

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**


Pada bagian tinjauan pustaka ini, akan diuraikan mengenai landasan teori penelitian yang berguna sebagai dasar dalam pemikiran ketika melakukan pembahasan tentang masalah yang diteliti, penelitian terdahulu yang dapat dijadikan pertimbangan dalam perbandingan kesesuaian penelitian ini, serta kerangka pemikiran yang berisi pengelolaan kesan antara variabel yang akan digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti.

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Pada bagian ini peneliti mencamtumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.

Judul	Tujuan Penelitian	Teori	Metodologi				Hasil	Kesimpulan
			Subyek & obyek riset, metode riset	Narasumber & Teknik pengambilan data	Teknik keabsahan data	Teknik analisis data		
1. Presentasi Diri dalam Kencan Online pada Situs dan Aplikasi Setipe dan Tinder	1.) Untuk mengetahui cara para pengguna kencan online dalam mempresentasikan diri mereka kepada calon pasangan mereka. 2.) Untuk mengetahui apakah para pengguna kencan online ini melakukan selective self-presentation, misalnya memilih hal-hal apa saja yang ingin dipresentasikan atau justru	Teori Social Information Processing (SIP) Theory yang digagas Joseph Walther seperti yang disebutkan dalam Griffin (2006)	- Subyek Pengguna kencan online Setipe dan Tinder yang berasal dari Indonesia, - Obyek cara para pengguna situs kencan online dalam melakukan presentasi diri di hadapan calon pasangannya, Metode deskriptif kualitatif	Narasumber berjumlah lima orang pengguna setipe.com dan tinder, Wawancara semistruktur	Teknik keabsahan data tidak dijelaskan pada penelitian ini	Analisis isi kualitatif.	Peneliti menemukan bahwa para pengguna kencan online ini tetap melakukan selective self-presentation dimana mereka memilih hal-hal mana saja yang ingin dipresentasikan kepada calon pasangannya meskipun hal tersebut pada dasarnya asli dan apa adanya sesuai dengan yang ada pada diri mereka. Hal tersebut dilakukan agar komunikasi yang mereka lakukan secara online bisa lebih nyaman dan mengantisipasi adanya pertemuan di masa yang akan datang.	Berdasarkan pada data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa para pengguna kencan online di setipe.com dan Tinder berperilaku hyperpersonal, yaitu selective self-presentation, dimana para pengguna kencan online ini akan memilih hal-hal mana saja yang ingin mereka presentasikan kepada calon pasangannya. Meskipun hal-hal yang mereka presentasikan tersebut pada dasarnya asli dan akurat sesuai dengan yang ada pada diri mereka. Umumnya hal yang dipresentasikan ini seputar identitas diri mereka seperti nama, usia, domisili (asald daerah), maupun hal-

	mempresentasikan dirinya secara lengkap dan gamblang kepada calon pasangannya.							hallainnya seperti profesi atau aktivitas sehari-hari secara jujur dan terbuka.
2. Presentasi Diri Dalam Media Sosial Path	Untuk mendapatkan gambaran presentasi diri pengguna dalam media sosial Path	Teori yang digunakan tidak dicantumkan pada penelitian ini	Metode analisis isi kualitatif	Terdapat 29 responden yang merupakan keseluruhan penulis yang terdapat pada media sosial Path, Teknik pengumpulan data penelitian analisis isi ini dengan menggunakan codingsheet yang disusun berdasarkan kategori penelitian.	Tidak dijelaskan menggunakan teknik seperti apa	statistik SPSS Versi 21 secara deskriptif dalam bentuk tabel frekuensi maupun grafik.	Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Path merupakan media sosial yang dimanfaatkan secara bebas sekaligus terbatas (hanya bagi orang-orang terdekat saja) untuk berbagai aktivitas dan merupakan salah satu cara yang paling dominan untuk mempresentasikan diri.	Dapat disimpulkan sebagian besar responden mempresentasikan diri mereka secara normal namun ada juga melakukannya secara aktif (berlebihan). Presentasi diri dengan tema “umum” (kumpul bersama teman-teman, mengunggah gambar disertai kalimat-kalimat bijak/humor) serta “kuliner” merupakan yang paling banyak diunggah pengguna Path.
3. Gambaran self-disclosure pada perempuan pengguna aplikasi online dating Tinder di	Untuk mengetahui gambaran self disclosure pada perempuan pengguna aplikasi online dating Tinder	Teori yang digunakan tidak dicantumkan pada penelitian ini	Subyek penelitiannya adalah perempuan pengguna Tinder dan Obyek penelitian Self	Berjumlah lima orang perempuan pengguna Tinder, Teknik pengumpulan data dengan wawancara secara online	Tidak dijelaskan menggunakan teknik seperti apa	Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah theoretical coding	Hasil penelitian menunjukkan bahwa self disclosure pada perempuan dapat terlihat melalui beberapa hal, yakni batasan yang dibuat saat melakukan komunikasi, faktor	Kesimpulan dari penelitian ini yang melatarbelakangi responden dalam penelitian ini untuk menggunakan Tinder, diantaranya pandemi COVID yang sedang terjadi, serta

tengah Pandemi COVID-19	di tengah pandemi COVID		Discouser, Metode kualitatif pendekatan studi kasus			milik Strauss dan Corbin (2017) yang terbagi menjadi tiga tahap, yakni open coding axial coding dan selective coding	yang memengaruhi proses swiping dan informasi yang ditampilkan pada bio Tinder	pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan rasa bosan yang ditimbulkan akibat pandemi membuat responden lebih aktif menggunakan Tinder. Selain pandemi COVID pengalaman berpacaran dengan mantan pacar sebelum menggunakan Tinder, dan rasa ingin tahu juga menjadi alasan responden untuk menggunakan Tinder. Self disclosure pada responden juga dapat terlihat melalui beberapa hal, yakni batasan yang dibuat saat melakukan komunikasi, faktor yang memengaruhi swiping, dan informasi yang ditampilkan pada bio Tinder.
4. Presentasi Diri Pekerja Seks Komersial Emporium Jakarta (Studi Dramatungi	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Presentasi Diri Pekerja Seks Komersial (Studi	Teori dramatungi	Obyek penelitiannya adalah PSK, Metode kualitatif	Terdapat 6 Narasum yang terdiri dari 2 PSK, 2 Staff, dan 2 sahabat PSK, Teknik pengumpulan data dengan	Teknik triangulasi sumber, dan diskusi sejawat	Mereduksi data, mendisplay data, mengambil kesimpulan dan verifikasi,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa front stage (panggung depan) PSK yaitu menggunakan sebuah topeng dan diperankan di atas panggung	Kesimpulan dari penelitian ini adalah setiap PSK melakukan pengelolaan kesan dan presentasi diri pada panggung depan, dan panggung belakang. Nampak perbedaan

