

SKRIPSI
Efektivitas Tinder Sebagai Media Kencan Online Pada Remaja di Kota
Makassar

OLEH:

Nurul Islamia Nurdin
E021171522



DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN

2024

**Efektivitas Tinder Sebagai Media Kencan Online Pada Remaja di Kota
Makassar**

**OLEH:
NURUL ISLAMIA NURDIN
E021171522**

***Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Departemen Ilmu Komunikasi***

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2024**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Efektivitas Tinder Sebagai Media Kencan Online Pada Remaja di Kota Makassar
Nama Mahasiswa : Nurul Islamia Nurdin
NIM : E021171522

Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing:

Makassar, 16 Agustus 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si.

NIP. 196201181987021001



Dr. Kahar, M.Hum.

NIP.195910101985031005

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Hasanuddin,



Dr. Sudirman Karnay, M.Si.

NIP. 19640021990021001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin untuk memenuhi Sebagian syarat-syarat guna
memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi
Broadcasting

Makassar, Agustus 2024

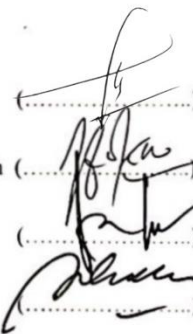
Tim Evaluasi

Ketua : Muliadi Mau, S.Sos, M.Si

Sekretaris : Sartika Sari W. DH Phasa, S.Sos., M.I.Kom

Anggota : Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si

Dr. Kahar, M.Hum



(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda di bawah ini :

Nama : Nurul Islamia Nurdin
NIM : E021171522
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

Menyatakan bahwa skripsi Komunikasi berjudul :

**“Efektivitas Tinder Sebagai Media Kencan Online pada Remaja di Kota
Makassar”**

ini sepenuhnya adalah karya penulis sendiri. Tidak ada bagian dalamnya yang merupakan duplikasi dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di dalam Masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya tulis ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Makassar, 13 Agustus 2024

Yang membuat Pernyataan,

Nurul Islamia Nurdin

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Tiada kalimat terindah selain untaian kalimat segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah menganugerahkan kesehatan, atas limpahan rahmat, karunia serta petunjuk kepada penulis. Serta tidak lupa shalawat serta salam semoga kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, keluarganya dan juga sahabat-sahabat beliau. Dengan selesainya skripsi ini tentu ialah murni karena kebaikan-Nya yang telah memberikan kelancaran, wawasan serta telah mengahdirkan orang-orang yang memberikan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikannya. Adapun kekurangan yang ada pada penulisan skripsi ini tentu tidak lain datangnya dari pribadi penulis yang masih harus terus belajar.

Dengan adanya kesempatan mencurahkan isi hati pada tulisan ini, penulis tak henti-hentinya mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada Ibu penulis, Andi Jusniati Nur atas segala pengorbanan, cinta kasih, materi, petuah-petuah dan doa-doa yang tak pernah putus sehingga membawa penulis pada tahapan selesainya skripsi ini. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Kakek tercinta Andi Muh. Nur Patta Baco yang tak pernah putus kasih sayangnya. Maaf atas segala salah dan khilaf serta terima kasih sekali lagi yang tak terhingga, semoga Allah swt merahmati kalian dengan sebaik-baiknya rahmat. Kepada saudara-saudara penulis, Muh Nur Arham Nurdin dan Nur Aqila Ummahat Nurdin. Terima kasih atas doa dan dukungannya, kalian berdua menjadi alasan penulis semangat menyelesaikan tugas akhir ini. Atas apa yang terjadi dalam waktu belakangan ini yang membuat penulis sempat menyerah. Semoga kita selalu dalam naungan kasih dan cinta-Nya.

Penulisan tugas akhir ini juga tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, melalui tulisan ini penulis hendak mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si sebagai pembimbing utama sekaligus penasihat akademik penulis yang telah memberikan arahan dari

dimulainya tulisan ini hingga selesai. Terima kasih atas waktu, ilmu serta kebaikannya.

2. Dr. Kahar, M.Hum selaku pembimbing pendamping yang telah memberikan arahan, perhatian dan juga kebaikan hatinya dalam membimbing penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Dr. Sudirman Karnay, M.Si. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, beserta seluruh dosen dan staf Departemen Ilmu Komunikasi atas segala motivasi, dukungan dan kebaikannya.
4. Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi (Kosmik) atas ruang belajar yang telah diberikan dan segala kehangatan dalam berbagi pengalaman dan pengetahuan.
5. Kepada sahabat terkasih Jane Angelina Naseng, Dwi Frima Tanty, Farah Fadhillah Khumairah, Fadilla Ani Saputri, Dian Eka Safitri, Fakhria Fildzah, Svetlana Griaznova, dan Andi Burhamzah karena telah menjadi seperti keluarga yang sangat *supportive*, ketulusan dan kebaikan hati yang tak terbilang nilainya. Tidak jarang melayani tanpa diminta, walaupun terpisah jarak, semoga senantiasa sehat dan dilimpahkan rezeki.
6. Kepada Kurniawan yang telah hadir memberikan warna yang indah pada kehidupan penulis selama 2 tahun ini yang tak jarang membuat penat. Canda tawa, pengalaman dan ketulusan hati dalam membantu dan menemani dalam suka dan duka dan memberikan cinta kasihnya kepada penulis selama ini. Semoga Kurniawan senantiasa dalam lindungan-Nya dan dimudahkan segala urusannya.

7. Kepada Home Credit Geng Ilmi, Devi, Desti, Dita, Ulfa, Iedil, dan Seli terima kasih telah memberi banyak warna dimasa perkuliahan ini, walaupun diakhiri dengan warna abu-abu dan tidak dapat diketahui sampai kapan tapi kalian tetap terkenang di memory penulis. Permohonan maaf penulis kepada kalian karena sempat membuat gaduh, semoga kalian diberi umur Panjang dan dalam lindungan-Nya dan kita dapat berkumpul Kembali. Penulis rindu momen itu
8. Teman-teman angkatan penulis yaitu CAPTURE yang telah saling membantu, berbagi pengalaman dan pengetahuan di berbagai kesempatan, semoga kalian sehat selalu.
9. Kepada keluarga besar Ataya Event Organizer Kak Sita sebagai founder, beserta crew Kak Rahman, Kak Desi, Kak Serly, Kak Sarah, Kak Anang, Kak Anto, Kak Uci, Kak Ayub, Kak Mehdi, Kak Ardi, dan Kak Niar, terima kasih telah membukakan ruang belajar baru, menerima penulis menjadi bagian dari kalian, dan menjadi salah satu tempat untuk penulis bisa membiayai hidup penulis sendiri. Terima kasih sudah memberi semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Akhirnya adik kecil kalian bisa menyelesaikannya. Semoga kebaikan kalian selalu menyertai dan memudahkan segala urusannya.
10. Kepada Andi Nurfasca Batari Bintang dan Adid Pratama, terima kasih untuk segala bentuk dukungan baik waktu dan materi, atas kemurahan hati dan jiwa yang besar dalam membantu penulis untuk menyelesaikan tugas

akhir ini. Semoga kebaikan kalian selalu menyertai dan memudahkan segala urusannya.

11. Kepada Komnas Perlindungan Anak Dan Perempuan Kota Makassar, khususnya pak Thalib terima kasih sudah melindungi penulis selama proses pengerjaan yang waktunya bertepatan dengan masalah penulis hadapi saat ini. Dan memberikan bimbingan konseling kepada penulis agar penulis bisa lebih tenang mengerjakan tugas akhir ini dan tidak terbayang rasa takut yang dialami penulis terhadap masalah yang terjadi. Semoga kebaikan kalian selalu menyertai dan memudahkan segala urusannya.

Mengakhiri tulisan ini, tidak lupa penulis untuk berterima kasih kepada diri sendiri karena telah memilih untuk berjuang dan bertahan hingga saat ini. Selalu mengingatkan diri untuk bersyukur dan terus bersyukur karena meskipun dihadapkan dengan hal sulit yang datang tanpa diduga, namun Allah SWT selalu menyertakan kemudahan di tengah prosesnya.

Makassar, 5 Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan manfaat penelitian.....	10
D. Kerangka konseptual.....	10
E. Definisi Operasional	29
F. Metode Penelitian	30
G. Populasi Dan Sampel	32
a) Populasi penelitian	32
b) Teknik pengambilan sampel.....	33
c) Sampel	33
1.8. Teknik analisis data.....	34
a) EPIC Model	34
b) Posisi Keputusan EPIC Model	35
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	37

A.	Tinjauan Pustaka	37
A.	Komunikasi Interpersonal	37
B.	Tinjauan Tentang Perilaku Komunikasi.....	37
C.	Tinjauan Tentang <i>New Media</i>	38
D.	Tinjauan Tentang <i>Tinder</i>	39
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		43
A.	Profil Aplikasi Tider	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		47
A.	Deksripsi Data Responden.....	47
a)	Umur.....	47
b)	Kota Asal Responden	48
c)	Jenis Kelamin	48
d)	Frekuensi Penggunaan Tinder	49
B.	Analisis Uji Hipotesis	49
a)	Pengkodean	50
b)	Uji Validitas dan Reabilitas.....	51
c)	Uji T	52
4.4 Pembahasan		54
a)	Penggunaan Tinder di Kalangan Remaja di Kota Makassar	54
b)	Efektivitas Tinder sebagai Media Kencan Online pada Remaja di Kota Makassar.....	54
BAB V PENUTUP.....		56
5.1	Kesimpulan	56
5.2	Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN.....		62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3.....	49
Tabel 4.4. Tabel Pengkodean Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.5. Tabel Berdasarkan Pengguna Akun	50
Tabel 4.6. Tabel Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	50
Tabel 4.7. Tabel Pengguna Aktif	50
Tabel 4.8. Tabel Dampak Penggunaan Tinder	50
Tabel 4.9. Tabel Pertanyaan Lain	50
Tabel 4.10.....	51
Tabel 4.11.....	52
Tabel 4.12.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1.2. Aplikasi Tinder.....	44
Gambar 1.3. Pengaturan jarak dan Usia.....	46
Gambar 1.4. Tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%	34
Gambar 2.1. Kerangka Pikir.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1. Jenis Kelamin Pengguna Tinder.....	48
Gambar 4.2. Durasi Penggunaan Tinder	Error! Bookmark not defined.

