

Bukti Korespondensi Artikel

Jurnal Nasional terakreditasi Kemenristekdikti peringkat 2

Judul artikel

Pentingnya Keterbukaan dan Kejujuran dalam Presentasi Diri: Studi Eksplorasi Pengguna Aplikasi Tinder

Jurnal

Jurnal Psikologi Sosial, Vol. 22, No.02
<https://doi.org/10.7454/jps.2024.11>

Penulis

Maria Bramanwidyantari, Avin Fadilla Helmi

No	Perihal	Tanggal
1	Bukti submit artikel melalui OJS dan artikel yang di-submit	22 Juli 2023
2	Bukti hasil review & permohonan revisi 1	6 Februari 2024
3	Bukti kirim revisi 1 & artikel yang direvisi	21 Februari 2024
4	Bukti hasil review & permohonan revisi 2	11 Juli 2024
5	Bukti kirim revisi 2 & artikel yang direvisi	21 Juli 2024
6	Permohonan revisi template & rencana terbit	23 Juli 2024
7	Bukti kirim revisi template & naskah untuk <i>galley proof</i>	29 Juli 2024

1. Bukti submit artikel melalui OJS dan artikel yang di-submit

Jurnal Psikologi Sosial

Tasks0

English

View Site

mariabraman

JPSJURNALPSIKOLOGI SOSIAL

Submissions

Submission Library

View Metadata

Pentingnya keterbukaan dan kejujuran dalam presentasi diri: Studi eksplorasi pengguna aplikasi Tinder

Maria Bramanwidyantari, Avin Fadilla Helmi

Submission

Review

Copyediting

Production

Submission Files

Search

3667-1

Keterbukaan dan Kejujuran: Pentingnya Presentasi Diri Aktual Bagi Pengguna Aplikasi Online Dating.doc

Article Text (only DOC or DOCX file, file size < 2 MB)

Download All Files

Pre-Review Discussions

Add discussion

Name	From	Last Reply	Replies	Closed
<div><div></div><div>Comments for the Editor</div><div>Edit</div></div>	mariabraman Jul/22	mariabraman Feb/21	3	<input type="checkbox"/>

Platform & workflow by

OJS / PKP

Keterbukaan dan Kejujuran: Pentingnya Presentasi Diri Aktual Bagi Pengguna Aplikasi *Online Dating*

Maria Bramanwidyantari

Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata
Jl. Pawiyatan Luhur Selatan IV No.1, Semarang, Indonesia, 50234

Avin Fadilla Helmi

Fakultas Psikologi
Universitas Gadjah Mada / Lembaga
Jl. Sosio Humaniora, D.I. Yogyakarta, 55281

mariabraman@unika.ac.id
avinpsi@ugm.ac.id

Abstract—Humans realize the importance of having a partner. However, the process in achieving this goal is challenging. Online dating became a medium to build romantic relationships that can be done easily through an application. The recognition process between users starts with liking each other's profiles which is assisted by an algorithmic system. So, it is important for users to present themselves properly on their profile. This study aims to see how the user's self-presentation is formed. Through a thematic analysis of the results of a questionnaire involving 383 Tinder online dating users, it was found that actual self-presentation is an important point for online dating users who emphasize aspects of honesty and openness. Differences in the motivation of online dating users do not lead to different self-presentation views between them. Moreover, the actual self in online dating profiles is displayed selectively taking into account the climate of informal interaction on Tinder.

Keywords: *self-presentation; online dating; Tinder*

Abstrak—Manusia menyadari pentingnya memiliki pasangan. Namun, proses yang dilalui dalam mencapainya merupakan hal yang menantang. Kencan online merupakan media untuk membangun hubungan romantis yang dapat dilakukan dengan mudah melalui sebuah aplikasi. Proses pengenalan antar pengguna dimulai dengan saling menyukai profil masing-masing yang dibantu oleh sistem algoritmik. Jadi, penting bagi pengguna untuk menampilkan diri mereka dengan benar di profil mereka. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana presentasi diri pengguna terbentuk. Melalui analisis tematik terhadap hasil kuesioner yang melibatkan 383 pengguna kencan online Tinder, ditemukan bahwa presentasi diri yang sebenarnya merupakan poin penting bagi pengguna kencan online yang menekankan aspek kejujuran dan keterbukaan. Perbedaan motivasi pengguna kencan online tidak menyebabkan perbedaan pandangan presentasi diri di antara mereka. Diri sebenarnya dalam

profil kencan online ditampilkan secara selektif dengan mempertimbangkan iklim interaksi informal di Tinder.

Kata kunci: presentasi diri; *online dating*; Tinder

Pendahuluan

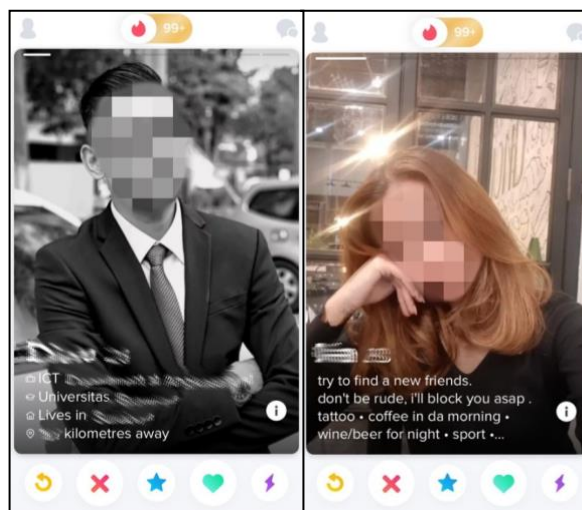
Di era modern, proses komunikasi antara dua orang atau lebih banyak menggunakan media digital. Hal ini dikenal dengan istilah *computer-mediated communication* atau CMC (Attrill, 2015) yang dapat mengubah interaksi manusia ke arah hal-hal yang bersifat daring. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan internet dalam beberapa dekade, proses pengenalan untuk tujuan hubungan romantis juga dapat dilakukan secara daring atau lebih dikenal dengan istilah *online dating* (Attrill, 2015; Whitty & Carr, 2006).

Secara umum, manusia menyadari pentingnya untuk memiliki pasangan dan mengakui bahwa menemukan pasangan yang tepat merupakan hal yang menantang (Attrill, 2015a) sehingga mereka mencari bantuan tertentu untuk menolong mereka dalam menemukan pasangan yang diinginkan (Finkel, Eastwick, Karney, Reis, & Sprecher, 2012; Gatter & Hodkinson, 2016). Jika pada dekade sebelumnya bantuan ini bisa diperoleh dalam bentuk biro jodoh, baik secara langsung maupun melalui surat kabar, maka di masa kini salah satu cara untuk mendapatkan kesempatan membangun relasi romantis tersebut adalah dengan menggunakan situs web atau aplikasi online dating.

Sejak kemunculannya di tahun 1997, Attrill & Fullwood (2017) mengemukakan bahwa *online dating* berkembang di berbagai wilayah dan kemungkinan untuk bertemu dengan pasangan secara daring meningkat seiring dengan pertumbuhan teknologi Web 2.0, yang merupakan generasi *world wide web*. Namun dengan akses yang lebih mudah dan tampilan yang lebih menarik, maka aplikasi *online dating* lebih banyak digunakan dibandingkan situs web serupa. Selain itu, aplikasi *online dating* memiliki keunikan

daripada website secara umum, misalnya aplikasi dapat menerima notifikasi sehingga penggunaanya dapat lebih terkoneksi sepanjang hari dengan aplikasi tersebut (Sumter, S., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L., 2016).

Saat ini, berbagai aplikasi yang beredar memiliki variasi cara keterhubungan pengguna dengan calon potensial, antara lain sistem seleksi mandiri, seleksi dengan bantuan sistem, dan gabungan dari keduanya (Toma, 2015). Tinder, sebagai salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan di Indonesia (Lidwina, 2021) menggunakan sistem seleksi gabungan. Pengguna Tinder dapat menentukan terlebih dahulu kriteria pasangan yang diinginkan, lalu setelah diatur oleh sistem, pengguna dapat menentukan sendiri ketertarikannya pada pengguna yang muncul di halaman utama aplikasi dengan cara menggeser layar.



Gambar 1. Contoh tampilan profil Tinder

Dalam proses membangun relasi secara *online*, Myddleton, J. & Attrill, A. (2015) menyatakan bahwa proses ini ditentukan oleh 3 hal yaitu; *homophily*, *physical attraction*, dan *self-disclosure*. *Homophily* merupakan kesamaan seseorang. Misalnya, seseorang akan lebih mudah membangun relasi secara daring dengan orang lain yang memiliki kesamaan latar belakang budaya, cara berpenampilan, atau kepribadian. *Physical attraction* mengacu pada ketertarikan terhadap penampilan fisik seseorang. Setiap orang secara subjektif memiliki ketertarikan terhadap fitur fisik tertentu. Akan tetapi,

ketertarikan secara fisik ini sering menimbulkan *hallo effect*. Individu yang secara fisik terlihat sesuai dengan kriteria fisik yang diinginkan, maka karakteristik dan kepribadiannya secara tidak langsung akan diatribusikan kepada hal-hal yang baik juga meskipun belum pernah saling bertemu secara langsung. Selain unsur kesamaan dan ketertarikan fisik, keterbukaan diri seseorang juga menjadi salah satu hal yang penting dalam membangun relasi daring. *Self-disclosure* secara sederhana dapat diartikan sebagai kemauan individu untuk membagikan informasi tentang dirinya kepada individu lain atau kelompok (Cozby dalam Myddleton & Attrill, 2015).

Dalam penggunaan *online dating*, untuk memulai interaksi maka pengguna harus terlebih dahulu mempersiapkan profil yang akan mereka tampilkan, baru kemudian ketiga hal di atas dapat mengarah pada terjalinnya suatu relasi baru. Sehingga dapat disimpulkan bahwa interaksi dalam *online dating* berawal dari presentasi diri para penggunanya. Presentasi diri itu sendiri mengacu kepada bagaimana seseorang menampilkan dirinya dalam upaya mengontrol bagaimana orang lain akan melihat mereka (Baumeister & Vohs, 2007). Leary & Kowalski (1990) mengemukakan bahwa terdapat dua proses utama dalam presentasi diri, yaitu motivasi untuk mengontrol bagaimana orang lain melihat mereka dan upaya-upaya yang mereka lakukan. Meskipun konsep presentasi diri yang dikemukakan Leary & Kowalski (1990) dibangun dalam konteks luring, kedua proses ini juga umum digunakan untuk menjelaskan presentasi diri yang disajikan secara daring.

Pada penelitian terdahulu, ketika seseorang melakukan interaksi secara daring, ia dapat mempresentasikan dirinya secara lebih leluasa, sesuai yang ia inginkan (Ellison, Heino, & Gibbs, 2006; Gibbs, Ellison, & Heino, 2006; Rozika & Ramdhani, 2016). Meskipun demikian, pengguna *online dating* berada pada suatu kondisi bimbang antara mempresentasikan diri yang sesungguhnya atau menampilkan diri dengan sangat positif atau ideal (Ellison et al., 2006). Cornwell & Lundgren (2001) juga menambahkan bahwa

ranah *online* memberikan pengguna kesempatan untuk melebih-lebihkan presentasi diri atau membangun citra diri hingga mengarah kepada penipuan yang mungkin terjadi. Hal ini disebabkan karena dalam *online dating*, terdapat keterbatasan akses untuk mengetahui tanda visual maupun verbal, melakukan observasi terhadap perilaku dan tidak adanya kesempatan untuk mengetahui pandangan dari pihak lain secara langsung (Cornwell & Lundgren, 2001). Salah satu contoh dari hal tersebut tampak dalam hasil penelitian Toma dkk., (2008), bahwa laki-laki cenderung berbohong mengenai tinggi badan sedangkan perempuan menyembunyikan berat badan. Selain itu, pengguna *online dating* memiliki strategi untuk menyeimbangkan kesempatan berbohong yang dapat dilakukan dalam *online dating*, contohnya lebih akurat dalam mencantumkan status hubungan dibandingkan dengan foto yang ditampilkan (Toma dkk., 2008).

Dalam penelitian lainnya, Gibbs, Ellison, & Heino (2006) menyimpulkan bahwa mayoritas partisipan *online dating* menampilkan kejujuran dalam aktivitas mereka di *online dating*. Temuan bahwa presentasi diri dalam online dating ditampilkan sesuai kondisi sebenarnya juga ditemukan dalam penelitian Ranzini & Lutz (2017). Harga diri menjadi prediktor utama untuk mendorong presentasi diri yang sesungguhnya (*true self-presentation*) pengguna Tinder (Ranzini & Lutz, 2017). Dalam penelitian tersebut juga ditemukan bahwa tampilan presentasi diri yang sebenarnya juga dipengaruhi oleh motif penggunaan Tinder. Misalnya, perempuan lebih cenderung menggunakan Tinder untuk hubungan pertemanan dan validasi diri, sedangkan laki-laki menggunakan Tinder untuk *hooking up* (kebutuhan seks) dan mencari relasi romantis (Ranzini & Lutz, 2017).

Di tahun 2017, Ward melakukan penelitian yang lebih menekankan pada keterkaitan motivasi dan pembentukan manajemen impresi pada pengguna Tinder. Penelitian yang dilakukan dengan pendekatan *grounded-theory* dengan wawancara mendalam ini menyimpulkan bahwa motivasi penggunaan Tinder berubah seiring berjalannya waktu. Selain itu, foto profil dipilih oleh pengguna untuk menampilkan diri

yang ideal dan otentik yang tidak hanya ditujukan untuk ketertarikan tetapi juga menunjukkan tingkat pendidikan mereka (Ward, 2017). Namun terkait dengan perbedaan tujuan penggunaan antara laki-laki dan perempuan yang sebelumnya disampaikan pada penelitian Ranzini & Lutz (2017) belum terlihat apakah ada perbedaan presentasi diri dan strategi yang ditampilkan dalam Tinder. Selain itu, profil Tinder versi terkini tidak hanya menampilkan foto tetapi juga deskripsi diri yang dapat dicitrakan oleh pengguna.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti menduga bahwa strategi presentasi diri pengguna Tinder tidak hanya melalui foto profil, tetapi juga melibatkan teks yang ditampilkan. Leary & Kowalski (1990) juga menekankan bahwa seseorang perlu memiliki motivasi mengapa mereka harus menampilkan suatu presentasi diri dalam suatu konteks tertentu, sehingga dalam penggunaan Tinder, motivasi dapat terlihat tidak hanya dari tujuan mengakses Tinder tetapi juga dari pertimbangan pengguna untuk memilih konten profil yang akan ditampilkan.

Impresi daring juga sangat diatur oleh partisipan untuk meningkatkan citra diri dengan memilih informasi yang layak untuk ditampilkan dengan sangat hati-hati (Chambers, 2013). Terlepas dari banyaknya pengguna yang menggunakan *online dating* untuk tujuan positif, namun Simmons & Lee (2020) menemukan bahwa adanya individu yang menjadi korban penipuan akibat pemalsuan identitas oleh pengguna lain di dalam *online dating*. Oleh karena itu, penting untuk memperdalam pemahaman tentang hal-hal yang ditampilkan oleh pengguna Tinder sebagai bagian dari strategi untuk membentuk presentasi diri mereka, serta proses pertimbangan yang dilakukan untuk mencapai tujuan penggunaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam proses interaksi romantis secara daring, yang sepengetahuan penulis belum banyak dikaji melalui perspektif psikologi.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplorasi yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Kuesioner dengan pertanyaan terbuka bertujuan untuk mendapat informasi tentang hal-hal yang dipilih dan dianggap penting oleh partisipan untuk ditampilkan pada halaman profil *online dating*. Pada tahap kedua, peneliti berfokus pada strategi yang mendasari pemilihan elemen-elemen tersebut.

Target partisipan penelitian ini adalah para pengguna Tinder. Pengambilan partisipan dilakukan secara *convenient* melalui jejaring yang dimiliki peneliti dengan variasi maksimum yang bertujuan untuk menampilkan banyaknya variasi sesuai dengan tujuan penelitian untuk menemukan dan menjelaskan tema-tema penting yang mungkin muncul (Poerwandari, 2009). Dalam penelitian ini tidak ditetapkan batasan-batasan lain seperti usia atau jenis kelamin untuk menyeleksi sumber data karena yang terpenting adalah individu merupakan pengguna Tinder, berdomisili di Indonesia serta bersedia untuk menjadi partisipan penelitian sebagai kriteria inklusi. Hal ini dilakukan karena peneliti ingin melihat presentasi diri pengguna Tinder secara umum yang tampak sejak awal penggunaan Tinder.

Pengambilan data dilakukan secara *online* untuk mengetahui motif penggunaan Tinder, persepsi tentang pengguna Tinder, elemen yang dimunculkan pada tampilan profil, dan alasan pemilihan tampilan tersebut. Terdapat tiga pertanyaan terbuka yang bertujuan untuk mengetahui alasan atau pertimbangan dalam pengisian profil, hal apa yang dilihat dari profil orang lain, dan persepsi yang dimiliki terhadap pengguna lain. Terkumpul sejumlah 383 responden (laki-laki 136, perempuan 247 orang). Rata-rata usia partisipan adalah 24 tahun ($SD=3,46$), dengan rentang usia dari 17 hingga 35 tahun. Lokasi tempat tinggal partisipan beragam, meliputi Pulau Sumatera (3%), Kalimantan

(2%), Sulawesi (1%) dan Bali (1%), namun 93% partisipan berada di provinsi di Pulau Jawa, dengan persentase terbanyak berada di area Jabodetabek (43%).

Dalam proses analisis, pertama-tama respon kuesioner dicek terlebih dahulu untuk menghilangkan eror seperti jawaban yang kurang relevan pada *bogus item* dan pengisian yang tidak lengkap. Data kemudian diinput ke dalam perangkat lunak MAXQDA (versi 2020) untuk proses koding. Berdasarkan Fielding, dkk. (2012), tematik koding untuk data dari pertanyaan terbuka dilakukan dengan pendekatan iteratif. Data dianalisis berdasarkan pertanyaan dengan menggunakan *words cloud* untuk mencari kata-kata terbanyak. Dalam mengkaji kata-kata terbanyak pada *words cloud*, peneliti mengeluarkan sejumlah kata yang tidak relevan seperti kata sambung (dan, dengan, di, dan sebagainya). Setelah peneliti melihat kemiripan di antara kata-kata yang muncul, maka frekuensi kata tersebut dikelompokkan dan memberikan koding otomatis untuk respon kuesioner yang sesuai. Pada tahap terakhir, analisis dilakukan untuk mengelompokkan kode menjadi tema-tema dan melihat keterkaitan tema yang muncul dengan pertanyaan lainnya pada kuesioner.

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini terbagi ke dalam dua bagian. Bagian pertama fokus memaparkan karakteristik partisipan penelitian. Bagian kedua berisi deskripsi isi profil pengguna serta alasan pemilihan elemen profil.

Tabel 1. Status hubungan pengguna Tinder berdasarkan jenis kelamin dan rentang usia

Status Hubungan	Jenis Kelamin		Rentang Usia		
	L	P	17-23	23-28	29-35
Single (tidak sedang berpacaran/menikah)	88	137	91	113	21
Sedang berpacaran	42	93	50	69	16
Menikah	6	17	0	14	9
Total	136	247	141	196	46

Tabel di atas menunjukkan status hubungan yang sedang dijalani oleh pengguna Tinder. Sebanyak 59% pengguna berstatus *single* atau dengan kata lain tidak sedang

menjalani hubungan pacaran maupun pernikahan. Selain itu, dari 383 pengguna tersebut 35% pengguna sedang menjalani hubungan pacaran dan 6% sudah menikah. Mayoritas pengguna berada di rentang usia 23-28 tahun (51%), usia yang lebih muda sebanyak 37% dan usia lebih tua hanya sebanyak 12% pengguna.

Deskripsi Profil

Pada profil Tinder, terdapat 10 elemen yang dapat dipilih untuk ditampilkan oleh penggunanya. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa elemen terbanyak yang diisi oleh para pengguna adalah foto profil, nama, gender, dan biodata singkat (*about me*). Mayoritas pengguna Tinder menampilkan foto dalam profil mereka. Meskipun demikian, terdapat beberapa pengguna yang tidak menampilkan foto diri mereka sendiri maupun yang memilih untuk tidak menyematkan foto.

Tabel 2. Gambaran Elemen profil Tinder

Elemen profil	Laki-laki (n=136)	Perempuan (n=247)	Total
Foto	133	235	368 (96%)
Nama	128	232	360 (94%)
Gender	118	204	322 (84%)
<i>About Me</i>	97	180	277 (72%)
<i>Spotify anthem</i>	69	120	189 (49%)
Nama sekolah / universitas	67	89	156 (41%)
Tempat tinggal	58	60	118 (31%)
Jabatan pekerjaan	44	33	77 (20%)
Tautan akun Instagram	36	40	76 (20%)
Nama perusahaan / tempat bekerja	22	11	33 (9%)

Rata-rata foto profil yang ditampilkan sebanyak empat hingga lima foto, dari maksimum pemasangan foto sebanyak enam buah. Dalam penelitian ini juga terdapat 21 orang (5%) yang tidak memasang foto pada profil Tinder mereka. Deskripsi foto profil para pengguna beragam, namun sebagian besar memilih foto *selfie* dan menunjukkan wajah ataupun badan. Disamping itu, ada juga foto profil yang menekankan pada adanya latar tertentu yang menunjukkan kehidupan pengguna seperti kegiatan sehari-hari, lokasi spesifik, dan hobi. Namun terdapat juga pengguna Tinder yang tidak

menampilkan fotonya sendiri dan memilih gambar lucu (*meme*) untuk menggantikan foto dirinya.

Tabel 3. Contoh Kata-kata Yang Sering Muncul Dalam Mendeskripsikan Foto Profil

Personal	Lainnya
<i>Selfie</i> (143)	Latar (33)
Wajah (89)	<i>Traveling</i> (29)
Badan (81)	Tempat (16)
Senyum (29)	Meme (14)
Jelas (21)	Hobi (12)
Bagus (19)	

Selain foto, dari Tabel 1. terlihat para partisipan menyematkan nama dan gender sebagai identitas agar pengguna lain dapat mengenali mereka. Pengguna Tinder juga dapat menuliskan secara singkat gambaran diri mereka dalam bagian *About Me*. Data penelitian menunjukkan sejumlah bahwa sejumlah 72% pengguna mengisi bagian ini. Pengguna dibebaskan untuk mengisi bagian *About Me*, sehingga terdapat variasi yang sangat beragam. Peneliti kemudian mencari tema yang paling sering muncul terkait isi dari deskripsi diri pada profil mereka. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 4. Tema Isi Bagian *About Me*

Tema	Contoh Jawaban Partisipan
Hobi	<i>"Bidang hobi", "Hobbies", "Hobi".</i>
Kesukaan	<i>"Not a drinker/smoker", "Interest", "Musik kesukaan", "TV serie kesukaan"</i>
Kutipan (<i>quotes</i>)	<i>"Quotes", "Motto",</i>
Kepribadian	<i>"Karakter kepribadian", "Personality", "MBTI", "ENFJ"</i>
Lelucon (<i>jokes</i>)	<i>"Tengo hambre (saya lapar)", "Apa bener, gurame kalau sedang lonely jadi gusepi?"</i>
Motif penggunaan	<i>"Not into sexual thingy", "Ingin mencari teman saja"</i>

Terdapat enam tema besar yang menggambarkan isi dari *About me* pengguna Tinder. Umumnya pengguna Tinder menyampaikan hal-hal yang dapat mendeskripsikan diri mereka seperti menyebutkan hobi, hal kesukaan, kutipan kata-kata favorit, gambaran kepribadian, serta kalimat lelucon. Selain itu, terdapat pula pengguna Tinder yang menyampaikan motif penggunaan mereka agar pengguna lain dapat mengetahui tujuan keberadaan mereka di Tinder.

Alasan pemilihan elemen profil

Hampir sebagian besar pengguna Tinder memasang foto yang merupakan fokus utama dalam profil Tinder. Bagi 62% pengguna Tinder, foto dianggap sebagai hal yang penting dalam *online dating*. Sekitar 94,52% pengguna Tinder memasang foto diri dan hanya 5,48% yang tidak memasang foto profil, atau dengan kata lain membiarkan bagian foto kosong. Alasan personal dan relasional menjadi pertimbangan penting bagi pengguna Tinder untuk menampilkan foto. Bagi sebagian besar pengguna laki-laki (49%), foto dianggap sebagai daya tarik utama agar dipilih oleh pengguna lainnya. Sedangkan bagi pengguna perempuan, foto lebih dianggap sebagai suatu identitas dibandingkan hanya sekadar menarik *match* (55%).

Meskipun penting bagi pengguna untuk menampilkan diri yang sesungguhnya, mereka tetap memikirkan beberapa hal yang perlu ditampilkan dan tidak dalam profil mereka, misalnya pekerjaan karena dinilai akan mengganggu peran profesionalnya.

Tabel 4. Pertimbangan dalam pemilihan foto profil pengguna Tinder

Aspek	Laki-laki	Perempuan	Total
Tampilan diri	88	156	244 (64%)
Penilaian personal terhadap foto	87	147	234 (61%)
Persepsi fisik	66	141	207 (54%)
Actual-self	45	81	126 (33%)
Menjadi diri sendiri	19	11	30 (8%)
Mewakili	27	74	101 (26%)
Keharusan dari Tinder	1	4	5 (1%)

Bagi pengguna yang tidak menampilkan foto, mereka juga memiliki pertimbangan personal dan relasional. Pertimbangan personal meliputi alasan ketidakpercayaan diri atau rasa malu serta pertimbangan kerahasiaan identitas mereka. Kondisi bahwa penggunaan *online dating* masih dianggap negatif membuat beberapa pengguna mencoba untuk menyembunyikan identitas mereka. Selain motif personal, motif relasional juga melatarbelakangi alasan pengguna tidak menampilkan foto. Umumnya

mereka ingin melihat respon pengguna lain terhadap profil-profil yang tidak menampilkan foto.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa foto profil dapat menjadi identitas diri para pengguna Tinder yang dapat menjadi faktor penentu untuk mendapatkan *match*. Meskipun demikian, bukan berarti pengguna yang tidak memasang foto tidak akan mendapatkan *match*. Pilihan untuk pemasangan foto dapat memberikan kesan terbuka dan mudah bergaul bagi pemilik profil tersebut. Selain itu, kejujuran juga menjadi salah satu kesan yang dapat terbangun dari pemasangan foto asli dan sesuai dengan kenyataan. Bagi pengguna yang tidak memasang foto profil, dapat menimbulkan kesan misterius dan cenderung dianggap tidak serius oleh pengguna Tinder lainnya.

Terlepas dari motivasi utama dalam menggunakan Tinder, partisipan memiliki pertimbangan tertentu dalam memilih foto mana yang akan mereka pasang. Secara umum, tampilan diri menjadi pertimbangan utama untuk menampilkan foto. Pandangan bahwa foto tersebut bagus secara keseluruhan menjadi hal penting dalam memilih foto profil. Hal ini juga tidak lepas dari pandangan mereka akan persepsi fisik mereka seperti terlihat ganteng ataupun cantik.

Selain penilaian personal terhadap kualitas foto yang ada, pengguna Tinder juga mempertimbangkan apakah foto tersebut dirasa mewakili diri mereka yang sesungguhnya atau tidak. Dengan menampilkan foto yang sesuai dengan diri mereka yang sebenarnya, pengguna berasumsi bahwa pengguna lainnya akan melihat gambaran diri mereka yang asli melalui foto yang dipasang.

Pemilihan foto dilakukan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang melibatkan konten dari foto itu sendiri. Suasana atau latar foto menjadi salah satu hal yang dapat memberikan impresi tertentu terhadap diri pengguna, sehingga dapat disimpulkan bahwa foto yang terpasang di profil Tinder sudah disusun sedemikian rupa

agar menimbulkan kesan-kesan tertentu dari pengguna lain yang melihat profil tersebut di aplikasi mereka. Contoh lainnya adalah pemasangan objek acak atau foto-foto selain foto diri mereka sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna tersebut ingin memberikan kesan misterius dan berusaha menarik perhatian dengan menampilkan hal-hal dianggap mencerminkan dirinya tanpa perlu menampilkan foto diri.

Apabila dibandingkan dengan foto profil, terdapat lebih sedikit pengguna Tinder yang mencantumkan deskripsi mengenai diri mereka. Isi dari bagian “Tentang Saya” (*About me*) pada profil Tinder didominasi oleh deskripsi diri, seperti usia, ketertarikan, hobi, hingga ciri-ciri fisik. Selain deskripsi diri yang dituliskan secara eksplisit, 34% pengguna Tinder menuliskan kalimat atau frasa tertentu yang dianggap mewakili diri mereka. Umumnya hal-hal yang disampaikan tersebut mengandung unsur humoris dan dianggap unik sehingga dapat menjadi tambahan nilai dalam menarik perhatian pengguna lainnya. Kalimat-kalimat ini disusun untuk menampilkan diri mereka secara implisit, atau melalui hal-hal yang disukai seperti hobi atau aktivitas kesukaan.

Beberapa pengguna juga menuliskan tujuan penggunaan Tinder pada bagian deskripsi diri. Hal ini bertujuan untuk menghindari mispersepsi dan untuk menyeleksi pengguna lain yang tidak memiliki tujuan penggunaan yang sama. Pengguna Tinder menuliskan deskripsi-deskripsi tersebut dengan berbagai motif. Pada penelitian ini, terdapat dua motif yang muncul yaitu motif relasional dan motif personal. Motif relasional merupakan pertimbangan pengguna yang berkaitan dengan interaksi yang diharapkan dengan orang lain, sedangkan motif personal adalah motif yang berasal dari internal individu sendiri.

