

BAB IV

PEMBAHASAN STRATEGI PENGELOLAAN KESAN DALAM KOMUNIKASI *HYPERPERSONAL* PENGGUNA TINDER

Pada bab analisis temuan penelitian ini, interaksi yang terjadi di dalam komunikasi *hyperpersonal* pengguna Tinder dan strategi pengelolaan kesan yang digunakannya akan diulas secara bertahap untuk memahami pola-pola dalam proses yang dialami oleh keenam informan penelitian ini. Analisis ini akan dimulai dengan menjelaskan interaksi *hyperpersonal* yang dijalani oleh masing-masing informan sebagai dasar yang nantinya akan mampu mengidentifikasi mengenai strategi pengelolaan kesan yang ditampilkan oleh masing-masing informan.

4.1. Interaksi Komunikasi *Hyperpersonal* Pengguna Tinder

Komunikasi *hyperpersonal* sendiri secara definisi menurut Walther (dalam Thurlow, 2004:53) merupakan keadaan dimana komunikasi yang dilakukan melalui medium CMC dapat menjadi lebih atau sama bersahabat, intim, dan menyenangkan dengan komunikasi tatap muka langsung. Dalam kata lain, ia mampu menyamai atau bahkan melewati level normal dalam komunikasi *interpersonal* yang dibangun secara tatap muka langsung. Penelitian ini berusaha untuk melihat bagaimana mereka dalam komunikasi yang pada dasarnya anonim, minim isyarat *nonverbal*, dapat membangun kepercayaan dan hubungan, untuk mewujudkan motifnya dalam berkencan atau bertemu secara langsung.

4.1.1 Interaksi Pengguna Tinder Sebagai Pengirim Pesan (*Sender*)

4.1.1.1 Alasan Dalam Menggunakan Tinder

Sebagai *sender*, hal pertama yang menarik adalah tentu mengetahui alasan para informan memilih untuk berkenalan dengan orang baru atau mewujudkan motifnya melalui medium yang minim isyarat nonverbal dibandingkan dengan komunikasi tatap muka langsung. Semua informan menyatakan bahwa dibandingkan dengan komunikasi tatap muka langsung, berkenalan melalui medium CMC seperti Tinder memberikan kenyamanan kepada mereka tersendiri, khususnya untuk mengurangi rasa malu bila harus berkenalan secara langsung tersebut. Seperti yang diungkap oleh informan 6, ia merasa bahwa berkenalan secara daring seperti menggunakan Tinder juga dapat menyelamatkan wajahnya dikarenakan motif yang dimilikinya untuk mencari pasangan seksual dapat menyebabkan dirinya ditolak secara keras. Sedangkan ketika di Tinder, ia mengasumsikan pengguna lain telah memiliki suatu ekspektasi untuk berkenalan dengan orang baru, dan dapat memilah motif yang digunakan informan 6, sehingga bagi yang merasa memiliki kesamaan motif akan terbentuk suatu hubungan, dan bagi yang tidak sesuai, profil dari informan 6 akan ditolak secara halus.

Thurlow menyebut alasan dari terbentuknya persepsi *hyperpersonal* ini dengan "*Birds of a feather*" yakni dimana ketika para pengguna medium CMC merasa saling berbagi keanggotaan yang sama, mereka akan menganggap memiliki kesamaan dengan pengguna lain yang ditemuinya.

Seperti yang secara khusus diungkap oleh informan 2,5, dan 6 yang menganggap bahwa mereka yang menggunakan Tinder memiliki keinginan untuk berkenalan dengan orang baru atau bahkan motif yang sama dengan mereka. Sedangkan apa yang diungkapkan oleh informan 1, 3, dan 4, yakni untuk menjembatani rasa malu juga penilaian negatif dari orang lain, Thurlow menjelaskannya sebagai efek anonimitas visual dalam ruang pertukaran pesan virtual dimana pengguna tidak perlu takut akan penilaian atas diri yang dimilikinya.

4.1.1.2 Pengelolaan Profil Diri Pengguna Tinder

Para informan penelitian ini dalam interaksinya di Tinder juga memiliki kuasa untuk menampilkan dirinya secara selektif dengan memilih apa yang akan ditampilkan dan tidak ditampilkan, baik itu dalam profil atau dalam pengungkapan diri yang terjadi ketika interaksi setelah *match*. Ketika beberapa informan menggunakan nama asli, ada informan yang menggunakan nama samaran untuk menutupi identitas aslinya seperti yang dilakukan oleh informan 3 dan 4. Ada yang mengungkapkan dirinya hingga pada tahap paling pribadi seperti pengalaman seks yang diungkapkan oleh informan 5 dan 6, ada juga yang membatasi membagi wilayah pribadinya dengan apa yang diungkapkan di Tinder seperti yang dilakukan oleh informan 4. Hasil penelitian ini menunjukkan apa yang dikatakan oleh Walther (dalam Griffin, 2011: 143) sebagai presentasi diri selektif, yakni kondisi ketika para individu berkomunikasi di dalam CMC dapat membuat

dan mempertahankan kesannya yang paling positif dengan memilih informasi apa yang akan ditampilkan atau tidak kepada pengguna lainnya.

Pada profil diri, hampir seluruh informan menampilkan identitas dasar mereka secara sesuai misalnya dari nama dan usia. Hanya informan 3 dan 4 yang menggunakan nama samaran dalam profil milik mereka. Informan 3 sendiri mengakui menggunakan nama samaran agar menarik dan tidak ada relasi yang menggunakan Tinder mengenalinya. Kemudian berlanjut pada pemilihan foto, keempat informan menggunakan tiga hingga lebih foto. Penggunaan foto dengan jumlah tiga atau lebih ini digunakan untuk memberikan gambaran yang beragam mengenai fisik yang dimiliki oleh informan sekaligus membentuk kepercayaan pada pengguna lain bahwa akun yang dimiliki informan adalah akun ril. Hanya informan 1 dan 4 yang menunjukkan satu buah foto. Untuk informan 1 sendiri ia beralasan menghindari pengguna lain merasa bingung dengan fisik yang terkadang dapat berbeda-beda di satu foto dengan foto lainnya, sedangkan informan 4 sendiri menampilkannya dengan alasan malu dan menghindari ada relasi yang mengenalinya dari foto yang ditampilkan.

Foto yang dipilih oleh para informan sendiri memiliki karakteristik yang sama, yakni menunjukkan fisiknya yang paling menarik. Misalnya saja pada informan 1 yang menunjukkan foto dari kepala hingga kebawah dan saat dirinya tengah melakukan *modelling*. Atau pada informan 5 yang menunjukkan rambut indah miliknya yang dinilai, jarang dimiliki oleh laki-laki. Informan 6 sendiri memiliki kriteria foto yang berbeda dibanding

kelima informan lainnya, yakni pemilihan foto dari informan 6 sendiri berusaha untuk menunjukkan suatu kompetensi yang dimilikinya, selain kemenarikan fisik yang coba ditampilkannya. Misalnya saja ia memasang foto di halaman depan dengan tampilan tengah memegang kamera untuk menunjukkan bahwa dirinya adalah orang yang bekerja di bidang kreatif. Foto dipilih sangat hati-hati oleh para informan dan berusaha untuk memberikan gambaran fisik yang menarik atau menunjukkan suatu kompetensi, karena secara umum, menurut Shepphard dan Hartman sebuah penilaian atas diri individu seperti kekuatan, kemenarikan, dan kecocokan untuk dijadikan teman atau kekasih didasarkan atas penampilan badan atau fisik yang dimiliki (Devito, 2013:145).

Setelah foto, status pekerjaan atau institusi pendidikan/pekerjaan menjadi hal yang ditampilkan oleh informan. Dalam hal ini, ada tiga informan yang memilih untuk menampilkan dan tiga lagi memilih untuk tidak menampilkannya. Selain sebagai pelengkap dari profil yang ditampilkan, institusi serta status ini sengaja ditampilkan untuk menimbulkan suatu kesan yang menarik pada pengguna lain, seperti yang dilakukan oleh informan 4. Informan 4 menganggap sekolah tempat ia bernaung saat ini adalah sekolah yang cukup favorit di Semarang, sehingga ia merasa bila menampilkan hal tersebut dalam penjelasan dirinya, nilai dirinya akan meningkat. Status pendidikan atau sosial-ekonomi memang merupakan salah satu faktor penting dalam menarik orang lain (Devito, 2013:239). Untuk beberapa informan yang tidak menampilkannya, institusi

atau status ini menjadi suatu hal yang dapat mengungkap tentang identitas asli dirinya. Untuk itu mereka mencegahnya dengan tidak mengungkapkannya seperti yang dilakukan oleh informan 2,3, dan 5.

Para informan juga dalam profilnya rata-rata menuliskan penjelasan diri singkat melalui kolom *about me*. Meski para informan mengisi kolom ini, deskripsi diri dalam kolom ini tidaklah dimaksimalkan sepenuhnya oleh para informan. Rata-rata hanya memanfaatkan kolom tentang diri ini dengan penjelasan diri yang amat singkat. Misalnya saja informan 1 yang hanya mendeskripsikan diri dengan “Pejuang Akhir Semester” atau informan 2 yang menuliskan tautan Instagram, dan informan 4 menuliskan institusi pendidikannya saat ini. Informan 5 dan 6 memanfaatkan kolom ini untuk menjelaskan sifat dirinya dan memberikan cuplikan tipis mengenai motif yang mereka miliki dalam menggunakan Tinder.

Kemudian fitur lain yang ditampilkan dalam profil adalah lagu favorit yang terhubung pada layanan *streaming* music Spotify. Ada dua informan yang menampilkan lagu favoritnya untuk mendukung motif yang dimiliki oleh keduanya yakni informan 5 dan 6. Keduanya memiliki motif yang sama, yakni untuk mencari pasangan seksual, sehingga menurut keduanya lagu yang santai dan digemari oleh individu seusianya dapat menimbulkan sebuah kesan yang menarik pada diri pengguna lainnya. Keempat informan lainnya memilih untuk tidak menampilkan lagu favorit ini dengan alasan yang hampir sama yakni agar menjadi bahan perbincangan dalam ruang pertukaran pesan saja.

Yang menarik dari perilaku menampilkan diri informan adalah bagaimana informan dalam penelitian ini dengan sengaja tidak mengintegrasikan akun Instagram miliknya dengan akun Tinder. Padahal, akun Instagram ini dapat memberikan gambaran yang lebih mendetail mengenai diri informan. Instagram juga dapat memberikan isyarat nonverbal yang lebih luas, dikarenakan sifatnya sebagai media sosial berbagi foto. Keenam informan memiliki alasan yang relatif sama perihal hal ini yakni tidak menginginkan pengguna di Tinder mengetahui kehidupan aslinya yang menurut mereka direpresentasikan oleh Instagram.