ABSTRAK

Nurul Islamia Nurdin, Efektivitas Aplikasi Kencan Online Tinder Di Kalangan Remaja Di Kota Makassar

(Dibimbing Oleh Muliadi Mau Dan Kahar)

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penggunaan dan efektivitas aplikasi kencan online Tinder di kalangan remaja di Kota Makassar.

Dengan menggunakan metode analisis secara kuantitatif, penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi penggunaan Tinder serta efektivitasnya sebagai media kencan.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel "Apakah aplikasi Tinder efektif untuk mendapatkan pasangan?" mendekati batas signifikansi dengan nilai $p = 0,050$. Ini menunjukkan bahwa meskipun efeknya mendekati batas signifikan, ada indikasi bahwa remaja merasa aplikasi ini efektif dalam membantu mereka menemukan pasangan. Namun, nilai ini mendekati batas signifikansi dan menyarankan bahwa hasil ini mungkin dipengaruhi oleh variabilitas dalam data atau ukuran sampel.

Kata Kunci : Penggunaan Tinder, Efektivitas Aplikasi Kencan, Remaja Makassar, Analisis Faktor

ABSTRACT

Nurul Islamia Nurdin, Effectiveness of the Tinder Online Dating Application Among Teenagers in Makassar City

Guided by Muliadi Mau & Kahar

This study aims to evaluate the use and effectiveness of the online dating application Tinder among teenagers in Makassar City.

Using quantitative analysis methods, this study identifies the main factors that influence the use of Tinder and its effectiveness as a dating medium. The results show that teenagers in Makassar use Tinder to find romantic partners and feel positive benefits from the application.

The t test results show that the variable "Is the Tinder application effective for finding a partner?" approaching the significance limit with a value of $p = 0.050$.

This shows that although the effect is close to borderline significant, there are indications that teenagers find the app effective in helping them find a partner. However, these values are close to the limit of significance and suggest that these results may be influenced by variability in the data or sample size

Keywords:
Tinder Use, Effectiveness of Dating Applications, Makassar Teenagers, Factor Analysis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan salah satu hal yang penting dalam suatu hubungan antar manusia. Dalam suatu hubungan tersebut, diperlukan komunikasi yang terbuka antara satu dengan yang lain. Dengan adanya keterbukaan dalam berkomunikasi, maka manusia yang sedang menjalin suatu hubungan dapat mengenal pribadi satu sama lain dengan baik. Hal-hal tersebut dapat membantu manusia dalam membangun sebuah hubungan yang baik.

Menurut Rogers dan Kincaid (dalam Sari dkk, 2006) komunikasi adalah proses pertukaran informasi dengan menyampaikan gagasan atau perasaan agar mendapat tanggapan dari orang lain dan dapat mengekspresikan dirinya yang unik. Informasi yang disampaikan dalam komunikasi dapat berupa identitas diri, pikiran, perasaan, penilaian terhadap keadaan sekitar, pengalaman masa lalu dan rencana masa depan yang sifatnya rahasia maupun yang tidak. Everet M. Ross mendefinisikan komunikasi sebagai proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam (Wiryanto, 2005:6).

Semakin majunya perkembangan zaman sekarang ini, tentulah menghasilkan banyak penemuan penemuan baru yaitu berupa teknologi. Teknologi dibuat oleh manusia untuk mempermudah manusia dalam melakukan suatu aktifitas, sehingga aktifitas yang sulit dapat menjadi lebih efisien dari biasanya. Teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat cepat seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern dan semakin canggih. Masyarakat saat ini memiliki kehidupan dimana teknologi modern adalah hal yang mendominasi komunikasi masyarakat. Teknologi juga dapat memberikan bantuan, teknologi adalah kebutuhan yang mutlak bagi masyarakat modern saat ini. Teknologi telah mempengaruhi gaya hidup berkomunikasi.

Perkembangan teknologi yang semakin cepat juga kian mempengaruhi apa yang terjadi di dalam lingkungan sehari-hari. Menurut McLuhan (dalam Morissan, dkk, 2010: 31), teknologi komunikasi menjadi penyebab utama perubahan budaya. Kehidupan keluarga, lingkungan kerja, sekolah, pertemanan, kegiatan keagamaan, politik, dan sebagainya semua terpengaruh teknologi komunikasi.

Pada saat sekarang ini, untuk berkomunikasi antara komunikator dengan komunikan tidak hanya melalui tatap muka langsung atau menggunakan media seperti telephone maupun melalui SMS. Saat ini mulai berkembang media internet (*online*), dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi dan menciptakan konten sesuai dengan yang ingin disampaikan penggunanya. Media *online* juga merupakan tempat dimana para pengguna bisa berinteraksi dan berkomunikasi satu dengan yang lain tanpa hambatan yang berarti. Dan banyak jenis media *online* yang dapat digunakan oleh seseorang sesuai dengan kebutuhannya. Teknologi internet pada hakikatnya merupakan perkembangan dari teknologi komunikasi generasi sebelumnya. Media seperti radio, televisi, video, multimedia, dan media lainnya telah digunakan dan dapat membantu meningkatkan pendidikan. Apalagi media internet yang memiliki sifat interaktif, bisa dijadikan sebagai media massa dan interpersonal, dan terdapat segudang sumber informasi dari penjuru dunia yang memungkinkan untuk menjadi media pembelajaran yang lebih unggul dari generasi sebelumnya.

Media sosial merupakan media yang telah menjadi bagian integral masyarakat, tanpa kecuali didalam sebuah masyarakat dalam lingkup suatu perusahaan Media sosial bisa dikatakan bagian dari media baru (*New Media*) atau lebih sering disebut sebagai media konvergensi. Hal ini dikarenakan *New Media* sendiri diawali dengan perkembangan dari salah satu aspek teknologi yang digabungkan kemudian berkonvergensi (Rinawati: 2014:18).

New Media secara etimologi berasal dari 2 kata yaitu *New* dan *Media*. *New* yang berarti baru dan *Media* yang berarti perantara. Jadi, *New Media* merupakan sarana perantara yang baru. Baru dalam arti disini dilihat dari segi waktu, manfaat, produksi, dan distribusinya. Terbentuk dari interaksi antara manusia

dengan komputer dan internet secara khususnya termasuk di dalamnya adalah web, blog *online sosial network*, *online forum*, dan sebagainya (Putri, 2014:7).

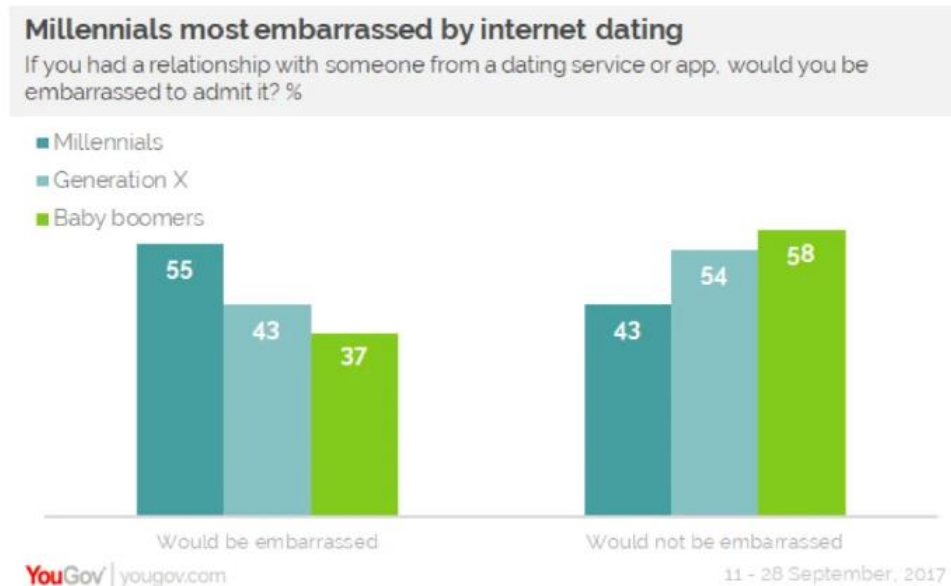
Menurut Everett M. Rogers (dalam Abrar, 2003: 17-18) merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan. Rogers memperlihatkan bahwa era tulisan memang yang pertama kali. Berhubung menggunakan tulisan tentunya punya huruf-huruf tertentu namun sayangnya belum pasti huruf apa yang pertama ada di dunia ini. Kedua, era komunikasi cetak. Rogers memaparkan bahwa fase ini komunikasi manusia lebih maju dengan memanfaatkan teknologi cetak. Pada mulanya kemunculan bahan cetak ini berawal dari Cina dengan ditemukannya bahan baku pembuatan kertas. Selanjutnya teknologi pencetakan mulai berkembang dari Cina kemudian Korea hingga akhirnya ke Jerman dengan ditemukannya mesin cetak. Untuk membaca dan mengerti berbagai jenis informasi. Sebenarnya perkembangan teknologi percetakan sangat menentukan arah perkembangan media cetak itu sendiri. Semakin maju perkembangannya, maka hasilnya tentu akan semakin bagus. Ketiga, era telekomunikasi. Telecommunication Era, berimplikasi pada pengertian komunikasi dengan jarak yang berjauhan (*communication at a long distance*). pada era yang mulai berkembang pesat pada medium tahun 1800-an ini memasuki era teknologi elektronika. Rogers memulai era ini dengan mengambil moment pada saat Samuel Morse pada tanggal 24 Mei 1844 menemukan suatu cara menyampaikan pesan melalui kabel elektronika, belakangan dikenal dengan istilah *telegraph*. Dan keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif.

