BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan aplikasi *online dating* menjadi fenomena sosial yang sedang populer dikalangan masyarakat pengguna aktif *online*. Kegiatan *online dating* ini didukung dengan kemajuan teknologi yang ada seperti perkembangan internet dan kemunculan *smartphone*. Kegiatan *online dating* berbeda dengan kencan pada umumnya karena hubungan yang tercipta didalam *online dating* tergantung pada daya tarik aplikasi dan gaya komunikasi penggunanya. Aktifitas *online dating* memiliki banyak penggemar setelah kemunculan dan cara kerjanya yang membuat pengguna bertemu dengan banyak orang baru dan menjalin banyak hubungan pertemanan. Hal tersebut membuat situs dan aplikasi *online dating* ini menjadi wadah bagi orang-orang yang ingin menjalin pertemanan dan menemukan pasangan.

Pengguna *online dating* dapat mengekspresikan diri mereka sebebas-bebasnya sesuai dengan apa yang ingin mereka tampilkan. Hal ini menarik karena mereka dapat menyembunyikan sisi negatif dan menonjolkan sisi positif dari diri mereka untuk mendapatkan pasangan. Kepopuleran penggunaan *online dating* ini akhirnya dimanfaatkan oleh banyak pihak. Motivasi para pengguna aplikasi *online dating* menjadi beragam. Tidak hanya untuk menemukan pasangan, namun juga pernah ditemukan beberapa kasus seperti *harassment*, penipuan, dan kriminalitas lain yang terkait dengan penggunaan *online dating*.

Seorang penulis buku, JN, sebelum menikah dengan suaminya, suami dari JN pernah menggunakan aplikasi *online dating*, sayangnya suami dari JN menceritakan bahwa dia pernah mengalami percobaan penipuan pada saat menggunakan *online dating*, dengan mengatasnamakan cinta, seorang wanita meminta sejumlah uang dengan alasan untuk menyusulnya. [1]

Dockterman dalam Cahyani (2015), mengungkapkan banyaknya pengguna online dating yang tidak merepresentasikan dirinya secara jujur juga membuat orang lain ragu untuk menggunakan *online dating*. Hal ini banyak terjadi mulai dari penggunaan foto profil yang sudah di *editting*, memalsukan data diri, hingga *catfishing* yaitu membuat profil yang sama sekali palsu dengan tujuan untuk menipu orang lain.

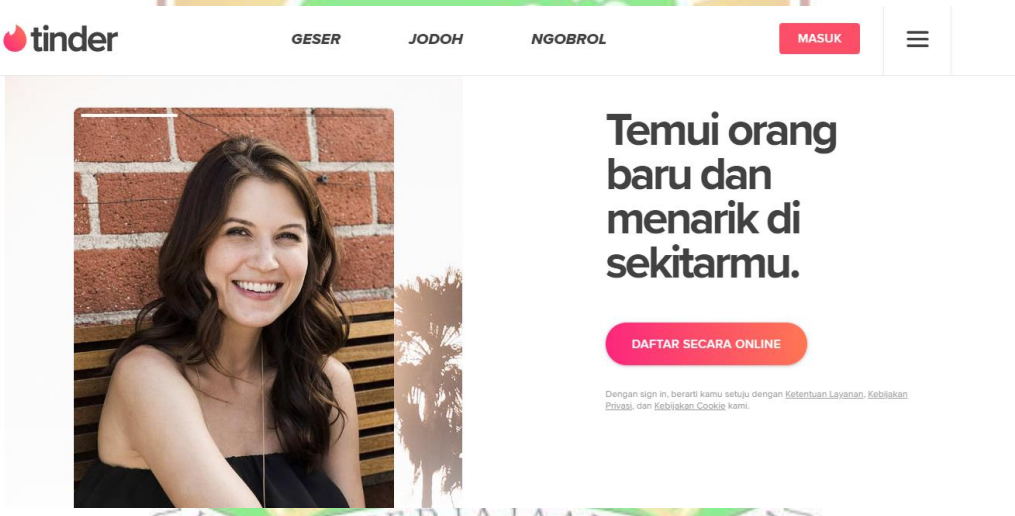
Beragam kesan negatif terhadap penggunaan aplikasi *online dating* membawa sebagian orang berfikir bahwa *online dating* tidak layak dalam hal mencari pasangan. Beberapa orang berfikir bahwa pengguna *online dating* hanyalah mereka yang tidak laku atau mereka yang tidak memiliki hal menarik di kehidupan nyata. Namun kenyataannya, dalam beberapa tahun terakhir ini penggunaan *online dating* meningkat terutama dikalangan usia muda dewasa. Survei mengatakan, 72,99 persen pengguna *online dating* merasa puas ketika menggunakan aplikasi *online dating*.[2]

Aplikasi dan situs *online dating* yang bisa ditemukan sangat banyak dan beragam seperti Setipe.com, Paktor, Beetalk, Skout, Badoo dan Tinder.

