

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan digital khususnya internet di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari penetrasi pengguna internet pada tahun 2023 sejumlah 78,19% atau mencapai 215 juta jiwa (APJII, 2023). Banyaknya pengguna internet di Indonesia merasa terbantu dengan adanya internet, karena mempermudah dalam mengakses informasi bahkan untuk mencari teman atau pasanganpun juga dapat dijangkau internet melalui berbagai macam *platform online dating*. Aplikasi *online dating* merupakan suatu perangkat lunak yang dirancang sebagai penghubung satu pengguna dengan pengguna lainnya dengan kesamaan ketertarikan baik hubungan asmara maupun persahabatan (Orchard, 2019). Macam-macam aplikasi *online dating* pun sudah banyak, seperti yang terpopuler saat ini di dunia menurut *Business of Apps* dengan pelanggan hingga 10,7 juta per kuartal I/2022 yaitu Tinder, lalu posisinya disusul oleh Badoo dengan 35 juta unduhan, Bumble 22 juta dan Tantan sebanyak 20 juta kali unduhan.

Pengguna aplikasi *online dating* di dunia setiap tahun mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat pada tahun 2022 tercatat 337 juta pengguna, jika dibanding dengan tahun 2021, mengalami peningkatan sebanyak 14 juta pengguna (Curry, 2023). Banyaknya pengguna aplikasi *online dating* ini dapat dilihat dari geografis. Menurut survei yang dilakukan oleh *Globalwebindex* menyatakan bahwa pengguna aplikasi *online dating* pada tahun 2015 sebesar 76% berasal dari masyarakat urban, 17% berasal dari suburban dan 7% dari pedesaan (Mellania & Tjahjaulan, 2020). Di Indonesia, kota yang menjadi wilayah urban tertinggi pada tahun 2015 adalah Jakarta, kemudian terdapat kota lainnya seperti Depok, Tangerang, Bekasi, dan kota disekitar Jakarta yang turut berkembang maju (Mardiansjah & Rahayu, 2019).

Penggunaan *online dating* yang dilakukan oleh masyarakat khususnya di Indonesia didorong oleh berbagai macam alasan. Menurut survey yang dilakukan

oleh *Rakuten Insight Centre* pada tahun 2022 alasan penggunaan aplikasi *online dating* adalah orang merasa nyaman untuk melakukan pengenalan secara *online*, serta adanya kesempatan untuk bertemu dengan orang baru yang belum pernah mereka temui (Ridwan, 2023). Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Vogels (2020), menghasilkan bahwa 44% pengguna menggunakan aplikasi *online dating* untuk mencari pasangan untuk jangka panjang dan 40% mencari pasangan kencan atau berpacaran. Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti terhadap tiga pengguna aplikasi *online dating* yang memiliki status *single*, mereka menggunakan *profile* sesuai identitas dirinya secara umum, serta memiliki motivasi untuk menggunakan aplikasi *online dating* sebagai *platform* mencari pasangan. Hal ini dikarenakan banyaknya keunggulan dari penggunaan aplikasi *online dating*.

Menurut Finkel, dkk (2012), terdapat keunggulan yang ada pada aplikasi *online dating* jika dibanding dengan metode kencan konvensional yang dimana dilakukan dengan cara meminta kerabatnya atau keluarga terdekatnya untuk dijodohkan. Keunggulan dari aplikasi *online dating* tersebut yang pertama ialah semua orang dapat mengakses lebih luas informasi yang ada ke calon pasangannya, dengan memanfaatkan fitur lokasi yang disediakan oleh aplikasi sehingga bisa disesuaikan dengan lokasi pengguna atau yang ingin dicari. Kedua, dengan aplikasi *online dating* para pengguna terbantu dalam berkomunikasi dengan calon pasangannya sebelum mereka memutuskan untuk bertemu. Ketiga, karena memiliki perbedaan dengan metode kencan konvensional, *online dating* ini dapat memanfaatkan informasi mengenai preferensi pengguna dan adanya algoritma yang dapat menyesuaikan apakah masing-masing pengguna memiliki kecocokan dalam berpasangan. Meskipun penggunaan aplikasi *online dating* memiliki banyak manfaat yang positif, namun terdapat juga peluang resiko yang terjadi, baik secara *online* maupun secara tatap muka.

