**PRESENTASI DIRI DALAM KENCAN ONLINE**

**(Analisis Isi Kualitatif Presentasi Diri Pada Situs dan Aplikasi Kencan Online Setipe dan Tinder)**

**Widya Permata Sari1**

**Rina Sari Kusuma2**

1,2Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jl. A.Yani Pabelan, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah 57169

**E-mail:** 1widyapermatasari2@hotmail.com; 2rinasarikusuma@gmail.com

Abstrak

Kencan online merupakan salah satu bentuk komunikasi bermediasi komputer atau *Computer Mediated Computer (CMC)* dimana para penggunanya tidak perlu saling bertatap muka untuk berkomunikasi. Karena keterbatasan inilah para pengguna kencan online memiliki kesempatan untuk mempresentasikan dirinya dengan selective self-presentation atau hanya menunjukkan beberapa hal tertentu yang dianggap baik saja, bahkan mempresentasikan dirinya secara tidak akurat demi dianggap sebagai diri ideal. Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana cara para pengguna kencan online dalam mempresentasikan dirinya kepada calon pasangannya secara online dan apakah mereka melakukan komunikasi *hyperpersonal* berupa *selective self-presentation*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara semistruktur dan pengambilan sample melalui snowball sampling. Sample merupakan para pengguna situs dan aplikasi kencan online Setipe dan Tinder yang berjumlah lima orang. Dengan menggunakan analisis isi kualitatif sebagai teknik dalam menganalisis data, 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.

Kata kunci: Kencan online, Computer Mediated Communication (CMC), presentasi diri, komunikasi Hyperpersonal.

Abstract

*Online dating is one of the forms of Computer Mediated Communication (CMC) where the participants aren’t required to do a Face-to-Face communication to communicate with each other. By this limitation, online dating users get the chance to present themselves with selective self-presentation such as only present the good sides of themselves even present themselves innacuratedly. This research wants to know how online dating users present themselves to their online partners and do online dating users do the hyperpersonal communication, in this case, being selective to present themselves. This research uses descriptive-qualitative methods with semistructure interview as data collecting method. The samples who were interviewed in this research are five people who join the online dating site and mobile application setipe.com and Tinder. All five samples were selected by snowball method. By using qualitative content analysis as data analysing technique, this research found that online dating users do selective self-presentation where they will choose which things they want to present to their online partners, eventhough they are being honest and present themselves accuratedly. Online dating users do it to get a pleasant communication with their online partners also to anticipate a possibility of meeting their partners offline (in real life).*

*Key words: Online dating, Computer Mediated Communication(CMC), self-presentation, hyperpersonal communication.*

# PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir ini, kencan online mulai dipilih oleh masyarakat sebagai alternatif untuk mencari pasangan baik untuk hubungan yang serius menuju pernikahan atau yang hanya sekedar mencari kesenangan. Kencan online didefinisikan sebagai pengembangan hubungan romantis melalui nternet (O' Brien dalam Teixeira, 2014). Motivasi para pengguna kencan online inipun beragam, mulai dari untuk menemukan pasangan untuk hubungan yang serius seperti pernikahan, untuk mencari teman bicara online atau untuk sekedar *flirting*, hingga karena rasa penasaran dan ingin bersenang-senang tanpa ada tujuan untuk bertemu dengan pasangannya secara langsung (Brym dan Lenton, 2001). Di Indonesia sendiri, data dari *setipe.com* menunjukkan bahwa pada tahun 2015 pengguna situs kencan online meningkat tajam. Dari yang awalnya hanya 83.000 pengguna, meningkat menjadi sekitar 200.000 pengguna dan diperkirakan terus meningkat hingga tahun 2016.

Pencarian jodoh melalui media sebetulnya bukanlah hal baru. Iklan kontak jodoh di surat kabar telah ada sejak pertengahan abad 19 (Schaefer dalam Ellison, 2006) dan kencan melalui video populer pada tahun 1980an (Woll dalam Ellison, 2006). Meskipun banyak penelitian akademis yang telah mempelajari mengenai bentuk awal dari pencarian jodoh melalui media, layanan kencan online pada masa kini sebenarnya berbeda dengan yang telah ada sebelumnnya karena basisnya yang lebih luas dan cara presentasi diri yang lebih baik dan modern.

