

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pandemi *COVID-19* membuat masyarakat lebih banyak melakukan kegiatan aktivitas dari rumah termasuk dalam hubungan kencan. Hubungan kencan tatap muka menjadi sangat sulit dilakukan ketika pandemi *COVID-19* karena adanya pembatasan untuk keluar dan beraktivitas di luar rumah, selain itu demi mencegah penyebaran *COVID-19*, pertemuan secara fisik menjadi sangat terbatas dan kencan secara daring menjadi satu-satunya alternatif. Salah satu alternatif dalam melakukan hubungan kencan ketika pandemi *COVID-19* adalah melakukan kencan digital yang menggunakan aplikasi pencarian jodoh untuk memudahkan dalam menemukan pasangan sesuai dengan kriteria yang diinginkan.

Pandemi *COVID-19* membuat orang-orang lebih mencari teman kencan yang mempunyai jarak dekat, hal tersebut karena faktor setelah berbulan-bulan tidak mengalami kontak fisik, pelaku kencan ingin mencari pasangan yang dekat sehingga mendapatkan bentuk kasih sayang fisik secara langsung. Sentuhan fisik menjadi peran yang penting dalam hal berkencan (Antara, 2021). Pengaruh dari pandemi *COVID-19* yang menyebabkan pembatasan sosial dan karantina membuat interaksi dalam dunia digital dalam hal kencan meningkat. Para pelaku kencan yang terpaksa berada di dalam rumah harus menggunakan aplikasi kencan seperti Tinder. Hal tersebut menyebabkan peningkatan jumlah *swipe* Tinder selama pandemi hingga 29% (Antara, 2021).

Salah satu aplikasi pencarian jodoh yang paling banyak digunakan dan diminati adalah Tinder. Tinder banyak diminati karena memudahkan untuk menemukan pasangan melalui dunia maya dan praktis untuk digunakan (Nancy, 2020). *Tinder* merupakan aplikasi kencan daring yang mempermudah untuk bagi siapa saja dalam mencari kenalan dan bertemu dengan orang baru. Aplikasi ini dibuat oleh Sean Rad dan Justin Mateen pada tahun 2012 dan didanai oleh *Inter Active Corp* (IAC), IAC juga merupakan pengembang untuk website atau aplikasi kencan seperti *match.com*, *OK Cupid*, dan *Zhenai* (Anggraeni, 2020).

Selama pandemi *COVID-19*, aplikasi kencan Tinder mengalami peningkatan jumlah pengguna sebesar 23% dan durasi percakapan meningkat hingga 19% (CNNIndonesia, 2020). Tinder memberikan gambaran kencan ketika pandemi, pengguna Tinder akan lebih jujur terhadap penampilan dan apa yang sedang dirasakan. Selain itu, pengguna Tinder mencari hubungan “jalani dulu saja” meningkat sebanyak 50%. Peningkatan penggunaan kata “mencari kasih sayang, berpegangan tangan, berpelukan, atau sentuhan di rambut” dalam profil meningkat sebesar 23 persen (Antara, 2021).

Ciri khas dari aplikasi Tinder adalah metode *swipe* dan *match*, pengguna hanya menggeser ke kanan pada foto profil calon pasangan untuk menyukai dan ke kiri untuk tidak tertarik. *Match* akan terjadi apabila antar pengguna saling menggeser ke kanan profil, setelah itu pengguna Tinder akan *match* dan dapat saling berkenalan melalui *chat*. Beragam fitur Tinder memudahkan pengguna untuk mencari pasangan yang

berada di lingkungan sekitar dan sesuai dengan tipe pasangan yang dicari. Fitur *hashtag* dan jarak jangkauan (maksimal 80 km) dapat diatur sesuai keinginan pengguna (Nancy, 2020).

Berdasarkan survei Rakuten Insight pada September 2020 dalam website Databoks (Lidwina, 2021), Tinder merupakan aplikasi peringkat pertama sebagai aplikasi kencan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2020 dengan jumlah responden sebanyak 57,6%. Berdasarkan dari website Marketers (Triwijanarko, 2020), rata-rata pengguna terbanyak Tinder adalah generasi Z yang berjumlah sebanyak 64%.

Generasi Z merupakan generasi yang lahir di antara tahun 1995 hingga 2010. Generasi Z juga dikenal sebagai generasi internet atau generasi *net* (Widyananda, 2020). Hal tersebut disebabkan oleh generasi ini selalu terhubung dengan dunia maya dan melakukan segala sesuatu dengan kecanggihan teknologi yang sudah ada. Alat-alat teknologi seperti gawai sudah menjadi pegangan semenjak dari kecil, sehingga teknologi dan dunia maya sangat berpengaruh terhadap kehidupan dan kepribadian generasi Z.

Terdapat beberapa ciri khas dari karakteristik generasi Z, pertama adalah mahir dalam teknologi (Widyananda, 2020). Generasi Z dianggap memiliki kemampuan dalam menguasai teknologi karena segala sistem pada zaman generasi Z sudah dilakukan dengan metode komputerisasi. Kedua adalah menyukai berkomunikasi

dengan semua kalangan. Pengaruh teknologi yang memudahkan komunikasi yang mudah dan cepat melalui media sosial. Melalui media sosial orang mulai berkomunikasi dan berekspresi dengan spontan sehingga terkadang menimbulkan tindakan ataupun perkataan yang tidak sopan. Ketiga adalah privasi pada generasi Z tidak tertutup seperti generasi sebelumnya, generasi Z memiliki kebiasaan untuk mengumbar privasi. Hal tersebut dilakukan untuk menunjukkan hal yang dialaminya dalam mencari perhatian ataupun kasih sayang melalui media sosial (Widyananda, 2020).

Kecan secara daring di media sosial memunculkan fenomena baru yang disebut *Friends with benefits* (FWB). *Friends with benefits* adalah hubungan yang dijalankan tanpa perasaan saling menyukai, tidak ada komitmen, tanpa emosional, tetapi hubungan ini memiliki sebuah keterikatan dan mengutamakan sebuah keuntungan (Aissyah Dwi Fitriyani, 2020). Berdasarkan Ben-Ze'ev dalam Fitriyani dan Iswahyuningtyas (2020) mengatakan bahwa kemunculan aplikasi atau situs kecan daring menggeser relasi romantis seseorang. Hal tersebut berhubungan dengan fenomena sosial yang terjadi pada saat ini yaitu *friends with benefits*, fenomena ini muncul karena berbagai situasi dan kondisi, seperti ketika seseorang sedang merasa kesepian dan tidak memiliki teman untuk berbagi cerita.

Tinder menjadi salah satu media untuk mendapatkan pasangan kecan secara lebih mudah dan efisien. Pengguna Tinder memanfaatkan aplikasi kecan daring Tinder untuk mendapatkan pasangan yang sesuai dengan tujuan dan tipikal hubungan

yang sedang dicari. Salah satu hubungan yang sering kali ditemukan di aplikasi Tinder adalah *friends with benefits* (FWB). Tinder menjadi perantara pengguna untuk mencari pasangan dalam membangun hubungan FWB. Pengguna Tinder yang mencantumkan tagar dalam menentukan kriteria pasangan dan hubungan akan memudahkan pengguna dalam mencari pasangan yang ideal. Pengguna Tinder yang mencari pasangan untuk membangun hubungan FWB menggunakan tagar untuk mencari pasangan yang bertujuan sama dalam membangun hubungan FWB.

Tinder pada penelitian ini hanya sebagai pintu masuk bagi pengguna Tinder dalam mencari pasangan FWB. Tinder memudahkan penggunanya mencari jenis pasangan melalui fitur tagar dalam menentukan kriteria dan jenis pasangan, sehingga setiap pengguna sosial akan dimudahkan mencari jenis hubungan apa saja termasuk hubungan FWB. Keterbatasan fitur-fitur yang dimiliki oleh Tinder untuk menopang komunikasi antar kedua belah pihak yang telah *match* di Tinder sangat terbatas jika dibandingkan dengan media sosial lainnya yang digunakan sebagai alat berkomunikasi baik via telepon, *video call*, hingga *chat*.

Tinder hanya memiliki fitur *video call* dan *chat* untuk membantu penggunanya berkomunikasi. Tidak seperti media sosial lainnya seperti *telegram*, *whatsapp*, hingga *line*, Tinder tidak memiliki fitur telepon, tidak dapat mengirim gambar atau video, tidak dapat menarik pesan yang telah dikirim, dan tidak ada fitur memperlihatkan pasangan chat sedang melakukan *screenshot* atau *screen recording* terhadap *room chat* yang dibuat. Keterbatasan fitur tersebut membuat penggunanya menjadikan Tinder hanya

menjadi sebatas ajang untuk mencari pasangan FWB, setelah mendapatkan dan melakukan komunikasi dalam waktu tertentu, maka kedua belah pihak akan pindah ke media sosial yang dapat menunjang kebutuhan komunikasi mereka secara detail.

Friends with benefits adalah bentuk hubungan tidak resmi seperti pacaran, sehingga hubungan ini berdasarkan kesepakatan yang telah disepakati bersama, hubungan ini juga memadukan unsur persahabatan dan keintiman fisik (seksualitas) (Owen & Fincham, 2011). Salah satunya ciri khas dari hubungan ini adalah menjaga kerahasiaan hubungan dari publik. Adapun teori komunikasi interpersonal, pengungkapan diri (*self-disclosure*), dan teori penetrasi sosial yang menjelaskan mengenai proses pengembangan hubungan dan cara hubungan tersebut dari dangkal menjadi hubungan yang intim.