Tinder adalah aplikasi kencan *online* yang diluncurkan oleh Sean Read, Justin Mateen dan Jonathan Badin di West Hollywood, California (Putri,2015:02). Tinder menawarkan sebuah aplikasi yang bisa mempertemukan kita dengan teman yang sehoobi dengan kita, atau bahkan pasangan idaman kita. Karena itu, Tinder sering disebut sebagai media pencari teman kencan. Dengan kemunculan aplikasi kencan *online* seperti Tinder ini secara perlahan mampu merubah perilaku masyarakat dalam pencarian pasangan kencan.



Sebelum adanya aplikasi kencan *online* Tinder, seseorang menemukan pasangan kencan melalui cara sederhana seperti dipertemukan oleh orangtua, dikenalkan teman, bertemu di acara yang memungkinkan bertemu dengan orang banyak, atau bahkan teman kencannya adalah teman sepermainan itu sendiri. Namun, seiring perkembangan teknologi yang semakin pesat, budaya masyarakat dalam mencari pasangan pun kian berkembang.

Dilansir dari portal *dailysocial.id* saat ini aplikasi Tinder sudah digunakan di lebih dari 190 negara, dengan puluhan juta basis pengguna. Adanya tim pengembang bisnis di tiap negara, perusahaan mengharapkan dukungan lokal untuk bisnis dan basis komunitas pengguna. Langkah tersebut dinilai penting, pasalnya di lanskap online dating persaingan di tingkat lokal pun makin menantang. Menurut hasil riset yang dilakukan portal *dailysocial* (<https://dailysocial.id>) di tahun 2017. Dari 1019 responden yang terlibat dalam survei, 51,91% di antaranya percaya bahwa aplikasi kencan dapat membantu menyelesaikan permasalahan tentang perjodohan. Bahkan 38,57% di antaranya pernah mendengar keberhasilan orang terdekat dalam memanfaatkan aplikasi kencan.



Riset YouGov terbaru mengungkap skala fenomena ini di Indonesia. Sebanyak sepertiga (34%) penduduk Indonesia telah menggunakan internet dan aplikasi kencan daring. Angka ini meningkat menjadi 36% di kalangan generasi milenial, tetapi turun menjadi 19% di kalangan generasi baby boomer.

Tidak jarang pula dari pengguna aplikasi kencan khususnya Tinder yang berhasil meresmikan hubungan mereka ke tahap pernikahan. Seperti data yang di dapat dari laman *Tribunnews Makassar*, pada tahun 2016 ada pasangan yang hanya membutuhkan waktu 7 hari dari awal waktu pertemuan mereka di Tinder dan tanpa ragu langsung melaksanakan pernikahan. Mereka adalah pasangan Rey Utami seorang presenter bola dan politisi sukses Pablo Putera Benua (makassar.tribunnews.com). Data-data yang didapat dalam riset menyimpulkan penerimaan masyarakat secara umum penggunaan aplikasi kencan.

Melalui media sosial Tinder, kegiatan komunikasi dilakukan para penggunanya yaitu untuk pencarian dan pengenalan dengan lawan jenis atau yang disebut dengan *Tinder Match*, yang pada umumnya untuk menjalin hubungan seperti pertemanan, berpacaran, atau bahkan sampai menjalin pernikahan. Dengan demikian, fenomena media sosial kencan *online* seperti Tinder ini memiliki kaitan terhadap komunikasi antarpribadi untuk dapat menghubungkan

seorang pengguna dengan pengguna lainnya yang sama sekali tidak memiliki hubungan apapun sebelumnya untuk dapat memiliki hubungan antarpribadi seperti hubungan pertemanan.

Saat diluncurkan ketiga pendiri Tinder, Sean Rad, Justen Mateen, dan Jonathan Badeen, menyebutkan bahwa media sosial Tinder merupakan inovasi terbaru dalam mencari relasi terutama teman kencan. Itulah yang membuat Tinder berbeda dibandingkan dengan media sosial *online* dating lainnya. Tinder menawarkan sebuah aplikasi yang bisa mempertemukan seseorang dengan teman yang memiliki hobi yang sama atau bahkan dapat menemukan pasangan idaman. Media sosial Tinder dapat diunduh secara gratis, yang mana aplikasi ini bekerja dengan mengandalkan sistem satelit navigasi yang dapat mengatur jarak dan lokasi tertentu. Tinder termasuk aplikasi yang cukup populer dan paling banyak diunduh pada *Google Store* dan *Apple Store* (<http://tekno.liputan6.com/read/2854885/para-jomblo-simak-daftar-5-aplikasi-kencan-terbaik>), karena Tinder memberikan kemudahan bagi tiap penggunanya untuk menggunakan aplikasi tersebut. Hanya dengan *swipe* kanan atau kiri pengguna Tinder dapat memilih atau menolak pengguna Tinder lainnya. Selain itu, Tinder juga merupakan aplikasi kencan *online* yang cukup dekat dengan kalangan muda, sehingga peneliti anggap Tinder menjadi *platform* (media sosial) kencan *online* yang banyak digunakan dalam situs penelitian yang akan peneliti teliti karena dekat dengan lingkungan peneliti.

Dalam menggunakan media sosial Tinder, komunikasi yang terjalin mengacu pada komunikasi antarpribadi untuk mengenal masing-masing individu untuk membangun hubungan pertemanan ataupun hubungan romantis. Karena fungsi dari komunikasi antarpribadi itu sendiri adalah untuk dapat meningkatkan pribadi, mengurangi ketidakpastian, serta berbagi pengalaman dan pengetahuan dengan orang lain (Cangara, 2012: 68-69).

Beberapa dampak positif dari penggunaan Tinder sebagai media kencan online adalah:

1. **Kemudahan dalam Menemukan Pasangan Romantis:** Tinder memfasilitasi remaja dalam menemukan pasangan romantis dengan cara yang lebih efisien.

Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk dengan cepat menelusuri profil dan memilih pasangan potensial berdasarkan preferensi pribadi seperti usia, lokasi, dan minat.

2. **Meningkatkan Interaksi Sosial.** Tinder membantu pengguna, terutama remaja, untuk berinteraksi dengan orang-orang baru di luar lingkaran sosial mereka yang biasa. Ini memperluas jaringan pertemanan dan memungkinkan pengalaman baru dalam berkomunikasi dengan berbagai individu.

3. ****Fleksibilitas dan Kenyamanan**:** Pengguna dapat menggunakan Tinder kapan saja dan di mana saja, yang memberikan fleksibilitas dalam mencari dan menjalin hubungan baru tanpa keterbatasan ruang dan waktu.

4. ****Memperkuat Keterampilan Komunikasi**:** Melalui interaksi yang dilakukan di Tinder, pengguna dapat meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal mereka, seperti cara memulai percakapan, menjaga minat dalam diskusi, dan memahami dinamika hubungan.

5. ****Menyediakan Platform Aman untuk Berkenalan**:** Meskipun ada risiko, Tinder juga menyediakan fitur-fitur yang membantu pengguna untuk berkenalan dengan orang lain dalam lingkungan yang relatif aman. Pengguna dapat memilih dengan siapa mereka ingin berkomunikasi dan mengakhiri interaksi kapan saja jika merasa tidak nyaman.

Dampak-dampak positif ini mencerminkan bagaimana Tinder dapat menjadi alat yang bermanfaat dalam konteks kencan online, terutama bagi remaja yang mencari hubungan baru dan pengalaman sosial yang berbeda.

Namun, tidak semua pengguna Tinder memiliki pemahaman yang sama dalam memahami hubungan romantis melalui kencan *online* seperti Tinder melainkan terdapat beberapa pengguna media sosial Tinder yang menjalin hubungan romantis namun juga mendapatkan pengalaman hubungan yang tidak menyenangkan. Berikut adalah beberapa dampak negatif yang diidentifikasi dalam penelitian:

1. ****Risiko Penipuan dan Pelecehan****: Tinder, seperti banyak platform online lainnya, dapat menjadi tempat di mana penipuan dan pelecehan terjadi. Pengguna mungkin menghadapi situasi di mana mereka tertipu oleh profil palsu atau mengalami pelecehan verbal dan emosional dari pengguna lain.

2. ****Ketidakjelasan Tujuan Hubungan****: Tidak semua pengguna Tinder memiliki niat yang sama dalam menggunakan aplikasi ini. Beberapa mungkin hanya mencari hubungan yang bersifat sementara atau bahkan hanya untuk kepuasan seksual, yang dapat menyebabkan kekecewaan atau bahkan trauma bagi pengguna yang mencari hubungan yang lebih serius.

3. ****Pengaruh Terhadap Kesehatan Mental****: Penggunaan Tinder yang berlebihan atau mengalami penolakan berulang kali dapat berdampak negatif pada kesehatan mental pengguna, seperti menurunkan harga diri, meningkatkan kecemasan, atau menyebabkan depresi.

4. ****Objektifikasi dan Superfisialitas****: Tinder cenderung menekankan pada penampilan fisik karena sistemnya yang berbasis swipe berdasarkan foto profil. Hal ini dapat mendorong perilaku objektifikasi, di mana pengguna lebih fokus pada penampilan daripada kepribadian atau karakter seseorang, yang dapat merusak cara pandang terhadap hubungan.

5. ****Ketergantungan pada Aplikasi****: Pengguna, terutama remaja, bisa menjadi terlalu bergantung pada aplikasi untuk berinteraksi sosial, yang dapat mengurangi kemampuan mereka untuk membangun hubungan di dunia nyata dan mengurangi kualitas interaksi sosial tatap muka.

6. ****Keamanan Data Pribadi****: Penggunaan aplikasi kencan online seperti Tinder membawa risiko terhadap privasi dan keamanan data pribadi. Informasi

pribadi yang dibagikan di aplikasi bisa saja disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Dampak-dampak negatif ini menunjukkan bahwa meskipun Tinder memiliki manfaat sebagai media kencan online, pengguna perlu waspada dan bijaksana dalam penggunaannya untuk menghindari potensi risiko.