Berbeda dengan foto profil, deskripsi diri umumnya ditampilkan karena motif relasional yang lebih tinggi dibandingkan motif personal. Motif relasional yang muncul dari hasil penelitian ini adalah topik percakapan, mendapatkan *match* dan sebagai *first impression*. Hal-hal yang ditampilkan dalam deskripsi diri banyak dimaksudkan sebagai

pilihan topik pembicaraan setelah kecocokan terjadi. Sebanyak 122 partisipan (32%) menyatakan bahwa bagian deskripsi diri dapat menjadi petunjuk bagi *match* mereka untuk membahas hal-hal tersebut apabila melanjutkan percakapan melalui pesan singkat di Tinder. Banyak juga pengguna yang hanya memaparkan maksud untuk mendapatkan *match* dengan ketertarikan yang sama, entah akan berlanjut ke percakapan maupun tidak.

Tabel 5. Motif pengisian bagian “Tentang Saya (About me)” pada profil Tinder

Motif	Laki-laki	Perempuan	Total
Mengisi	103	181	284 (74%)
<u>Relasional</u>	69	138	207 (54%)
Topik percakapan	41	82	122 (32%)
Mendapatkan <i>match</i>	24	56	79 (21%)
<i>First impression</i>	4	0	4 (1%)
<u>Personal</u>	42	52	94 (25%)
Identitas	33	34	66 (17%)
Menjelaskan tujuan personal	11	18	29 (8%)
Tidak mengisi	33	66	99 (26%)
<u>Personal</u>	17	59	76 (20%)
Tidak penting	16	40	60 (16%)
Sulit mendeskripsikan diri	7	18	25 (7%)
Kerahasiaan	7	8	14 (4%)
<u>Relasional</u>	2	7	9 (2%)

Deskripsi diri sebagai *first impression* dimaksudkan untuk membangun kesan atau impresi tertentu pemilik profil tersebut. Untuk motif personal, pengguna lebih mengarah kepada informasi identitas dan tujuan yang dimiliki dalam menggunakan Tinder. Meskipun demikian, terdapat 25,85% pengguna yang tidak menuliskan informasi apapun pada bagian deskripsi diri. Berlawanan dari pengguna yang mengisi deskripsi, motif personal menjadi alasan utama mengapa seseorang mengosongkan bagian deskripsi diri. Mereka memiliki pandangan bahwa deskripsi diri bukan merupakan hal yang penting pada profil Tinder. Beberapa pengguna juga merasa sulit untuk mendeskripsikan diri mereka dan lebih memilih untuk merahasiakan identitas yang lebih banyak.

Jika ada pengguna yang beranggapan bahwa isi deskripsi dapat menjadi kunci topik pembicaraan, maka di sisi lain ada pula pengguna yang memilih untuk menyembunyikan hal-hal personal mereka. Hal ini bertujuan agar mereka nantinya dapat memiliki percakapan yang lebih beragam dengan *match* dan menimbulkan rasa ingin tahu.

Dalam merepresentasikan diri mereka pada profil, pengguna Tinder memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu agar tujuan mereka tercapai. Kondisi diri yang aktual menjadi hal yang penting untuk ditampilkan pada profil mereka, untuk menghindari misrepresentasi dari pengguna lain. Sebanyak 86% pengguna Tinder pernah melakukan pertemuan tatap muka. Kemungkinan akan pertemuan secara *offline* juga mendorong pengguna untuk menampilkan diri secara jujur.

Proses mereka untuk melakukan *swiping* di Tinder tidak lepas dari cara mereka dalam memberikan impresi yang terlihat pada profil orang lain. Impresi yang terbentuk dari profil orang lain umumnya memperlihatkan kesamaan dengan impresi yang mereka berikan dalam profil Tinder, begitu juga sebaliknya.

Tabel 6. Elemen Yang Dilihat Dari Profil Orang Lain

Elemen profil	Laki-laki (n=136)	Perempuan (n=247)	Total
Foto	115	212	327 (85%)
About me	84	159	243 (63%)
Pekerjaan/universitas	14	46	60 (16%)
Selera musik (<i>Spotify anthem</i>)	15	28	43 (11%)
Tautan Instagram	2	4	6 (2%)
Nama	1	8	9 (2%)
Gender	1	1	2 (1%)

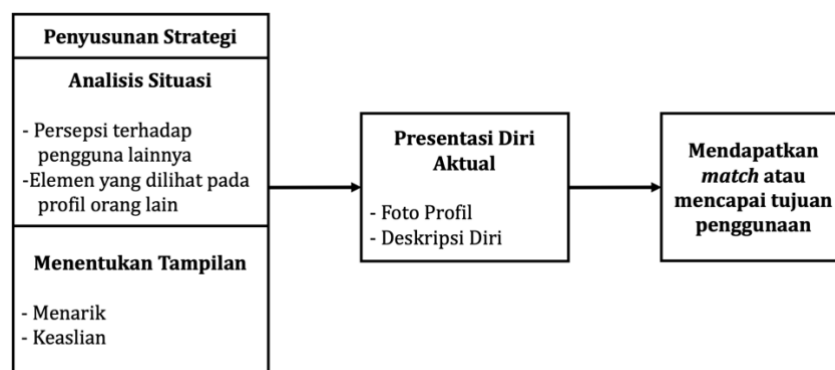
Tak kalah penting juga, kesan bahwa Tinder adalah komunitas yang informal juga berpengaruh terhadap bagaimana presentasi diri disajikan. Kesimpulan ini diperoleh dari banyaknya kata-kata yang muncul dalam mempersepsikan pengguna lainnya. Sebagian besar pengguna menyimpulkan bahwa pengguna lain adalah orang yang sedang membangun pertemanan dan mencari jodoh atau pasangan. Selain tentang

tujuan atau motif penggunaannya, persepsi bahwa ada rasa kesepian, situasi sedang luang, dan iseng juga mewarnai penilaian terhadap pengguna lain.

Tabel 7. Contoh Kata-kata Yang Sering Muncul Terkait Persepsi Pengguna Lainnya

Motif	Kondisi
Teman (53)	Kesepian (37)
Pasangan (50)	Gabut (29)
Jodoh (36)	Iseng (23)
Sex (9)	Bosan (16)
	Terbuka (15)
	Waktu (15)
	Butuh (14)
	Sibuk (11)

Untuk menggambarkan temuan yang telah disampaikan sebelumnya, maka proses pembentukan presentasi diri pengguna Tinder dapat dijabarkan dalam bagan berikut:



Gambar 2. Proses pembentukan presentasi diri dalam *online dating*

Diskusi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa presentasi diri yang ditampilkan dalam profil *online dating* disusun berdasarkan *self* yang sebenarnya (*actual self*) dengan mempertimbangkan tujuan untuk mendapatkan *match* yang diinginkan. Dalam penggunaan Tinder, profil individu tersusun melalui konsep “aku” yang tampak pada pilihan foto, teks, dan format lain yang dipilih untuk mencari kehadiran pihak lain dan mengantisipasi respon maupun reaksi mereka (Chambers, 2013; Robinson, 2007). Jika dalam interaksi luring individu dapat menggunakan stimulus verbal dan visual dalam

presentasi diri, maka dengan keterbatasan pengaturan dalam media daring, individu hanya dapat mempresentasikan dirinya secara visual dan bergantung pada teks. Penelitian ini ingin melihat presentasi diri pengguna Tinder berdasarkan perspektif yang dikemukakan Goffman (1956) dan Leary & Kowalski (1990). Aspek *performance* dalam teori Goffman (1956) mengarah pada bentuk presentasi diri yang terlihat dalam relasi antar manusia. Pada konteks *online dating*, *actual-self* menjadi poin penting dalam presentasi diri pengguna Tinder. Hasil dari penelitian terdahulu mengemukakan bahwa pengguna *online dating* diasumsikan sebagai individu yang akan membuat versi dari *self* yang menggambarkan diri mereka sesuai pandangan atau kreasi akan *self* yang ideal (Ranzini & Lutz, 2017).

Namun pada penelitian ini, konsep *ideal-self* disusun untuk mendapatkan pasangan, dengan memilih foto-foto yang dianggap menarik namun tetap mempertimbangkan porsi *actual-self* mereka. Hal ini disebabkan karena adanya pertimbangan kejujuran yang dirasa perlu oleh pemilik profil, terlebih oleh pengguna yang pernah tertipu atau salah mempersepsikan profil orang lain. Foto profil dianggap dapat memberikan gambaran mengenai keseriusan hingga status sosial pemilik profil tersebut. Foto-foto yang tidak jelas atau memiliki kualitas gambar yang buruk akan memberikan kesan bahwa pemilik akun tidak serius. Sehingga dalam hal ini, bentuk presentasi diri yang ada dalam profil Tinder mungkin dipengaruhi oleh pengalaman mereka dalam menggunakan Tinder itu sendiri.

Pengalaman negatif dalam menggunakan *online dating* juga menjadi pertimbangan pengguna untuk menampilkan *actual-self*. Sehingga dalam arena *online dating*, kesan keterbukaan dan kejujuran menjadi salah satu daya tarik bagi pengguna untuk mencapai tujuan mereka. Seperti aspek *manner* yang dikemukakan Goffman (1956), pada *online dating* pengguna akan memunculkan kesan-kesan tertentu melalui tanda non-verbal yang muncul dalam profil mereka, seperti kesan terbuka maupun misterius sesuai

dengan motivasi penggunaannya. Selain itu, kondisi yang tidak menentu mengenai kondisi dalam aplikasi Tinder sebagai media *online* dan keberadaan orang asing dalam *platform* tersebut memungkinkan penggunaanya untuk mengekspresikan diri secara lebih jujur dan terbuka (Ellison dkk., 2006). Hardey (2002) menambahkan bahwa keaslian merupakan kunci kesuksesan komunikasi pada dua orang yang tidak saling mengenal dan sama-sama ingin membangun hubungan yang jujur.

Prioritas dalam motivasi penggunaan Tinder pada laki-laki dan perempuan memiliki sedikit perbedaan. Laki-laki pada umumnya lebih memprioritaskan penggunaan Tinder untuk hubungan romantis, sedangkan perempuan lebih mengutamakan hubungan pertemanan. Hal ini kurang lebih serupa dengan hasil penelitian Ranzini & Lutz (2017) yang secara lebih detail menjelaskan bahwa laki-laki menggunakan Tinder untuk mencari hubungan serius, *hooking-up* (pemuhan seksual) dan *traveling*, sedangkan perempuan mencari relasi pertemanan dan validasi diri. Namun yang menarik, dari proses wawancara juga ditemukan bahwa laki-laki menggunakan Tinder juga dengan tujuan memvalidasi diri dan melihat sosok atau tipe perempuan seperti apa yang menyukai mereka.

Apabila dilihat dalam konteks masyarakat Indonesia, usia rata-rata pengguna Tinder yang berkisar di usia 24 tahun cenderung memiliki tekanan sosial untuk menjalin hubungan romantis yang mengarah pada pernikahan. Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) di tahun 2016 (dalam Brief Notes Lembaga Demografi FEB UI November 2017) menyatakan bahwa tren usia kawin pertama di Indonesia berkisar di usia 23 tahun untuk perempuan dan 27 tahun untuk laki-laki. Ada kemungkinan bahwa kejujuran yang ditampilkan dalam presentasi diri di Tinder terjadi karena adanya tekanan sosial untuk segera menikah dan seperti yang disimpulkan dalam penelitian Hardey (2002), hal ini dapat mengarah kepada kesuksesan untuk membangun hubungan yang jujur. Individu pada masa dewasa muda juga semakin mencari kepuasan

fisik dan psikososial (seperti keintiman dan komitmen) dalam hubungan mereka (Sumter dkk., 2013).

Asumsi bahwa proses pengenalan *online* akan berujung pada pertemuan secara langsung juga membuat pengguna Tinder lebih memilih untuk menonjolkan *actual-self* dalam profil mereka. Meskipun terbalut oleh berbagai motivasi lain seperti menjalin relasi dan mengisi waktu luang, namun hampir sebagian besar pengguna Tinder mengarah pada hubungan intim atau romantis di kemudian hari. Seperti yang diutarakan (Ellison dkk., 2006), pemilik akun yang menggunakan Tinder untuk tujuan hubungan romantis akan lebih termotivasi untuk menampilkan diri se-autentik mungkin.

Dalam konteks Tinder, maka keberadaan pengguna lain akan menjadi penonton imajiner sebagai publik yang dituju dalam penyampaian presentasi diri tersebut (Chambers, 2013). Pengguna Tinder perlu memahami terlebih dahulu siapa saja yang akan menjadi publik mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat Attrill (2015b) bahwa pengguna tidak hanya perlu mengadaptasi presentasi diri mereka sesuai dengan situasi tertentu dalam ranah *online*, tetapi mereka juga perlu mempertimbangkan siapa saja yang akan melihat tampilan mereka dan bagaimana mereka akan menunjukkannya. Namun kesulitannya, Tinder memberlakukan algoritma tertentu yang memastikan bahwa publik yang akan mereka temui hanya berdasarkan informasi singkat seperti usia, lokasi, dan gender. Dapat dikatakan bahwa interaksi awal yang dilakukan hanya bersifat satu arah, yaitu pengguna merespon apakah mereka menyukai profil lain yang muncul di akun mereka, begitu juga sebaliknya. Namun para pengguna menyadari bahwa terdapat berbagai macam individu yang menggunakan Tinder, sehingga mereka akan menampilkan presentasi diri yang *actual* untuk terlebih dahulu menunjukkan identitas dan keaslian mereka yang disertai dengan pemilihan identitas yang akan ditampilkan.

Dalam penggunaan Tinder, profil individu tersusun melalui konsep “aku” yang tampak pada pilihan foto, teks, dan format lain yang dipilih untuk mencari kehadiran pihak lain dan mengantisipasi respon maupun reaksi mereka (Chambers, 2013; Robinson, 2007). Pada profil Tinder, foto akan menjadi fokus utama yang tidak dapat dihindari oleh pengguna. Hal ini disebabkan karena porsi foto yang lebih besar dalam satu tampilan layar profil. Meskipun demikian, ada beberapa pengguna yang memilih untuk tidak menampilkan foto profil dengan alasan personal namun umumnya mereka dianggap tidak lazim oleh pengguna lain karena memang fokus dari Tinder adalah foto. Penelitian (Fiore dkk., 2008) juga menyatakan bahwa foto merupakan prediktor utama yang signifikan terhadap ketertarikan seseorang dalam *online dating*.

Secara umum, foto juga dianggap dapat memberikan impresi tertentu secara implisit bagi pemilik akun, misalnya dari gaya gaya, kualitas gambar maupun latar belakang foto diambil. Hal ini sedikit berbeda dari penelitian Ward (2017) yang menggambarkan bahwa foto dapat mengungkapkan hal-hal yang lebih jelas seperti ras dan usia. Pada penelitian ini, ditemukan bahwa pengguna juga mempertimbangkan konteks situasi pada foto yang ditampilkan. Pengguna Tinder memilih foto yang dianggap dapat mewakili diri mereka, seperti foto yang menunjukkan aktivitas dan hobi tertentu.

Di sisi lain, komponen berbasis teks juga dapat menjadi relevan untuk membentuk impresi karena tidak hanya mengandung isyarat makna yang dibuat secara sengaja, tetapi juga hal yang bersifat implisit yang tidak sengaja ditampilkan seseorang (Ellison dkk., 2006). Dalam kaitannya dengan aspek *appearance* dalam teori Goffman (1956), maka foto dan deskripsi diri dapat memperlihatkan hal-hal implisit dari seseorang seperti status sosialnya. Pengguna Tinder melakukan pertimbangan dalam memilih foto dan deskripsi diri yang ditampilkan untuk memperkuat kesan yang ingin mereka tampilkan berdasarkan kondisi yang sebenarnya. Pada penelitian ini, pengguna Tinder memiliki tujuan yang berbeda dalam menampilkan foto dan deskripsi diri berbentuk

teks. Foto ditampilkan dengan tujuan identitas dan deskripsi diri ditujukan untuk membangun relasi. Meskipun demikian, kedua hal tersebut dapat saling memperkuat pembentukan impresi pengguna lain yang melihat profil mereka.

Penelitian ini memberikan hasil bahwa *actual-self* merupakan hal yang menonjol pada profil Tinder. *Actual-self* yang ditampilkan secara selektif tidak hanya untuk menjaga kerahasiaan pengguna, tetapi juga digunakan untuk memfilter pengguna lain. Hal ini digunakan untuk menghindari penolakan dari orang lain melalui penggunaan tampilan diri yang netral dan sederhana (Arkin & Baumgardner, 1986), namun tetap menunjukkan *actual-self* mereka. Meskipun demikian, pengguna Tinder juga tetap memperhitungkan aspek situasi, yaitu iklim interaksi dalam aplikasi tersebut. Pada dasarnya, tidak terlalu tampak perbedaan bentuk presentasi diri pengguna Tinder jika ditinjau dari motif penggunaan mereka. Secara umum, pengguna Tinder memiliki bentuk presentasi diri yang sama meskipun terdapat motif yang berbeda. Kondisi *setting* atau panggung dalam teori Goffman (1956) yang muncul dalam situasi virtual, yaitu Tinder sebagai forum *online dating* yang di dalamnya terdapat pengaturan-pengaturan yang sudah ditetapkan atau terberi oleh pihak aplikasi.

Tinder dianggap sebagai arena yang bersifat santai, tidak kaku dan informal. Sehingga pengguna mengharapkan bahwa hubungan yang serius dapat diawali dari sesuatu yang bersifat santai dan menyenangkan. Hal ini tentu berpengaruh juga terhadap tanda implisit yang pada akhirnya tertuang dalam presentasi diri mereka. Selain itu, presentasi diri yang mereka tampilkan juga berguna untuk menyaring pengguna lain yang akan mereka sukai. Selain didorong oleh ketertarikan visual, kesamaan yang dirasakan juga menjadi pertimbangan untuk menyukai seseorang (Ward, 2017). Pada penelitian ini juga tidak terlihat adanya perbedaan yang menonjol antara tampilan presentasi diri pengguna Tinder dengan motivasi penggunaan mereka yang berbeda-beda. Meskipun ada perubahan motivasi penggunaan yang terjadi selama

proses pemakaian Tinder. Namun, perubahan ini tidak menyebabkan presentasi diri mereka berubah sehingga tampilan profil diri pengguna Tinder akan cenderung menetap sejak awal penggunaan.

Kesimpulan

Penelitian ini memperlihatkan sejauh mana pengguna Tinder menampilkan presentasi diri dalam profil mereka dan seperti apa pertimbangan yang mereka gunakan dalam mencapai tujuan penggunaan. Presentasi diri yang aktual dapat terlihat dalam profil Tinder yang terdiri dari dua elemen, yaitu foto dan deskripsi diri. Bagi laki-laki, penggunaan Tinder mengarah pada hubungan romantis dan validasi diri. Sedangkan bagi pengguna perempuan, pemakaian Tinder bertujuan untuk menjalin hubungan pertemanan. Selain tujuan besar yang ingin dicapai melalui aktivitas Tinder secara umum, pengguna Tinder memiliki tujuan yang berbeda melalui kedua elemen profil tersebut. Foto profil lebih banyak ditujukan sebagai bentuk identitas diri pengguna dan deskripsi diri ditujukan untuk menjalin komunikasi lanjutan setelah *match* terjadi.

Terlepas dari tujuan-tujuan kecil yang tertuang dalam foto profil dan deskripsi diri, pengguna Tinder menampilkan *actual-self* yang dimunculkan secara selektif dengan mempertimbangkan iklim interaksi di dalam Tinder itu sendiri. Konsep kejujuran dan keterbukaan individu dianggap perlu untuk digambarkan dalam presentasi diri pada profil Tinder, agar terhindar dari penolakan dan memudahkan pengguna saat akan melakukan pertemuan tatap muka nantinya.

Selain itu, Tinder dianggap sebagai arena yang santai, tidak kaku dan informal. Maka tampilan presentasi diri aktual pengguna Tinder juga menyesuaikan dengan kondisi lingkungan daring tersebut. Meskipun motivasi penggunaan dapat berubah seiring berjalannya waktu pemakaian Tinder, namun presentasi diri yang tersaji dalam profil tidak mengalami perubahan dan cenderung menetap selama penggunaan Tinder.

Keterbatasan dan saran

Limitasi penelitian ini terdapat pada cakupan responden yang berada di kota besar, mengingat adanya perbedaan budaya dan latar belakang, maka hasil penelitian ini bisa berbeda jika dilakukan di kota lainnya di Indonesia. Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka untuk pengembangan selanjutnya dapat dilakukan beberapa saran. Bagi pengguna Tinder, penyajian presentasi diri dalam profil perlu dilakukan dengan sangat hati-hati. Kesan yang ingin dimunculkan perlu dipertimbangan secara matang agar tujuan penggunaan Tinder dapat tercapai, hal ini dapat dilakukan juga dengan memikirkan calon-calon potensial sesuai pengaturan yang sudah ditentukan (seperti lokasi, usia, jenis kelamin).

Daftar Pustaka

- Arkin, R. M., & Baumgardner, A. H. (1986). Arkin R.M., Baumgardner A.H. (1986) Self-Presentation and Self-Evaluation: Processes of Self-Control and Social Control. In: Baumeister R.F. (eds) Public Self and Private Self. Springer Series in Social Psychology. Springer, New York, NY.
- Attrill, A. (2015a). Cyberpsychology. Oxford University Press.
- Attrill, A. (2015b). The Manipulation of Online Self-Presentation: Create, Edit, Re-edit and Present. Palgrave Macmillan.
- Attrill, A., & Fullwood, C. (2017). Applied cyberpsychology: Practical applications of cyberpsychological theory and research.
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2007). Encyclopedia of Social Psychology (Vol. 2). Sage Publications, Inc.
- Chambers, D. (2013). Social Media and Personal Relationships: Online Intimacies and Networked Friendship. Palgrave Macmillan.
- Cornwell, B., & Lundgren, D. C. (2001). Love on the Internet: Involvement and misrepresentation in romantic relationships in cyberspace vs. realspace. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 197–211. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(00\)00040-6](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(00)00040-6)
- 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), 415–441. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>
- Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(1), 3–66. <https://doi.org/10.1177/1529100612436522>

- Fiore, A. T., Taylor, L. S., Mendelsohn, G. A., & Hearst, M. (2008). Assessing Attractiveness in Online Dating. *Proceedings of the 2008 Conference on Human Factors in Computing Systems, CHI 2008*, 2008, Florence, Italy, April 5-10, 2008. *Human Factors in Computing Systems*, Florence, Italy, April 5-10, 2008. <https://doi.org/DOI:10.1145/1357054.1357181>
- Gatter, K., & Hodkinson, K. (2016). On the differences between Tinder versus online dating agencies: Questioning a myth. An exploratory study. *Cogent Psychology*, 3(1). <https://doi.org/10.1080/23311908.2016.1162414>
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-Presentation in Online Personals: The Role of Anticipated Future Interaction, Self-Disclosure, and Perceived Success in Internet Dating. *Communication Research*, 33(2), 152–177. <https://doi.org/10.1177/0093650205285368>
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. *Psychological Bulletin*, 107 No.1, 34–37.
- Lidwina, A. (2021). Ceruk Besar Bisnis Aplikasi Kencan Online. *Katadata*. Retrieved from <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/602f62245268a/ceruk-besar-bisnis-aplikasi-kencan-online>,
- Myddleton, J. & Attrill, A. (2015). Online Relationship. In: A. Attrill, ed., *Cyberpsychology*.
- Poerwandari, E. K. (2009). Pendekatan Kualitatif untuk Perilaku Manusia. Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Ranzini, G., & Lutz, C. (2017). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 80–101. <https://doi.org/10.1177/2050157916664559>
- Robinson, L. (2007). The cyberself: The self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. *New Media & Society*, 9(1), 93–110. <https://doi.org/10.1177/1461444807072216>
- Rozika, L. A., & Ramdhani, N. (2016). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan Online Self-Presentation pada Pengguna Instagram. *Gajah Mada Journal of Psychology*, 2 No.3, 172–183.
- Sumter, S. R., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). Perceptions of love across the lifespan: Differences in passion, intimacy, and commitment. *International Journal of Behavioral Development*, 37(5), 417–427. <https://doi.org/10.1177/0165025413492486>
- Sumter, S., Vandenberg, L., & Ligtenberg, L. (2016). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>
- Toma, C. L. (2015). Online Dating. In C. R. Berger, M. E. Roloff, S. R. Wilson, J. P. Dillard, J. Caughlin, & D. Solomon (Eds.), *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication* (1st ed., pp. 1–5). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118540190.wbeic118>
- Toma, C. L., Hancock, J. T., & Ellison, N. B. (2008). Separating Fact From Fiction: An Examination of Deceptive Self-Presentation in Online Dating Profiles. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(8), 1023–1036. <https://doi.org/10.1177/0146167208318067>
- Ward, J. (2017). What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app. *Information, Communication & Society*, 20(11), 1644–1659. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1252412>
- Whitty, M. T., & Carr, A. (2006). *Cyberspace romance: The psychology of online relationships*. Palgrave Macmillan.

2. Bukti hasil review & permohonan revisi 1



Maria Bramanwidyantari <mariabraman@unika.ac.id>

[JPS] Permohonan Revisi

Jurnal Psikologi Sosial -JPS <jurnalpsikologisosial@ui.ac.id>

Tue, Feb 6, 2024 at 11:53 AM

To: mariabraman@unika.ac.id

Yth. Maria Bramanwidyantari

Terima kasih telah melakukan submisi naskah Anda pada **edisi special issue**. Para *reviewer* telah mencermati kembali naskah Anda yang berjudul "**Keterbukaan dan Kejujuran: Pentingnya Presentasi Diri Aktual Bagi Pengguna Aplikasi Online Dating**". Namun sebelum dipublikasikan, naskah Anda dinilai masih perlu untuk direvisi.

Adapun revisi telah kami lampirkan:

Reviewer 1: Terlampir

Reviewer 2: Terlampir

Mohon Ibu bersedia kembali untuk melakukan perbaikan atas masukan tersebut sebelum tanggal **14 Februari 2024**. Hasil revisi dapat dikirimkan melalui website OJS kami dengan menambahkan file pada *review discussion* dan melalui balasan email kami.

--

Salam,

Ketua Editor Jurnal Psikologi Sosial (JPS)

Dr. Joevarian Hudyana, M.Si.

Pengirim: Wawan

2 attachments



REVIEW TRA_rev-Keterbukaan dan Kejujuran Pentingnya Presentasi Diri Aktual Bagi Pengguna Aplikasi Online Dating full(1).doc

653K



rev-Keterbukaan dan Kejujuran Pentingnya Presentasi Diri Aktual Bagi Pengguna Aplikasi Online Dating full - sudah dibaca.doc

662K

3. Bukti kirim revisi 1 & artikel yang direvisi



Maria Bramanwidyantari <mariabraman@unika.ac.id>

[JPS] Permohonan Revisi

Maria Bramanwidyantari <mariabraman@unika.ac.id>
To: Jurnal Psikologi Sosial -JPS <jurnalpsikologisosial@ui.ac.id>

Wed, Feb 21, 2024 at 7:28 AM

Yth.
Editor Jurnal Psikologi Sosial

Terima kasih sebelumnya atas review yang konstruktif dan masukan yang sangat bermanfaat bagi artikel kami. Kami telah melakukan perbaikan berdasarkan masukan tersebut dan kami kirimkan melalui pesan ini. Kami juga mohon maaf yang sebesar-besarnya atas keterlambatan pengiriman revisi naskah tersebut.

Kami berharap naskah ini dapat tetap dipertimbangkan untuk dipublikasikan di JPS. Kami juga mohon apabila ada hal-hal lain yang perlu kami lengkapi agar naskah ini dapat menjadi lebih baik lagi dan layak diterbitkan di JPS.
Terima kasih.

Regards,

Maria Bramanwidyantari (Riri)

[Quoted text hidden]



REV1-Pentingnya Keterbukaan dan Kejujuran pada Presentasi Diri.docx
279K

Pentingnya Keterbukaan dan Kejujuran pada Presentasi Diri: Studi Eksplorasi Pengguna Aplikasi Tinder

Abstract—Humans realize the importance of having a partner. *However, the process involved in achieving this is challenging.* Online dating has become a medium to build romantic relationships that can be done easily through an application. *The recognition process between users begins with liking each other's profiles which is assisted by an algorithmic system.* So, Tinder users need to present themselves strategically. This study aims elaborate on the process of forming a self-presentation on a Tinder profile. Through a thematic analysis of the results of a questionnaire involving 383 Tinder online dating users, who were selected through convenience and snowball sampling, it was found that true self-presentation is an important point for online dating users who emphasize aspects of honesty and openness. Differences in the motivation of online dating users do not cause differences in views of self-presentation among Tinder users. Users' true selves in online dating profiles are displayed selectively taking into account the informal interaction climate on Tinder.