Resiko yang biasanya terjadi akibat penggunaan aplikasi *online dating* ini adalah penipuan, seperti kasus yang terjadi pada sekelompok perempuan yang ditipu hingga jutaan dolar, bahkan kasus tersebut sampai diangkat ke dalam sebuah

film berjudul “*The Tinder Swindler*” pada tahun 2022. Kisah serupa juga terjadi di Indonesia pada tahun 2022, seorang pria tertangkap telah melakukan penipuan kepada sang kekasih yang ditemuinya melalui aplikasi *online dating*, yaitu Tinder, dengan total penipuan sebanyak 462 juta (Fitriana, 2022). Terdapat kasus lainnya terkait penipuan identitas yang dilakukan di aplikasi yang sama yaitu Tinder, dimana seorang pria mengaku bahwa dirinya bekerja di suatu perusahaan dan menipu kekasihnya yang seorang dokter dengan membawa kabur mobil miliknya (Alawi, 2023). Terlepas dari adanya dampak negatif yang terjadi akibat penggunaan aplikasi *online dating* ini, masih banyak pengguna yang tetap menggunakan aplikasi *online dating* untuk mencari pasangan, namun perlu adanya kewaspadaan para pengguna dalam menggunakannya.

Pengguna *online dating* ini tercatat sebanyak 48% berusia 18 hingga 29 tahun (Vogels, 2020), dimana pada rentang usia tersebut telah terjadi perubahan sosial dan memerlukan adanya hubungan interpersonal. Berdasarkan teori menurut Murray & Arnett (2018), usia 18 hingga 29 tahun merupakan tahap *emerging adulthood* yaitu periode perkembangan dimana tahap kehidupan menuju kedewasaan yang sedang melakukan eksplorasi identitas karena adanya perkembangan identitas sosial. *Emerging adults* menggunakan *online dating* sebagai awal mula untuk memulai komitmen dalam membangun hubungan romantis (Sumter dkk., 2017). Pernyataan tersebut didukung dengan studi yang dilakukan oleh *MTV Insight* pada tahun 2019, sebanyak 61% orang dengan usia 18 hingga 29 lebih suka untuk mencari orang yang tertarik kepada mereka daripada berkencan dengan mereka, sehingga mereka memilih menggunakan *online dating* sebagai sarana pencarian pasangan.

Sebelum melakukan pertemuan secara langsung untuk menuju hubungan romantis, para pengguna aplikasi *online dating* perlu melakukan pencarian informasi dan mempelajari lebih lanjut mengenai detail calon pasangan menjadi salah satu awalan untuk melakukan pendekatan. Penggalan informasi tersebut dapat dilakukan dengan mengidentifikasi terkait hal pribadi seperti minat yang sama ataupun menceritakan tentang kehidupan masing-masing. Interaksi yang

dilakukan tersebut diperlukan komunikasi yang jujur dan mendalam, sehingga akan terjalin kedekatan dan kepercayaan satu sama lain. Pembagian informasi diri kepada orang lain ini disebut juga dengan *self disclosure*. *Self disclosure* secara *online* dapat memengaruhi jenis hubungan. Menurut 48% remaja yang berinteraksi secara *online* percaya bahwa *self disclosure* penting dalam hubungan romantis secara *online*, namun dilakukan dengan pengungkapan yang sesuai dengan dirinya, dikarenakan apabila menyimpang akan menyebabkan masalah besar dalam semua jenis hubungan (Larson & Asbury, 2018).