Mengenai Presentasi diri Pekerja Seks Komersial di Emporium (Jakarta)	Dramaturgi Mengenai Presentasi Diri Seorang Pekerja Seks Komersial Di Emporium (Jakarta).			wawancara dan observasi		menganalisis data, membuat lembar rangkuman	pertunjukan dengan latar panggung pertunjukan mereka adalah Emporium Jakarta. Back Stage (panggung belakang) PSK yaitu menampilkan sook seutuhnya yang tidak seperti pada saat berada di panggung depan tetapi pada saat berada dalam kehidupan sehari-hari!	disetiap panggungnya baik itu penampilan juga perilaku.
5. Foto Diri, Representasi Identitas dan Masyarakat Tontonan di Media Sosial Instagram	Untuk menganalisis bagaimana foto diri menjadi suatu representasi identitas yang memediasi ruang bagi masyarakat tontonan di Instagram.	Teori yang digunakan tidak dicantumkan pada penelitian ini	Subyek pengguna Instagram yang konsistensi menampilkan foto diri, Metode riset etnografi visual	Terdapat delapan narasumber, Pengumpulan data dengan observasi dan wawancara mendalam	Tidak dijelaskan menggunakan teknik keabsahan data seperti apa	Teknik Analisis data tidak dijelaskan pada penelitian ini	Seperti halnya dengan fenomena foto diri di media sosial instagram ini, Foto-foto diri yang ditampilkan di media sosial tidak semata-mata hanya untuk mengabadikan gambar diri. Bagaimanapun, apa yang ditampilkan didalam foto diri, merupakan wujud visual dari representasi identitas dari pemilik akun media sosial tersebut.	Penciptaan identitas ini dipengaruhi oleh pola relasi dan interaksi sosial dari penikmat foto-foto tersebut. Sehingga identitas populer yang disukai oleh masyarakat dunia maya, menjadi panutan untuk menciptakan identitas pemilik foto di media sosial. Pada akhirnya kita menyadari, representasi identitas yang ditampilkan melalui foto diri di media sosial merupakan realitas semu yang dirayakan

## 2.2 Research Gap (Kesenjangan pada riset terdahulu)

Penelitian terdahulu yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Widya Permata Sari, Rina Sari Kusuma pada tahun 2018 dengan judul “Presentasi Diri dalam Kencan Online pada Situs dan Aplikasi Setipe dan Tinder”. Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi bahwa terdapat methodological gap dalam penelitian sebelumnya.

Faktanya, peneliti hanya menggunakan wawancara terstruktur sebagai salah satu metode pengumpulan datanya. Dua metode pengumpulan data yang paling umum digunakan oleh peneliti adalah observasi dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan secara akurat dapat diandalkan. Hilangnya ketergantungan data dan ketidakmampuan untuk menginterpretasikan temuan studi adalah dua hasil mematikan yang dapat diakibatkan oleh kesalahan atau kekurangan dalam teknik pengumpulan data. Prosedur validasi data yang merupakan komponen paling krusial juga diabaikan oleh peneliti.

Peneliti juga mengidentifikasi adanya Evidence Gap pada penelitian terdahulu. Pada penelitian ini, peneliti tidak mencantumkan saran yang cukup untuk perusahaan aplikasi, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Selain itu, peneliti juga mengidentifikasi adanya Knowledge Gap, yaitu pada penjabaran konsep peneliti menyebutkan presentasi diri yang strategis tetapi peneliti tidak menjabarkan apa saja strategi presentasi diri padahal jika dieksplor strategi presentasi diri itu ada banyak.

Penelitian terdahulu kedua yang dilakukan oleh Christiany Juditha pada tahun 2014 dengan judul “Presentasi Diri Dalam Media Sosial Path”. Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi bahwa terdapat theoretical gap. Hal tersebut dikarenakan peneliti tidak mencantumkan teori apa yang digunakan dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian, peneliti minimal harus mencantumkan dan berpegangan kepada satu teori yang relevan dengan penelitian agar penelitian mampu mencapai tujuan dan menghasilkan temuan baru.

Dalam penelitian terdahulu juga terdapat methodological gap. Pada penelitian ini, peneliti tidak menyertakan kriteria penentuan informan yang digunakan, sehingga pembaca dan peneliti selanjutnya yang membaca tidak akan mengetahui kriteria apa yang digunakan peneliti terdahulu untuk dijadikan sebagai informan. Pada penelitian ini juga tidak terdapat saran

Penelitian terdahulu ketiga yang dilakukan oleh Firnandha Salsabila dan Putu Nugrahaeni Wideasavitri pada tahun 2021 “ Gambaran self-disclosure pada perempuan pengguna aplikasi online dating Tinder di tengah Pandemi COVID-19”. Pada penelitian ini terdapat theoretical gap di mana tidak terdapat teori, sehingga tidak dapat diketahui penghubung antara gambaran self discouser perempuan pengguna tinder. Dibutuhkan dasar teori dan nantinya harus dibuktikan apakah teori tersebut benar, tetapi karena tidak adanya teori hal ini dapat memicu kesulitan dalam pengambilan kesimpulan.

Selain itu peneliti mengidentifikasi adanya knowledge gap, yaitu penelitian ini hanya fokus membahas mengenai self discouser. Peneliti terdahulu tidak

memaparkan dengan rinci konsep-konsep yang ada pada penelitian terutama mengenai konsep CMC yang mana konsep ini menjadi aspek terpenting yang secara sederhana diartikan sebagai proses komunikasi yang terjadi antar individu dengan menggunakan media komputer. Penelitian terdahulu ini juga tidak terdapat saran.

Penelitian terdahulu keempat yang dilakukan oleh Dhita Sekar Annisa pada tahun 2016 yang berjudul “Presentasi Diri Pekerja Seks Komersial Emporium Jakarta (Studi Dramatungi Mengenai Presentasi diri Pekerja Seks Komersial di Emporium Jakarta)”. Pada penelitian ini terdapat theoretical gap yang tidak menyertakan teori secara rinci dan hanya menggunakan konsep Interaksi simbolik, dramatungi, presentasi diri, komunikasi. Peneliti menetapkan konsep sebagai teori.

Selain itu, peneliti menemukan adanya methodological gap atau kesenjangan metodologi pada penelitian terdahulu. Pada penelitian terdahulu ini, peneliti tidak menyertakan teknik penentuan informan yang digunakan, sehingga pembaca dan peneliti selanjutnya yang membaca tidak akan mengetahui kriteria apa yang digunakan peneliti terdahulu untuk dijadikan sebagai infoman kunci dan informan pendukung.

Penelitian terdahulu kelima yang dilakukan Evania Putri R pada tahun 2016 dengan judul “Foto Diri, Representasi Identitas dan Masyarakat Tontonan di Media Sosial Instagram” Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi bahwa terdapat theoretical gap. Dibutuhkan dasar teori dan nantinya harus dibuktikan apakah teori tersebut benar, tetapi karena tidak adanya teori hal ini dapat memicu kesulitan dalam pengambilan kesimpulan.



Dalam penelitian terdahulu juga terdapat methodological gap dalam penelitian sebelumnya. Hal tersebut dikarenakan peneliti tidak mencantumkan teknik analisis data dan keabsahan data keduanya merupakan aspek terpenting dalam suatu penelitian. Tahap analisis data dan keabsahan data tahap yang tidak bisa dilupakan dalam proses penelitian. Selain itu terdapat juga empirical gap karena peneliti tidak memberikan saran yang cukup untuk penelitian yang dilakukannya, sehingga kesenjangan dalam hal ini menjadi terlihat dengan jelas.