Dari pengelolaan kesan pada profil ini para informan cenderung untuk menampilkan informasi diri yang bernilai rendah atau *low warrant information*. Griffin (2012:147) menjelaskan bahwa informasi yang bernilai rendah adalah informasi yang kontennya berada pada tangan pengirim pesan. Karena kontrol berada pada tangan pembuat pesan, maka dari itu manipulasi bisa saja dilakukan dengan mudah. Peneliti melihat hal ini dilakukan oleh para informan guna menjaga kesan mereka tetap positif dan berada pada kontrol mereka, karena dalam Tinder, profil menjadi hal yang paling menentukan untuk terwujudnya interaksi, sehingga para informan tidak ingin bertaruh pada informasi yang diterima pengguna lain mengenai diri mereka, yang bisa saja kontradiktif dengan apa yang coba ditampilkan oleh informan.

4.1.1.3 Pengelolaan Pengungkapan Diri Pengguna Tinder

Setelah pada profil, informan yang berinteraksi juga melakukan pengungkapan-pengungkapan diri untuk menanamkan sejumlah kesan pada benak individu lainnya. Pengungkapan diri menurut Berger merupakan salah satu proses penting dalam komunikasi *hyperpersonal* (2016:9). Para informan penelitian ini dalam interaksinya mengungkapkan dan juga berusaha mengungkap mengenai diri dari orang lain. Hampir seluruh informan mengungkapkan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kepribadiannya sendiri, ketertarikannya akan suatu hal, memberikan perhatian, berkeluh kesah, hingga pada beberapa informan bercerita mengenai hal paling mendalam mengenai dirinya seperti latar belakang hidup dan status hubungan yang tengah dijalaninya dengan orang lain. Hal ini yang disebut Berger sebagai *interactive strategies*.

Strategi interaktif yang dimaksud Berger adalah saat pengguna CMC melakukan komunikasi untuk mengembangkan hubungannya yang meliputi mengajukan pertanyaan pribadi untuk mendorong pengungkapan diri komunikator lainnya, dan mengungkapkan mengenai diri sendiri untuk memicu pengungkapan diri secara timbal balik dari komunikator lainnya. Dengan strategi interaktif, pengungkapan diri menjadi lebih efektif pada CMC dan level pengungkapannya pun semakin mendalam .

Hal ini dapat dilihat dari bagaimana informan 5 dan 6 menceritakan pengalaman seksualnya untuk menunjukkan motif yang dimiliki oleh keduanya dan memancing pengguna lain untuk membuka dirinya juga. Atau bagaimana informan 3 menceritakan latar belakang hidupnya ke pengguna

lain yang baru saja dikenalnya setelah pengguna lain menceritakan hal yang sama kepadanya. Contoh lain seperti Informan 1 melakukannya dengan menceritakan musik yang disukai atau hal yang dilakukan sehari-hari, Informan 2 dengan membagikan cerita organisasinya dan informan 4 dengan mengutarakan humor untuk mengetahui apakah *matchnya* adalah orang yang humoris atau tidak.

Kemudian strategi interaktif dalam pengungkapan diri ini dapat dilihat kedalamanya dengan merujuk pada teori penetrasi sosial Altman dan Taylor dimana tahap pengembangan hubungan beserta apa yang diungkapkannya dibagi dalam 5 jenjang (Littlejohn, 2009: 911). Jenjang pertama adalah *orientation-stage* dimana pada masa orientasi ini seorang individu mulai berbicara singkat mengenai hal-hal yang mendasar. Pada penelitian ini, para informan menunjukkan tahap orientasi saat mereka memulai percakapan sesaat setelah mereka *match* dengan membahas mengenai hal-hal mendasar dari dirinya. Informan 1 dan 2 misalnya diawal interaksinya setelah *match* biasanya berbicara mengenai kesibukkan yang tengah dijalannya, atau mengungkap mengenai institusi tempat mereka bernaung. Informan 4 biasanya mengungkapkan daerah tempat tinggalnya, sedangkan informan 5 dalam membuka obrolan seringkali mengungkap mengenai tempat yang ia suka kunjungi berdasarkan tempat tinggal dari *matchnya*, meskipun ia melakukannya dengan berbohong. Informan 3 dan 6 sendiri cenderung membuka pembicaraan dalam tahap orientasi dengan berfokus pada *match* yakni dengan membahas mengenai *bio* seperti yang

dilakukan oleh informan 3, dan memberikan pujian kepada *matchnya* seperti yang dilakukan oleh informan 6.

Kemudian, jenjang berikutnya yang dilalui oleh para informan dalam interaksinya adalah apa yang disebut sebagai *exploratory-affective stage*. Tahap ini digambarkan sebagai tahap dimana individu mulai membuka jati dirinya dan berbincang mengenai pemikiran yang mereka miliki atas suatu hal. Tahap ini dalam interaksi pengguna Tinder digambarkan dengan berbagi pandangan akan suatu isu atau hal tertentu atau hal yang disukainya seperti hobi, makanan, musik, film atau tempat. Misalnya seperti yang dilakukan oleh informan 1 dan 3 yang membahas isu-isu tertentu yang bersifat umum dan dikuasai oleh keduanya. Informan 2 dan 5 sendiri memilih untuk bertukar pikiran mengenai pengalaman yang mereka miliki dalam suatu hal, misalnya saja untuk informan 2 mengungkap mengenai hal-hal organisasi kemahasiswaan, dan informan 5 lebih bertukar pikiran mengenai pendapatnya tentang seks. Pada informan 4, di tahap ini ia mengungkapkan mengenai ketertarikannya akan olahraga dan musik, dan pada informan 6 ia mengungkapkan mengenai pandangannya terhadap dunia kreatif yang menyangkut pekerjaannya.

Dan tahap ketiga sekaligus tahap terakhir yang dijalani oleh para informan dalam penelitian ini adalah *affective-stage*. Pada tahap ini individu yang berinteraksi sudah mulai membicarakan hal-hal yang bermakna dan bersifat sangat pribadi. Pada penelitian ini, hal ini ditunjukkan oleh para informan dengan mengungkapkan mengenai latar belakang keluarga atau

informasi yang bersifat amat privat. Informan 3 misalnya, mengungkapkan mengenai latar belakang hidupnya kepada *match* yang juga menceritakan hal yang sama kepadanya. Atau bagaimana informan 5 dan 6 berbagi pengalaman seksualnya kepada *match* agar *match* juga mengungkapkan mengenai pengalaman seksualnya dan mengetahui kesamaan motif yang dimiliki oleh mereka. Sedangkan hampir seluruh informan dalam penelitian ini terlibat dalam pembicaraan bermakna dimana mereka membicarakan mengenai kegiatan sehari-hari dan masalah yang dihadapinya baik masalah pribadi atau pekerjaan. Informan 2 bahkan membagikan foto dalam medium lain yang lebih privat untuk membagikan tentang kehidupan sehari-harinya kepada *match*.

Dengan mengungkapkan diri hingga pada tahap tersebut para informan mencoba untuk memunculkan rasa kedekatan hingga pada tahap afeksi dari presentasi diri yang ditampilkan kepada *matchnya*. Semakin dalam mereka saling memahami dengan latar belakang masing-masing maka semakin besar juga kepercayaan yang terbentuk dari presentasi diri yang diungkapkan. Tahapan yang dilalui oleh informan ini menunjukkan bahwa untuk mencapai kepercayaan diperlukan pengungkapan diri yang mendalam secara bertahap mengenai diri masing-masing sehingga timbul kepercayaan diantara hubungan keduanya. Dengan pengungkapan diri ini, individu yang berkomunikasi dapat menghasilkan hubungan yang lebih intim, dan meningkatkan kepuasan interaksi antarkomunikator (Devito, 2013: 213).

Pengungkapan diri ini tetap ditransmisikan melalui informasi yang bernilai rendah (*low-warrant information*), dimana hanya informan 2 dan 3 yang memberikan akses saling mengikuti di Instagram dengan *matchnya*, dimana Instagram dapat berisikan informasi dari pihak ketiga mengenai diri informan. Selebihnya, seperti informan 1 hanya memberikan *username* akun Instagramnya, informan 4 dan 5 berpindah pada medium yang lebih privat yakni Line atau WhatsApp dimana kontrol pesan masih besar pada mereka. Informan 6 sendiri tidak mengungkapkan medium lain selain Tinder guna menghindari perkenalan lebih lanjut dengan *match* yang ia temui di Tinder.

4.1.1.4 Pengelolaan Tekstual dan Nonverbal Pengguna Tinder

Dalam mengungkapkan diri ini, para informan dalam Tinder yang tidak mampu mengirimkan aspek nonverbal melakukan pemilihan dalam berbahasa tekstual untuk berinteraksi dengan pengguna lain. Unsur verbal serta pengganti nonverbal sendiri dalam CMC sangatlah beragam, hal ini dapat meliputi *emoticons*, atau isyarat tipografi lain semacam “...” atau yang disebut sebagai *ellipses*, tanda baca berulang, dan besar atau kecilnya huruf. Simbol-simbol tersebut beserta simbol lainnya dapat memberikan informasi paralinguistik tentang emosi pengirim pesan (Berger dan Roloff, 2016:07).

Hasil temuan pada penelitian ini menggambarkan dalam pengelolaan tekstual terdapat empat unsur penting yakni pemanjangan kata,

gaya bahasa, bahasa yang digunakan, dan *emoticons*/GIPHY. Pemanjangan kata pertama kali diutarakan oleh informan 1 yang mana ia menyatakan bahwa ketika ia menyingkat kata yang digunakannya, hal tersebut menandakan bahwa dirinya sedang berada dalam kondisi emosional yang tidak baik. Kemudian pertanyaan ini peneliti juga tanyakan kepada informan lainnya, yang pada akhirnya menghasilkan temuan bahwa empat dari enam informan penelitian ini menggunakan pemanjangan kata dalam komunikasinya, seperti misalnya kata “iya” menjadi “iyaaa”. Pemanjangan kata ini digunakan oleh informan untuk menciptakan kesan ramah pada pengguna lainnya. Informan 3 sendiri hanyalah satu-satunya informan yang menganggap bahwa pemanjangan kata bukanlah suatu hal yang efektif untuk dilakukan. Ia sendiri cenderung untuk menggunakan kata-kata yang cenderung lebih singkat untuk mempersingkat waktu pengiriman pesan.