Dalam menjelaskan cara untuk membangun hubungan FWB di aplikasi kencan Tinder melalui tahap awal hingga intim, analogi bawang dalam teori penetrasi sosial dapat mengupas bagaimana kepribadian manusia dalam membangun hubungan FWB di aplikasi kencan Tinder. Menurut West & Turner dalam Tine Agustin Wulandari (2013,) terdapat pembagian tingkat penetrasi sosial berdasarkan lapisan-lapisan yang ada di bawang tersebut. Lapisan pertama adalah citra publik (*public image*), publik citra adalah lapisan terluar seseorang yang dapat dilihat secara langsung. Jika di aplikasi Tinder, lapisan terluas ini adalah foto profil, biografi, hobi yang dicantumkan, lagu yang disukai, dan ciri-ciri pasangan yang ingin dicari.

Lapisan kedua adalah resiprositas (*reciprocity*), pada lapisan ini maka akan terjadi proses keterbukaan seseorang yang akan mengarahkan untuk orang lain terbuka. Contoh yang menimbulkan resiprositas adalah selera baik dalam makanan, busana, musik, hobi, tujuan dan aspirasi (tipe dan tujuan hubungan yang dicari di Tinder). Pada lapisan ini merupakan komponen yang sangat penting dalam teori sosial penetrasi dan pengembangan hubungan mahasiswa dalam pengungkapan diri untuk membangun hubungan FWB. Ketika kedua orang *match* di Tinder dan memiliki tujuan yang sama (mencari pasangan FWB), maka untuk lanjut ke tahap selanjutnya akan lebih mudah.

Lapisan ketiga adalah keluasan (*breadth*), pada lapisan ini merujuk pada topik yang berkaitan dalam suatu hubungan, seperti cara pandang (*worldview*) dalam hal agama, politik, pendidikan, dan cara menjalani hubungan. Waktu keluasan (*breadth time*) berhubungan dengan jumlah waktu yang dihabiskan oleh pasangan dalam berkomunikasi membahas berbagai macam topik.

Lapisan keempat adalah kedalaman (*depth*), pada lapisan ini sudah merujuk pada tingkat keintiman yang membahas suatu topik, seperti ketakutan, fantasi terdalam, kencan, dan konsep diri. Menurut Morris dan Agustin Wulandari (2013, h.109) terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dengan masalah kedalaman, pertama adalah pergantian atau perubahan lapisan dalam memberikan efek lebih besar dibandingkan perubahan yang terjadi pada lapisan luar. Seperti di Tinder ketika telah bertemu dengan pasangan yang sudah *match* di aplikasi, ketika sudah memiliki hubungan yang lebih dekat dan intim, terkadang terjadi hal tak terduga ataupun tidak

sesuai ekspektasi, sehingga hal-hal tersebut memberikan efek lebih besar dibandingkan perubahan pada lapisan luar. Kedua adalah semakin dalam sebuah hubungan maka akan semakin tinggi tingkat risiko seseorang tidak berdaya dan lemah (*vulnerable*). Dalam membangun hubungan FWB, hubungan tersebut biasanya tidak memiliki komitmen dan perasaan, tetapi dalam beberapa kasus hubungan FWB terkadang timbul perasaan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi nyaman dan merasa tidak berdaya dengan perasaan tersebut karena hubungan yang semakin dalam.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aissyah Dwi Fitriyani dan Cici Eka Iswahyuningtyas (2020) yang menggunakan teori penetrasi sosial dalam penelitiannya yang berjudul *Online Dating* dalam Relasi Percintaan *Friends with Benefit* di Media sosial *Whisper* menjelaskan bahwa ketika menjalin kedekatan atau keakraban dalam relasi percintaan *Friends with Benefit* di media sosial *Whisper* memerlukan pertimbangan antara kedua belah pihak.

Keterbukaan diri berupa informasi pribadi dianggap sebagai ajang curhat untuk saling membuat hubungan lebih intim. Pada tahap penetrasi, pasangan FWB akan melakukan pertemuan yang akan meminta keuntungan sesuai dengan kesepakatan yang telah dilakukan pada awal. Penelitian tersebut juga membahas hingga ke tahap depenetrasi dalam menjalin hubungan FWB di media sosial *Whisper*, depenetrasi terjadi karena konflik yang terjadi dan disebabkan oleh ego dari masing-masing pihak karena hubungan FWB hanya berpatok pada keuntungan saja.

Berdasarkan penjelasan atas penelitian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pengguna Tinder yang menggunakan aplikasi kencan daring Tinder dan bertujuan untuk mencari *Friends with Benefit*, sudah menggunakan aplikasi Tinder selama dua bulan, dan pernah memiliki atau sedang berhubungan FWB. Dalam teori penetrasi sosial, ada empat tahap dalam analogi bawang yang dapat melihat bagaimana mahasiswa melakukan pengungkapan diri (*self-disclosure*) dalam membangun hubungan *Friends with Benefit*. Kencan daring ketika pandemi corona membuat peneliti tertarik karena selama pandemi membuat aktivitas menjadi terbatas dan kebanyakan dilakukan dari rumah saja, dengan data pengguna Tinder selama pandemi meningkat, hal tersebut menjadi menarik karena kencan daring dan mencari pasangan untuk FWB ternyata tidak terhalang oleh pandemi COVID-19.

Pembeda dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Aissyah Dwi Fitriyani dan Cici Eka Iswahyuningtyas adalah perbedaan aplikasi Tinder dan Whisper. Whisper adalah akun kencan daring yang menggunakan akun *anonymous* dan tidak memiliki profil seperti Tinder, selain itu perbedaan fitur seperti *swipe*, *match*, *hashtag*, *connect to spotify*, dan *instagram* tidak dimiliki oleh Whisper. Selain itu fokus peneliti adalah melihat cara pengguna Tinder melakukan pengungkapan diri untuk membangun hubungan FWB, sedangkan fokus dari penelitian Aissyah Dwi Fitriyani dan Cici Eka Iswahyuningtyas adalah relasi percintaan yang terjadi di dalam hubungan FWB.

Peneliti melakukan pra-riset untuk membantu peneliti dalam mencari subjek yang tepat. Pra riset dilakukan kepada orang-orang yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi Tinder yang berumur 18 tahun ke atas dan pernah atau sedang menjalani hubungan FWB dengan seseorang yang ditemui dari aplikasi Tinder. Berdasarkan dari hasil mini riset yang telah dilakukan, pengguna Tinder yang telah menggunakan aplikasi selama dua bulan lebih mempunyai potensi untuk mendapatkan pasangan FWB yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan.

Hal tersebut disebabkan oleh faktor-faktor seperti mencari pasangan yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan dan menemukan individu yang memiliki tujuan sama, yaitu mencari hubungan FWB. Selain itu, berdasarkan hasil mini riset yang telah dilakukan, pengguna Tinder yang pernah atau sedang memiliki hubungan FWB dari aplikasi Tinder rata-rata usia hubungan FWB berlangsung dua bulan kurang lebih. Faktor hubungan dapat bertahan lama (lebih dari dua bulan) adalah pasangan yang ditemukan sesuai dengan kriteria yang dicari, baik dari fisik ataupun sikap. Narasumber juga menyebutkan bahwa dalam jangka setahun, hubungan FWB yang dijalani lebih dari sekali.

Berdasarkan dari hasil mini riset yang telah dilakukan, maka peneliti menentukan karakteristik untuk narasumber yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi kencan daring Tinder yang berusia 18 tahun keatas, memiliki hubungan atau pernah memiliki hubungan FWB dari aplikasi Tinder, dan pengguna Tinder memiliki hubungan FWB lebih dari sekali dalam jangka waktu setahun.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari uraian latar belakang, rumusan masalah dari penelitian ini adalah "bagaimana proses pengungkapan diri pengguna Tinder dalam kencan *friend with benefits* ?"

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan tahapan "proses pengungkapan diri pengguna Tinder dalam kencan *friend with benefits*

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan mengenai proses pengungkapan diri pengguna Tinder dalam membangun hubungan kencan *friends with benefits*. Peneliti juga ingin mampu menambah pengetahuan tentang komunikasi interpersonal yang terjalin dalam pembukaan diri (*self-disclosure*) dalam *friends with benefits* (FWB) pada aplikasi kencan *Tinder*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengguna Tinder yang sedang mencari pasangan atau menjalani hubungan *friends with benefits* untuk membuat hubungan menjadi lebih baik. Peneliti juga berharap agar dapat membantu para peneliti selanjutnya dalam meneliti fenomena hubungan *friends with benefits* dengan menggunakan analisis penetrasi sosial dan pembukaan diri (*self-disclosure*).

E. KERANGKA TEORI

Pengungkapan diri antara pengguna Tinder dianalisis menggunakan teori penetrasi sosial. Melalui teori penetrasi sosial, peneliti dalam menganalisis proses pengungkapan diri antara pengguna aplikasi kencan daring Tinder dalam membangun hubungan *friends with benefit*. Melalui *self disclosure* (pengungkapan diri). Peneliti dapat melihat pertukaran informasi umum dan pribadi pengguna Tinder yang ingin membangun hubungan *friends with benefits*. *Self disclosure* menjelaskan hingga bagian pertukaran keuntungan dan kerugian setiap individu ketika ingin menjalin hubungan *friends with benefits*.

1. **Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal adalah bentuk transaksi komunikasi manusia yang khas melibatkan pengaruh timbal balik (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018). Hal ini biasanya bertujuan untuk mengelola hubungan. Komunikasi interpersonal melibatkan pengaruh timbal balik antar individu. Saling mempengaruhi berarti bahwa setiap individu yang saling berkomunikasi memberikan pengaruh baik dari verbal atau non-verbal. Tingkat pengaruh timbal balik sangat bervariasi tergantung dari transaksi ke transaksi komunikasi yang dilakukan. Salah satu contoh transaksi komunikasi yang berpengaruh dan tidak begitu terpengaruh adalah komunikasi interpersonal ketika seseorang menerima senyuman singkat dari teman perjalanan di bus, hal tersebut mungkin tidak akan memberikan banyak pengaruh jika dibandingkan pada kekasih seseorang mengatakan akan pergi meninggalkan pasangannya.