Dalam penelitian ini peneliti mengasumsikan sementara bahwa terdapat kombinasi antara komunikasi antarpribadi dengan new media. Karena dapat menjangkau pribadi-pribadi penggunanya secara global, maka bisa dikatakan komunikasi *online* melalui media sosial Tinder, dan pada saat yang sama karena pesan yang ada dibuat, diarahkan, dan dikonsumsi secara personal, maka dikatakan komunikasi interpersonal, dimana asumsi ini dianalogikan dari pendapat Utari (2011: 52-53), yaitu komunikasi melalui media *online* merupakan kombinasi antara komunikasi antarpribadi dengan komunikasi massa, karena dapat menjangkau khalayak secara global, maka bisa dikatakan komunikasi massa, dan pada saat yang sama karena pesan yang ada dibuat, diarahkan, dan dikonsumsi secara personal, maka dikatakan komunikasi interpersonal. Sehingga dalam penelitian ini, komunikasi antarpribadi yang terjadi melalui media internet (*online*), dimana terjadi komunikasi antarpribadi antara dua orang atau lebih yang dilakukan dalam media sosial, dimana tiap individu yang terlibat dapat berkomunikasi tanpa terikat batas ruang dan waktu secara aktif, yang berbeda dengan komunikasi konvensional ataupun tatap muka yang terbatas dengan ruang dan waktu (Adler dan Rodman, 2006: 189-190).

Hal ini menjadi landasan Peneliti untuk mengangkat penelitian dengan judul **"Efektivitas Aplikasi Dating Tinder sebagai media kencan online Pada remaja di Kota Makassar"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pengguna atau pemanfaatan tinder di kalangan remaja di kota Makassar?
2. Bagaimana efektivitas aplikasi dating online sebagai media kencan online pada remaja di kota Makassar?

C. Tujuan dan manfaat penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah peneliti kemukakan, maka penelitian ini bertujuan:

- a) Untuk mendeskripsikan proses penggunaan atau pemanfaatan tinder di kalangan remaja kota Makassar
- b) Untuk mendeskripsikan efektivitas tinder sebagai sarana dating online.

2. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian ada 2 (dua), yaitu:

a) Manfaat Teoritis

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

b) Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi tentang bagaimana pemahaman pengguna media sosial Tinder dalam menggunakan aplikasi kencan *online* Tinder untuk menjalin hubungan romantis, serta bagaimana pemahaman tersebut dimunculkan oleh penggunanya itu.

D. Kerangka konseptual

1. Komunikasi

Menurut Lexicographer, komunikasi adalah upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Jika dua orang berkomunikasi maka pemahaman yang sama terhadap pesan yang saling dipertukarkan adalah tujuan yang diinginkan oleh keduanya. Definisi komunikasi menurut beberapa ahli itu sendiri salah satunya adalah J.A Devito mengartikan bahwa komunikasi merupakan suatu tindakan oleh satu orang atau lebih yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan terjadi dalam satu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. Menurut Trenholm dan Jensen (dalam Fajar, 2009: 31), komunikasi merupakan suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran. Suatu proses yang mentransmisikan pesan kepada penerima pesan melalui berbagai media yang dilakukan oleh komunikator adalah suatu tindakan komunikasi.

Bernard Bereleson dan Gary A. Steiner (dalam Mulyana, 2011:68), komunikasi merupakan suatu transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata, gambar, figur, grafik dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi tersebut yang disebut dengan komunikasi.

Harold D. Laswell (dalam Mulyana, 2011: 69) mengatakan cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan *who say what in which channel to whom with what effect?*. Berdasarkan definisi Laswell ini dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu:

- a) Komunikator (*Source/ sender/encoder*) adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi, sumber bisa berupa individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau negara.
- b) Pesan (*Message*) adalah apa yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan berupa simbol verbal maupun non-verbal.
- c) Saluran media, adalah alat yang menjadi perantara yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.

- d) Komunikan (*Receiver*) adalah pihak yang menerima pesan dari komunikator.
- e) Efek (*effect*) adalah apa saja yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan.

Komunikasi menjadi peranan terpenting bagi kehidupan manusia dalam berinteraksi di kehidupannya sehari-hari. Terutama komunikasi yang terjadi didalam masyarakat terkecil yaitu keluarga. Di dalam sebuah komunikasi feedback merupakan hal yang diharapkan, untuk mampu mencapai tujuan yang dimaksud dalam berkomunikasi. Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian tersebut, jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisipliner, tidak bisa menghindari perspektif dari beberapa ahli yang tertarik pada kajian komunikasi, sehingga definisi dan pengertian komunikasi menjadi semakin banyak dan beragam.

Masing-masing mempunyai penekanan arti, cakupan, konteks yang berbeda satu sama lain, tetapi pada dasarnya saling melengkapi dan menyempurnakan makna komunikasi sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi.

Setiap penakluk komunikasi dengan demikian akan melakukan empat tindakan: membentuk, menyampaikan, menerima, dan mengolah pesan. Keempat tindakan tersebut lazimnya terjadi secara berurutan. Membentuk pesan artinya menciptakan suatu ide atau gagasan. Ini terjadi dalam benak kepala seseorang melalui proses kerja system syaraf. Pesan yang telah terbentuk ini kemudian disampaikan kepada orang lain. Baik secara langsung maupun tidak langsung. Bentuk dan mengirim pesan, seseorang akan menerima pesan yang disampaikan oleh orang lain. Pesan yang diterimanya ini kemudian akan diolah melalui system syaraf dan diinterpretasikan. Setelah diinterpretasikan, pesan tersebut dapat menimbulkan tanggapan atau reaksi dari orang tersebut. Apabila ini terjadi maka si orang tersebut kembali akan

membentuk dan menyampaikan pesan baru. Demikianlah keempat tindakan ini terus menerus terjadi secara berulang-ulang.

Pesan adalah produk utama komunikasi. Pesan berupa lambang-lambang yang menjalankan ide/ gagasan, sikap, perasaan, praktik, atau tindakan. Bisa berbentuk kata-kata tertulis, lisan, gambar-gambar, angka-angka, benda-benda, gerak-gerik atau tingkah laku dan berbagai bentuk tanda-tanda lainnya. Komunikasi dapat terjadi dalam diri seseorang, antara dua orang, diantara beberapa orang, atau banyak orang. Komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Artinya komunikasi yang dilakukan sesuai dengan keinginan dan kepentingan para pelakunya. Pemaknaan terhadap informasi bersifat subjektif dan kontekstual. Subjektif artinya, masing-masing pihak memiliki kapasitas untuk memakai informasi yang disebarkan atau diterima berdasarkan apa yang ia rasakan, ia yakini, dan ia mengerti serta berdasarkan tingkat pengetahuan kedua pihak. Sedangkan kontekstual adalah bahwa pemaknaan itu berkaitan erat dengan kondisi waktu dan tempat dimana informasi itu ada dan dimana kedua belah pihak berada.

2. Komunikasi Antarpribadi

a) Pengertian komunikasi antarpribadi

Joseph A. Devito mendefinisikan "komunikasi antar pribadi sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika" (Fajar, 2009: 78).

Pola-pola komunikasi antar pribadi mempunyai efek yang berlainan pada hubungan interpersonal. Semakin sering seorang melakukan komunikasi dengan orang lain, semakin baik hubungan. Beberapa faktor lain yang dapat menumbuhkan hubungan interpersonal yaitu percaya, sikap suportif dan sikap terbuka. Diantara berbagai faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal, faktor percaya adalah yang paling penting. Percaya meningkatkan komunikasi antar pribadi karena membuka saluran komunikasi, memperjelas pengiriman dan penerimaan

informasi, serta memperluas peluang komunikasi untuk mencapai maksudnya. Jika seseorang tidak mau mengungkapkan bagaimana perasaan dan pikirannya, maka akan sulit untuk memahami tentang diri orang tersebut (Rakhmat, 2007 :130).

Sikap suportif adalah sikap yang mengurangi sikap defensif dalam komunikasi. Orang yang bersikap defensif bila tidak menerima, tidak jujur dan tidak empatik. Sudah jelas, dengan sikap defensif komunikasi antar pribadi akan gagal. Karena orang defensif akan lebih banyak melindungi diri dari ancaman yang ditanggapi dalam situasi komunikasi dibandingkan memahami pesan orang lain. Komunikasi defensif dapat terjadi karena faktor-faktor personal (ketakutan, kecemasan, harga diri yang rendah, pengalaman defensif dan sebagainya) atau faktor-faktor situasional (Rakhmat, 2007:133).

Sikap terbuka sangat besar pengaruhnya dalam menumbuhkan komunikasi antar pribadi yang efektif. Lawan dari sikap terbuka adalah dogmatism sehingga untuk memahami sikap terbuka harus mengidentifikasi terlebih dahulu karakteristik orang dogmatis yaitu menilai pesan berdasarkan motif pribadi, berpikir simplistik, berorientasi pada sumber, mencari informasi dari sumber sendiri, secara kaku mempertahankan dan membela sistem kepercayaannya dan tidak mampu membiarkan inkonsistensi (Rakhmat, 2007:129).

Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan melahirkan hubungan antar pribadi yang efektif, dogmatis harus diganti dengan sikap terbuka. Bersama-sama dengan sikap percaya dan sikap suportif, sikap terbuka mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai dan yang paling penting adalah saling mengembangkan kualitas hubungan antar pribadi (Rakhmat, 2007:138).