Terdapat beberapa situs dan aplikasi kencan online yang dikenal di Indonesia, diantaranya *setipe.com, okcupid.com, indonesiancupid.com,* maupun aplikasi kencan seperti *Tinder* dan *BeeTalk*. Situs dan aplikasi tersebut cukup banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, terbukti dengan hasil survey dari Sensor Tower yang menyebutkan bahwa pengguna layanan aplikasi kencan di Indonesia adalah sebesar 0,11% dari total populasi penduduk Indonesia. Dari beberapa situs dan aplikasi tersebut, peneliti memilih untuk menggunakan situs *setipe.com* dan aplikasi *Tinder*. Hal tersebut dikarenakan kedua situs dan aplikasi tersebut cukup mudah untuk diakses dan digunakan oleh banyak orang di Indonesia.

Hal utama yang paling diperhatikan oleh para pengguna kencan online adalah presentasi diri. Menggunakan internet untuk mencari pasangan membuat para pengguna kencan online menghadapi tantangan baru dalam upaya melakukan presentasi diri dan keterbukaan diri. Meskipun ada beberapa hal yang mirip, namun strategi-strategi (presentasi diri dan keterbukaan diri) ini mungkin berbeda dengan yang diterapkan pada komunikasi secara tatap muka (*face to face*) dimana kita tidak bisa melakukan *selective self-presentation*. Kencan online ini termasuk dalam komunikasi bermediasi komputer (CMC) yang memiliki sifat dapat mengurangi isyarat verbal dan asinkronis, sehingga para penggunanya dapat “membentuk dirinya sesuai keinginan” atau melakukan *selective self-presentation* (Gibbs, 2006). Para pengguna kencan online melakukan berbagai cara untuk mempresentasikan dirinya kepada calon pasangannya. Seperti yang dinyatakan oleh Joseph Walther, pengguna kencan online akan memperkenalkan diri mereka kepada calon pasangan secara gemilang atau lebih positif dan menarik daripada sifat atau fisik asli mereka (Griffin, 2006). Ini merupakan salah satu strategi yang mungkin dapat membantu para pengguna untuk lebih mudah menarik calon pasangan. Dikatakan juga bahwa strategi presentasi diri ini digunakan oleh para pengguna kencan online untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalisir resiko dari kencan online itu sendiri. Strategi ini kebanyakan seputar profil, yang merupakan salah satu alat presentasi diri yang krusial. Profil merupakan hal yang pertama dan utama dalam mengungkapkan diri seseorang pada masa-masa awal penyesuaian terhadap calon pasangan yang dapat membentuk peluang untuk meningkatkan terjadinya hubungan yang lebih serius (Ellison, Heino dan Gibbs, 2006).

Peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian ini karena seperti fenomena yang sering kita dengar belakangan ini, bahwa beberapa orang yang melakukan kencan online merasa tertipu oleh pasangannya setelah mereka bertemu secara offline (*face to face*). Hal ini seperti yang diungkapkan Hortacsu dan Ariely (2006) dalam penelitiannya yang menemukan bahwa para pengguna situs kencan online membentuk kepribadiannya dalam tingkat “sangat baik” atau “di atas rata-rata”. Memang, pembohongan identitas ini bisa juga terjadi pada komunikasi tatap muka atau komunikasi secara *offline*, namun kemungkinan keberhasilannya akan lebih sedikit daripada pembohongan yang dilakukan secara *online*. Hal ini dikarenakan komunikasi secara online atau biasa disebut dengan komunikasi bermediasi komputer (CMC) memiliki sifat yang asinkron, minim tanda-tanda non verbal, penggunanya bersifat anonim serta kontennya dapat diedit sesuai dengan keinginan kita (Griffin, 2006).

Dari hal di atas, peneliti ingin mengetahui cara para pengguna kencan online dalam mempresentasikan diri mereka kepada calon pasangan mereka. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti akan menggunakan teori *Social Information Processing (SIP)* Theory milik Joseph Walther seperti yang disebutkan dalam Griffin (2006) bahwa saling berbagi informasi antar calon pasangan online bertujuan untuk membangun pengaruh interpersonal dan selanjutnya akan membuat dua orang calon pasangan ini menjadi lebih dekat jika keduanya menyukai *image* yang telah dibangun oleh masing-masing. Peneliti juga ingin mengetahui apakah para pengguna kencan online ini melakukan *selective self-presentation,* seperti misalnyamemilih hal-hal apa saja yang ingin dipresentasikan atau justru mempresentasikan dirinya secara lengkap dan gamblang kepada calon pasangannya.