Hubungan interpersonal yang langgeng ditopang oleh semangat kesetaraan timbal balik. Hal tersebut dapat dilihat dari interaksi individu dengan pasangannya dalam mendengarkan dan menanggapi dengan rasa saling menghormati satu dengan yang lain, termasuk tidak adanya upaya untuk memanipulasi satu dengan yang lain (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018). Komunikasi interpersonal membantu individual-individual untuk mengatur hubungannya. Salah satu sumber kepuasan dan kebahagiaan dalam hidup untuk orang yang belum menikah adalah mengembangkan persahabatan dan jatuh cinta. Sebaliknya kehilangan hubungan adalah peristiwa yang paling menyedihkan di antara peristiwa hidup lainnya (A.Beebe, Beebe, & Redmond,

2018). Kebanyakan orang yang berumur 19 hingga 24 tahun mengatakan bahwa mereka memiliki enam hubungan romantis dan setidaknya mengalami jatuh cinta sebanyak satu atau dua kali. Ketika mempelajari komunikasi interpersonal mungkin tidak akan mengungkap semua misteri mengenai hubungan romantis dan persahabatan, tetapi menawarkan pandangan untuk mengetahui perilaku mitra dari teman dan pasangan. Pada zaman ini, media sosial seperti *Facebook*, *Tinder*, *Instagram* dan media sosial lainnya membantu untuk mengembangkan hubungan dengan teman dan orang yang dicintai. Terdapat Lima Prinsip Komunikasi Interpersonal (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018), yaitu:

a. Komunikasi Interpersonal Menghubungkan Kita dengan Orang Lain.

Pemahaman mengenai komunikasi interpersonal berdasar dari asumsi hubungan interpersonal dengan orang lain. Sifat dari komunikasi interpersonal yang selalu terjadi adalah tidak selalu orang lain dapat mengerti dan memahami individu secara akurat. Orang-orang biasanya akan menarik kesimpulan mengenai individu tersebut berdasarkan perilaku individualnya sendiri dan itu berdasarkan informasi yang tersedia sehingga memiliki kemungkinan benar dan salah.

b. Komunikasi Interpersonal Bersifat Irreversible

Irreversible adalah hal yang tidak dapat diubah, sehingga dapat dikatakan bahwa komunikasi interpersonal yang terjadi dalam hubungan tidak dapat diubah.

Pesan yang sudah disampaikan kepada teman atau pasangan tidak dapat diambil kembali seperti menghapus informasi dari akun media sosial dari komputer.

Gambar 1

Model Heliks



(A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018)

Pada gambar 1, model heliks tersebut menunjukkan ketika komunikasi interpersonal dimulai, pesan yang telah terjadi tidak pernah kembali seperti pada awalnya. Model heliks ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal tidak dapat berulang atau memulai seperti awal kembali. Ketika komunikasi interpersonal dimulai dengan teman atau pasangan, maka akan berkembang tanpa batas ketika teman atau pasangan menyumbangkan pemikiran dan pengalaman mereka yang dibentuk oleh peristiwa, pengalaman, dan pemikiran ketika berkomunikasi dengan seseorang individu. Salah satu peribahasa yang dapat menggambarkan pada poin ini

adalah, “begitu sebuah kata keluar dari mulut seseorang individu, maka seseorang individu tidak pernah bisa menelannya lagi.”

c. Komunikasi Interpersonal adalah Rumit

Salah satu dari tujuan komunikasi adalah untuk mengurangi ketidakpastian tentang apa yang terjadi pada saat tertentu. Banyak variabel yang terlibat dalam komunikasi interpersonal, permintaan sederhana dapat menjadi sangat kompleks dalam hubungan interpersonal. Dalam berkomunikasi dengan orang lain, terdapat enam hal yang terlibat, yaitu siapa individu menurut pikiran dari individu tersebut, siapa orang yang terlibat dengan individu, siapa individu menurut orang lain, siapa orang tersebut, pandangan orang lain terhadap individu, dan pandangan individu terhadap orang lain.

Ketika manusia berkomunikasi, maka setiap orang harus menginterpretasikan informasi dari simbol ketika berkomunikasi. Simbol yang dimaksud adalah kata, suara, atau gambar visual yang mewakili dari pikiran, konsep, atau objek sehingga dapat menghasilkan berbagai interpretasi dari komunikasi yang dilakukan.

d. Komunikasi Interpersonal Diatur dengan Aturan-Aturan.

Aturan membantu untuk menentukan hal yang pantas dan tidak pantas dalam situasi komunikasi tertentu baik dalam konteks eksplisit atau implisit. Aturan komunikasi interpersonal dikembangkan oleh orang-orang yang terlibat dalam interaksi dan budaya tempat individu berkomunikasi. Berdasarkan studi peneliti Inggris, yaitu Argyle dalam Beebe (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018) menjelaskan bahwa dalam komunikasi interpersonal memiliki aturan yang penting untuk memelihara hubungan seperti, menghormati privasi satu dengan yang lain, tidak mengungkapkan rahasia hubungan dengan orang lain, saling menatap mata ketika sedang melakukan percakapan, dan tidak mengkritik orang lain di depan umum. Aturan-aturan yang timbul biasanya berdasarkan dari pengalaman seperti mengamati dari interaksi dengan anggota keluarga dan teman. Individu yang tumbuh besar di lingkungan yang aturan tidak dipatuhi mungkin tidak tahu cara untuk berperilaku dalam hubungan dekat. Aturan dalam hubungan interpersonal merupakan hasil dari persetujuan bersama.

e. Komunikasi Interpersonal Melibatkan Hubungan Konten dan Dimensi.

1. Pesan Konten

Isi pesan dari komunikasi terdiri dari informasi, ide, atau tindakan yang ingin dibagikan oleh pembicara. Seseorang individu mungkin berpikir bahwa pesan yang ingin sampaikan berisi mengenai keseluruhan konten pesan, tapi

hal tersebut masih mungkin tidak mencakup dari keseluruhan dari isi konten atau cerita. Lawan bicara biasanya memberikan petunjuk mengenai hubungan individu dengan orang tersebut berdasarkan hal yang telah dialami.

2. Pesan dalam Hubungan

Dimensi pada pesan dalam hubungan mengenai tentang emosi, sikap, dan daya kontrol dari pembicara dengan orang lain. Perbedaan konten pesan (apa yang dikatakan) dengan hubungan dalam pesan (bagaimana pesan dinyatakan) menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan secara transkrip dapat memiliki makna berbeda dari pesan lisan

3. Pesan Metakomunikasi

Metakomunikasi adalah komunikasi verbal dan nonverbal. *Decoding* (memaknai pesan) yang tepat dan akurat dapat membantu untuk memahami apa orang yang ingin ungkapkan. Pesan dapat diekspresikan dengan verbal (seperti mengatakan sedang senang) dan nonverbal (memberikan senyuman menyatakan bahwa seseorang individu sedang senang). Tetapi terkadang komunikasi nonverbal dapat bertentangan dengan pesan verbal yang disampaikan, hal tersebut disebut dengan sarkasme.

4. Komunikasi Interpersonal dan Media Sosial

Aplikasi media sosial mencakup email, teks, dan metode komunikasi elektronik lainnya. Ahli media sosial Sherry Turkle dalam (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018) mengatakan bahwa “perangkat-perangkat kecil yang berada di dalam saku tidak hanya mengubah apa yang kita lakukan, tetapi mengubah siapa kita”. Media sosial pada abad 21 telah menjadi sarana untuk berbagi, menanggapi, dan mendengarkan informasi, selain itu media sosial menjadi alat untuk menjaga hubungan dan menambah teman.

2. Teori Penetrasi Sosial

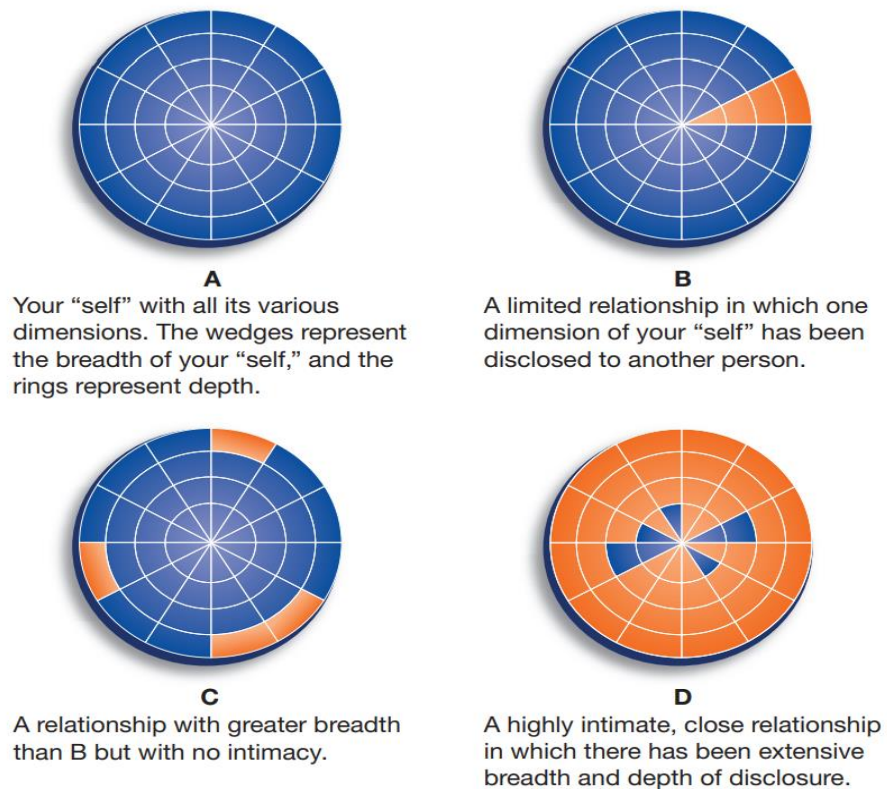
Teori penetrasi sosial merupakan hasil dari penelitian Irwin Altman dan Dalmas Taylor pada tahun 1973. Teori ini menjelaskan hubungan interpersonal yang berkembang, memeliharanya, dan kemudian terjadi keretakan hubungan. Teori ini mengungkapkan mengenai keterbukaan diri menjadi mekanisme utama dalam menciptakan berbagai tingkat keintiman dalam suatu hubungan, pengungkapan diri sangat penting pada tahap awal hubungan sebagai ruang untuk mencari pemahaman bersama (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018).