Selain pemanjangan kata, gaya bahasa yang digunakan oleh informan juga melengkapi proses presentasi diri yang dilakukan. Dari temuan penelitian, peneliti menyimpulkan motif yang dimiliki oleh informan memiliki dampak pada penggunaan gaya bahasa masing-masing informan. Misalnya informan 1, 2, 3, dan 4 memilih menggunakan bahasa yang sopan, dan santai karena memang motifnya untuk mencari teman. Sedangkan informan 5 dan 6 mengakui menggunakan bahasa yang cenderung menggoda secara sengaja untuk memperkuat kesan yang ditampilkannya dan motif apa yang mendorongnya.

Penelitian ini juga menemukan bahwa beberapa pengguna memahami penggunaan suatu bahasa sebagai strategi mereka dalam menampilkan dirinya. Ketika informan 1,3,4, dan 5 menganggap penggunaan bahasa hanya untuk memudahkan mereka berkomunikasi, hal yang berbeda diungkapkan oleh informan 2 dan 6. Menurut informan 2 menggunakan bahasa Indonesia dapat menciptakan kesan bahwa dirinya ramah dan rendah hati, sedangkan informan 6 bila dipahami terkadang menggunakan bahasa Inggris untuk memperhalus bahasa yang cenderung kasar bila dikatakan dalam bahasa Indonesia. Ini karena informan 6 seringkali membahas menggunakan kata-kata yang cenderung seksual, sehingga cara memperhalus baginya adalah dengan dituliskan menggunakan bahasa Inggris.

Yang terakhir adalah penggunaan *emoticons* / GIPHY yang dapat dalam komunikasi yang dilakukan oleh informan. Dari enam informan, hanya satu informan yakni informan 3 yang mengatakan bahwa ia cenderung untuk menggunakan GIPHY untuk melengkapi pesan verbal yang dikirimkannya. Sedangkan kelima informan lainnya menyatakan bahwa penggunaan *emoticons* ini menjadi suatu hal yang mereka gunakan untuk menggantikan emosi yang tidak dapat ditampilkan dalam medium Tinder. Informan 5 sendiri memiliki maksud tertentu dalam menggunakan *emote*, dimana ia mengakui bahwa dirinya menggunakan *emoticons* untuk menggoda matchnya atau sebagai pelengkap pesan verbalnya. Ia

menggunakan *emote* “lidah menjulur” dalam interaksinya untuk menggugah pengguna lain yang memiliki motif sama dengannya.

Penggunaan bahasa yang beragam ini dengan melanggar dari kaidah-kaidah penulisan bahasa yang baku dikatakan oleh Thurlow sebagai *netlingo*. Salah satu penekanan pada *netlingo* ini menurut Thurlow ada pada informalitas dalam bahasa. Variasi dari *netlingo* ini sendiri sangat beragam, dan bergantung pada tipologi kreatif dimana banyak aturan tata bahasa dan gaya berbahasa tradisional yang dilanggar (Thurlow, 2004:124). Penggunaan bahasa yang dengan sengaja melanggar ini menunjukkan bahwa komunikasi yang coba dibangun adalah komunikasi yang bersifat non-formal atau santai, sehingga mampu membentuk hubungan yang bersifat antarpribadi.

4.1.2 Interaksi Pengguna Tinder Sebagai Penerima Pesan (*Receiver*)

4.1.2.1 Atribusi Pada Profil Pengguna Lain

Dari temuan penelitian, informan melakukan penilaian pada beberapa aspek dari profil, serta pengungkapan diri yang dilakukan oleh pengguna lain. Meski belum pernah bertemu sebelumnya, informan mampu menyimpulkan dari pengelolaan profil pengguna lain serta tekstual dalam interaksi yang terjadi setelah *match*. Pada profil, para informan secara keseluruhan melihat pada tampilan fisik yang terpampang pada foto profil pengguna. Para informan memiliki kriteria masing-masing seperti melihat pada wajah yang cantik/tampan, gaya foto yang unik, atau gaya foto yang

lucu. Selain itu dari sisi kedekatan, informan memutuskan untuk memilih mereka yang berada pada jarak 10 – 100 KM dari pengguna agar lebih mudah untuk ditemui kedepannya.

Selain itu, beberapa informan menganggap penjelasan diri pada kolom *About Me* merupakan aspek penting yang menjadi penilaiannya seperti informan 3 dan 6 yang memilih informan berdasarkan penjelasan diri yang dituliskan. Mereka menyimpulkan deskripsi yang menarik menggambarkan sosok pribadi yang menarik pada pengguna lain. Kemudian institusi pendidikan atau pekerjaan menjadi suatu hal yang menjadi pertimbangan oleh beberapa informan, seperti informan 1, dan 2. Kemudian, informan melihat umur untuk menyimpulkan apakah komunikasi yang bersifat dua arah dapat terjadi atau tidak. Terkecuali informan 5, kelima informan lainnya menganggap usia yang terlalu jauh dapat dipandang tidak ideal dan berujung pada pembicaraan yang tidak dapat dimengerti oleh mereka. Mereka menganggap ada kesamaan psikografis dari karakteristik demografis yang tidak begitu jauh jaraknya, dalam hal ini usia dan pekerjaan. Informan 3 misalnya menganggap bahwa usia yang berada jauh di atasnya sudah memiliki orientasi yang berbeda dalam tujuannya menggunakan Tinder.

Tanpa melihat atau verifikasi terlebih dahulu melalui melihat pada apakah pengguna lain melakukan integrasi dengan akun media sosial lainnya yang lebih privat seperti Instagram atau Facebook, para informan dapat melakukan *swipe kanan* dengan terbatasnya isyarat tersebut. Hanya

informan 2 yang mencoba untuk menyelidiki terlebih dahulu media sosial dari pengguna lain. Inilah yang disebut oleh Walther sebagai atribusi berlebihan dalam CMC. Walther mengatakan bahwa minimnya isyarat dalam CMC seperti Tinder tidak menjadikan informan kesulitan dalam menarik kesimpulan atas diri individu lain, melainkan justru melakukan atribusi yang berlebihan pada minimnya informasi yang tersedia ini, dan membuat gambaran yang ideal tentang seseorang (Griffin, 2012:144). Hal ini dapat dilihat secara khusus pada jawaban dari informan 6 yang mana ia menyimpulkan bahwa mereka yang mendeskripsikan diri mereka secara unik, pasti memiliki fisik yang baik, dan pribadi yang menarik dalam pengembangan hubungannya. Atau bagaimana informan 5 dengan hanya melihat pada tampilan foto dengan pose yang lucu atau unik, ia langsung menyimpulkan bahwa pengguna lain tersebut adalah sosok yang menarik.

4.1.2.2 Atribusi Pada Interaksi Setelah *Match*

Kemudian pada proses pengungkapan diri, para informan cenderung melakukan atribusi berlebihan pada beberapa hal, seperti interaktifitas pengguna lain, bagaimana *match* memberikan perhatian pada diri informan, atau kesamaan yang dimiliki antar informan dengan *matchnya*. Hal pertama yang dilihat oleh informan adalah kesamaan yang mereka miliki dengan pengguna lain. Kesamaan yang dimiliki ini dapat berupa kesamaan ketertarikan akan suatu hal, latar belakang, pengalaman, atau motif yang dimiliki oleh informan. Informan 3 misalnya melihat kesamaan pada hal yang disukai seperti musik, film, dan makanan menjadi suatu pertimbangan

baginya untuk menentukan pengembangan hubungan selanjutnya. Bahkan ia pernah bertemu dengan *match* yang didasarkan atas kesamaan menyukai makanan mie. Peneliti melihat bahwa para informan dalam atribusinya dapat mempercayai apa yang ditampilkan oleh pengguna lain walaupun informasi yang diterimanya merupakan *low-warrant information*.

Hampir sama dengan informan 3, informan 1 dan 2 juga merasa kesamaan akan ketertarikan terhadap selera musik juga dapat menjadi suatu hal yang menghubungkan mereka dengan *matchnya*. Informan 2 bahkan menggunakan kesamaan dalam pengalaman organisasi sebagai langkah mengembangkan interaksinya dengan *match*. Dari kesamaan ini, ia dapat berbagi pandangan mengenai kesamaan dan perbedaan yang terdapat dalam organisasinya masing-masing. Kesamaan pengalaman misalnya seperti yang diceritakan oleh informan 5 dan 6 dapat menjadi penentu dalam mewujudkan motif mencari pasangan seks. Terlebih lagi bila ternyata antara informan dan *match* sama-sama memiliki motif yang sama, maka suatu hubungan akan semakin mudah untuk terbentuk, seperti yang diungkapkan oleh informan 6. Menurut Walther, dengan tidak adanya isyarat yang fokus pada perbedaan individu, kesamaan yang dimiliki oleh informan dan *matchnya* adalah hal terpenting yang dapat mereka gunakan untuk membentuk kesan satu sama lainnya (Griffin, 2011:144).

Dalam penelitian ini, para informan juga mengharapkan adanya Interaktifitas *match* yakni bagaimana pengguna lain juga turut aktif dalam mengembangkan komunikasi bersama dengan informan. Inilah yang

disebut oleh Devito sebagai gambaran dari hubungan yang simetris. Hubungan simetris digambarkan oleh Devito ketika dua individu saling menjadi cermin dari perilaku yang dilakukan (2013:21). Ketika informan berusaha mengembangkan hubungan, mereka juga berharap *matchnya* turut interaktif dalam komunikasi antarpribadi yang mereka jalani. Hanya informan 3 yang mengharapkan hubungan komplementari dikarenakan menurutnya, dirinya adalah seorang yang cenderung lebih pendiam. Hal ini membuatnya menyukai *match* yang mampu mengembangkan interaksi lebih dibandingkan dirinya. Peneliti menyimpulkan bahwasannya kesamaan, baik itu dalam pengalaman yang dimiliki atau dalam cara mereka berinteraksi, merupakan hal yang diatribusi secara berlebihan oleh para informan.

4.1.3 Pengguna Tinder dalam Memanfaatkan *Channel* Tinder

Dari temuan penelitian, dalam memanfaatkan medium Tinder yang bersifat *asynchronous* hampir seluruh informan memanfaatkannya dengan membalas pesan pada waktu ideal yang dimilikinya. Intensitas penggunaan dari para informan pun tergantung pada kesibukkan apa yang tengah mereka jalani saat itu. Bila memang ada waktu luang yang dimiliki, maka mereka akan membalas pesannya. Meskipun begitu, para informan menyetujui bahwa mereka akan semakin cepat membalas pesan dengan suatu pertimbangan tertentu.