*Self disclosure* adalah sebuah proses untuk mengungkapkan informasi mengenai diri sendiri kepada orang lain (West & Turner, 2017). Menurut Devito (2022), *self disclosure* merupakan sebuah komunikasi yang mengungkapkan informasi pribadi yang biasanya disembunyikan. Lalu menurut Jourard (1971), *self disclosure* merupakan cara menyikapi, membuat nyata ataupun menunjukkan diri kepada orang lain. *Self disclosure* dapat terdiri dari informasi yang bersifat “mendeskripsikan informasi” seperti minat dan ketertarikan kepada orang lain mengenai sesuatu (Ward, 2016). Dalam penggunaan aplikasi *online dating*, *self disclosure* sangat diperlukan untuk memperkuat jalinan hubungan karena adanya keintiman sehingga dapat menghubungkan individu satu dengan individu lainnya berdasarkan apa yang telah di informasikan. Hal ini didukung berdasarkan penelitian oleh (Desjarlais dkk., 2015), yang mengatakan bahwa *self disclosure* dapat dikatakan menjadi satu-satunya cara yang ada untuk berkomunikasi secara *online* dan menjadi faktor dalam mengembangkan hubungan di lingkungan *online* (Arslan, 2021). *Self disclosure* akan lebih banyak dilakukan apabila seorang pengguna memiliki ketertarikan kepada orang yang mereka anggap menarik (Ward, 2016).

Pengguna aplikasi *online dating* yang rata-rata berada pada masa *emerging adults* kurang menyadari mengenai *privacy* informasi diri. Pada tahap ini terdapat perubahan sosial mengenai kehidupan dimana muncul hal terkait keintiman yang romantis. Untuk mencapai tujuan romantis tersebut dapat dicapai dengan melakukan *self disclosure* (Broeck dkk., 2015). *Emerging adults* memiliki

keinginan melakukan *self disclosure* yang lebih tinggi dan luas pembahasannya, namun kurang ada pemberian kontrol mengenai apa yang mereka bagikan (Broeck dkk., 2015). Dalam melakukan *self disclosure* pada saat menggunakan aplikasi *online dating*, pengguna harus lebih berhati-hati dengan memperhatikan hal terkait *privacy* dirinya, seperti apa saja informasi pribadi yang perlu dibagikan untuk membangun sebuah hubungan. Hal tersebut juga meminimalisirkan terkait dengan kejahatan seperti penipuan identitas atau tindak kejahatan lainnya.

Terdapat hasil penelitian mengenai *self disclosure* berupa wawancara yang dilakukan oleh Catellya, dkk (2022), terhadap lima pengguna aplikasi *online dating*, menyatakan bahwa para informan melakukan *self disclosure* karena diawali dengan adanya ketertarikan terhadap calon pasangannya, sehingga dapat menggali lebih dalam dan dapat beradaptasi satu sama lain. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Azzahra & Sadjijo (2022), berupa wawancara terhadap lima informan yang menggunakan aplikasi *online dating* Bumble menghasilkan bahwa setiap informan memiliki keterbukaan diri yang berbeda-beda, kemudian intensitas komunikasi yang lebih sering membuat para informan semakin berani untuk melakukan keterbukaan diri, karena dengan keterbukaan diri membuat para informan merasa hubungannya semakin dekat.

*Self disclosure* sendiri terdapat faktor yang memengaruhinya diantaranya adalah kepribadian, budaya, jenis kelamin, pendengar, topik pembicaraan, dan media (Devito, 2022). Kepribadian menjadi salah satu faktor dari *self disclosure*, dimana kepribadian disini merujuk kepada bagaimana individu lebih mudah melakukan pengungkapan diri ataupun sulit melakukannya. Didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lv, dkk (2022), bahwa terdapat pengaruh kepribadian terhadap pengungkapan diri, dimana individu yang memiliki kepribadian terbuka cenderung lebih menampilkan perilaku pengungkapan diri lebih dalam untuk melakukan komunikasi.

