

BAB I

PENDAHULUAN

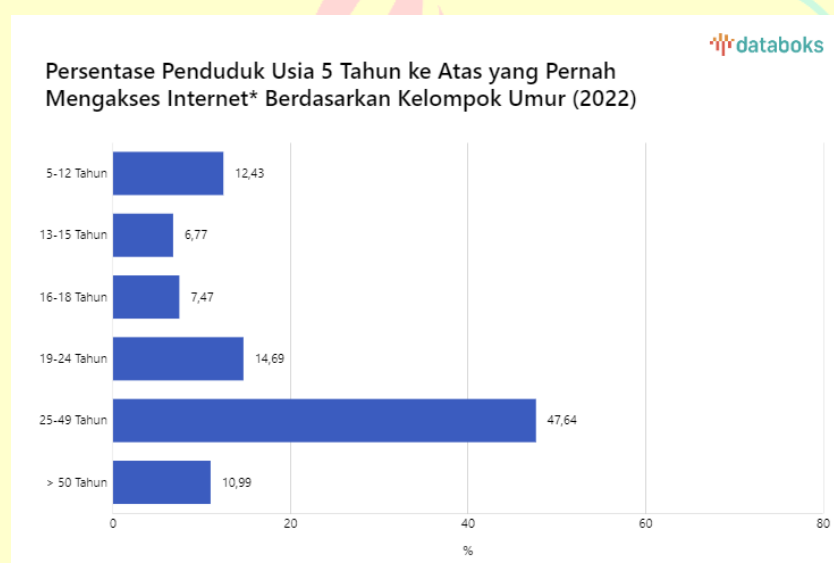
1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa awal merupakan salah satu tahap perkembangan individu dimana fase ini merupakan peralihan dari masa remaja ke masa dewasa. Pada masa ini, individu memiliki tugas perkembangan yang lebih kompleks dibanding dengan masa sebelumnya. Menurut Erikson (dalam Santrock, 2012) dewasa awal berada pada tahap *intimacy* atau keintiman. Keintiman yang dimaksud yaitu individu memerlukan orang lain untuk menjalani serta memenuhi kehidupan sehari – harinya. Seperti misalnya, membangun relasi dengan rekan kerja, membangun keharmonisan dengan keluarga, hingga berkomitmen dengan pasangan. Mencari pasangan merupakan salah satu tugas perkembangan yang penting pada dewasa awal, karena pada tahap ini individu membutuhkan orang lain untuk berbagi perasaan dan pikiran. Pencarian pasangan pada setiap individu dapat dilakukan melalui berbagai cara, misalnya melalui pengalaman seperti berkenalan dengan rekan sekolah ataupun rekan kerja. Selain melalui lingkungan sekitar, pada era digital ini individu juga dapat mencari pasangan melalui internet.

Penggunaan teknologi yang telah berkembang sangat memudahkan masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari – hari. Salah satu yang paling sering digunakan dan tidak dapat lepas dari kalangan masyarakat saat ini adalah penggunaan internet. Penggunaan internet memiliki banyak manfaat, salah satunya adalah mempermudah komunikasi antar individu. Masyarakat menjadi lebih mudah untuk bersosialisasi dengan orang lain tanpa mengkhawatirkan jarak dan waktu. Manfaat internet yang dapat kita nikmati dalam bersosialisasi yaitu bertukar pesan melalui media sosial, mendapatkan banyak informasi yang dapat meningkatkan wawasan serta pengetahuan, dan membagikan foto – foto yang kita inginkan dengan mudah (Talika, 2016). Selain bermanfaat sebagai wadah untuk berkomunikasi dan mengekspresikan diri, media sosial juga dapat dijadikan sebagai

tempat untuk mencari teman lama, teman baru, ataupun pasangan. Mencari pasangan secara *online* merupakan hal yang sangat lumrah dan bukan merupakan hal baru yang terjadi dikalangan masyarakat.

Mencari pasangan secara *online* merupakan salah satu strategi dalam pemilihan pasangan setiap orang khususnya pada individu yang berada pada fase dewasa awal. Hasil survei pada Databoks Katadata pada tahun 2022 yang dapat dilihat pada gambar 1.1, memperlihatkan bahwa pengguna media sosial terbanyak berada pada usia 25 – 49 tahun sebesar 47,64% dan usia 19 – 24 tahun sebesar 14,69%.