Informan 1,2, 4, dan 6 akan membalas pesan secara cepat bila ada sebuah topik penting yang tengah diperbincangkan. Hal ini dilakukan oleh para informan sebagai cara untuk memberikan perhatian dan membangun sebuah kondisi emosi yang positif dari komunikator lain dalam interaksi yang berlangsung. Informan 5 sendiri juga membalas pesan secara cepat, namun hal tersebut sangat bergantung pada notifikasi yang tengah masuk dan apakah sedang ada *match* atau tidak. Bila memang tengah *match* dengan seseorang, ia akan membalas pesan secara cepat. Ini sejalan dengan yang diktakan oleh Griffin (2011:143) dimana semakin cepat seseorang dalam membalas pesan orang lain dalam CMC, maka kesan yang ditimbulkannya makin positif. Sedangkan informan 3 cenderung untuk membalas pesan sesuai dengan kondisi perasaan yang dimiliki.

Jarak fisik ini juga menimbulkan kesempatan bagi informan untuk mencari tahu terlebih dahulu informasi yang tidak diketahuinya. Walther (dalam Griffin, 2011:144) menjelaskan bahwa salah satu kelebihan dalam CMC seperti Tinder adalah penggunaanya dapat menyusun secara ideal terlebih dahulu pesan yang akan dikirimkan kepada pengguna lain. Para informan penelitian ini sendiri memanfaatkan hal ini dengan beragam alasan. Informan 1, 2, 5, dan 6 misalnya, mereka menggunakan kesempatan dalam jarak yang terbentuk ini untuk membentuk kesan serba tahu pada diri pengguna lainnya. Dengan mencari makna atas suatu informasi juga dapat melanggengkan pembicaraan yang sedang terjadi, seperti yang diungkapkan oleh informan 1 dimana ia berusaha untuk mencari tahu

terlebih dahulu makna suatu kesan agar ia memahami apa yang tengah dibicarakan oleh *matchnya*. Hal ini juga membuka jalan untuk sebuah interaksi setelah *match* dengan mencari tahu makna dari *bio* yang ditulis oleh *matchnya*. Pada akhirnya, *channel* dilihat oleh informan penelitian ini sebagai salah satu cara untuk memaksimalkan presentasi diri yang dilakukan oleh para informan dalam penelitian ini, dengan menyusun pesan secara ideal dan membalasnya pada waktu yang paling tepat.

4.1.4 *Feedback* yang Dirasakan Oleh Pengguna Tinder

Feedback atau umpan balik dapat menjadi suatu gambaran dari hasil interaksi yang terjadi antar dua komunikator. Menurut DeVito (2013:12) sebuah umpan balik dalam interaksi interpersonal membuat seorang komunikator dapat mengatur kembali, mengubah, memperkuat, atau mengganti konten dari pesan yang dikirimkan. Dengan kata lain, *feedback* berperan amat penting sebagai verifikasi atas kesan yang ditampilkan, apakah sesuai dengan *matchnya* atau tidak.

Feedback dalam interaksi para informan dapat berupa timbal balik positif maupun negatif. Pada beberapa informan, respon positif yang terwujud ini ditunjukkan dengan kedua pengguna *match*, kemudian interaksi terjadi secara dua arah beserta pengungkapan dirinya, kesesuaian atas diri masing-masing yang ditunjukkan dengan kesamaan motif atau menyatakan kesan positif atas diri masing-masing, dan mengungkapkan akun media sosial privatnya seperti Instagram, Line atau Whatsapp yang

diakhiri dengan ajakan untuk bertemu. Respon negatif sendiri digambarkan dengan tidak dibalasnya pesan atau *unmatch* yang dilakukan oleh satu pihak.

Suatu *feedback*, baik itu yang bersifat negatif ataupun positif seringkali sudah diprediksikan oleh para informan dan antisipasinya sendiri sudah dipersiapkan oleh mereka. Mereka seolah sudah memiliki suatu kerangka prediksi dalam pemikirannya sebelum memulai interaksi dengan pengguna lain. Inilah yang dikatakan oleh Walther (dalam Griffin, 2011:145) sebagai bentuk *feedback* dalam komunikasi *hyperpersonal*, yakni ekspektasi yang terwujud (*self-fulfilling prophecy*). Apa yang dipercayai oleh seorang individu membuatnya akan bertindak untuk mencapai hal tersebut sehingga seolah-olah mewujudkan ekspektasi yang dimilikinya.

Misalnya saja informan 6 yang mempercayai bahwa pengguna yang memiliki penjelasan diri yang unik merupakan sosok yang menarik pula dan mampu membangun hubungannya, ditunjukkan dengan *match*, kemudian interaksi dua arah berserta pengungkapan diri yang dilakukan, dan diakhiri dengan ajakan untuk bertemu. Atau bagaimana informan 3 yang memiliki ekspektasi bahwa mereka yang memiliki kesamaan kesukaan dalam hal memakan mie, dapat membentuk suatu hubungan antar pribadi dengan dirinya, yang akhirnya ditunjukkan dengan interaksi dua arah dan menentukan tanggal untuk bertemu. Hal serupa juga dialami oleh informan 5 yang menganggap bila dalam sebuah interaksi ia merasakan bahwa

matchnya adalah orang yang “aneh secara sosial”, ia langsung menyimpulkan bahwa ia tidak mampu membangun hubungan dengannya yang kemudian ia tunjukkan dengan melakukan *unmatch*.

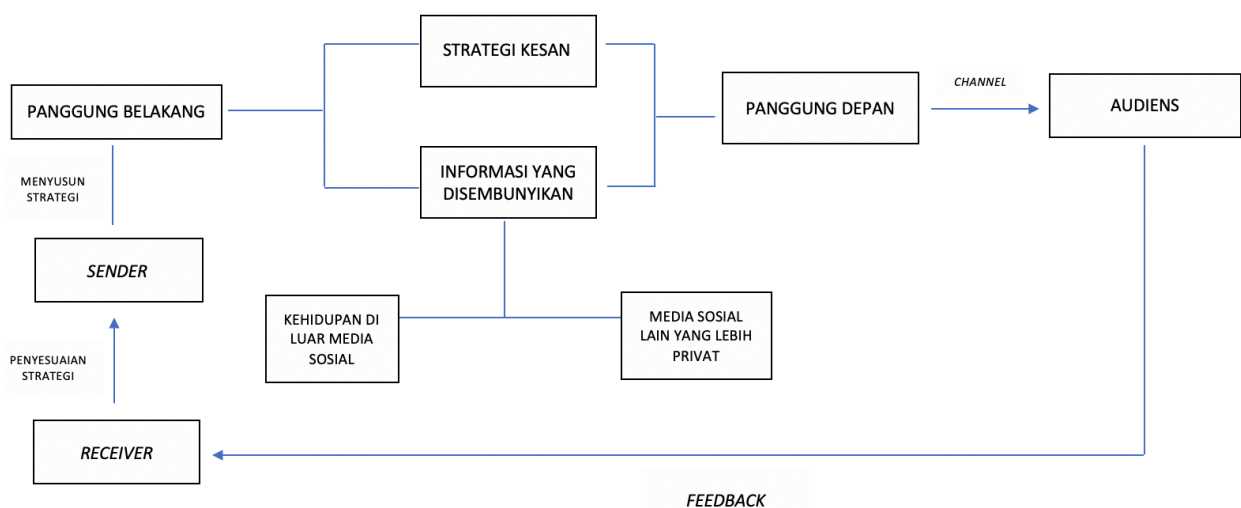
4.2 Strategi Pengelolaan Kesan Pengguna Tinder dalam Komunikasi *Hyperpersonal*

Setelah melihat pada proses komunikasi *hyperpersonal* yang dijalani oleh para informan, pada bagian ini kita akan melihat bagaimana hubungan yang ditimbulkan dari komunikasi *hyperpersonal* yang dilalui oleh informan, pada strategi pengelolaan kesan yang mereka lakukan. Seperti yang sudah dijelaskan, komunikasi *hyperpersonal* pengguna Tinder dapat dilihat dari interaksi yang terbentuk di dalamnya. Pada akhirnya, dalam seluruh interaksi yang berlangsung baik yang dilakukan secara tatap muka, maupun yang dimediasi seperti di Tinder memberikan kita gambaran seolah-olah berada dalam panggung pertunjukkan, dimana para informan berperan sebagai seorang aktor yang memainkan sebuah peran untuk menanamkan kesan tertentu. Melalui penampilan ini, kita menggiring dan mengontrol kesan yang pengguna lain ciptakan dalam benak mereka mengenai diri informan. Inilah yang disebut Goffman (dalam Stolley, 2005:70) sebagai *impression management* atau pengelolaan kesan.

4.2.1 Proses Pengelolaan Kesan Pengguna Tinder

Dalam konsep dramaturgi yang dikemukakan oleh Goffman, seorang individu yang mengelola kesannya seringkali berperan ganda yakni menjadi aktor (yang mengirimkan suatu pesan) atau menjadi penonton (yang mendapatkan pesan)

atau dalam konsep *hyperpersonal* adalah sebagai *sender* dan *receiver*. Hal ini dapat dipahami dengan melihat bagaimana kedua individu yang berinteraksi saling menampilkan suatu kesan, dan berusaha untuk menginterpretasikan kesan masing-masing mereka melalui *feedback* yang diterimanya. Sehingga dalam *impression management*, bagaimana pengalaman informan dalam mengirimkan serta menerima *feedback* dan memanfaatkan *channel* akan dipandang menjadi bagian dari interaksi pengguna sebagai *sender* dan *receiver*.



Gambar 4.1. Proses Pengelolaan Kesan dalam Komunikasi *Hyperpersonal* Pengguna Tinder

Sumber: Olahan Pribadi Peneliti

Dalam konsep dramaturgi ini, Goffman membagi kehidupan peran dari aktor yang menampilkan pesan-pesan menjadi dua panggung, yakni panggung depan (*front-stage*) dan panggung belakang (*back-stage*). *Front-stage* atau panggung depan dimaknai sebagai area yang dapat diamati oleh audiens, dimana

seorang aktor menciptakan dan menjaga serangkaian citra perilaku yang diharapkannya (Ferrante, 2011:131). Sedangkan *back-stage* atau panggung belakang adalah suatu area yang luput dari pandangan audiens. Area ini menjadikan individu dapat beristirahat, dan melakukan hal yang tidak seharusnya dilakukan atau berbeda dengan yang tidak diduga dalam panggung depan. Panggung ini juga menjadi tempat dimana sebuah performa dan hal-hal yang dibutuhkannya dipersiapkan.