Kepribadian dijelaskan melalui beberapa teori sendiri, salah satunya teori *big five personality*. Dalam teori tersebut menghasilkan lima tipe kepribadian, yaitu *openness to experience*, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, dan

*neuroticism*. Adanya tipe kepribadian tersebut dapat menjadikan pembeda antara setiap individu. Perbedaan kepribadian yang melekat pada diri seseorang tersebut menjadikan karakter yang bersifat unik. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Loiacono, dkk (2012), yang menghasilkan bahwa kepribadian *big five* berpengaruh terhadap *self disclosure*, dari kelima tipe kepribadian, tipe kepribadian *extraversion* dan *conscientiousness* memiliki tingkat yang lebih tinggi dibanding tiga tipe kepribadian lainnya yaitu *openness to experience*, *agreeableness*, dan *neuroticism*. Menurut hasil penelitian oleh Fauzia., dkk (2019), yang dilakukan terhadap 400 responden dengan usia 18-40 tahun menyatakan bahwa tipe kepribadian *extraversion* dan *neuroticism* berpengaruh pada *self disclosure* seseorang.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, menurut hasil dari Lee, dkk (2020), menyatakan bahwa tipe kepribadian yang memengaruhi *self disclosure* ialah *extraversion*, *openness to experience*, dan *neuroticism*. Penelitian yang dilakukan oleh Sugathadasa & Pamarathna (2019), dengan menguji 235 pengguna *social networks sites* menghasilkan tiga kepribadian yang memengaruhi *self disclosure* penggunaannya yaitu *agreeableness*, *openness to experience* dan *conscientiousness* yang apabila semakin tinggi tingkatannya maka berdampak pula dengan perilaku *self disclosure*.

Berdasarkan penjelasan fenomena dan hasil penelitian sebelumnya, dimana terdapat perbedaan keterkaitan setiap tipe kepribadian *big five* terhadap *self disclosure*, menjadi alasan ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh *big five personality* terhadap *self disclosure* pengguna aplikasi *online dating*.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

**1.2.1** Bagaimana gambaran *self disclosure* pengguna aplikasi *online dating*?

**1.2.2** Apakah terdapat pengaruh kepribadian *big five openness to experience*, terhadap *self disclosure*?

**1.2.3** Apakah terdapat pengaruh tipe kepribadian *big five conscientiousness* terhadap *self disclosure*?

**1.2.4** Apakah terdapat pengaruh tipe kepribadian *big five extraversion* terhadap *self disclosure*?

**1.2.5** Apakah terdapat pengaruh tipe kepribadian *big five agreeableness* terhadap *self disclosure*?

**1.2.6** Apakah terdapat pengaruh tipe kepribadian *big five neuroticism* terhadap *self disclosure*?

**1.2.7** Manakah yang memengaruhi *self disclosure* dari kelima tipe kepribadian *big five personality*?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Terdapat pembatasan masalah pada penelitian ini dengan memfokuskan pada pengaruh setiap tipe kepribadian *big five personality* yaitu *openness to experience*, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness* dan *neuroticism* terhadap *self disclosure* pada *emerging adulthood* pengguna aplikasi *online dating*.

### **1.4 Rumusan Masalah**

**1.4.1** Apakah terdapat pengaruh kepribadian *big five openness to experience*, terhadap *self disclosure*?

**1.4.2** Apakah terdapat pengaruh tipe kepribadian *big five conscientiousness* terhadap *self disclosure*?

**1.4.3** Apakah terdapat pengaruh tipe kepribadian *big five extraversion* terhadap *self disclosure*?

**1.4.4** Apakah terdapat pengaruh tipe kepribadian *big five agreeableness* terhadap *self disclosure*?

**1.4.5** Apakah terdapat pengaruh tipe kepribadian *big five neuroticism* terhadap *self disclosure*?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing tipe *big five personality* yaitu *openness to experience*, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness* dan *neuroticism* terhadap *self disclosure* pada *emerging adulthood* pengguna aplikasi *online dating*.

## 1.6 Manfaat Penelitian

### 1.6.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta pemahaman mengenai tipe-tipe *big five personality* dan *self disclosure* para pengguna aplikasi *online dating*. Penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada pembaca mengenai pengaruh kepribadian *big five* terhadap *self disclosure* dan tipe mana saja dari lima dimensi tersebut yang memiliki pengaruh.

### 1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terkait. Penelitian ini juga bisa memberikan informasi kepada pengguna aplikasi *dating online* mengenai *self disclosure* dalam melakukan interaksi dengan pengguna lainnya agar lebih berhati-hati.