

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Literatur

2.1.1. *Review* Penelitian Sejenis

Tabel 2.1. *Review* Penelitian

Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode	Hasil Penelitian
Pola Komunikasi Hubungan Ta'aruf Di Lingkungan Masjid Salman ITB	Faisal Muhammad Syahri Alwi 132050215	Kualitatif	Terjadi spontanitas dalam berkomunikasi, namun spontanitas itu terjadi dikarenakan informan menutup diri dari komunikasi yang tidak cukup penting
Pola Komunikasi Antarpribadi WARA Dan Anak	Ester Kartika Rahayu 142050522	Kualitatif	Dari beberapa responden yang diteliti dan berprofesi sebagai WARA mengaku tidak menemui kesulitan yang besar dan menyeimbangkan antara profesinya sebagai WARA dan mengurus anak di rumah.

2.1.2. Kerangka Konseptual

2.1.2.1. Komunikasi

2.1.2.1.1. Definisi Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya "*communis*" adalah "*communicato*" yang artinya berbagai dalam literature lain disebutkan komunikasi juga berasal dari kata "*communication*" atau "*communicare*" yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Istilah "*communis*" adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

Secara terminologis, komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pernyataan oleh individu kepada individu lainnya. Berdasarkan pengertian tersebut komunikasi merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang melibatkan manusia dengan menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Kemudian pengertian secara paradigmatic, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau merubah sikap, pendapat, perilaku, baik langsung secara lisan, maupun melalui media. Dari pengertian diatas bahwa komunikasi bertujuan untuk mengubah sikap pendapat dan perilaku seseorang. Menurut Schramm dikutip oleh Suprato dalam buku **Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi** menyatakan bahwa komunikasi sebagai suatu proses berbagai (*sharing process*). Schramm menguraikannya sebagai berikut :

Komunikasi berasal dari kata-kata (bahasa) Latin *communis* yang berarti umum (*common*) atau bersama. Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commonnes*) dengan seseorang. Yaitu kita berusaha berbagi informasi, ide atau sikap. Seperti dalam uraian ini, misalnya saya sedang berusaha berkomunikasi dengan para pembaca untuk menyampaikan ide bahwa hakikat sebuah komunikasi sebenarnya adalah usaha membuat penerima atau pemberi komunikasi memiliki pengertian (pemahaman) yang sama terhadap pesan tertentu. (2006:2-3)

Komunikasi di bagi menjadi dua, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non verbal. Komunikasi verbal mengacu pada pengiriman pesan dengan cara tertulis atau lisan. Sedangkan komunikasi non verbal ialah komunikasi yang mengacu pada sebuah pengiriman pesan melalui media. Komunikasi non verbal disampaikan dengan berbagai cara, ada beberapa metode yaitu, *Environment* lingkungan dapat mempengaruhi proses penyampaian pesan seperti ruangan, cahaya dan udara yang memberikan pesan terhadap orang yang melihatnya, *Interpersonal Distance* adalah kedekatan dengan sentuhan fisik yang dapat memberikan sebuah tindakan, *Posture* merupakan sikap mengkomunikasikan pesan misalnya dengan berdiri tegak biasanya memberikan pesan bahwa ia sedang percaya diri, *Hand Gesture* dengan menggerakkan tangan memberikan sikap positif terhadap pribadi dengan *gesture* memberikan level terhadap seseorang, *Facial*

Expressions pesan yang ingin disampaikan di perjelas dengan menggunakan ekspresi, *Voice Quality* suara sangat penting bagi yang sedang berkomunikasi dengan suara dapat memberikan individu fokus dalam informasi, dan *Personal Appearance* penampilan bersifat eksternal memainkan peran sangat penting untuk memengaruhi seseorang.