Keywords: self-presentation; online dating; Tinder

Abstrak—Manusia menyadari pentingnya memiliki pasangan. Namun, proses yang dilalui dalam mencapainya merupakan hal yang menantang. Kencan online merupakan media untuk membangun hubungan romantis yang dapat dilakukan dengan mudah melalui sebuah aplikasi. Proses pengenalan antar pengguna dimulai dengan saling menyukai profil masing-masing yang dibantu oleh sistem algoritmik. Jadi, penting bagi pengguna Tinder untuk menampilkan diri secara strategis. Penelitian ini bertujuan untuk melihat mengelaborasi proses pembentukan presentasi diri pada profil Tinder. Melalui analisis tematik terhadap hasil kuesioner yang melibatkan 383 pengguna kencan online Tinder yang terpilih melalui *convenience* dan *snowball* sampling, ditemukan bahwa presentasi diri yang sebenarnya merupakan poin penting bagi pengguna kencan online yang menekankan aspek kejujuran dan keterbukaan. Perbedaan motivasi pengguna kencan online tidak menyebabkan perbedaan pandangan presentasi diri di antara pengguna Tinder. Diri pengguna yang sebenarnya dalam profil kencan online ditampilkan secara selektif dengan mempertimbangkan iklim interaksi informal di Tinder.

Kata kunci: presentasi diri; online dating; Tinder

Pendahuluan

Di era modern, proses komunikasi antara dua orang atau lebih banyak menggunakan media digital. Hal ini dikenal dengan istilah *computer-mediated communication* atau CMC (Attrill, 2015a) yang dapat mengubah interaksi manusia ke arah hal-hal yang bersifat daring. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan

Commented [A1]: Judul ini mengesankan kuantitatif korelasi, dan krn aplikasinya spesifik hanya satu yaitu Tinder maka tulis saja di judul, sehingga judul bisa diubah misalnya.....Pentingnya Keterbukaan dan Kejujuran pada Presentasi Diri: Studi Eksplorasi pada Pengguna Aplikasi Tinder

Commented [A2R1]: Sudah diperbaiki.

Commented [A3]: has become

Commented [A4R3]: Sudah diperbaiki.

Commented [A5]: user need to present

Commented [A6R5]: Sudah diperbaiki.

Commented [A7]: Jiak melihat temuannya cenderung deskriptif, bisa saja diganti tujuannya to elaborate on how a user's self-presentation is shaped/formed

Commented [A8R7]: Sudah diperbaiki.

Commented [A9]: Bisa diubah sesuai perubahan abstrak in bahasa (lihat komen di abstrak bawah)

Commented [A10R9]: Sudah diperbaiki.

Commented [A11]: Hindari kata ganti orang ketiga (ia, mereka, kita dll), bisa diubah kalimatnyamenampilkan diri dengan benar di profilnya.

Commented [A12R11]: Sudah diperbaiki

Commented [A13]: Studi kualitatif deskriptif ini melibatkan 383 pengguna Tinder yang terpilih dengan cara apa? Insidental atau snowball atau apa? Pengumpulan data dengan kuesioner dg isi pertanyaan mengungkap apa? Baru analisis data.

Commented [A14R13]: Sudah diperbaiki

Commented [A15]: Hindari kata depan jadi awal kalimat, dan paragraf ini bisa dimulai dengan adanya kebutuhan manusia untuk berafiliasi, tmsk berkencan, dan kemajuan teknologi membantu memenuhi kebutuhan tsb. Sebagaimana isi paragraf kedua (lebih abik untuk mengawali pendahuluan.

Commented [A16R15]: Sudah diperbaiki.

internet dalam beberapa dekade, proses pengenalan untuk tujuan hubungan romantis juga dapat dilakukan secara daring atau lebih dikenal dengan istilah online (Attrill, 2015a; Toma, 2015; Whitty & Carr, 2006).

Commented [A17]: Cari rujukan lebih baru

Commented [A18R17]: Sudah dilengkapi.

Secara umum, manusia menyadari pentingnya untuk memiliki pasangan dan mengakui bahwa menemukan pasangan yang tepat merupakan hal yang menantang (Attrill, 2015a) sehingga mereka mencari bantuan tertentu untuk menolong mereka dalam menemukan pasangan yang diinginkan (Finkel et al., 2012; Gatter & Hodkinson, 2016). Jika pada dekade sebelumnya bantuan ini bisa diperoleh dalam bentuk biro jodoh, baik secara langsung maupun melalui surat kabar, maka di masa kini salah satu cara untuk mendapatkan kesempatan membangun relasi romantis tersebut adalah dengan menggunakan situs web atau aplikasi *online dating*.

Sejak kemunculannya di tahun 1997, Myddleton & Attrill (2015) mengemukakan bahwa *online dating* berkembang di berbagai wilayah dan kemungkinan untuk bertemu dengan pasangan secara daring meningkat seiring dengan pertumbuhan teknologi Web 2.0, yang merupakan generasi *world wide web*. Namun dengan akses yang lebih mudah dan tampilan yang lebih menarik, maka aplikasi *online dating* lebih banyak digunakan dibandingkan situs web serupa. Selain itu, aplikasi *online dating* memiliki keunikan daripada website secara umum, misalnya aplikasi dapat menerima notifikasi sehingga penggunaanya dapat lebih terkoneksi sepanjang hari dengan aplikasi tersebut (Sumter dkk., 2017).

Commented [A19]: Belum sesuai dengan APA

Commented [A20R19]: Sudah direvisi.

Saat ini, berbagai aplikasi yang beredar memiliki variasi cara keterhubungan pengguna dengan calon potensial, antara lain sistem seleksi mandiri, seleksi dengan bantuan sistem, dan gabungan dari keduanya (Toma, 2015). Tinder, sebagai salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan di Indonesia (Lidwina, 2021) menggunakan sistem seleksi gabungan. Pengguna Tinder dapat menentukan terlebih dahulu kriteria pasangan yang diinginkan, lalu setelah diatur oleh sistem, pengguna dapat menentukan sendiri

ketertarikannya pada pengguna yang muncul di halaman utama aplikasi dengan cara menggeser layar.

Myddleton & Attrill (2015) menyatakan bahwa dalam membangun relasi *online*, ditentukan oleh 3 hal yaitu; *homophily*, *physical attraction*, dan *self-disclosure*. Ketiga hal ini dapat menjadi pertimbangan saat menampilkan diri di seting daring. Misalnya, seseorang akan lebih mudah membangun relasi dengan orang lain yang memiliki kesamaan latar belakang ataupun hobi. Ketertarikan fisik juga membuat pengguna *online dating* akhirnya menampilkan foto-foto diri yang dianggap menarik. Selain kedua unsur tersebut, keterbukaan diri seseorang juga menjadi salah satu hal yang penting dalam membangun relasi daring. *Self-disclosure* secara sederhana dapat diartikan sebagai kemauan individu untuk membagikan informasi tentang dirinya kepada individu lain atau kelompok (Cozby dalam Myddleton & Attrill, 2015), sehingga dapat disimpulkan jika ketiga hal di atas diterapkan dalam presentasi diri maka ada kemungkinan berhasil dalam menjalin relasi baru.

Seseorang yang melakukan interaksi secara daring dapat mempresentasikan dirinya secara lebih leluasa, sesuai keinginan (Ellison dkk., 2006; Gibbs dkk., 2006; Rozika & Ramdhani, 2018). Meskipun demikian, pengguna online dating berada pada suatu kondisi bimbang antara mempresentasikan diri yang sesungguhnya atau menampilkan diri dengan sangat positif atau ideal (Ellison dkk., 2006). Cornwell & Lundgren (2001) dan Hong dkk., (2020) juga menambahkan bahwa ranah *online* memberikan pengguna kesempatan untuk melebih-lebihkan presentasi diri atau membangun citra diri hingga mengarah kepada penipuan yang mungkin terjadi. Hal ini disebabkan karena dalam *online dating*, terdapat keterbatasan akses untuk mengetahui tanda visual maupun verbal, melakukan observasi terhadap perilaku dan tidak adanya kesempatan untuk mengetahui pandangan dari pihak lain secara langsung (Cornwell & Lundgren, 2001). Salah satu contoh dari hal tersebut tampak dalam hasil penelitian Toma dkk. (2008), bahwa laki-laki

Commented [A21]: Mohon dicek kembali, meskipun menggunakan Mendeley atau aplikasi yang lain tidak serta merta sesuai dengan APA. Penulis harus memperhatikan dan dapat memperbaiki secara manual jika penulisannya masih salah seperti ini.

Commented [A22R21]: Sudah diperbaiki.

Commented [A23]: Jika ada bhs indonesia baku, sebaiknya digunakan bhs indonesia saj, misalnya membuka diri atau keterbukaan diri

Commented [A24R23]: Sudah diperbaiki.

Commented [A25]: Apa kegunaan paragraf ini dalam kaitannya dengan:
1.Presentasi diri daring
2.Paragraf berikutnya
Mohon (a) perjelas, (b) buat tersambung dengan gaya penulisan yang halus, dan (c) tidak perlu terlalu detail secara teoretis seperti penulisan Bab 2

Commented [A26R25]: Bagian ini menunjukkan adanya pertimbangan dalam menyusun presentasi diri sehingga dapat membangun relasi.

Commented [A27]: idem

Commented [A28R27]: Sudah dilengkapi.

Commented [A29]: Cari rujukan terbaru

Commented [A30R29]: Sudah dilengkapi.

cenderung berbohong mengenai tinggi badan sedangkan perempuan menyembunyikan berat badan. Selain itu, dalam penelitian tersebut juga ditemukan bahwa pengguna *online dating* memiliki strategi untuk menyeimbangkan kesempatan berbohong yang dapat dilakukan dalam *online dating*, contohnya lebih akurat dalam mencantumkan status hubungan dibandingkan dengan foto yang ditampilkan (Toma dkk., 2008).

Gibbs dkk. (2006) menyimpulkan bahwa mayoritas pengguna *online dating* menampilkan kejujuran dalam aktivitas mereka di *online dating*. Temuan bahwa presentasi diri dalam *online dating* ditampilkan sesuai kondisi sebenarnya juga ditemukan dalam penelitian Ranzini & Lutz (2016). Harga diri menjadi prediktor utama untuk mendorong presentasi diri yang sesungguhnya (*true self-presentation*) pengguna Tinder (Ranzini & Lutz, 2016). Dalam penelitian tersebut juga ditemukan bahwa tampilan presentasi diri yang sebenarnya juga dipengaruhi oleh motif penggunaan Tinder. Misalnya, perempuan lebih cenderung menggunakan Tinder untuk hubungan pertemanan dan validasi diri, sedangkan laki-laki menggunakan Tinder untuk *hooking up* (kebutuhan seks) dan mencari relasi romantis (Ranzini & Lutz, 2016).

Ward di tahun 2016 melakukan penelitian yang lebih menekankan pada keterkaitan motivasi dan pembentukan manajemen impresi pada pengguna Tinder. Penelitian yang dilakukan dengan pendekatan *grounded-theory* dengan wawancara mendalam ini menyimpulkan bahwa motivasi penggunaan Tinder berubah seiring berjalannya waktu. Selain itu, foto profil dipilih oleh pengguna untuk menampilkan diri yang ideal dan otentik yang tidak hanya ditujukan untuk ketertarikan tetapi juga menunjukkan tingkat pendidikan mereka (Ward, 2016). Namun terkait dengan perbedaan tujuan penggunaan antara laki-laki dan perempuan yang sebelumnya disampaikan pada penelitian Ranzini & Lutz (2016) belum terlihat apakah ada perbedaan presentasi diri dan strategi yang ditampilkan dalam Tinder. Selain itu, profil Tinder versi terkini tidak hanya menampilkan foto tetapi juga deskripsi diri yang dapat dicitrakan oleh pengguna.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti menduga bahwa strategi presentasi diri pengguna Tinder tidak hanya melalui foto profil, tetapi juga melibatkan teks yang ditampilkan. Leary & Kowalski (1990) serta Luo & Hancock (2020) juga menekankan bahwa seseorang perlu memiliki motivasi mengapa mereka harus menampilkan suatu presentasi diri dalam suatu konteks tertentu, sehingga dalam penggunaan Tinder, motivasi dapat terlihat tidak hanya dari tujuan mengakses Tinder tetapi juga dari pertimbangan pengguna untuk memilih konten profil yang akan ditampilkan.

Impresi daring juga sangat diatur oleh partisipan untuk meningkatkan citra diri dengan memilih informasi yang layak untuk ditampilkan dengan sangat hati-hati (Chambers, 2013). Terlepas dari banyaknya pengguna yang menggunakan *online dating* untuk tujuan positif, namun Simmons & Lee (2020) menemukan bahwa adanya individu yang menjadi korban penipuan akibat pemalsuan identitas oleh pengguna lain di dalam *online dating*. Oleh karena itu, penting untuk memperdalam pemahaman tentang hal-hal yang ditampilkan oleh pengguna Tinder sebagai bagian dari strategi untuk membentuk presentasi diri mereka, serta proses pertimbangan yang dilakukan untuk mencapai tujuan penggunaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam proses interaksi romantis secara daring, yang sepengetahuan penulis belum banyak dikaji melalui perspektif psikologi.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplorasi yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Kuesioner dengan pertanyaan terbuka disusun untuk mendapat informasi tentang hal-hal yang dipilih dan dianggap penting oleh partisipan untuk ditampilkan pada halaman profil *online dating*. Selain itu, peneliti juga melihat alasan yang mendasari pemilihan elemen-elemen tersebut.

Commented [A31]: Ini tahap pertama kah?

Commented [A32R31]: Tidak, kami salah menuliskan. Hanya ada 1 tahap, penulisan sudah kami perbaiki.

Partisipan penelitian ini adalah para pengguna aktif **aplikasi** Tinder. Pengambilan partisipan dilakukan secara *convenient* melalui jejaring yang dimiliki peneliti dengan variasi maksimum yang bertujuan untuk menampilkan banyaknya variasi sesuai dengan tujuan penelitian untuk menemukan dan menjelaskan tema-tema penting yang mungkin muncul (Poerwandari, 2007). Dalam penelitian ini tidak ditetapkan batasan-batasan lain seperti usia atau jenis kelamin untuk menyeleksi sumber data karena yang terpenting adalah individu merupakan pengguna Tinder, berdomisili di Indonesia serta bersedia untuk menjadi partisipan penelitian sebagai kriteria inklusi. Hal ini dilakukan karena peneliti ingin melihat presentasi diri pengguna Tinder secara umum yang tampak sejak awal penggunaan Tinder.

Pengambilan data dilakukan secara **daring** untuk mengetahui motif penggunaan Tinder, persepsi tentang pengguna Tinder, elemen yang dimunculkan pada tampilan profil, dan alasan pemilihan tampilan tersebut. Terdapat tiga pertanyaan terbuka yang bertujuan untuk mengetahui alasan atau pertimbangan dalam pengisian profil, hal apa yang dilihat dari profil orang lain, dan persepsi yang dimiliki terhadap pengguna lain. Terkumpul sejumlah 383 responden (laki-laki 136, perempuan 247 orang) melalui *convenience* dan *snowball* sampling. Rata-rata usia partisipan adalah 24 tahun ($SD=3,46$), dengan rentang usia dari 17 hingga 35 tahun. Lokasi tempat tinggal partisipan beragam, meliputi Pulau Sumatera (3%), Kalimantan (2%), Sulawesi (1%) dan Bali (1%), namun 93% partisipan berada di provinsi di Pulau Jawa, dengan persentase terbanyak berada di area Jabodetabek (43%).

Dalam proses analisis, pertama-tama respon kuesioner **diperiksa** terlebih dahulu untuk menghilangkan error seperti jawaban yang kurang relevan pada *bogus item* dan pengisian yang tidak lengkap. Data kemudian diinput ke dalam perangkat lunak MAXQDA (versi 2020) untuk proses koding. Berdasarkan (Fielding, 2012), tematik koding untuk data dari pertanyaan terbuka dilakukan dengan pendekatan iteratif. Data dianalisis

berdasarkan pertanyaan dengan menggunakan *words cloud* untuk mencari kata-kata terbanyak. Dalam mengkaji kata-kata terbanyak pada *words cloud*, peneliti mengeluarkan sejumlah kata yang tidak relevan seperti kata sambung (dan, dengan, di, dan sebagainya). Setelah peneliti melihat kemiripan di antara kata-kata yang muncul, maka frekuensi kata tersebut dikelompokkan dan memberikan koding otomatis untuk respon kuesioner yang sesuai. Pada tahap terakhir, analisis dilakukan untuk mengelompokkan kode menjadi tema-tema dan melihat keterkaitan tema yang muncul dengan pertanyaan lainnya pada kuesioner.

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini terbagi ke dalam dua bagian. Bagian pertama fokus pada pemaparan karakteristik partisipan penelitian. Bagian kedua berisi deskripsi isi profil pengguna serta alasan pemilihan elemen profil.

Tabel 1. Status hubungan pengguna Tinder berdasarkan jenis kelamin dan rentang usia

Status Hubungan	Jenis Kelamin		Rentang Usia	
	L	P	17-25	26-34
Single (tidak sedang berpacaran/menikah)	88	137	165	60
Sedang berpacaran	42	93	93	42
Menikah	6	17	4	19
Total	136	247	262	121

Tabel di atas menunjukkan status hubungan yang sedang dijalani oleh pengguna Tinder. Sebanyak 59% pengguna berstatus *single* atau dengan kata lain tidak sedang menjalani hubungan pacaran maupun pernikahan. Selain itu, dari 383 pengguna tersebut, sebanyak 35% orang sedang menjalani hubungan pacaran dan 6% sudah menikah. Mayoritas pengguna Tinder berada di rentang usia 17-25 tahun (68%).

Deskripsi Profil

Pada profil Tinder, terdapat 10 elemen yang dapat dipilih untuk ditampilkan oleh penggunanya. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa elemen terbanyak yang diisi oleh

Commented [A33]: Rentang usia sudah diperbaiki.

para pengguna adalah foto profil, nama, gender, dan biodata singkat (*about me*). Mayoritas pengguna Tinder menampilkan foto dalam profil mereka. Meskipun demikian, terdapat beberapa pengguna yang tidak menampilkan foto diri mereka sendiri maupun yang memilih untuk tidak menyematkan foto.

Tabel 2. Gambaran Elemen profil Tinder (Laki-laki=136; Perempuan=247; Total=383)

Elemen profil	Laki-laki	Perempuan	Total	Tidak memasang
Foto	133 (98%)	235 (95%)	368 (97%)	15 (3%)
Nama	128 (94%)	232 (94%)	360 (94%)	23 (6%)
Gender	118 (87%)	204 (83%)	322 (84%)	61 (16%)
About Me	97 (71%)	180 (73%)	277 (72%)	106 (28%)
Spotify anthem	69 (51%)	120 (49%)	189 (49%)	197 (51%)
Nama sekolah / universitas	67 (49%)	89 (36%)	156 (41%)	227 (59%)
Tempat tinggal	58 (43%)	60 (24%)	118 (31%)	265 (69%)
Jabatan pekerjaan	44 (32%)	33 (13%)	77 (20%)	306 (80%)
Tautan akun Instagram	36 (26%)	40 (16%)	76 (20%)	307 (80%)
Nama perusahaan/ tempat bekerja	22 (16%)	11 (4%)	33 (9%)	350 (91%)

Commented [A34]: Pembaca akan kebingungan melihat persentase yang jika ditotal melebihi 100%. Penulis dapat menjelaskan 96% persen itu dibandingkan dengan apa? Apakah yang tidak memasang foto? Atau bagaimana?

Commented [A35R34]: Sudah dilengkapi.

Rata-rata foto profil yang ditampilkan sebanyak empat hingga lima foto, dari maksimum pemasangan foto sebanyak enam buah. Dalam penelitian ini hanya terdapat 15 orang (3%) yang tidak memasang foto pada profil Tinder mereka. Deskripsi foto profil para pengguna beragam, namun sebagian besar memilih foto *selfie* dan menunjukkan wajah ataupun badan. Disamping itu, ada juga foto profil yang menekankan pada adanya latar tertentu yang menunjukkan kehidupan pengguna seperti kegiatan sehari-hari, lokasi spesifik, dan hobi. Namun terdapat juga pengguna Tinder yang tidak menampilkan fotonya sendiri dan memilih gambar lucu (*meme*) untuk menggantikan foto dirinya.

Commented [A36]: Yang tidak memasang 5% dan yang memasang 96% maka totalnya 101%

Commented [A37R36]: Sudah diperbaiki.

Tabel 3. Contoh Kata-kata Yang Sering Muncul Dalam Mendeskripsikan Foto Profil

Personal	Lainnya
Selfie (143)	Latar (33)
Wajah (89)	Traveling (29)
Badan (81)	Tempat (16)
Senyum (29)	Meme (14)
Jelas (21)	Hobi (12)
Bagus (19)	

Selain foto, dari Tabel 1. terlihat para partisipan menyematkan nama dan gender sebagai identitas agar pengguna lain dapat mengenali mereka. Pengguna Tinder juga dapat menuliskan secara singkat gambaran diri mereka dalam bagian *About Me*. Data penelitian menunjukkan sejumlah bahwa sejumlah 72% pengguna mengisi bagian ini. Pengguna dibebaskan untuk mengisi bagian *About Me*, sehingga terdapat variasi yang sangat beragam. Peneliti kemudian mencari tema yang paling sering muncul terkait isi dari deskripsi diri pada profil mereka. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 4. Tema Isi Bagian *About Me*

Tema	Contoh Jawaban Partisipan
Hobi	<i>"Bidang hobi", "Hobbies", "Hobi".</i>
Kesukaan	<i>"Not a drinker/smoker", "Interest", "Musik kesukaan", "TV serie kesukaan"</i>
Kutipan (quotes)	<i>"Quotes", "Motto",</i>
Kepribadian	<i>"Karakter kepribadian", "Personality", "MBTI", "ENFJ"</i>
Lelucon (jokes)	<i>"Tengo hambre (saya lapar)", "Apa bener, gurame kalau sedang lonely jadi gusepi?"</i>
Motif penggunaan	<i>"Not into sexual thingy", "Ingin mencari teman saja"</i>

Terdapat enam tema besar yang menggambarkan isi dari *About me* pengguna Tinder. Umumnya pengguna Tinder menyampaikan hal-hal yang dapat mendeskripsikan diri mereka seperti menyebutkan hobi, hal kesukaan, kutipan kata-kata favorit, gambaran kepribadian, serta kalimat lelucon. Selain itu, terdapat pula pengguna Tinder yang menyampaikan motif penggunaan mereka agar pengguna lain dapat mengetahui tujuan keberadaan mereka di Tinder.

Alasan pemilihan elemen profil

Hampir sebagian besar pengguna Tinder memasang foto yang merupakan fokus utama dalam profil Tinder. Bagi 62% pengguna Tinder, foto dianggap sebagai hal yang penting dalam *online dating*. Sekitar 97% pengguna Tinder memasang foto diri dan hanya 3% yang tidak memasang foto profil, atau dengan kata lain membiarkan bagian foto kosong. Alasan personal dan relasional menjadi pertimbangan penting bagi pengguna

Tinder untuk menampilkan foto. Bagi sebagian besar pengguna laki-laki (49%), foto dianggap sebagai daya tarik utama agar dipilih oleh pengguna lainnya. Sedangkan bagi pengguna perempuan, foto lebih dianggap sebagai suatu identitas dibandingkan hanya sekedar menarik *match* (55%). Meskipun penting bagi pengguna untuk menampilkan diri yang sesungguhnya, mereka tetap memikirkan beberapa hal yang perlu ditampilkan dan tidak dalam profil mereka, misalnya pekerjaan, karena dinilai akan mengganggu peran profesionalnya.

Analisis hasil penelitian juga menunjukkan adanya pertimbangan personal dan rasional yang dilakukan oleh para pengguna Tinder yang tidak menampilkan foto. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ada pertimbangan personal meliputi alasan ketidakpercayaan diri atau rasa malu serta pertimbangan kerahasiaan identitas pengguna. Selain motif personal, motif relasional juga melatarbelakangi alasan pengguna tidak menampilkan foto. Umumnya mereka ingin melihat respon pengguna lain terhadap profil-profil yang tidak menampilkan foto.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa foto profil menjadi identitas diri para pengguna Tinder yang dapat menjadi faktor penentu mendapatkan *match*. Meskipun demikian, bukan berarti pengguna yang tidak memasang foto tidak akan mendapatkan *match*. Pilihan untuk pemasangan foto dapat memberikan kesan terbuka dan mudah bergaul bagi pemilik profil tersebut. Selain itu, kejujuran juga menjadi salah satu kesan yang dapat terbangun dari pemasangan foto asli dan sesuai dengan kenyataan. Namun bagi pengguna yang tidak memasang foto profil, akan menimbulkan kesan misterius dan cenderung dianggap tidak serius oleh pengguna Tinder lainnya.

Partisipan penelitian ini juga memiliki pertimbangan tertentu dalam memilih foto mana yang akan mereka pasang. Secara umum, tampilan diri menjadi pertimbangan utama untuk menampilkan foto. Pandangan bahwa foto tersebut bagus secara

Commented [A38]: Ini informasi dari mana? Dari temuan penelitian ini kah? Jika iya, tekankan melalui kalimat pengantar

Commented [A39R38]: Sudah diperbaiki.

keseluruhan menjadi hal penting dalam memilih foto yang akan ditampilkan. Hal ini juga tidak lepas dari pandangan mereka akan persepsi fisik mereka seperti terlihat ganteng ataupun cantik.

Selain penilaian personal terhadap kualitas foto yang ada, pengguna Tinder juga mempertimbangkan apakah foto tersebut dirasa mewakili diri mereka yang sesungguhnya atau tidak. Dengan menampilkan foto yang sesuai dengan diri mereka yang sebenarnya, pengguna berasumsi bahwa pengguna lainnya akan melihat gambaran diri mereka yang asli melalui foto yang dipasang.

Tabel 4. Alasan pemilihan foto profil pengguna Tinder (Laki-laki=136; Perempuan=247; Total=383)

Aspek	Laki-laki	Perempuan	Total	Tidak mempertimbangkan
Penilaian personal terhadap foto	87 (64%)	147 (59%)	234 (61%)	149 (39%)
Persepsi fisik	66 (48%)	141 (57%)	207 (54%)	176 (46%)
Menampilkan diri sesungguhnya	19 (14%)	11 (4%)	30 (8%)	353 (92%)
Merepresentasikan diri	27 (20%)	74 (30%)	101 (26%)	282 (74%)
Keharusan dari Tinder	1 (1%)	4 (1%)	5 (1%)	378 (99%)

Commented [A40]: Concern saya sama seperti tabel sebelumnya

Commented [A41R40]: Sudah diperbaiki.

Selanjutnya, pemilihan foto dilakukan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang melibatkan konten dari foto itu sendiri yang memiliki makna-makna tertentu. Suasana atau latar foto menjadi salah satu hal yang dapat memberikan impresi tertentu terhadap diri pengguna. Kondisi tersebut dapat menggambarkan bahwa foto yang terpasang di profil Tinder sudah disusun sedemikian rupa agar menimbulkan kesan-kesan tertentu dari pengguna lain yang melihat profil tersebut di aplikasi mereka. Contoh lainnya adalah pemasangan objek acak atau foto-foto selain foto diri mereka sendiri. Pengguna tersebut ingin memberikan kesan misterius dan berusaha menarik perhatian dengan menampilkan hal-hal dianggap mencerminkan dirinya tanpa perlu menampilkan foto diri.

Apabila dibandingkan dengan foto profil, terdapat lebih sedikit pengguna Tinder yang mencantumkan deskripsi mengenai diri mereka. Isi dari bagian “Tentang Saya” (*About me*) pada profil Tinder didominasi oleh deskripsi diri, seperti usia, ketertarikan, hobi, hingga ciri-ciri fisik. Selain deskripsi diri yang dituliskan secara eksplisit, 34% pengguna Tinder menuliskan kalimat atau frasa tertentu yang dianggap mewakili diri mereka. Umumnya hal-hal yang disampaikan tersebut mengandung unsur humoris dan dianggap unik sehingga dapat menjadi tambahan nilai dalam menarik perhatian pengguna lainnya. Kalimat-kalimat ini disusun untuk menampilkan diri mereka secara implisit, atau melalui hal-hal yang disukai seperti hobi atau aktivitas kesukaan.

Beberapa pengguna juga menuliskan tujuan penggunaan Tinder pada bagian deskripsi diri. Hal ini bertujuan untuk menghindari mispersepsi dan untuk menyeleksi pengguna lain yang tidak memiliki tujuan penggunaan yang sama. Pengguna Tinder menuliskan deskripsi-deskripsi tersebut dengan berbagai motif. Pada penelitian ini, terdapat dua motif yang muncul yaitu motif relasional dan motif personal. Motif relasional merupakan pertimbangan pengguna yang berkaitan dengan interaksi yang diharapkan dengan orang lain, sedangkan motif personal adalah motif yang berasal dari internal individu sendiri.

Berbeda dengan foto profil, deskripsi diri umumnya ditampilkan karena motif relasional yang lebih tinggi dibandingkan motif personal. Motif relasional yang muncul dari hasil penelitian ini adalah topik percakapan dan mendapatkan *match*. Hal-hal yang ditampilkan dalam deskripsi diri banyak dimaksudkan sebagai pilihan topik pembicaraan setelah kecocokan terjadi. Sebanyak 122 partisipan (32%) menyatakan bahwa bagian deskripsi diri dapat menjadi petunjuk bagi *match* mereka untuk membahas hal-hal tersebut apabila melanjutkan percakapan melalui pesan singkat di Tinder. Banyak juga pengguna yang hanya memaparkan maksud untuk mendapatkan *match* dengan ketertarikan yang sama, entah akan berlanjut ke percakapan maupun tidak.