**KAJIAN PUSTAKA**

*Metodologi*

Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif, yaitu suatu cara penelitian yang digunakan saat peneliti menginginkan penjabaran mengenai suatu fenomena secara terus terang dan sebenar-benarnya. (Sandelowski, 2000). Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna situs dan aplikasi kencan online *setipe.com* dan *Tinder*. Teknik sampling yang digunakan adalah *snowball sampling* dimana sampel tidak ditentukan jumlahnya. Teknik sampling ini menghasilkan sebuah sample penelitian melalui penunjukkan yang dibuat oleh orang-orang yang mengetahui satu sama lain yang memiliki kesamaan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian (Biernacki dan Waldorf, 1981). Sample dalam penelitian ini adalah pengguna kencan online *setipe.com* dan *Tinder* yang berasal dari Indonesia. Sedangkan variabel atau objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah cara para pengguna situs kencan online dalam melakukan presentasi diri di hadapan calon pasangannya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara *semistruktur*, yaitu peneliti memiliki daftar pertanyaan-pertanyaan tertulis tapi memungkinan untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas, yang terkait dengan permasalahan (Kriyantono, 2006). Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian adalah analisis isi kualitatif*.* Metode analisis isi sendiri adalah seperangkat teknik yang digunakan untuk analisis sistematik pada berbagai macam teks yang tidak hanya menunjukkan isi muatan pada sebuah teks namun juga tema dan gagasan inti yang ditemukan dalam teks sebagai isi utama (Mayring dalam Drisko dan Maschi, 2015).

*Kajian Konseptual*

Sejak awal 1990’an, kemajuan yang pesat pada bidang teknologi informasi dan komunikasi memberikan pengaruh sosiologis baik dalam lingkungan publik maupun pribadi. Dalam konteks ini, terjadi sebuah peningkatan terhadap penggunaan teknologi komunikasi untuk membangun dan memelihara hubungan interpersonal antar individu (Barraket dan Henry-Waring, 2008). Salah satu contohnya adalah munculnya istilah *Computer Mediated Communication* (CMC). *Computer Mediated Communication* (CMC) atau yang kita sebut sebagai komunikasi bermediasi komputer merujuk pada komunikasi diantara para pengguna komputer yang bisa saling bertukar pesan dan data antara individu dengan individu lainnya, kelompok dengan kelompok lainnya, kelompok dengan individu maupun individu dengan kelompok melalui koneksi jaringan misalnya internet (Griffin, 2006). CMC memiliki empat ciri utama, yang pertama adalah minim tanda non-verbal karena kita tidak berinteraksi secara langsung (*face to face*) sehingga kita tidak bisa melihat, mendengarkan atau merasakan pesan non-verbal dari lawan bicara kita. Kedua, CMC bersifat anonim atau kita tidak tahu dengan siapa sebenarnya kita sedang berinteraksi. Sifat yang selanjutnya adalah *editable* atau kita dapat mengubah konten yang ingin kita tampilkan di internet kapan saja dan bahkan berkali-kali. Sifat yang terakhir adalah asinkron atau tidak terhubung secara langsung. Hal ini dapat membuat *feedback* yang akan kita berikan dapat ditunda dan kita juga dapat merancang apa yang ingin kita sampaikan.

Salah satu contoh aktifitas CMC adalah kencan online. Kencan online dapat dideskripsikan sebagai bentuk komunikasi yang dibuat secara sengaja untuk menemui orang-orang baru dengan mediasi situs internet yang dirancang khusus untuk tujuan mendapatkan pasangan. Secara umum, situs kencan online menyediakan kesempatan kepada para penggunanya untuk menampilkan profil dirinya yang telah dipersonalisasi atau dibuat sesuai keinginan, meninjau profil dari pengguna lainnya, mengirimkan ekspresi ketertarikan kepada pengguna lain, dan memudahkan untuk berkomunikasi secara sinkronis atau langsung misalnya melalui pesan instan dan secara asinkron atau tidak langsung misalnya melalui e-mail untuk memfasilitasi pertemuan secara langsung jika memungkinkan (Barraket dan Henry Waring, 2008).

Para pengguna kencan onlinepun berusaha untuk menampilkan diri mereka dengan lebih menarik atau bahkan mendekati diri yang ideal demi mendapatkan calon pasangan dengan lebih mudah, yaitu melalui presentasi diri yang terstrategi.

