta Stenberg



Dimensi *intimacy* menekankan pada kedekatan perasaan antara dua orang dan kekuatan yang mengikat mereka untuk bersama. Sebuah hubungan akan mencapai keintiman emosional manakala kedua pihak saling mengerti, terbuka, dan saling mendukung, dan bisa berbicara apapun tanpa merasa takut ditolak. Mereka mampu untuk saling memaafkan dan menerima, khususnya ketika mereka tidak sependapat atau berbuat kesalahan. Dalam dimensi *intimacy* terdapat beberapa komponen diantaranya yaitu:

- a. Keinginan meningkatkan kesejahteraan dari yang dicintai
- b. Mengalami kebahagiaan bersama yang dicintai
- c. Menghargai orang yang dicintainya setinggi-tingginya
- d. Dapat mengandalkan orang yang dicintai dalam waktu yang dibutuhkan
- e. Memiliki saling pengertian dengan orang yang dicintai
- f. Membagi dirinya dan miliknya dengan orang yang dicintai
- g. Menerima dukungan emosional dari orang yang dicintai
- h. Memberi dukungan emosional kepada orang yang dicintai
- i. Berkomunikasi secara akrab dengan orang yang dicintai
- j. Menganggap penting orang yang dicintai dalam hidupnya

Dimensi *passion* menekankan pada intensnya perasaan dan keterbangkitan yang muncul dari daya tarik fisik dan daya tarik seksual. Pada jenis cinta ini, seseorang mengalami ketertarikan secara nyata, selalu memikirkan orang yang dicintainya sepanjang waktu, melakukan kontak mata secara intens saat bertemu, mengalami perasaan indah seperti melambung ke awan, mengagumi dan terpesona dengan pasangan, detak jantung meningkat mengalami perasaan

sejahteram ingin selalu bersama yang dicintai, memiliki energi yang besar untuk melakukan sesuatu demi pasangan mereka, merasakan adanya kesamaan dalam banyak hal dan tentu saja mereka merasa sangat bahagia. Dalam dimensi passion terdapat beberapa komponen diantaranya yaitu:

- a. *Romance*
- b. Ketertarikan fisik
- c. Konsumsi seksual
- d. Perasaan suka

Dimensi *commitment* diartikan sebagai keputusan untuk tetap bersama seorang pasangan dalam hidupnya. Komitmen berarti pula mencurahkan perhatian, melakukan sesuatu yang menjaga suatu hubungan tetap langgeng, dan melindungi hubungan itu dari bahaya, dan memperbaikinya bila hubungan itu dalam keadaan kritis. Dalam dimensi *commitment* terdapat dua komponen yaitu:

- a. Komitmen jangka panjang; komitmen untuk menjaga cinta
- b. Komitmen jangka pendek; keputusan untuk mencintai seseorang

Kombinasi dari tiga dimensi cinta utama, menghasilkan adanya 8 tipe cinta berbeda. Satu tipe adalah nonlove, berarti tidak ada cinta. Kebanyakan hubungan antar manusia merupakan nonlove, misalnya antara guru dan murid, antara penumpang dan sopir taksi, antara pembeli dan penjual, dan sebagainya. Oleh karena itu sebenarnya hanya ada tujuh tipe cinta yang benar-benar mengandung cinta (Wisnuwardhani dan Mashoedi, 2012: 64-65):

- a. *Liking (intimacy)*. Hubungan secara esensial dimaknai sebagai persahabatan. Tipe cinta ini mengandung kehangatan, keintiman,

kedekatan, dan emosi positif lainnya, akan tetapi kurang adanya hasrat (*passion*) dan *commitment*.