### 2.3 State of the Art (Orisinalitas dan Kebaruan) riset

Tabel 2.2 Novelty Penelitian.

No	Jenis	Penelitian Sebelumnya	Novelty Penelitian
1.	Fokus Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentasi Diri dalam Kencan Online pada Situs dan Aplikasi</li> <li>2. Presentasi Diri Dalam Media Sosial</li> <li>3. Gambaran self-disclosure pada perempuan pengguna aplikasi online dating</li> <li>4. Presentasi Diri Pekerja Seks Komersial</li> <li>5. Foto Diri, Representasi Identitas dan Masyarakat</li> </ol>	Presentasi Diri Pengguna Aplikasi Kencan Online Bumble
2.	Subyek Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengguna Aplikasi Setipe dan Tinder</li> <li>2. Pengguna Media Sosial Path</li> <li>3. Perempuan Pengguna Aplikasi Tinder</li> <li>4. Pekerja Seks Komersial di Emporium Jakarta</li> <li>5. Pengguna Media Sosial Instagram</li> </ol>	Perempuan Dewasa Muda di Jakarta
3.	Teori Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teori Social Information Processing (SIP)</li> <li>2. Teori Interaksi Simbolik</li> <li>3. Teori Dramatungi</li> </ol>	Teori Social Information Processing (SIP) dan Teori Dramatungi
4.	Metode Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deskriptif Kualitatif</li> <li>2. Analisis Isi Kualitatif</li> <li>3. Studi Kasus</li> <li>4. Riset Etnografi Virtual</li> </ol>	Kualitatif Studi Fenomenologi

## 2.4 Landasan Teori

### 2.4.1 Teori *Social Information Processing*

Teori *Social Information Processing* (SIP) pertama kali dikemukakan oleh Joseph Walther di tahun 1992, teori ini menggambarkan bahwa perkembangan teknologi yang menghasilkan media komputer dapat membantu manusia untuk dapat bertukar pesan satu sama lain secara efektif sehingga hal tersebut akan membangun hubungan yang baik antar para penggunanya. Teori SIP merupakan teori yang mempelajari cara berkomunikasi manusia pada jejaring sosial. Riko Afrianto, et.al menjelaskan bahwa pada teori ini individu dapat mengenal individu lain secara *online* serta dalam teori ini individu dapat mengembangkan hubungan satu sama lain menggunakan media komputer dalam proses komunikasi.<sup>18</sup>

Arnus menjelaskan bahwa teori pemrosesan informasi sosial menyatakan di dalam CMC, pengirim pesan menggambarkan dirinya untuk dapat bermanfaat secara sosial dengan tujuan untuk menarik perhatian penerima pesan dan bertujuan untuk mengembangkan interaksi selanjutnya<sup>19</sup>. SIP menjelaskan bagaimana aspek dari proses komunikasi

---

<sup>18</sup> Riko Afrianto, et.al. *Social Information Processing Theory*. 2019. Diakses 5 April 2022. <https://docplayer.info/amp/90225578-Social-information-processing-theory.html>

<sup>19</sup> Sri Hadijah Arnus. *Computer Mediated Communication (CMC) Pola Baru Berkomunikasi*. Jurnal Al-Munzir Vol 8 (2). 2015. Hal 277-279

dapat bersinambung dengan fitur dalam teknologi media komunikasi untuk mendorong daya tarik dalam melakukan interaksi pada *online*<sup>20</sup>.

#### 2.4.2 Teori Dramaturgi

Teori ini merupakan teori yang diperkenalkan oleh Erving Goffman merupakan pendalaman konsep interaksi sosial, yang lahir sebagai aplikasi atas ide-ide individual yang baru dari peristiwa evaluasi sosial ke dalam masyarakat kontemporer. Menurut Sri Suneki teori ini adalah teori yang menjelaskan bahwa interaksi sosial dimaknai sama dengan pertunjukan teater atau drama di atas panggung. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan menggabungkannya kepada orang lain, melalui dramanya itu sendiri.

Dramaturgi adalah permainan kehidupan yang disajikan manusia. Peran aktor dibagi menjadi dua kategori menurut teori dramaturgi Erving Goffman. Itu dikenal sebagai bagian depan (*front*) dan belakang (*back*) oleh Goffman. Pada bagian depan (*front*) mencakup setting, penampilan diri (*appearance*), dan peralatan untuk mengekspresikan diri. Sedangkan bagian belakang (*back*) terdiri dari aktor itu sendiri, yaitu segala aktivitas tersembunyinya atau aktivitas kesehariannya selain keberhasilan menampilkan performancenya untuk dirinya sendiri.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Alvita, Wiratri Anindhita. *Dramaturgi Dibalik Kehidupan Social Climber*. Jurnal Komunikasi dan Bisnis Vol 6 (1). 2018. Hal 4

<sup>21</sup> *Ibid*

Istilah "*Front Stage*" dan "*Back Stage*" digunakan dalam teori dramaturgi, antara lain :<sup>22</sup>

A. Area *front stage* pertunjukan bertanggung jawab untuk membangun konteks pertunjukan. Panggung depan dibagi menjadi dua bagian, yaitu

:

- "*Setting*" adalah penampilan seorang aktor saat memerankan sebuah peran, seperti berpakaian bagus dengan alat peraga atau asesoris seperti jam tangan mewah, mobil mewah, dan ponsel terbaru.
- "*Front Personal*" ada dua bagian di dalamnya, yaitu : 1.) Sebuah "penampilan" terdiri dari aksesoris yang berbeda yang dimaksudkan untuk menyampaikan status sosial ekonomi sang aktor. 2.) Mendefinisikan "gaya" aktor memerlukan indikasi jenis peran yang akan mereka lakukan di masa depan.

B. *Back stage* mengacu pada lingkungan di mana tidak ada penonton dan seseorang dapat berakting dengan kebebasan penuh terlepas dari sikap atau posisi dalam drama yang akan datang.

Aplikasi Bumble berfungsi sebagai panggung sandiwara (*front stage*) bagi orang untuk mempresentasikan diri mereka sendiri dan dilihat oleh pengguna Bumble lainnya. Karena ada seseorang yang mengamati maka individu ingin menunjukkan kebaikan mereka pada Bumble. Di sisi lain,

---

<sup>22</sup> Alvita, Wiratri Anindhita. *Dramaturgi Dibalik Kehidupan Social Climber*. Jurnal Komunikasi dan Bisnis Vol 6 (1). 2018. Hal 4

apa yang diamati seseorang sangat penting saat berada di dunia nyata (*backstage*).

## 2.5 Penjabaran Konsep

### 2.5.1 Pengelolaan Kesan (*Impression Management*)

Pengelolaan kesan adalah bentuk presentasi diri. Dalam banyak kasus orang secara tidak sadar, terkadang setengah sadar, atau sepenuhnya sadar menerapkan pengelolaan kesan untuk kepentingan pribadi, ekonomi, sosial, atau politik tertentu. Saat menggunakan media sosial, kebanyakan orang secara alami memiliki pengelolaan kesan yang ingin mereka sampaikan kepada orang lain. Citra diri apa yang akan dia promosikan sehingga orang lain melihatnya sesuai dengan apa yang ia inginkan<sup>23</sup>.