Komunikasi antar pribadi memiliki beberapa karakteristik-karakteristik yang telah dirumuskan oleh Richard L. Weaver II dalam (Budyatna & Ganiem, 2011:15) yaitu:

- 1) Komunikasi antar pribadi paling sedikit melibatkan dua orang;

- 2) Memiliki umpan balik langsung atau feedback dalam komunikasi antarpribadi hampir selalu memiliki umpan balik langsung. Feedback tersebut biasanya bersifat segera, nyata dan berkesinambungan;
- 3) Komunikasi antar pribadi tidak harus tatap muka, kehadiran fisik tidak terlalu penting bagi komunikasi antar pribadi yang sudah berbentuk, adanya saling pengertian antara dua individu yang berkomunikasi yang membuat kehadiran fisik tidak menjadi terlalu penting. Tapi, Weaver juga mengatakan komunikasi antar pribadi yang dilakukan lewat media tidaklah ideal, walaupun komunikasi antar pribadi tanpa kehadiran fisik seperti bermedia dikarenakan jarak yang jauh masih dimungkinkan;
- 4) Komunikasi antar pribadi tidak harus disengaja atau dengan kesadaran, ketika seseorang. Orang-orang itu mungkin mengkomunikasikan segala sesuatunya itu tanpa sengaja atau tanpa sadar, tetapi apa yang dilakukannya merupakan sebagai isyarat- isyarat yang dapat mempengaruhi anda;
- 5) Menghasilkan beberapa pengaruh dan effect. Pengaruh atau efek disini tidak harus terjadi secara langsung ataupun segera dan nyata, tetapi suatu komunikasi antar pribadi haruslah terjadi ataupun memiliki pengaruh;
- 6) Tidak harus melibatkan atau menggunakan kata-kata Komunikasi antar pribadi dapat dilakukan tanpa menggunakan katakata yakni dengan melakukan komunikasi non-verbal;
- 7) Dipengaruhi oleh konteks Konteks adalah sesuatu yang mempengaruhi harapan-harapan partisipan meliputi; jasmaniah, sosial, sejarah, jiwa, dan kultur yang diperoleh para partisipan dan perilaku mereka selanjutnya;
- 8) Dipengaruhi oleh kegaduhan atau noise. Kegaduhan/kebiasaan atau noise dapat bersifat external, internal, atau semantik.

b) Tujuan komunikasi antarpribadi

Hal yang harus diperhatikan dalam tujuan komunikasi antar pribadi yaitu komunikasi ini memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri kita sendiri. Enam tujuan komunikasi antar pribadi yang dapat dipergunakan untuk berbagai tujuan adalah sebagai berikut (Fajar, 2009: 78):

1) Mengetahui diri sendiri dan orang lain

Salah satu cara untuk mengenal diri kita sendiri adalah melalui komunikasi antar pribadi. Komunikasi ini memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri kita sendiri. Melalui komunikasi antar pribadi, kita juga belajar tentang bagaimana dan sejauh mana kita harus membuka diri pada orang lain. Selain itu, komunikasi antar pribadi juga akan membuat kita mengetahui nilai, sikap, dan perilaku orang lain. Kita dapat menanggapi dan memprediksi tindakan orang lain.

2) Mengetahui dunia luar

Komunikasi antar pribadi memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita secara baik, yakni tentang objek dan kejadian-kejadian orang lain. Banyak informasi yang kita miliki sekarang berasal dari interaksi antar pribadi. Meskipun ada yang berpendapat bahwa sebagian besar informasi yang ada berasal dari media massa, tetapi informasi dari media massa tersebut sering dibicarakan dan diinternalisasi melalui komunikasi antar pribadi. Dalam komunikasi antar pribadi, kita sering membicarakan hal-hal yang telah disajikan media massa. Namun demikian, pada kenyataannya nilai keyakinan, sikap, dan perilaku kita banyak dipengaruhi oleh komunikasi antar pribadi dibandingkan dengan media massa dan pendidikan formal.

3) Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna

Manusia diciptakan sebagai makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Sehingga dalam kehidupan sehari-hari, orang ingin menciptakan dan memelihara hubungan dekat dengan orang lain. Kita juga tidak ingin hidup sendiri terisolasi dari masyarakat dan kita ingin merasakan dicintai serta disukai maupun mencintai dan menyukai orang lain. Oleh karenanya, kita menggunakan banyak waktu berkomunikasi antar pribadi yang bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan sosial dengan orang lain. Hubungan ini membantu mengurangi kesepian dan ketegangan serta membuat kita merasa lebih positif tentang diri kita sendiri.

4) Mengubah sikap dan perilaku

Dalam komunikasi antar pribadi, sering kita berupaya mengubah sikap dan perilaku orang lain. Singkatnya, kita banyak mempergunakan waktu untuk mempersuasi orang lain melalui komunikasi antar pribadi.

5) Bermain dan mencari hiburan

Bermain mencakup semua kegiatan untuk memperoleh kesenangan. Sering kali tujuan ini dianggap tidak penting, tetapi sebenarnya komunikasi yang demikian perlu dilakukan karena bisa memberi suasana yang lepas.

c) Kualitas Komunikasi Antarpribadi

Menurut Joseph A. Devito (dalam Fajar, 2009:84), kualitas umum komunikasi antar pribadi dapat dilihat melalui:

1) Keterbukaan

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi antar pribadi. Pertama, komunikator antar pribadi yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tapi

biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut. Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Aspek ketiga menyangkut "kepemilikan" perasaan dan pikiran. Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang dilontarkan adalah memang milik kita dan kita bertanggung jawab atasnya.

2) Empati

Empati sebagai kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu. Secara non verbal, kita dapat mengomunikasikan empati dengan memperlihatkan keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai, konsentrasi terpusat meliputi kontak mata, postur tubuh yang penuh perhatian, dan kedekatan fisik, dan sentuhan yang sepantasnya.

3) Sikap Mendukung

Hubungan antar pribadi yang efektif adalah hubungan yang di dalamnya terdapat sikap mendukung. Jack Gibb menyatakan bahwa komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategis, dan provisional bukan sangat yakin.

4) Sikap positif

Sikap positif dapat dikomunikasikan dalam komunikasi antar pribadi dengan dua cara, yaitu menyatakan sikap positif dan secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi.

Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi antar pribadi. Pertama, komunikasi antar pribadi terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang menikmati interaksi atau bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi.

5) Kestaraan

Dalam beberapa situasi terjadi ketidaksetaraan. Terlepas dari ketidaksetaraan, komunikasi antar pribadi akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga serta memandang satu dengan yang lain sebagai sesuatu yang penting. Kestaraan berarti kita menerima pihak lain dan memberikan penghargaan positif tanpa syarat.

d) Penetrasi Sosial

Menurut Altman dan Taylor, keintiman di sini lebih dari sekedar keintiman secara fisik, dimensi lain dari keintiman termasuk intelektual dan emosional dan hingga pada batasan di mana pasangan melakukan aktivitas bersama. Altman dan Taylor percaya bahwa hubungan orang sangat bervariasi dalam penetrasi sosial mereka. Dari suami-istri, supervisor-karyawan, pasangan main golf, dokter-pasien, hingga para teoritikus menyimpulkan bahwa hubungan -melibatkan tingkatan berbeda dari perubahan keintiman atau tingkat penetrasi sosial (West & Turner, 2008: 196). Asumsi teori penetrasi sosial (West & Turner, 2008:197):

- 1) Hubungan-hubungan mengalami kemajuan dari tidak intim menjadi intim. Hubungan komunikasi antara orang dimulai pada tahapan *superficial* ataupun tidak akrab dan bergerak pada sebuah kontinuum menuju tahapan yang lebih intim. Sejalan

dengan adanya waktu hubungan-hubungan mempunyai kesempatan untuk menjadi lebih intim.

- 2) Secara umum, perkembangan hubungan sistematis dapat diprediksi. Asumsi kedua dari teori penetrasi sosial, berhubungan prediktabilitas. Secara khusus, para teoritikus berpendapat bahwa hubungan-hubungan berkembang secara sistematis dan dapat diprediksi.
- 3) Perkembangan hubungan mencakup depenetrasi (penarikan diri) dan disolusi.
- 4) Ketika hubungan menjadi berantakan, dan yang terjadi adalah menarik diri (keruntuhan perlahan sebuah hubungan), kemunduran ini dapat menyebabkan terjadinya disolusi hubungan.
- 5) Pembukaan diri (*self-disclosure*) adalah inti dari perkembangan hubungan. Menurut Altman & Taylor hubungan yang tidak intim menjadi intim dikarenakan adanya keterbukaan diri antara satu dengan yang lain. Pembukaan diri membantu membentuk hubungan masa kini dan masa depan antara dua orang dan membuat diri terbuka terhadap orang lain memberikan kepuasan yang intristikl. Membuka diri dapat membuat hubungan yang tadinya tidak terlalu akrab menjadi akrab. Teori ini membahas tentang bagaimana proses seseorang komunikator mendekati komunikan. Ketika seseorang ingin mengenal lebih jauh lawan bicaranya (komunikan). Altman dan Taylor menyebutnya sebagai analogi kulit bawang. Dimana terdapat banyak lapisan-lapisan yang ada tentang informasi diri seseorang komunikan. Lapisan terluar dari diri seseorang disebut dengan citra public (*public image*) yakni informasi diri tentang fisik (rambut, bentuk wajah, warna kulit, tinggi badan), usia, nama dll. Penetrasi sosial adalah teori yang bercerita tentang bagaimana seseorang komunikator ingin mengenal lebih jauh

dengan komunikasi. Setiap manusia disini dianalogikan oleh Altman dan Taylor sebagai bawang. Bawang adalah sebuah tanaman ubi (kbbi.web.id) yang memiliki lapisan-lapisan. Seseorang ingin mengenal orang lebih jauh pastilah bertahap melakukan pendekatannya sama seperti mengupas bawang. Lapisan paling dalam adalah informasi diri yang tidak sembarangan orang yang mengetahui. Penetrasi sosial memiliki tahapan proses penetrasi sosial (West & Turner, 2008:205):