Presentasi diri adalah suatu tingkah laku yang mencoba untuk menyampaikan sebuah informasi dan imej mengenai diri seseorang kepada orang lain (Baumeister dan Hutton, 1987). terhadap cara presentasi diri para pengguna kencan online. Untuk memuaskan lawan bicaranya, dalam hal kencan online adalah calon pasangan, maka para pengguna kencan online akan berusaha untuk menampilkan dirinya sebagai sosok yang ideal dan menarik.

Lingkungan online memang menyediakan penggunanya potensi untuk membuat dan menampilkan identitas yang berbeda dengan identitas pengguna di dunia nyata. Jarak antar pengguna yang terlepas secara fisik memudahkan untuk menyembunyikan identitas offline kita dan membubuhi identitas online yang menurut Goffman dipertimbangkan sebagai ‘sebuah refleksi dari “pemisahan” karakter seseorang selama melakukan interaksi’ dimana diri seseorang terbagi (Bullingham dan Vasconcelos, 2013).

Presentasi diri pada para pengguna kencan online ini berkaitan dengan teori milik Joseph Walther yaitu Social Information Processing Theory. Joseph Walther menyatakan bahwa hubungan hanya tumbuh pada perluasan dari pihak-pihak yang terlibat dalam memperoleh informasi tentang satu sama lain dan menggunakan informasi itu untuk membentuk kesan interpersonal tentang siapa diri mereka. Dengan kesan yang digambarkan secara lebih atau kurang dalam pikiran mereka, pihak-pihak yang berhubungan akan semakin dekat apabila keduanya menyukai *image* yang telah mereka bentuk. Teori *SIP* ini berfokus pada informasi personal yang tersedia melalui CMC (*Computer Mediated Communication*) dan efeknya pada *image* mental yang mereka bentuk (Griffin, 2006). Joseph Walther juga menyatakan bahwa untuk membentuk diri yang “ideal”, para pengguna kencan online akan melakukan komunikasi *hyperpersonal*. Para pengguna kencan online memiliki kesempatan untuk membentuk dan melanjutkan sebuah kesan positif tentang diri mereka yang gemilang. Hal itu karena mereka dapat menuliskan sifat yang paling menarik, prestasi, pemikiran, dan perilaku tanpa ada rasa takut terutama jika terdapat kontradiksi dari penampilan fisik, ketidaktetapan perilaku, atau pendapat dari orang-orang yang mengenal mereka yang mengetahui sifat mereka yang sebenarnya di kehidupan nyata (Griffin, 2006). Walther menggunakan istilah *hyperpersonal* untuk menamai hubungan dalam CMC yang akan menjadi lebih dari hubungan romantis yang mendalam maupun hubungan pertemanan jika orang-orang yang terlibat bersama secara fisik. Dunia online memberi kesempatan para penggunanya untuk melakukan kontrol lebih terhadap presentasi diri mereka karena tidak terdapat karakteristik dari komunikasi *Face to Face* dan minim tanda-tanda nonverbal (Ellison, Hancock dan Toma, 2011).

**TEMUAN DAN DISKUSI**

Berdasarkan pada data hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan lima orang informan yang merupakan para pengguna situs maupun aplikasi kencan online, peneliti menemukan beberapa kategori yang termasuk dalam strategi yang digunakan para pengguna kencan online ini dalam mempresentasikan dirinya kepada calon pasangan. Strategi tersebut antara lain:

**Pengungkapan Identitas Diri**

Partisipasi dalam komunikasi bermediasi komputer berkaitan erat dengan keterbukaan informasi, sebuah bagian utuh dari proses pembentukan identitas dalam berkomunikasi melalui komputer (Krasnova, Gunther, Spiekermann dan Koroleva, 2009).