Dalam komunikasi termediasi teknologi seperti Tinder ini, para informan memulai perjalanannya sebagai *sender* dengan menyusun profil apa yang akan ditampilkan pada publik. Sebelum ditampilkan, penampilan para informan ini disusun melalui panggung belakang mereka masing-masing, dimana informasi dikelola untuk dipilih apakah akan ditampilkan atau tidak. Berbeda dengan komunikasi tatap muka langsung, pada panggung belakang ini hal-hal yang dipersiapkan mayoritas berupa informasi tekstual verbal, meski ada beberapa informan yang memanfaatkan medium lain untuk menampilkan isyarat nonverbal. Informasi yang ditampilkan meliputi strategi-strategi tertentu yang telah ditetapkan untuk ditampilkan oleh informan baik sadar atau tidak sadar dilakukannya. Sedangkan informasi yang tidak ditampilkan ditempatkan pada ruang tertentu yang bersifat tentatif untuk siapa yang menjadi audiensnya, dimana pada suatu waktu tertentu, informasi yang berada di panggung belakang ini dapat dilihat oleh pengguna lain yang sudah mencapai suatu level intimasi tertentu.

Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa panggung belakang untuk informasi yang tidak ditampilkan dalam medium ini menjadi jauh lebih kompleks.

Para informan seolah-olah memiliki dua lapisan pada panggung belakang ini dalam kehidupan mereka di Tinder, yakni yang pertama adalah kehidupan asli mereka di luar media sosial, dan kedua adalah media sosial yang mereka anggap sebagai medium yang merepresentasikan kehidupan mereka sehari-hari seperti Instagram, Facebook, Line, atau WhatsApp. Untuk panggung belakang yang pertama, hal-hal yang tidak mereka ceritakan dalam interaksi mereka dengan pengguna lain yang ditemui di Tinder dicontohkan oleh para informan dengan misalnya mencari terlebih dahulu sebuah pesan yang tidak mereka ketahui, tidak menceritakan status hubungan yang dimiliki sampai hubungan sudah terasa intim atau bahkan tidak menceritakannya sama sekali, dan kehidupan sehari-hari mereka di luar interaksi mereka dengan pengguna Tinder.

Misalnya saja, Informan 1 dan informan 3 yang berbeda dalam hal pengungkapan status hubungan yang telah mereka jalani, dimana informan 1 secara sukarela menyatakan bahwa dirinya tengah berada dalam suatu hubungan dalam kehidupan sosialnya, sedangkan informan 3 berusaha menutupinya dan hanya mengutarakannya bila ditanya. Informan 5 dan 6 juga lebih berbeda dibanding keduanya, dimana ia lebih memilih untuk tidak mengungkapkan status hubungannya demi terwujudnya motif yang dimiliki untuk mencari pasangan seks. Menurut Ferrante (2011:133) dikarenakan seringkali apa yang dilakukan dalam panggung belakang berkontradiksi dengan apa yang ditampilkan pada panggung depan, individu cenderung untuk berusaha menyembunyikan panggung ini.

Panggung belakang yang kedua merupakan sebuah hal yang unik. Bila mengacu pada konsep dramaturgi Goffman, seharusnya segala sesuatu yang

ditampilkan dalam media sosial seperti Instagram merupakan panggung depan, karena mereka menampilkan sesuatu kepada audiens. Tetapi dalam penelitian ini, media sosial lain terkhusus Instagram menjadi sebuah panggung belakang dikarenakan mediumnya sendiri yang mampu menciptakan sebuah realitas palsu seolah-olah interaksi yang terjadi didalamnya merupakan kehidupan yang nyata.

Penelitian yang dilakukan oleh Brivio dan Ibarra (dalam Wiederhold dan Riva, 2009:115) menyebutkan bahwa ada kemungkinan para pengguna *platform* media sosial yang berbeda bentuknya, memiliki identitas yang berbeda-beda. Presentasi diri yang berbeda antar media sosial ini dipengaruhi oleh konteks dan orang-orang yang berada didalamnya. Menurut penelitian tersebut, semakin penggunaannya merasa aman dengan medium komunikasi tersebut dan orang-orang yang berada di dalamnya, semakin besar juga pengungkapan diri yang dilakukannya kepada orang lain.

Berbeda dengan Tinder, Instagram sendiri merupakan salah satu medium komunikasi yang paling banyak digunakan di dunia saat ini dengan 1 milyar pengguna aktif per bulan. Ketika Tinder digunakan untuk berkenalan dengan orang baru, Instagram lebih bersifat sebagai medium komunikasi yang menghubungkan seorang individu dengan individu lainnya yang sudah saling mengenal. Dalam Instagram, meski terlihat mereka memiliki profil yang terbuka untuk umum, namun pada dasarnya setiap postingan atau foto lebih ditujukan untuk orang yang sudah dikenalnya (Nilsson, 2016:47).

Berdasarkan sifat tersebutlah peneliti mengasumsikan bahwa dalam Instagram para individu lebih mencoba untuk menampilkan diri mendekati kehidupan aslinya dikarenakan keterhubungan mereka dengan pengguna lain yang bersifat personal. Semakin sebuah medium mendekati kehidupan yang asli dari individu tersebut, semakin individu tersebut merasa bahwa medium tersebut adalah gambaran kehidupan aslinya saat ia menggunakan medium lain yang lebih bersifat umum. Terlebih lagi, Tinder sendiri bersifat *anonymous* dan para penggunanya saling tidak mengenal satu sama lain. Hal ini yang menyebabkan para informan dalam penelitian ini menganggap Instagram atau medium lain yang berisikan kontak dirinya yang lebih pribadi sebagai panggung belakang yang orang asing tidak boleh ketahui.

Kemudian setelah suatu strategi ditentukan mengenai apa yang akan ditampilkan dan tidak, pengguna Tinder membawa informasi-informasi ini kedepan panggung untuk ditampilkan. Area panggung depan ini ditunjukkan dengan apa yang ditampilkan dalam profil diri para informan, dan pesan yang dikomunikasikan secara verbal melalui interaksi antar dua individu pengguna Tinder setelah *match*. Dalam profil diri pengguna Tinder, para pengguna cenderung lebih selektif dalam memilih kesan apa yang ditampilkan kepada publiknya. Mereka berusaha mencitrakan diri mereka sebaik mungkin dengan strategi-strategi yang dapat membentuk citra diri yang diinginkan para informan yang ditampilkan melalui serangkaian manipulasi isyarat tekstual dan nonverbal seperti pemanjangan kata, *emoticons*/GIPHY, penggunaan bahasa, dan gaya bahasa. Sifat mediumnya yang memungkinkan untuk berkomunikasi dalam waktu yang ideal, membuat para

informan pengguna Tinder memiliki waktu yang cukup untuk menyusun pesan secara ideal, dan membalasnya pada waktu yang tepat. Hal ini dimanfaatkan juga oleh para informan untuk membentuk kesan serba tahu dalam memaksimalkan kesan mereka.

Ketika sebuah pesan telah dikirimkan kepada pengguna lain, pada saat itulah pengirim pesan langsung berubah kembali fungsinya menjadi *receiver* dan melakukan penyesuaian atas strategi kesan yang dilancarkan. Setelah *feedback* diterima, ia harus menyusun kembali apa yang akan ditampilkan agar komunikasi yang berlangsung dapat terus bergerak mendekati motifnya. Karena sifatnya yang bersifat ekspektasi terwujud, *Feedback* ini kemudian dibawa pada ruang *back-stage* kembali untuk kembali dilakukan penyesuaian mengenai apa yang akan ditampilkan, tanpa mengubah strategi atau apa yang coba dicapai oleh para informan penelitian. Misalnya saja, ketika informan 6 mendapatkan *feedback* bahwa *matchnya* aneh secara sosial, maka ia tidak mengubah perilakunya untuk mencapai kesamaan (*conformity*) melainkan langsung melakukan *unmatch*.

Berdasarkan proses komunikasi *hyperpersonal* yang telah dianalisis sebelumnya, peneliti mengkategorikan beberapa strategi yang ditampilkan dalam panggung depan oleh informan dalam interaksi mereka melalui profil diri dan interaksi ketika para informan *match* dengan pengguna lainnya. Strategi pengelolaan kesan ini bertujuan untuk membangun sebuah kesan tertentu yang dipercayai oleh informan sebagai kesan yang mampu membantunya mewujudkan pengembangan hubungan yang diharapkan dalam penggunaan Tinder mereka. Beberapa strategi secara alamiah, ditentukan khusus secara kompleks berdasarkan

sumber daya yang dimiliki oleh individu dan latar strategi tersebut diimplementasikan (Suls, 1982:236). Untuk menjelaskan strategi apa saja yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti akan membaginya ke dalam dua bagian yakni strategi pada profil, dan strategi dalam interaksi setelah *match*.

4.2.2 Strategi Pengelolaan Kesan dalam Profil Pengguna Tinder

Profil merupakan suatu hal yang sangat krusial dalam perjalanan pengguna Tinder dalam mewujudkan motifnya. Dari penampilan profil lah pengguna Tinder dapat menilai dan menentukan apakah mereka akan berinteraksi dengan pengguna lain atau tidak. Agar motifnya dapat terwujud, pengguna harus menampilkan serangkaian strategi dalam menimbulkan kesan dengan menampilkan profil yang paling menarik bagi mereka.

Strategi Ingratiasi

Dalam tabel yang terdapat pada bab sebelumnya dapat terlihat bahwa strategi yang paling banyak digunakan adalah strategi ingratiasi atau strategi yang dilancarkan oleh individu untuk menimbulkan kesan bahwa dirinya adalah orang yang mudah disukai atau *likeable*. Kesan ini ditunjukkan dengan beberapa tindakan dari keenam informan seperti yang tertera pada tabel strategi pengelolaan kesan dalam profil keenam informan di atas. Strategi ingratiasi digunakan didasari atas kecenderungan perilaku sosial kita yang dibentuk atas bagaimana orang lain dapat menyukai diri kita

dan mengatribusi diri kita berdasarkan karakteristik hangat, humoris, reliabilitas, pesona, dan kemenarikan fisik (Suls, 1982:235).