Dalam berkomunikasi harus bisa efektif dan efisien, komunikasi efektif merupakan sebuah komunikasi memberikan informasi, pesan, ide dan perasaan untuk menghasilkan sebuah perubahan sikap sehinggaterjalin suatu hubungan baik antara komunikator dan komunikan. Suatu proses dikatakan efektif apabila komunikasi itu dilihat dari tercapainya tujuan si komunikator atau pemberi pesan. Adapun beberapa poin-poin yang menjelaskan bagaimana komunikasi verbal efektif yaitu :

- 1) Berlangsung secara timbal balik.
- 2) Makna pesan dapat disampaikan secara ringkas dan jelas.
- 3) Bahasa yang digunakan mudah untuk dipahami.
- 4) Cara penyampaian mudah diterima.
- 5) Disampaikan secara tulus.
- 6) Mempunyai tujuan yang dapat ditangkap jelas.
- 7) Memperhatikan norma yang berlaku.
- 8) Disertai humor dan cara menyenangkan lainnya

Komunikasi non verbal efektif yaitu :

- 1) Penampilan yang menunjang dan meyakinkan lawan bicara.

- 2) Sikap tubuh dan gesture.
- 3) Ekspresi atau mimik wajah.
- 4) Sentuhan.

Ada juga jenis- jenis komunikasi yaitu :

- 1) Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal yaitu komunikasi yang terjadi dengan diri sendiri dengan suatu subjek yang tidak tampak, misalkan Tuhan dan hantu. Dalam komunikasi ini penggunaan bahasa atau pikiran dengan diri komunikator sendiri.

- 2) Komunikasi Interpersonal

Komunikasi ini terjadi antara dua orang untuk saling memberikan informasi dan pesan yang bertujuan untuk mendapatkan feedback, misalnya komunikasi antara ibu dan anak, pasangan suami istri dan guru terhadap muridnya.

- 3) Komunikasi Organisasi

Komunikasi ini terbentuk pertukaran informasi dan pesan antara unit-unit komunikasi yang ada dalam organisasi tersebut. Komunikasi organisasi ini ada dua maca, yaitu : *Small group* dan *public*. *Small group*, komunikasi yang terjadi lebih dari dua anggota, dimana anggota kelompok memiliki porsi berkomunikasi dengan seimbang.

Public, komunikasi yang terjadi dalam grup besar, sehingga terlalu besar bagi seluruh anggota untuk bisa seimbang dalam berkomunikasi.

4) Komunikasi Massa

Komunikasi massa dimana proses organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak secara sekaligus pada saat bersamaan disalurkan melalui berbagai sumber baik elektronik, cetak, televisi, radio dan majalah.

2.1.2.1.2. Fungsi Komunikasi

Setiap kegiatan memiliki fungsi, terutama komunikasi. Berikut adalah fungsi komunikasi yang dikemukakan oleh Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, yaitu :

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*)

Fungsi komunikasi adalah yang pertama sebagai penyampaian informasi, mendidiki, menghibur, dan mempengaruhi. Berdasarkan fungsi diatas bahwa fungsi komunikasi yang pertama ialah menyampaikan sebuah informasi (*to inform*) kepada orang lain baik secara langsung maupun melalui media hal

tersebut merupakan fungsi yang sangat umum sering digunakan oleh manusia dalam kehidupannya, fungsi komunikasi yang kedua merupakan mendidik dalam fungsi ini biasanya digunakan oleh guru, dosen dan orang tua untuk berkomunikasi kepada murid atau anaknya dalam mendidik karakter atau sifat anak, kemudian menghibur (*to entertain*) orang bekerja dalam bidang seni misalnya artis atau penyanyi berkomunikasi melalui apa yang dia sampaikan melalui persembahkan yang dia mainkan yang berfungsi untuk menghibur orang lain, dan yang terakhir mempengaruhi (*to influence*) dalam fungsi ini manusia untuk mempengaruhi individu lainnya melalui informasi atau pesan yang mereka sampaikan.

2.1.2.1.3. Tujuan Komunikasi

Menurut Effendy dalam buku Ilmu, Teori dan Praktek Komunikasi memaparkan bahwa ada beberapa tujuan komunikasi :

1. Perubahan sikap (*attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*opinion change*)
3. Perubahan perilaku (*behavior change*)
4. Perubahan sosial (*social change*)

Tujuan komunikasi tersebut dimaksud untuk dapat merubah segala bentuk sikap hingga perubahan sosial di sekitar kita.