Goffman mendorong orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan citra diri yang positif. Dia menyebut strategi ini sebagai "Pengelolaan kesan", sebuah metode yang digunakan oleh aktor untuk menciptakan kesan tertentu dalam keadaan tertentu untuk mencapai tujuan tertentu<sup>24</sup>. Dalam komunikasi *interpersonal*, manusia ingin diakui oleh orang lain, maka dari itu akan berusaha sebaik mungkin untuk menampilkan citra diri yang dapat diterima oleh orang lain. Jadi saat kita berinteraksi tanpa menyadarinya, mereka mencoba membuat diri

---

<sup>23</sup> Vinesia Vergisny. *Memahami Impression Managemet Pada Selebsmule*. Jurnal Egaliter Vol 2 (2). 2018. Hal 7-9

<sup>24</sup> *Ibid*

mereka terlihat seperti yang mereka inginkan, dan semua orang yang berinteraksi akan melakukan hal yang sama.<sup>25</sup>

Ketika seseorang akan mempresentasikan dirinya melalui media sosial, ia harus memiliki strategi atau cara untuk mempresentasikan dirinya. Strategi presentasi diri adalah situasi di mana orang menampilkan diri mereka berbeda dari diri mereka yang sebenarnya. Jones dan Pitman memperkenalkan 5 strategi mempresentasikan diri melalui media sosial, strategi yang digunakan untuk mempresentasikan diri antara lain *Ingratiation*, *Self Promotion*, *Supplection*, *Exempification*, dan *Intimidation*. Berikut penjelasan strateginya:

- a. *Ingratiation*, metode menampilkan diri agar terlihat menyenangkan dan diinginkan orang lain. Dengan menggunakan taktik ini, seseorang melihat preferensi audiens dan menggunakannya untuk menginspirasi sebuah gambar. Bersikap sopan kepada orang lain, memberi selamat kepada diri sendiri dan orang lain, dan menunjukkan kesepakatan dengan orang lain adalah perilaku umum yang digunakan untuk mengadopsi metode ini
- b. *Self Promotion*. tujuan dari strategi promosi diri adalah memproyeksikan citra individu yang kompeten. Dengan menggunakan teknik ini, orang mendefinisikan diri mereka secara lebih rinci, khususnya dalam hal keahlian mereka. Hal ini dilakukan agar orang lain memiliki kepercayaan terhadap

---

<sup>25</sup> Dinda Puspadewi. *Impresssion management Mahasiswa Melalau Media Sosial Instagram (Studi Fenomenologi Mengenai Makna Konten Sebagai Impression Managemnet di Media Sosial Instagram Pada Kalangan Mahasiswa di Jakarta)*. Skripsi, Bandung : Universitas Padjajaran. 2017. Hal 32

keahliannya. Beberapa indikator strategi ini menegaskan keberadaannya dan menunjukkan kekuatannya.

- c. *Supplication*, teknik presentasi diri ini bertujuan untuk mendapatkan simpati dan bantuan dari orang lain. Kekurangan dan tantangan yang Anda temui dapat digunakan untuk menyelesaikan metode ini.
- d. *Exemplification*, ketika seseorang ingin dihargai dan dikagumi karena prinsip moral dan integritasnya yang kuat, mereka mengadopsi teknik presentasi ini. Taktik ini juga dapat digunakan untuk menggambarkan seseorang sebagai orang yang otentik dan senang membantu orang lain. Beberapa tanda Taktik ini ditunjukkan dengan membantu orang lain, memberi contoh, dan menyangkal.
- e. *Intimidation*. saat Anda ingin menggambarkan diri Anda sebagai sesuatu yang Anda takuti, Anda menggunakan teknik ini untuk ekspresi diri. Tujuan teknik pengenalan diri ini adalah untuk membangun kredibilitas dan meningkatkan prospek audiens mengikuti Anda. Ancaman atau luapan amarah adalah beberapa indikasi bahwa seseorang sedang menggunakan teknik presentasi diri ini.

### 2.5.2 Komunikasi *Interpersonal*

Komunikasi *interpersonal* dijelaskan oleh Redi Panuju dalam bukunya “Pengantar Ilmu Komunikasi” sebagai interaksi antara dua komunikator dalam proses komunikasi, ketika keduanya berkomunikasi, mengirim pesan, dan mendapatkan umpan balik. Pelaksanaan komunikasi *interpersonal* yang seharusnya

bersifat dua arah mengandung prosedur dan tantangan yang berkembang baik secara teknis maupun psikologis.<sup>26</sup>

Komunikasi *interpersonal*, sebagaimana didefinisikan oleh Samshinar dan Rusnari adalah komunikasi yang melibatkan proses yang lebih interaktif. Karena itu, komunikasi *interpersonal* efektif untuk meyakinkan orang lain untuk mengubah perspektif dan sikap mereka, terutama bila dilakukan secara langsung. Hal ini membuat komunikasi interpersonal lebih terarah dan lebih mudah dibujuk.<sup>27</sup>

Karyaningsih menjelaskan bahwa komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang berlangsung secara tatap muka dengan menggunakan bahasa verbal dan nonverbal serta menitikberatkan pada tanggapan langsung kepada komunikator. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi dua arah yang hanya melibatkan dua komunikator dimana komunikasi dua arah diartikan sebagai komunikator berkomunikasi untuk mengirim dan menerima pesan secara spontan dan reaktif.<sup>28</sup>

Komunikasi interpersonal dijelaskan oleh Joseph A. DeVito dalam Gustanti sebagai "proses pengiriman pesan antara sejumlah kecil orang dengan beberapa efek dan umpan balik segera." Menurut Hafied Cangara, komunikasi interpersonal

---

<sup>26</sup> Redi Panuju. *Pengantar Studi Ilmu Komunikasi Komunikasi*. Edisi Pertama, Jakarta: Prenadamedia Group. 2018. Hal 73

<sup>27</sup> Samsinar, Nur Aisyah. *Komunikasi Antar Manusia* Editi Pertama, Watampone: STAIN Watampone. 2017. Hal 25

<sup>28</sup> Ponco Dewi Karyaningsih. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudera Biru. 2018. Hal 72.



adalah “suatu proses komunikasi tatap muka antara dua orang atau lebih”. Pemahaman ini sejalan dengan pernyataannya.<sup>29</sup>

Dapat kita simpulkan dari uraian yang diberikan oleh para ahli di atas bahwa komunikasi *interpersonal* adalah tindakan dua orang atau lebih yang saling berhubungan dan bergantung satu sama lain untuk saling bertukar informasi. Dalam interaksi langsung atau tatap muka, maupun melalui media internet, masyarakat dapat berkomunikasi dengan menggunakan isyarat baik verbal maupun nonverbal. Komunikasi *interpersonal* dibagi menjadi dua kategori: komunikasi dua arah, yang melibatkan dua komunikator, dan komunikasi kelompok, yang melibatkan tiga komunikator atau lebih. Untuk membujuk orang lain, komunikasi *interpersonal* menjadi komunikasi yang efektif dan menarik.

