



**STRATEGI PENGELOLAAN KESAN DALAM KOMUNIKASI
HYPERPERSONAL PENGGUNA TINDER**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

Fadilah Nugroho

NIM. 14030115140070

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2019

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA*)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : **Fadilah Nugroho**
Nomor Induk Mahasiswa : 14030115140070
Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta / 04 Juli 1997
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Cipete II No.9, Cipete Selatan,
Jakarta.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul: **Strategi Pengelolaan Kesan Dalam Komunikasi *Hyperpersonal* Pengguna Tinder**

Adalah benar-benar hasil karya ilmiah tulisan saya sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggungjawab.

Semarang, Agustus 2019

Fadilah Nugroho
NIM. 14030115140070

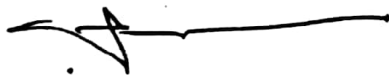
PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pengelolaan Kesan dalam Komunikasi
Hyperpersonal Pengguna Tinder
Nama Penyusun : Fadilah Nugroho
NIM : 14030115140070
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I


Semarang, Agustus 2019

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP.
NIP. 19640827 199001 1 001


Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin
NIP. 19690822 199403 1 003

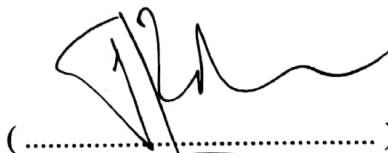
Dosen Pembimbing :

1. Dr. Nurul Hasfi, S.Sos, MA

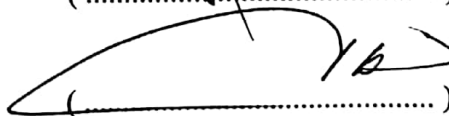


Dosen Penguji Skripsi :

1. Dr. Turnomo Rahardjo, M.Si



2. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si



3. Dr. Nurul Hasfi, S.Sos, MA



MOTTO

“The cognitive revolutions has enabled us, homo sapiens, to feel empathy and think critically, which differentiate us with our predecessors such as homo erectus, soloensis, neatherdal, etc. So, use that genetical mutation from more than a thousand years ago wisely by bringing welfare and goodness to the people around you and the world we live in.”

Halaman Persembahan

1. Puji syukur tiada henti-hentinya saya ucapkan kehadiran Allah S.W.T dalam setiap langkah kehidupan perkuliahan saya, sehingga penulis bisa terus menghirup nafas dan menyelesaikan tugas akhir penulis.
2. Kepada ibunda penulis Dra. Sri Handayani M.Pd yang selalu berjuang dan berkorban, membanting tulang, untuk membiayai hidup dua orang anaknya. Semoga tugas akhir saya ini dapat menjadi hadiah ulang tahun bagi beliau yang akan menginjak usia 53 tahun pada 12 September 2019 ini. Terima kasih atas cinta, kasih, dan perjuanganmu, ibunda.
3. Kepada ayahanda penulis Zeal Vision yang selalu mendidik dan mengasuh anaknya di rumah, tanpa ayahanda penulis, skripsi ini tidak mungkin selesai, terima kasih.
4. Kepada kakak dari penulis, Rizky Alvianda Akbar yang selalu menjadi *benchmark* bagi penulis dalam setiap langkah kehidupan dan pekerjaan yang dilakukan oleh penulis, terima kasih atas perhatian dan inspirasinya.
5. Kepada dosen pembimbing penulis yang telah sangat sabar membimbing penulis, mba Dr. Nurul Hasfi, S.Sos MA, terima kasih atas bimbingan yang telah diberikan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Mohon maaf bila hasilnya kurang memuaskan bagi mba Nurul selaku dosen pembimbing penulis.
6. Kepada kedua dosen penguji yang sekaligus dosen favorit penulis selama menempuh pendidikan sarjana di Ilmu Komunikasi, mas Dr. Turnomo

Rahardjo M.Si, dan mas Agus Naryoso, S.Sos, M.Si, terima kasih atas bimbingan yang telah diberikan selama 4 tahun penulis di kampus orange.