2.1.2.1.4. Proses Komunikasi

Menurut Effendy dalam buku Ilmu, Teori dan Praktek Komunikasi menjelaskan bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap diantaranya sebagai berikut :

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses Komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses Komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Menggunakan media kedua dalam berkomunikasi memungkinkan komunikasi yang relatif jauh surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film itu merupakan media kedua yang digunakan saat berkomunikasi.

2.1.2.1.5. Unsur-unsur Komunikasi

Dalam pengertian komunikasi ada beberapa komponen atau unsur yang terdapat dalam syarat berkomunikasi, yaitu sebagai berikut :

1. Sumber
2. Pesan
3. Media
4. Penerima
5. Pengaruh
6. Tanggapan balik
7. Keterbukaan (Openness)
8. Empati (Empathy)
9. Sikap positif (Positiveness)
10. Sikap mendukung (Supportiveness)
11. Kesetaraan (Equality)

Dalam penjelasannya :

1. Sumber

Setiap komunikasi slalu ada sumber yang diperoleh untuk membuat atau mengirim informasi. Komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, namun bisa juga dalam bentuk kelompok, misalnya organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim atau komunikator.

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media. Pesan yang dimaksud bisa berisikan ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

3. Media

Media adalah alat yang digunakan saat berkomunikasi untuk memberikan pesan dari sumber kepada penerima. Ada beberapa pendapat mengenai media dilihat dalam segi bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indera bisa dianggap sebagai media komunikasi.

4. Penerima

Penerima merupakan yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok atau organisasi. Penerima juga bisa disebut sebagai khalayak, sasaran, atau komunikan. Bisa dilihat bahwa proses komunikasi terjadi bila terdapat penerima dengan adanya sumber dan tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

5. Pengaruh

Pengaruh merupakan perbedaan pola pikir atau hal yang dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan atau informasi.

6. Tanggapan Balik

Umpan balik atau tanggapan balik adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Umpan balik bisa juga berasal dari undur lain seperti pesan dan media, meski belum sampai pada penerima.

7. Keterbukaan (Openness)

Membuka diri atau membagi informasi tentang dirinya yang biasanya dianggap pribadi, dan juga bersedia mendengarkan pesan dari lawan bicara secara terbuka dan merespon dengan jujur.

8. Empati (Empathy)

Kemampuan individu untuk memahami lawan bicara berdasarkan sudut pandang lawan bicara tersebut. Kemampuan ini membantu seorang individu untuk memahami apa yang dilalui oleh lawan bicara secara emosional. Atau ikut merasakan apa yang lawan rasakan.

9. Sikap positif (Positiveness)

Individu dalam menggunakan pesan yang positif harus mengandalkan kemampuan. Hal positif yang dimiliki lawan bicara, mengekspresikan kepuasan dalam berkomunikasi dengan tersenyum, kedekatan posisi tubuh saat bicara.

10. Sikap mendukung (Supportiveness)

Dukungan yang terucap maupun tidak terucap, seperti senyuman dan anggukan kepala. Memperlihatkan sikap mendukung dalam bersikap.

11. Kesetaraan (Equality)

Dalam suatu komunikasi kesetaraan sangat penting terutama pada komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara atau sama. Harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua individu sama-sama bernilai dan berharga. Dalam interpersonal perselisihan dan konflik dapat dilihat dengan upaya memahami perbedaan yang pasti ada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan berbagai pihak.

Berkomunikasi dengan bertujuan merubah sikap seseorang pastiterdapat hambatan dalam prosesnya, hambatan adalah faktor-faktor yang dapat mengganggu penerima suatu pesan. Karena gangguan tersebut maka komunikasi juga bisa salah paham dalam memaknai baik pesan yang diterima. Adapun faktor-faktor yang berpotensi menghambat komunikasi yang efektif adalah :

- 1) Perbedaan status sosial antara komunikasi dan komunikator
- 2) Problem semantik, berhubungan dengan bahasa komunikator dalam menyampaikan pesan. Kesalahan penyebutan akan mengakibatkan sebuah kesalahan pemahaman dan beda penafsiran.
- 3) Distorsi persepsi, perbedaan cara pandang yang sempit ada pada diri sendiri dan perbedaan cara berpikir pada orang lain. Faktor ini akan menimbulkan hambatan perbedaan persepsi dan wawasan yang itu dan lainnya.