- b. *Infatuation (Passion)*. Dalam tipe cinta ini ‘cinta pada pandangan pertama’ menjadi cerita yang paling menonjol. Daya tarik satu sama lain sangat kelihatan dan menggetarkan. Gelora dan hasrat sangat tampak.
- c. *Empty love (Commitment)*. Dalam cinta ini, antar pasangan memiliki komitmen untuk saling setia dan setia pula terhadap hubungan itu. Akan tetapi mereka kurang memiliki keterhubungan emosi yang dalam dan tidak pula memiliki hasrat yang mendalam.
- d. *Romantic love (Intimacy + passion)*. Pasangan memiliki rasa dekat dan keterhubungan serta daya tarik fisik yang kuat. Mereka memiliki hasrat yang menyala dan memiliki kedekatan emosional. Mereka yang memiliki tipe cinta ini tidak memiliki komitmen untuk setia terhadap hubungan dan terhadap pasangan.
- e. *Companionate love (intimacy + commitment)*. Dalam hubungan cinta tipe ini terdapat persahabatan yang stabil dan jangka panjang. Mereka yang memiliki tipe cinta ini memiliki kedekatan emosional yang tinggi, berkeputusan untuk mencintai pasangan, dan komitmen untuk selamanya dalam hubungan itu. Tipe hubungan ini sering disebut ‘persahabatan terbaik, dimana tidak ada ketertarikan seksual ataupun kalau ada dalam pernikahan jangka panjang daya tarik seksual akan memudar dan tidak dianggap penting.

f. *Fatuous love (passion + commitment)*. Hubungannya penuh gelora dan hangat. Akan tetapi biasanya hubungan seperti ini tidak stabil dan berisiko cepat berakhir.

*Consummate love (intimacy + passion + commitment)*. Ini adalah cinta yang lengkap dimana setiap orang ingin mencapainya. Dalam tipe cinta ini terdapat hasrat, terdapat keintiman, dan sekaligus terdapat komitmen. Inilah tipe cinta yang diidealkan

#### **1.5.3.2. Social Information Processing Theory**

Pada awalnya, pembentukan hubungan dalam konsep *Computer Mediated Communication (CMC)* dianggap tidak mungkin, karena mereka hanya menyediakan satu saluran untuk saling berinteraksi, yaitu melalui teks (secara verbal). Selain itu konsep CM dianggap sebagai media yang kurang berguna untuk mencapai tujuan-tujuan sosial karena memiliki saluran yang lebih sedikit untuk berinteraksi dibandingkan dengan interaksi langsung secara tatap muka (*face to face*) (Walther dalam Griffin, 2011: 139). *Social Information Processing Theory* atau Teori Pemrosesan Informasi Sosial yang dicetuskan oleh Joseph Walther ini diperkenalkan sebagai perspektif alternatif dalam melihat fenomena pengembangan hubungan dalam format *Computer Mediated Communication (CMC)*. Teori ini menjelaskan bagaimana komunikator yang bertemu melalui media komunikasi berbasis teks komputer untuk mengembangkan kesan dan hubungan interpersonal (Littlejohn dan Foss, 2009:897).

Dalam teori komunikasi yang menjelaskan tentang pengembangan hubungan, teori ini dikatakan mirip dengan *Social Penetration Theory* dan *Uncertainty Reduction Theory* (Griffin, 2011: 143). Namun, yang membedakan teori ini adalah dalam penggunaan isyarat verbal dan temporal sebagai pengaruh utama terhadap pembentukan hubungan. Teori ini menggunakan kedua set isyarat tersebut sebagai parameter dimana komunikasi dan teknologi dapat bergabung untuk menghasilkan hubungan impersonal, interpersonal dan *hyperpersonal*. Teori ini menyarankan komunikator tetap dapat beradaptasi dengan setiap pembatasan terhadap mereka oleh media. Sehingga pesan-pesan yang diketik akan setara dengan saluran verbal dalam tatap muka (*face to face*), dan menolak klaim bahwa alat yang dimediasi computer kurang berguna untuk pembentukan kesan dan hubungan interpersonal. Pada mulanya, teori ini mengasumsikan bahwa komunikator akan termotivasi untuk membangun hubungan *online* karena alasan mereka secara pribadi. Namun, pada perkembangannya kini dapat diidentifikasi faktor-faktor yang meningkatkan dorongan motivasi untuk membangun hubungan *online*, yaitu antisipasi interaksi berikutnya di masa depan dan skeptisisme. Interaksi masa depan diduga mengacu pada prospek bahwa komunikator yang bertemu secara *online* akan terus memiliki kontak ke masa depan