### 2.5.3 Efektifitas Komunikasi *Interpersonal*

Efektivitas didefinisikan sebagai tercapainya tujuan (yang diinginkan) dari pengirim pesan. Ketika tujuan pesan dapat mengubah sudut pandang, sikap, atau perilaku komunikator, komunikasi menjadi efektif. DeVito mencantumkan lima kualitas komunikator yang baik dalam hal komunikasi antarpribadi antara lain : 1) Keterbukaan (*Openes*); 2) Empati (*Emphaty*); 3) Dukungan (*Supportiveness*); 4) Rasa Positif (*Positiveness*); 5) Kesamaan (*Equality*)<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Hafied Cengara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi Kedua Cetakan Delapan Belas, Depok: RajaGrafindo Persada. 2018. Hal 32

<sup>30</sup> Joseph A DeVito. *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang: Karisma Publishing Group. 2011. Hal 259

Efektivitas komunikasi *interpersonal* dibahas oleh Yoseph Devito dari dua perspektif dasar, yakni :<sup>31</sup>

1) Humanistis; antara lain:

a) Keterbukaan. Terdapat dua aspek yakni menanggapi permintaan interaksi dari orang lain dan bersikap terbuka untuk menerimanya.

b) Sikap positif (saling mendukung) merupakan hasil dari tiga perilaku, yang pertama adalah suasana deskriptif. Kedua spontanitas dengan kata lain, seseorang yang termotivasi dapat berterus terang dan jujur tentang keadaan. Ketiga toleransi, seseorang yang menunjukkan toleransi bersedia mempertimbangkan berbagai sudut pandang orang lain.

c) Perilaku positif, Jika memiliki persepsi yang baik tentang orang lain dalam berbagai keadaan komunikasi interpersonal dapat berkembang.

d) Empati, atau kemampuan untuk membayangkan diri sendiri dalam situasi orang lain.

e) Gagasan kesamaan melibatkan baik pengalaman bersama komunikator dan kemiripan diskusi mereka. Pembagian dan penerimaan informasi harus disepakati.

2) Pragmatis, meliputi:

---

<sup>31</sup> Marhaeni Fajar. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Tangerang: Graha Ilmu. 2009. Hal 84-85

- a) Memiliki keyakinan diri. Mereka yang memiliki kualitas ini biasanya mudah beradaptasi dan tersusun baik secara verbal maupun nonverbal.
- b) Persatuan; individu yang memiliki kualitas ini perseptif dan peka terhadap kebutuhan orang lain.
- c) Mengelola interaksi. Interaksi harus dikendalikan dan dipertahankan untuk menyenangkan kedua belah pihak jika menginginkan komunikasi berhasil.
- d) Perilaku ekspresif yang menunjukkan komitmen untuk bekerja dengan orang lain.
- e) Orientasi terhadap orang lain dan kapasitas untuk berinteraksi dengan mereka sambil menyesuaikan diri dengan mereka.
- f) Bersikap yakin, seseorang yang memiliki sifat ini akan cenderung bersikap luwes dan tenang baik secara verbal maupun nonverbal.
- g) Kebersamaan, seseorang dengan sifat ini akan memperhatikan dan merasakan kepentingan orang lain.
- h) Manajemen interaksi, seseorang yang menginginkan komunikasi yang efektif akan memperhatikan dalam mengontrol dan menjaga interaksi guna memuaskan kedua belah pihak.
- i) Perilaku ekspresif, memperlihatkan keterlibatan seseorang secara sungguh-sungguh dalam berinteraksi dengan orang lain.

- j) Orientasi pada orang lain, kemampuan seseorang untuk beradaptasi dengan orang lain selama berkomunikasi dengan orang lain.

#### 2.5.4 Presentasi Diri

Menurut Goffman presentasi diri adalah aktivitas yang dilakukan oleh individu tertentu untuk menghasilkan definisi situasional dan identitas sosial aktor, dan definisi situasional ini memengaruhi berbagai interaksi yang sesuai atau tidak sesuai untuk aktor dalam situasi yang ada. Presentasi diri ialah upaya individu untuk membentuk perilakunya dengan cara yang memungkinkan orang lain untuk melihatnya seperti yang dia inginkan untuk memperkuat kesan tertentu pada mereka.<sup>32</sup>

Ciri-ciri simbol yang akan digunakan dan pesan yang akan dikomunikasikan menjadi pertimbangan dalam proses pembentukan identitas sehingga dapat melengkapi identitas secara keseluruhan. Menurut Goffman, sebagian besar karakteristik, barang milik, atau perilaku manusia, termasuk pakaian yang kita kenakan, tempat tinggal kita, rumah tempat kita tinggal dan perabotannya (furnitur dan perabotan), cara kita berjalan, berbicara, bekerja, dan bagaimana kita menggunakan waktu senggang, digunakan sebagai sarana ekspresi diri.<sup>33</sup>

Kita juga memiliki kendali atas maksud orang lain bagi kita dengan memutuskan informasi apa yang kita bagikan kepada mereka. Hal ini digunakan untuk mengidentifikasi diri kita kepada orang lain. Schlenker, yang dikutip oleh

---

<sup>32</sup> Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2013. Hal 112

<sup>33</sup> Rizka Nur Amalia, Nur Fitryah, dan Fareis Althalets. *Presentasi Diri Teruna Dara 2016 Sebagai Duta Wisata Kabupaten Kutai Kartanegara*. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol 7 (2). 2019. Hal 204-217

Juditia, mendefinisikan *self-presentation* sebagai upaya individu untuk mencapai tujuan dengan mengelola informasi tentang diri mereka sendiri yang dibagikan kepada orang lain dan berpuncak pada produksi gambaran atau kesan tertentu tentang diri mereka sendiri.<sup>34</sup>

### 2.5.5 Aplikasi Kencan

Di lingkungan saat ini, kata "aplikasi" sudah tidak asing lagi, dan laju pengembangan aplikasi sudah sangat cepat. Manusia tidak dapat berfungsi tanpa bantuan aplikasi, baik yang ditemukan di komputer atau perangkat seluler. Jika kita memahami aplikasi itu sendiri maka menurut Neyfa dan Tamara's Jogiant, aplikasi adalah penggunaan komputer, instruksi-instruksi, dan instruksi-instruksi yang diatur sedemikian rupa sehingga komputer dapat memprosesnya dari input hingga *output*.<sup>35</sup>

Kamus bahasa Indonesia mendefinisikan aplikasi sebagai salah satu kata yang mendominasi dalam hal alat atau perangkat lunak. Arti aplikasi menurut kamus besar bahasa Indonesia yaitu mengaplikasikan, menerapkan, menggunakan dalam praktik<sup>36</sup>. Secara umum perangkat lunak yang berfungsi sebagai alat untuk menunjang kinerja kerja seseorang atau memenuhi kebutuhan seseorang disebut

---

<sup>34</sup> Yuditia Winanda. *Presentasi Diri Trainer Gym di Kota Pekanbaru*. Jurnal Online Mahasiswa Vol 4(2). 2017. Hal 5

<sup>35</sup> Jogyanto Hartono. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2002. Hal 27.