7. Kepada Aldedinda Auliantio, sahabat, adik, atau apapun sebutannya dalam istilah akademik sebagai perempuan yang selalu mendukung apa yang penulis lakukan, dan menerima apapun kondisi penulis, baik dalam keadaan sulit ataupun senang, penulis ucapkan terima kasih.
8. Kepada sahabat-sahabat penulis “Oke Deh” yang beranggotakan Karisha, Alby, dan Denis, di Jakarta yang tidak henti dalam memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, terima kasih atas dukungan dan doa kalian.
9. Kepada sahabat-sahabat yang penulis miliki, mulai dari Remaja Ceria; Aryo, Alby, Miko, Missy, Luluk, Tiara dan Sindy, Kesayangan2ku; Oliv, Vian, dan Vivi, terima kasih telah menemani hari-hari penulis di Semarang, ditunggu reuninya di Jakarta/Semarang.
10. Kepada teman “nongkrong ngopi skuy” Bima, Vian (lagi), Laek Afif, Ozi, dan Yudhis terima kasih atas selingan-selingan obrolan yang mendinginkan kepala saat mengerjakan skripsi ini. Terkhusus Bima, terima kasih Bim sudah sering mengizinkan penulis untuk berteduh di malam hari saat langit sudah terlalu gelap, semoga kamu selalu diberikan kesuksesan dan perlindungan oleh Tuhan.
11. Kepada anak-anak PSDM yang membanggakan walaupun terkadang menyebalkan Iraisa, Gilang, Niap, Sandra, Dante, Georgina, Nadhif, Nadya, Fithri, dan Bimo semoga kalian selalu sukses.

12. Kepada tim serta organisasi tempat saya pernah menimba ilmu dan mengembangkan diri, mulai dari AIESEC Undip hingga rumah saya sendiri, HMJ Ilmu Komunikasi, terima kasih banyak atas segala pelajarannya. Tidak sabar untuk kembali ke rumah dalam beberapa puluh tahun lagi dengan memberikan sesuatu yang bermanfaat.
13. Kepada angkatan 2015, walaupun kita tidak sesolid yang saya harapkan, tapi rasa bangga pernah menjadi satu bagian dalam rumah kecil bersama kalian merupakan sebuah kebanggaan yang luar biasa. Tuhan menakdirkan kita dalam satu tahun yang sama, semoga tuhan juga menakdirkan kita untuk sukses bersama.
14. Kepada seluruh individu-individu lain yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu per satu dalam halaman ini, terima kasih atas dukungan dan doa kalian selama ini.

KATA PENGANTAR

Perkembangan teknologi membuat perubahan tentang bagaimana manusia berkomunikasi. Salah satu bentuknya adalah munculnya aplikasi kencan daring yang memberikan kesempatan untuk penggunanya membentuk identitas daring dan berkenalan dan membangun hubungan dengan pengguna lain yang asing baginya. Tinder merupakan satu dari banyaknya aplikasi kencan daring yang ada di era ini, bahkan dapat dikatakan bahwa Tinder merupakan aplikasi kencan daring yang paling populer. Secara alamiah, medium CMC seperti aplikasi kencan daring sangatlah minim isyarat nonverbal dan konteks sosial. Medium komunikasi ini juga memiliki sifat yang anonim, dimana setiap orang dapat mendaftarkan dirinya secara mudah tanpa perlu verifikasi data-data diri yang asli.

Kekurangan ini berujung pada pembentukan kesan yang kurang bermakna sehingga seringkali hubungan yang terbentuk adalah hubungan yang bersifat impersonal dalam medium ini. Menurut pendekatan pengurangan konteks sosial menyatakan kualitas komunikasi interpersonal akan terganggu dengan hanya sedikitnya isyarat dari identitas yang tersedia. Hal ini juga dinyatakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Becker dan Stamp di tahun 2005 menunjukkan bahwa kebanyakan hubungan yang dibangun melalui aplikasi kencan daring hanya berkembang sampai tataran *online*.