Teori penetrasi sosial menjelaskan proses terjadinya pembangunan hubungan interpersonal secara bertahap dalam pertukaran sosial. Terdapat tiga level pada teori

penetrasi sosial, yaitu *artificial level*, *intimate level*, dan, *very intimate level*. Teori penetrasi sosial menyatakan bahwa berkembangnya hubungan-hubungan itu, bergerak mulai dari tingkatan yang paling dangkal, mulai dari tingkatan yang bukan bersifat inti menuju ke tingkatan yang terdalam, atau ke tingkatan yang lebih bersifat pribadi. Dengan penjelasan ini, maka teori penetrasi sosial dapat diartikan juga sebagai sebuah model yang menunjukkan perkembangan hubungan, yaitu proses di mana orang saling mengenal satu sama lain melalui tahap pengungkapan informasi.

Altman dan Taylor membandingkan hubungan seseorang dalam komunikasi interpersonal bagaikan lapisan bawang yang berlapis-lapis. Setiap orang memiliki pendapat, keyakinan, prasangka, dan perasaan yang berlapis dalam diri individu. Ketika orang mulai membuka diri untuk mengenal satu dengan yang lain, sebagian lapisan tersebut terbuka ketika mengungkapkan inti dari perasaan. Tingkat kedalaman dapat diartikan sebagai jumlah informasi yang tersedia dalam topik, pada lapisan terluar tingkat keterbukaan yang terlihat dari informasi yang disampaikan, sedangkan lapisan terdalam adalah uraian sangat rinci dan detail mengenai perasaan, pemikiran, dan kehidupan.

Gambar 2
Lapisan Bawang



(A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018)

Pada gambar 2, dimensi A menggambarkan bahwa semua irisan mewakili luasnya diri mengenai informasi yang dimiliki, semakin dalam cincin (*ring*) mewakili ke dalam dari informasi pribadi. Pada dimensi ini dapat juga disebut dengan citra publik (*public image*), informasi yang dapat dilihat dari dimensi ini adalah data biografi.

Pada dimensi B, merupakan hubungan yang telah dilakukan secara terbatas dari individu dengan orang lain. Individu pada dimensi ini telah mengungkapkan diri kepada orang lain. Dimensi dapat juga disebut dengan repositas, informasi yang disampaikan seperti topik informasi selera makanan, pakaian, musik.

Dimensi C menggambarkan bahwa sebuah hubungan yang lebih dekat jika dibandingkan dengan dimensi B, tetapi tanpa keintiman. Dimensi ini disebut juga dengan keluasan (*breadth*), informasi dalam dimensi ini seperti cara memandang dunia, pembahasan mengenai agama, dan topik-topik yang cenderung serius beserta pribadi.

Dimensi D menggambarkan hubungan yang sudah sangat intim dan dekat, pengungkapan diri pada dimensi ini sudah sangat dalam. Dimensi ini disebut juga dengan kedalaman (*depth*). Informasi pribadi yang terkandung dalam dimensi ini adalah seperti fantasi terdalam, konsep diri, dan informasi yang bersifat intim.

1) Proses Tahapan Dalam Penetrasi Sosial

Terdapat empat tahapan dalam teori penetrasi sosial (West & Turner, 2010). Pertama adalah tahap orientasi. Tahapan orientasi merupakan individu membuka sedikit informasi kepada orang lain dan informasi hanya sebatas publik (West & Turner, 2010). Informasi yang disampaikan hanya bersifat basa-basi dan tidak mendalam. Pada tahap ini biasanya individu bertindak sopan dalam memberikan informasi.

Tahap kedua adalah pertukaran penjabakan afektif, tahap ini adalah tahap pertama dalam penjabakan untuk mendapatkan informasi lebih dibandingkan tahapan sebelumnya (West & Turner, 2010). Pada tahap ini aspek kepribadian antar kedua pasangan akan mulai muncul. Setiap individu pada tahap ini akan menggunakan komunikasi dengan frasa yang hanya dimengerti oleh individu yang terlibat.

Tahap ketiga adalah pertukaran efektif. Pada tahap ini individu akan mulai mengungkapkan pengalaman-pengalaman yang bersifat pribadi dan ditandai dengan hubungan yang intim (West & Turner, 2010). Setiap individu akan mencurahkan isi hatinya dan pada tahap ini terjadi komitmen yang lebih lanjut.

Tahap keempat adalah pertukaran stabil, tahap ini merupakan tahapan ini dan tidak banyak hubungan yang dapat mencapainya. Percakapan dalam tahap ini sudah sangat intim, tidak ambigu, sinkron, dan dilakukan pengungkapan pemikiran yang berisi mengenai perasaan, perilaku, dan keunikan dari hubungan pada tahap ini antar individu sudah memiliki pengertian antar satu dengan yang lain dan dapat memberikan tanggapan yang baik. (West & Turner, 2010)

2) Konsep Untung-Rugi dalam Teori Penetrasi Sosial

Analisis mengenai untung rugi dalam suatu hubungan dikembangkan oleh Thibaut dan Kelly (Suherman, 2020). Thibaut dan Kelly berfokus pada hasil hubungan, kepuasan hubungan, dan stabilitas dari hubungan. Hubungan yang

berlangsung tergantung dari analisis untung dan rugi yang didapatkan pihak yang menjalani hubungan tersebut.

Setiap individu ketika sebelum memulai hubungan dengan orang lain akan memprediksi hasil yang akan diperoleh. Setiap orang akan cenderung memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan kerugian ketika berinteraksi. Melalui analogi bawang Altman dan Taylor hubungan interpersonal yang bergerak secara perlahan ke tingkat ke tahap intim termotivasi dari hasil hubungan sekarang hingga di masa depan. Secara singkatnya adalah, jika kedekatan hubungan interpersonal saling menguntungkan, maka penetrasi sosial akan berlanjut, namun jika hubungan interpersonal lebih banyak pada bagian rugi, maka hubungan akan berakhir.

Pada konsep untung dan rugi, tahapan yang terjadi pada konsep ini pertama individu akan melihat dan memprediksikan keuntungan yang akan didapatkan dengan calon pasangannya (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018). individu akan menimbang calon pasangan baik dari ketika di masa depan akan mengalami masa sulit dan mudah. Pada tahap kedua adalah pembuktian dari prediksi dan harapan pada tahap pertama. Pada penelitian ini, individu akan memilih pasangan yang tujuannya sama dalam membangun hubungan FWB (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018). Tahap kedua ini merupakan wujud dari tahap pertama. Pada tahap ketiga adalah pertimbangan dari sisi berbagai alternatif yang tersedia. Individu akan menimbang calon pasangan yang sesuai dengan kriterianya dan memilih calon pasangan yang lebih cocok dengannya (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018).

Analisis untung-rugi berdasarkan model ekonomi dari keuntungan dan kerugian. Secara rumus $\text{keuntungan} = \text{penghargaan} - \text{harga}$. Penghargaan dalam penelitian diidentifikasi menjadi enam tipe dihubungkan cinta, yaitu uang, status, cinta, informasi, keuntungan, dan pelayanan (Devito, 2016). Harga biasanya adalah hal normal yang dihindari karena dianggap tidak menyenangkan atau menyusahkan. Keuntungan adalah hasil dari harga yang dikurangi dari penghargaan, sehingga dapat dianggap bahwa keuntungan adalah hasil rata dari penghargaan yang didapat dan harga yang harus dibayar dalam hubungan.

3. Pengungkapan Diri (*Self-disclosure*)

Pengungkapan diri merupakan memberitahukan informasi mengenai diri sendiri terdapat orang lain, informasi tersebut seperti tempat lahir, ketakutan terdalam bahkan hingga fantasi pribadi (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018). Mengungkapkan informasi pribadi tidak hanya memberikan pemahaman dasar mengenai diri sendiri, tetapi dapat meningkatkan tingkat rasa kepercayaan dan penerimaan diri individu terhadap orang lain.

Ketika seseorang mengungkapkan diri mereka terhadap orang lain, maka orang lain dapat mempelajari informasi mengenai tersebut dan memperdalam hubungan interpersonal seseorang dengan orang lain tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi dalam pengungkapan diri adalah jika seseorang merasa dalam suasana hati yang positif, seseorang akan cenderung untuk mengungkapkan diri, sebaliknya jika seseorang dalam suasana hati yang kurang positif, maka akan cenderung lebih

kecil untuk berbagi informasi pribadi dan intim. Selain itu dalam De Vito, ada beberapa faktor yang dapat membuat keterbukaan diri dengan orang lain menjadi lebih mudah. Faktor-faktor tersebut meliputi informasi (Devito, 2016)

a) Informasi diri sendiri

Individu yang memiliki jiwa ekstrover akan lebih mudah melakukan pengungkapan diri karena memiliki jiwa sosial, sehingga informasi mengenai diri sendiri menjadi lebih banyak karena kepercayaan diri yang dimiliki oleh ekstrover. Hal tersebut berbanding terbalik dengan individu yang berjiwa introvert karena memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih rendah.

b) Budaya

Perbedaan pandangan budaya akan mempengaruhi pembukaan diri secara berbeda. Orang di negara Amerika Serikat lebih terbuka daripada orang Inggris, Jerman, Japan, dan Puerto Rico.

c) Gender

Gender mempengaruhi pembukaan diri, wanita dianggap lebih mudah melakukan pembukaan diri daripada pria. Wanita lebih terbuka mengenai hubungan romantis sebelumnya, perasaan mengenai teman dekat sesama wanita, hal yang paling ditakuti, dan hal-hal yang mereka tidak suka dari pasangannya.

d) Orang yang dituju untuk melakukan pengungkapan diri

Orang-orang akan lebih mudah melakukan pembukaan diri jika orang tersebut menyukai orang tersebut, selain itu, pembukaan diri juga terjadi jika ada orang yang mendekat terhadap diri sendiri dan orang-orang dengan jarak umur yang tidak begitu jauh

e) Topik

Pembukaan diri akan menjadi lebih mudah terjadi jika topik yang dibahas sama-sama topik yang disukai. Contohnya seperti ketika orang tersebut lebih menyukai membahas mengenai pekerjaan atau hobi dibandingkan kehidupan seks atau situasi finansial.

f) Media

Media yang digunakan untuk berkomunikasi mempengaruhi pembukaan diri. Beberapa orang lebih menyukai pembukaan diri ketika sedang bertatap muka dan ada juga yang lebih memilih melalui media sosial. Media sosial pada saat ini menciptakan kultur membagikan informasi (walaupun secara berlebihan) adalah hal yang normal.