Tabel 5. Motif pengisian bagian “Tentang Saya (About me)” pada profil Tinder

Motif	Laki-laki	Perempuan	Total
Mengisi	103	181	284 (74%)
<u>Relasional</u>	69	138	207
Topik percakapan	41	82	122
Mendapatkan <i>match</i>	28	56	84
<u>Personal</u>	42	52	94
Identitas	33	34	66
Menjelaskan tujuan personal	11	18	29
Tidak mengisi	33	66	99 (26%)
<u>Personal</u>	17	59	76
Tidak penting	16	40	60
Sulit mendeskripsikan diri	7	18	25
Kerahasiaan	7	8	14
<u>Relasional</u>	2	7	9

Pengguna yang memilih motif personal, mengisi bagian deskripsi diri dengan mengarah kepada informasi identitas ataupun tujuan mereka dalam menggunakan Tinder. Meskipun demikian, terdapat 26% pengguna yang tidak menuliskan informasi apapun pada bagian deskripsi diri. Berlawanan dari pengguna yang mengisi deskripsi, motif personal menjadi alasan utama mengapa seseorang mengosongkan bagian deskripsi diri. Mereka memiliki pandangan bahwa deskripsi diri bukan merupakan hal yang penting pada profil Tinder. Beberapa pengguna juga merasa sulit untuk mendeskripsikan diri mereka dan lebih memilih untuk merahasiakan identitas yang lebih banyak.

Jika ada pengguna yang beranggapan bahwa isi deskripsi dapat menjadi kunci topik pembicaraan, maka di sisi lain ada pula pengguna yang memilih untuk menyembunyikan hal-hal personal mereka. Hal ini bertujuan agar mereka nantinya dapat memiliki percakapan yang lebih beragam dengan *match* dan menimbulkan rasa ingin tahu.

Pengguna Tinder memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam merepresentasikan diri mereka pada profil agar tujuan mereka tercapai. Kondisi diri yang aktual menjadi hal yang penting untuk ditampilkan pada profil mereka, untuk menghindari misrepresentasi dari pengguna lain. Sebanyak 86% pengguna Tinder

pernah melakukan pertemuan tatap muka. Kemungkinan akan pertemuan secara *offline* juga mendorong pengguna untuk menampilkan diri secara jujur.

Proses mereka untuk melakukan *swiping* di Tinder juga tidak lepas dari cara mereka dalam memberikan impresi yang terlihat pada profil orang lain. Impresi yang terbentuk dari profil orang lain umumnya memperlihatkan kesamaan dengan impresi yang mereka berikan dalam profil Tinder, begitu juga sebaliknya.

Tabel 6. Elemen Yang Dilihat Dari Profil Orang Lain

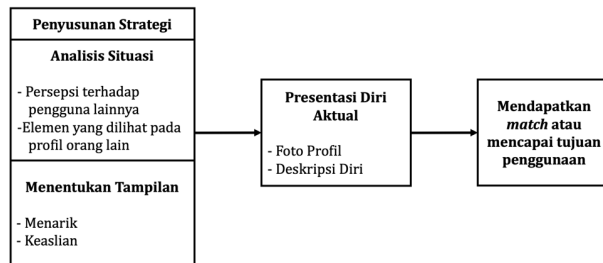
Elemen profile	Laki-laki (n=136)	Perempuan (n=247)	Total
Foto	115	212	327 (85%)
About me	84	159	243 (63%)
Pekerjaan/universitas	14	46	60 (16%)
Selera musik (<i>Spotify anthem</i>)	15	28	43 (11%)
Tautan Instagram	2	4	6 (2%)
Nama	1	8	9 (2%)
Gender	1	1	2 (1%)

Tak kalah penting juga, kesan bahwa Tinder adalah komunitas yang informal juga berpengaruh terhadap bagaimana presentasi diri disajikan. Kesimpulan ini diperoleh dari banyaknya kata-kata yang muncul dalam mempersepsikan pengguna lainnya. Sebagian besar pengguna menyimpulkan bahwa pengguna lain adalah orang yang sedang membangun pertemanan dan mencari jodoh atau pasangan. Selain tentang tujuan atau motif penggunaannya, persepsi bahwa ada rasa kesepian, situasi sedang luang, dan iseng juga mewarnai penilaian terhadap pengguna lain.

Tabel 7. Contoh Kata-kata Yang Sering Muncul Terkait Persepsi Pengguna Lainnya

Motif	Kondisi
Teman (53)	Kesepian (37)
Pasangan (50)	Gabut (29)
Jodoh (36)	Iseng (23)
Sex (9)	Bosan (16)
	<i>Terbuka</i> (15)
	Waktu (15)
	Butuh (14)
	Sibuk (11)

Untuk menggambarkan temuan yang telah disampaikan sebelumnya, maka proses pembentukan presentasi diri pengguna Tinder dapat dijabarkan dalam bagan berikut:



Gambar 1. Proses pembentukan presentasi diri dalam online dating

Diskusi

Hasil Aspek *performance* dalam teori Goffman (1956) mengarah pada bentuk presentasi diri yang terlihat dalam relasi antar manusia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan menghendaki agar profil Tinder perlu menunjukkan presentasi diri yang tepat bagi para penggunanya. Dengan demikian, tujuan mereka menggunakan Tinder dapat tercapai. Meskipun demikian, terdapat pertimbangan tertentu yang mendasari presentasi diri yang ditampilkan dalam profil pengguna Tinder. Attrill (2015b) menekankan bahwa dalam dunia maya, individu dapat memilih banyak cara untuk mempresentasikan diri mereka, mulai dari representasi yang sesungguhnya hingga menyusun persona berbeda dari kehidupan di kehidupan nyata.

Rui & Stefanone (2013) menekankan bahwa keragaman audiens dapat menentukan presentasi diri yang ditampilkan. Sejalan dengan argumen tersebut, pengguna Tinder dalam penelitian ini melakukan suatu analisis situasi yang dapat membantu mereka untuk menampilkan diri secara tepat. Keberadaan pengguna lain akan menjadi penonton imajiner yang dituju dalam penyampaian presentasi diri tersebut (Chambers, 2013),

Commented [A42]: Tolong gunakan konsep langsung dari online self-presentation untuk menjelaskan temuan ini, jangan menggunakan self-presentation klasik yang berbeda akar teorinya dan kurang sesuai konteksnya.

Coba cek jurnal-jurnal berikut ini:

1. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.101985>
2. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.111641>
3. <https://doi.org/10.1016/j.cresp.2021.100029>
4. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.022>
5. <https://doi.org/10.1080/15283488.2015.1089506>

Sedangkan dinamika psikologi pengguna Tinder bisa dicek di sini:

1. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1252412>
2. <https://doi.org/10.1080/23311908.2016.1162414>
3. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1494618>
4. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1414093>
5. <https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2099928>
6. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1572771>
7. <https://doi.org/10.1080/17459435.2020.1744697>

Commented [A43]: Kurang cocok jika membahas menggunakan teori ini karena basic teorinya adalah sosiologi dan berkembang menjadi salah satu topik populer di teori-teori komunikasi. Presentasi diri di sini adalah presentasi diri dalam dunia nyata. Penulis dapat mencari referensi mengenai online self-presentation yang sudah banyak muncul dan lebih kontekstual dalam menjelaskan temuan riset ini.

Commented [A44R43]: Sudah diperbaiki.

sehingga pengguna Tinder perlu memahami terlebih dahulu siapa saja yang akan menjadi publik mereka.

Attrill (2015b) juga menyampaikan bahwa dalam ranah *online*, pengguna tidak hanya perlu mengadaptasi presentasi diri mereka sesuai dengan situasi tertentu, tetapi mereka juga perlu mempertimbangkan siapa saja yang akan melihat tampilan mereka dan bagaimana mereka akan menunjukkannya. Namun kesulitannya, Tinder memberlakukan algoritma tertentu yang memastikan bahwa publik yang akan mereka temui hanya berdasarkan informasi singkat seperti usia, lokasi, dan gender. Dapat dikatakan bahwa interaksi awal yang dilakukan hanya bersifat satu arah, yaitu pengguna merespon apakah mereka menyukai profil lain yang muncul di akun mereka, begitu juga sebaliknya. Maka individu perlu memastikan orang lain mengevaluasi citra diri mereka secara positif dan menyesuaikannya dengan ekspektasi audiens (Rui & Stefanone, 2013; Schlosser, 2020).

Saat berinteraksi secara langsung atau di luar jaringan, individu dapat menggunakan stimulus verbal dan visual dalam presentasi dirinya. Namun, dengan keterbatasan pengaturan dalam media *online* maka individu hanya dapat mempresentasikan dirinya secara visual dan bergantung pada teks. MacLeod & McArthur (2019) menegaskan bahwa representasi diri yang dihasilkan oleh pengguna mencerminkan keterbatasan formal yang disebabkan oleh format presentasinya.

Profil pengguna Tinder, tersusun melalui konsep “aku” yang tampak pada pilihan foto, teks, dan format lain yang dipilih untuk mencari kehadiran pihak lain dan mengantisipasi respon maupun reaksi mereka (Chambers, 2013; Robinson, 2007). Foto akan menjadi fokus utama dalam profil Tinder yang tidak dapat dihindari oleh pengguna. Hal ini disebabkan oleh mode presentasi profil yang sebagian besar berbasis gambar (Krüger & Charlotte Spilde, 2020).

Foto profil juga dianggap dapat memberikan impresi tertentu secara implisit bagi pemilik akun, misalnya dari gaya, kualitas gambar, maupun latar belakang foto diambil.

Lebih lanjut, foto profil memiliki peran penting dalam *online dating* untuk menarik perhatian (Hitsch et al., 2010). Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa pengguna Tinder juga mempertimbangkan konteks situasi pada foto yang dianggap memiliki makna tertentu. Pengguna Tinder memilih foto yang dianggap dapat mewakili diri mereka, seperti foto yang menunjukkan aktivitas atau hobi tertentu. Kondisi ini sedikit berbeda dari penelitian Ward (2016) yang lebih menekankan pada fungsi foto dalam mengungkapkan hal-hal yang lebih jelas seperti ras dan usia. Foto profil dianggap dapat memberikan gambaran mengenai keseriusan hingga status sosial pemilik profil tersebut. Foto-foto yang tidak jelas atau memiliki kualitas gambar yang buruk akan memberikan kesan bahwa pemilik akun tidak serius. Sehingga dalam hal ini, bentuk presentasi diri yang ada dalam profil Tinder mungkin dipengaruhi oleh pengalaman mereka dalam menggunakan Tinder itu sendiri.

Meskipun demikian, **terdapat** beberapa pengguna Tinder yang memilih untuk tidak menampilkan foto profil dengan alasan personal. Namun umumnya tipikal pengguna seperti ini dianggap tidak lazim oleh pengguna lain karena fokus yang ditonjolkan oleh Tinder adalah foto. Temuan Fiore dkk. (2008) mengilustrasikan bahwa foto merupakan prediktor utama yang signifikan terhadap ketertarikan seseorang dalam *online dating*. Namun di sisi lain, komponen berbasis teks juga menjadi relevan untuk membentuk impresi karena tidak hanya mengandung isyarat makna yang dibuat secara sengaja, tetapi juga hal yang bersifat implisit yang tidak sengaja ditampilkan seseorang (Ellison et al., 2006).

Pengguna Tinder melakukan pertimbangan dalam memilih foto dan deskripsi diri yang ditampilkan untuk memperkuat kesan yang ingin mereka tampilkan berdasarkan kondisi yang sebenarnya. Pada penelitian ini, pengguna Tinder memiliki tujuan yang berbeda dalam menampilkan foto dan deskripsi diri berbentuk teks. Foto ditampilkan dengan tujuan identitas dan deskripsi diri ditujukan untuk membangun relasi. Meskipun

demikian, kedua hal tersebut dapat saling memperkuat pembentukan impresi pengguna lain yang melihat profil mereka. Ellison dkk. (2006) menyimpulkan bahwa komponen tekstual mungkin sangat relevan dalam membentuk kesan karena tidak hanya berisi isyarat yang sengaja disusun seseorang, namun juga berisi isyarat implisit. Teks dalam profil kencan, hal implisit tersebut dianggap sama atau bahkan lebih penting untuk pembentukan kesan dibandingkan konten eksplisit karena dianggap lebih meyakinkan (Ellison dkk., 2006). Isyarat tersebut memiliki nilai jaminan yang tinggi karena diberikan secara tidak sengaja dan berguna untuk memperoleh kesan yang lebih akurat tentang diri pemilik profil yang sebenarnya (Wotipka & High, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh David & Cambre (2016) menggambarkan hanya sedikit pengguna Tinder yang menggunakan teks pada profil untuk menampilkan diri mereka. Namun dalam penelitian ini, lebih dari 50% pengguna mengisi bagian “About Me” untuk melengkapi informasi tentang diri mereka. Bahkan, terdapat beberapa pengguna yang lebih memilih untuk menampilkan teks saja dan tidak memasang fotonya. Padahal menurut Van der Zanden dkk. (2020), jika pada teks terdapat kesalahan bahasa, maka dapat memengaruhi daya tarik sosial-romantis seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa baik foto maupun deskripsi diri perlu disusun secara hati-hati untuk memperbesar keberhasilan daya tarik.

Penelitian lainnya yang dilakukan Wan & Yeung (2022) mencoba membandingkan strategi presentasi pengguna situs *online dating* di Amerika dan Cina yang dapat diklasifikasikan menjadi dua model, yaitu meningkatkan diri (*self-enhancement*) dan merendahkan diri (*self-effacement*). Pengguna di Amerika menggunakan menekankan pada atribut diri yang positif dan unggul serta menekankan keunikan dalam diri pribadi mereka sedangkan pengguna di Cina mengungkapkan pula hal-hal yang negatif hingga pengungkapan perasaan kesepian (Wan & Yeung, 2022). Namun kedua strategi tersebut tidak selalu efektif untuk digunakan dalam menjalin relasi baru di dunia maya. Pada

penelitian ini ditemukan bahwa sebagian besar pengguna Tinder berusaha untuk menunjukkan secara netral dan menggambarkan diri yang sesungguhnya agar membuka peluang relasi baru. Strategi ini serupa dengan apa yang disampaikan Arkin & Baumgardner (1986) dan Rauthmann (2011) bahwa penggunaan tampilan diri yang netral dan sederhana digunakan untuk menghindari penolakan dari orang lain. Kondisi ini tentu sangat berkaitan dengan tujuan penggunaan Tinder sebagai tempat bertemunya relasi baru.

Tinder dianggap sebagai arena yang bersifat santai, tidak kaku dan informal bagi para penggunanya. Sehingga mereka mengharapkan bahwa hubungan yang serius dapat diawali dari sesuatu yang bersifat santai dan menyenangkan. Hal ini tentu berpengaruh juga terhadap tanda implisit yang pada akhirnya tertuang dalam presentasi diri mereka. Selain itu, presentasi diri yang mereka tampilkan juga berguna untuk menyaring pengguna lain yang akan mereka sukai. Selain didorong oleh ketertarikan visual, kesamaan yang dirasakan juga menjadi pertimbangan untuk menyukai seseorang (Ward, 2016). Kondisi ini dapat membantu menjelaskan temuan penelitian ini, bahwa banyak dari pengguna Tinder yang menggambarkan hal-hal kesukaan mereka dalam profilnya, baik secara visual maupun tekstual.

Illouz (2007) menekankan bahwa untuk memulai pertemuan dengan orang lain secara virtual, maka penting untuk melakukan proses observasi diri yang reflektif, introspeksi, pelabelan diri, dan proses dinamis lainnya. Hal tersebut tentu berguna dalam memilih strategi presentasi diri dalam *online dating*. Dalam penelitian ini, sebagian besar pengguna Tinder mengarah pada hubungan intim atau romantis di kemudian hari. Seperti yang diutarakan Ellison dkk. (2006), pemilik akun yang menggunakan Tinder untuk tujuan hubungan romantis akan lebih termotivasi untuk menampilkan diri se-autentik mungkin. Bagi responden penelitian ini, pertimbangan kejujuran dirasa perlu oleh pemilik profil, terlebih oleh pengguna yang pernah tertipu atau salah mempersepsikan

profil orang lain. Pengguna yang menyembunyikan atau memanipulasi aspek presentasi diri mereka agar terlihat lebih baik mungkin bukan cara yang tepat untuk menghasilkan interaksi *offline* yang bertahan lama (Attrill, 2015a). Pengguna Tinder perlu menyusun profil yang karena pada akhirnya tujuan dari relasi yang terbangun secara *online* adalah bertemu secara langsung.

Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa kesan keterbukaan dan kejujuran menjadi salah satu daya tarik bagi pengguna untuk mencapai tujuan mereka. Selain itu, kondisi yang tidak menentu mengenai kondisi dalam aplikasi Tinder sebagai media *online* dan keberadaan orang asing dalam *platform* tersebut memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan diri secara lebih jujur dan terbuka (Ellison et al., 2006). Hardey (2002) menambahkan bahwa keaslian merupakan kunci kesuksesan komunikasi pada dua orang yang tidak saling mengenal dan sama-sama ingin membangun hubungan yang jujur.

Apabila dilihat dalam konteks masyarakat Indonesia, usia rata-rata pengguna Tinder yang berkisar di usia 24 tahun cenderung memiliki tekanan sosial untuk menjalin hubungan romantis yang mengarah pada pernikahan. **Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2016 (Isa, 2017)** menyatakan bahwa tren usia kawin pertama di Indonesia berkisar di usia 23 tahun untuk perempuan dan 27 tahun untuk laki-laki. Ada kemungkinan bahwa kejujuran yang ditampilkan dalam presentasi diri di Tinder terjadi karena adanya tekanan sosial untuk segera menikah dan seperti yang disimpulkan dalam penelitian Hardey (2002), hal ini dapat mengarah kepada kesuksesan untuk membangun hubungan yang jujur. Individu pada masa dewasa muda juga semakin mencari kepuasan fisik dan psikososial (seperti keintiman dan komitmen) dalam hubungan mereka (Sumter dkk., 2013). Pada akhirnya, banyak orang yang juga menggunakan teknologi online dating untuk menjalin hubungan yang bermakna (Timmermans & Courtois, 2018), meskipun masih banyak perdebatan mengenai penggunaan *online dating* itu sendiri.

Kesimpulan

Commented [A45]: Buat dalam 2 paragraf saja dan jangan berkepanjangan

Penelitian ini memperlihatkan sejauh mana pengguna Tinder menampilkan presentasi diri dalam profil mereka dan seperti apa pertimbangan yang mereka gunakan dalam mencapai tujuan penggunaan. Presentasi diri yang aktual dapat terlihat dalam profil Tinder yang terdiri dari dua elemen, yaitu foto dan deskripsi diri. Bagi laki-laki, penggunaan Tinder mengarah pada hubungan romantis dan validasi diri. Sedangkan bagi pengguna perempuan, pemakaian Tinder bertujuan untuk menjalin hubungan pertemanan. Pengguna Tinder menampilkan *actual-self* yang dimunculkan secara selektif dengan mempertimbangkan iklim interaksi di dalam Tinder itu sendiri. Konsep kejujuran dan keterbukaan individu dianggap perlu untuk digambarkan dalam presentasi diri pada profil Tinder, agar terhindar dari penolakan dan memudahkan pengguna saat akan melakukan pertemuan tatap muka nantinya.

Keterbatasan dan saran

Limitasi penelitian ini terdapat pada cakupan responden yang berada di kota besar, mengingat adanya perbedaan budaya dan latar belakang, maka hasil penelitian ini bisa berbeda jika dilakukan di kota lainnya di Indonesia. Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka untuk pengembangan selanjutnya dapat dilakukan beberapa saran. Penelitian ini merupakan penelitian eksplorasi, sehingga perlu dilakukan penelitian yang lebih dalam membahas proses interaksi di dalam arena Tinder itu sendiri, misalnya pertimbangan memulai percakapan, kata-kata yang digunakan saat memulai percakapan, pengambilan keputusan untuk bertemu secara tatap muka, dan sebagainya. Selanjutnya bagi para pengguna Tinder, penyajian presentasi diri dalam profil perlu dilakukan dengan sangat hati-hati. Kesan yang ingin dimunculkan perlu dipertimbangan secara matang agar tujuan penggunaan Tinder dapat tercapai, hal ini dapat dilakukan juga

dengan memikirkan calon-calon potensial sesuai pengaturan yang sudah ditentukan (seperti lokasi, usia, jenis kelamin).

Daftar Pustaka

- Arkin, R. M., & Baumgardner, A. H. (1986). Self-Presentation and Self-Evaluation: Process of Self-Control and Social Control. In R. Baumeister (Ed.), *Public Self and Private Self (Springer Series in Social Psychology)* (1st ed., pp. 75–98). Springer-Verlag New York Inc.
- Attrill, A. (2015a). *Cyberpsychology*. Oxford University Press.
- Attrill, A. (2015b). *The manipulation of online self-presentation : create, edit, re-edit and present*. Palgrave Macmillan.
- Chambers, D. (2013). *Social Media and Personal Relationships: Online Intimacies and Networked Friendship*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:141944050>
- Cornwell, B., & Lundgren, D. C. (2001). Love on the Internet: Involvement and misrepresentation in romantic relationships in cyberspace vs. realspace. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 197–211. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(00\)00040-6](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(00)00040-6)
- David, G., & Cambre, C. (2016). Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic. *Social Media + Society*, 2(2), 2056305116641976. <https://doi.org/10.1177/2056305116641976>
- 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), 415–441. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>
- Fielding, N. (2012). Triangulation and Mixed Methods Designs Data Integration With New Research Technologies. *Journal of Mixed Methods Research*, 6, 124–136. <https://doi.org/10.1177/1558689812437101>
- Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science. *Psychological Science in the Public Interest, Supplement*, 13(1), 3–66. <https://doi.org/10.1177/1529100612436522>
- Fiore, A., Taylor, L., Mendelsohn, G., & Hearst, M. (2008). Assessing Attractiveness in Online Dating Profiles. In *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*. <https://doi.org/10.1145/1357054.1357181>
- Gatter, K., & Hodkinson, K. (2016). On the differences between Tinder™ versus online dating agencies: Questioning a myth. An exploratory study. *Cogent Psychology*, 3(1). <https://doi.org/10.1080/23311908.2016.1162414>
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in internet dating. *Communication Research*, 33(2), 152–177. <https://doi.org/10.1177/0093650205285368>
- Hardey, M. (2002). *Life beyond the screen: embodiment and identity through the internet*.
- Hitsch, G., Hortaçsu, A., & Ariely, D. (2010). Matching and Sorting in Online Dating. *American Economic Review*, 100(1), 130–163. <https://doi.org/10.1257/aer.100.1.130>
- Hong, S., Jahng, M. R., Lee, N., & Wise, K. R. (2020). Do you filter who you are?: Excessive self-presentation, social cues, and user evaluations of Instagram selfies. *Computers in Human Behavior*, 104. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106159>

Commented [A46]: Cek lagi apakah semua sitasi yang muncul di tubuh naskah sudah ada di daftar pustaka? Coba cek lagi dengan hati-hati.

Commented [A47R46]: Sudah diperbaiki.

- Illouz, E. (2007). *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. Polity.
- Isa, M. (2017). *Brief Notes Tren Usia Perkawinan Pertama di Indonesia*. https://drive.google.com/file/d/1aqAn9cpMIMy4v_PLdPckDyocRtjSM3f9/view
- Krüger, S., & Charlotte Spilde, A. (2020). Judging books by their covers-Tinder interface, usage and sociocultural implications. *Information Communication and Society*, 23(10), 1395–1410. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1572771>
- Leary, M., & Kowalski, R. (1990). Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. *Psychological Bulletin - PSYCHOL BULL*, 107, 34–47. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.1.34>
- Lidwina, A. (2021). "Tinder, Aplikasi Kencan Daring Paling Banyak Digunakan di Indonesia,." <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/24/tinder-aplikasi-kencan-daring-paling-banyak-digunakan-di-indonesia> (accessed Nov. 20, 2022).
- Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. In *Current Opinion in Psychology* (Vol. 31, pp. 110–115). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.019>
- MacLeod, C., & McArthur, V. (2019). The construction of gender in dating apps: an interface analysis of Tinder and Bumble. *Feminist Media Studies*, 19(6), 822–840. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1494618>
- Myddleton, J., & Attrill, A. (2015). *Online Relationships*.
- Poerwandari, E. K. (2007). *Pendekatan Kualitatif untuk Perilaku Manusia*. Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3).
- Ranzini, G., & Lutz, C. (2016). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 80–101. <https://doi.org/10.1177/2050157916664559>
- Rauthmann, J. F. (2011). Acquisitive or protective self-presentation of dark personalities? Associations among the Dark Triad and self-monitoring. *Personality and Individual Differences*, 51(4), 502–508. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.05.008>
- Robinson, L. (2007). The cyberself: The self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. *New Media and Society*, 9(1), 93–110. <https://doi.org/10.1177/1461444807072216>
- Rozika, L., & Ramdhani, N. (2018). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan Online Self-Presentation pada Pengguna Instagram. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 2, 172. <https://doi.org/10.22146/gamajop.36941>
- Rui, J., & Stefanone, M. A. (2013). Strategic self-presentation online: A cross-cultural study. *Computers in Human Behavior*, 29(1), 110–118. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.022>
- Schlosser, A. E. (2020). Self-disclosure versus self-presentation on social media. In *Current Opinion in Psychology* (Vol. 31, pp. 1–6). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.06.025>
- Simmons, M., & Lee, J. S. (2020). Catfishing: A Look into Online Dating and Impersonation. In G. Meiselwitz (Ed.), *Social Computing and Social Media. Design, Ethics, User Behavior, and Social Network Analysis* (pp. 349–358). Springer International Publishing.
- Sumter, S. R., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). Perceptions of love across the lifespan: Differences in passion, intimacy, and commitment. *International Journal of Behavioral Development*, 37(5), 417–427. <https://doi.org/10.1177/0165025413492486>

- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67–78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>
- Timmermans, E., & Courtois, C. (2018). From swiping to casual sex and/or committed relationships: Exploring the experiences of Tinder users. *Information Society*, 34(2), 59–70. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1414093>
- Toma, C. L. (2015). Online Dating. In *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication* (pp. 1–5). <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781118540190.wbeic118>
- Toma, C. L., Hancock, J. T., & Ellison, N. B. (2008). Separating fact from fiction: An examination of deceptive self-presentation in online dating profiles. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(8), 1023–1036.
- Van der Zanden, T., Schouten, A. P., Mos, M. B. J., & Krahmer, E. J. (2020). Impression formation on online dating sites: Effects of language errors in profile texts on perceptions of profile owners' attractiveness. *Journal of Social and Personal Relationships*, 37(3), 758–778. <https://doi.org/10.1177/0265407519878787>
- Wan, C. yue, & Yeung, W. lan V. (2022). A socio-ecological approach to relationship goals and self-presentation strategies in American and Chinese online dating websites. *Current Research in Ecological and Social Psychology*, 3. <https://doi.org/10.1016/j.cresp.2021.100029>
- Ward, J. (2016). *Swiping, matching, chatting: Self-Presentation and self-disclosure on mobile dating apps*. 13, 81–95.
- Whitty, M. T., & Carr, A. N. (2006). Cyberspace romance: The psychology of online relationships. In *Cyberspace romance: The psychology of online relationships*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-0-230-20856-8>

4. Bukti hasil review & permohonan revisi 2



Maria Bramanwidyantari <mariabraman@unika.ac.id>

[JPS] Permohonan Revisi

Jurnal Psikologi Sosial -JPS <jurnalpsikologisosial@ui.ac.id>
To: Maria Bramanwidyantari <mariabraman@unika.ac.id>

Thu, Jul 11, 2024 at 9:50 AM

Salam,

Kedua reviewer telah memberikan saran dan masukan, ini adalah revisi terakhir terkait referensi. Ada catatan di file yang bisa anda pelajari. Semoga naskah ini dapat direvisi sebelum 22 Juli 2024.

Terima Kasih

[Quoted text hidden]



REVIEW_REV1-Pentingnya Keterbukaan dan Kejujuran pada Presentasi Diri (1).docx
282K

5. Bukti kirim revisi 2 & artikel yang direvisi



Maria Bramanwidyantari <mariabraman@unika.ac.id>

[JPS] Permohonan Revisi

Maria Bramanwidyantari <mariabraman@unika.ac.id>
To: Jurnal Psikologi Sosial -JPS <jurnalpsikologisosial@ui.ac.id>

Sun, Jul 21, 2024 at 2:49 PM

Yth.
Editor Jurnal Psikologi Sosial

Terima kasih sebelumnya atas masukan yang diberikan terkait referensi dalam naskah kami.
Kami telah melakukan perbaikan berdasarkan masukan tersebut dan kami kirimkan melalui pesan ini.

Kami juga mohon informasi apabila ada hal-hal lain yang perlu kami lengkapi agar naskah ini dapat layak diterbitkan di JPS.

Terima kasih.

Regards,

Maria Bramanwidyantari (Riri)

[Quoted text hidden]

 **REVIEW_REV1-Pentingnya Keterbukaan dan Kejujuran pada Presentasi Diri (1).docx**
285K

Pentingnya Keterbukaan dan Kejujuran dalam Presentasi Diri: Studi Eksplorasi Pengguna Aplikasi Tinder

Abstract—Humans realize the importance of having a partner. *However, the process involved in achieving this is challenging.* Online dating has become a medium to build romantic relationships that can be done easily through an application. *The recognition process between users begins with liking each other's profiles which is assisted by an algorithmic system.* So, Tinder users need to present themselves strategically. This study aims elaborate on the process of forming a self-presentation on a Tinder profile. Through a thematic analysis of the results of a questionnaire involving 383 Tinder online dating users, who were selected through convenience and snowball sampling, it was found that true self-presentation is an important point for online dating users who emphasize aspects of honesty and openness. Differences in the motivation of online dating users do not cause differences in views of self-presentation among Tinder users. Users' true selves in online dating profiles are displayed selectively taking into account the informal interaction climate on Tinder.