- Orientasi: Membuka sedikit demi sedikit Tahap paling awal dari interaksi, disebut tahap orientasi, yang terjadi pada tingkat publik; seseorang hanya sedikit mengenai dirinya yang terbuka untuk orang lain. Selama tahapan ini, pertanyaan-pertanyaan yang dibuat biasanya hanya hal-hal klise dan merupakan gambaran hal-hal yang bersifat tidak akrab dari seorang individu. Dalam tahapan ini orang biasanya bertindak sesuai dengan cara yang dianggap baik secara sosial dan berhati-hati tidak melanggar harapan sosial.
- Pertukaran peninjauan afektif: Munculnya diri Merupakan tahapan dimana perluasan daerah publik dari diri dan terjadi ketika aspek-aspek dari kepribadian seorang individu mulai muncul.
- Pertukaran peninjauan afektif: Komitmen dan Kenyamanan Pada tahap ini ditandai oleh persahabatan yang dekat dan pasangan yang intim. Dimana dalam tahapan ini komunikasi sering kali berjalan spontan dan individu membuat keputusan yang cepat, sering kali dengan sedikit memberikan perhatian untuk hubungan secara keseluruhan dalam tahap ini penggunaan personal idiom mulai muncul.
- Pertukaran Stabil Tahap: pertukaran stabil berhubungan

dengan pengungkapan pemikiran, perasaan dan perilaku secara terbuka yang mengakibatkan munculnya spontanitas dan keunikan hubungan yang tinggi. Pada tahap ini dibangunnya sebuah system komunikasi personal.

e) Perkembangan teknologi komunikasi

Teknologi merupakan sebuah perangkat untuk membantu aktivitas kitadan dapat mengurangi ketidakpastian yang disebabkan oleh hubungan sebab akibat yang melingkupi dalam mencapai suatu tujuan. Teknologi memiliki dua aspek, yakni hardware dan software, Rogers (1986) dalam (Nugroho, 2010: 3), menjelaskan teknologi diartikan sebagai perlengkapan hardware, struktur organisasi, dan nilai-nilai sosial dimana individu-individu mengumpulkan, memproses dan tukar-menukar informasi dengan individu lainnya.

Menurut Rogers (Bungin, 2008: 111), mengatakan bahwa dalam hubungan komunikasi di masyarakat, dikenal ada empat era komunikasi, yakni era tulis, era cetak, era telekomunikasi dan komunikasi interaktif. Dalam era terakhir, yakni era media komunikasi interaktif dikenal media computer, videotext, teleconferencing, TV kabel, dan sebagainya. Berdasarkan penjelasan Rogers itulah, maka masyarakat percaya bahwa perkembangan teknologi media dimulai dari era mediatulis dan cetak.

Saat ini penemuan teknologi komunikasi telah memberikan banyak kemudahan bagi manusia, misalnya dalam melakukan informasi transaksi maupun transportasi. Perkembangan teknologi ini juga meningkatkan standard hidup manusia. Teknologi antara lain dapat diartikan sebagai penerapan ilmu pengetahuan dalam suatu bidang. Teknologi Komunikasi adalah suatu penerapan ilmu pengetahuan yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan komunikasi. Komunikasi adalah upaya untuk menciptakan kebersamaan dalam makna (*commonness in meaning*). Dengan demikian, teknologi komunikasi adalah suatu

penerapan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah-masalah yang berkaitan dengan komunikasi, Rogers, 1986 (Lubis, 2005: 42).

Teknologi komunikasi berubah dengan begitu cepat sehingga banyak orang berbicara tentang -revolusi teknologi atau -ledakan informasi. Beberapa teknologi baru yang sedang dalam proses pengembangan atau yang ada sekarang adalah *videotape recorder*, *video cassette*, televisi kabel, surat kabar online, akses pelayanan informasi komputer pribadi di rumah, internet dan *World Wide Web*, serta CD Room.

Pada intinya, teknologi komunikasi merupakan suatu sarana yang dikembangkan dalam proses menuju komunikasi yang efektif seiring dengan semakin berkembangnya peradaban kehidupan manusia. Nasution (1990: 6), menjelaskan bahwa berbagai kemampuan dan potensi yang dimiliki teknologi komunikasi memungkinkan manusia untuk saling berhubungan satu sama lainnya, seperti faktor jarak, waktu, jumlah, kapasitas, kecepatan, dan lain-lainnya, kini dapat diatasi dengan dikembangkannya berbagai sarana komunikasi mutakhir. Lahirnya era komunikasi interaktif ditandai dengan terjadinya diversifikasi teknologi informasi dengan bergabungnya telepon, radio, komputer, dan televisi menjadi satu dan menandai teknologi yang disebut dengan internet (Bungin, 2006: 113).

f) New media

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web (WWW)* sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru

dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat (<http://en.wikipedia.org>).

New media atau media baru merupakan media menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara private maupun public (Mondry, 2008: 13). Media baru merupakan digitalisasi sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Kemunculan media baru memberikan dampak yang besar terhadap kehidupan manusia. Media baru secara langsung dapat mengubah pola kehidupan bermasyarakat.

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*new media*). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan (Ruben, 2013: 110). Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan *image* sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009: 28-29).

Salah satu bagian dari *new media* adalah *-Network Society*". "*Network society*" adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006: 20).

Mc.Quail (2009: 157) memberikan lima konsep pembeda antara media baru dan media lama, antara lain:

- Derajat interaktivitas, dimana interaksi dalam new media lebih fleksibel dan lebih tinggi dibanding media konvensional.
- Derajat social presence (keberadaan sosial) dimana media massa bersifat lebih personal, mengurangi ambiguitas. Media baru memungkinkan audience untuk bisa berhubungan secara personal dengan media melalui kontak langsung.
- Derajat otonomi, dimana pengguna media memiliki kemampuan untuk mengontrol isi dan penggunaan medianya sendiri dan menjadi sumber independen. Penggunaan new media bisa memiliki media sendiri dan diolah sendiri.
- Derajat playfulness, kemampuan media menyediakan hiburan bagi user.
- Derajat privasi, yang berhubungan dengan tepi isi yang dimiliki para pengguna media. Mereka bebas menampilkan apa pun di media baru (internet) sehingga menghasilkan media yang unik (berbeda) dan personal.

Selain menjelaskan mengenai konsep pembeda antara media baru dan media lama, Mc. Quail juga menunjukkan perbedaan antara media lama dan media baru, yaitu:

- Media lama konsepnya satu objek berbicara pada banyak orang, sementara media baru bersifat decentralized, yang artinya semua memiliki kesempatan berbicara kepada siapa pun.
- Media lama adalah one way communication, sementara media baru two ways communication yang memungkinkan adanya feedback dari audience. Media lama dibawah kontrol negara, sementara media baru diluar kontrol negara, bahkan bisa dinikmati oleh siapa pun yang ada di dunia tanpa batasan negara.
- Media lama memproduksi lapisan sosial sementara media baru

adalah memproduksi konsep demokratisasi.

- Media lama memfragmentasikan audience sementara media baru meletakkan audience pada posisi yang sama.
- Media lama membentuk kebingungan sosial sedangkan media baru berorientasi pada individu. (Mc. Quail, 2009: 160).

Tetapi penggunaan media baru khususnya internet ini juga masih harus diperhatikan, karena dapat menimbulkan efek negatif. Untuk itu perkembangan internet sebagai *new media* juga harus diikuti dengan kebijakan dan pertanggung jawaban khalayak pengguna. Jika ada sisi negatif maka akan ada pula sisi positif yang diperoleh dari penggunaan *new media* ini, seperti media baru atau *new media* ini dapat merubah pola pikir masyarakat, pola kehidupan dan juga budaya masyarakat.

g) Media sosial

Ditelusuri dari asal katanya, media sosial berasal dari dua kata yaitu media yang dapat dimaknai sebagai medium atau wadah dan sosial yang berarti masyarakat. Dari dua kata tersebut, dapat dipahami bahwa media sosial adalah wadah di mana banyak orang yang dapat berinteraksi layaknya di dalam sebuah masyarakat melalui medium internet. Di dalam media sosial, kita bisa menemukan orang-orang saling ngobrol, berbagi informasi atau file, berkomentar, berdebat, mencari pasangan hingga memasarkan produk. Semua hal itu sama seperti aktivitas di masyarakat. Namun, aktivitas masyarakat di media sosial terjadi dengan perantara internet. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010:59) mendefinisikan media sosial sebagai –sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010: 59-68), ada enam jenis media sosial, yaitu:

- Proyek Kolaborasi Website mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah ataupun menghapus konten-konten yang ada di website tersebut. Contohnya Wikipedia.

- Blog dan Microblog User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya twitter.
- Konten Para user dari pengguna website ini saling meng-share konten- konten media, baik video, ebook, gambar dan lain-lain. Contohnya youtube.
- Situs Jejaring Sosial Aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi itu bisa berupa foto-foto. Contohnya Instagram.
- *Virtual Game World* Dunia virtual, di mana mengreplikasikan lingkungan 3D, di mana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatar yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain seayaknya di dunia nyata. Contohnya gameonline.
- *Virtual Social World*, dunia virtual yang membuat penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtualgame world, berinteraksi dengan yang lain. Namun, virtual social world lebih bebas dan lebih ke arah kehidupan. Contohnya secondlife. Jenis new media sekaligus media online yang paling populer saat ini adalah media sosial (social media) yang juga sering disebut -social networking atau jejaring sosial, antara lain: Blog, Facebook, Twitter, Instagram, Google Plus dan Path (komunikasipraktis.com).

Kemunculan situs jejaring sosial ini diawali dengan adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia. Situs jejaring sosial pertama, yaitu Sixdegrees.com mulai muncul pada tahun 1997. Situs ini memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman dan mengirim pesan. Tahun 1999 dan 2000 muncul situs sosial Lunarstorm, Live Journal, Cyword yang berfungsi memperluas informasi secara searah. Tahun 2001, muncul Ryze.com yang berperan untuk memperbesar jejaring bisnis. Tahun 2002, muncul Friendster sebagai situs anak muda untuk saling berkenalan dengan pengguna lain.

Pada tahun 2003, muncul situs sosial interaktif lain menyusul kemunculan Friendster, Flickr R, Youtube, Myspace. Hingga akhir tahun 2005, Friendster dan Myspace merupakan situs jejaring sosial yang paling diminati. Lalu para pengguna sosial media beralih ke facebook yang sebenarnya telah dibuat pada tahun 2004, tetapi baru saja booming pada tahun 2006. Tahun 2006, kemunculan twitter ternyata menambah jumlah pemakai media sosial, Twitter merupakan microblog yang memiliki batasan karakter tulisan bagi penggunanya, yaitu 140 karakter. Lalu setelah lahirnya Twitter muncul jejaring sosial lain seperti Path, Instagram yang hanya bisa diakses melalui perangkat IOS atau Android.