- 4) Perbedaan budaya, dalam suatu kelompok terdapat beberapa suku, ras, bahasa, dan agama yang berbeda-beda sehingga ada beberapa penggunaan kata yang memiliki arti berbeda pada setiap suku.
- 5) Gangguan, merupakan sesuatu yang mengganggu komunikasi, termasuk sikap dan emosi komunikator dan komunikan. Gangguan dapat terjadi dalam tiga bentuk yaitu, eksternal, internal dan semantik.

Gangguan eksternal (*External noise*) merupakan gangguan yang datang dari lingkungan. Gangguan lingkungan fisik seperti gaduh, riuh hambatan yang muncul dari lingkungan dan keadaan sekitar.

Gangguan intenal (*internal noise*), gangguan ini terjadi dari pikiran penerima dan pemberi pesan. Komunikator dan komunikan tidak fokus dengan pesan dan komunikasi yang sedang berlangsung, maka akan terjadi pesan tidak dimengerti atau disampaikan.

Gangguan semantik (*Semantic noise*), gangguan ini terjadi karena emosional partisipan pada kata-kata yang digunakan. Partisipan mengeluarkan reaksi negatif.

- 6) Keterbatasan media, komunikasi ini terhambat karena media yang digunakan dalam melancarkan komunikasi, seperti sinyal telepon dan lain sebagainya.
- 7) Tidak ada umpan balik atau tanggapan, hambatan ini dimana pesan yang disampaikan komunikator tidak ada tanggapan. Maka dari itu komunikasi yang terjadi hanya satu arah dan tidak efektif.

2.1.2.2. Komunikasi Interpersonal

2.1.2.2.1. Definisi Komunikasi Interpersonal

Menurut Mulyana dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, menjelaskan bahwa definisi komunikasi interpersonal sebagai berikut :

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Komunikasi interpersonal ini hanya melibatkan dua orang saja.

Komunikasi interpersonal juga dijelaskan oleh Cangara yaitu :

Bahwa komunikasi interpersonal sangat penting untuk meningkatkan hubungan antar individu, menghindar dan mengatasi konflik pribadi, mengurangi ketidak pastian, berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Mengendalikan perilaku, memberi motivasi, sebagai pernyataan emosi, dan memberikan suatu informasi.

Komunikasi interpersonal ini sering disebut komunikasi diadik karena hanya melibatkan dua orang seperti suami-istri, dua sejawat, dua sahabat, guru-murid dan sebagainya. Keberhasilan komunikasi terlihat dari kedekatan suatu hubungan pihak-pihak yang sedang berkomunikasi akan menimbulkan respon dan pesan-pesan yang mereka sampaikan, adapun

respon nonverbal yaitu seperti tatapan mata ekspresif dan sentuhan. Komunikasi antarpribadi sangatlah potensial untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain. (Mulyana Deddy)

Komunikasi sangat penting bagi semua aspek kehidupan manusia. Komunikasi manusia dapat mengekspresikan gagasan, perasaan, harapan, dan kesan kepada sesama serta memahami gagasan, perasaan, dan kesan orang lain. Komunikasi juga tidak hanya mendorong berkembangnya manusia yang utuh, tetapi juga menciptakan hubungan sosial yang sangat diperlukan dalam kelompok sosial.

Komunikasi akan terjadi kerja sama sosial yang membuat kesepakatan-kesepakatan penting lainnya. Individu yang terlibat dalam komunikasi memiliki latar belakang sosial, budaya dan pengalaman psikologis yang berbeda juga. Perbedaan dapat berpengaruh efektivitas sebuah komunikasi, bagi setiap individu sangat penting untuk memahami simbol yang digunakan dalam komunikasi, baik verbal maupun non verbal.

Komunikasi interpersonal ialah komunikasi yang terlibat antara dua orang. Setiap pihak dapat bergantian dalam memberikan informasi dan pesan dengan waktu yang bersamaan.

