

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang terus terjadi merupakan hal yang tidak dapat dihindari, sebab perkembangannya akan sejalan dengan kemajuan pengetahuan ilmiah. Inovasi-inovasi yang dimunculkan dalam setiap perkembangan teknologi memberikan manfaat untuk memudahkan manusia dalam menjalani segala aktivitasnya. Salah satu inovasi hasil perkembangan teknologi yang berdampak besar dalam kehidupan manusia saat ini adalah *smartphone*. Pengguna *smartphone* di Indonesia pada awal tahun 2022 telah mencapai 370,1 juta, dengan jumlah pengguna terbesar terletak di pulau Jawa. Jika dilihat dari perbandingan wilayahnya, masyarakat urban ditemukan lebih banyak menggunakan *smartphone* dengan presentase 83,04% dibandingkan masyarakat desa. Hal ini disebabkan oleh wilayah kota sebagai pusat aktivitas ekonomi memiliki perkembangan teknologi yang lebih cepat dibandingkan wilayah pedesaan (Adisty, 2022). Berdasarkan sensus penduduk tahun 2015, wilayah kota/ urban terbesar yang ada di Indonesia merupakan ibu kota Negara Indonesia yaitu DKI Jakarta dengan jumlah penduduk sebesar 9.963.129 penduduk. Kota-kota pemekaran wilayah Jakarta seperti Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi juga termasuk ke dalam sepuluh kota dengan perkembangan terbesar di pulau Jawa (Mardiansjah & Rahayu, 2019).

Smartphone sebagai alat komunikasi masyarakat urban memiliki aplikasi-aplikasi yang dapat memudahkan kehidupan sehari-hari penggunanya. Kehadiran aplikasi berbasis *smartphone*, memberikan kemudahan bagi pengguna untuk berkomunikasi dengan orang lain tanpa harus berinteraksi secara tatap muka. Penelitian yang dilakukan oleh Zis *et al.* (2021), menemukan bahwa terdapat perubahan pola perilaku komunikasi di era digital saat ini yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka mulai bergeser menjadi secara *online* melalui aplikasi berbasis *smartphone*. Subjek dalam

penelitian tersebut mengaku lebih merasa nyaman untuk melakukan proses komunikasi secara *online* dibandingkan secara tatap muka.

Kegunaan aplikasi berbasis *smartphone* lainnya juga diungkapkan oleh Respati & Amalia (2021), mereka mengungkapkan bahwa sebelum adanya aplikasi berbasis *smartphone*, individu akan memenuhi kebutuhannya dalam mencari pasangan melalui perantara teman, dijodohkan oleh orang tua, ataupun melalui kegiatan-kegiatan tertentu. Kehadiran aplikasi berbasis *smartphone* memberikan inovasi baru dalam mencari pasangan melalui aplikasi *online dating*. Aplikasi-aplikasi *online dating* yang ada saat ini, seperti aplikasi Tinder, Bumble, OkCupid, dan lain sebagainya memiliki fitur-fitur yang dapat mempermudah pengguna dalam mencari pasangan. Misalnya fitur pada aplikasi *online dating* Tinder dimana pengguna dapat melakukan *filter* sesuai dengan preferensi mereka dalam hal kedekatan lokasi dan juga rentang usia (Abdurrahman *et al.*, 2021). Fitur lainnya juga diberikan oleh aplikasi seperti OkCupid dan Bumble, yang mempertemukan pengguna dengan mencocokkan jawaban mereka atas pertanyaan yang diberikan (Mellania & Tjahjawan, 2020).

Kemudahan yang diberikan oleh aplikasi *online dating* dalam bertemu dengan orang baru sesuai dengan preferensi mereka, membuat penggunaan aplikasi ini mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh YouGov tahun 2017, ditemukan bahwa sepertiga penduduk Indonesia (34%) telah menjadi pengguna aplikasi *online dating* (Christy, 2019). Berdasarkan data yang dikutip dalam Statista.com, pada tahun 2022 pengguna aplikasi *online dating* di Indonesia berada pada angka 4,4 juta pengguna (Wolff, 2023). *Business of Apps* juga mengungkapkan bahwa pada kuartal I tahun 2022 terdapat peningkatan pengguna aplikasi Tinder sebesar 17,6% dibandingkan pada tahun sebelumnya (Rizaty, 2022). Pada tahun 2021 angka pengguna Tinder yaitu sebesar 9,1 juta pengguna mengalami peningkatan menjadi 10,7 juta pengguna pada tahun 2022. Tidak hanya pada aplikasi Tinder, pengguna aplikasi *online dating* Bumble juga ditemukan mengalami peningkatan pengguna sebesar 26% (Lidwina, 2021; dalam Puspitasari & Pretty Aprilia, 2022).