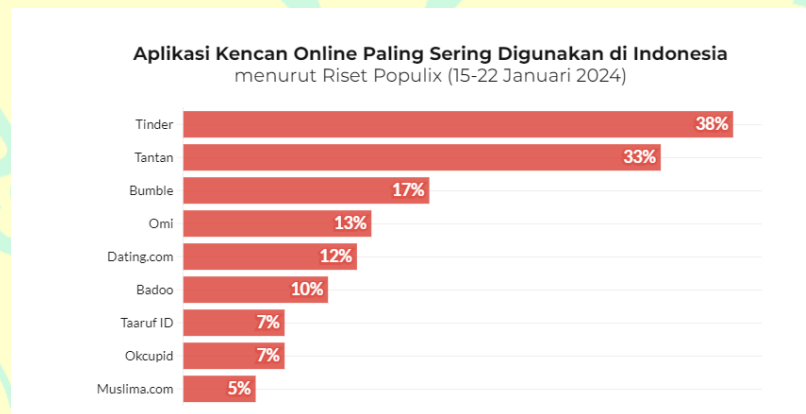
Gambar 1. 1 Data Usia Pengguna Media Sosial (Sumber: Badan Pusat Statistik)

Sering ditemukan bahwa pada usia dewasa awal, individu dapat mencari pasangan secara *online*, baik melalui media sosial maupun melalui aplikasi kencan *online* karena menyesuaikan dengan kegiatan masing – masing. Survei yang dilakukan oleh media Fimela tahun 2015 dengan melakukan wawancara terhadap dua narasumber menghasilkan bahwa media sosial termasuk aplikasi kencan *online* sangat membantu mereka dalam mencari relasi baru serta dapat menghemat waktu ketika mereka sedang sibuk bekerja. Selain dapat menghemat waktu, terdapat beberapa motivasi yang mendasari para pengguna pencarian pasangan secara *online* menurut artikel Kaskus yang melakukan wawancara dengan salah satu narasumber pada tahun 2021. Pertama, karena individu merasa kesepian, terlebih bagi mereka yang habis mengakhiri hubungan dengan pasangannya, mereka cenderung menggunakan aplikasi pencarian pasangan *online* untuk menghindari rasa kesepian.

Kedua, yaitu untuk membangun relasi baru untuk sekedar membangun pertemanan dengan orang baru. Ketiga, yaitu untuk mencari jodoh hingga beranjak ke pernikahan.

Mencari pasangan melalui *online* banyak diminati oleh kalangan dewasa awal karena memiliki beberapa dampak positif. Suara.com menjelaskan bahwa terdapat beberapa keuntungan dari pencarian jodoh melalui *online*, antara lain dapat bertemu dengan orang baru dengan latar belakang yang berbeda – beda, tidak ada batasan demografis dimana pada kesempatan ini individu dapat bertemu dengan orang lain yang berada di luar kota maupun di luar negeri, dan dapat berekspresi dengan bebas.

Individu dapat mencari pasangan melalui beragam media sosial yang tersedia, khususnya pada aplikasi kencan *online* seperti *Tinder*, *Bumble*, *Tantan*, *OK cupid*, dan lain – lain. Survei yang dilakukan oleh Populix per Januari 2024 yang dapat dilihat pada gambar 2 menghasilkan bahwa aplikasi kencan yang memiliki pengguna terbanyak dipimpin oleh aplikasi *Tinder* sebesar 38%, *Tantan* sebesar 33%, *Bumble* sebesar 17%, *Omi* sebesar 3%, *Dating.com* sebesar 12%, *Badoo* sebesar 10%, *Taaruf ID* sebesar 7%, *Ok Cupid* sebesar 7%, dan *Muslima.com* sebesar 5%.



Gambar 1. 2 Aplikasi Kencan Online yang Sering Digunakan (Sumber: *Indonesia Usage Behavior and Online Security on Dating Apps*)

Aplikasi kencan *online* tersebut memiliki fitur yang beragam sehingga menarik para penggunanya, seperti foto profil, hobi, minat, agama, dan lain – lain. Fitur yang memperlihatkan informasi menarik tersebut dapat memudahkan penggunanya dalam memilih pengguna lain yang ingin dijadikan teman atau pasangan sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Selain aplikasi yang disebutkan

diatas, terdapat beberapa aplikasi kencan *online* lain yang juga dapat digunakan antara lain *Line People Nearby*, *Boo*, *Hoop*, *Setipe*, dan lain – lain.

Media sosial lain yang memiliki wawasan lebih luas dan tidak hanya berfungsi sebagai pencari pasangan saja, seperti misalnya *Instagram*, *Facebook*, *X*, dan lain – lain juga dapat dijadikan tempat untuk mencari pasangan secara *online*. Walaupun media sosial tersebut tidak secara spesifik bertujuan untuk mencari pasangan, namun media ini juga dapat dijadikan sebagai wadah untuk mencari teman atau pasangan. Aplikasi seperti *Facebook* dan *X* juga menyediakan fitur komunitas atau grup pencarian jodoh *online* dimana setiap orang dapat memanfaatkan hal tersebut untuk mencari pasangan sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Aplikasi *Instagram* juga menyediakan tempat penggunanya untuk secara bebas mengekspresikan dirinya melalui foto diri maupun kegiatan yang mereka lakukan untuk menarik dan memberi kesan kepada pengguna lain.