2.1.2.2.2. Fungsi Komunikasi Interpersonal

Fungsi adalah sebagai tujuan dimana komunikasi digunakan untuk mencapai tujuan. Fungsi utama komunikasi ialah mengendalikan lingkungan guna memperoleh imbalan-imbalan tertentu berupa fisik, ekonomi, dan sosial. Sebagaimana telah dikemukakan bahwa komunikasi insani atau human communication baik yang non-antarpribadi maupun yang antarpribadi semuanya mengenai pengendalian lingkungan guna mendapatkan imbalan seperti dalam bentuk fisik, ekonomi, dan sosial. Berikut merupakan fungsi interpersonal :

1) Pengendalian lingkungan melalui *compliance*

Compliance merupakan hasil yang diperoleh sesuai dengan apa yang diinginkan atau diharapkan. Situasi komunikasi ini dimana *compliance* mewakili tingkat pengendalian lingkungan dengan apa yang diinginkan oleh hasil yang diperoleh komunikator sesuai atau sama. Kemampuan dalam mengendalikan sesuatu dari lingkungan eksternal tergantung pada pihak yang akan mengabdikan segala permintaan yaitu pesan. Jadi *compliance* ini salah satu fungsi yang paling penting.

2) Pengendalian melalui penyelesaian konflik

Penyelesaian konflik terjadi apabila dua atau lebih pihak yang bersaing mencapai penyelesaian mengenai beberapa sumber yang bersifat fisik atau sosial. Komunikator harus mampu menerima segala kekurangan dari apa yang seharusnya. Apa yang ia terima

tidak sesuai dengan yang diinginkan. tidak ada pihak yang berhasil dalam pengendalian lingkungan ini. Dalam hal ini *forced compliance* bisa digunakan untuk alat mengendalikan konflik.

2.1.2.2.3. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal memiliki beberapa tujuan menurut Muhammad dalam buku Komunikasi Interpersonal yaitu :

1. Menemukan Diri Sendiri
2. Menemukan Dunia Luar
3. Membentuk Dan Menjaga Hubungan Yang Penuh Arti
4. Perubahan Sikap Dan Tingkah Laku
5. Bermain Dan Kesenangan
6. Untuk Membantu

Dalam penjelasannya :

1. Menemukan Diri Sendiri

Tujuan komunikasi interpersonal yang satu ini ialah menemukan diri sendiri atau pribadi. Seorang individu terlibat dalam sebuah pertemuan dengan orang lain bisa banyak pemahaman atau pembelajaran tentang kemampuan diri maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada setiap individu untuk berinteraksi dan berbicara tentang bentuk apapun yang mereka sukai dan mengenai diri secara pribadi. Kadang individu berdiskusi mengenai perasaan, pikiran serta tingkah laku.

Dengan membicarakan diri pribadi dengan orang lain akan menimbulkan timbal balik pada perasaan, pikiran dan tingkah laku kita.

2. Menemukan Dunia Luar

Melalui komunikasi interpersonal akan menjadikan seseorang memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain. Banyak informasi yang bisa diketahui melalui komunikasi interpersonal, meskipun jumlah informasi datang dari media massa itu membuat rundingan atau diskusi melalui interaksi interpersonal.

3. Membentuk dan Menjaga Hubungan Yang Penuh Arti

Membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain merupakan keinginan yang paling besar. Oleh karena itu komunikasi interpersonal menjadikan salah satu bentuk untuk menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

4. Perubahan Sikap Dan Tingkah Laku

Perubahan sikap dan tingkah laku dapat terjadi dalam interaksi interpersonal. Dengan banyaknya waktu seorang individu bisa mengubah sikap dengan apa yang ia inginkan melalui cara tersendiri.

5. Bermain Dan Kesenangan

Bermain merupakan aktivitas yang bertujuan untuk mencari kesenangan. Dengan berinteraksi dengan individu dan individu yang lainnya mengenai hobby, kegemaran, ataupun kesukaan dan menghabiskan waktu bersama dapat menimbulkan rasa kesenangan

kebahagiaan. Komunikasi interpersonal ini dapat memberikan keseimbangan atau rileks dari segala kesibukan di lingkungan sekitar.

6. Untuk Membantu

Membantu orang lain dalam suatu aktivitas merupakan sebuah interaksi interpersonal dengan membantu akan memudahkan dan memberikan jalan keluar dalam setiap kegiatan atau masalahnya.