Keywords: self-presentation; online dating; Tinder

Abstrak—Manusia menyadari pentingnya memiliki pasangan. Namun, proses yang dilalui dalam mencapainya merupakan hal yang menantang. Kencan online merupakan media untuk membangun hubungan romantis yang dapat dilakukan dengan mudah melalui sebuah aplikasi. Proses pengenalan antar pengguna dimulai dengan saling menyukai profil masing-masing yang dibantu oleh sistem algoritmik. Jadi, penting bagi pengguna Tinder untuk menampilkan diri secara strategis. Penelitian ini bertujuan untuk melihat—mengelaborasi proses pembentukan presentasi diri pada profil Tinder. Melalui analisis tematik terhadap hasil kuesioner yang melibatkan 383 pengguna kencan online Tinder yang terpilih melalui *convenience* dan *snowball* sampling, ditemukan bahwa presentasi diri yang sebenarnya merupakan poin penting bagi pengguna kencan online yang menekankan aspek kejujuran dan keterbukaan. Perbedaan motivasi pengguna kencan online tidak menyebabkan perbedaan pandangan presentasi diri di antara pengguna Tinder. Diri pengguna yang sebenarnya dalam profil kencan online ditampilkan secara selektif dengan mempertimbangkan iklim interaksi informal di Tinder.

Kata kunci: presentasi diri; online dating; Tinder

Pendahuluan

Manusia menyadari pentingnya untuk memiliki pasangan dan mengakui bahwa menemukan pasangan yang tepat merupakan hal yang menantang (Attrill, 2015a) sehingga mereka mencari bantuan tertentu untuk menolong mereka dalam menemukan pasangan yang diinginkan (Finkel et al., 2012; Gatter & Hodkinson, 2016). Jika pada dekade sebelumnya bantuan ini bisa diperoleh dalam bentuk biro jodoh, baik secara

Commented [A1]: Judul ini mengesankan kuantitatif korelasi, dan krn aplikasinya spesifik hanya satu yatu Tinder maka tulis saja di judul, sehingga judul bisa diubah misalnya.....Pentingnya Keterbukaan dan Kejujuran pada Presentasi Diri: Studi Eksplorasi pada Pengguna Aplikasi Tinder

Commented [A2R1]: Sudah diperbaiki.

Commented [A3]: has become

Commented [A4R3]: Sudah diperbaiki.

Commented [A5]: user need to present

Commented [A6R5]: Sudah diperbaiki.

Commented [A7]: Jiak melihat temuannya cenderung deskriptif, bisa saja diganti tujuannya to elaborate on how a user's self-presentation is shaped/formed

Commented [A8R7]: Sudah diperbaiki.

Commented [A9]: Bisa diubah sesuai perubahan abstrak in bahasa (lihat komen di abstrak bawah)

Commented [A10R9]: Sudah diperbaiki.

Commented [A11]: Hindari kata ganti orang ketiga (ia, mereka, kita dll), bisa diubah kalimatnyamenampilkan diri dengan benar di profilnya.

Commented [A12R11]: Sudah diperbaiki

Commented [A13]: Studi kualitatif deskriptif ini melibatkan 383 pengguna Tinder yang terpilih dengan cara apa? Insidental atau snowball atau apa? Pengumpulan data dengan kuesioner dg isi pertanyaan mengungkap apa? Baru analisis data.

Commented [A14R13]: Sudah diperbaiki

langsung maupun melalui surat kabar, maka di masa kini salah satu cara untuk mendapatkan kesempatan membangun relasi romantis tersebut adalah dengan menggunakan situs web atau aplikasi *online dating*.

Di era modern, Proses komunikasi antara dua orang atau lebih di era modern banyak menggunakan media digital. Hal ini dikenal dengan istilah *computer-mediated communication* atau CMC (Attrill, 2015a) yang dapat mengubah interaksi manusia ke arah hal-hal yang bersifat daring. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan internet dalam beberapa dekade, proses pengenalan untuk tujuan hubungan romantis juga dapat dilakukan secara daring atau lebih dikenal dengan istilah online (Attrill, 2015a; Toma, 2015).

Sejak kemunculannya di tahun 1997, Myddleton & Attrill (2015) mengemukakan bahwa *online dating* berkembang di berbagai wilayah dan kemungkinan untuk bertemu dengan pasangan secara daring meningkat seiring dengan pertumbuhan teknologi Web 2.0, yang merupakan generasi *world wide web*. Namun dengan akses yang lebih mudah dan tampilan yang lebih menarik, maka aplikasi *online dating* lebih banyak digunakan dibandingkan situs web serupa. Selain itu, aplikasi *online dating* memiliki keunikan daripada website secara umum, misalnya aplikasi dapat menerima notifikasi sehingga penggunaanya dapat lebih terkoneksi sepanjang hari dengan aplikasi tersebut (Sumter dkk., 2017).

Saat ini, berbagai aplikasi yang beredar memiliki variasi cara keterhubungan pengguna dengan calon potensial, antara lain sistem seleksi mandiri, seleksi dengan bantuan sistem, dan gabungan dari keduanya (Toma, 2015). Tinder, sebagai salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan di Indonesia (Lidwina, 2021) menggunakan sistem seleksi gabungan. Pengguna Tinder dapat menentukan terlebih dahulu kriteria pasangan yang diinginkan, lalu setelah diatur oleh sistem, pengguna dapat menentukan sendiri

Commented [HA15]: HINDARI KATA DEPAN sebagai awal kalimat, silakan cermati seluruh bagian dari artikel ini

Commented [A16]: Hindari kata depan jadi awal kalimat, dan paragraf ini bisa dimulai dengan adanya kebutuhan manusia untuk berafiliasi, tmsk berkenan, dan kemajuan teknologi membantu memenuhi kebutuhan tsb. Sebagaimana isi pragraf kedua (lebih abik untuk mengawali pendahuluan.

Commented [A17R16]: Sudah diperbaiki.

Commented [A18]: Cari rujukan lebih baru

Commented [A19R18]: Sudah dilengkapi.

Commented [HA20]: Dkk atau et al?

Commented [A21]: Belum sesuai dengan APA

Commented [A22R21]: Sudah direvisi.

ketertarikannya pada pengguna yang muncul di halaman utama aplikasi dengan cara menggeser layar.

Myddleton & Attrill (2015) menyatakan bahwa dalam membangun relasi *online*, ditentukan oleh 3 hal yaitu; *homophily*, *physical attraction*, dan *self-disclosure*. Ketiga hal ini dapat menjadi pertimbangan saat menampilkan diri di seting daring. Misalnya, seseorang akan lebih mudah membangun relasi dengan orang lain yang memiliki kesamaan latar belakang ataupun hobi. Ketertarikan fisik juga membuat pengguna *online dating* akhirnya menampilkan foto-foto diri yang dianggap menarik. Selain kedua unsur tersebut, keterbukaan diri seseorang juga menjadi salah satu hal yang penting dalam membangun relasi daring. Pengungkapan diri secara sederhana dapat diartikan sebagai kemauan individu untuk membagikan informasi tentang dirinya kepada individu lain atau kelompok (Cozby dalam Myddleton & Attrill, 2015), sehingga dapat disimpulkan jika ketiga hal di atas diterapkan dalam presentasi diri maka ada kemungkinan berhasil dalam menjalin relasi baru.

Seseorang yang melakukan interaksi secara daring dapat mempresentasikan dirinya secara lebih leluasa, sesuai keinginan (Ellison dkk., 2006; Gibbs dkk., 2006; Peng, 2020; Rozika & Ramdhani, 2018). Meskipun demikian, pengguna online dating berada pada suatu kondisi bimbang antara mempresentasikan diri yang sesungguhnya atau menampilkan diri dengan sangat positif atau ideal (Peng, 2020). Dalam menentukannya, komunikasi strategis termasuk berbohong, sering muncul ketika individu ingin terlihat lebih disukai oleh orang lain (Schlenker, 2012). Salah satu contoh dari hal tersebut tampak dalam hasil penelitian Reed dan Saunders (2020), bahwa perempuan mengunggah dan mengedit lebih banyak swafoto dibandingkan laki-laki. Hong dkk., (2020) serta Peng (2020) juga menambahkan bahwa ranah *online* memberikan pengguna kesempatan untuk melebih-lebihkan presentasi diri atau membangun citra diri hingga mengarah kepada penipuan yang mungkin terjadi. Hal ini disebabkan karena dalam *online*

Commented [A23]: Mohon dicek kembali, meskipun menggunakan Mendeley atau aplikasi yang lain tidak serta merta sesuai dengan APA. Penulis harus memperhatikan dan dapat memperbaiki secara manual jika penulisannya masih salah seperti ini.

Commented [A24R23]: Sudah diperbaiki.

Commented [A25]: Jika ada bhs indonesia baku, sebaiknya digunakan bhs indonesia saj, misalnya membuka diri atau keterbukaan diri

Commented [A26R25]: Sudah diperbaiki.

Commented [A27]: Apa kegunaan paragraf ini dalam kaitannya dengan:
1.Presentasi diri daring
2.Paragraf berikutnya
Mohon (a) perjelas, (b) buat tersambung dengan gaya penulisan yang halus, dan (c) tidak perlu terlalu detail secara teoretis seperti penulisan Bab 2

Commented [A28R27]: Bagian ini menunjukkan adanya pertimbangan dalam menyusun presentasi diri sehingga dapat membangun relasi.

Commented [HA29]: Rujukan terlalu lama

Commented [A30R29]: Sudah diperbaiki.

Commented [A31]: Cari rujukan terbaru

Commented [A32R31]: Sudah diperbaiki.

Commented [A33]: idem

Commented [A34R33]: Sudah diperbaiki.

dating, terdapat keterbatasan akses untuk mengetahui tanda visual maupun verbal, melakukan observasi terhadap perilaku sehingga hanya bergantung pada apa yang ditampilkan orang lain (Chen dkk, 2023).

Gibbs dkk. (2006) menyimpulkan bahwa mayoritas pengguna *online dating* menampilkan kejujuran dalam aktivitas mereka di *online dating*. Temuan bahwa presentasi diri dalam online dating ditampilkan sesuai kondisi sebenarnya juga ditemukan dalam penelitian Ranzini & Lutz (2016). Harga diri menjadi prediktor utama untuk mendorong presentasi diri yang sesungguhnya (*true self-presentation*) pengguna Tinder (Ranzini & Lutz, 2016). Dalam penelitian tersebut juga ditemukan bahwa tampilan presentasi diri yang sebenarnya juga dipengaruhi oleh motif penggunaan Tinder. Misalnya, perempuan lebih cenderung menggunakan Tinder untuk hubungan pertemanan dan validasi diri, sedangkan laki-laki menggunakan Tinder untuk *hooking up* (kebutuhan seks) dan mencari relasi romantis (Ranzini & Lutz, 2016).

Ward di tahun 2016 melakukan penelitian yang lebih menekankan pada keterkaitan motivasi dan pembentukan manajemen impresi pada pengguna Tinder. Penelitian yang dilakukan dengan pendekatan *grounded-theory* dengan wawancara mendalam ini menyimpulkan bahwa motivasi penggunaan Tinder berubah seiring berjalannya waktu. Selain itu, foto profil dipilih oleh pengguna untuk menampilkan diri yang ideal dan otentik yang tidak hanya ditujukan untuk ketertarikan tetapi juga menunjukkan tingkat pendidikan mereka (Ward, 2016). Namun terkait dengan perbedaan tujuan penggunaan antara laki-laki dan perempuan yang sebelumnya disampaikan pada penelitian Ranzini & Lutz (2016) belum terlihat apakah ada perbedaan presentasi diri dan strategi yang ditampilkan dalam Tinder. Selain itu, profil Tinder versi terkini tidak hanya menampilkan foto tetapi juga deskripsi diri yang dapat dicitrakan oleh pengguna.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti menduga bahwa strategi presentasi diri pengguna Tinder tidak hanya melalui foto profil, tetapi juga melibatkan teks yang

ditampilkan. Leary & Kowalski (1990) serta Luo & Hancock (2020) juga menekankan bahwa seseorang perlu memiliki motivasi mengapa mereka harus menampilkan suatu presentasi diri dalam suatu konteks tertentu, sehingga dalam penggunaan Tinder, motivasi dapat terlihat tidak hanya dari tujuan mengakses Tinder tetapi juga dari pertimbangan pengguna untuk memilih konten profil yang akan ditampilkan.

Impresi daring juga sangat diatur oleh partisipan untuk meningkatkan citra diri dengan memilih informasi yang layak untuk ditampilkan dengan sangat hati-hati (Chambers, 2013). Terlepas dari banyaknya pengguna yang menggunakan *online dating* untuk tujuan positif, namun Simmons & Lee (2020) menemukan bahwa adanya individu yang menjadi korban penipuan akibat pemalsuan identitas oleh pengguna lain di dalam *online dating*. Oleh karena itu, penting untuk memperdalam pemahaman tentang hal-hal yang ditampilkan oleh pengguna Tinder sebagai bagian dari strategi untuk membentuk presentasi diri mereka, serta proses pertimbangan yang dilakukan untuk mencapai tujuan penggunaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam proses interaksi romantis secara daring, yang sepengetahuan penulis belum banyak dikaji melalui perspektif psikologi.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplorasi yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Kuesioner dengan pertanyaan terbuka disusun untuk mendapat informasi tentang hal-hal yang dipilih dan dianggap penting oleh partisipan untuk ditampilkan pada halaman profil *online dating*. Selain itu, peneliti juga melihat alasan yang mendasari pemilihan elemen-elemen tersebut.

Partisipan penelitian ini adalah para pengguna aktif aplikasi Tinder. Pengambilan partisipan dilakukan secara *convenient* melalui jejaring yang dimiliki peneliti dengan variasi maksimum yang bertujuan untuk menampilkan banyaknya variasi sesuai dengan

Commented [A35]: Ini tahap pertama kah?

Commented [A36R35]: Tidak, kami salah menuliskan. Hanya ada 1 tahap, penulisan sudah kami perbaiki.

tujuan penelitian untuk menemukan dan menjelaskan tema-tema penting yang mungkin muncul (Poerwandari, 2007). Dalam penelitian ini tidak ditetapkan batasan-batasan lain seperti usia atau jenis kelamin untuk menyeleksi sumber data karena yang terpenting adalah individu merupakan pengguna Tinder, berdomisili di Indonesia serta bersedia untuk menjadi partisipan penelitian sebagai kriteria inklusi. Hal ini dilakukan karena peneliti ingin melihat presentasi diri pengguna Tinder secara umum yang tampak sejak awal penggunaan Tinder.

Pengambilan data dilakukan secara **daring** untuk mengetahui motif penggunaan Tinder, persepsi tentang pengguna Tinder, elemen yang dimunculkan pada tampilan profil, dan alasan pemilihan tampilan tersebut. Terdapat tiga pertanyaan terbuka yang bertujuan untuk mengetahui alasan atau pertimbangan dalam pengisian profil, hal apa yang dilihat dari profil orang lain, dan persepsi yang dimiliki terhadap pengguna lain. Terkumpul sejumlah 383 responden (laki-laki 136, perempuan 247 orang) melalui *convenience* dan *snowball* sampling. Rata-rata usia partisipan adalah 24 tahun ($SD=3,46$), dengan rentang usia dari 17 hingga 35 tahun. Lokasi tempat tinggal partisipan beragam, meliputi Pulau Sumatera (3%), Kalimantan (2%), Sulawesi (1%) dan Bali (1%), namun 93% partisipan berada di provinsi di Pulau Jawa, dengan persentase terbanyak berada di area Jabodetabek (43%).

Dalam proses analisis, pertama-tama respon kuesioner **diperiksa** terlebih dahulu untuk menghilangkan error seperti jawaban yang kurang relevan pada *bogus item* dan pengisian yang tidak lengkap. Data kemudian diinput ke dalam perangkat lunak MAXQDA (versi 2020) untuk proses koding. Berdasarkan (Fielding, 2012), tematik koding untuk data dari pertanyaan terbuka dilakukan dengan pendekatan iteratif. Data dianalisis berdasarkan pertanyaan dengan menggunakan *words cloud* untuk mencari kata-kata terbanyak. Dalam mengkaji kata-kata terbanyak pada *words cloud*, peneliti mengeluarkan sejumlah kata yang tidak relevan seperti kata sambung (dan, dengan, di, dan sebagainya).

Setelah peneliti melihat kemiripan di antara kata-kata yang muncul, maka frekuensi kata tersebut dikelompokkan dan memberikan koding otomatis untuk respon kuesioner yang sesuai. Pada tahap terakhir, analisis dilakukan untuk mengelompokkan kode menjadi tema-tema dan melihat keterkaitan tema yang muncul dengan pertanyaan lainnya pada kuesioner.

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini terbagi ke dalam dua bagian. Bagian pertama fokus pada pemaparan karakteristik partisipan penelitian. Bagian kedua berisi deskripsi isi profil pengguna serta alasan pemilihan elemen profil.

Tabel 1. Status hubungan pengguna Tinder berdasarkan jenis kelamin dan rentang usia

Status Hubungan	Jenis Kelamin		Rentang Usia	
	L	P	17-25	26-34
Single (tidak sedang berpacaran/menikah)	88	137	165	60
Sedang berpacaran	42	93	93	42
Menikah	6	17	4	19
Total	136	247	262	121

Commented [A37]: Rentang usia sudah diperbaiki.

Tabel di atas menunjukkan status hubungan yang sedang dijalani oleh pengguna Tinder. Sebanyak 59% pengguna berstatus *single* atau dengan kata lain tidak sedang menjalani hubungan pacaran maupun pernikahan. Selain itu, dari 383 pengguna tersebut, sebanyak 35% orang sedang menjalani hubungan pacaran dan 6% sudah menikah. Mayoritas pengguna Tinder berada di rentang usia 17-25 tahun (68%).

Deskripsi Profil

Pada profil Tinder, terdapat 10 elemen yang dapat dipilih untuk ditampilkan oleh penggunanya. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa elemen terbanyak yang diisi oleh para pengguna adalah foto profil, nama, gender, dan biodata singkat (*about me*). Mayoritas pengguna Tinder menampilkan foto dalam profil mereka. Meskipun demikian,

terdapat beberapa pengguna yang tidak menampilkan foto diri mereka sendiri maupun yang memilih untuk tidak menyematkan foto.

Tabel 2. Gambaran Elemen profil Tinder (Laki-laki=136; Perempuan=247; Total=383)

Elemen profil	Laki-laki	Perempuan	Total	Tidak memasang
Foto	133 (98%)	235 (95%)	368 (97%)	15 (3%)
Nama	128 (94%)	232 (94%)	360 (94%)	23 (6%)
Gender	118 (87%)	204 (83%)	322 (84%)	61 (16%)
About Me	97 (71%)	180 (73%)	277 (72%)	106 (28%)
Spotify anthem	69 (51%)	120 (49%)	189 (49%)	197 (51%)
Nama sekolah / universitas	67 (49%)	89 (36%)	156 (41%)	227 (59%)
Tempat tinggal	58 (43%)	60 (24%)	118 (31%)	265 (69%)
Jabatan pekerjaan	44 (32%)	33 (13%)	77 (20%)	306 (80%)
Tautan akun Instagram	36 (26%)	40 (16%)	76 (20%)	307 (80%)
Nama perusahaan/ tempat bekerja	22 (16%)	11 (4%)	33 (9%)	350 (91%)

Commented [A38]: Pembaca akan kebingungan melihat persentase yang jika ditotal melebihi 100%. Penulis dapat menjelaskan 96% persen itu dibandingkan dengan apa? Apakah yang tidak memasang foto? Atau bagaimana?

Commented [A39R38]: Sudah dilengkapi.

Rata-rata foto profil yang ditampilkan sebanyak empat hingga lima foto, dari maksimum pemasangan foto sebanyak enam buah. Dalam penelitian ini hanya terdapat 15 orang (3%) yang tidak memasang foto pada profil Tinder mereka. Deskripsi foto profil para pengguna beragam, namun sebagian besar memilih foto *selfie* dan menunjukkan wajah ataupun badan. Disamping itu, ada juga foto profil yang menekankan pada adanya latar tertentu yang menunjukkan kehidupan pengguna seperti kegiatan sehari-hari, lokasi spesifik, dan hobi. Namun terdapat juga pengguna Tinder yang tidak menampilkan fotonya sendiri dan memilih gambar lucu (*meme*) untuk menggantikan foto dirinya.

Commented [A40]: Yang tidak memasang 5% dan yang memasang 96% maka totalnya 101%

Commented [A41R40]: Sudah diperbaiki.

Tabel 3. Contoh Kata-kata Yang Sering Muncul Dalam Mendeskripsikan Foto Profil

Personal	Lainnya
<i>Selfie</i> (143)	Latar (33)
Wajah (89)	<i>Traveling</i> (29)
Badan (81)	Tempat (16)
Senyum (29)	Meme (14)
Jelas (21)	Hobi (12)
Bagus (19)	

Selain foto, dari Tabel 1. terlihat para partisipan menyematkan nama dan gender sebagai identitas agar pengguna lain dapat mengenali mereka. Pengguna Tinder juga

dapat menuliskan secara singkat gambaran diri mereka dalam bagian *About Me*. Data penelitian menunjukkan sejumlah bahwa sejumlah 72% pengguna mengisi bagian ini. Pengguna dibebaskan untuk mengisi bagian *About Me*, sehingga terdapat variasi yang sangat beragam. Peneliti kemudian mencari tema yang paling sering muncul terkait isi dari deskripsi diri pada profil mereka. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 4. Tema Isi Bagian *About Me*

Tema	Contoh Jawaban Partisipan
Hobi	<i>"Bidang hobi", "Hobbies", "Hobi".</i>
Kesukaan	<i>"Not a drinker/smoker", "Interest", "Musik kesukaan", "TV serie kesukaan"</i>
Kutipan (quotes)	<i>"Quotes", "Motto",</i>
Kepribadian	<i>"Karakter kepribadian", "Personality", "MBTI", "ENFJ"</i>
Lelucon (jokes)	<i>"Tengo hambre (saya lapar)", "Apa bener, gurame kalau sedang lonely jadi gusepi?"</i>
Motif penggunaan	<i>"Not into sexual thingy", "Ingin mencari teman saja"</i>

Terdapat enam tema besar yang menggambarkan isi dari *About me* pengguna Tinder. Umumnya pengguna Tinder menyampaikan hal-hal yang dapat mendeskripsikan diri mereka seperti menyebutkan hobi, hal kesukaan, kutipan kata-kata favorit, gambaran kepribadian, serta kalimat lelucon. Selain itu, terdapat pula pengguna Tinder yang menyampaikan motif penggunaan mereka agar pengguna lain dapat mengetahui tujuan keberadaan mereka di Tinder.

Alasan pemilihan elemen profil

Hampir sebagian besar pengguna Tinder memasang foto yang merupakan fokus utama dalam profil Tinder. Bagi 62% pengguna Tinder, foto dianggap sebagai hal yang penting dalam *online dating*. Sekitar 97% pengguna Tinder memasang foto diri dan hanya 3% yang tidak memasang foto profil, atau dengan kata lain membiarkan bagian foto kosong. Alasan personal dan relasional menjadi pertimbangan penting bagi pengguna Tinder untuk menampilkan foto. Bagi sebagian besar pengguna laki-laki (49%), foto dianggap sebagai daya tarik utama agar dipilih oleh pengguna lainnya. Sedangkan bagi

pengguna perempuan, foto lebih dianggap sebagai suatu identitas dibandingkan hanya sekedar menarik *match* (55%). Meskipun penting bagi pengguna untuk menampilkan diri yang sesungguhnya, mereka tetap memikirkan beberapa hal yang perlu ditampilkan dan tidak dalam profil mereka, misalnya pekerjaan, karena dinilai akan mengganggu peran profesionalnya.

Analisis hasil penelitian juga menunjukkan adanya pertimbangan personal dan rasional yang dilakukan oleh para pengguna Tinder yang tidak menampilkan foto. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ada pertimbangan personal meliputi alasan ketidakpercayaan diri atau rasa malu serta pertimbangan kerahasiaan identitas pengguna. Selain motif personal, motif relasional juga melatarbelakangi alasan pengguna tidak menampilkan foto. Umumnya mereka ingin melihat respon pengguna lain terhadap profil-profil yang tidak menampilkan foto.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa foto profil menjadi identitas diri para pengguna Tinder yang dapat menjadi faktor penentu mendapatkan *match*. Meskipun demikian, bukan berarti pengguna yang tidak memasang foto tidak akan mendapatkan *match*. Pilihan untuk pemasangan foto dapat memberikan kesan terbuka dan mudah bergaul bagi pemilik profil tersebut. Selain itu, kejujuran juga menjadi salah satu kesan yang dapat terbangun dari pemasangan foto asli dan sesuai dengan kenyataan. Namun bagi pengguna yang tidak memasang foto profil, akan menimbulkan kesan misterius dan cenderung dianggap tidak serius oleh pengguna Tinder lainnya.

Partisipan penelitian ini juga memiliki pertimbangan tertentu dalam memilih foto mana yang akan mereka pasang. Secara umum, tampilan diri menjadi pertimbangan utama untuk menampilkan foto. Pandangan bahwa foto tersebut bagus secara keseluruhan menjadi hal penting dalam memilih foto yang akan ditampilkan. Hal ini juga

Commented [A42]: Ini informasi dari mana? Dari temuan penelitian ini kah? Jika iya, tekankan melalui kalimat pengantar

Commented [A43R42]: Sudah diperbaiki.

tidak lepas dari pandangan mereka akan persepsi fisik mereka seperti terlihat ganteng ataupun cantik.

Selain penilaian personal terhadap kualitas foto yang ada, pengguna Tinder juga mempertimbangkan apakah foto tersebut dirasa mewakili diri mereka yang sesungguhnya atau tidak. Dengan menampilkan foto yang sesuai dengan diri mereka yang sebenarnya, pengguna berasumsi bahwa pengguna lainnya akan melihat gambaran diri mereka yang asli melalui foto yang dipasang.

Tabel 4. Alasan pemilihan foto profil pengguna Tinder (Laki-laki=136; Perempuan=247; Total=383)

Aspek	Laki-laki	Perempuan	Total	Tidak mempertimbangkan
Penilaian personal terhadap foto	87 (64%)	147 (59%)	234 (61%)	149 (39%)
Persepsi fisik	66 (48%)	141 (57%)	207 (54%)	176 (46%)
Menampilkan diri sesungguhnya	19 (14%)	11 (4%)	30 (8%)	353 (92%)
Merepresentasikan diri	27 (20%)	74 (30%)	101 (26%)	282 (74%)
Keharusan dari Tinder	1 (1%)	4 (1%)	5 (1%)	378 (99%)

Commented [A44]: Concern saya sama seperti tabel sebelumnya

Commented [A45R44]: Sudah diperbaiki.

Selanjutnya, pemilihan foto dilakukan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang melibatkan konten dari foto itu sendiri yang memiliki makna-makna tertentu. Suasana atau latar foto menjadi salah satu hal yang dapat memberikan impresi tertentu terhadap diri pengguna. Kondisi tersebut dapat menggambarkan bahwa foto yang terpasang di profil Tinder sudah disusun sedemikian rupa agar menimbulkan kesan-kesan tertentu dari pengguna lain yang melihat profil tersebut di aplikasi mereka. Contoh lainnya adalah pemasangan objek acak atau foto-foto selain foto diri mereka sendiri. Pengguna tersebut ingin memberikan kesan misterius dan berusaha menarik perhatian dengan menampilkan hal-hal dianggap mencerminkan dirinya tanpa perlu menampilkan foto diri.

Apabila dibandingkan dengan foto profil, terdapat lebih sedikit pengguna Tinder yang mencantumkan deskripsi mengenai diri mereka. Isi dari bagian “Tentang Saya” (*About me*) pada profil Tinder didominasi oleh deskripsi diri, seperti usia, ketertarikan, hobi, hingga ciri-ciri fisik. Selain deskripsi diri yang dituliskan secara eksplisit, 34% pengguna Tinder menuliskan kalimat atau frasa tertentu yang dianggap mewakili diri mereka. Umumnya hal-hal yang disampaikan tersebut mengandung unsur humoris dan dianggap unik sehingga dapat menjadi tambahan nilai dalam menarik perhatian pengguna lainnya. Kalimat-kalimat ini disusun untuk menampilkan diri mereka secara implisit, atau melalui hal-hal yang disukai seperti hobi atau aktivitas kesukaan.

Beberapa pengguna juga menuliskan tujuan penggunaan Tinder pada bagian deskripsi diri. Hal ini bertujuan untuk menghindari mispersepsi dan untuk menyeleksi pengguna lain yang tidak memiliki tujuan penggunaan yang sama. Pengguna Tinder menuliskan deskripsi-deskripsi tersebut dengan berbagai motif. Pada penelitian ini, terdapat dua motif yang muncul yaitu motif relasional dan motif personal. Motif relasional merupakan pertimbangan pengguna yang berkaitan dengan interaksi yang diharapkan dengan orang lain, sedangkan motif personal adalah motif yang berasal dari internal individu sendiri.