### **1.6. Operasionalisasi Konsep**

Penelitian ini mengacu pada ketimpangan yang terjadi dalam penggunaan media sosial kencan *online* Tinder yang tidak sejalan dengan tujuan dari media tersebut. Dimana tiap pengguna media sosial Tinder memiliki pemahaman yang

berbeda dalam menjalin hubungan romantis melalui media sosial Tinder. Perlu diketahui media sosial Tinder adalah sebuah media sosial berbasis aplikasi kencan *online* yang memanfaatkan teknologi (internet) sebagai sarana untuk menjalin hubungan pertemanan ataupun romantis. Namun pada kenyataannya hubungan romantis yang terjadi tidak terjalin sebagaimana mestinya, karena adanya perbedaan pemahaman bagi tiap penggunanya.

Penelitian ini menggunakan teori Segitiga Cinta (*The Triangular Theory of Love*) oleh Robert Stenberg untuk melihat perbedaan pemahaman hubungan romantis bagi tiap penggunanya melalui tiga dimensi penting cinta, yaitu *intimacy*, *passion* dan *commitment*. Dimensi *intimacy* menekankan pada kedekatan perasaan antara dua orang dan kekuatan yang mengikat mereka untuk bersama. Sebuah hubungan akan mencapai keintiman emosional manakala kedua pihak saling mengerti, terbuka, dan saling mendukung, dan bisa berbicara apapun tanpa merasa takut ditolak. Mereka mampu untuk saling memaafkan dan menerima, khususnya ketika mereka tidak sependapat atau berbuat kesalahan. Dalam dimensi *intimacy* terdapat beberapa komponen diantaranya yaitu:

- a. Keinginan meningkatkan kesejahteraan dari yang dicintai
- b. Mengalami kebahagiaan bersama yang dicintai
- c. Menghargai orang yang dicintainya setinggi-tingginya
- d. Dapat mengandalkan orang yang dicintai dalam waktu yang dibutuhkan
- e. Memiliki saling pengertian dengan orang yang dicintai
- f. Membagi dirinya dan miliknya dengan orang yang dicintai
- g. Menerima dukungan emosional dari orang yang dicintai

- h. Memberi dukungan emosional kepada orang yang dicintai
- i. Berkomunikasi secara akrab dengan orang yang dicintai
- j. Menganggap penting orang yang dicintai dalam hidupnya.

Dimensi *passion* menekankan pada intensnya perasaan dan keterbangkitan yang muncul dari daya tarik fisik dan daya tarik seksual. Pada jenis cinta ini, seseorang mengalami ketertarikan secara nyata, melakukan kontak mata secara intens saat bertemu, mengalami perasaan indah seperti melambung ke awan, mengagumi dan terpesona dengan pasangan, detak jantung meningkat mengalami perasaan sejahteram ingin selalu bersama yang dicintai, memiliki energi yang besar untuk melakukan sesuatu demi pasangan mereka, merasakan adanya kesamaan dalam banyak hal dan tentu saja mereka merasa sangat bahagia. Dalam dimensi *passion* terdapat beberapa komponen diantaranya yaitu:

- a. *Romance*
- b. Ketertarikan fisik
- c. Konsumsi seksual
- d. Perasaan suka

Dimensi *commitment* diartikan sebagai keputusan untuk tetap bersama seorang pasangan dalam hidupnya. Komitmen berarti pula mencurahkan perhatian, melakukan sesuatu yang menjaga suatu hubungan tetap langgeng, dan melindungi hubungan itu dari bahaya, dan memperbaikinya bila hubungan itu dalam keadaan kritis. Dalam dimensi *commitment* terdapat dua komponen yaitu:

- a. Komitmen jangka panjang; komitmen untuk menjaga cinta
- b. Komitmen jangka pendek; keputusan untuk mencintai seseorang

## **1.7. Metode Penelitian**

### **1.7.1. Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif dengan paradigma interpretif dan konstruktif dengan pendekatan fenomenologi yang menggambarkan fenomena yang terjadi di masyarakat, yakni penggunaan media sosial untuk kencan *online* pada Tinder yang tak jarang digunakan tidak sesuai sebagaimana fungsi dan tujuan dari media sosial tersebut, karena pemahaman yang berbeda dari tiap penggunanya.