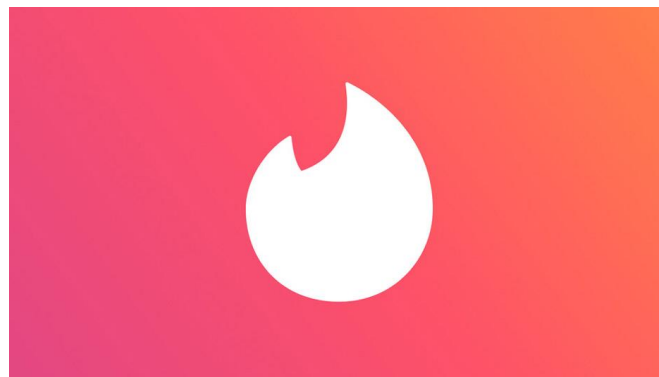
2.1.2.3.Tinder

Tinder adalah aplikasi layanan pencarian sosial berbasis lokasi menggunakan profil dari Facebook dan layanan fitur GPS di ponsel) yang memfasilitasi komunikasi antara pengguna yang saling tertarik, yang memungkinkan kecocokkan (*match*) pengguna untuk mengobrol. Aplikasi ini biasanya digunakan sebagai layanan kencan, dan telah bercabang untuk memberikan layanan yang lebih, sehingga lebih umum dikategorikan sebagai aplikasi sosial media.

Tinder merupakan aplikasi smartphone yang dirancang untuk mencari teman tetapi rata-rata zaman sekarang orang yang memakai tinder ini menggunakannya untuk mencari pasangan atau jodoh. Dalam aplikasi ini pengguna bisa memasang foto-foto terbaik mereka, biodata singkat, dan berbagi teman yang sama. Aplikasi Tinder akan melihat data berdasarkan

profil yang tercantum, hal ini memungkinkan pengguna untuk menemukan pasangan yang memiliki kecocokan dan selera yang sama dengan mereka

Gambar 2.1. Logo Tinder



Sumber : [https://id.wikipedia.org/wiki/Tinder_\(aplikasi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Tinder_(aplikasi)) diakses tanggal 16 april 2019

2.1.2.3.1. Sejarah Tinder

Tinder didirikan oleh sekelompok sahabat yang bernama Sean Rad, Jonathan Badeen, Justin Mateen, Joe Munoz,, Dinesh Moorjani, Chris Gylczynski, dan Whitney Wolfe. Mereka memutuskan untuk membuat inovasi melalui internet untuk merubah dunia luar dan memudahkan masyarakat untyk mencari teman hidup. Aplikasi ini di dorong untuk pengamatan bahwa "tidak peduli siapa anda, anda merasa lebih nyaman mendekati seseorang jika anda tahu mereka ingin anda untuk mendekati mereka. Tinder juga bisa membuat orang-orang lebih terhibur dan berpotensi mengurangi stres.

Tinder ini bisa beroperasi dengan akun facebook yang terhubung atau email untuk memberikan biodata profil pengguna serta informasi foto yang telah diunggah. Kandidat yang sesuai berdasarkan lokasi geografis, jumlah teman dan kepentingan umum yang akan dialihkan ke dalam daftar kecocokan. Dalam pengaplikasiannya pengguna bisa menggesek ke arah kanan dan kiri untuk menilai kandidat yang dicari.

Aplikasi tinder ini memenangkan Penghargaan TechCrunch's untuk "Teknologi baru terbaik tahun 2013". Pada Maret 2013, ketika aplikasi itu masih digunakan hanya di daerah tertentu, karena memiliki tujuan yang sangat bagus yaitu berkesempatan untuk bertemu orang-orang yang kita biasanya tidak akan bertemu". Pada Mei 2013, Tinder adalah salah satu dari top 25 aplikasi jejaring sosial yang tersedia di web didasarkan pada frekuensi penggunaan dan jumlah pengguna. Awalnya, bukannya menggesekkan gerakan, pengguna akan klik pada hijau "jantung" atau merah" Tinder menjadi aplikasi baru pertama layanan kencan dating untuk menjadi salah satu dari lima yang memanfaatkan layanan di web dalam waktu sekitar sepuluh tahun.