Dari segi geografis, berdasarkan temuan GlobalWebIndex.net pada tahun 2015, ditemukan bahwa pengguna aplikasi *online dating* terbanyak dengan presentase sebesar 76% pengguna merupakan masyarakat urban. Hal ini sejalan dengan besarnya masyarakat urban yang menggunakan *smartphone* dalam menunjang aktivitas sehari-hari mereka. Sedangkan dari segi usia, pengguna aplikasi *online dating* merupakan individu pada usia 18 tahun keatas sesuai dengan ketentuan penggunaan aplikasi tersebut. Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap salah satu aplikasi *online dating* yang ada, ditemukan bahwa pengguna terbanyak berada pada rentang usia 18- 24 tahun dengan presentase sebesar 35% (Mellania & Tjahjawan, 2020).

Arnett (2016) menjelaskan dalam bukunya yang berjudul "*Human Development*" bahwa pada rentang usia 18-29 tahun, individu dikategorikan kedalam tahap perkembangan *emerging adulthood*. *Emerging adulthood* merupakan tahap perkembangan diantara *adolescence* dan *young adulthood*. Salah satu karakteristik dari tahap perkembangan ini yaitu, individu akan mengeksplor kemungkinan untuk bisa mendapatkan cinta dan pekerjaan jangka panjang. Pada masa ini juga individu akan mulai mengembangkan identitas yang lebih jelas mengenai diri mereka.

Pada tahap perkembangan yang sama, Broeck *et al.* (2015) melakukan penelitian terhadap pengguna *SNS (Social Networking Sites)* yang berada pada usia *emerging adulthood* (18-25 tahun). Dalam penelitiannya ditemukan bahwa individu pada tahap perkembangan *emerging adulthood* memiliki tingkat *self-disclosure* paling besar terkait informasi pribadi yang tidak diiringi dengan kesadaran akan pentingnya keamanan atas privasi dibandingkan tahap perkembangan lainnya seperti *young adulthood* (25-40 tahun) dan *middle adulthood* (40-65 tahun). *Self-disclosure* adalah proses atau tindakan individu dalam menyingkap, menyatakan, dan memperlihatkan informasi pribadi agar orang lain dapat mengenal dan mempersepsikan dirinya (Jourard, 1971). *Self-disclosure* perlu dilakukan bagi mereka yang hendak membangun suatu hubungan, namun jika *self-disclosure* tidak diiringi dengan kesadaran akan pentingnya keamanan privasi, maka beresiko menimbulkan pengungkapan informasi yang tidak tersaring dan menimbulkan potensi mengalami tindak kejahatan.

Dibalik risiko personal yang dapat timbul dari *self-disclosure* secara *online*, bagi pengguna yang hendak menemukan pasangan melalui aplikasi *online dating*, penting bagi mereka untuk memiliki *self-disclosure* yang tinggi sehingga hubungan yang terjalin dapat berkembang. Hal ini didukung oleh studi yang dilakukan oleh Damayanti et al. (2022), dari enam subjek penelitian yang menggunakan aplikasi *online dating*, dua diantaranya berhasil melanjutkan hubungan mereka menjadi sepasang kekasih. Kedua subjek penelitian tersebut ditemukan memiliki *self-disclosure* yang lebih dibanding keempat pasangan lainnya. Menurut Catelleya et al. (2023), keberhasilan dalam mendapatkan pasangan tersebut terjadi karena *self-disclosure* yang dilakukan kepada pengguna lain akan memberikan pengalaman yang positif serta meningkatkan keakraban dalam komunikasi interpersonal yang dilakukan antar pengguna. Menjadi diri sendiri saat melakukan *self-disclosure* juga menjadi kunci keberhasilan dalam mendapatkan pasangan melalui aplikasi *online dating* (Wibowo et al., 2021).

Bazarova & Choi (2014), mengemukakan bahwa motif atau tujuan individu juga merupakan hal yang penting dalam memahami dan memprediksi perilaku *self-disclosure*. Motif atau tujuan individu tersebut akan memengaruhi keputusan individu untuk melakukan *self-disclosure* dan pemilihan informasi yang akan dikemukakan. Motif *self-disclosure* terbagi menjadi lima kategori, yaitu mencari validasi sosial, pengungkapan diri, mengembangkan hubungan, klarifikasi identitas, dan kontrol sosial. Menemukan pasangan dan mengembangkan hubungan secara *online* merupakan motif *self-disclosure* utama yang difasilitasi oleh aplikasi *online dating*.