<sup>36</sup> Koran Sindo. *Kelemahan dan Kelebihan Kencan Online, Wajib Tahu Biar Tak Salah Langkah*. 11 Desember 2021. Diakses 29 Desember 2022. <https://gensindo.sindonews.com/read/625283/700/kelemahan-dan-kelebihan-kencan-online-wajib-tahu-biar-tak-salah-langkah-1639206762?showpage=all>

sebagai aplikasi. Aplikasi adalah program komputer yang dirancang untuk mengelola dan melaksanakan tugas tertentu untuk pengguna.

### 2.5.6 Kelebihan dan Kelemahan Aplikasi Kencan Online

Kelebihan aplikasi kencan online dilansir dari laman sindonews.com

yaitu<sup>37</sup>

1. **Banyak Pilihan Bertemu Orang Baru**  
Kemungkinan dapat bertemu banyak orang dengan cepat dan mudah dengan aplikasi kencan online. Ini membuatmu memiliki lebih banyak pilihan.
2. **Bisa Menilai Kepribadian Seseorang Sebelum Bertemu Dengannya**  
Sebelum memilih untuk bertemu seseorang, Anda bisa mempelajari kepribadian dan tipenya melalui komunikasi aktif dengan lawan jenis.
3. **Menggunakan rekomendasi jodoh** Kebanyakan layanan kencan online menyediakan semacam tes kepribadian. Sebelum memulai kontak, tes ini memungkinkan ditemukannya pasangan yang menggunakan frekuensi yang sama.
4. **Fleksibel** Siapa pun dapat menemukan kemungkinan pasangan di mana saja dalam skenario ini. Sebagian besar pengguna manfaat ini

<sup>37</sup> Xandra Junia Indriasti. *Kekurangan Aplikasi Kencan Online yang Harus Kamu Ketahui*. 3 Desember 2021. Diakses 14 November 2022. <https://yoursay.suara.com/amp/lifestyle/2021/12/03/102738/kelebihan-dan-kekurangan-aplikasi-kencan-online-yang-harus-kamu-ketahui>

lebih memilih tinggal di rumah, oleh karena itu mereka jarang berinteraksi dengan orang baru.

Berikut kelemahan dari aplikasi kencan online menurut yoursay.suara.com yaitu :

a. **Ada Tindakan Kriminal.**

Seperti yang sudah disebutkan, ada keuntungan dan kerugian menggunakan aplikasi kencan. Salah satunya membuat saran kriminal. Meski menghibur, dunia maya sering digunakan sebagai sarang kejahatan. dibuktikan dengan adanya pemerkosaan, pembunuhan, dan penculikan yang diakibatkan oleh berkembangnya berbagai aplikasi kencan.

b. **Pemalsuan identitas**

Pada aplikasi kencan online, pemalsuan identitas sering terjadi. Penyerang menggunakan citra orang yang berbeda. Itu bisa berupa foto orang asing atau temannya. Selebriti dunia maya atau selebritas asing dengan penampilan yang sangat lokal, misalnya. Ada banyak alasan mengapa seseorang bisa bertindak seperti ini. Beberapa dari mereka ingin menipu atau tidak mempercayai tubuh alami mereka. Ini biasanya mengambil keuntungan dari keadaan.

c. **Sering digunakan sebagai tempat untuk memenuhi nafsu**

Di sisi lain, aplikasi kencan ini sering digunakan sebagai sarana untuk memuaskan keinginan seseorang. Banyak orang mengaku mengalami pelecehan seksual setelah bertemu seseorang di aplikasi kencan, termasuk mengirim foto alat kelamin mereka melalui pesan.

Dapat disimpulkan bahwa banyak orang sudah mengetahui aplikasi kencan online berdasarkan data dari beberapa situs web yang disebutkan di atas. Keberadaan aplikasi kencan online ini memiliki beragam kelebihan dan kekurangan. Sisi positif dan negatif dari perangkat lunak ini dapat digunakan sebagai panduan bagi masyarakat untuk memanfaatkan layanan kencan online secara lebih bijaksana untuk mengurangi dampak negatifnya.

### 2.5.7 Aplikasi Bumble

Pengusaha Amerika Whitney, Wolfe Hurd. Selain itu, dia adalah CEO dan pendiri Bumble. Mantan karyawan Tinder, Wolfe Hurd, membuat keputusan untuk keluar dari perusahaan setelah mengalami pelecehan seksual. Setelah dilecehkan oleh bos dan pacarnya, Justin Mateen, Wolfe Hurd mengatakan dia diturunkan dari salah satu pendiri Tinder. Wolfe Hurd mendirikan Bumble pada tahun 2014 untuk bersaing dengan bisnis sebelumnya. Untuk membangun Bumble, dia bekerja sama dengan miliarder Rusia Andrei Andreev.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Profil Orang Sukses. *Whitney Herd, Wanita yang Sukses Usai Bikin Aplikasi Pencari Teman Kencan*. 29 September 2022. Diakses 31 Mei 2023 <https://m.kumparan.com/amp/profil-orang-sukses/whitney-herd-wanita-yang-sukses-usai-bikin-aplikasi-pencari-teman-kencan-1yx1C8tMTWm>



Wolfe Hurd baru saja mengajukan gugatan terhadap bisnis atas pelecehan dan diskriminasi seksual yang dilakukan oleh karyawan, termasuk yang ada di manajemen. Pada September 2014, perselisihan itu diselesaikan. Tiga bulan setelah gugatan pelecehan seksual, Wolfe Hurd memperkenalkan Bumble, aplikasi kencan pesaing ke Tinder.<sup>39</sup>

### 1. Cara menggunakan / mendaftar Bumble

Berikut ini adalah cara-caranya :<sup>40</sup>

- 1) Instal aplikasi Bumble dari App Store atau Google Play, lalu daftarkan dengan nomor ponsel atau akun Facebook Anda.
- 2) Setelah mendaftar, buat profil Anda dengan menyertakan foto, biografi singkat, dan detail lainnya seperti pekerjaan, tingkat pendidikan, dan minat Anda.
- 3) Pilih kriteria pencarian Anda, seperti jarak, usia, dan jenis kelamin.
- 4) Untuk memulai pencarian dan memilih apakah Anda tertarik dengan pengguna lain, geser ke kiri atau kanan pada gambar.
- 5) Anda dapat mengirim pesan dan memulai percakapan dengan orang lain setelah dicocokkan dengan mereka.

---

<sup>39</sup> Hafit Yudi Suprobo. *Kisah Whitney Wolfe, Pendiri Bumble yang Sukses Jadi Konglomerat Muda*. 1 Juli 2022. Diakses 14 November 2022. <https://www.idntimes.com/hafit-yudi-suprobo-1>

<sup>40</sup> Lefanre. *Bumble, Mengenal Bumble, Fitur fitur Bumble, Cara Menggunakan, Manfaat, Cara Menghapus Akun*. 31 Maret 2023. Diakses 17 Juni 2023. <https://idmetafora.com/news/read/3145/Bumble-Mengenal-Bumble-Fitur-fitur-Bumble-Cara-Menggunakan-Manfaat-Cara-Menghapus-Akun.html>

6) Berhati-hatilah jika Anda menggunakan layanan Bumble BFF untuk mendapatkan teman baru atau Bumble Bizz untuk berjejaring secara profesional.