Berbeda dengan foto profil, deskripsi diri umumnya ditampilkan karena motif relasional yang lebih tinggi dibandingkan motif personal. Motif relasional yang muncul dari hasil penelitian ini adalah topik percakapan dan mendapatkan *match*. Hal-hal yang ditampilkan dalam deskripsi diri banyak dimaksudkan sebagai pilihan topik pembicaraan setelah kecocokan terjadi. Sebanyak 122 partisipan (32%) menyatakan bahwa bagian deskripsi diri dapat menjadi petunjuk bagi *match* mereka untuk membahas hal-hal tersebut apabila melanjutkan percakapan melalui pesan singkat di Tinder. Banyak juga pengguna yang hanya memaparkan maksud untuk mendapatkan *match* dengan ketertarikan yang sama, entah akan berlanjut ke percakapan maupun tidak.

Tabel 5. Motif pengisian bagian “Tentang Saya (About me)” pada profil Tinder

Motif	Laki-laki	Perempuan	Total
Mengisi	103	181	284 (74%)
<u>Relasional</u>	69	138	207
Topik percakapan	41	82	122
Mendapatkan <i>match</i>	28	56	84
<u>Personal</u>	42	52	94
Identitas	33	34	66
Menjelaskan tujuan personal	11	18	29
Tidak mengisi	33	66	99 (26%)
<u>Personal</u>	17	59	76
Tidak penting	16	40	60
Sulit mendeskripsikan diri	7	18	25
Kerahasiaan	7	8	14
<u>Relasional</u>	2	7	9

Pengguna yang memilih motif personal, mengisi bagian deskripsi diri dengan mengarah kepada informasi identitas ataupun tujuan mereka dalam menggunakan Tinder. Meskipun demikian, terdapat 26% pengguna yang tidak menuliskan informasi apapun pada bagian deskripsi diri. Berlawanan dari pengguna yang mengisi deskripsi, motif personal menjadi alasan utama mengapa seseorang mengosongkan bagian deskripsi diri. Mereka memiliki pandangan bahwa deskripsi diri bukan merupakan hal yang penting pada profil Tinder. Beberapa pengguna juga merasa sulit untuk mendeskripsikan diri mereka dan lebih memilih untuk merahasiakan identitas yang lebih banyak.

Jika ada pengguna yang beranggapan bahwa isi deskripsi dapat menjadi kunci topik pembicaraan, maka di sisi lain ada pula pengguna yang memilih untuk menyembunyikan hal-hal personal mereka. Hal ini bertujuan agar mereka nantinya dapat memiliki percakapan yang lebih beragam dengan *match* dan menimbulkan rasa ingin tahu.

Pengguna Tinder memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam merepresentasikan diri mereka pada profil agar tujuan mereka tercapai. Kondisi diri yang aktual menjadi hal yang penting untuk ditampilkan pada profil mereka, untuk menghindari misrepresentasi dari pengguna lain. Sebanyak 86% pengguna Tinder

pernah melakukan pertemuan tatap muka. Kemungkinan akan pertemuan secara *offline* juga mendorong pengguna untuk menampilkan diri secara jujur.

Proses mereka untuk melakukan *swiping* di Tinder juga tidak lepas dari cara mereka dalam memberikan impresi yang terlihat pada profil orang lain. Impresi yang terbentuk dari profil orang lain umumnya memperlihatkan kesamaan dengan impresi yang mereka berikan dalam profil Tinder, begitu juga sebaliknya.

Tabel 6. Elemen Yang Dilihat Dari Profil Orang Lain

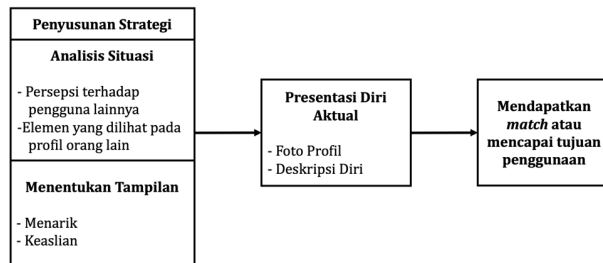
Elemen profile	Laki-laki (n=136)	Perempuan (n=247)	Total
Foto	115	212	327 (85%)
About me	84	159	243 (63%)
Pekerjaan/universitas	14	46	60 (16%)
Selera musik (<i>Spotify</i> <i>anthem</i>)	15	28	43 (11%)
Tautan Instagram	2	4	6 (2%)
Nama	1	8	9 (2%)
Gender	1	1	2 (1%)

Tak kalah penting juga, kesan bahwa Tinder adalah komunitas yang informal juga berpengaruh terhadap bagaimana presentasi diri disajikan. Kesimpulan ini diperoleh dari banyaknya kata-kata yang muncul dalam mempersepsikan pengguna lainnya. Sebagian besar pengguna menyimpulkan bahwa pengguna lain adalah orang yang sedang membangun pertemanan dan mencari jodoh atau pasangan. Selain tentang tujuan atau motif penggunaannya, persepsi bahwa ada rasa kesepian, situasi sedang luang, dan iseng juga mewarnai penilaian terhadap pengguna lain.

Tabel 7. Contoh Kata-kata Yang Sering Muncul Terkait Persepsi Pengguna Lainnya

Motif	Kondisi
Teman (53)	Kesepian (37)
Pasangan (50)	Gabut (29)
Jodoh (36)	Iseng (23)
Sex (9)	Bosan (16)
	<i>Terbuka</i> (15)
	Waktu (15)
	Butuh (14)
	Sibuk (11)

Untuk menggambarkan temuan yang telah disampaikan sebelumnya, maka proses pembentukan presentasi diri pengguna Tinder dapat dijabarkan dalam bagan berikut:



Gambar 1. Proses pembentukan presentasi diri dalam online dating

Diskusi

Hasil Aspek *performance* dalam teori Goffman (1956) mengarah pada bentuk presentasi diri yang terlihat dalam relasi antar manusia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan menghendaki agar profil Tinder perlu menunjukkan presentasi diri yang tepat bagi para penggunanya. Dengan demikian, tujuan mereka menggunakan Tinder dapat tercapai. Meskipun demikian, terdapat pertimbangan tertentu yang mendasari presentasi diri yang ditampilkan dalam profil pengguna Tinder. Attrill (2015b) menekankan bahwa dalam dunia maya, individu dapat memilih banyak cara untuk mempresentasikan diri mereka, mulai dari representasi yang sesungguhnya hingga menyusun persona berbeda dari kehidupan di kehidupan nyata.

Rui & Stefanone (2013) menekankan bahwa keragaman audiens dapat menentukan presentasi diri yang ditampilkan. Sejalan dengan argumen tersebut, pengguna Tinder dalam penelitian ini melakukan suatu analisis situasi yang dapat membantu mereka untuk menampilkan diri secara tepat. Keberadaan pengguna lain akan menjadi penonton imajiner yang dituju dalam penyampaian presentasi diri tersebut (Chambers, 2013),

Commented [A46]: Tolong gunakan konsep langsung dari online self-presentation untuk menjelaskan temuan ini, jangan menggunakan self-presentation klasik yang berbeda akar teorinya dan kurang sesuai konteksnya.

Coba cek jurnal-jurnal berikut ini:

1. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.101985>
2. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.111641>
3. <https://doi.org/10.1016/j.cresp.2021.100029>
4. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.022>
5. <https://doi.org/10.1080/15283488.2015.1089506>

Sedangkan dinamika psikologi pengguna Tinder bisa dicek di sini:

1. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1252412>
2. <https://doi.org/10.1080/23311908.2016.1162414>
3. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1494618>
4. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1414093>
5. <https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2099928>
6. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1572771>
7. <https://doi.org/10.1080/17459435.2020.1744697>

Commented [A47]: Kurang cocok jika membahas menggunakan teori ini karena basic teorinya adalah sosiologi dan berkembang menjadi salah satu topik populer di teori-teori komunikasi. Presentasi diri di sini adalah presentasi diri dalam dunia nyata. Penulis dapat mencari referensi mengenai online self-presentation yang sudah banyak muncul dan lebih kontekstual dalam menjelaskan temuan riset ini.

Commented [A48R47]: Sudah diperbaiki.

Commented [HA49]: edit

Commented [HA50]: Cek tata tulis

Commented [A51R50]: Sudah diperbaiki.

sehingga pengguna Tinder perlu memahami terlebih dahulu siapa saja yang akan menjadi publik mereka.

Attrill (2015b) juga menyampaikan bahwa dalam ranah *online*, pengguna tidak hanya perlu mengadaptasi presentasi diri mereka sesuai dengan situasi tertentu, tetapi mereka juga perlu mempertimbangkan siapa saja yang akan melihat tampilan mereka dan bagaimana mereka akan menunjukkannya. Namun kesulitannya, Tinder memberlakukan algoritma tertentu yang memastikan bahwa publik yang akan mereka temui hanya berdasarkan informasi singkat seperti usia, lokasi, dan gender. Dapat dikatakan bahwa interaksi awal yang dilakukan hanya bersifat satu arah, yaitu pengguna merespon apakah mereka menyukai profil lain yang muncul di akun mereka, begitu juga sebaliknya. Maka individu perlu memastikan orang lain mengevaluasi citra diri mereka secara positif dan menyesuaikannya dengan ekspektasi audiens (Rui & Stefanone, 2013; Schlosser, 2020).

Saat berinteraksi secara langsung atau di luar jaringan, individu dapat menggunakan stimulus verbal dan visual dalam presentasi dirinya. Namun, dengan keterbatasan pengaturan dalam media *online* maka individu hanya dapat mempresentasikan dirinya secara visual dan bergantung pada teks. MacLeod & McArthur (2019) menegaskan bahwa representasi diri yang dihasilkan oleh pengguna mencerminkan keterbatasan formal yang disebabkan oleh format presentasinya.

Profil pengguna Tinder, tersusun melalui konsep “aku” yang tampak pada pilihan foto, teks, dan format lain yang dipilih untuk mencari kehadiran pihak lain dan mengantisipasi respon maupun reaksi mereka (Chambers, 2013; Robinson, 2007). Foto akan menjadi fokus utama dalam profil Tinder yang tidak dapat dihindari oleh pengguna. Hal ini disebabkan oleh mode presentasi profil yang sebagian besar berbasis gambar (Krüger & Charlotte Spilde, 2020).

Foto profil juga dianggap dapat memberikan impresi tertentu secara implisit bagi pemilik akun, misalnya dari gaya, kualitas gambar, maupun latar belakang foto diambil.

Lebih lanjut, foto profil memiliki peran penting dalam *online dating* untuk menarik perhatian (Hitsch et al., 2010). Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa pengguna Tinder juga mempertimbangkan konteks situasi pada foto yang dianggap memiliki makna tertentu. Pengguna Tinder memilih foto yang dianggap dapat mewakili diri mereka, seperti foto yang menunjukkan aktivitas atau hobi tertentu. Kondisi ini sedikit berbeda dari penelitian Ward (2016) yang lebih menekankan pada fungsi foto dalam mengungkapkan hal-hal yang lebih jelas seperti ras dan usia. Foto profil dianggap dapat memberikan gambaran mengenai keseriusan hingga status sosial pemilik profil tersebut. Foto-foto yang tidak jelas atau memiliki kualitas gambar yang buruk akan memberikan kesan bahwa pemilik akun tidak serius. Sehingga dalam hal ini, bentuk presentasi diri yang ada dalam profil Tinder mungkin dipengaruhi oleh pengalaman mereka dalam menggunakan Tinder itu sendiri.

Meskipun demikian, **terdapat** beberapa pengguna Tinder yang memilih untuk tidak menampilkan foto profil dengan alasan personal. Namun umumnya tipikal pengguna seperti ini dianggap tidak lazim oleh pengguna lain karena fokus yang ditonjolkan oleh Tinder adalah foto. Temuan Fiore dkk. (2008) mengilustrasikan bahwa foto merupakan prediktor utama yang signifikan terhadap ketertarikan seseorang dalam *online dating*. Namun di sisi lain, komponen berbasis teks juga menjadi relevan untuk membentuk impresi karena tidak hanya mengandung isyarat makna yang dibuat secara sengaja, tetapi juga hal yang bersifat implisit yang tidak sengaja ditampilkan seseorang (Ellison dkk., 2006). Bahkan dalam penelitian Best dan Delmege (2012) mengungkapkan bahwa selain melihat foto, pengguna *online dating* juga mencari kesamaan dalam profil berbasis teks bahkan hingga kata-kata tertentu.

Pengguna Tinder melakukan pertimbangan dalam memilih foto dan deskripsi diri yang ditampilkan untuk memperkuat kesan yang ingin mereka tampilkan berdasarkan kondisi yang sebenarnya. Pada penelitian ini, pengguna Tinder memiliki tujuan yang

berbeda dalam menampilkan foto dan deskripsi diri berbentuk teks. Foto ditampilkan dengan tujuan identitas dan deskripsi diri ditujukan untuk membangun relasi. Meskipun demikian, kedua hal tersebut dapat saling memperkuat pembentukan impresi pengguna lain yang melihat profil mereka. Ellison dkk. (2006) menyimpulkan bahwa komponen tekstual mungkin sangat relevan dalam membentuk kesan karena tidak hanya berisi isyarat yang sengaja disusun seseorang, namun juga berisi isyarat implisit. Teks dalam profil kencan, hal implisit tersebut dianggap sama atau bahkan lebih penting untuk pembentukan kesan dibandingkan konten eksplisit karena dianggap lebih meyakinkan (Ellison dkk., 2006). Isyarat tersebut memiliki nilai jaminan yang tinggi karena diberikan secara tidak sengaja dan berguna untuk memperoleh kesan yang lebih akurat tentang diri pemilik profil yang sebenarnya (Wotipka & High, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh David & Cambre (2016) menggambarkan hanya sedikit pengguna Tinder yang menggunakan teks pada profil untuk menampilkan diri mereka. Namun dalam penelitian ini, lebih dari 50% pengguna mengisi bagian “About Me” untuk melengkapi informasi tentang diri mereka. Bahkan, terdapat beberapa pengguna yang lebih memilih untuk menampilkan teks saja dan tidak memasang fotonya. Padahal menurut Van der Zanden dkk. (2020), jika pada teks terdapat kesalahan bahasa, maka dapat memengaruhi daya tarik sosial-romantis seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa baik foto maupun deskripsi diri perlu disusun secara hati-hati untuk memperbesar keberhasilan daya tarik.

Penelitian lainnya yang dilakukan Wan & Yeung (2022) mencoba membandingkan strategi presentasi pengguna situs *online dating* di Amerika dan Cina yang dapat diklasifikasikan menjadi dua model, yaitu meningkatkan diri (*self-enhancement*) dan merendahkan diri (*self-effacement*). Pengguna di Amerika menggunakan menekankan pada atribut diri yang positif dan unggul serta menekankan keunikan dalam diri pribadi mereka sedangkan pengguna di Cina mengungkapkan pula hal-hal yang negatif hingga

pengungkapan perasaan kesepian (Wan & Yeung, 2022). Namun kedua strategi tersebut tidak selalu efektif untuk digunakan dalam menjalin relasi baru di dunia maya. Pada penelitian ini ditemukan bahwa sebagian besar pengguna Tinder berusaha untuk menunjukkan secara netral dan menggambarkan diri yang sesungguhnya agar membuka peluang relasi baru. Strategi ini serupa dengan apa yang disampaikan Arkin & Baumgardner (1986) dan Rauthmann (2011) bahwa penggunaan tampilan diri yang netral dan sederhana digunakan untuk menghindari penolakan dari orang lain. Kondisi ini tentu sangat berkaitan dengan tujuan penggunaan Tinder sebagai tempat bertemunya relasi baru.

Tinder dianggap sebagai arena yang bersifat santai, tidak kaku dan informal bagi para penggunanya. Sehingga mereka mengharapkan bahwa hubungan yang serius dapat diawali dari sesuatu yang bersifat santai dan menyenangkan. Hal ini tentu berpengaruh juga terhadap tanda implisit yang pada akhirnya tertuang dalam presentasi diri mereka. Selain itu, presentasi diri yang mereka tampilkan juga berguna untuk menyaring pengguna lain yang akan mereka sukai. Selain didorong oleh ketertarikan visual, kesamaan yang dirasakan juga menjadi pertimbangan untuk menyukai seseorang (Ward, 2016). Kondisi ini dapat membantu menjelaskan temuan penelitian ini, bahwa banyak dari pengguna Tinder yang menggambarkan hal-hal kesukaan mereka dalam profilnya, baik secara visual maupun tekstual.

Illouz (2007) menekankan bahwa untuk memulai pertemuan dengan orang lain secara virtual, maka penting untuk melakukan proses observasi diri yang reflektif, introspeksi, pelabelan diri, dan proses dinamis lainnya. Hal tersebut tentu berguna dalam memilih strategi presentasi diri dalam *online dating*. Dalam penelitian ini, sebagian besar pengguna Tinder mengarah pada hubungan intim atau romantis di kemudian hari. Seperti yang diutarakan Ellison dkk. (2006), pemilik akun yang menggunakan Tinder untuk tujuan hubungan romantis akan lebih termotivasi untuk menampilkan diri se-autentik

mungkin. Bagi responden penelitian ini, pertimbangan kejujuran dirasa perlu oleh pemilik profil, terlebih oleh pengguna yang pernah tertipu atau salah mempersepsikan profil orang lain. Pengguna yang menyembunyikan atau memanipulasi aspek presentasi diri mereka agar terlihat lebih baik mungkin bukan cara yang tepat untuk menghasilkan interaksi *offline* yang bertahan lama (Attrill, 2015a). Pengguna Tinder perlu menyusun profil yang karena pada akhirnya tujuan dari relasi yang terbangun secara *online* adalah bertemu secara langsung.

Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa kesan keterbukaan dan kejujuran menjadi salah satu daya tarik bagi pengguna untuk mencapai tujuan mereka. Selain itu, kondisi yang tidak menentu mengenai kondisi dalam aplikasi Tinder sebagai media *online* dan keberadaan orang asing dalam *platform* tersebut memungkinkan penggunaanya untuk mengekspresikan diri secara lebih jujur dan terbuka (Ellison et al., 2006). Hardey (2002) menambahkan bahwa keaslian merupakan kunci kesuksesan komunikasi pada dua orang yang tidak saling mengenal dan sama-sama ingin membangun hubungan yang jujur.

Apabila dilihat dalam konteks masyarakat Indonesia, usia rata-rata pengguna Tinder yang berkisar di usia 24 tahun cenderung memiliki tekanan sosial untuk menjalin hubungan romantis yang mengarah pada pernikahan. **Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenar) tahun 2016 (Isa, 2017)** menyatakan bahwa tren usia kawin pertama di Indonesia berkisar di usia 23 tahun untuk perempuan dan 27 tahun untuk laki-laki. Ada kemungkinan bahwa kejujuran yang ditampilkan dalam presentasi diri di Tinder terjadi karena adanya tekanan sosial untuk segera menikah dan seperti yang disimpulkan dalam penelitian Hardey (2002), hal ini dapat mengarah kepada kesuksesan untuk membangun hubungan yang jujur. Individu pada masa dewasa muda juga semakin mencari kepuasan fisik dan psikososial (seperti keintiman dan komitmen) dalam hubungan mereka (Sumter dkk., 2013). Pada akhirnya, banyak orang yang juga menggunakan teknologi online dating

untuk menjalin hubungan yang bermakna (Timmermans & Courtois, 2018), meskipun masih banyak perdebatan mengenai penggunaan *online dating* itu sendiri.

Kesimpulan

Penelitian ini memperlihatkan sejauh mana pengguna Tinder menampilkan presentasi diri dalam profil mereka dan seperti apa pertimbangan yang mereka gunakan dalam mencapai tujuan penggunaan. Presentasi diri yang aktual dapat terlihat dalam profil Tinder yang terdiri dari dua elemen, yaitu foto dan deskripsi diri. Bagi laki-laki, penggunaan Tinder mengarah pada hubungan romantis dan validasi diri. Sedangkan bagi pengguna perempuan, pemakaian Tinder bertujuan untuk menjalin hubungan pertemanan. Pengguna Tinder menampilkan *actual-self* yang dimunculkan secara selektif dengan mempertimbangkan iklim interaksi di dalam Tinder itu sendiri.

Konsep kejujuran dan keterbukaan individu dianggap perlu untuk digambarkan dalam presentasi diri pada profil Tinder. Meskipun tidak semua pengguna *online dating* bertujuan untuk menjalin relasi romantis, namun kejujuran dan keterbukaan penting agar para pengguna terhindar dari penolakan. Lebih lanjut, adanya kemungkinan untuk melanjutkan pertemuan secara tatap muka dan membangun relasi yang jujur juga akan lebih mudah jika pada saat berkenalan *online*, para pengguna menampilkan presentasi diri yang sesuai dengan kenyataan.

Keterbatasan dan saran

Limitasi penelitian ini terdapat pada cakupan responden yang berada di kota besar, mengingat adanya perbedaan budaya dan latar belakang, maka hasil penelitian ini bisa berbeda jika dilakukan di kota lainnya di Indonesia. Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka untuk pengembangan selanjutnya dapat dilakukan

Commented [A52]: Buat dalam 2 paragraf saja dan jangan berkepanjangan

Commented [HA53]: Belum direvisi

Commented [A54R53]: Sudah diperbaiki

beberapa saran. Penelitian ini merupakan penelitian eksplorasi, sehingga perlu dilakukan penelitian yang lebih dalam membahas proses interaksi di dalam arena Tinder itu sendiri, misalnya pertimbangan memulai percakapan, kata-kata yang digunakan saat memulai percakapan, pengambilan keputusan untuk bertemu secara tatap muka, dan sebagainya. Selanjutnya bagi para pengguna Tinder, penyajian presentasi diri dalam profil perlu dilakukan dengan sangat hati-hati. Kesan yang ingin dimunculkan perlu dipertimbangan secara matang agar tujuan penggunaan Tinder dapat tercapai, hal ini dapat dilakukan juga dengan memikirkan calon-calon potensial sesuai pengaturan yang sudah ditentukan (seperti lokasi, usia, jenis kelamin).

Daftar Pustaka

- Arkin, R. M., & Baumgardner, A. H. (1986). Self-Presentation and Self-Evaluation: Process of Self-Control and Social Control. In R. Baumeister (Ed.), *Public Self and Private Self (Springer Series in Social Psychology)* (1st ed., pp. 75–98). Springer-Verlag New York Inc.
- Attrill, A. (2015a). *Cyberpsychology*. Oxford University Press.
- Attrill, A. (2015b). *The manipulation of online self-presentation : create, edit, re-edit and present*. Palgrave Macmillan.
- Best, K., Delmege, S. (2012). The filtered encounter: online dating and the problem of filtering through excessive information. *Social Semiotics* 22(3): 237–258.
- Chambers, D. (2013). *Social Media and Personal Relationships*. Palgrave Macmillan London.
- Chen, S., van Tilburg, W. A. P., & Leman, P. J. (2023). Women's Self-Objectification and Strategic Self-Presentation on Social Media. *Psychology of Women Quarterly*, 47(2), 266–282. <https://doi.org/10.1177/03616843221143751>
- Cornwell, B., & Lundgren, D. C. (2001). Love on the Internet: Involvement and misrepresentation in romantic relationships in cyberspace vs. realspace. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 197–211. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(00\)00040-6](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(00)00040-6)
- David, G., & Cambre, C. (2016). Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic. *Social Media + Society*, 2(2), 2056305116641976. <https://doi.org/10.1177/2056305116641976>
- 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), 415–441. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>
- Fielding, N. (2012). Triangulation and Mixed Methods Designs Data Integration With New Research Technologies. *Journal of Mixed Methods Research*, 6, 124–136. <https://doi.org/10.1177/1558689812437101>
- Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science. *Psychological*

Commented [A55]: Cek lagi apakah semua sitasi yang muncul di tubuh naskah sudah ada di daftar pustaka? Coba cek lagi dengan hati-hati.

Commented [A56R55]: Sudah diperbaiki.

- Science in the Public Interest, Supplement*, 13(1), 3–66.
<https://doi.org/10.1177/1529100612436522>
- Fiore, A., Taylor, L., Mendelsohn, G., & Hearst, M. (2008). Assessing Attractiveness in Online Dating Profiles. In *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*. <https://doi.org/10.1145/1357054.1357181>
- Gatter, K., & Hodgkinson, K. (2016). On the differences between Tinder™ versus online dating agencies: Questioning a myth. An exploratory study. *Cogent Psychology*, 3(1). <https://doi.org/10.1080/23311908.2016.1162414>
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in internet dating. *Communication Research*, 33(2), 152–177.
<https://doi.org/10.1177/0093650205285368>
- Hardey, M. (2002). *Life beyond the screen: embodiment and identity through the internet*.
- Hitsch, G., Hortaçsu, A., & Ariely, D. (2010). Matching and Sorting in Online Dating. *American Economic Review*, 100(1), 130–163.
<https://doi.org/10.1257/aer.100.1.130>
- Hong, S., Jahng, M. R., Lee, N., & Wise, K. R. (2020). Do you filter who you are?: Excessive self-presentation, social cues, and user evaluations of Instagram selfies. *Computers in Human Behavior*, 104. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106159>
- Illouz, E. (2007). *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. Polity.
- Isa, M. (2017). *Brief Notes Tren Usia Perkawinan Pertama di Indonesia*.
https://drive.google.com/file/d/1aqAn9cpMlMy4v_PLdPckDyocRtjSM3f9/view
- Krüger, S., & Charlotte Spilde, A. (2020). Judging books by their covers–Tinder interface, usage and sociocultural implications. *Information Communication and Society*, 23(10), 1395–1410. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1572771>
- Leary, M., & Kowalski, R. (1990). Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. *Psychological Bulletin - PSYCHOL BULL*, 107, 34–47.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.1.34>
- Lidwina, A. (2021). *"Tinder, Aplikasi Kencan Daring Paling Banyak Digunakan di Indonesia,"* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/24/tinder-aplikasi-kencan-daring-paling-banyak-digunakan-di-indonesia> (accessed Nov. 20, 2022).
- Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. In *Current Opinion in Psychology* (Vol. 31, pp. 110–115). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.019>
- MacLeod, C., & McArthur, V. (2019). The construction of gender in dating apps: an interface analysis of Tinder and Bumble. *Feminist Media Studies*, 19(6), 822–840.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1494618>
- Myddleton, J., & Attrill, A. (2015). *Online Relationships*.
- Peng, K. (2020). *To be attractive or to be authentic? How two competing motivations influence self-presentation in online dating*. *Internet Research*, 30(4), 1143–1165. doi:10.1108/intr-03-2019-0095
- Poerwandari, E. K. (2007). *Pendekatan Kualitatif untuk Perilaku Manusia*. Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3).
- Ranzini, G., & Lutz, C. (2016). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 80–101.
<https://doi.org/10.1177/2050157916664559>
- Rauthmann, J. F. (2011). Acquisitive or protective self-presentation of dark personalities? Associations among the Dark Triad and self-monitoring. *Personality and Individual Differences*, 51(4), 502–508. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.05.008>

- Reed, P., Saunders, J. (2020). Sex differences in online assertive self-presentation strategies. *Personality and Individual Differences*, 166. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110214>
- Robinson, L. (2007). The cyberself: The self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. *New Media and Society*, 9(1), 93–110. <https://doi.org/10.1177/1461444807072216>
- Rozika, L., & Ramdhani, N. (2018). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan Online Self-Presentation pada Pengguna Instagram. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 2, 172. <https://doi.org/10.22146/gamajop.36941>
- Rui, J., & Stefanone, M. A. (2013). Strategic self-presentation online: A cross-cultural study. *Computers in Human Behavior*, 29(1), 110–118. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.022>
- Schlenker, B. R. (2012). Self-presentation. Dalam M. R. Leary & J. P. Tangney (Eds.), *Handbook of self and identity* (2nd ed., pp. 542–570). The Guilford Press.
- Schlosser, A. E. (2020). Self-disclosure versus self-presentation on social media. In *Current Opinion in Psychology* (Vol. 31, pp. 1–6). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.06.025>
- Simmons, M., & Lee, J. S. (2020). Catfishing: A Look into Online Dating and Impersonation. In G. Meiselwitz (Ed.), *Social Computing and Social Media. Design, Ethics, User Behavior, and Social Network Analysis* (pp. 349–358). Springer International Publishing.
- Sumter, S. R., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). Perceptions of love across the lifespan: Differences in passion, intimacy, and commitment. *International Journal of Behavioral Development*, 37(5), 417–427. <https://doi.org/10.1177/0165025413492486>
- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67–78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>
- Timmermans, E., & Courtois, C. (2018). From swiping to casual sex and/or committed relationships: Exploring the experiences of Tinder users. *Information Society*, 34(2), 59–70. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1414093>
- Toma, C. L. (2015). Online Dating. In *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication* (pp. 1–5). <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781118540190.wbeic118>
- Toma, C. L., Hancock, J. T., & Ellison, N. B. (2008). Separating fact from fiction: An examination of deceptive self-presentation in online dating profiles. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(8), 1023–1036.
- Van der Zanden, T., Schouten, A. P., Mos, M. B. J., & Krahmer, E. J. (2020). Impression formation on online dating sites: Effects of language errors in profile texts on perceptions of profile owners' attractiveness. *Journal of Social and Personal Relationships*, 37(3), 758–778. <https://doi.org/10.1177/0265407519878787>
- Wan, C. yue, & Yeung, W. Ian V. (2022). A socio-ecological approach to relationship goals and self-presentation strategies in American and Chinese online dating websites. *Current Research in Ecological and Social Psychology*, 3. <https://doi.org/10.1016/j.cresp.2021.100029>
- Ward, J. (2016). *Swiping, matching, chatting: Self-Presentation and self-disclosure on mobile dating apps*. 13, 81–95.
- Whitty, M. T., & Carr, A. N. (2006). Cyberspace romance: The psychology of online relationships. In *Cyberspace romance: The psychology of online relationships*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-0-230-20856-8>

6. Permohonan revisi template & rencana terbit



Maria Bramanwidyantari <mariabraman@unika.ac.id>

[JPS] Permohonan Revisi

Jurnal Psikologi Sosial -JPS <jurnalpsikologisosial@ui.ac.id>
To: Maria Bramanwidyantari <mariabraman@unika.ac.id>

Tue, Jul 23, 2024 at 9:35 AM

Terima kasih atas revisinya, kami juga meminta untuk melakukan perbaikan template terlebih dahulu.