Dalam hal kencan online, keterbukaan diri terutama yang berkaitan dengan identitas diri sangatlah penting apalagi jika kita memiliki tujuan untuk melanjutkannya ke hubungan yang lebih serius. Dalam teori identitas sosial, identitas seseorang (atau “pribadi”) merupakan level terendah dalam kategorisasi diri (Hoggs dan Abrams, 1988 dalam Stets dan Burke 2000). Kategorisasi tersebut adalah kategorisasi dari diri sebagai kesatuan yang unik, yang berbeda pada tiap individu. Individu berperilaku sesuai tujuan dan keinginannya daripada berperilaku sebagai anggota dari sebuah kelompok atau kategori (Stets dan Burke, 2000). Saat pertama kali berkenalan, tentu kita perlu memberitahukan identitas diri kita setidaknya nama, usia, maupun daerah asal kepada lawan bicara kita agar bisa lebih mempermudah dalam berkomunikasi. Pengungkapan identitas diri ini juga dilakukan dengan seakurat mungkin oleh para pengguna kencan online meskipun komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi bermediasi komputer yang mana mereka tidak bertatap muka secara langsung kepada lawan bicaranya. Hal tersebut memungkinkan adanya ketidaksesuaian atau “pembohongan” yang dilakukan oleh pengguna kencan online dalam mempresentasikan dirinya. Seperti yang diungkapkan oleh Ellison, Hancock dan Toma dalam penelitiannya pada tahun 2011 bahwa dunia online memberi kesempatan para penggunanya untuk melakukan kontrol lebih terhadap presentasi diri mereka karena tidak terdapat karakteristik dari komunikasi *Face to Face* dan minim tanda-tanda nonverbal.

Informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa saat berkenalan dengan calon pasangannya, mereka menggunakan nama asli mereka baik itu nama lengkap atau nama panggilan yang biasanya mereka gunakan sebagai *username* pada situs atau aplikasi kencan online tersebut. Selain nama, pengguna kencan online juga akan menyebutkan usia asli mereka dalam profil. Disamping karena usia merupakan salah satu identitas yang waajib diisi dalam profil, usia juga mempengaruhi para pengguna kencan online dalam memilih calon pasangan. Umumnya, para pengguna akan memilih calon pasangan yang dengan usia yang sama atau dengan jarak usia yang dekat baik itu lebih tua maupun muda. Selanjutnya adalah daerah asal atau domisili. Para informan mengaku menggunakan domisili mereka saat ini untuk dicantumkan pada profil dan umumnya para informan akan mencari calon pasangan yang berada di satu wilayah yang sama dengan mereka atau di wilayah yang tidak terlalu jauh dan dapat dijangkau. Hal tersebut dikarenakan untuk mengantisipasi adanya kemungkinan untuk bertemu secara langsung dengan calon pasangan. Hal tersebut juga dikarenakan para pengguna aplikasi *Tinder* tidak bisa memanipulasi lokasi mereka karena lokasi mereka saat menggunakan aplikasi tersebut terkoneksi dengan GPS pada perangkat ponsel. Lokasi dapat berubah-ubah secara otomatis sesuai dengan lokasi ponselnya.

Identitas lain yang diungkapkan dalam profil antara lain pekerjaan, pendidikan terakhir hingga agama, postur tubuh, maupun hobi seperti yang ada di situs *setipe.com*. Situs kencan online asli Indonesia ini memang menuntut para penggunanya untuk terbuka mengenai dirinya dengan diharuskan memberikan identitas secara detail pada profilnya.

**Keseimbangan dan Keakuratan dalam Presentasi Diri dengan Diri yang Sebenarnya (*Actual Self*)**

Kencan online merupakan salah satu bentuk komunikasi bermediasi komputer atau Computer Mediated Computer (CMC) dimana orang-orang yang terlibat melakukan komunikasi melalui komputer yang tersambung ke internet saja tanpa harus bertatap muka secara langsung atau *Face to Face* (Griffin, 2006). Tidak adanya tatap muka secara langsung dalam komunikasi ini memungkinkan adanya ketidakakuratan dalam presentasi diri yang dilakukan oleh para pengguna kencan online, karena pada dasarnya dalam CMC tanda-tanda verbal memang sangat minim.

Meskipun CMC memberikan kesempatan bagi para pengguna kencan online untuk mempresentasikan dirinya secara tidak akurat, misalnya dengan membuat membuat *ideal self* agar bisa lebih menarik calon pasangan, namun para Informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa mereka mempresentasikan diri secara jujur dan apa adanya sesuai dengan diri mereka yang sebenarnya atau disebut juga sebagai *actual self,* serta tetap berlaku sebagai diri asli mereka baik itu secara online maupun offline. Meskipun pada dasarnya para informan tetap melakukan komunikasi *Hyperpersonal* yang berupa *selective self-presentation* dimana mereka akan memilih hal-hal yang mana yang ingin mereka tunjukkan secara online kepada calon pasangannya, misalnya dengan memilih foto yang mereka anggap paling bagus untuk dijadikan foto profil, memilih untuk mengungkapkan profesi mereka atau tidak, memilih bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pasagan maupun memilih nama panjang atau nama panggilan saja untuk dijadikan *user name*.