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha masuk ke dalam dunia konseptual subjek yang diteliti serta membebaskan diri dari praduga, sehingga semua hal bisa dieksplorasi untuk mendapatkan data yang akurat. Penelitian semacam ini memerlukan kekuatan *integrative* untuk memadukan berbagai informasi yang diterima menjadi satu kesatuan penafsiran yang utuh. Dalam hal ini, penulis berusaha untuk mendapatkan informasi lebih mendalam tentang bagaimana pemahaman pengguna media sosial Tinder dalam menggunakan Tinder untuk menjalin hubungan romantis, serta bagaimana pemahaman tersebut dimunculkan oleh penggunanya.

### **1.7.2. Situs Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di wilayah Semarang, Jawa Tengah.



### **1.7.3. Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah empat orang informan pengguna aktif media sosial Tinder dan telah menggunakannya dalam kurun waktu tiga sampai enam bulan.

### **1.7.4. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teks dan kata-kata tertulis yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam.

### **1.7.5. Sumber Data**

Data dalam penelitian ini diperoleh dari sumber:

#### **a. Data Primer**

Menurut Sugiyono (2012: 225), sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dengan kata lain, data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dengan terjun ke lapangan, yakni berupa hasil wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti dengan subjek penelitian (informan).

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data-data yang diperoleh peneliti dari luar diri partisipan, baik secara lisan maupun tulisan. Data ini dapat berupa studi literatur terkait permasalahan penelitian, data dari instansi terkait, serta

sumber informasi dari media massa seperti: surat kabar, majalah, internet, maupun media lainnya.

#### **1.7.6. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam (*in dept interview*). Wawancara dilakukan kepada empat orang pengguna media sosial Tinder untuk memperoleh informasi lebih mendalam mengenai permasalahan yang sedang diteliti. Informan tersebut dipilih melalui sumber informasi yang diperoleh peneliti karena mereka memiliki pengalaman di bidang yang diteliti sehingga dapat memperoleh data dan informasi yang berkualitas serta akurat terkait permasalahan yang sedang diteliti.

Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman dan daftar pertanyaan yang telah disusun. Wawancara ini bersifat terbuka dengan maksud agar informan lebih bebas, lebih leluasa, dan tidak terpacu dengan urutan pertanyaan sehingga materi pembicaraan dapat berkembang sesuai dengan yang diinginkan.

#### **1.7.7. Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data yang mengacu pada metode Van Kaam (Moustakas, 1994: 120-121).

Dalam teknik analisis ini memiliki tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. *Listing and Preliminary Grouping*

Tahap ini adalah mendaftar ekspresi yang relevan dengan pengalaman yaitu hasil wawancara dengan informan yang berupa jawaban wawancara informan penelitian (*horizontalization*)

b. *Reduction and Elimination*

Menguji setiap ekspresi yang ada dengan dua persyaratan berikut:

- 1) Apakah ekspresi tersebut mengandung momen pengalaman yang penting dan mengandung unsur pokok yang cukup baik untuk memahami fenomena?
- 2) Apakah ekspresi tersebut memungkinkan untuk dikelompokkan dalam suatu kelompok besar dan diberi label?

c. *Clustering and Thematizing the Invariant Constituents (Thematic Potrayal)*

Pengalaman informan penelitian yang berkaitan ke dalam label-label tematik. *Constituent* (unsur pokok) yang dikelompokkan dan diberi label ini adalah tema inti dari pengalaman. Jadi tema-tema yang ada pada *thematic potrayals* adalah benang merah dari semua jawaban-jawaban semua responden.

d. *Final Identification of the Invariant Constituents and Themes by Application: Validation*

Merupakan proses memvalidkan *Invariant Constituent*, yang dilakukan dalam tahap ini adalah mengecek *invariant constituent* dan tema yang menyertainya terhadap rekaman utuh pernyataan responden penelitian.