Media sosial dapat memberi dampak positif maupun negative kepada pengguna, tergantung kebijakan pengguna dalam memanfaatkan media sosial ini. Beberapa manfaat media sosial sebagai berikut:

- **Mendapatkan Informasi Banyak**

Informasi yang dapat kita peroleh lewat media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan kerja, info seputar agama, politik, motivasi, maupun hal-hal yang sedang trend dibicarakan banyak orang.

- **Menjalin Silaturahmi**

Melalui media sosial, kita dapat menjalin silaturahmi meski terpisah jarak, baik dengan orang baru, teman lama, maupun teman sekarang. Lewat media sosial, banyak teman-teman dahulu yang hilang kontak, akhirnya bisa bertemu di media sosial, kemudian mengadakan reuni bersama. Ada juga yang sebenarnya di dunia nyata belum saling kenal, tetapi karena di online sudah saling berinteraksi, ketika bertemu pertama kali di dunia nyata, merasa sudah akrab satu sama lain.

- **Membentuk Komunitas**

Bagi yang memiliki kesukaan/hobi yang sama, dapat membentuk perkumpulan/komunitas yang berisi dengan kesukaan/hobi yang

sama. Media online berperan untuk koordinasi, sharing dan interaksi ketika tidak sedang bersama.

Kerangka pemikiran adalah hasil pemikiran yang rasional merupakan uraian yang bersifat kritis dan memperkirakan hasil penelitian yang dicapai dan dapat mengantarkan penelitian pada rumusan hipotesa (Nawawi, 2001:40). Peneliti akan menjelaskan kerangka pemikirannya sebagai berikut.

E. Definisi Operasional

Penelitian ini mengacu pada ketimpangan yang terjadi dalam penggunaan media sosial kencan *online* Tinder yang terkadang tidak sejalan dengan tujuan dari media tersebut. Dimana tiap pengguna aplikasi Tinder memiliki pemahaman yang berbeda dengan tujuan aplikasi tersebut. Perlu diketahui bahwa aplikasi Tinder adalah sebuah media sosial berbasis aplikasi kencan *online* yang memanfaatkan teknologi (internet) sebagai sarana untuk menjalin hubungan pertemanan ataupun romantis. Namun pada kenyataannya banyak yang menyalahgunakan aplikasi Tinder, karena adanya perbedaan pemahaman bagi tiap penggunanya.

Agar tidak terjadi bias pemahaman atau kekeliruan penafsiran terhadap konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu adanya pemberian batasan-batasan sebagai berikut:

1. Efektivitas merupakan tercapainya tujuan kegunaan media social Tinder sebagai aplikasi dating online.
2. Media social adalah sebuah media daring yang digunakan sayu sama lain yang para penggunanya bisa dengan mudah beradaptasi, berinteraksi, berbagi, dan menciptakan isi *blog*, jejaring social, wiki, forum, dan dunia virtual tanpa membatasi ruang dan waktu.
3. Tinder aplikasi layanan pencarian social berbasis lokasi menggunakan profil yang memfasilitasi komunikasi antara pengguna yang saling tertarik, yang memungkinkan kecocokan (match) pengguna untuk mengobrol.

4. Tinder didirikan pada tahun 2012 oleh Sean Rad Dan Justin Mateen yang bertemu di University Southern California. Tinder sendiri didanai dan dikembangkan di dalam InterActive (IAC), incubator star-up yang dijalankan oleh perusahaan induk tinder, Match Group
5. Remaja di kota Makassar yang terdaftar melalui Badan Pusat Statistik kota Makassar untuk usia 18-24 tahun sebanyak 129.534 per-bulan November 2022.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan lokasi penelitian

Penelitian ini berlangsung selama 1-2 bulan, adapun lokasi penelitian dilakukan pada aplikasi *tinder*. Topik yang diteliti yakni mengenai Efektivitas Aplikasi Dating Tinder sebagai media kencan online Pada remaja di Kota Makassar.

2. Tipe penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, karena penelitian ini berusaha untuk mengungkapkan fakta sebagaimana adanya dan memberikan gambaran secara obyektif mengenai keadaan atau hal-hal yang dihadapi. Agar penelitian ini lebih terarah serta sesuai dengan tujuan yang diinginkan dan berdasarkan konsep yang diajukan, maka penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yaitu mencari data/informasi dari realitas permasalahan yang ada dengan mengacu pada pembuktian konsep ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas aplikasi online dating.

3. Teknik pengumpulan data

Sebagai pelengkap dalam pembahasan ini, maka diperlukan informasi baik dari *pengguna* maupun dari hal-hal lain yang terkait dengan tema penelitian. Penulis memperoleh data yang berhubungan dengan menggunakan metode sebagai berikut :

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian kuesioner (angket). Instrumen penelitian atau yang sering juga disebut alat ukur penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2012:148). Menurut Sugiyono (2010: 199) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Alasan penulis menggunakan kuesioner dalam penelitian ini karena dapat memperoleh gambaran yang sesuai dengan apa yang terjadi melalui jawaban dari para responden. Arikunto (2010: 195) menjelaskan keuntungan menggunakan angket yaitu :

- a. Tidak memerlukan hadirnya peneliti
- b. Dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden
- c. Dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing, dan menurut waktu senggang responden
- d. Dapat dibuat anonim sehingga responden bebas jujur dan tidak malu-malu menjawab
- e. Dapat dibuat terstandar sehingga semua responden dapat diberi pertanyaan yang benar-benar sama.

4. Jenis dan sumber data

a. Jenis data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif adalah: "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

Pendekatan deskriptif menurut Sugiyono (2017:35) adalah: "Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri

sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain". Metode deskriptif ini merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah dipelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

b. Sumber data

Untuk menunjang kelengkapan pembahasan dalam penulisan penelitian ini, penulis memperoleh data yang bersumber dari:

1) Data primer

Menurut Sugiyono (2016: 156) data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yang merupakan sumber utama dalam penelitian ini, yakni data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah ditetapkan :

Data ini diperoleh melalui kuesioner. Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Rating Scale*, yaitu bentuk kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan yang diikuti dengan beberapa kolom yang menunjukkan tingkatan-tingkatan, mulai dari sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju.

2) Data sekunder

Data sekunder merupakan data-data yang diperoleh peneliti dari luar diri partisipan, baik secara lisan maupun tulisan. Data ini dapat berupa studi sumber informasi dari media massa seperti: surat kabar, majalah, internet, maupun media lainnya.

G. Populasi Dan Sampel

a) Populasi penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah pengguna tinder khususnya di

remaja kota Makassar yaitu sebanyak 129.534 untuk usia 18-24 tahun. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

b) Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, bersifat homogen. Adapun jenis sampling yang digunakan adalah Sampel Acak Sederhana (*Simple Random Sampling*), dikatakan *simple* (seederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperlihatkan strata yang ada dalam populasi tersebut.

c) Sampel

Sampel Agar sampel dalam penelitian ini dapat merepresentasikan populasi, maka dapat ditentukan jumlah sampel yang dihitung dengan menggunakan rumus Stephen Isaac & William B Michael. Populasi dengan jumlah 129.534 akan dilakukan penarikan dengan tingkat kesalahan 5% maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 347 Pengguna.

**TABEL PENENTUAN JUMLAH SAMPEL ISAAC DAN
MICHAEL DARI POPULASI TERTENTU DENGAN TARAF
KESALAHAN 1%, 5%, DAN 10%**

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Sumber:

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 128.

Gambar 1.4.

**Tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf
kesalahan 1%, 5%, dan 10%**

1.8. Teknik analisis data

a) EPIC Model

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan EPIC Model Berdasarkan penjelasan Bestriandita dan Widodo (2017), untuk menganalisis EPIC Model maka digunakan cara sebagai berikut:

Menghitung rentang skalan dengan rumus:

$$R_s = R \text{ (Bobot)}$$

M

Keterangan:

R (Bobot) = bobot terbesar - bobot terkecil;

M = banyaknya kategori bobot

Rentang skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1 hingga 5, maka rentang skala penilaian yang diperoleh adalah:

$$R_s = 5 - 1 = 0,8$$

Keterangan:

STE = Sangat Tidak Efektif (skala 1,00 - 1,80)

TE = Tidak Efektif (skala 1,80 - 2,60)

CE = Cukup Efektif (Skala 3,40 - 4,20)

E = Efektif (skala 3,40 - 4,20)

SE = Sangat Efektif (skala 4,20 - 5,00)

Setiap dimensi EPIC Model akan dianalisis secara terpisah dengan menggunakan skor rata-rata untuk mengetahui efektivitas tiap dimensi tersebut. Kemudian nilai rata-rata itu akan dimasukkan dalam rentang skala posisi keputusan dari Sangat Tidak Efektif (STE) sampai dengan Sangat Efektif (SE).

b) Posisi Keputusan EPIC Model

Guna menentukan posisi tanggapan responden dengan menggunakan skor, nilai EPIC *rate* ditentukan dengan rumus:

$$p = \frac{\sum w_i \cdot f_i}{N}$$

w_i = nilai bobot (1 sampai 5);

f_i = jumlah responden yang memilih kategori tertentu;

N = banyaknya jumlah responden

Hasil EPIC Model *rate* akan menggambarkan posisi efektivitas suatu produk/jasa dalam persepsi responden, sesuai dengan rentang skala yang telah ditentukan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

A. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal, atau komunikasi antarpribadi, adalah pertukaran informasi, ide, dan perasaan antara dua orang atau lebih secara tatap muka atau melalui telepon. Ini bisa terjadi dalam berbagai konteks, seperti saat menonton film, belajar, atau bekerja.