7) Anda mungkin mendapatkan Keanggotaan Bumble Premium untuk melihat siapa yang tertarik dengan profil Anda dan memperluas jangkauan pencarian Anda jika Anda mau.

## 2. Fitur Keamanan di Bumble

Bumble tidak jauh berbeda dengan aplikasi kencan lainnya dalam hal fungsionalitas. Jika seseorang membuat Anda merasa tertarik padanya, Anda dapat menggeser ke kanan (swipe right), dan jika tidak, Anda dapat menggeser ke kiri (swipe left). Dan sebuah kecocokan atau "match" dibuat ketika kedua belah pihak menyukai satu sama lain. Namun, aplikasi Bumble akan menghapus tanda kecocokan atau "match" antara kedua pihak dan mereka tidak lagi terhubung jika kedua belah pihak tertarik satu sama lain dan sudah "match", tetapi wanita tersebut belum mengirim pesan dalam 24 jam.

Mengenal lebih jauh fitur keamanan Bumble yang bermanfaat bagi perempuan :<sup>41</sup>

1. Ada detektor Pribadi. Detektor Pribadi,

---

<sup>41</sup> Arintya. *Selain Chat Duluan, Ini Fitur Keamanan Bumble yang Bisa Lindungi Perempuan*. 12 Agustus 2021. Diakses 14 November 2022. <https://www.parapuan.co/amp/532834295/selain-chat-duluan-ini-fitur-keamanan-bumble-yang-bisa-lindungi-perempuan?page=all>

Fitur keamanan yang dapat membantu mencegah pengguna dilecehkan dengan foto dan gambar porno, dapat diluncurkan dari halaman Bumble Anda. Sekarang menggunakan Detektor Pribadi Bumble secara otomatis mengaburkan foto dan foto dalam obrolan. Bumble juga akan memberi tahu Anda saat konten ofensif dikirimkan untuk memberi orang pilihan untuk melihat atau melaporkan konten untuk pelecehan.

## 2. Verifikasi Gambar

Banyak profil penipuan yang menggunakan foto atau ID orang lain dapat ditemukan di berbagai aplikasi kencan. Tentu saja, ini berisiko karena bisa mengakibatkan penipuan online. Bumble memiliki fungsi verifikasi foto untuk mengurangi hal ini. Pengguna diminta untuk berfoto selfie dengan salah satu contoh foto di Bumble sebagai bagian dari proses verifikasi untuk foto ini. Tim Bumble kemudian langsung mengevaluasi foto-foto tersebut. Pengguna hanya perlu menunggu sebentar sementara proses verifikasi instan ini berlangsung.

Pengguna Bumble memiliki opsi untuk meminta verifikasi pencocokan foto selain verifikasi foto pribadi. Untuk melakukannya, klik opsi "Minta Verifikasi Foto" di jendela obrolan. Segera setelah orang lain menyetujui profil Anda atau menolak tawaran tersebut, Anda akan diberi tahu.

## 3. Kemampuan panggilan suara dan video

Bumble menawarkan panggilan telepon dan video sehingga anggota kami dapat melindungi informasi pribadi mereka. Pengguna Bumble tidak perlu beralih ke aplikasi obrolan lain setelah mereka mengenal satu sama lain berkat fungsi ini. Pengguna dapat memanfaatkan alat ini untuk mengurangi pemaparan informasi pribadi. Kemampuan panggilan suara dan panggilan video di area ini memungkinkan wanita untuk terus berbicara.

### 2.5.8 *Computer Mediated Communication (CMC)*

Budiargo mendefinisikan CMC sebagai proses komunikasi yang dilakukan oleh komputer atau perangkat digital lainnya, dengan kontak manusia dalam keadaan tertentu, dan dengan prosedur komunikasi karena berbagai alasan. Tatap muka semakin tergeser oleh format komunikasi online melalui CMC yang kerap memanfaatkan media sosial..<sup>42</sup>

Malik dan Mujtaba dalam Kapriadi dan Irwansyah mendefinisikan CMC sebagai aktivitas yang mengubah proses kegiatan sehari-hari yang mana manusia menggunakan perkembangan teknologi komputer untuk melakukan diskusi secara online dan juga melakukan percakapan secara virtual. Kapriadi dan Irwansyah menyebutkan bahwa CMC merupakan proses komunikasi yang dilakukan oleh manusia dengan menggunakan media atau alat berbasis komputer, laptop, ponsel ataupun media elektronik lainnya yang terhubung dengan internet<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> Dian Budiargo. *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia. 2015. Hal 20

<sup>43</sup> Prabu Rabbani Kapriadi, Irwansyah. *Implementasi Computer Mediated Communication Dalam Digital Staffing Berbasis Mobile Application dan Online Platform di Perusahaan Startup*. Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 9 (2). 2020. Hal 385

Selain itu, karena CMC masyarakat umum mulai mengabaikan beberapa media, seperti televisi, radio, dan surat kabar. Karena secara umum, media-media ini sedang mengejar dan menjadi terbiasa untuk bertukar informasi dan berkomunikasi secara online. Orang mengadopsi teknologi komunikasi internet karena lebih banyak tersedia dan dapat diakses dari lokasi manapun.

Komunikasi berbasis media memiliki kelemahan dibandingkan dengan percakapan tatap muka. Komunikasi dinamis sangat terbatas, seperti CMC. Bahasa dan simbol yang muncul di layar berbeda dengan yang bisa kita alami secara langsung. Kontak CMC meminimalkan dan bahkan menghilangkan konteks, 'frame' yang menggambarkan kepribadian, penampilan, dan perilaku yang mungkin mengontekstualisasikan kreasi budaya remaja yang berinteraksi.

Dari penjelasan mengenai *computer mediated communication* (CMC) diatas, penulis menyimpulkan bahwa CMC merupakan proses komunikasi interpersonal baik diadik maupun kelompok yang dilakukan pada dunia digital dengan menggunakan alat elektronik yang terhubung dengan sambungan internet yang mana para pengguna dapat berkomunikasi secara jauh tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Pengguna juga dimudahkan untuk dapat mengirim pesan suara, gambar, video dan lain sebagainya untuk memudahkan proses komunikasi.<sup>44</sup>

Pernyataan tersebut menunjukkan bagaimana berbagai prasangka yang sering membentuk interaksi ditentang oleh komunikasi yang dilakukan melalui komputer ini. Berbeda dengan komunikasi langsung, sangat penting untuk dapat

---

<sup>44</sup> Ibid, hal. 386

merangkul semua latar belakang yang masuk ke dalam identitas seseorang. Kemampuan berkomunikasi dengan cepat dimungkinkan dengan adanya komputer sebagai alat komunikasi. CMC adalah suatu metode pertukaran informasi atau komunikasi yang memanfaatkan suatu media, dalam hal ini komputer.<sup>45</sup>