Para informan berusaha untuk menunjukkan keseimbangan dan keakuratan dalam presentasi diri dan diri mereka yang sebenarnya *(actual self)* melalui penggunaan foto asli mereka sebagai foto profil pada situs maupun aplikasi kencan online yang digunakan.

**Pentingnya Tanda-tanda Kecil**

Tanda-tanda kecil yang dimaksud di sini adalah hal-hal yang secara tidak kentara dilakukan oleh para pengguna kencan online dalam melakukan presentasi diri kepada calon pasangan mereka. Bentuk presentasi diri yang dilakukan adalah dengan memilih bahasa maupun topik pembicaraan yang digunakan pengguna kencan online dalam berkomunikasi dengan calon pasangan mereka. Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ellison, Heino Gibbs (2006) pemilihan bahasa, cara penulisan pesan dan topik yang dibahas saat berbincang dengan calon pasangan secara online merupakan bentuk presentasi diri yang dilakukan para pengguna kencan online untuk membentuk kesan dirinya. Hal tersebut termasuk sebagai bentuk perilaku komunikasi *Hyperpersonal* yaitu perilaku *selective self presentation*.

Peneliti meneliti beberapa hal yang berkaitan dengan cara para pengguna kencan online ini dalam melakukan komunikasi secara online khususnya dalam bentuk pesan atau pesan yang ditulis. Hal-hal yang diperhatikan antara lain bahasa yang digunakan dalam pesan, tata cara penulisan pesan, serta topik pembicaraan yang diangkat saat berkomunikasi dengan calon pasangan.

Para pengguna kencan online berusaha untuk berkomunikasi dengan benar melalui pesan tertulis karena adanya kemungkinan terjadi kesalahan dalam berkomunikasi yang dapat berakibat pada ketidakakuratan dalam presentasi diri. Para pengguna kencan onlinepun akan berusaha untuk menggunakan bahasa yang baik, benar dan mudah dipahami oleh lawan bicaranya.

Pemilihan bahasa yang digunakan saat berkomunikasi dapat dikategorikan sebagai salah satu bentuk presentasi diri bagi para pengguna kencan online. Hal tersebut karena bahasa dapat menunjukkan intelektualitas seseorang. Para informan mengatakan bahwa mereka berkomunikasi dengan calon pasangannya dengan menggunakan Bahasa Indonesia informal atau bahasa percakapan santai secara langsung tanpa mempertimbangkan karakter lawan pasangannya. Sementara salah satu informan menyatakan bahwa ia terkadang juga berkomunikasi menggunakan Bahasa Inggris dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan calon pasangan dalam berbahasa asing.

Selain memilih bahasa yang digunakan, para Informan juga memperhatikan tata cara penulisan pesan yang dikirimkan kepada calon pasangan mereka. Tata bahasa dan penulisan dalam pesan tersebut dapat berpengaruh pada presentasi diri para pengguna kencan online, karena tata cara penulisan pesan dapat menunjukkan karakter seseorang dan dapat membuat dirinya menjadi menarik atau tidak menarik di mata calon pasangan (Ellison, Heino, dan Gibbs, 2006).

Para informan menyatakan bahwa mereka tidak memperhatikan tata cara penulisan pesan, meskipun beberapa dari mereka juga berusaha untuk tidak banyak menggunakan kata-kata yang disingkat*.* Informan menyebutkan bahwa mereka terkadang menggunakan singkatan yang tidak sesuai dengan kata aslinya misal “aku” disingkat menjadi “aq” atau “q”, “tidak apa-apa” atau “nggak apa-apa” menjadi “gpp”*,* maupun *“*tidak”menjadi“g”. Menurut informan hal tersebut sebenarnya tidak sengaja mereka lakukan, mereka hanya terbiasa mengetik pesan dengan cepat untuk menghemat waktu.

Tata cara penulisan lainnya yang diperhatikan adalah kesalahan dalam mengetik atau *typo.* Para informan mengatakan mereka memperhatikan cara pengetikan mereka untuk mengurangi *typo*. Namun apabila terlanjur mengirimkan pesan yang mengandung *typo*, maka mereka akan mengirim ulang kata yang salah tersebut.