Salah satu cara yang dilakukan oleh informan dalam menggunakan strategi ini adalah dengan menampilkan serangkaian foto yang menunjukkan kemenarikan fisik dari para informan. Kemenarikan fisik pada foto menjadi suatu hal yang penting dalam profil informan dikarenakan aspek ini merupakan aspek visual nonverbal satu-satunya yang dapat ditampilkan oleh pengguna guna memberikan gambaran tentang diri informan secara lebih jelas. Selain itu, seperti yang sudah dibahas pada bagian presentasi diri, kemenarikan seseorang dilihat dari bagaimana tampilan fisik yang ia miliki.

Selain menampilkan fisiknya yang paling menarik, para informan juga pada umumnya menampilkan foto dengan jumlah tiga untuk menyakinkan pengguna lain mengenai bentuk fisik dari para informan. Hanya informan 1 dan 4 saja yang menampilkan satu foto dalam profilnya. Pemilihan foto yang beragam ini juga ditujukan untuk menggantikan fitur Instagram yang sengaja tidak diaktifkan oleh para informan. Selain pada tampilan foto, informan juga menggunakan strategi ingratiasi ini dengan memberikan cuplikan tipis mengenai kepribadian dirinya seperti yang dilakukan oleh informan 5, menggunakan nama samaran seperti informan 3 dan 4, atau menampilkan lagu favorit dirinya pada profil seperti informan 5 dan 6. Informan 1 sendiri memiliki cara lain, yakni dengan menuliskan “Pejuang Akhir Semester” untuk memberikan gambaran mengenai apa

yang tengah dilaluinya sekarang sebagai mahasiswa tingkat akhir. Hal ini semua merupakan bagian dari taktik *self-enhancement* atau peningkatan diri dari informan kepada pengguna Tinder lainnya.

Strategi Promosi Diri

Kemudian strategi yang digunakan oleh para informan dalam menampilkan profilnya adalah strategi promosi diri melalui taktik *performance claims*. Strategi ini ditunjukkan dengan menceritakan kompetensinya, baik dalam hal yang umum seperti pengetahuan, atau keahlian khusus yang dimilikinya (Suls, 1982:241). Dalam penelitian ini, hal ini ditunjukkan informan dengan menuliskan institusi Pendidikan atau pekerjaan tempat mereka bernaung. Misalnya pada informan 4, ia sengaja untuk menuliskan tempat ia bersekolah dengan harapan pengguna lain mengatribusi dirinya sebagai siswa yang pintar dan *gaul* karena bersekolah di sekolah favorit di Semarang. Atau misalnya pada informan 6 yang mempromosikan keahliannya dalam fotografi, dan pengalaman seksnya yang diperhalus bahasanya dengan kalimat "*Cuddle Expert*". Promosi diri sendiri dalam perjalanan komunikasi pengguna Tinder berfungsi untuk melengkapi strategi ingratiasi, dimana strategi promosi diri lebih ditujukan untuk membuat orang meyakini bahwa para informan tidak hanya menarik secara fisik namun juga memiliki kemampuan atau kompetensi tertentu dalam dirinya. Strategi ini digunakan para informan untuk membentuk kesan fisik yang menarik, memberikan cuplikan mengenai diri, dan membentuk kesan berkompeten secara sekaligus.

Dalam analisis pertukaran sosial menurut Homans dan Blau (dalam Macionis, 2012:16) sebuah interaksi sosial seperti yang terjadi di Tinder, didasari atas apa yang tiap komunikator ingin dapatkan atau berikan. Menurutnya, dalam contoh hubungan berpacaran, individu mencari teman hidup yang memiliki kemenarikan fisik, intelegensi, dan latar belakang sosial seperti yang individu tersebut dapat tawarkan kepada teman hidupnya. Dari penjelasan Homans dan Blau tersebut peneliti menganalisis bahwasannya profil diri Tinder dijadikan tempat untuk menampilkan apa yang ditawarkan oleh para informan secara sosial kepada pengguna lain.

Terlebih lagi sistem yang dimiliki Tinder hanya memungkinkan pengguna untuk saling berinteraksi jika pengguna lain sama-sama menyukai profilnya, sehingga profil diri dari pengguna Tinder haruslah mampu menggambarkan sisi paling menarik yang dimiliki oleh diri informan. Pemilihan foto yang menarik, menceritakan keahlian baik secara tertulis maupun tidak, dan juga penjelasan mengenai siapa sesungguhnya diri informan menjadi hal yang ditampilkan dalam profil untuk menarik pengguna lain melakukan *swipe* kanan pada profil informan. Dengan waktu dan kesempatan yang singkat untuk berinteraksi inilah penawaran diri secara sosial harus benar-benar mampu menarik pengguna lain.

4.2.3. Strategi Pengelolaan Kesan setelah *Match* Pengguna Tinder

Strategi Ingratiasi

Setelah kedua pengguna *match* interaksi dilanjutkan dalam ruang pertukaran pesan tekstual verbal. Dari tabel yang dapat dilihat pada bab sebelumnya, terlihat bahwa strategi pertama yang paling banyak digunakan oleh para informan adalah strategi ingratiasi dengan kategori taktik *self-enhancements*, *other enhancements*, dan *opinion conformities*. Kategori pertama yang akan dibahas adalah taktik *self-enhancements*. Taktik yang ditujukan untuk meningkatkan nilai individu ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan mengenai diri sendiri (Suls, 1982:236). Taktik ini menjadi suatu hal yang wajar digunakan mengingat tujuan akhir mereka adalah untuk mencitrakan diri mereka semenarik mungkin. Oleh karenanya, mereka berusaha untuk memberikan informasi mengenai diri mereka dengan mendeskripsikan mengenai diri mereka dalam membentuk suatu kesan yang diharapkannya.

Misalnya saja pada informan 3 dan 4 yang mengungkapkan mengenai hobi yang mereka miliki dalam interaksinya dengan *match*. Untuk informan 4 sendiri, ia seringkali di awal interaksinya berusaha mengungkap daerah tempat tinggal dirinya dan *match*. Kemudian seiring berjalannya waktu, informan 4 sering mengutarakan humor untuk membuat dirinya dipandang sebagai sosok yang humoris. Informan 1 dan 2 juga menggunakan taktik ini dengan menceritakan kesibukkan yang mereka tengah jalani, terlebih lagi informan 2, ia menceritakan secara mendetail mengenai apa yang dilaluinya dengan mendeskripsikan pengalamannya sehari-hari dan pada medium yang lebih privat saat hubungan sudah

semakin intim, ia tidak segan membagikan foto atau melakukan *video call* dengan *matchnya* untuk bercerita.

Meskipun begitu, ada beberapa yang tidak menceritakan mengenai diri mereka secara mendetail dan menutupi informasi yang dapat menyerang balik kesan positif yang coba ditampilkan. Ini karena pengelolaan kesan bukan hanya tentang apa yang ditampilkan tapi juga menyembunyikan sesuatu untuk mempertahankan suatu kesan yang ada (Stolley, 2005:70). Misalnya saja informan 5 yang berbohong pada beberapa hal yang diungkapkannya kepada *match*. Ia berbohong mengenai tempat yang sering dikunjunginya dengan melihat pada kedekatan tempat tersebut dengan daerah tempat tinggal dari *match*. Kemudian ia berbohong atas jumlah seks yang pernah dilakukannya dan juga mengenai status hubungannya dengan orang lain yang juga dilakukan oleh informan 6. Informan 5 mengakui bahwa berbohong akan jumlah seksnya akan membuat dirinya dipandang lebih disukai karena dianggap “baru” dalam hal seks namun tetap berpengalaman.

Peneliti melihatnya sebagai cara untuk menghindari agar pengguna lain tidak merasa terintimidasi, sehingga ia menempatkan dirinya dalam posisi yang memiliki pengalaman, namun tidak sering juga melakukannya. Ia menyadari bahwa menyatakan sering melakukan seks akan dipandang sangat tidak bermoral, sehingga ia memilih untuk berbohong atas jumlah tersebut. Sedangkan informan 6 mengakui dengan motifnya, kemungkinan kegagalan amat besar bila ia mengakui telah memiliki hubungan dalam

percakapan yang dilakukannya dengan *match*. Untuk itu dia akan menutupinya hingga saat ia bertemu dengan *matchnya*.

Pada beberapa informan, ketika hubungan sudah berkembang menjadi intim, dan timbul kepercayaan diantara informan dan *matchnya*, beberapa informan akhirnya mengajak *matchnya* untuk ke panggung belakang di mana media sosial lain yang lebih privat diberikan oleh para informan. Hal ini dilakukan sebagai bentuk validitas diri dan menambah gambaran tentang diri dari para informan kepada *matchnya*. Misalnya saja informan 1 yang mengungkap akun Instagram tanpa saling mengikutu hanya untuk membuat *matchnya* percaya akan dirinya. Informan 2, dan 3 yang memang menggunakan medium lain yang lebih kaya isyarat nonverbalnya untuk meyakinkan dirinya, juga *matchnya* mengenai keaslian dari diri mereka. Informan 4 dan 5 sendiri hanya terbatas berpindah pada akun Line atau Whatsapp yang bersifat medium bertukar pesan instan, sehingga kontrol pesan masih besar berada pada kedua informan ini. Hanya informan 6 yang benar-benar melindungi panggung ini dari audiensnya, dikarenakan memang hubungannya dengan orang lain di kehidupan nyata yang berada pada tahap serius. Peneliti melihat, semakin tinggi risiko dari motif yang dicari oleh para informan penelitian ini, maka semakin kecil juga pengungkapan mengenai kehidupan mereka secara jujur kepada *matchnya*.

Strategi ini tidak hanya ditunjukkan dengan apa yang diceritakan atau ditampilkan melainkan juga dengan bagaimana menampilkannya. Dalam komunikasi yang termediasi seperti di Tinder, bagaimana cara

menyampaikan pesan juga dijadikan sebuah strategi bagi mereka. Hal ini dikarenakan komunikasi yang dibangun melalui CMC seperti Tinder, jenis bahasa yang digunakan, *emoticons* yang digunakan atau bahkan *username* yang digunakan dapat mempengaruhi kesan yang terbentuk (Littlejohn & Foss, 2009:898).