[1] https://writingpaths.com/2011/11/04/love-hurts-kalo-kamu-kena-tipu/

[2] https://blog.jakpat.net/swipe-your-destiny-survey-report-on-indonesian-tinder-users/

Setipe.com merupakan situs *online dating* lokal Indonesia, dimana mengandalkan tes psikologi sebelum pengguna bisa terdaftar. Setipe.com merupakan salah satu situs lokal buatan Indonesia yang mendapat banyak respon positif dari pengguna *online dating.* Namun beberapa pengguna *online dating* lewat hasil pra riset peneliti mengatakan bahwa bagian tes psikologimya sangat tidak praktis. Sementara Beetalk, Skout dan Badoo adalah aplikasi *online dating* yang fiturnya seperti Facebook. Tinder dan Paktor merupakan aplikasi *online dating* dengan metode *swipe*, hanya saja penggunaan Tinder lebih populer karena kemunculannya yang lebih awal dibanding Paktor.



Gambar 1.1 Situs aplikasi *online dating* Tinder
Sumber: https://tinder.com

Tinder dipilih dan bukan aplikasi *online dating* lainnya dikarenakan kepopuleran Tinder, yang dapat terlihat dari banyaknya unduhan pada *Play Store.* Hal ini juga disebabkan aplikasi *online dating* ini menjadi perbincangan hangat dalam dua tahun terakhir. Penggunaan Tinder dengan metode *swipe*-nya juga sangat praktis dan menarik untuk mencoba. Selain itu, banyak ditemukan berita

tentang pengguna yang menemukan pasangan bahkan hingga menikah melalui aplikasi ini. Seperti halnya kisah Rey Utami, seorang presenter asal Indonesia.

Fenomena *online dating* melalui situs dan aplikasi pencarian jodoh ini membuat peneliti ingin mengetahui komunikasi yang terjadi didalamnya melalui karakteristik *hyperpersonal* sehingga terbentuknya sebuah hubungan yang romantis berdasarkan pada tujuan penggunaan aplikasi *online dating* itu sendiri. J. B. Walther dalam Ibrahim & Akhmad (2014:2) mengungkapkan komunikasi yang menunjukkan aktivitas komunikasi dengan perantaraan komputer yang dianggap lebih memikat daripada komunikasi langsung disebut komunikasi *hyperpersonal*. Hal yang menarik disini adalah bahwa penggunaan aplikasi *online dating* untuk membangun hubungan dikatakan lebih memikat sementara didalamnya terdapat batasan batasan tertentu seperti tidak adanya isyarat non verbal dan tidak adanya batasan waktu untuk memberikan respon seperti yang terjadi dalam komunikasi secara langsung (*face to face).* Walther melanjutkan, didalam komunikasi *hyperpersonal*, individu menemukan bahwa mereka merasa lebih baik dalam mengeksperikan diri dibanding ketika mereka melakukan interaksi secara langsung dalam ruang terbatas. Komunikasi *hyperpersonal* dapat memberikan kenyamanan dalam berkomunikasi, karena kebebasan dalam mengolah pesan. Keintiman tersebut dapat terbangun ketika seseorang saling berinteraksi satu sama lain secara terus menerus meskipun diantaranya belum pernah bertatap muka sekalipun.

Hal ini menjadi landasan peneliti untuk mengangkat penelitian dengan judul "**Komunikasi *Hyperpersonal* Antar Pengguna Tinder dalam Membangun**

Hubungan Romantis (Studi Deskriptif terhadap Enam Orang Mahasiswa/i di Kota Padang)"

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana komunikasi *hyperpersonal* dalam membangun hubungan romantis?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan judul dan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi *hyperpersonal* dalam membangun hubungan romantis.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat menambah pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi dan dapat menjadi acuan terhadap penelitian atau sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi bagi pengguna aktif online terutama pengguna *online dating* dan menambah pengetahuan mengenai pemanfaatan media komunikasi, komunikasi interpersonal, *hyperpersonal* serta *computer mediated communication.*