Anda perlu melakukan perbaikan terkait dengan template penulisan sesuai dengan link berikut <http://jps.ui.ac.id/index.php/jps/about#author-guidelines> selain itu, harap sertakan halaman judul juga. Kami tunggu revisi templatnya akhir minggu ini. Mohon kerjasamanya, naskah ini direncanakan terbit di bulan Agustus.

Terima Kasih

[Quoted text hidden]

7. Bukti kirim revisi template & naskah untuk *galley proof*



Maria Bramanwidyantari <mariabraman@unika.ac.id>

[JPS] Permohonan Revisi

Maria Bramanwidyantari <mariabraman@unika.ac.id>
To: Jurnal Psikologi Sosial -JPS <jurnalpsikologisosial@ui.ac.id>

Mon, Jul 29, 2024 at 8:59 AM

Selamat pagi,

Berikut kami kirimkan naskah yang sudah disesuaikan dengan format dan halaman judul.
Apabila ada hal lain yang perlu kami lengkapi, mohon informasinya kembali.

Terima kasih atas pertimbangan untuk dapat menerbitkan naskah ini pada edisi bulan Agustus.

Regards,

Maria Bramanwidyantari (Riri)

[Quoted text hidden]

2 attachments

 **Naskah Pentingnya Keterbukaan dan Kejujuran dalam Presentasi Diri Studi Eksplorasi Pengguna Aplikasi Tinder.docx**
241K

 **Halaman Judul Pentingnya Keterbukaan dan Kejujuran dalam Presentasi Diri Studi Eksplorasi Pengguna Aplikasi Tinder.docx**
18K

Halaman Judul (*Title Page*) – Jurnal Psikologi Sosial
Pentingnya Keterbukaan dan Kejujuran dalam Presentasi Diri: Studi Eksplorasi Pengguna Aplikasi Tinder

Keterbukaan dan Kejujuran dalam Presentasi Diri

Penulis (*Author*)

Maria Bramanwidyantari^{1*}
mariabraman@unika.ac.id

Avin Fadilla Helmi²
avinpsi@ugm.ac.id

¹Fakultas Psikologi, Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang, Jawa Tengah

²Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Sleman, D.I. Yogyakarta

*Penulis untuk Korespondensi (*Corresponding author*)

Kata Kunci (*Keywords*)

Presentasi diri; *Online dating*; Tinder

Apakah riset/studi yang dicantumkan dalam manuskrip ini sudah memiliki kaji etik dan persetujuan partisipan? (*Ethics approval and consent to participate*)

a) Tersedia (*Available*)

Apakah data yang dicantumkan dalam manuskrip tersedia secara publik? (*Availability of data*)

a) Tidak Tersedia (*Not available*)

Apakah ada konflik kepentingan yang harus diungkap kepada pihak Jurnal Psikologi Sosial (JPS)? (*Competing interests*)

a) Penulis tidak memiliki konflik kepentingan yang harus diungkap (*Author has no conflict of interest to declare*)

Apakah riset/studi yang dicantumkan dalam manuskrip ini didanai oleh pihak tertentu? (*Funding*)

a) Tidak, riset ini tidak menerima bantuan dana dari pihak tertentu (*No, this research did not receive funding from certain party/parties*)

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgments*)

Tidak ada

Pentingnya Keterbukaan dan Kejujuran dalam Presentasi Diri: Studi Eksplorasi Pengguna Aplikasi Tinder

Abstrak

Manusia menyadari pentingnya memiliki pasangan. Namun, proses yang dilalui dalam mencapainya merupakan hal yang menantang. *Online dating* merupakan media untuk membangun hubungan romantis yang dapat dilakukan dengan mudah melalui sebuah aplikasi. Proses pengenalan antar pengguna dimulai dengan saling menyukai profil masing-masing yang dibantu oleh sistem algoritmik. Jadi, penting bagi pengguna Tinder untuk menampilkan diri secara strategis. Penelitian ini bertujuan untuk mengelaborasi proses pembentukan presentasi diri pada profil Tinder. Melalui analisis tematik terhadap hasil kuesioner yang melibatkan 383 pengguna platform *online dating* Tinder yang terpilih melalui *convenience* dan *snowball sampling*, ditemukan bahwa presentasi diri yang sebenarnya merupakan poin penting bagi pengguna *online dating* yang menekankan aspek kejujuran dan keterbukaan. Perbedaan motivasi pengguna *online dating* tidak menyebabkan perbedaan pandangan presentasi diri di antara pengguna Tinder. Diri pengguna yang sebenarnya dalam profil *online dating* ditampilkan secara selektif dengan mempertimbangkan iklim interaksi informal di Tinder.

Kata kunci: Presentasi diri, *online dating*, Tinder

Abstract

Humans realize the importance of having a partner. However, the process involved in achieving this is challenging. Online dating has become a medium to build romantic relationships that can be done easily through an application. The process of getting to know each other between Tinder users begins with liking each other's profiles which is assisted by an algorithmic system. So, Tinder users need to present themselves strategically. This study elaborates on the process of forming a self-presentation on a Tinder profile. Through a thematic analysis of the results of a questionnaire involving 383 Tinder online dating users, who were selected through convenience and snowball sampling, it was found that true self-presentation is an important point for online dating users who emphasize honesty and openness. Differences in the motivation of online dating users do not cause differences in views of self-presentation among Tinder users. Users' true selves in online dating profiles are displayed selectively taking into account the informal interaction climate on Tinder.

Keywords: Self-presentation, online dating, Tinder

Pendahuluan

Manusia menyadari pentingnya untuk memiliki pasangan dan mengakui bahwa menemukan pasangan yang tepat merupakan hal yang menantang (Attrill, 2015a) sehingga mereka mencari bantuan tertentu untuk menolong mereka dalam menemukan pasangan yang diinginkan (Finkel dkk., 2012; Gatter & Hodkinson, 2016). Jika pada dekade sebelumnya bantuan ini bisa diperoleh dalam bentuk biro jodoh, baik secara langsung maupun melalui surat kabar, maka di masa kini salah satu cara untuk mendapatkan kesempatan membangun relasi romantis tersebut adalah dengan menggunakan situs web atau aplikasi kencan.

Proses komunikasi antara dua orang atau lebih di era modern banyak menggunakan media digital. Hal ini dikenal dengan istilah *computer-mediated communication* atau CMC (Attrill,

2015a) yang dapat mengubah interaksi manusia ke arah hal-hal yang bersifat daring. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan internet dalam beberapa dekade, proses pengenalan untuk tujuan hubungan romantis akhirnya dapat dilakukan secara daring atau lebih dikenal dengan istilah *online dating* (Attrill, 2015a; Toma, 2015).

Sejak kemunculannya di tahun 1997, Myddleton & Attrill (2015) mengemukakan bahwa online dating berkembang di berbagai wilayah dan kemungkinan untuk bertemu dengan pasangan secara daring meningkat seiring dengan pertumbuhan teknologi Web 2.0, yang merupakan generasi *world wide web*. Namun dengan akses yang lebih mudah dan tampilan yang lebih menarik, maka aplikasi *online dating* lebih banyak digunakan dibandingkan situs web serupa. Selain itu, aplikasi *online dating* memiliki keunikan

daripada website secara umum, misalnya aplikasi dapat menerima notifikasi sehingga penggunanya dapat lebih terkoneksi sepanjang hari dengan aplikasi tersebut (Sumter dkk., 2017).

Saat ini, berbagai aplikasi yang beredar memiliki variasi cara keterhubungan pengguna dengan calon potensial, antara lain sistem seleksi mandiri, seleksi dengan bantuan sistem, dan gabungan dari keduanya (Toma, 2015). Tinder, sebagai salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan di Indonesia (Lidwina, 2021) menggunakan sistem seleksi gabungan. Pengguna Tinder dapat menentukan terlebih dahulu kriteria pasangan yang diinginkan, lalu setelah diatur oleh sistem, pengguna dapat menentukan sendiri ketertarikannya pada pengguna lain yang muncul dalam bentuk tampilan profil di halaman utama aplikasi. Pengguna dapat menggeser tampilan (*swiping*) ke kanan jika tertarik atau ke kiri jika tidak menyukainya.

Myddleton & Attrill (2015) menyatakan bahwa dalam membangun relasi *online*, ditentukan oleh 3 hal yaitu; *homophily*, *physical attraction*, dan *self-disclosure*. Ketiga hal ini dapat menjadi pertimbangan saat menampilkan diri di seting daring. Misalnya, seseorang akan lebih mudah membangun relasi dengan orang lain yang memiliki kesamaan latar belakang ataupun hobi. Ketertarikan fisik juga membuat pengguna *online dating* akhirnya menampilkan foto-foto diri yang dianggap menarik. Selain kedua unsur tersebut, keterbukaan diri seseorang juga menjadi salah satu hal yang penting dalam membangun relasi daring. Pengungkapan diri secara sederhana dapat diartikan sebagai kemauan individu untuk membagikan informasi tentang dirinya kepada individu lain atau kelompok (Cozby dalam Myddleton & Attrill, 2015), sehingga dapat disimpulkan jika ketiga hal di atas diterapkan dalam presentasi diri maka ada kemungkinan berhasil dalam menjalin relasi baru.

Seseorang yang melakukan interaksi secara daring dapat mempresentasikan dirinya secara lebih leluasa, sesuai keinginan (Peng, 2020; Rozika & Ramdhani, 2018). Meskipun demikian, pengguna *online dating* berada pada suatu kondisi bimbang antara mempresentasikan diri yang sesungguhnya atau menampilkan diri dengan sangat positif atau ideal (Peng, 2020). Dalam menentukannya, komunikasi strategis termasuk berbohong, sering muncul ketika individu ingin terlihat lebih disukai oleh orang lain (Schlenker, 2012). Salah satu contoh dari hal tersebut tampak dalam hasil penelitian Reed dan Saunders (2020), bahwa perempuan mengunggah dan mengedit lebih

banyak swafoto dibandingkan laki-laki. Hong dkk. (2020) serta Peng (2020) juga menambahkan bahwa ranah daring memberikan pengguna kesempatan untuk melebih-lebihkan presentasi diri atau membangun citra diri hingga mengarah kepada penipuan yang mungkin terjadi. Hal ini disebabkan karena dalam *online dating*, terdapat keterbatasan akses untuk mengetahui tanda visual maupun verbal, melakukan observasi terhadap perilaku sehingga hanya bergantung pada apa yang ditampilkan orang lain (Chen dkk, 2023).

Gibbs dkk. (2006) menyimpulkan bahwa mayoritas pengguna *online dating* menampilkan kejujuran dalam aktivitas mereka di *online dating*. Temuan bahwa presentasi diri dalam *online dating* ditampilkan sesuai kondisi sebenarnya juga ditemukan dalam penelitian Ranzini & Lutz (2016). Harga diri menjadi prediktor utama untuk mendorong presentasi diri yang sesungguhnya (*true self-presentation*) pengguna Tinder (Ranzini & Lutz, 2016). Dalam penelitian tersebut juga ditemukan bahwa tampilan presentasi diri yang sebenarnya juga dipengaruhi oleh motif penggunaan Tinder. Misalnya, perempuan lebih cenderung menggunakan Tinder untuk hubungan pertemanan dan validasi diri, sedangkan laki-laki menggunakan Tinder untuk *hooking up* (kebutuhan seks) dan mencari relasi romantis (Ranzini & Lutz, 2016).

Ward di tahun 2016 melakukan penelitian yang lebih menekankan pada keterkaitan motivasi dan pembentukan manajemen impresi pada pengguna Tinder. Penelitian yang dilakukan dengan pendekatan *grounded-theory* dengan wawancara mendalam ini menyimpulkan bahwa motivasi penggunaan Tinder berubah seiring berjalannya waktu. Selain itu, foto profil dipilih oleh pengguna untuk menampilkan diri yang ideal dan otentik yang tidak hanya ditujukan untuk ketertarikan tetapi juga menunjukkan tingkat pendidikan mereka (Ward, 2016). Namun terkait dengan perbedaan tujuan penggunaan antara laki-laki dan perempuan yang sebelumnya disampaikan pada penelitian Ranzini & Lutz (2016) belum terlihat apakah ada perbedaan presentasi diri dan strategi yang ditampilkan dalam Tinder. Selain itu, profil Tinder versi terkini tidak hanya menampilkan foto tetapi juga deskripsi diri yang dapat dicitrakan oleh pengguna.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti menduga bahwa strategi presentasi diri pengguna Tinder tidak hanya melalui foto profil, tetapi juga melibatkan teks yang ditampilkan. Leary & Kowalski (1990) serta Luo & Hancock (2020) juga menekankan bahwa seseorang perlu memiliki motivasi mengapa mereka harus

menampilkan suatu presentasi diri dalam suatu konteks tertentu, sehingga dalam penggunaan Tinder, motivasi dapat terlihat tidak hanya dari tujuan mengakses Tinder tetapi juga dari pertimbangan pengguna untuk memilih konten profil yang akan ditampilkan.

Impresi daring juga sangat diatur oleh partisipan untuk meningkatkan citra diri dengan memilih informasi yang layak untuk ditampilkan dengan sangat hati-hati (Chambers, 2013). Terlepas dari banyaknya pengguna yang menggunakan *online dating* untuk tujuan positif, namun Simmons & Lee (2020) menemukan bahwa adanya individu yang menjadi korban penipuan akibat pemalsuan identitas oleh pengguna lain di dalam *online dating*. Oleh karena itu, penting untuk memperdalam pemahaman tentang hal-hal yang ditampilkan oleh pengguna Tinder sebagai bagian dari strategi untuk membentuk presentasi diri mereka, serta proses pertimbangan yang dilakukan untuk mencapai tujuan penggunaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam proses interaksi romantis secara daring, yang sepengetahuan penulis belum banyak dikaji melalui perspektif psikologi.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplorasi yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Kuesioner dengan pertanyaan terbuka disusun untuk mendapat informasi tentang hal-hal yang dipilih dan dianggap penting oleh partisipan untuk ditampilkan pada halaman profil online dating. Selain itu, peneliti juga melihat alasan yang mendasari pemilihan elemen-elemen tersebut.

Partisipan Penelitian

Partisipan penelitian ini adalah para pengguna aktif aplikasi Tinder. Pengambilan partisipan dilakukan secara convenient melalui jejaring yang dimiliki peneliti dengan variasi maksimum yang bertujuan untuk menampilkan banyaknya variasi sesuai dengan tujuan penelitian untuk menemukan dan menjelaskan tema-tema penting yang mungkin muncul (Poerwandari, 2007).

Dalam penelitian ini tidak ditetapkan batasan-batasan lain seperti usia atau jenis kelamin untuk menyeleksi sumber data karena yang terpenting adalah individu merupakan pengguna Tinder, berdomisili di Indonesia serta bersedia untuk menjadi partisipan penelitian sebagai kriteria inklusi. Hal ini dilakukan karena peneliti ingin melihat presentasi diri pengguna

Tinder secara umum yang tampak sejak awal penggunaan Tinder.

Terkumpul sejumlah 383 responden (laki-laki 136, perempuan 247 orang) melalui convenience dan snowball sampling. Rata-rata usia partisipan adalah 24 tahun ($SD=3,46$), dengan rentang usia dari 17 hingga 35 tahun. Lokasi tempat tinggal partisipan beragam, meliputi Pulau Sumatera (3%), Kalimantan (2%), Sulawesi (1%) dan Bali (1%), namun 93% partisipan berada di provinsi di Pulau Jawa, dengan persentase terbanyak berada di area Jabodetabek (43%).

Pengambilan dan Analisis Data

Pengambilan data dilakukan secara daring untuk mengetahui motif penggunaan Tinder, persepsi tentang pengguna Tinder, elemen yang dimunculkan pada tampilan profil, dan alasan pemilihan tampilan tersebut. Terdapat tiga pertanyaan terbuka yang bertujuan untuk mengetahui alasan atau pertimbangan dalam pengisian profil, hal apa yang dilihat dari profil orang lain, dan persepsi yang dimiliki terhadap pengguna lain.

Dalam proses analisis, pertama-tama respon kuesioner diperiksa terlebih dahulu untuk menghilangkan eror seperti jawaban yang kurang relevan pada *bogus item* dan pengisian yang tidak lengkap. Data kemudian diinput ke dalam perangkat lunak MAXQDA (versi 2020) untuk proses koding. Berdasarkan (Fielding, 2012), tematik koding untuk data dari pertanyaan terbuka dilakukan dengan pendekatan iteratif.

Data dianalisis berdasarkan pertanyaan dengan menggunakan *words cloud* untuk mencari kata-kata terbanyak. Dalam mengkaji kata-kata terbanyak pada *words cloud*, peneliti mengeluarkan sejumlah kata yang tidak relevan seperti kata sambung (dan, dengan, di, dan sebagainya). Setelah peneliti melihat kemiripan di antara kata-kata yang muncul, maka frekuensi kata tersebut dikelompokkan dan memberikan koding otomatis untuk respon kuesioner yang sesuai. Pada tahap terakhir, analisis dilakukan untuk mengelompokkan kode menjadi tema-tema dan melihat keterkaitan tema yang muncul dengan pertanyaan lainnya pada kuesioner.

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini terbagi ke dalam dua bagian. Bagian pertama fokus pada pemaparan karakteristik partisipan penelitian. Bagian kedua berisi deskripsi isi profil pengguna serta alasan pemilihan elemen profil.

Tabel 1 menunjukkan status hubungan yang sedang dijalani oleh pengguna Tinder. Sebanyak 59% pengguna berstatus lajang atau dengan kata lain tidak sedang menjalani hubungan pacaran maupun pernikahan. Selain

itu, dari 383 pengguna tersebut, sebanyak 35% orang sedang menjalani hubungan pacaran dan 6% sudah menikah. Mayoritas pengguna Tinder berada di rentang usia 17-25 tahun (68%).

Tabel 1

Status hubungan pengguna Tinder berdasarkan jenis kelamin dan rentang usia

Status Hubungan	Jenis Kelamin		Rentang Usia	
	L	P	17-25	26-34
Lajang (tidak sedang berpacaran/menikah)	88	137	165	60
Sedang berpacaran	42	93	93	42
Menikah	6	17	4	19
Total	136	247	262	121

Deskripsi Profil

Pada profil Tinder, terdapat 10 elemen yang dapat dipilih untuk ditampilkan oleh penggunanya. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa elemen terbanyak yang diisi oleh para pengguna adalah foto profil, nama, gender, dan

biodata singkat (*about me*). Mayoritas pengguna Tinder menampilkan foto dalam profil mereka. Meskipun demikian, terdapat beberapa pengguna yang tidak menampilkan foto diri mereka sendiri maupun yang memilih untuk tidak menyematkan foto.

Tabel 2

Gambaran Elemen Profil Tinder

Elemen profil	Laki-laki	Perempuan	Total	Tidak memasang
Foto	133 (98%)	235 (95%)	368 (97%)	15 (3%)
Nama	128 (94%)	232 (94%)	360 (94%)	23 (6%)
Gender	118 (87%)	204 (83%)	322 (84%)	61 (16%)
About Me	97 (71%)	180 (73%)	277 (72%)	106 (28%)
Spotify anthem	69 (51%)	120 (49%)	189 (49%)	197 (51%)
Nama sekolah / universitas	67 (49%)	89 (36%)	156 (41%)	227 (59%)
Tempat tinggal	58 (43%)	60 (24%)	118 (31%)	265 (69%)
Jabatan pekerjaan	44 (32%)	33 (13%)	77 (20%)	306 (80%)
Tautan akun Instagram	36 (26%)	40 (16%)	76 (20%)	307 (80%)
Nama perusahaan/ tempat bekerja	22 (16%)	11 (4%)	33 (9%)	350 (91%)

Keterangan: N=383, Laki-laki=136, Perempuan=247, setiap responden dapat mengisi lebih dari satu jawaban.

Rata-rata foto profil yang ditampilkan sebanyak empat hingga lima foto, dari maksimum pemasangan foto sebanyak enam buah. Dalam penelitian ini hanya terdapat 15 orang (3%) yang tidak memasang foto pada profil Tinder mereka. Deskripsi foto profil para pengguna beragam, namun sebagian besar memilih foto selfie dan menunjukkan wajah

ataupun badan. Disamping itu, ada juga foto profil yang menekankan pada adanya latar tertentu yang menunjukkan kehidupan pengguna seperti kegiatan sehari-hari, lokasi spesifik, dan hobi. Namun terdapat juga pengguna Tinder yang tidak menampilkan fotonya sendiri dan memilih gambar lucu (meme) untuk menggantikan foto dirinya.

Gambar 1

Contoh Kata-kata Yang Sering Muncul Dalam Mendeskripsikan Foto Profil dan Frekuensinya

Personal				Lainnya	
			Senyum, 29	Traveling, 29	Latar, 33
			Jelas, 21		
			Bagus, 19	Tempat, 16	
Selfie, 143	Wajah, 89	Badan, 81		Meme, 14	Hobi, 12

Selain foto, dari Tabel 2. terlihat para partisipan menyematkan nama dan gender sebagai identitas agar pengguna lain dapat mengenali mereka. Pengguna Tinder juga dapat menuliskan secara singkat gambaran diri mereka dalam bagian *About Me*. Data penelitian menunjukkan sejumlah bahwa sejumlah 72% pengguna

mengisi bagian ini. Pengguna dibebaskan untuk mengisi bagian *About Me*, sehingga terdapat variasi yang sangat beragam. Peneliti kemudian mencari tema yang paling sering muncul terkait isi dari deskripsi diri pada profil mereka. Secara rinci dapat dilihat pada Gambar 1.

Tabel 3

Tema Isi Bagian Deskripsi Diri (About Me)

Tema	Contoh Jawaban Partisipan
Hobi	"Bidang hobi", "Hobbies", "Hobi".
Kesukaan	"Not a drinker/smoker", "Interest", "Musik kesukaan", "TV serie kesukaan"
Kutipan (quotes)	"Quotes", "Motto",
Kepribadian	"Karakter kepribadian", "Personality", "MBTI", "ENFJ"
Lelucon (jokes)	"Tengo hambre (saya lapar)", "Apa bener, gurame kalau sedang lonely jadi gusepi?"
Motif penggunaan	"Not into sexual thingy", "Ingin mencari teman saja"

Tabel 3 di atas menunjukkan terdapat enam tema besar yang menggambarkan isi dari deskripsi diri pengguna Tinder. Umumnya pengguna Tinder menyampaikan hal-hal yang dapat mendeskripsikan diri mereka seperti menyebutkan hobi, hal kesukaan, kutipan kata-kata favorit, gambaran kepribadian, serta kalimat lelucon. Selain itu, terdapat pula pengguna Tinder yang menyampaikan motif penggunaan mereka agar pengguna lain dapat mengetahui tujuan keberadaan mereka di Tinder.

Alasan Pemilihan Elemen Profil

Hampir sebagian besar pengguna Tinder memasang foto yang merupakan fokus utama dalam profil Tinder. Bagi 62% pengguna Tinder, foto dianggap sebagai hal yang penting dalam online dating. Sekitar 97% pengguna Tinder memasang foto diri dan hanya 3% yang tidak memasang foto profil, atau dengan kata lain membiarkan bagian foto kosong. Alasan personal dan relasional menjadi pertimbangan penting bagi pengguna Tinder untuk menampilkan foto.

Bagi sebagian besar pengguna laki-laki (49%), foto dianggap sebagai daya tarik utama agar dipilih oleh pengguna lainnya. Sedangkan bagi pengguna perempuan, foto lebih dianggap sebagai suatu identitas dibandingkan hanya sekadar menarik *match* (55%). Meskipun penting bagi pengguna untuk menampilkan diri yang sesungguhnya, mereka tetap memikirkan beberapa hal yang perlu ditampilkan dan tidak dalam profil mereka, misalnya pekerjaan, karena dinilai akan mengganggu peran profesionalnya.

Analisis hasil penelitian juga menunjukkan adanya pertimbangan personal dan rasional yang dilakukan oleh para pengguna Tinder yang tidak menampilkan foto. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ada pertimbangan personal meliputi alasan ketidakpercayaan diri atau rasa malu serta pertimbangan kerahasiaan identitas pengguna. Selain motif personal, motif relasional juga melatarbelakangi alasan pengguna tidak menampilkan foto. Umumnya mereka ingin melihat respon pengguna lain terhadap profil-profil yang tidak menampilkan foto.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa foto profil menjadi identitas diri para pengguna Tinder yang dapat menjadi faktor penentu mendapatkan *match* (pengguna lain yang disukai namun juga menyukai pengguna tersebut). Meskipun demikian, bukan berarti pengguna yang tidak memasang foto tidak akan mendapatkan *match*. Pilihan untuk pemasangan foto dapat memberikan kesan terbuka dan mudah bergaul bagi pemilik profil tersebut. Selain itu, kejujuran juga menjadi salah satu kesan yang dapat terbangun dari pemasangan foto asli dan sesuai dengan kenyataan. Namun bagi pengguna yang tidak memasang foto profil, akan menimbulkan kesan misterius dan cenderung dianggap tidak serius oleh pengguna Tinder lainnya.

Partisipan penelitian ini juga memiliki pertimbangan tertentu dalam memilih foto mana

yang akan mereka pasang. Secara umum, tampilan diri menjadi pertimbangan utama untuk menampilkan foto. Pandangan bahwa foto tersebut bagus secara keseluruhan menjadi hal penting dalam memilih foto yang akan ditampilkan. Hal ini juga tidak lepas dari pandangan mereka akan persepsi fisik mereka seperti terlihat ganteng ataupun cantik.

Selain penilaian personal terhadap kualitas foto yang ada, pengguna Tinder juga mempertimbangkan apakah foto tersebut dirasa mewakili diri mereka yang sesungguhnya atau tidak. Dengan menampilkan foto yang sesuai dengan diri mereka yang sebenarnya, pengguna berasumsi bahwa pengguna lainnya akan melihat gambaran diri mereka yang asli melalui foto yang dipasang.

Tabel 4

Alasan Pemilihan Foto Profil Pengguna Tinder

Aspek	Laki-laki	Perempuan	Total	Tidak mempertimbangkan
Penilaian personal terhadap foto	87 (64%)	147 (59%)	234 (61%)	149 (39%)
Persepsi fisik	66 (48%)	141 (57%)	207 (54%)	176 (46%)
Menampilkan diri sesungguhnya	19 (14%)	11 (4%)	30 (8%)	353 (92%)
Merepresentasikan diri	27 (20%)	74 (30%)	101 (26%)	282 (74%)
Keharusan dari Tinder	1 (1%)	4 (1%)	5 (1%)	378 (99%)

Keterangan: N=383, Laki-laki=136, Perempuan=247, setiap responden dapat menjawab pada lebih dari satu aspek.

Selanjutnya, pada Tabel 4 terlihat pemilihan foto dilakukan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang melibatkan konten dari foto itu sendiri, yang memiliki makna-makna tertentu. Suasana atau latar foto menjadi salah satu hal yang dapat memberikan impresi tertentu terhadap diri pengguna. Kondisi tersebut dapat menggambarkan bahwa foto yang terpasang di profil Tinder sudah disusun sedemikian rupa agar menimbulkan kesan-kesan tertentu dari pengguna lain yang melihat profil tersebut di aplikasi mereka.

Contoh lainnya adalah pemasangan objek acak atau foto-foto selain foto diri mereka sendiri. Pengguna tersebut ingin memberikan kesan misterius dan berusaha menarik perhatian dengan menampilkan hal-hal dianggap mencerminkan dirinya tanpa perlu menampilkan foto diri.

Apabila dibandingkan dengan foto profil, terdapat lebih sedikit pengguna Tinder yang mencantumkan deskripsi mengenai diri mereka. Isi dari bagian "Tentang Saya" (About me) pada profil Tinder didominasi oleh deskripsi diri,

seperti usia, ketertarikan, hobi, hingga ciri-ciri fisik. Selain deskripsi diri yang dituliskan secara eksplisit, 34% pengguna Tinder menuliskan kalimat atau frasa tertentu yang dianggap mewakili diri mereka.

Umumnya hal-hal yang disampaikan tersebut mengandung unsur humoris dan dianggap unik sehingga dapat menjadi tambahan nilai dalam menarik perhatian pengguna lainnya. Kalimat-kalimat ini disusun untuk menampilkan diri mereka secara implisit, atau melalui hal-hal yang disukai seperti hobi atau aktivitas kesukaan.