Misalnya saja penggunaan *emoticons* yang hampir dilakukan oleh seluruh informan terkecuali informan 3 yang memilih menggunakan GIPHY dan informan 4 yang merasa tidak terlalu menyukai menggunakan *emoticons*. Kelima informan mengakui menggunakan ini untuk memberikan gambaran emosional yang tidak dapat ditunjukkan dalam medium Tinder dan juga melengkapi pesan verbal, selayaknya juga penggunaan GIPHY. Hal ini peneliti lihat dapat menimbulkan kesan ekspresif pada diri pengguna yang mengirimkannya. Penggunaan bahasa sebagai bagian dari taktik meningkatkan nilai diri ini, dimana penggunaan bahasa Indonesia oleh informan 2 yang dianggap menimbulkan citra ramah, atau penggunaan bahasa Inggris yang dianggap mampu memperhalus kata-kata yang terdengar kasar dalam bahasa Indonesia seperti yang dilakukan oleh informan 6. Kemudian taktik ini juga diwujudkan dengan pemilihan bahasa yang sopan oleh para informan terkecuali informan 5 dan 6, agar pesan yang dikirimkan tidak menyinggung perasaan dari *matchnya*. Informan 5 sendiri menggunakan gaya bahasa yang menggoda, sedangkan informan 6 lebih mendeskripsikan dirinya secara tidak langsung dengan bahasa yang *slengean* dan santai. Kemudian yang telah dibahas pada bagian

presentasi diri, pemanjangan kata agar terkesan ramah kepada pengguna lain juga digunakan oleh para informan, terkecuali informan 3 yang menggunakan kalimat lebih singkat untuk mempercepat pengiriman pesan.

Kemudian strategi dari ingratiasi lainnya yang paling banyak digunakan oleh para informan adalah taktik *other enhancements*. Jones menjelaskan taktik ini sebagai taktik yang secara langsung menaikkan melalui respon evaluatif mengenai diri seseorang (Stengel, 2000:223). Secara singkat, taktik ini berusaha untuk memberikan pujian, memberikan rasa senang atau menghormati diri orang lain dengan beragam cara. Para informan dalam penelitian ini melakukannya dengan meletakkan orientasi pesan pada *matchnya*. Informan 1, 2 dan 5 dengan taktik ini berusaha untuk membalas dan memberikan perhatian yang diberikan oleh *matchnya*. Selain itu, hal ini ditunjukkan menanyakan mengenai apa yang *matchnya* utarakan dalam bio seperti yang dilakukan oleh informan 3. Informan 6 sendiri juga menggunakan taktik ini, yaitu dengan memuji fisik yang dimiliki oleh *matchnya*.

Hampir sama dengan strategi peningkatan diri sebelumnya, strategi peningkatan diri orang lain ini dilakukan juga dengan memanfaatkan medium Tinder atau bagaimana mereka menyampaikan pesannya. Yang dimaksud dalam memanfaatkan medium Tinder adalah bagaimana mereka menyikapi medium Tinder yang *asynchronous*, dan berbasis tekstual verbal dalam konstruksi pesan yang mereka kirimkan kepada *match*. Beberapa contoh yang dilakukan oleh para informan adalah dengan membalas pesan

match secara cepat pada topik penting yang tengah dibahas. Karena mampu menimbulkan emosi positif, informan 2 sampai meminta maaf bila membalas pesan dalam kecepatan yang cenderung lama. Semuanya dilakukan guna menghormati dan juga membangkitkan emosi positif pada diri *matchnya*.

Seperti yang dijelaskan oleh Devito, terhubung merupakan kebutuhan terbesar seorang manusia, oleh karenanya kita menginginkan individu lain untuk menyukai dan mencintai diri kita. Begitupun sebaliknya, kita juga menginginkan untuk mencintai dan menyukai orang lain (2013:19). Karena kebutuhan dasar inilah para informan menganggap bahwa dalam membangun suatu hubungan menjadi penting untuk membuat mereka membangun emosi positif pada diri pengguna lain sebagai salah satu bentuk kebutuhan bagi mereka. Dengan hal inilah para informan dapat menimbulkan kesan peduli terhadap apa yang dirasakan oleh orang lain yang menjadi emosi positif dalam pengembangan hubungan dengan *match*.

Strategi ingratiasi lainnya yang digunakan oleh para informan selanjutnya adalah taktik *opinion conformity* adalah taktik yang digunakan dengan menunjukkan kesamaan dalam suatu opini, seperti setuju, mengimitasi, atau mengelaborasi suatu hal yang dipercayai oleh orang lain. *Opinion conformity* ini dilakukan oleh para informan dengan mencari serta membahas kesamaan atas ketertarikan yang dimiliki seperti yang dilakukan oleh informan 1,2,3, dan 6, membahas kesamaan relasi yang dilakukan oleh informan 2, wawasan umum yang sering menjadi topik

pembahasan oleh informan 1, dan 3, pengalaman dalam hidup seperti latar belakang keluarga yang dibahas oleh informan 3 atau kehidupan privasi seperti seks untuk mencari kesamaan motif seperti yang dilakukan oleh informan 5 dan 6.

Jones (dalam Stengel, 2000:228) mengatakan secara singkat bahwa kita cenderung menyukai orang yang hampir mirip dengan kita, dan yang setuju dengan apa yang kita percayai. Peneliti melihat kesamaan pengetahuan atau pengalaman yang dimiliki menjadi suatu hal yang dapat menghubungkan mereka dengan *matchnya*. Sehingga menjadi wajar bila dari kesamaan hal-hal ini, mereka dapat menemukan keselarasan dari kepribadian yang dimiliki oleh para informan dengan *matchnya*.

Ketika taktik *self-enhancements* digunakan oleh informan untuk mencitrakan dirinya yang paling menarik, *other-enhancements* untuk menimbulkan kesan perhatian kepada diri orang lain, *opinion conformities* dalam penggunaan Tinder digunakan untuk menimbulkan rasa keterhubungan antara satu pengguna dengan pengguna lainnya yang dapat menimbulkan rasa ketertarikan. Pada akhirnya peneliti melihat bahwasannya strategi ingratiasi digunakan untuk mencitrakan kesan diri sebagai seseorang yang menarik dan disukai karena kepribadian yang dimilikinya. Ini karena menurut studi yang dilakukan Robert Cialdini (dalam Littlejohn, 2009:156), kesukaan atau *liking* didapatkan dari perilaku hangat yang ditunjukkan dengan sikap ingratiasi dan kemenarikan. Untuk itu, para informan berusaha untuk menunjukkan hal-hal yang telah

disebutkan menimbulkan kesan diri sebagai orang yang layak disukai karena kepribadiannya.

Strategi Promosi Diri

Strategi kedua yang paling banyak digunakan oleh para informan adalah strategi promosi diri. Seseorang dikatakan menggunakan strategi promosi diri bila ia berusaha untuk menampilkan bahwa dirinya berkompotensi baik itu dalam hal ilmu pengetahuan (*intelligence*) atau keahlian yang dimilikinya (*skill*). Ketika berbicara mengenai *self-promotion*, yang membedakannya dengan strategi ingratiasi menurut Jones adalah ingratiasi lebih ditujukan untuk meningkatkan kemenarikan atas diri seseorang, sedangkan promosi diri lebih kepada menunjukkan kompetensi atas suatu ilmu pengetahuan atau keahlian yang dikuasai oleh seseorang.

Dari temuan penelitian, strategi promosi diri dalam penggunaan Tinder dilakukan dengan taktik mengklaim performa yang dimiliki atau *performance claims*, sedangkan *performance accounts* tidak ditampilkan oleh informan. Beberapa contoh tindakan para informan yang menunjukkan taktik klaim performa ini adalah misalnya dengan menceritakan pekerjaan yang mereka jalani seperti informan 1, 3, dan 6 atau institusi pendidikan tempat mereka bernaung seperti yang dilakukan oleh informan 1,2,dan 4. Informan 2 memiliki cara tersendiri dalam mengklaim performa yang dimilikinya, yakni dengan membahas mengenai pengetahuan zodiak yang dikuasainya, dan juga membahas kegiatan dari organisasi yang diikutinya.

Cara lain dilakukan oleh informan 4 yang menceritakan prestasi bernyanyi lewat lomba yang pernah diikutinya dan juga informan 6 serta 5 yang membanggakan pengalaman seksualnya yang peneliti lihat mereka anggap sebagai sebuah keahlian. Disamping membanggakan pengalaman seksualnya, klaim performa juga dapat dilihat dari bagaimana informan 5 menceritakan kemampuannya dalam berkelahi saat SMA yang membuatnya hampir dikeluarkan dari sekolah.

Selain itu, medium Tinder yang bersifat *asynchronous* juga dimanfaatkan oleh hampir seluruh informan penelitian ini terkecuali informan 4, untuk membentuk kesan serba tahu atau memiliki wawasan yang luas. Hal ini dilakukan dengan mencari terlebih dahulu informasi yang tidak diketahuinya. Informan 3 misalnya mencari tahu terlebih dahulu suatu makna yang misalnya ditampilkan oleh *match* pada bagian penjelasan diri profil. Secara menyeluruh, peneliti melihat klaim-klaim performa ini dilakukan untuk menunjukkan pencapaian informan dalam hal intelegensi atau keahlian yang dimiliki oleh para informan dalam membentuk suatu atribusi kompetensi yang baik dari diri para informan. Yang menjadi tantangan dari mereka yang menggunakan strategi promosi diri ini adalah bagaimana mereka menghadapi area kompetensi yang dapat dinilai secara objektif oleh komunikator lainnya (Suls, 1982:241). Hal ini yang menyebabkan para informan cenderung untuk mengatakan hal yang jujur berkaitan dengan pencapaian atau keahlian mereka.

Informan 5 misalnya, ia memang mencari tahu terlebih dahulu hal yang tidak diketahuinya untuk menimbulkan kesan serba tahu, namun ada derajat yang ia sadari akan diketahui sebagai berlebihan bila ia mengetahuinya, sehingga ia cenderung untuk jujur mengatakan tidak tahu tentang suatu hal yang tengah diperbincangkan. Kemudian informan 4 yang mempromosikan keahliannya dalam menyanyi, karena memang dirinya memiliki kemampuan tersebut dan dapat ia tunjukkan kepada *matchnya* saat bertemu, begitu juga dengan informan 1 yang dengan berani memberitahu *matchnya* kapan dan di mana ia akan melakukan *modelling* karena memang ia benar-benar seorang *freelance model*. Hal ini juga didukung oleh era yang serba *digital*, dimana setiap dari diri memiliki jejak digital sehingga setiap klaim dapat ditelusuri kebenarannya.