Melalui media sosial yang digunakan, setiap individu tentunya dapat dengan mudah memilih apa saja yang ingin mereka tampilkan untuk memberikan kesan kepada orang lain. Dengan adanya media sosial yang sangat beragam dan luas, masyarakat dapat memanfaatkan hal ini sebagai tempat untuk bebas dalam berekspresi, mereka dapat menentukan dan mengontrol karakter serta penampilan dirinya. Hal ini disebut sebagai presentasi diri atau *self-presentation*. Menurut Jones dan Pittman (dalam Jannah, 2023) presentasi diri merupakan sebuah usaha untuk membentuk kesan diri secara selektif yang dilakukan oleh setiap individu, yang bertujuan untuk menampilkan citra diri yang sesuai dengan harapan dirinya sendiri ataupun orang lain. Individu dapat memilih citra diri seperti apa yang ingin ditampilkan kepada orang lain. Misalnya ingin menampilkan diri sesuai dengan apa adanya atau membentuk karakter baru yang bahkan bisa berbeda jauh dengan karakter asli dari dirinya.

Ketika mencari pasangan melalui media *online* khususnya di aplikasi kencan *online*, tentunya ini menjadi kesempatan bagi individu untuk menampilkan dirinya sebaik mungkin sesuai dengan keinginan dan tujuan dari pencarian pasangan tersebut. Fitur yang terdapat pada aplikasi kencan *online* seperti misalnya profil mengenai pendidikan, umur, lokasi, hobi, agama, foto profil, dan lain – lain dapat menjadi salah satu faktor penting individu dalam mempresentasikan dirinya

sesuai dengan apa yang mereka inginkan (Peng, 2020). Menurut Peng (2020) presentasi diri menjadi salah satu perilaku yang rentan sebagai penipuan yang dapat dilakukan secara *online*, penipuan yang dimaksud ini yaitu bagaimana individu dapat memilih tampil sangat berbeda dari aslinya, misalnya individu memilih untuk menampilkan dirinya sebaik mungkin hingga menampilkan sosok yang sangat berbeda dari aslinya untuk menarik orang lain. Namun, tidak semua individu menampilkan dirinya dengan sangat berbeda atau secara ideal sesuai dengan keinginan diri sendiri dan orang lain, banyak individu yang juga mempresentasikan dirinya sesuai dengan karakter atau persona dirinya sendiri. Hal tersebut dapat bergantung dari tujuan masing – masing individu. Strategi dalam menampilkan diri di media sosial ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor.

Menurut Toma dan Hancock (2010), strategi yang dilakukan oleh tiap individu dalam mempresentasikan dirinya di media sosial dapat dipengaruhi oleh dua hal. Pertama yaitu peningkatan diri, dimana individu memiliki keinginan untuk tampil semenarik mungkin agar mendapatkan perhatian dari orang lain. Kedua yaitu keaslian, dimana individu tampil jujur dalam mendeskripsikan diri mereka sendiri. Agar berhasil mendapatkan pasangan secara *online*, individu cenderung menampilkan diri dengan lebih selektif dan positif untuk menarik dan memberikan kesan kepada orang lain (Toma et al., 2008). Dengan demikian, sangat penting untuk memeriksa alasan yang dapat menjelaskan bagaimana motivasi seseorang dapat mendorong perilaku yang berbeda dalam mempresentasikan dirinya.

Temuan penelitian yang dilakukan oleh Gibbs, et al pada tahun 2006 yang berjudul “*Self-Presentation in Online Personals: The Role of Anticipated Future Interaction, Self-Disclosure, and Perceived Success in Internet Dating*” menemukan bahwa kesuksesan individu dalam mencari pasangan secara *online* didasari oleh presentasi diri yang lebih selektif dan positif. Individu lebih memperlihatkan karakteristik yang menarik dan tidak menampilkan karakteristik yang negatif. Hal ini terjadi ketika seseorang ingin mendapatkan pasangan sesuai dengan kriteria yang diinginkan, mereka cenderung menampilkan diri secara selektif dengan menampilkan diri dari segi positif dan meminimalisir sisi negatif dari dirinya untuk membuat orang lain tertarik.