1) Pengungkapan Diri (*Self-Disclosure*) di Media Sosial.

Pengguna aplikasi di media sosial cenderung mengungkap sangat informasi pribadi mengenai diri sendirinya, bahkan di aplikasi seperti *Facebook* dan *blog* yang merupakan bukan media sosial bersifat anonim, orang-orang lebih terbuka akan informasi pribadi mengenai diri sendiri jika dibandingkan dengan media sosial yang bersifat anonim (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018). Pengungkapan diri (*self-disclosure*) di media sosial.

Orang-orang pada saat ini lebih nyaman menggunakan media sosial untuk berinteraksi jika dibandingkan dengan komunikasi tatap muka. Salah satu faktornya adalah orang-orang merasa lebih nyaman karena kurang terancam baik secara tindakan verbal dan non-verbal. Risiko dan kepercayaan adalah dua faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri melalui media sosial. Tatap muka adalah pilihan yang paling tepat untuk mengungkapkan diri terutama mengenai informasi pribadi yang negatif dan positif. Namun ketika ketidakpastian menjadi hal yang tidak masalah dalam hubungan, media sosial menjadi pilihan yang tepat karena kenyamanan untuk menggunakannya (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018). Foto profil dan mengunggah foto diri sendiri pada media sosial meningkatkan pengaruh dalam meningkatkan pengaruh untuk berbagi informasi pribadi.

Orang-orang pada saat ini lebih nyaman menggunakan media sosial untuk berinteraksi jika dibandingkan dengan komunikasi tatap muka. Salah satu faktornya

adalah orang-orang merasa lebih nyaman karena kurang terancam baik secara tindakan verbal dan non-verbal. Risiko dan kepercayaan adalah dua faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri melalui media sosial. Tatap muka adalah pilihan yang paling tepat untuk mengungkapkan diri terutama mengenai informasi pribadi yang negatif dan positif. Namun ketika ketidakpastian menjadi hal yang tidak masalah dalam hubungan, media sosial menjadi pilihan yang tepat karena kenyamanan untuk menggunakannya (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018).

2) Proses Pengungkapan Diri (*Self-Disclosure*)

Proses pengungkapan diri memiliki dampak positif terhadap perkembangan hubungan interpersonal. Ketertarikan individu terhadap orang lain dapat meningkatkan proses pengungkapan diri. Proses yang seimbang ketika melakukan pengungkapan diri dapat menimbulkan perasaan saling menyukai, menjadi lebih dekat, dan saling menikmati pertukaran informasi yang dilakukan antar individu (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018). Pada proses pengungkapan diri, diusahakan untuk tidak terlalu cepat dalam membagikan informasi yang bersifat intim dan negatif sebelum mencapai tingkat kepercayaan dan keintiman yang sesuai.

Pada tahap proses pengungkapan diri, terdapat tiga faktor penting yang membantu proses pengungkapan diri, proses tersebut adalah timbal balik dari hal yang disukai, kesamaan antar individu, dan perbedaan beserta pelengkap kebutuhan antar individu (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018).

b. Timbal Balik Dari Hal yang Disukai.

Timbal balik dari hal yang disukai merupakan suatu kegiatan, topik, ataupun hal yang disukai bersama dalam hubungan antar individu. Dalam menunjukkan timbal balik dari hal yang disukai, setiap individu memperlihatkan dengan cara menampilkan ketertarikan terhadap orang lain yang memiliki kesamaan dari hal yang disukai (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018).

c. Kesamaan Antar Individu.

Kesamaan antar individu meliputi hal seperti kepribadian, nilai, pengalaman pribadi, sikap, dan kesamaan minat atau tujuan. Semakin tinggi kesamaan yang dimiliki antar individu dalam hubungan maka semakin kuat perasaan untuk mendekat dan lebih intim dalam menjalani hubungan tersebut (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018). Kesamaan antar individu membuat interaksi menjadi lebih interaktif dan nyaman sehingga komunikasi yang dilakukan menjadi lebih efektif. Kesamaan dianggap sebagai hal yang positif karena mewakili sumber dari kesenangan antar individu yang menjadi sumber untuk dukungan sosial dan emosional (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018).

d. Perbedaan Beserta Pelengkap Kebutuhan Antar Individu.

Perbedaan dapat menyebabkan konflik sehingga dapat menghambat komunikasi, tetapi perbedaan menimbulkan ide-ide baru yang dapat

mempengaruhi kegiatan dan perspektif individu. Kualitas dan keterampilan yang dimiliki oleh individu membuat orang lain menjadi lebih tertarik (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018). Idealnya dalam sebuah hubungan kedua individu menyediakan kebutuhan untuk saling melengkapi dalam menjalin hubungan.

3) Karakteristik dari Pengungkapan Diri (*Self-Disclosure*) (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018)

a. Pengungkapan Diri Diatur oleh Aturan dan Manajemen Privasi

Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap orang memiliki aturan tersendiri mengenai batasan informasi pribadi yang akan dibagikan. Faktor dari latar belakang budaya, kebutuhan individu terhubung dengan orang lain, dan risiko yang terlibat ketika berbagi informasi adalah faktor-faktor yang menentukan seberapa cepat dan banyak setiap individu untuk berbagi informasi kehidupan pribadi.

b. Pengungkapan Diri Berkembang Secara Perlahan dan Informasi yang Dibagikan Secara Bertahap.

Informasi pribadi yang dibagikan kepada orang lain biasanya diungkap secara sedikit demi sedikit. Pengungkapan diri yang tepat perlu penyesuaian dengan kesempatan, hubungan, dan harapan individu beserta orang lain yang terlibat.

c. Pengungkapan Diri Dimulai Dari Pembagian Informasi yang Pribadi Menuju Informasi yang Lebih Pribadi.

d. Pengungkapan Diri adalah *Reciprocal* (Berbalas).

Ketika individu mengungkapkan informasi pribadi tentang dirinya sendiri kepada orang lain, individu tersebut berharap bahwa orang lain melakukan hal yang sama dengan memberikan informasi pribadi mengenai dirinya. Timbal balik semacam ini menunjukkan kepercayaan dan cenderung meningkatkan rasa suka.

e. Pengungkapan Diri Melibatkan Risiko dan Membutuhkan Kepercayaan.

Sesuatu hal yang ditakutkan dalam pengungkapan diri adalah ketika individu telah berbagi informasi pribadi kepada seseorang, tetapi seseorang tersebut memberitahukan informasi tersebut kepada orang lain. Individu tersebut padahal sudah menetapkan aturan privasi secara eksplisit. Selain itu, efek dari pengungkapan diri adalah dapat menyebabkan orang lain pergi karena tidak siap akan informasi tersebut atau menolak.

f. Pengungkapan Diri Mencerminkan Persepsi Individu Mengenai Sifat Hubungan.

Hubungan yang terbentuk berdasarkan apa yang individu ungkapkan mengenai dirinya dan apa orang lain yang akan ungkapkan kepada individu tersebut. Informasi-informasi pribadi tersebut berupa mengenai kualitas, keintiman, dan

sifat hubungan. Jika mitra pasangan tidak mau mengungkapkan secara implisit mengenai sifat hubungan ini, maka mitra tersebut memiliki minat yang kurang dalam meningkatkan hubungan.

4. Hubungan Kencan *Friend with Benefits* (FWB)

FWB merupakan hubungan yang berawal dari persahabatan ataupun perkenalan yang berlanjut hingga keintimian seksual dalam jangka waktu yang tidak ditentukan, bagi kedua individu yang menjalani hubungan tersebut menganggap sebagai hubungan *non-dating* (Owen & Fincham, 2011). Hubungan kencan FWB memadukan unsur persahabatan dan keintimian fisik, hal tersebut dapat dilihat dari cara berinteraksi baik dari verbal dan *non-verbal*. Perbedaan hubungan FWB dengan gaya kencan konvensional adalah hubungan FWB tidak memiliki komitmen, perasaan, dan keterikatan dalam hubungan tersebut, sehingga hubungan ini tidak akan membahas membangun masa depan bersama (Owen & Fincham, 2011). Individu yang menjalani hubungan tersebut hanya mencari keuntungan (*benefit*), keuntungan yang didapatkan seperti mendapatkan teman curhat, pasangan untuk *cuddle*, hingga melakukan hubungan *sex* dengan pasangan.

Hubungan FWB yang berawal dari perkenalan hingga menjadi persahabatan tidak lepas dari konteks komunikasi antar pribadi. Dalam teori FIRO (*Fundamental, Interpersonal, Relationship, Orientation*) menggambarkan bahwa pentingnya persahabatan dalam komunikasi antar pribadi. Ketika ingin menjalin hubungan yang

dekat dengan seseorang maka diperlukan proses seleksi untuk mencari seseorang yang tepat dan terpercaya (Prasanti & Dewi, 2018).