Beberapa pengguna juga menuliskan tujuan penggunaan Tinder pada bagian deskripsi diri. Hal ini bertujuan untuk menghindari mispersepsi dan untuk menyeleksi pengguna lain yang tidak memiliki tujuan penggunaan yang sama. Pengguna Tinder menuliskan deskripsi-deskripsi tersebut dengan berbagai motif. Pada penelitian ini, terdapat dua motif yang muncul yaitu motif relasional dan motif personal.

Motif relasional merupakan pertimbangan pengguna yang berkaitan dengan interaksi yang

diharapkan dengan orang lain, sedangkan motif personal adalah motif yang berasal dari internal individu sendiri.

Berbeda dengan foto profil, deskripsi diri umumnya ditampilkan karena motif relasional yang lebih tinggi dibandingkan motif personal. Motif relasional yang muncul dari hasil penelitian ini adalah topik percakapan dan mendapatkan *match*. Hal-hal yang ditampilkan dalam deskripsi diri banyak dimaksudkan sebagai pilihan topik pembicaraan setelah kecocokan terjadi.

Sebanyak 122 partisipan (32%) menyatakan bahwa bagian deskripsi diri dapat menjadi petunjuk bagi *match* mereka untuk membahas hal-hal tersebut apabila melanjutkan percakapan melalui pesan singkat di Tinder. Banyak juga pengguna yang hanya memaparkan maksud untuk mendapatkan *match* dengan ketertarikan yang sama, entah akan berlanjut ke percakapan maupun tidak.

Tabel 5

Frekuensi Motif Pengisian Bagian "Tentang Saya (About me)" Pada Profil Tinder

Motif	Laki-laki	Perempuan	Total
Mengisi	103	181	284 (74%)
<u>Relasional</u>	69	138	207
Topik percakapan	41	82	122
Mendapatkan <i>match</i>	28	56	84
<u>Personal</u>	42	52	94
Identitas	33	34	66
Menjelaskan tujuan personal	11	18	29
Tidak mengisi	33	66	99 (26%)
<u>Personal</u>	17	59	76
Tidak penting	16	40	60
Sulit mendeskripsikan diri	7	18	25
Kerahasiaan	7	8	14
<u>Relasional</u>	2	7	9

Pengguna yang memilih motif personal, mengisi bagian deskripsi diri dengan mengarah kepada informasi identitas ataupun tujuan mereka dalam menggunakan Tinder. Meskipun demikian, terdapat 26% pengguna yang tidak menuliskan informasi apapun pada bagian deskripsi diri. Berlawanan dari pengguna yang mengisi deskripsi, motif personal menjadi alasan utama mengapa seseorang mengosongkan bagian deskripsi diri. Mereka memiliki pandangan bahwa deskripsi diri bukan merupakan hal yang penting pada profil Tinder. Beberapa pengguna juga merasa sulit untuk mendeskripsikan diri mereka dan lebih memilih untuk merahasiakan identitas yang lebih banyak.

Jika ada pengguna yang beranggapan bahwa isi deskripsi dapat menjadi kunci topik pembicaraan, maka di sisi lain ada pula pengguna yang memilih untuk menyembunyikan hal-hal personal mereka. Hal ini bertujuan agar mereka nantinya dapat memiliki percakapan yang lebih

beragam dengan *match* dan menimbulkan rasa ingin tahu.

Pengguna Tinder memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam merepresentasikan diri mereka pada profil agar tujuan mereka tercapai. Kondisi diri yang aktual menjadi hal yang penting untuk ditampilkan pada profil mereka, untuk menghindari misrepresentasi dari pengguna lain. Sebanyak 86% pengguna Tinder pernah melakukan pertemuan tatap muka. Kemungkinan akan pertemuan secara *offline* juga mendorong pengguna untuk menampilkan diri secara jujur.

Proses mereka untuk melakukan *swiping* di Tinder juga tidak lepas dari cara mereka dalam memberikan impresi yang terlihat pada profil orang lain. Impresi yang terbentuk dari profil orang lain umumnya memperlihatkan kesamaan dengan impresi yang mereka berikan dalam profil Tinder, begitu juga sebaliknya.

Tabel 6

Elemen Yang Dilihat Dari Profil Orang Lain

Elemen profile	Laki-laki	Perempuan	Total
Foto	115	212	327 (85%)
About me	84	159	243 (63%)
Pekerjaan/universitas	14	46	60 (16%)
Selera musik (<i>Spotify anthem</i>)	15	28	43 (11%)
Tautan Instagram	2	4	6 (2%)
Nama	1	8	9 (2%)
Gender	1	1	2 (1%)

Tak kalah penting juga, kesan bahwa Tinder adalah komunitas yang informal juga berpengaruh terhadap bagaimana presentasi diri disajikan. Kesimpulan ini diperoleh dari banyaknya kata-kata yang muncul dalam mempersepsikan pengguna lainnya. Sebagian besar pengguna menyimpulkan bahwa pengguna

lain adalah orang yang sedang membangun pertemanan dan mencari jodoh atau pasangan. Selain tentang tujuan atau motif penggunaannya, persepsi bahwa ada rasa kesepian, situasi sedang luang, dan iseng juga mewarnai penilaian terhadap pengguna lain.

Gambar 2

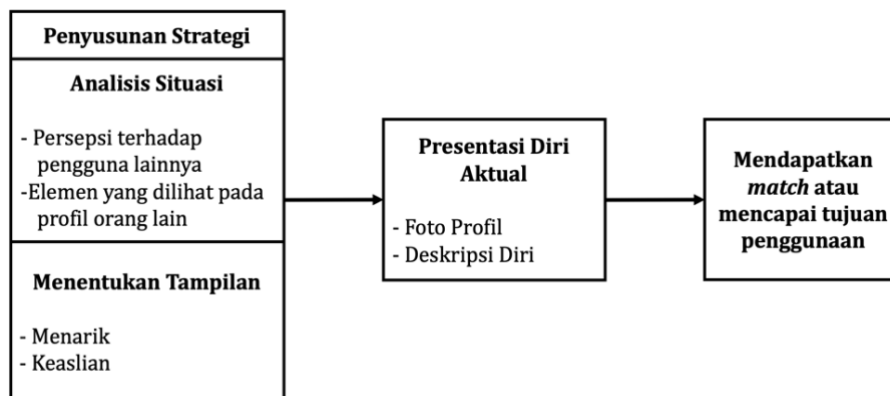
Contoh Kata-kata Yang Sering Muncul Terkait Persepsi Pada Pengguna Lainnya

Kondisi			Motif		
Kesepian, 37	Iseng, 23	Bosan, 16	Teman, 53	Pasangan, 50	Jodoh, 36
	Terbuka, 15	Butuh, 14			
	Gabut, 29	Waktu, 15			
				Sex, 9	

Untuk menggambarkan temuan yang telah disampaikan sebelumnya, maka proses pembentukan presentasi diri pengguna Tinder dapat dijabarkan dalam bagan berikut:

Gambar 3

Proses pembentukan presentasi diri dalam online dating



Diskusi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan menghendaki agar profil Tinder perlu menunjukkan presentasi diri yang tepat bagi para penggunanya. Dengan demikian, tujuan mereka menggunakan Tinder dapat tercapai. Meskipun demikian, terdapat pertimbangan tertentu yang mendasari presentasi diri yang ditampilkan dalam profil pengguna Tinder. Attrill (2015b) menekankan bahwa dalam dunia maya, individu dapat memilih banyak cara untuk mempresentasikan diri mereka, mulai dari representasi yang sesungguhnya hingga menyusun persona berbeda dari kehidupan di kehidupan nyata.

Rui & Stefanone (2013) menekankan bahwa keragaman audiens dapat menentukan presentasi diri yang ditampilkan. Sejalan dengan argumen tersebut, pengguna Tinder dalam penelitian ini melakukan suatu analisis situasi yang dapat membantu mereka untuk menampilkan diri secara tepat. Keberadaan pengguna lain akan menjadi penonton imajiner yang dituju dalam penyampaian presentasi diri tersebut (Chambers, 2013), sehingga pengguna Tinder perlu memahami terlebih dahulu siapa saja yang akan menjadi publik mereka.

Attrill (2015b) juga menyampaikan bahwa dalam ranah *online*, pengguna tidak hanya perlu mengadaptasi presentasi diri mereka sesuai dengan situasi tertentu, tetapi mereka juga perlu mempertimbangkan siapa saja yang akan melihat tampilan mereka dan bagaimana mereka akan menunjukkannya. Namun kesulitannya, Tinder memberlakukan algoritma tertentu yang memastikan bahwa publik yang akan mereka temui hanya berdasarkan informasi singkat seperti usia, lokasi, dan gender. Dapat dikatakan bahwa interaksi awal yang dilakukan hanya bersifat satu arah, yaitu pengguna merespon apakah mereka menyukai profil lain yang muncul di akun mereka, begitu juga sebaliknya. Maka individu perlu memastikan orang lain mengevaluasi citra diri mereka secara positif dan menyesuaikannya dengan ekspektasi audiens (Rui & Stefanone, 2013; Schlosser, 2020).

Saat berinteraksi secara langsung atau di luar jaringan, individu dapat menggunakan stimulus verbal dan visual dalam presentasi dirinya. Namun, dengan keterbatasan pengaturan dalam media *online* maka individu hanya dapat mempresentasikan dirinya secara visual dan bergantung pada teks. MacLeod & McArthur (2019) menegaskan bahwa representasi diri yang dihasilkan oleh pengguna mencerminkan keterbatasan formal yang disebabkan oleh format presentasinya.

Profil pengguna Tinder, tersusun melalui konsep “aku” yang tampak pada pilihan foto, teks, dan format lain yang dipilih untuk mencari kehadiran pihak lain dan mengantisipasi respon maupun reaksi mereka (Chambers, 2013; Robinson, 2007). Foto akan menjadi fokus utama dalam profil Tinder yang tidak dapat dihindari oleh pengguna. Hal ini disebabkan oleh mode presentasi profil yang sebagian besar berbasis gambar (Krüger & Charlotte Spilde, 2020).

Foto profil juga dianggap dapat memberikan impresi tertentu secara implisit bagi pemilik akun, misalnya dari gaya, kualitas gambar, maupun latar belakang foto diambil. Lebih lanjut, foto profil memiliki peran penting dalam *online dating* untuk menarik perhatian (Hitsch dkk., 2010). Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa pengguna Tinder juga mempertimbangkan konteks situasi pada foto yang dianggap memiliki makna tertentu. Pengguna Tinder memilih foto yang dianggap dapat mewakili diri mereka, seperti foto yang menunjukkan aktivitas atau hobi tertentu. Kondisi ini sedikit berbeda dari penelitian Ward (2016) yang lebih menekankan pada fungsi foto dalam mengungkapkan hal-hal yang lebih jelas seperti ras dan usia. Foto profil dianggap dapat memberikan gambaran mengenai keseriusan hingga status sosial pemilik profil tersebut. Foto-foto yang tidak jelas atau memiliki kualitas gambar yang buruk akan memberikan kesan bahwa pemilik akun tidak serius. Sehingga dalam hal ini, bentuk presentasi diri yang ada dalam profil Tinder mungkin dipengaruhi oleh pengalaman mereka dalam menggunakan Tinder itu sendiri.

Meskipun demikian, terdapat beberapa pengguna Tinder yang memilih untuk tidak menampilkan foto profil dengan alasan personal. Namun umumnya tipikal pengguna seperti ini dianggap tidak lazim oleh pengguna lain karena fokus yang ditonjolkan oleh Tinder adalah foto. Temuan Fiore dkk. (2008) mengilustrasikan bahwa foto merupakan prediktor utama yang signifikan terhadap ketertarikan seseorang dalam *online dating*. Namun di sisi lain, komponen berbasis teks juga menjadi relevan untuk membentuk impresi karena tidak hanya mengandung isyarat makna yang dibuat secara sengaja, tetapi juga hal yang bersifat implisit yang tidak sengaja ditampilkan seseorang (Ellison dkk., 2006). Bahkan dalam penelitian Best dan Delmege (2012) mengungkapkan bahwa selain melihat foto, pengguna *online dating* juga mencari kesamaan dalam profil berbasis teks bahkan hingga kata-kata tertentu.

Pengguna Tinder melakukan pertimbangan dalam memilih foto dan deskripsi diri yang ditampilkan untuk memperkuat kesan

yang ingin mereka tampilkan berdasarkan kondisi yang sebenarnya. Pada penelitian ini, pengguna Tinder memiliki tujuan yang berbeda dalam menampilkan foto dan deskripsi diri berbentuk teks. Foto ditampilkan dengan tujuan identitas dan deskripsi diri ditujukan untuk membangun relasi. Meskipun demikian, kedua hal tersebut dapat saling memperkuat pembentukan impresi pengguna lain yang melihat profil mereka. Ellison dkk. (2006) menyimpulkan bahwa komponen tekstual mungkin sangat relevan dalam membentuk kesan karena tidak hanya berisi isyarat yang sengaja disusun seseorang, namun juga berisi isyarat implisit. Teks dalam profil kencan, hal implisit tersebut dianggap sama atau bahkan lebih penting untuk pembentukan kesan dibandingkan konten eksplisit karena dianggap lebih meyakinkan (Ellison dkk., 2006). Isyarat tersebut memiliki nilai jaminan yang tinggi karena diberikan secara tidak sengaja dan berguna untuk memperoleh kesan yang lebih akurat tentang diri pemilik profil yang sebenarnya (Wotipka & High, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh David & Cambre (2016) menggambarkan hanya sedikit pengguna Tinder yang menggunakan teks pada profil untuk menampilkan diri mereka. Namun dalam penelitian ini, lebih dari 50% pengguna mengisi bagian "*About Me*" untuk melengkapi informasi tentang diri mereka. Bahkan, terdapat beberapa pengguna yang lebih memilih untuk menampilkan teks saja dan tidak memasang fotonya. Padahal menurut Van der Zanden dkk. (2020), jika pada teks terdapat kesalahan bahasa, maka dapat memengaruhi daya tarik sosial-romantis seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa baik foto maupun deskripsi diri perlu disusun secara hati-hati untuk memperbesar keberhasilan daya tarik.

Penelitian lainnya yang dilakukan Wan & Yeung (2022) mencoba membandingkan strategi presentasi pengguna situs *online dating* di Amerika dan Cina yang dapat diklasifikasikan menjadi dua model, yaitu meningkatkan diri (*self-enhancement*) dan merendahkan diri (*self-effacement*). Pengguna di Amerika menggunakan menekankan pada atribut diri yang positif dan unggul serta menekankan keunikan dalam diri pribadi mereka sedangkan pengguna di Cina mengungkapkan pula hal-hal yang negatif hingga pengungkapan perasaan kesepian (Wan & Yeung, 2022). Namun kedua strategi tersebut tidak selalu efektif untuk digunakan dalam menjalin relasi baru di dunia maya. Pada penelitian ini ditemukan bahwa sebagian besar pengguna Tinder berusaha untuk menunjukkan secara netral dan menggambarkan diri yang sesungguhnya agar membuka peluang relasi

baru. Strategi ini serupa dengan apa yang disampaikan Arkin & Baumgardner (1986) dan Rauthmann (2011) bahwa penggunaan tampilan diri yang netral dan sederhana digunakan untuk menghindari penolakan dari orang lain. Kondisi ini tentu sangat berkaitan dengan tujuan penggunaan Tinder sebagai tempat bertemunya relasi baru.

Tinder dianggap sebagai arena yang bersifat santai, tidak kaku dan informal bagi para penggunanya. Sehingga mereka mengharapkan bahwa hubungan yang serius dapat diawali dari sesuatu yang bersifat santai dan menyenangkan. Hal ini tentu berpengaruh juga terhadap tanda implisit yang pada akhirnya tertuang dalam presentasi diri mereka. Selain itu, presentasi diri yang mereka tampilkan juga berguna untuk menyaring pengguna lain yang akan mereka sukai. Selain didorong oleh ketertarikan visual, kesamaan yang dirasakan juga menjadi pertimbangan untuk menyukai seseorang (Ward, 2016). Kondisi ini dapat membantu menjelaskan temuan penelitian ini, bahwa banyak dari pengguna Tinder yang menggambarkan hal-hal kesukaan mereka dalam profilnya, baik secara visual maupun tekstual.

Illouz (2007) menekankan bahwa untuk memulai pertemuan dengan orang lain secara virtual, maka penting untuk melakukan proses observasi diri yang reflektif, introspeksi, pelabelan diri, dan proses dinamis lainnya. Hal tersebut tentu berguna dalam memilih strategi presentasi diri dalam *online dating*. Dalam penelitian ini, sebagian besar pengguna Tinder mengarah pada hubungan intim atau romantis di kemudian hari. Seperti yang diutarakan Ellison dkk. (2006), pemilik akun yang menggunakan Tinder untuk tujuan hubungan romantis akan lebih termotivasi untuk menampilkan diri seautentik mungkin. Bagi responden penelitian ini, pertimbangan kejujuran dirasa perlu oleh pemilik profil, terlebih oleh pengguna yang pernah tertipu atau salah mempersepsikan profil orang lain. Pengguna yang menyembunyikan atau memanipulasi aspek presentasi diri mereka agar terlihat lebih baik mungkin bukan cara yang tepat untuk menghasilkan interaksi *offline* yang bertahan lama (Attrill, 2015a). Pengguna Tinder perlu menyusun profil yang karena pada akhirnya tujuan dari relasi yang terbangun secara *online* adalah bertemu secara langsung.

Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa kesan keterbukaan dan kejujuran menjadi salah satu daya tarik bagi pengguna untuk mencapai tujuan mereka. Selain itu, kondisi yang tidak menentu mengenai kondisi dalam aplikasi Tinder sebagai media *online* dan keberadaan orang asing dalam *platform* tersebut memungkinkan penggunaannya untuk

mengekspresikan diri secara lebih jujur dan terbuka (Ellison dkk., 2006). Hardey (2002) menambahkan bahwa keaslian merupakan kunci kesuksesan komunikasi pada dua orang yang tidak saling mengenal dan sama-sama ingin membangun hubungan yang jujur.

Apabila dilihat dalam konteks masyarakat Indonesia, usia rata-rata pengguna Tinder yang berkisar di usia 24 tahun cenderung memiliki tekanan sosial untuk menjalin hubungan romantis yang mengarah pada pernikahan. Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2016 (Isa, 2017) menyatakan bahwa tren usia kawin pertama di Indonesia berkisar di usia 23 tahun untuk perempuan dan 27 tahun untuk laki-laki. Ada kemungkinan bahwa kejujuran yang ditampilkan dalam presentasi diri di Tinder terjadi karena adanya tekanan sosial untuk segera menikah dan seperti yang disimpulkan dalam penelitian Hardey (2002), hal ini dapat mengarah kepada kesuksesan untuk membangun hubungan yang jujur.

Individu pada masa dewasa muda juga semakin mencari kepuasan fisik dan psikososial (seperti keintiman dan komitmen) dalam hubungan mereka (Sumter dkk., 2013). Pada akhirnya, banyak orang yang juga menggunakan teknologi online dating untuk menjalin hubungan yang bermakna (Timmermans & Courtois, 2018), meskipun masih banyak perdebatan mengenai penggunaan *online dating* itu sendiri.

Kesimpulan

Penelitian ini memperlihatkan sejauh mana pengguna Tinder menampilkan presentasi diri dalam profil mereka dan seperti apa pertimbangan yang mereka gunakan dalam mencapai tujuan penggunaan. Presentasi diri yang aktual dapat terlihat dalam profil Tinder yang terdiri dari dua elemen, yaitu foto dan deskripsi diri. Bagi laki-laki, penggunaan Tinder mengarah pada hubungan romantis dan validasi diri. Sedangkan bagi pengguna perempuan, pemakaian Tinder bertujuan untuk menjalin hubungan pertemanan. Pengguna Tinder menampilkan *actual-self* yang dimunculkan secara selektif dengan mempertimbangkan iklim interaksi di dalam Tinder itu sendiri.

Konsep kejujuran dan keterbukaan individu dianggap perlu untuk digambarkan dalam presentasi diri pada profil Tinder. Meskipun tidak semua pengguna *online dating* bertujuan untuk menjalin relasi romantis, namun kejujuran dan keterbukaan penting agar para pengguna terhindar dari penolakan. Lebih lanjut, adanya kemungkinan untuk melanjutkan pertemuan secara tatap muka dan membangun

relasi yang jujur juga akan lebih mudah jika pada saat berkenalan *online*, para pengguna menampilkan presentasi diri yang sesuai dengan kenyataan.

Saran

Limitasi penelitian ini terdapat pada cakupan responden yang berada di kota besar, mengingat adanya perbedaan budaya dan latar belakang, maka hasil penelitian ini bisa berbeda jika dilakukan di kota lainnya di Indonesia. Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka untuk pengembangan selanjutnya dapat dilakukan beberapa saran. Penelitian ini merupakan penelitian eksplorasi, sehingga perlu dilakukan penelitian yang lebih dalam membahas proses interaksi di dalam arena Tinder itu sendiri, misalnya pertimbangan memulai percakapan, kata-kata yang digunakan saat memulai percakapan, pengambilan keputusan untuk bertemu secara tatap muka, dan sebagainya. Selanjutnya bagi para pengguna Tinder, penyajian presentasi diri dalam profil perlu dilakukan dengan sangat hati-hati. Kesan yang ingin dimunculkan perlu dipertimbangkan secara matang agar tujuan penggunaan Tinder dapat tercapai, hal ini dapat dilakukan juga dengan memikirkan calon-calon potensial sesuai pengaturan yang sudah ditentukan (seperti lokasi, usia, jenis kelamin).

Daftar Pustaka

- Arkin, R. M., & Baumgardner, A. H. (1986). Self-Presentation and Self-Evaluation: Process of Self-Control and Social Control. Dalam R. Baumeister (Ed.), *Public Self and Private Self (Springer Series in Social Psychology)* (1st ed., pp. 75–98). Springer-Verlag New York Inc.
- Attrill, A. (2015a). *Cyberpsychology*. Oxford University Press.
- Attrill, A. (2015b). *The manipulation of online self-presentation: create, edit, re-edit and present*. Palgrave Macmillan.
- Best, K., Delmege, S. (2012). The filtered encounter: online dating and the problem of filtering through excessive information. *Social Semiotics*, 22(3), 237–258. <https://doi.org/10.1080/10350330.2011.648405>
- Chambers, D. (2013). *Social Media and Personal Relationships*. Palgrave Macmillan London.
- Chen, S., van Tilburg, W. A. P., & Leman, P. J. (2023). Women's Self-Objectification and Strategic Self-Presentation on Social Media. *Psychology of Women Quarterly*, 47(2),

- 266-282.
<https://doi.org/10.1177/03616843221143751>
- Cornwell, B., & Lundgren, D. C. (2001). Love on the Internet: Involvement and misrepresentation in romantic relationships in cyberspace vs. realspace. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 197-211.
[https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(00\)00040-6](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(00)00040-6)
- David, G., & Cambre, C. (2016). Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic. *Social Media + Society*, 2(2).
<https://doi.org/10.1177/2056305116641976>
- 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), 415-441.
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>
- Fielding, N. (2012). Triangulation and Mixed Methods Designs Data Integration With New Research Technologies. *Journal of Mixed Methods Research*, 6, 124-136.
<https://doi.org/10.1177/1558689812437101>
- Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science. *Psychological Science in the Public Interest, Supplement*, 13(1), 3-66.
<https://doi.org/10.1177/1529100612436522>
- Fiore, A., Taylor, L., Mendelsohn, G., & Hearst, M. (2008). *Assessing Attractiveness in Online Dating Profiles*. CHI '08: CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Association for Computing Machinery.
<https://doi.org/10.1145/1357054.1357181>
- Gatter, K., & Hodkinson, K. (2016). On the differences between Tinder™ versus online dating agencies: Questioning a myth. An exploratory study. *Cogent Psychology*, 3(1).
<https://doi.org/10.1080/23311908.2016.1162414>
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in internet dating. *Communication Research*, 33(2), 152-177.
<https://doi.org/10.1177/0093650205285368>
- Hardey, M. (2002). Life beyond the screen: embodiment and identity through the internet. *The Sociological Review*, 50(4), 570-595.
<https://doi.org/10.1111/1467-954X.00399>
- Hitsch, G., Hortacsu, A., & Ariely, D. (2010). Matching and Sorting in Online Dating. *American Economic Review*, 100(1), 130-163.
<https://doi.org/10.1257/aer.100.1.130>
- Hong, S., Jahng, M. R., Lee, N., & Wise, K. R. (2020). Do you filter who you are?: Excessive self-presentation, social cues, and user evaluations of Instagram selfies. *Computers in Human Behavior*, 104.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106159>
- Illouz, E. (2007). *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. Polity.
- Isa, M. (2017). *Brief Notes Tren Usia Perkawinan Pertama di Indonesia*. Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia.
https://drive.google.com/file/d/1aqAn9cpMlMy4v_PLdPckDyocRtJSM3f9/view
- Krüger, S., & Charlotte Spilde, A. (2020). Judging books by their covers-Tinder interface, usage and sociocultural implications. *Information Communication and Society*, 23(10), 1395-1410.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1572771>
- Leary, M., & Kowalski, R. (1990). Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34-47.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.1.34>
- Lidwina, A. (2021, Februari 24). Tinder, Aplikasi Kencan Daring Paling Banyak Digunakan di Indonesia. *Databoks*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/24/tinder-aplikasi-kencan-daring-paling-banyak-digunakan-di-indonesia>
- Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. *Current Opinion in Psychology*, 31, 110-115.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.019>
- MacLeod, C., & McArthur, V. (2019). The construction of gender in dating apps: an interface analysis of Tinder and Bumble. *Feminist Media Studies*, 19(6), 822-840.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1494618>

- Myddleton, J. & Attrill, A. (2015). Online relationships. Dalam A. Attrill. (ed.), *Cyberpsychology* (pp. 49-71), Oxford University Press.
- Peng, K. (2020). To be attractive or to be authentic? How two competing motivations influence self-presentation in online dating. *Internet Research*, 30(4), 1143-1165. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2019-0095>
- Poerwandari, E. K. (2007). *Pendekatan Kualitatif untuk Perilaku Manusia*. Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3).
- Ranzini, G., & Lutz, C. (2016). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 80-101. <https://doi.org/10.1177/2050157916664559>
- Rauthmann, J. F. (2011). Acquisitive or protective self-presentation of dark personalities? Associations among the Dark Triad and self-monitoring. *Personality and Individual Differences*, 51(4), 502-508. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.05.008>
- Reed, P., Saunders, J. (2020). Sex differences in online assertive self-presentation strategies. *Personality and Individual Differences*, 166. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110214>
- Robinson, L. (2007). The cyberself: The self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. *New Media and Society*, 9(1), 93-110. <https://doi.org/10.1177/1461444807072216>
- Rozika, L., & Ramdhani, N. (2018). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan Online Self-Presentation pada Pengguna Instagram. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 2, 172. <https://doi.org/10.22146/gamajop.36941>
- Rui, J., & Stefanone, M. A. (2013). Strategic self-presentation online: A cross-cultural study. *Computers in Human Behavior*, 29(1), 110-118. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.022>
- Schlenker, B. R. (2012). Self-presentation. Dalam M. R. Leary & J. P. Tangney (Eds.), *Handbook of self and identity* (2nd ed., pp. 542-570). The Guilford Press.
- Schlosser, A. E. (2020). Self-disclosure versus self-presentation on social media. *Current Opinion in Psychology*, 31, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.06.025>
- Simmons, M., & Lee, J. S. (2020). Catfishing: A Look into Online Dating and Impersonation. Dalam G. Meiselwitz (Ed.), *Social Computing and Social Media. Design, Ethics, User Behavior, and Social Network Analysis* (pp. 349-358). Springer International Publishing.
- Sumter, S. R., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). Perceptions of love across the lifespan: Differences in passion, intimacy, and commitment. *International Journal of Behavioral Development*, 37(5), 417-427. <https://doi.org/10.1177/0165025413492486>
- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67-78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>
- Timmermans, E., & Courtois, C. (2018). From swiping to casual sex and/or committed relationships: Exploring the experiences of Tinder users. *Information Society*, 34(2), 59-70. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1414093>
- Toma, C.L. (2015). Online Dating. Dalam C.R. Berger, M.E. Roloff, S.R. Wilson, J.P. Dillard, J. Caughlin dan D. Solomon (ed). *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication* (pp. 1-5). John Wiley & Sons, Inc <https://doi.org/10.1002/9781118540190.wbeic118>
- Toma, C. L., Hancock, J. T., & Ellison, N. B. (2008). Separating fact from fiction: An examination of deceptive self-presentation in online dating profiles. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(8), 1023-1036. <https://doi.org/10.1177/0146167208318067>
- Van der Zanden, T., Schouten, A. P., Mos, M. B. J., & Krahmer, E. J. (2020). Impression formation on online dating sites: Effects of language errors in profile texts on perceptions of profile owners' attractiveness. *Journal of Social and Personal Relationships*, 37(3), 758-778. <https://doi.org/10.1177/0265407519878787>
- Wan, C-y, & Yeung, W-l V. (2022). A socio-ecological approach to relationship goals and self-presentation strategies in American and

Chinese online dating websites. *Current Research in Ecological and Social Psychology*, 3.
<https://doi.org/10.1016/j.cresp.2021.100029>

Ward, J. (2016). Swiping, matching, chatting: Self-Presentation and self-disclosure on mobile dating apps. *Human IT*, 13(2), 81–95.

Whitty, M. T., & Carr, A. N. (2006). *Cyberspace romance: The psychology of online relationships*. Palgrave Macmillan.
<https://doi.org/10.1007/978-0-230-20856-8>