Per oktober 2014, aplikasi ini memproses lebih dari satu miliar gesekan per hari, yang memproduksi sekitar dua belas juta kecocokkan per hari. Rata-rata pengguna umumnya akan menghabiskan waktu sekitar satu setengah jam di aplikasi tersebut setiap hari. Setelah transisi dari mengklik fungsi tinder awal yang digunakan, tinder menjadi yang pertama "aplikasi menggesek", sekarang istilah untuk menggambarkan berbagai aplikasi yang menggunakan menggesekkan kiri atau kanan untuk mengontrol konten apa yang dilihat pengguna dalam mode

pencarian. Fungsi gesek ini sekarang di gunakan oleh beberapa perusahaan lain dan perangkat lunak lainnya.

Aplikasi pendamping utama situs untuk Tinder ini ialah Facebook, pengguna Tinder menghubungkan profil Facebook untuk memverifikasi akun Tinder mereka dan rincian profil. Mengobrol menggunakan Tinder ini hanya tersedia antara dua pengguna yang telah digesek kanan pada salah satu foto. Pilihan pengguna yang tidak dikenal ke pengguna lain, kecuali dua individu geser ke kanan pada profil masing-masing. Namun, setelah anda memiliki kecocokkan pada aplikasi, anda dapat mengirim "Momen Tinder" untuk masing-masing pengguna yang cocok sekaligus, yang memungkinkan setiap kecocokkan untuk suka atau tidak suka pada foto pengguna.

2.1.2.3.2. Cara Dan Langkah Membuat Akun Profil Tinder

Aplikasi *tinder* digunakan untuk mencari teman ataupun pasangan, dalam mengaplikasikannya kita harus membuat akun agar pengguna lain bisa mengetahui data diri kita yang semenarik mungkin. Berikut adalah langkah-langkah membuat akun *tinder* :

1) Hubungkan aplikasi *tinder* dengan Facebook

Ketika akan membuat akun *tinder* kita akan diminta untuk menghubungkan dengan akun facebook . langkah awal ini sangat penting untuk memulai membuat akun *tinder* karena banyak situs pencarian jodoh dipenuhi oleh akun palsu dan penipu. Dengan cara ini tinder mengurangi

jumlah pembuatan akun palsu dan penipuan dengan mengharuskan penggunaannya menghubungkan akun media sosial mereka.

2) Menggunakan foto profil

Bila akun kita sudah terhubung dengan akun media sosial lainnya misalnya facebook, secara bawaan *tinder* akan menggunakan foto facebook untuk dijadikan foto profil di akaun *tinder*.

3) Mengisi biodata diri

Dalam pembuatan *tinder* pengguna diharuskan mengisi kolom untuk mendeskripsikan diri secara singkat. Buatlah biodata yang singkat dan jelas seperti tempat tanggal lahir, sekolah/pendidikan, hobi dan lain sebagainya.

Gambar 2.2. Profil Tinder



Sumber : [https://id.wikipedia.org/wiki/Tinder_\(aplikasi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Tinder_(aplikasi)) diakses tanggal 24 Juli 2019

2.1.2.4. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah menjangkau dan berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi jejaring sosial dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan website merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain menyatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Contoh jejaring sosial antara lain Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat dsb. Dalam berjejaring sosial media sosial mengandalkan melalui internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagikan informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses media sosial dengan jaringan internet bahkan yang lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal, dan bisa melakukannya secara individual.

2.1.2.4.1. Peran Dan Fungsi Media Sosial

Media sosial bisa dijadikan sebagai alat promosi atau bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Bukan hanya sebagai media bisnis perusahaan saja, melainkan media sosial kini bisa dijadikan sebagai alat promosi atau ajang pencarian teman atau jofoh melalui aplikasi, website atau media sosial sejenisnya.

Kelebihan media sosial :

- 1) Kesederhanaan

Dalam sebuah produksi media konvensional dibutuhkan keterampilan tingkat tinggi dan keterampilan yang unggul. Media sosial sangat mudah digunakan, bahkan dengan orang tanpa dasar IT pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah komputer dan koneksi internet.