Dalam teori FIRO terdapat tiga macam kebutuhan antar pribadi, yaitu kebutuhan inklusi, kontrol, dan kebutuhan afeksi (Prasanti & Dewi, 2018). Kebutuhan inklusi adalah kesadaran secara pribadi untuk mendapatkan kepuasan melalui cara berkontribusi penuh dan dasar kesadaran sendiri setelah berinteraksi dalam kelompok. Kebutuhan inklusi berorientasi terhadap keinginan untuk pengakuan sebagai seseorang yang memiliki kemampuan dalam suatu kondisi (Prasanti & Dewi, 2018).

Kebutuhan mengendalikan merupakan kebutuhan berdasarkan kesadaran pribadi untuk mendapatkan kepuasan melalui cara mengendalikan atau memimpin interaksi dalam kelompok. Kebutuhan mengendalikan ini meliputi seperti kebutuhan mengatur perasaan ketika berinteraksi (Prasanti & Dewi, 2018).

Kebutuhan afeksi merupakan kebutuhan seseorang dengan lingkungan sosialnya. Kebutuhan ini adalah keinginan seseorang untuk dekat dengan orang lain secara intim dan kebutuhan untuk disukai. Kebutuhan afeksi membutuhkan pengakuan dan keramahan emosional dari individu lainnya (Prasanti & Dewi, 2018).

FWB memiliki kriteria khusus yang berbeda dengan hubungan kencan lainnya, yaitu tidak memiliki komitmen, tidak memiliki perasaan dalam hubungan tersebut, hubungan bersifat rahasia (hanya diketahui oleh kedua individu yang terlibat dalam hubungan), memiliki aturan yang disepakati oleh kedua belah pihak, dan berorientasi pada hubungan seksual.

5. Tinder Sebagai New Media

Media baru (*new media*) merupakan istilah yang digunakan untuk mewakili kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20 (Lister, Dovey, Giddings, Grant, & Kelly, 2009). Terdapat beberapa karakteristik dari media baru yaitu, dapat diubah (*edit*), bersifat jaringan, padat, interaktif, dan bersifat *user generated content*. *User generated content* merupakan konten atau isi artikel dalam internet yang ditulis oleh publik umum yang menunjukkan bahwa konten dalam media internet tidak hanya dimonopoli oleh orang berkepentingan khusus namun dapat diunggah oleh semua pengguna internet.

Contoh dari media baru adalah permainan dalam komputer, *website*, internet, *CD-ROMS*, dan *DVD* (Lister, Dovey, Giddings, Grant, & Kelly, 2009). Media baru adalah basis media yang dipengaruhi oleh teknologi terkini, sehingga tidak seperti media konvensional seperti televisi, film, buku, dan publikasi yang berbasis pada kertas.

Teori media baru merupakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Pierre Levy mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era digital. Pierre Levy mengemukakan dua pandangan mengenai media baru, yaitu (Lister, Dovey, Giddings, Grant, & Kelly, 2009) :

a. Pandangan Interaksi Sosial

Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai media yang berisi lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis. Media baru dianggap sebagai dunia demokratis dan lebih interaktif.

b. Pandangan Integrasi Sosial

Pada pandangan integrasi sosial, media bukan dilihat dari bentuk informasi, penyebaran, dan interaksinya, tetapi dilihat dari bentuk cara manusia menggunakan media dalam membentuk masyarakat. Media bukan hanya instrumen informasi atau mencapai ketertarikan diri, tetapi dapat menyatukan beberapa bentuk masyarakat dan memberikan rasa saling memiliki.

Dalam media sosial, keamanan dalam menggunakan media sosial sangat penting. Penyalahgunaan data pribadi oleh oknum tertentu sering digunakan untuk melakukan hal buruk dan dapat menimbulkan kerugian. Berdasarkan data Direktorat Tindak Pidana Siber Bareskrim Polri pada bulan Januari hingga November 2020 terdapat 4250 kejahatan siber (Adhrianti, 2021). Keamanan digital adalah suatu upaya dalam memberikan perlindungan terhadap aset dan informasi digital yang dimiliki oleh setiap orang atau kelompok (Adhrianti, 2021). Setiap aplikasi memberikan keamanan dalam menjaga aplikasi yang diluncurkan, tetapi setiap pengguna internet juga harus dapat menjaga informasi pribadi seperti kata sandi, rekening bank, dan informasi sensitive lainnya agar tidak dapat tersebar atau diakses orang lain (Adhrianti, 2021).

Peneliti menggunakan teori *new media* karena aplikasi kencan daring Tinder memanfaatkan *new media* berbasis internet untuk menghubungkan orang-orang yang ingin mencari pasangan melalui dunia daring dan Tinder memperkenalkan diri sebagai aplikasi kencan daring di seluruh dunia.

6. Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1995 hingga 2010. Generasi ini dikenal sebagai generasi yang gampang beradaptasi dengan teknologi dan mudah menggunakan kecanggihan teknologi yang sudah ada (Widyananda, 2020). Generasi ini mudah beradaptasi dengan teknologi karena semenjak lahir sudah dikenalkan dan menggunakan teknologi tersebut, sehingga kehidupan dan kepribadian generasi Z terpengaruh oleh teknologi.

Beberapa karakteristik dari generasi Z yaitu, (Widyananda, 2020) :

a. Mahir Dalam Menggunakan Teknologi Generasi Z.

Mudah menggunakan teknologi karena segala sistem pada generasi Z sudah terkomputerisasi sehingga dianggap memiliki kemampuan untuk menguasai teknologi.

b. Memiliki Ketertarikan Berkomunikasi Dengan Semua Kalangan.

Pengaruh teknologi memudahkan generasi Z untuk berkomunikasi dan cepat melalui media sosial. Media sosial membuat orang-orang dapat berkomunikasi dengan spontan dan berekspresi dengan bebas.

c. Privasi Generasi Z Berbeda Dengan Generasi Sebelumnya.

Generasi Z memiliki kebiasaan untuk mengumbar privasi di media sosial. Hal tersebut dilakukan untuk menunjukkan hal apa saja yang dialami dan mencari perhatian ataupun kasih sayang melalui media sosial. Hal tersebut sangat berbeda dengan generasi sebelumnya yang menganggap privasi adalah hal yang hanya perlu diketahui oleh beberapa orang atau diri sendiri saja.

F. KERANGKA KONSEP

1. Proses Pengungkapan Diri

Proses pengungkapan diri merupakan pemberian informasi mengenai diri sendiri terhadap orang lain, informasi merupakan informasi yang bersifat pribadi dan hanya diketahui orang tertentu atau bahkan diri sendiri. Informasi ini berupa ketakutan pribadi, aib di masa lalu, hingga fantasi pribadi. Proses pengungkapan diri terutama pengungkapan informasi pribadi tidak hanya memberikan pemahaman dasar mengenai diri sendiri terhadap orang lain, tetapi dapat meningkatkan rasa kepercayaan antar individu dan penerimaan diri sendiri terhadap orang lain (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018).

Proses dalam pengungkapan diri berawal dari pengungkapan informasi umum yang dibagikan kepada calon pasangan yang ditemui di Tinder, melalui pembagian informasi umum dan adanya timbal balik (*reciprocal*) dari calon pasangan (berupa

pengungkapan informasi umum mengenai dirinya) dapat menumbuhkan rasa kepercayaan antar kedua belah pihak. Informasi-informasi umum pada tahap awal perkenalan biasanya berupa informasi mengenai hal-hal yang disukai, makanan favorit, tempat bekerja, sekolah, dan berbagai hal yang bersifat umum. Semakin banyak pengungkapan informasi umum yang dibagikan kepada calon pasangan dan adanya *reciprocal* maka akan dapat meningkatkan rasa kepercayaan sehingga dapat memasuki ke tahap proses pengungkapan informasi pribadi.

Media sosial sangat mempengaruhi proses pengungkapan diri. Media sosial membuat penggunanya lebih percaya diri untuk mengungkapkan diri karena tidak adanya kontak fisik secara langsung. Tanpa adanya kontak fisik secara langsung membuat tingkat kepercayaan dari pengguna media sosial menjadi lebih tinggi jika dibandingkan melakukan pengungkapan diri secara langsung dalam kontak fisik (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018).

Tingkat rasa kepercayaan yang sudah meningkat antara kedua belah pihak membuat kedua individu menjadi tidak ragu untuk mengungkapkan informasi pribadi terhadap calon pasangan yang ditemui. Walaupun risiko yang terjadi tetap ada, tetapi tingkat kepercayaan yang tinggi membuat keputusan untuk memberikan informasi pribadi menjadi lebih tinggi. Pada proses pengungkapan informasi pribadi, informasi yang diungkapkan bersifat intim, aib, dan informasi yang tidak diketahui oleh publik. Setelah individu mengungkapkan informasi pribadi kepada calon pasangannya, jika terjadi *reciprocal* (berupa pengungkapan informasi pribadi) maka tingkat kepercayaan antar individu maka akan semakin jauh bertambah tinggi, sehingga meningkatkan

kedekatan hubungan. Selain itu, melalui proses pengungkapan informasi pribadi dan umum antara kedua belah pihak, setiap individu akan melihat kecocokan dan kesamaan dengan calon pasangannya. Jika tipe pasangan yang dicari sesuai dengan calon pasangan yang ditemui berdasarkan pengungkapan informasi pribadi dan umum, maka individu dapat menyatakan secara eksplisit mengenai tujuan hubungan yang ingin dicari, yaitu FWB. Calon pasangan yang memiliki tujuan hubungan yang sama, maka proses untuk membangun hubungan FWB dapat berjalan dengan lancar.