- 1) Apakah diekspresikan secara eksplisit dalam transkrip utuh?
- 2) Apakah sesuai atau cocok dengan konteks dalam transkrip (jika tidak diekspresikan secara eksplisit)
- 3) Apabila tidak dinyatakan secara eksplisit dan tidak cocok, maka hal itu tidak relevan terhadap pengalaman responden penelitian dan harus dihapuskan.

e. *Individual Textstural Description*

Dengan menggunakan *invariant constituent* dan tema yang valid dan relevan dari tahap sebelumnya, dapat disusun *Individual Textural Description* dari pengalaman setiap responden penelitian. Termasuk di dalamnya adalah ekspresi harfiah (kata per kata) dari catatan interview yang ada.

f. *Individual Structural Description*

Hasil dari penyusunan *Individual Textural Description* dan *Imaginative Variation* akan membangun *Individual Structural Description* dari pengalaman setiap responden penelitian.

g. *Textural Structural Description*

Dalam tahap ini merupakan penggabungan antara *Textural Description* dan *Structural Description* dari pengalaman masing-masing setiap responden penelitian.

### 1.7.8. Kualitas Data (*Goodness Criteria*)

Kualitas data atau *goodness criteria* dalam penelitian kualitatif ini dilakukan melalui analisis kredibilitas (kepercayaan) dan otentisitas dari realitas-realitas yang dihayati oleh para pelaku sosial. Dalam penelitian kualitatif, kualitas dievaluasi berdasarkan ukuran yang dapat dipercaya (*trustworthiness*) yang terdiri dari (Denzin dan Lincoln, 1994: 114):

- a. *Credibility* (sejajar dengan *internal validity*)
- b. *Transferability* (sejajar dengan *external validity*)
- c. *Dependability* (sejajar dengan *reliability*)
- d. *Confirmability* (sejajar dengan *objectivity*)

*Trustworthiness* sebagaimana dikemukakan oleh Lincoln dan Guba dalam studi ini diaplikasikan sebagai berikut:

- a. *Credibility*: dalam studi ini informan yang dipilih berdasarkan kredibilitas informan. Hal tersebut dilakukan dengan melihat kapasitas yang dapat dimengerti dengan pertanyaan penelitian. Pada penelitian ini yang menjadi informan adalah para pengguna aktif media sosial Tinder yang telah menggunakan Tinder selama tiga sampai enam bulan dan pernah atau sedang menjalani hubungan romantis yang diperoleh melalui Tinder yang dapat mewakili dan memiliki kredibilitas karena berkaitan secara langsung terhadap objek penelitian.
- b. *Transferability*: pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan pada semua informan adalah sama dengan kerangka wawancara. Dengan kata lain, tidak dibedakan antara informan satu dengan informan lain dalam

mengajukan pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini, pertanyaan yang diajukan kepada subjek penelitian (pengguna aktif media sosial Tinder) yang satu dengan yang lain adalah sama dan tidak dibedakan.

- c. *Dependability*: dengan menggunakan metode deskripsi partisipasi yang mana peneliti tidak hanya sekali berinteraksi dengan informan. Untuk mencapai *mood of entry* yang optimal ditempuh dengan cara menggali informasi yang ada secara tidak langsung. Dalam penelitian ini, pertanyaan yang diajukan kepada subjek penelitian (pengguna aktif media sosial Tinder) adalah pertanyaan terbuka, sehingga ketika peneliti ingin menggali lebih dalam informasi yang ingin diperoleh dari subjek penelitian, peneliti harus memiliki kemampuan bertanya secara tidak langsung yang dapat menggiring subjek penelitian menjawab pertanyaan yang dibutuhkan sebagai hasil wawancara mendalam.
- d. *Confirmability*: setelah deskripsi informasi dilakukan maka akan disusun deskripsi yang selanjutnya diinterpretasi. Informasi yang telah disusun kemudian akan dikonfirmasi kepada informan pada tataran deskripsi maupun pada tataran interpretasi.