Namun pada kenyataannya, ada beberapa contoh kasus dimana para pengguna aplikasi Tinder mampu untuk mengembangkan hubungannya dengan *match* atau pengguna lain yang mereka temui di aplikasi. Peneliti mengasumsikan mereka terlibat dalam komunikasi *hyperpersonal* dimana Tinder sebagai medium CMC dapat membentuk hubungan selayaknya komunikasi tatap muka langsung. Hubungan ini dibangun tentunya dengan serangkaian strategi pengelolaan kesan tertentu yang harus digunakan dalam mengatasi masalah mediumnya yang minim isyarat nonverbal dan konteks sosial. Strategi ini menjadi penting untuk menentukan kesuksesan hubungan yang dibangun.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai strategi pengelolaan kesan dalam komunikasi *hyperpersonal* pengguna Tinder. Penulis berharap penelitian ini dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi khususnya bahasan mengenai *computer mediated communication* (CMC), baik dalam lingkup akademik, praktik, atau sosial. Penulis meyakini penelitian ini masih jauh dari sempurna sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan.

Terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang terkait dengan penyusunan karya ilmiah ini. Berbagai dukungan dari pihak-pihak disekitar penulis membantu tulisan ini untuk terselesaikan.

Semarang, Juli 2019

Penulis

ABSTRAKSI

JUDUL : Strategi Pengelolaan Kesan dalam Komunikasi *Hyperpersonal*
Pegguna Tinder
NAMA : Fadilah Nugroho
NIM : 14030115140070

Fenomena membangun hubungan melalui aplikasi kencan daring tengah marak terjadi di tengah masyarakat digital Indonesia. Aplikasi kencan daring mengizinkan individu untuk membentuk sebuah profil dan terhubung dengan pengguna lain. Dalam mengembangkan hubungan melalui medium ini, komunikator dihadapkan pada sebuah kondisi yakni minimnya isyarat nonverbal dan konteks sosial dalam membentuk sebuah kesan yang bermakna sehingga seringkali interaksi hanya berujung pada hubungan yang bersifat impersonal. Namun, dengan minimnya isyarat ini, ada beberapa contoh kasus yang menjelaskan bagaimana dua individu yang saling bertemu dalam ruang virtual Tinder dapat membentuk sebuah hubungan yang bersifat pribadi dengan serangkaian strategi pengelolaan kesan dalam komunikasi *hyperpersonal* mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan proses komunikasi *hyperpersonal* dan strategi pengelolaan kesan yang dilakukan oleh pengguna Tinder ini.

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk melihat bagaimana proses komunikasi *hyperpersonal* dan strategi pengelolaan kesan yang ditampilkan oleh pengguna Tinder. Teori yang digunakan untuk mendeskripsikan fenomena ini adalah teori pemrosesan informasi sosial (SIP) serta konsep *hyperpersonal* J.B. Walther, dan Teori dramaturgi Goffman serta konsep strategi presentasi diri Pittman dan Jones. Informan dalam penelitian ini berjumlah 6 orang dengan kriteria pernah berkencan atau bertemu langsung dengan pengguna Tinder lainnya.

Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa dalam proses komunikasi *hyperpersonal* pengguna Tinder, karakteristik yang terlihat adalah *sender* yang melakukan presentasi diri selektif pada profil dan interaksi setelah *match* dengan pengungkapan diri bertahap secara interaktif hingga tahap *affective* melalui pengelolaan tekstual pemanjangan kata, penggunaan bahasa, gaya bahasa, dan *emoticons/GIPHY* dengan menampilkan *low warrant information*, *receiver* melakukan atribusi berlebihan pada kesamaan yang dimiliki dan sifat hubungan simetris dalam interaksi, *channel* memungkinkan berkomunikasi pada waktu yang ideal, dan *feedback* yang bersifat ekspektasi yang terwujud secara positif atau negatif. Dalam interaksi ini, para pengguna Tinder menggunakan empat strategi utama untuk membangun kesan dan hubungan yang bermakna yakni dengan strategi ingratiasi untuk menunjukkan dirinya menarik secara kepribadian sehingga layak disukai, promosi diri untuk menunjukkan kesan dirinya berkompoten atas suatu keahlian tertentu, eksemplifikasi meyakinkan bahwa dirinya bermoral dan dapat dipercaya, serta suplikasi untuk mengharapkan empati.