Tahap proses pengungkapan diri :Pengungkapan Informasi Umum → Reciprocal → Kepercayaan →Pengungkapan Informasi Pribadi → Reciprocal → Kepercayaan Bertambah → Pengungkapan Tujuan Mengenai Hubungan FWB Secara Eksplisit → Reciprocal → Dapat Membangun Hubungan FWB

Formula tersebut berdasarkan karakteristik dari proses pengungkapan diri, terdapat enam karakteristik dari proses pengungkapan diri (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018), yaitu ;

- a. Proses Pengungkapan Diri Diatur Oleh Aturan Dan Batas Komunikasi Manajemen Privasi.

Aturan-aturan ini berdasarkan diri sendiri dalam membuat batasan informasi yang akan dibagikan. Faktor-faktor yang mempengaruhi aturan adalah latar belakang budaya, kebutuhan individu terhadap orang lain, dan risiko yang akan didapatkan. Ketika ingin membangun hubungan FWB, setiap individu akan memilih informasi yang akan dibagikan sesuai dengan kebutuhan individu terhadap hubungan tersebut. Pengungkapan informasi dari hubungan

FWB ini biasanya berupa ketertarikan untuk mencari pasangan FWB, latar belakang ingin membangun dan menjalani hubungan FWB, tipe pasangan yang ingin dicari, hingga bagaimana hubungan FWB tersebut akan dijalani.

b. Proses Pengungkapan Diri Merupakan Proses Yang Bertahap.

Informasi pribadi yang akan dibagikan terhadap individu lain tidak akan secara langsung dibagikan, tetapi sedikit demi sedikit menyesuaikan dengan kesempatan, kedekatan hubungan, dan harapan individu terhadap orang lain. Dalam membangun hubungan FWB, setiap individu akan memberikan informasi sedikit demi sedikit hingga ke bagian lebih intim. Semakin dekat hubungan dan banyak kesempatan yang dimiliki oleh individu, maka pengungkapan informasi akan terus berkembang.

c. Proses Pengungkapan Diri Bermula Dari Pembagian Informasi Yang Pribadi Ke Informasi Yang Lebih Pribadi.

Individu yang semakin dekat dengan calon pasangan dalam membangun hubungan FWB akan mulai membagikan informasi lebih pribadi. Informasi-informasi lebih pribadi biasanya bersifat hanya diketahui oleh orang tertentu bahkan hanya diri sendiri.

d. Proses Pengungkapan Diri Adalah *Reciprocal* (Berbalas).

Ketika individu mengungkapkan informasi pribadi terhadap calon pasangan FWB, individu tersebut akan mengharapkan bahwa calon pasangannya akan melakukan hal yang sama. Dalam membangun hubungan FWB hal ini sangat diperlukan karena untuk mengetahui apakah tujuan dari calon pasangan sama dengan individu cari. Timbal balik dari pengungkapan informasi pribadi menunjukkan rasa kepercayaan dari calon pasangan dan cenderung meningkatkan rasa suka (memiliki tujuan yang sama dalam mencari hubungan FWB).

e. Proses Pengungkapan Diri Melibatkan Risiko Dan Membutuhkan Kepercayaan.

Dalam membangun hubungan FWB, maka dibutuhkan pertukaran informasi pribadi dan membangun kepercayaan individu dan calon pasangannya. Ketika pengungkapan informasi pribadi yang telah dilakukan, risiko yang dapat terjadi adalah calon pasangan mengumbar informasi pribadi tersebut terhadap orang lain. Selain itu, risiko yang dapat terjadi adalah setelah mengungkapkan informasi pribadi terjadi penolakan karena tidak siap akan informasi yang diterima. Risiko-risiko tersebut mempengaruhi rasa kepercayaan antar individu ketika ingin membangun hubungan FWB, sehingga dapat menyebabkan kegagalan dalam membangun hubungan.

- f. Proses Pengungkapan Diri Mencerminkan Persepsi Individu Mengenai Sifat Hubungan.

Jenis hubungan dapat ditentukan berdasarkan apa yang diinginkan oleh kedua individu. Hal-hal tersebut berupa keintiman, kualitas hubungan, dan sifat hubungan. Dalam membangun hubungan FWB, kedua individu harus memiliki ketertarikan yang sama dan dapat mengungkapkan secara implisit terhadap hubungan FWB yang akan dibangun. Jika salah satu atau kedua individu tidak mengungkapkan secara implisit mengenai hubungan FWB yang akan dibangun, maka hal tersebut menunjukkan kurangnya minat dalam membangun hubungan FWB

2. Generasi Z Sebagai Pengguna Aplikasi Kencan Daring Tinder

Tinder merupakan aplikasi kencan melalui daring yang bertujuan untuk membantu penggunanya mencari dan menemukan pasangan yang sesuai dengan kriteria dicari. Aplikasi Tinder didirikan oleh mahasiswa dari universitas Southern California yang bernama Sean Rad dan Justin Mateen, lalu Tinder didanai dan dikembangkan oleh InterActiveCorp (IAC). Perusahaan ini juga mengembangkan aplikasi yang serupa seperti Match.com, OKCupid, dan Zhenai (aplikasi kencan khusus di negara Tiongkok).

Pengguna Tinder didominasi oleh generasi Z (18 hingga 25 tahun). Pengiriman pesan lebih banyak dilakukan oleh Gen Z sebanyak 64% jika dibandingkan dengan pengguna yang berusia di atas 26 tahun (pengguna *milenial*). Jumlah *swipe* antar

pengguna di Indonesia pada Gen Z bertambah hingga 29% di aplikasi Tinder (PM, 2020). Pengaruh dari pandemi COVID-19 membuat Gen Z merasa kehilangan, kerinduan, dan kesepian sehingga mendorong generasi Z untuk mencari cara baru untuk dapat terhubung dengan banyak orang. Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh Tinder, Gen Z berhasil mengubah dan mematahkan stigma dari gaya berkencan. Gen Z lebih menyukai gaya kencan yang terbuka dan fleksibel, bukan gaya kencan yang kaku.

Generasi Z yang dipilih peneliti sebagai subjek dari penelitian ini adalah Generasi Z yang telah menggunakan aplikasi Tinder lebih selama tiga bulan. Alasan ini dipilih karena berdasarkan hasil mini riset yang dilakukan peneliti sebelumnya, pengguna Tinder yang telah menggunakan Tinder selama tiga bulan lebih sudah dapat menggunakan fitur Tinder dengan baik dan menggunakan Tinder sesuai dengan tujuan dan kemauan penggunanya, termasuk dalam mencari hubungan kencan FWB. Berdasarkan dari data hasil mini riset yang telah dilakukan oleh peneliti, generasi Z yang sudah menggunakan Tinder lebih dari tiga bulan sudah dapat membangun hubungan FWB hingga bertemu secara fisik dengan pasangan FWB.

Tinder digunakan *Gen Z* sebagai perantara dalam mencari pasangan FWB. Keterbatasan fitur Tinder membuat generasi Z lebih memilih untuk berkomunikasi di media sosial lain yang dapat menunjang komunikasi sesuai dengan yang diinginkan. keterbatasan Tinder seperti tidak dapat mengirim foto atau video, tidak dapat melakukan telepon, tidak dapat menarik pesan atau menyunting pesan yang telah dikirim, dan melakukan *screen shot* pada *room chat* Tinder membuat pengguna Tinder

beralih ke media sosial seperti *Line*, *Whatsapp*, *Telegram*, hingga *Instagram*. Generasi Z sebagai pengguna Tinder yang telah berkomunikasi dalam jangka waktu tertentu dan mendapatkan kecocokan biasanya akan bertemu langsung secara fisik untuk membahas dan memutuskan untuk membangun hubungan FWB.

Keterbatasan fitur Tinder membuat komunikasi yang dilakukan di dalam aplikasi kencan daring Tinder bersifat *irreversible*. *Irreversible* merupakan penyampaian pesan yang tidak dapat ditarik kembali. Dalam membangun hubungan FWB, penarikan pesan sangat penting dilakukan karena dapat menjaga dan melindungi informasi pribadi yang telah dibagikan kepada orang lain. Penarikan pesan, menghapus, dan membuat batasan waktu ketika melakukan *chatting* dapat membantu individu dalam menjaga informasi pribadi.

3. Kencan *Friend with Benefits* (FWB)

Friends with benefits merupakan hubungan yang berjalan tanpa memiliki perasaan saling menyukai, tidak ada komitmen, tanpa emosional, tetapi hubungan ini berlandaskan sebuah keterikatan yang berdasarkan keuntungan. Hubungan FWB timbul karena ketika seseorang merasa kesepian dan tidak memiliki teman untuk bercerita, orang-orang yang menjalani hubungan FWB merupakan orang-orang yang tidak tertarik untuk menjalani hubungan serius atau tidak memiliki waktu untuk hal tersebut (Aissyah Dwi Fitriyani, 2020).

Hubungan ini disebut *friends with benefits* karena pada dasarnya hubungan ini hanya sebatas pertemanan dan tidak lebih. Hubungan FWB menjalin hubungan

pertemanan yang melalui proses pengenalan, pertukaran informasi, dan jangka waktu hubungan yang tidak sebentar (Aissyah Dwi Fitriyani, 2020). Perbedaan hubungan FWB dengan pertemanan biasa adalah hubungan FWB melibatkan romantisme dan hubungan intim (Aissyah Dwi Fitriyani, 2020).

Hubungan FWB disebut juga dengan hubungan yang intim karena dalam hubungan FWB walaupun hanya sebatas teman, tetapi dalam hubungan terdapat kegiatan intim seperti melakukan hubungan badan, unsur romantis, dan pertukaran pikiran yang mendalam mengenai hubungan yang sedang dijalani (A.Beebe, Beebe, & Redmond, 2018).

Hubungan FWB adalah hubungan yang berawal dari persahabatan ataupun pengenalan yang kemudian berlanjut ke tingkatan dalam keintiman seksual untuk jangka waktu yang tidak ditentukan dan bagi kedua individu dalam hubungan tersebut dianggap sebagai hubungan *non-dating*. Singkatnya FWB dapat dikatakan adalah hubungan yang memadukan unsur persahabatan dan keintiman fisik (seksualitas) (Owen & Fincham, 2011).