Komunikasi interpersonal dianggap paling efektif dalam mengubah sikap, perilaku, atau pendapat. Efeknya adalah apa yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan dari komunikator. Ini bisa berupa perubahan sikap, perilaku, atau bahkan dapat menambah pengetahuan dalam diri komunikan.

Komunikasi interpersonal juga membentuk pribadi manusia sebagai makhluk sosial dari perkembangan kehidupan kita sehari-hari. Fungsi komunikasi interpersonal ialah berusaha meningkatkan hubungan insan, menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain.

B. Tinjauan Tentang Perilaku Komunikasi

Dari segi biologis, perilaku adalah sebuah kegiatan atau aktivitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan. Skinner dalam Notoadmodjo (2007), merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Definisi perilaku yang cukup tua dikemukakan oleh Mc Donald (1960:167) yakni sebagai respon atau aksi yang dilakukan oleh seseorang atau segala sesuatu yang dilakukannya.

Dalam sudut pandang ritual komunikasi ditandai oleh konsep-konsep seperti berbagi, partisipasi dan pertemanan. Sudut pandang ritual

memanfaatkan akar timbal balik dari istilah keawaman, persekutuan, komunitas, dan komunikasi. Hal ini dekat dengan komunikasi *phatic* (komunikasi yang digunakan untuk mengekspresikan atau menciptakan suasana perasaan bersama, keinginan baik, atau sosialisasi ketimbang menyampaikan informasi) yang memiliki asal usul dalam karya Roman Jakobson dan Bronislaw Malinowski. Phatic berfungsi dalam mempertahankan kontrak antara komunikator tanpa selalu bertukar informasi yang berarti.

Hal ini sejalan dengan Rogers menyatakan bahwa perilaku komunikasi merupakan suatu kebiasaan dari individu atau kelompok di dalam menerima atau menyampaikan pesan yang diindikasikan dengan adanya partisipasi hubungan dengan sistem sosial, kekosmopolitan, hubungan dengan agen pembaharu, keterdedahan dengan media massa, keaktifan mencari informasi, pengetahuan mengenai hal-hal baru.

C. Tinjauan Tentang *New Media*

Media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Tinder* merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori online media. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online. Tindak komunikasi melalui media secara intensif dapat dilakukan diantara penggunanya, di samping tindak komunikasi yang berlangsung secara intensif pengguna juga cenderung berkomunikasi secara ekspresif.

Orang-orang bisa merasa lebih nyaman dan terbuka dalam menyampaikan pesan-pesan yang ingin disampaikan dengan orang lain. Melalui media sosial, aktivitas-aktivitas pengungkapan diri dapat dilakukan hampir tanpa hambatan psikologis, bahkan mungkin proses penetrasi sosial seperti layaknya dalam jalinanan komunikasi antarpribadi, dari tahapan orientation menuju stabel exchange bisa berjalan dengan intensif.

Meskipun dampak negatif dari pemakaian media sosial juga tidak bisa dihindari.

Dalam catatan McQuail (2010:141), ada perubahan-perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru, yaitu:

1. Digitalisasi dan konvergensi semua aspek dari media.
2. Interaktivitas dan konektivitas jejaring yang meningkat.
3. Mobilitas dan delokasi pengiriman dan penerimaan (pesan).
4. Adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak
5. Munculnya beragam bentuk baru dari media “*gateway*”, yaitu pintu masuk untuk mengakses informasi pada Web atau untuk mengakses Web itu sendiri.

D. Tinjauan Tentang *Tinder*

Tinder pertama kali diluncurkan pada Agustus 2012 oleh Sean Rad, Justin Mateen, dan Jonathan Badeen. Saat di luncurkan ketiga pendiri Tinder ini menyebutkan bahwa media Sosial Tinder merupakan inovasi terbaru dalam mencari relasi terutama teman kencan. Ketiga pendiri Tinder ini juga menjelaskan bahwa berdasarkan pengamatan yang mereka amati selama berkecimpung dalam pembuatan software, sebagian besar media sosial dan situs *Online dating* memiliki tingkat penolakan yang cukup besar. Hal ini dikarenakan media sosial dan situs *online dating* hanya berfokus pada foto profil dan informasi yang dapat di buat sendiri, tidak tersinkronisasi dengan media sosial lainnya sehingga memungkinkan banyaknya aksi pemalsuan identitas dan penolakan dari sesama teman *online dating*. Siapa saja dapat langsung berkomunikasi hanya dengan melihat foto profilnya saja. Berbeda dengan Tinder yang dimana penggunanya hanya dapat berkomunikasi jika satu sama lain memiliki “*matches*” atau menekan tombol “*love*” bersamaan. Jadi probabilitas penolakan oleh teman *online dating* lebih kecil. Itulah yang membuat Tinder berbeda dibandingkan dengan media sosial *online dating* lainnya.

Tinder dibuat dalam naungan IAC (*Inter Active Corp*), sebuah perusahaan media digital terbesar di Amerika dari berbagai situs dan aplikasi kencan seperti *Match*, *OKcupid* dan *How About We*. *Tinder* menawarkan sebuah aplikasi yang bisa mempertemukan seseorang dengan teman yang memiliki hobi yang sama atau bahkan dapat menemukan pasangan idaman. Tidak hanya itu, *Tinder* juga memberikan suatu ruang untuk mengabadikan momen kemudian di simpan di album yang tersedia dalam *Tinder*. *Tinder* juga sering di sebut sebagai aplikasi pencari teman kencan. Pada awalnya *Tinder* terlebih dahulu diperkenalkan kepada para mahasiswa di *University of Southern California*. Salah satu pendiri *Tinder* Sean Rad, melakukan suatu riset dan pengamatan yaitu mengukur seberapa besar respon masyarakat terutama mahasiswa terhadap adanya media sosial *Tinder* ini, dan hasilnya memuaskan, menurut technosia.com Sean Rad mengungkapkan bahwa dalam satu minggu, ada 1500 pasangan yang *matches* di kampus tersebut. Setelah itu Sean Rad pun mendatangi Universitas yang kedua untuk melakukan percobaan yang sama, dan hasilnya juga mendapat respon yang positif. Kemudian Sean Rad berpikir bahwa *Tinder* cocok dengan kondisi dan kehidupan mahasiswa pada saat ini. Karena media sosial ini telah memberikan pendekatan yang lebih halus dan lebih “intim” dalam mencari relasi ataupun mencari pasangan. Sehingga media sosial ini terus di kembangkan secara intensif di IAC selama beberapa bulan hingga akhirnya resmi di luncurkan pada Oktober 2012.

Media Sosial *Tinder* dapat diunduh gratis. Aplikasi ini bekerja dengan mengandalkan system satelit navigasi yang dapat mengatur jarak dan lokasi tertentu. *Tinder* termasuk aplikasi yang cukup populer di *Apple Store* dan *Google Store*. Di kedua platform diastribusi aplikasi, *Tinder* termasuk dalam 10 besar daftar aplikasi favorit untuk kategori gaya hidup. Sean Rad mengungkapkan aplikasi ini dibuat berdasarkan pengamatannya terhadap gaya hidup masyarakat modern yang super sibuk sehingga tidak sempat untuk bertemu dengan teman kencan. Maka dari itu Sean Rad memutuskan untuk membuat aplikasi *Tinder* untuk memudahkan seseorang

yang super sibuk dalam mencari jodoh. Dalam konferensi pers nya Sean Rad juga mengatakan bahwa dalam dunia nyata biasanya seseorang mengirimkan sinyal secara tidak sadar kepada orang-orang apakah menunjukkan ketertarikan atau tidak, dan dirinya menginginkan hal tersebut menjadi suatu norma.

Tinder menggunakan profil *facebook* untuk mengumpulkan informasi mendasar calon pengguna. Hal ini dilakukan untuk menetapkan profile asli si pengguna *Tinder* itu sendiri, karena informasi mengenai profil seseorang di *Facebook* dapat di percaya. CEO *Tinder* mengatakan bahwa *Tinder* mengutamakan keamanan dari para konsumennya, dan seiring dengan berjalannya waktu *Tinder* akan terus mengoptimalkan sistem keamanan dan perlindungan informasi para penggunanya. *Tinder* juga tidak akan memposting apapun di *facebook* ataupun di *wall* penggunanya. Cara menggunakan media sosial *Tinder* tidaklah rumit. Media sosial ini dibuat tanpa ada formulir atau persyaratan lainnya yang cukup rumit, secara otomatis data diri atau identitas pengguna dari *facebook* sudah terdata secara otomatis di *Tinder*, jadi para pengguna bisa langsung menggunakan *Tinder*. Pada Juni 2014 *Tinder* menambahkan fitur baru yaitu “Moments” sebuah fitur penyimpanan foto. *Tinder* juga menambahkan fitur lainnya seperti kemampuan mengedit foto, menambahkan gambar, atau menyediakan filter yang dapat dipilih oleh pengguna untuk memberikan efek pada foto.

Namun selama 2 tahun kemunculannya di dunia maya, *Tinder* juga sempat memunculkan kontroversi. Karena *Tinder* membutuhkan informasi dari akun *facebook*, maka terdapat beberapa akun *tinder* palsu. Hal ini memunculkan kekhawatiran karena ada kemungkinan *Tinder* dapat di salah gunakan. Selain itu badan pengawas keamanan *online* Amerika Serikat Symantec menginformasikan kepada *Tinder* bahwa ada *spam* dari profil-profil palsu *Tinder* tadi, sehingga *Tinder* diminta untuk lebih memperketat sistem keamanan. Kasus lainnya pada Februari 2014 beberapa peneliti menemukan kekurangan pada system *Tinder*, *location* pada *Tinder*

tidak berfungsi. Sehingga para penggunanya tidak dapat mengetahui berapa jarak para matches nya. Kemudian juru bicara Tinder mengatakan bahwa kerusakan system tersebut dapat di atasi dalam kurun waktu kurang dari 48 jam. Juru bicara Tinder juga mengungkapkan privasi dan sekuritas pelanggan tetap menjadi prioritas utama.