Promosi diri yang berlebihan juga dapat berdampak pada munculnya atribusi bersifat negatif seperti arogan, dan ketidakpercayaan diri (Suls, 1982:243). Peneliti melihat hal ini disadari oleh para informan sehingga mereka tidak terlalu berlebihan dalam mempromosikan diri mereka. Sehingga dalam hal penggunaan Tinder, para informan menggunakan strategi promosi diri ini lebih untuk menambah nilai diri seseorang dengan kompetensi atau keahlian yang dimilikinya dengan tidak melebih-lebihkan kemampuan yang mereka miliki.

Strategi Suplikasi

Strategi ketiga yang paling banyak digunakan oleh para informan dalam mengelola kesan adalah strategi suplikasi. Perilaku yang ditunjukkan dalam strategi ini secara garis besar adalah perilaku yang mengeksploitasi kelemahan pribadinya dan bergantung pada orang lain. Beberapa tindakan yang dilakukan oleh para informan dalam penelitian ini adalah dengan taktik *self-deprecation* atau menunjukkan bahwa dirinya tidak berdaya. Beberapa tindakan yang mencerminkan perilaku taktik *self-deprecation* adalah berkeluh kesah yang hampir dilakukan oleh seluruh informan, serta menempatkan diri dalam posisi yang lebih rendah dengan *matchnya* dengan bertanya mengenai pekerjaan formal yang dilakukan oleh informan 1.

Menurut Jones, para pengguna strategi ini menjadikan ketidakmampuannya dan menekankan ketergantungannya terhadap orang lain agar hal-hal yang ditampilkan ini menjadi tanggungjawab sosial (Suls, 1982:247). Ketika hal tersebut sudah menjadi tanggungjawab sosial, mau tidak mau individu yang tengah berinteraksi dengannya berkewajiban untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang tengah dihadapinya. Seperti dalam penelitian ini, mayoritas informan menempatkan diri mereka dalam posisi yang tersuplikasi agar mendapatkan bantuan atau solusi dari *match* yang mereka temui. Mereka membutuhkan jawaban atas permasalahan yang dihadapinya, baik itu masalah pribadi atau pekerjaan, dan mau tidak mau *matchnya* harus menanggung masalah tersebut dengan membantu menyelesaikannya. Misalnya saja bagaimana informan 5 mencari mereka yang bisa memberikan solusi atas permasalahan yang ia hadapi, tanpa

mempedulikan usia dari *matchnya*. Atau bagaimana informan 1 yang berkeluh kesah tentang proses mengerjakan skripsinya dan mencari mereka yang mau mendengarkannya. Informan 1 juga melakukan hal ini dengan menempatkan dirinya pada posisi yang tidak memahami dunia kerja formal, dan berharap mendapatkan informasi serta pembelajaran dari *match* yang sudah merasakannya.

Berbeda dengan apa yang Jones katakan dimana mereka yang menggunakan strategi ini pada dasarnya adalah mereka yang ingin menghindari dieksploitasi oleh individu lain dengan posisi yang lebih kuat, sedangkan dalam penelitian ini, para pengguna strategi ini cenderung menampilkan diri mereka tidak berdaya dengan tujuan untuk mendapatkan empati yang dapat berkembang menjadi empati dua arah antarkomunikator yang berinteraksi. Dalam sebuah interaksi, tujuan akhir dari sebuah dialog atau interaksi adalah tercapainya kesepahaman bersama dan empati (DeVito, 2013:207). Empati sendiri menunjukkan diri kita sebagai seorang manusia biasa. Dengan berbagi masalah ini, para informan sebenarnya membuka sebuah jalan baru bagi interaksi mereka dengan *match* untuk saling bertukar empati. Dengan strategi inilah empati antarindividu terbentuk yang pada akhirnya menjadi cara untuk membentuk ketergantungan antarindividu yang berkomunikasi. Sehingga strategi ini lebih digunakan untuk mendapatkan empati dari masalah atau ketidakmampuan yang dimiliki oleh informan.

Strategi Eksemplifikasi

Para informan kemudian menggunakan strategi eksemplifikasi dalam penelitian ini. Strategi ini digunakan oleh individu untuk membentuk kesan bermoral yakni sebagai orang yang jujur, baik hati, dan rela berkorban. Strategi ini dilakukan dengan menunjukkan aksi nyata dibanding menyatakannya kepada individu lain, tentang integritas atau nilai yang dipercayainya (Littlejohn & Foss, 2009:507). Dalam hal strategi pengelolaan kesan menurut Jones, dalam penelitian ini taktik yang ditampilkan melalui dua cara yakni melalui taktik *helping* dan *militancy*. Membantu *matchnya* dilakukan hanya oleh satu orang yakni oleh informan 2, dalam hal ini ia membantu menyelesaikan permasalahan akademik yang dihadapi *match* dan membantu *matchnya* dalam mencari informasi mengenai suatu hal yang tidak diketahui oleh *matchnya*.

Taktik lain yang digunakan dalam strategi ini adalah *militancy*, yakni tindakan yang dilakukan untuk menunjukkan suatu idealisme yang dimilikinya sesuai dengan moral yang berlaku dalam lingkungan tersebut atau dengan kata lain, ia ingin menunjukkan bahwa dirinya layak dicontoh oleh orang lain. Hal ini dilakukan dengan secara jujur mengungkapkan bahwa dirinya telah menjalin sebuah hubungan seperti yang dilakukan oleh informan 1, dan 3. Kejujuran sendiri menjadi salah satu kunci dari etika dalam menjalani komunikasi relasional (Devito 2013: 278). Hal ini yang menjadi alasan kuat mengapa kejujuran merupakan hal yang penting bagi para informan yang memang ingin menjalin hubungan jangka panjang dengan *matchnya* seperti yang dilakukan oleh informan 1,2,3, dan 4.

Moral sendiri yang berasal dari bahasa Latin *mos* (moris) memiliki pengertian sebagai adat istiadat atau nilai-nilai yang mengatur tata cara kita hidup dalam bermasyarakat (Jahja, 2011:50). Jahja mengatakan bahwasannya ada beberapa tolak ukur dalam masyarakat Indonesia dalam menilai sebuah tindakan sebagai bermoral atau tidak. Nilai-nilai moral ini meliputi yang pertama ajakan berbuat kebaikan kepada orang lain, memelihara ketertiban dan keamanan, memelihara kebersihan dan memelihara hak orang lain. Sedangkan yang kedua adalah larangan mencuri, berzinah, membunuh, dan meminum-minuman keras serta berjudi. Seseorang dapat dikatakan bermoral jika beberapa peraturan tersebut dipatuhi dalam kehidupannya.

Hal ini yang menyebabkan informan 1 dan 4 tidak membalas *match* yang membahas hal-hal yang menurut informan tidak bermoral atau langsung melakukan *unmatch*. Informan 1 menjelaskan hal yang tidak bermoral dengan pengalamannya yang pernah ditawari untuk menjadi *friends with benefit* dengan *matchnya*. Sedangkan informan 4 menjelaskan hal ini dengan menyatakan bahwa ada tahapan dimana apa yang dipertanyakan oleh *matchnya* merupakan pertanyaan atau pembahasan yang telah melewati batas privasi dan moral yang ia percayai.

Karena strategi ini berkaitan dengan moral-moral yang dipercaya secara umum, menjadi wajar bila informan 5 dan 6 tidak menggunakan strategi ini. Kedua informan yang memiliki motif hampir sama, yakni mencari pasangan seksual tidak berusaha untuk menampilkan diri mereka

secara bermoral. Misalnya saja informan 6 yang memang sengaja menutupi status hubungannya dengan kekasih untuk memuluskan motif seksualnya, dan informan 5 yang secara terang-terangan mengatakan maksudnya adalah mencari pasangan seks. Seks dalam masyarakat Indonesia sama dengan berzina, sehingga bila mengacu pada nilai-nilai moralitas yang dianut secara umum, perilaku ini dianggap tidak bermoral. Dari sini penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi eksemplifikasi secara lebih spesifik ditujukan untuk membangun kesan bahwa diri informan sebagai pengguna Tinder adalah pribadi yang secara sosial bermoral sehingga *matchnya* tidak perlu takut dengan dirinya.

Strategi Intimidasi

Dari 5 strategi yang ada, tertinggal satu strategi yang hanya dilakukan oleh satu orang informan, dan hanya dalam satu bentuk tindakan. Strategi tersebut adalah strategi intimidasi. Strategi intimidasi pada dasarnya ditunjukkan dengan keinginan seorang individu untuk dipandang sebagai seseorang yang berbahaya. Hanya ada satu perilaku yang digunakan oleh informan 5 dalam penelitian ini, yakni taktik *threatening* atau mengancam dimana individu berusaha untuk menekankan motif seksual yang dimilikinya. Motif hanya untuk mencari pasangan seksual satu malam dapat saja melukai perasaan dari individu lain, sehingga apa yang dilakukan oleh informan 5 dapat dikategorikan sebagai bagian dari taktik ini.

Hal inilah yang membuat informan 5 telah menyadari bahwa hal yang ditampilkannya ini dapat membawa dirinya kehilangan *matchnya*. Ia pun merasa sudah siap dengan segala konsekuensi yang diterimanya dari penekanan akan motif seksualnya. Menurut Jones memang gestur intimidasi akan membuat penggunaannya menjadi kurang menarik. Dengan demikian, intimidasi akan mendorong individu lain yang menjadi target sasaran melakukan penghindaran dan penolakan (Suls, 1982:240). Hal ini pula yang dirasakan oleh informan 5, dimana menurutnya ia seringkali kehilangan *match* ketika menekankan motif mencari pasangan seksual satu malamnya ini.

Dapat dilihat bahwa terjadi pola-pola strategi yang semakin beragam dalam interaksi yang terjadi setelah *match*. Ini dikarenakan dalam pertukaran pesan melalui ruang virtual, para informan berusaha untuk mendorong terjadinya ketertarikan, dan juga kepercayaan dari pengguna lain yang *match* dengannya melalui serangkaian strategi yang tidak tunggal. Pola yang paling sering digunakan melibatkan strategi ingratiasi, promosi diri, eksemplifikasi, dan suplikasi. Keempat strategi ini memberikan gambaran bahwa bila keempatnya dilakukan secara bersamaan, maka kesempatan untuk terwujudnya kesan yang bermakna diakhiri dengan kencan/bertemu langsung dengan *match* dapat terjadi. Melalui keempat strategi yang diimplementasikan bersama mereka menunjukkan sebagai seseorang yang menarik secara kepribadian sehingga patut untuk disukai, memiliki keahlian atau kecerdasan tertentu, bermoral dalam kehidupan

bermasyarakat sehingga layak dipandang sebagai yang berarti, dan sebagai manusia biasa yang membutuhkan empati.