Individu yang memilih untuk melakukan hubungan FWB biasanya menginginkan hubungan yang menguntungkan tanpa perlu ada tanggung jawab dalam hubungan tersebut. Melalui hubungan FWB, maka individu dapat menikmati hubungan intim dengan seseorang yang dikenal dengan baik dan mempercayai orang tersebut tanpa harus adanya ikatan. Orang yang terlibat dalam hubungan FWB biasanya sudah jelas akan menikmati waktu bersama dengan pasangan dalam hubungan tersebut dan hubungan tersebut tidak meliputi soal romantis dan ikatan. Hubungan ini juga tidak

memiliki jangka waktu yang ditentukan dan hubungan dianggap sebagai hubungan yang tidak resmi.

Dalam melihat tahapan dan proses dalam membangun hubungan *friends with benefit*, teori penetrasi sosial menjelaskan empat tahap, yaitu tahap orientasi. Tahap ini merupakan tahap pengenalan dan pertukaran informasi yang diberikan kepada calon pasangan FWB. Kedua adalah tahap penjajakan afektif, tahap ini merupakan tahap untuk mendapatkan informasi yang lebih dibandingkan tahapan sebelumnya. Sifat pribadi setiap individu yang ingin membangun hubungan FWB akan menjadi lebih terbuka. Tahap ketiga merupakan pertukaran afektif, tahap ini merupakan pertukaran informasi yang lebih intim dan bersifat pribadi. Pada tahap ini kedua individu mulai menjalani hubungan yang lebih intim. Tahap yang terakhir adalah tahap pertukaran stabil, pada tahap ini sudah mencapai tahap yang sangat intim, tidak ambigu, sangat sinkron, dan pengungkapan pemikiran yang berisi mengenai perasaan dan perilaku.

Dalam menganalisis proses membangun hubungan kencan FWB, maka dibutuhkan teori bawang di dalam penetrasi sosial untuk menjelaskan proses dalam membangun hubungan FWB, baik dari lapisan terluar hingga lapisan terdalam. Selain itu analisis keuntungan dan kerugian juga sangat penting dilakukan karena hubungan FWB yang berlandaskan *benefit* yang didapatkan kedua belah pihak. *Benefit* berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat oleh kedua pasangan. Teori penetrasi sosial dan teori bawang dapat menjelaskan berbagai alasan setiap individu dapat menerima kemauan dari pasangannya dan menurunkan ego ketika membuat kesepakatan.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk melihat fenomena yang terjadi dengan mengumpulkan data dengan secara alamiah dan peneliti sebagai instrumen kunci (Anggito & Setiawan, 2018). Penelitian kualitatif berfokus pada proses penelitian dan landasan teori sehingga penelitian fokus dengan apa yang terjadi di lapangan (Rukin, 2019:6)

Desain dari penelitian kualitatif adalah dapat dengan mudah berubah sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan dan bersifat umum. Data dari penelitian merupakan bersifat deskriptif yang meliputi dokumen, foto, dan catatan lapangan sesuai dengan gejala-gejala yang dikategorikan. Peneliti akan mendeskripsikan pengungkapan diri yang terjadi pada mahasiswa ketika berhubungan *friend with benefits* melalui aplikasi kencan daring (*Tinder*).

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Pendekatan fenomenologi menjelaskan dan menganalisis mengenai kesadaran manusia dan pengalamannya secara deskriptif dan introspeksi. Pendekatan fenomenologi dikemukakan oleh Edmund Husserl dalam Wijaya (2019:28). Berdasarkan definisi Emzir dalam Wijaya (2019:29) fenomenologi merupakan pengalaman manusia dan melihat esensi beserta hakikat sehingga dianggap sebagai fenomena. Peneliti tidak

dapat mencampurkan diri dalam ketika memaknai perspektif dari fenomena yang diteliti. Konteks dari penelitian kualitatif merupakan fenomenologi yang muncul dari kesadaran peneliti yang tampak nyata.

3. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini merupakan pengguna Tinder yang pernah atau sedang menjalin hubungan *friend with benefits* (FWB) melalui aplikasi kencan daring Tinder. Subjek penelitian didapat melalui aplikasi Tinder, peneliti menghubungi pengguna Tinder yang membangun dan menjalani hubungan FWB melalui aplikasi kencan daring Tinder. Peneliti meminta kesediaan untuk ditemui dan diwawancarai untuk meneliti mengenai hubungan FWB. Pengguna Tinder yang dipilih sebagai narasumber memiliki kriteria yang berdasarkan dari hasil mini riset yang telah dilakukan, yaitu, (1)Narasumber yang bertujuan menggunakan aplikasi Tinder untuk mencari pasangan *friends with benefits* (2) Narasumber yang sudah menggunakan Tinder selama dua bulan atau lebih (3) Narasumber yang menjalani hubungan *friends with benefits* melalui aplikasi Tinder dan bertemu secara fisik.

Narasumber ditentukan berdasarkan hasil mini riset yang telah dilakukan melalui wawancara chat di Whatsapp. Mini riset ditujukan khusus kepada pengguna aplikasi Tinder yang bertujuan untuk mencari hubungan FWB. Berdasarkan hasil mini riset tersebut, orang-orang yang bertujuan mencari pasangan FWB di aplikasi Tinder hubungan mereka bertahan hingga tiga bulan atau lebih. Dalam jangka waktu setahun, pengguna Tinder yang aktif rata-rata memiliki dua hubungan FWB atau lebih.

Berdasarkan hasil wawancara, hubungan FWB dapat bertahan lama jika narasumber mendapatkan pasangan yang sesuai dengan kriteria mereka, baik dari secara fisik, komunikasi yang aktif (asik, bisa diajak nongkrong berdua dan bisa diajak *chat/video call*).

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*). Wawancara mendalam merupakan untuk meneliti fenomena secara detail (Helaluddin & Wijaya, 2019: 31).

Wawancara mendalam dilakukan dengan empat orang pengguna Tinder yang menggunakan telah menggunakan aplikasi Tinder lebih dari dua bulan (rata-rata lama pengguna Tinder menggunakan aplikasi berdasarkan data mini riset), dan telah pernah atau sedang memiliki hubungan FWB paling singkat hingga dua bulan dan memiliki tujuan untuk mencari hubungan FWB melalui aplikasi Tinder. Dalam penentuan pemilihan narasumber ditentukan berdasarkan data yang diperoleh dari mini riset yang telah dilakukan oleh peneliti.

Wawancara mendalam dilakukan dengan empat pengguna Tinder pada waktu yang berbeda agar mendapatkan data yang lebih dalam, akurat, luas, mengetahui pendapat, pengetahuan, dan pengalaman seseorang. Pelaksanaan dari wawancara mendalam ini dilakukan secara daring, karena keterbatasan untuk bertemu secara langsung karena pandemi *COVID-19*.

Peneliti membuat pedoman wawancara yang berisi dengan pertanyaan-pertanyaan pokok. Hasil wawancara berupa transkrip dari *video chat* ataupun telepon yang dilakukan dengan narasumber.

5. Teknik Analisis Data

Menurut dari Strauss & Corbin (2003:164), analisis data bertujuan untuk menguraikan bentuk dari penelitian menjadi bagian-bagian sehingga mampu untuk menangkap makna dari penelitian dan terlihat jelas. Analisis ini lebih baik dilakukan ketika data yang dikumpulkan sudah mencakup inti dari penelitian, sehingga tidak terjadi bisa penelitian.

Menurut Miles dan Hubberman dalam Agusta (2003), terdapat tiga jalur untuk menganalisis data kualitatif, yaitu :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses untuk pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan dan perubahan data yang kasar berdasarkan informasi yang muncul dari catatan peneliti dari lapangan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mereduksi data sehingga dapat membuang data yang tidak perlu, mengarahkan, menajamkan, dan menggolongkan, hingga dapat mengorganisasi data dan dapat memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan.

b. Penyajian data

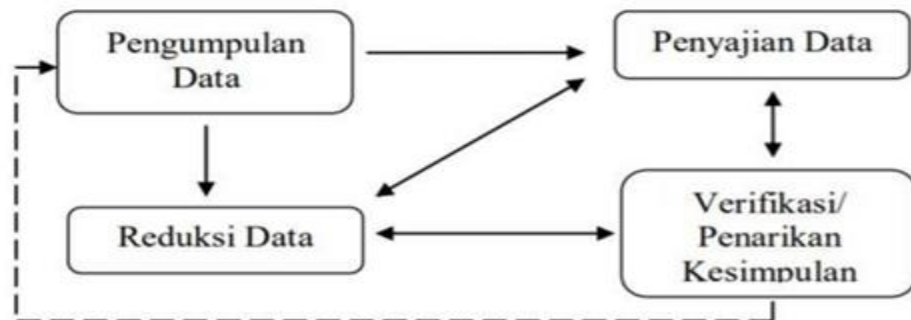
Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang bertujuan untuk memberikan kemungkinan dalam penarikan kesimpulan dan tindakan. Penyajian data berbentuk seperti teks naratif, matriks, bagan, jaringan dan grafik. Data tersebut dirancang untuk dapat membuat peneliti dapat menarik kesimpulan dan melihat apa yang sedang terjadi

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Menurut Miles dan Hubberman dalam Agusta (Anggito & Setiawan, 2018) penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah tahap akhir dari analisis data. Pada awalnya kesimpulan akan tidak tampak jelas, tetapi ketika penjelasan, penyimpanan, kumpulan catatan lapangan, dan kecakapan peneliti terpenuhi dengan lengkap, maka peneliti mampu membuat kesimpulan akhir. Kesimpulan akhir perlu diverifikasi agar dapat dipertanggungjawabkan.

Bagan 1

Analisis Miles dan Hubberman



(Anggito & Setiawan, 2018)