Sedangkan untuk topik yang dibahas saat berkomunikasi dengan calon pasangan, para informan mengungkapkan bahwa mereka tidak memiliki topik pembicaraan khusus saat berkomunikasi dengan calon pasangannya secara online. Pembicaraan yang dilakukan biasanya mengalir begitu saja seiring dengan berkenalan. Hal-hal yang biasanya dibahas saat berkirim pesan dengan calon pasangan hanya seputar diri mereka sendiri seperti identitas, hobi atau hal yang disukai, dan kegiatan sehari-hari.

**Validitas Presentasi Diri.**

Komunikasi bermediasi komputer atau CMC pada dasarnya memiliki sifat yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan presentasi diri secara tidak akurat bahkan memungkinkan untuk membuat identitas online agar dianggap sebagai diri yang ideal. Namun pada penelitian ini ditemukan bahwa semua informan mempresentasikan dirinya secara jujur, apa adanya dan akurat. Keakuratan tersebut dibuktikan oleh para informan melalui cara mereka dalam berperilaku secara online sesuai dengan kenyataan di dunia nyata serta dengan menunjukkan foto asli mereka. Bahkan jika memungkinkan, kekuratan tersebut bisa dibuktikan dengan bertemu secara langsung dengan calon pasangan mereka.

Salah satu informan menyatakan bahwa ia bertemu dengan pasangannya melalui aplikasi kencan online Tinder. Selain karena merasa cocok dengan karakter masing-masing, ia dan pasangannya memiliki ketertarikan yang sama pada olahraga panahan. Hal tersebut membuat mereka memutuskan untuk bertemu secara langsung (*Face to Face*) dan selanjutnya melanjutkan hubungan mereka ke arah yang lebih serius. Seperti yang diungkapkan oleh Baker (2002) bahwa hubungan online yang terbentuk karena adanya kesamaan dan ketertarikan pada satu hal yang sama (bertemu dengan pasangan karena memiliki hobi dan ketertarikan yang sama) cenderung akan bertahan lama.

Pasangan dari Informan menyatakan bahwa antara apa yang ditunjukkan oleh Informan secara online maupun offline (saat bertemu secara langsung) baik itu pada sifat maupun kondisi fisiknya, semuanya sesuai. Begitu pula dengan pasangannya, Informan menyatakan semua hal yang ia lihat secara langsung tersebut sesuai dengan apa yang dipresentasikan oleh pasangannya secara online.

Berdasarkan pada data yang didapat dari para informan tersebut, dapat dilihat bahwa meskipun komunikasi bermediasi komputer (CMC) memungkinkan para penggunanya untuk mempresentasikan dirinya secara tidak akurat karena CMC memiliki sifat-sifat seperti minim tanda verbal, anonim, dapat diedit dan asinkron atau tidak terhubung secara langsung, namun pada kenyataannya pengguna kencan online masih tetap berusaha untuk mempresentasikan dirinya secara jujur, apa adanya dan akurat meskipun para pengguna kencan online tetap berperilaku *Hyperpersonal.* Seperti yang sudah diketahui bahwa secara spesifik, perspektif dari teori *hyperpersonal* ini menggambarkan “bagaimana pengirim pesan memilih, penerima pesan memperbesar, saluran mempromosikan dan umpan balik meningkat”. Pengirim pesan dapat melakukan *selective self-presentation* dimana ia bisa menuliskan sifat-sifat yang mereka anggap menarik saja. Penerima pesan akan memilih pesan mana yang akan ia terima, misalnya yang sesuai dengan kesukaan atau kebutuhannya saja. Hal itu terjadi pada proses kencan online karena pada dasarnya para penggunanya memang berusaha untuk membentuk kesan interpersonal tentang siapa diri mereka. Dengan kesan yang digambarkan secara lebih atau kurang dalam pikiran mereka, pihak-pihak yang berhubungan akan semakin dekat apabila keduanya menyukai *image* yang telah mereka bentuk, seperti yang diungkapkan oleh Joseph Walther pada teori Social Information Processing miiknya.

Hal tersebut dilakukan oleh para pengguna kencan online agar komunikasi yang dilakukan secara online dapat berjalan dengan lebih mudah dan nyaman. Dalam penelitian Yum dan Hara (2005) juga disebutkan bahwa para pengguna kencan online yang mau membuka dirinya secara online kemungkinan akan lebih mudah dalam membentuk hubungan pribadi.