Kata Kunci : Komunikasi, CMC, *Hyperpersonal*, Strategi Pengelolaan Kesan, Tinder

ABSTRACT

TITLE : Impression Management Strategy Upon Tinder's Users
Hyperpersonal Communication
NAME : Fadilah Nugroho
NIM : 14030115140070

The phenomenon of building relationships through online dating applications is rampant among Indonesian digital communities. Online dating applications, such as Tinder, allow individuals to form a profile and connect with other users that are totally strangers for them. In developing relationships through online dating applications, communicators are facing a condition which is the lack of nonverbal cues and social contexts in forming a meaningful impression, which often leads to online impersonal relationships. However, with this lack of clues, there are several examples that explain how two individuals who meet each other in the Tinder can form a personal relationship with a particular impression management strategies upon their hyperpersonal communication. The objective of this research is to describe hyperpersonal communications process and the strategy that been used by these users of Tinder.

This study used the interpretive paradigm with qualitative descriptive research methods to see how Tinder users display the hyperpersonal communication process and impression management strategies. The theory used to describe this phenomenon is the theory of social information processing (SIP) and the concept of hyperpersonal J.B. Walther, and Goffman's dramaturgy theory and the concepts of Pittman and Jones's self-presentation strategies. The informants in this study are 6 people with the criteria of ever dating or meeting directly with other Tinder users.

The results of this study show that in the Tinder user's hyperpersonal communication process, the characteristics seen are senders conduct selective self-presentations on profiles and upon interactions after match disclosing themselves using interactive strategy to reach the affective-stage by managing textual verbal such as word lengthening, language used, style of language emoticons/GIPHY with low warrant value information being shared to their match, the receiver doing overattribution of similarity and looking for symmetrical communication, channel allows communicating on their own time, and the feedback is self-fulfilling prophecy positively or negatively. Upon this hyperpersonal communication interaction, Tinder users use four main strategies to construct a meaningful impression as well as relationship, namely the ingratiation strategy to show themselves as an attractive personal to be liked, self-promotion to show competency upon particular skills, exemplification showing that they are moral and trustworthy, and supplication to gain empathy from match.

Keywords : *Communication, CMC, Hyperpersonal, Impression Management, Tinder*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Kerangka Teoritis.....	15
1.6 Operasionalisasi Konsep.....	31
1.7 Metoda Penelitian	33
BAB II Aplikasi Kencan Daring, Tinder, dan Interaksi Antarpribadi yang Terjadi di Dalamnya	37
2.1 Kemunculan Aplikasi Kencan Daring.....	37
2.2 Ragam Aplikasi Kencan Daring	38
2.3 Aplikasi Tinder	41
BAB III Pengalaman Strategi Pengelolaan Kesan dalam Komunikasi <i>Hyperpersonal</i> Pengguna Tinder	48
3.1 Profil Informan	48
3.2 Komunikasi <i>Hyperpersonal</i> Pengguna Tinder	50
3.3 Strategi Pengelolaan Kesan Pengguna Tinder	102
BAB IV Pembahasan Strategi Pengelolaan Kesan dalam Komunikasi <i>Hyperpersonal</i> Pengguna Tinder	117
4.1. Proses Komunikasi <i>Hyperpersonal</i> Pengguna Tinder	117

4.2. Strategi Pengelolaan Kesan Pengguna Tinder dalam Komunikasi <i>Hyperpersonal</i>	139
------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

BAB V Penutup

5.1 Kesimpulan	167
5.2 Implikasi	169
5.3 Rekomendasi.....	171

DAFTAR TABEL

Gambar 1.1. Tampilan Profil Pengguna Tinder.....	3
Gambar 1.2. Kerangka Konseptual Penelitian.....	34
Gambar 3.1. Profil Diri Informan 1	54
Gambar 3.2. Profil Diri Informan 2	66
Gambar 3.3. Profil Diri Informan 3	76
Gambar 3.4. Profil Diri Informan 4	85
Gambar 3.5. Profil Diri Informan 5	92
Gambar 3.6. Profil Diri Informan 6	102
Tabel 3.1. Strategi Pengelolaan Kesan dalam Profil.....	123
Tabel 3.2. Strategi Pengelolaan Kesan dalam Interaksi.....	125
Gambar 4.1. Proses Pengelolaan Kesan dalam Komunikasi <i>Hyperpersonal</i> Pengguna Tinder	149