Berbeda dengan Bazarova & Choi (2014), DeVito (2023) mengemukakan bahwa faktor yang memengaruhi individu melakukan *self-disclosure* yaitu faktor pribadi. Faktor pribadi berkaitan dengan karakteristik kepribadian yang dimiliki individu. *Body image* sebagai turunan faktor pribadi. Hasil penelitian yang dilakukan Samosir & Sawitri (2015), menemukan terdapat hubungan yang positif antara *body image* dengan *self-disclosure*, yang mana semakin positif *body image* seseorang maka semakin tinggi tingkat *self-disclosure* yang dimiliki seseorang. *Body image* didefinisikan sebagai evaluasi diri atas penampilan fisiknya, didalamnya meliputi pemikiran serta perasaan

akan penampilan tubuhnya sehingga mengarahkan perilaku individu (Samosir & Sawitri, 2015). Sejalan dengan definisi yang telah dikemukakan, Cash & Pruzinsky (2002), mendefinisikan *body image* sebagai penilaian yang dilakukan individu terhadap bentuk serta ukuran tubuhnya, individu mempersepsikan dan memberikan penilaian atas apa yang ia pikirkan dan rasakan mengenai ukuran dan bentuk tubuhnya, serta bagaimana orang lain menilai diri individu yang bersangkutan.

Cash & Smolak (2011), dalam bukunya yang berjudul “*Body Image: A Handbook of Science, Practice and Prevention*” menjelaskan mengenai faktor yang memengaruhi *body image*, yaitu faktor paparan media dan faktor interpersonal serta keluarga. Faktor paparan media terjadi akibat adanya media massa seperti televisi, majalah, internet, dan lain sebagainya yang membentuk persepsi mereka akan tubuh yang ideal serta standar kecantikan. Paparan media massa ini meningkatkan risiko individu memiliki *body image* yang negatif, karena adanya proses *social comparisson* antara standar kecantikan yang ditampilkan di media massa dengan yang dimiliki individu. Selanjutnya yaitu faktor interpersonal dan keluarga, kepuasan atas *body image* merupakan bentuk evaluasi individu atas bentuk tubuhnya sendiri berdasarkan kepercayaan dan nilai yang ia punya, kedua hal yang dimiliki individu tersebut terbentuk oleh dunia sosial tempat individu berkembang. Dalam konteks keluarga, orang tua memiliki peran dalam membentuk sikap dan nilai bagi anak berkaitan dengan *body image*. Mereka akan menunjukkan ekspektasi serta kepercayaan mereka akan gaya hidup yang ideal. Selain itu teman sebaya juga memiliki peran penting dalam perkembangan *body image* seseorang. Penelitian yang ada saat ini banyak meneliti mengenai keterkaitan *body image* dengan pertemanan, popularitas, penerimaan teman sebaya, dan pasangan romantis.

Individu yang memiliki tingkat *body image* yang positif merupakan individu yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi (Martanatasha & Primadini, 2019). Kepercayaan diri dalam penelitian yang dilakukan oleh Nisa & M (2022), ditemukan memiliki hubungan yang positif terhadap *self-disclosure*. Awanis (2023), dalam penelitiannya yang berjudul “Hubungan antara *Body Image* dengan *Self-disclosure*

pada Remaja Akhir Pengguna Media Sosial Instagram” menyarankan bagi penelitian selanjutnya untuk meneliti pada sampel lain dengan media dan usia yang berbeda agar hasilnya lebih bervariasi. Fenomena yang telah dikemukakan diatas, melandasi peneliti untuk melakukan penelitian terkait pengaruh *body image* terhadap *self-disclosure* pada *emerging adulthood* pengguna aplikasi *online dating* di Jabodetabek.

1.2 Identifikasi Masalah

1.2.1 Bagaimana gambaran *self-disclosure* pada *emerging adulthood* pengguna aplikasi *online dating* di Jabodetabek?

1.2.2 Bagaimana gambaran *body image* pada *emerging adulthood* pengguna aplikasi *online dating* di Jabodetabek?

1.2.3 Apakah terdapat pengaruh *body image* terhadap *self-disclosure* pada *emerging adulthood* pengguna aplikasi *online dating* di Jabodetabek?

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu berfokus pada pengaruh *body image* terhadap *self-disclosure emerging adulthood* pengguna aplikasi *online dating* di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu “Apakah terdapat pengaruh *body image* terhadap *self-disclosure* pada *emerging adulthood* pengguna aplikasi *online dating* di Jabodetabek?”.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *body image* terhadap *self-disclosure* pada *emerging adulthood* pengguna aplikasi *online dating* di Jabodetabek.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Memberikan sumbangsih bagi perkembangan pengetahuan ilmiah terkait variabel psikologi yaitu *body image* dan *self-disclosure*.

1.6.2 Manfaat Praktis

Memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca mengenai gambaran *self-disclosure* pada aplikasi *online dating*, serta pemahaman mengenai dampak *body image* terhadap *self-disclosure*.