**KESIMPULAN**

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 (asal daerah) maupun hal-hal lainnya seperti profesi atau aktifitas sehari-hari secara jujur dan terbuka.

Untuk menyeimbangkan antara presentasi diri yang dilakukan secara online dengan keadaan diri yang sebenarnya para pengguna kencan online ini akan berperilaku secara online dengan apa adanya seperti di dunia nyata, tanpa berusaha untuk membentuk diri online yang dianggap lebih ideal serta mereka menyertakan bukti berupa foto-foto asli mereka yang diunggah sebagai foto profil maupun ditambahkan ke halaman profil.

Dari hasil penelitian tersebut juga dapat dilihat bahwa pengaruh lingkungan komunikasi digital (CMC) tidak mempengaruhi para pengguna kencan online ini untuk berperilaku *deceptive* (berbohong). Meskipun pada dasarnya CMC memiliki sifat yang memberikan kesempatan pada para penggunanya untuk bisa “berbohong” dan menyembunyikan identitas asli mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Baumeister, Roy F., Hutton, Debra G. 1987. “Self-Presentation Theory: Self-Construction and Audience Pleasing”. *Theories of Group Behavior*, 4: 71-72.

Drisko, James W., Maschi, Tina. 2015. “Content Analysis”. New York: Oxford University Press.Eliot, T.S., Prufrock, J.Albert. 2013. “Chapter 07”. *Self-Presentation*, 2-42.

Griffin, Em. 2006. *A First Look At Communication Theory (6th edition)*. New York: McGraww-Hill Companies, Inc.

Kriyantono, Rachmat, Ph. D. 2006. *TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Kemunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.* Jakarta: Prenadamedia Group.

Jurnal

Baker, A. 2002. What Makes An Online Relationship Successful? Clues From Couples Who Met In Cyberspace”. *Cyberpsychology & Behaviour*, 5 (4), 363-375.

Barraket, Jo, Henry-Waring, M., 2008. “ ‘Everybody’s Doing It’: Examining The Impacts of Online Dating”. *Sociology*. Universty of Melbourne.

Biernacki, Patrick, Waldorf, Dan. 1981. “Snowball Sampling Problems And Techniques of Chain Referral Sampling”. *Sociological Methods & Research*, Vol. 10 No.2, 141-163.

Brym, Robert J., Lenton, Rhonda L. 2001. “Love Online: A Report on Digital Dating in Canada”. *msn.ca.*

Bullingham, Liam, Vasconcelos, Ana C. 2013. “ ‘The Presentation Of Self in The Online World’: Goffman and The Study of Online Identities”. *Journal Of Information Science,* 39 (1): 101-112.

Ellison, Nicole B., Hancock, Jeffrey T., Toma, Catalina L. 2011. “Profile as Promise: A Framework for Conceptualizing Veracity in Online Dating Self-Presentation”. *Journal of New Media and Society*, 14 (1): 45-62.

Ellison, N., Heino, R., Gibbs, J. 2006. “Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment”. *Journal of Computer Mediated Communication*, 11 (2), Article 2.

Krasnova, Hanna, Gunther, Oliver, Spiekermann, Sarah, Koroleva, Ksenia. 2009. “Privacy Concerns and Identity in Online Social Networks”. *Identity Journal Limited,* 39-63*.*

Sandelowski, Margaret. 2000. “Focus on Research Methods Whatever Happened to Qualitative Description”. *Research in Nursing and Health*, 23, 334-340.

Stets, Jan E., Burke, Peter J. 2000. “Identity Theory and Social Identity Theory”. *Social Psychology Quarterly Vol.63*, 3, 224-237.

Teixeira, Andrew. 2014. “Exploring The Reputation Of Online Dating Sites: A Look Into How User Self-Disclosure And Encouragement By Such Virtual Communities Can Affect User Satisfication, Trust And Perception Of The Organization’s Emotional Appeal And Service Quality”. *Tesis*. Quinnipiac University.

Yum, Young Ok, Hara, Kazuya. 2006. “Computer-Mediated Relationship Development: A Cross-Cultural Comparison”. *Journal Of Computer-Mediated Communication 11*, 133-152.

**Internet**

Brata, Atiqa. 2015. “Online Dating Setipe.com” (Online), ([*http://www.kompasiana.com/kapitaselektakomunikasi/online-dating-setipe-com*](http://www.kompasiana.com/kapitaselektakomunikasi/online-dating-setipe-com), diakses tanggal 09 April 2017).