Salah satu hal yang dapat memotivasi seseorang dalam mempresentasikan dirinya yaitu *self-determination*. Penelitian yang dilakukan oleh Lewis dan Neighbors pada tahun 2005 dengan judul “*Self-Determination and The Use of Self-Presentation Strategies*” menjelaskan bahwa orientasi *self-determination* memotivasi seseorang dalam mempresentasikan dirinya. Richard Deci dan Edward Ryan (dalam Lewis dan Neighbors, 2005) menjelaskan tiga orientasi yang mendasari motivasi seseorang, yaitu (1) orientasi otonom dimana individu memiliki aktualisasi diri yang tinggi, *self-esteem* yang tinggi, dan menghargai serta saling mendukung keputusan orang lain, (2) orientasi kontrol dimana individu memiliki aktualisasi diri yang rendah, menggunakan faktor eksternal dalam mengendalikan dirinya (*external locus of control*), dan memiliki kesadaran publik yang tinggi dimana individu sangat peduli dengan penilaian dan persepsi orang lain terhadap dirinya, (3) orientasi impersonal dimana individu merasakan amotivasi. Individu dengan orientasi otonom lebih menampilkan diri secara asli, individu dengan orientasi kontrol lebih menampilkan diri secara selektif untuk membuat orang lain tertarik, sedangkan individu dengan orientasi impersonal menampilkan diri dengan menghindari adanya ekspektasi tinggi dari orang lain. Hal tersebut berkaitan dengan motivasi untuk memiliki hubungan romantis dengan seseorang, dimana individu dengan motivasi otonom akan cenderung lebih menampilkan diri secara asli dan apa adanya dibanding individu dengan motivasi kontrol dan impersonal. Individu yang menampilkan diri secara asli di media *online*, memiliki keinginan untuk menjalin hubungan romantis yang lebih serius dan keinginan untuk berkomitmen dengan orang lain. Namun begitu, individu yang menampilkan diri secara lebih selektif cenderung memiliki keinginan untuk menjalin hubungan jangka pendek atau hanya mencari relasi dan teman baru. Mereka yang memiliki keinginan untuk mendapatkan persepsi dan penilaian tinggi dari orang lain, bisa saja memiliki kriteria pasangan yang lebih tinggi dari dirinya untuk mendapatkan rasa kekaguman oleh orang lain, dengan keadaan ini individu cenderung selektif dan meningkatkan dirinya dalam mempresentasikan diri di media *online*.

Kindelberger dan Tsao (2014) mengembangkan *romantic motivation* atau motivasi romantis berdasarkan teori *self-determination* agar dapat lebih memahami motivasi yang berasal dari diri sendiri dalam berperilaku romantis, dimana salah

satu tujuan dari mencari pasangan melalui media *online* untuk menjalin sebuah hubungan romantis dengan orang lain. Menjalिन sebuah hubungan romantis dapat didasari oleh beberapa faktor, seperti misalnya lingkungan sekitar yang mendorong untuk menjalin hubungan romantis, memenuhi kebutuhan diri sendiri dengan menjalin hubungan dengan orang lain, ataupun keinginan untuk berkomitmen dengan orang lain (Brown, 2014).

Berdasarkan latar belakang serta penelitian terdahulu, belum terdapat penelitian yang menjelaskan hubungan antara *romantic motivation* yang dikembangkan dari teori *self-determination* dan presentasi diri *online* dalam konteks mencari pasangan secara *online*. Maka dari itu, peneliti mengajukan penelitian yang berjudul “Hubungan *Romantic Motivation* dan Presentasi Diri *Online* pada Dewasa Awal yang Mencari Pasangan secara *Online*” dengan harapan dapat meneliti lebih lanjut mengenai hubungan antara *romantic motivation* yang dikembangkan berdasarkan teori *self-determination* dengan presentasi diri pada dewasa awal ketika mencari pasangan secara *online*.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Terdapat perbedaan presentasi diri seseorang di media *online*.
2. Terdapat perbedaan motivasi seseorang dalam menjalin hubungan romantis.
3. Terdapat perbedaan presentasi diri *online* individu bergantung dengan keinginan dalam menjalin hubungan romantis.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, pembatasan masalah pada penelitian ini yaitu hubungan *romantic motivation* dan presentasi diri *online* pada dewasa awal.

1.4. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu apakah terdapat hubungan antara *romantic motivation* dan presentasi diri *online* pada dewasa awal?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *romantic motivation* dengan presentasi diri *online* pada dewasa awal.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru bagi perkembangan ilmu psikologi terkait dengan hubungan *romantic motivation* dengan presentasi diri *online*.

1.6.2 Manfaat Praktis

1.6.2.1 Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan kepada para pembaca untuk mengetahui dan memahami tentang hubungan *romantic motivation* dan presentasi diri *online*.

1.6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau bahan pertimbangan untuk penelitian peneliti selanjutnya dalam bidang ilmu psikologi maupun bidang lainnya.