### 2.5.9 Perempuan Dewasa Muda

Masa remaja melalui peralihan ke rentang usia 18-40 merupakan tahap dewasa muda. Di masa dewasa awal, seseorang secara progresif menyadari identitasnya berdasarkan usia kronologis dan mentalnya. Masa remaja ditandai dengan pencarian identitas ini. Tumbuh dewasa juga membawa serta berbagai masalah. Masa dewasa awal menandai peralihan dari ketergantungan ke kemandirian dalam hal keuangan, kebebasan memilih, dan pandangan masa depan yang lebih bijaksana.<sup>46</sup>

Masa dewasa awal, menurut Sunrock, ditandai dengan penekanan yang berat pada pekerjaan dan hubungan, menyisakan sedikit waktu untuk pengejaran lainnya. Masa dewasa biasanya melibatkan periode penyesuaian yang berlarut-larut. Banyak orang, baik lajang, dalam suatu hubungan, atau menikah, masih memutuskan karir seperti apa yang ingin mereka kejar, ingin menjadi orang seperti apa, dan kehidupan seperti apa yang mereka inginkan..<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Prida Apriani Ambar Astuti. *Remaja Digital: Learn, Play, Socialize, Participate*. Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2011. Hal 217-218

<sup>46</sup> Gracia Anastasya, Tanti Susilarini. *Konsep Diri Pada Dewasa Awal Yang Pernah Menjadi Korban Pedofilia di Kota Medan Sumatera Utara*. Jurnal IKRA-ITH Humaniora 5 (2). 2021. Hal 21

<sup>47</sup> *Ibid*

Menurut Giri Wiarto, membagi perkembangan dewasa muda menjadi tiga fase, yaitu :

1. Perilaku seksual dan perkembangan fisik (kondisi Kesehatan, perilaku dan implikasi)
2. Kemajuan Kognitif
3. Perkembangan Sosial (bahaya pribadi, dan mobilitas sosial)



## 2.6 Kerangka Berfikir

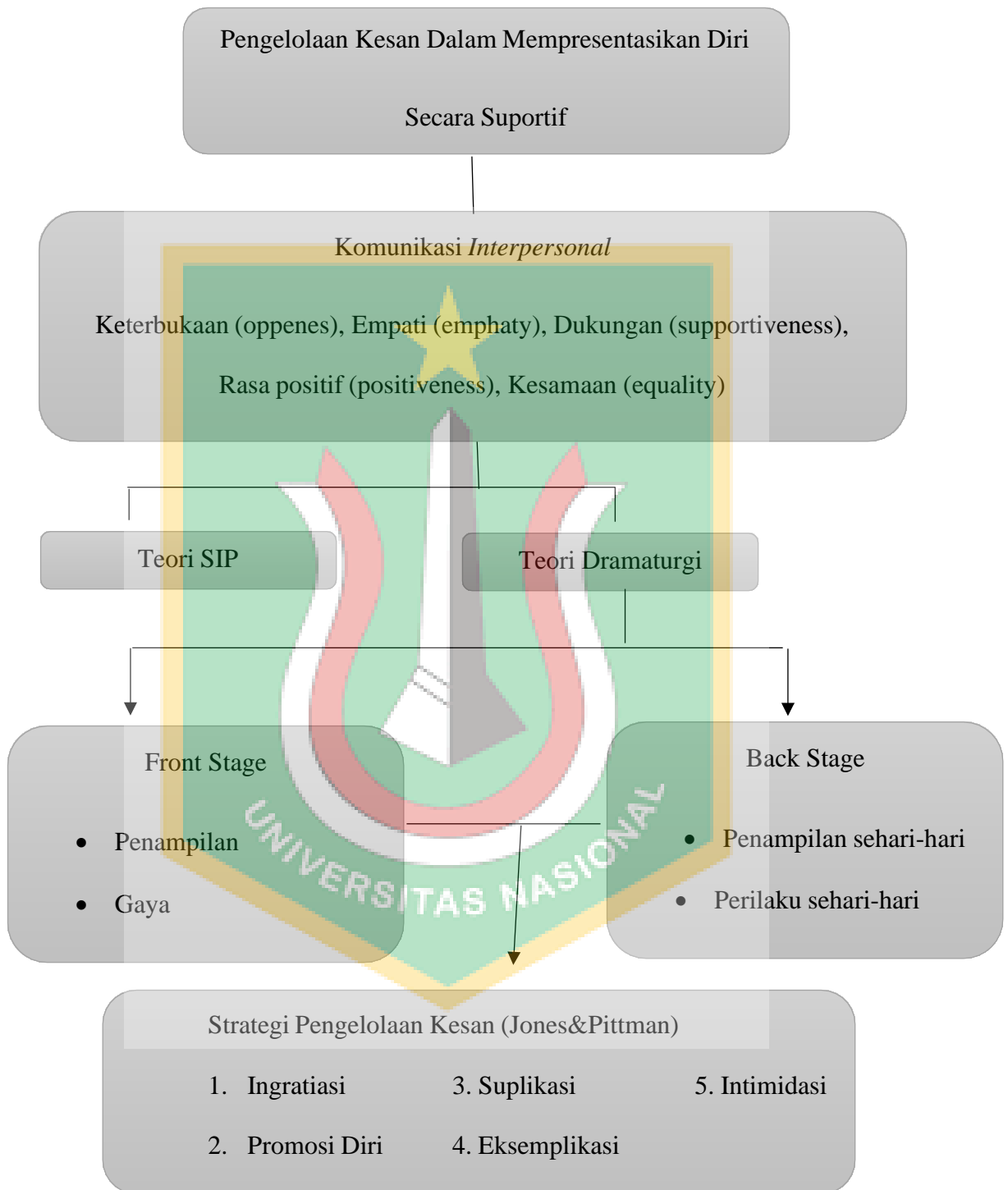
Kerangka adalah garis penalaran yang secara ringkas merangkum fase-fase penelitian dari awal hingga kesimpulan dan diterapkan sebagai hipotesis untuk menganalisis masalah penelitian. Hal ini karena penelitian ini berfokus pada bagaimana Pengelolaan Kesan Pengguna Aplikasi Kencan *Online* Bumble dalam Mempresentasikan Diri Secara Suportif pada perempuan dewasa muda di Jakarta.

Kegiatan komunikasi yang terjadi di ruang obrolan aplikasi kencan online menjadi salah satu bagian dari komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi, karena di dalamnya melibatkan dua orang yang saling berhubungan untuk mengetahui satu sama lain. Untuk menuju hubungan yang lebih intim dibutuhkan komunikasi yang jujur dan mendalam. Sikap suportif diperlukan dalam hal ini karena merupakan bagian dari keterbukaan komunikasi interpersonal

Dalam penelitian ini menggunakan dua teori yakni teori Social Information Processing dan teori Dramaturgi karena dianggap sesuai dengan penelitian ini. Bumble adalah platform Computer Mediated Communication (CMC) yang memfasilitasi pembangunan hubungan dan merupakan bagian integral dari manajemen kesan bagi pengguna. Melalui sejumlah taktik yang diurutkan oleh Jones dan Pittman.



## Bagan Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Bagan kerangka pemikiran.