2) Membangun Hubungan

Sosial media memfasilitasi untuk berinteraksi dengan orang – orang untuk membangun hubungan. Untuk mendapatkan sebuah feedback langsung, dan ide.

3) Jangkauan Global

Media sosial dapat mengkomunikasikan informasi dalam sekejap, terlepas dari lokasi geografis. Media sosial juga memungkinkan untuk menyesuaikan setiap segmen sesuai tujuan atau keinginan pengguna.

4) Terukur

Sistem tracking yang amat sangat mudah, pengiriman pesan dapat terukur, sehingga langsung dapat mengetahui efektifitas misalnya perusahaan. Tidak seperti media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama.

Fungsi Media Sosial :

1) Administrasi

Melalui jaringan sosial yang relevan dan relatif bisa membentuk pengorganisasian karyawan dalam pembentukan kebijakan

media sosial, dan pendidikan kepada karyawan pada pengguna media sosial.

2) Mendengar Dan Belajar

Sistem pemantauan untuk mendengar apa yang kita inginkan dan apa yang relevan dengan mereka.

3) Berpikir Dan Perencanaan

Dengan pengertian diatas bahwa bagaimana teknologi sosial meningkatkan efisiensi dalam bermedia sosial.

4) Pengukuran

Langkah-langkah efektif sangat penting untuk mengukur metode yang digunakan.

2.1.3. Kerangka Teoritis

Teori Penetrasi Sosial

Komunikasi interpersonal berkaitan dengan sebuah teori Penetrasi sosial karena memfokuskan pada pengembangan hubungan yang berkaitan dengan perilaku interpersonal secara langsung melalui interaksi sosial dan proses-proses kognitif internal yang menyertai, mendahului, dan mengikuti pembentukan hubungan. Teori ini sifatnya berhubungan dengan perkembangan melalui teori ini berkenaan dengan pertumbuhan dan pemutusan mengenai hubungan interpersonal. Teori penetrasi sosial atau *social penetration theory* merupakan bagian dari teori pengembangan

hubungan atau *relationship development theory*. Penetrasi sosial adalah suatu proses hubungan dimana terjadi pergerakan kedekatan hubungan dari hubungan yang dangkal menjadi komunikasi hubungan yang lebih intim. Komunikasi sangat penting dalam mengembangkan dan memelihara hubungan-hubungan interpersonal, dengan seringnya berkomunikasi positif kita akan memberikan kebahagiaan pada pasangan ataupun suami dan istri. Komunikasi yang baik atau “keterbukaan” akan membuat diri mudah atau dapat dimengerti oleh orang lain melalui pengungkapan diri dengan memberikan kepuasan. Teori penetrasi sosial memfokuskan diri pada pengembangan hubungan, terutama berkaitan dengan perilaku interpersonal yang ada dalam interaksi sosial dan proses-proses kognitif internal yang mendahului, menyertai, dan mengikuti pembentukan hubungan. Teori ini sifatnya berhubungan dengan perkembangan, teori ini berkenaan dengan pertumbuhan dan keputusan mengenai hubungan interpersonal.

Penetrasi sosial memfokuskan kepada manusia untuk membuat keputusan berdasarkan biaya (cost) dan imbalan (reward). Jika untuk mencapai dan meraih sesuatu membutuhkan biaya besar maka setiap orang akan berpikir dua kali, dari sesuatu yang diraih memberikan imbalan yang besar maka orang akan melakukan. Dalam tahap ini setiap keputusan adalah keseimbangan dengan biaya dan imbalan. Apabila kita berkorban untuk membeli kuota internet untuk menggunakan media sosial *tinder* misalnya maka individu akan memngarapkan imbalan dari *tinder* tersebut seperti

mendapatkan pasangan, maka itulah suatu proses yang disebut penetrasi sosial.

Setiap hubungan dapat di konsepkan dalam bentuk penghargaan dan pengorbanan. Penghargaan adalah segala bentuk peristiwa hubungan atau perilaku-perilaku yang mendorong kepuasan, kesenangan, kebahagiaan, sedangkan pengorbanan adalah segala bentuk peristiwa hubungan atau perilaku-perilaku yang mendorong munculnya perasaan negatif. Sebuah hubungan lebih mengaspirasikan penghargaan dari pada pengorbanan maka individu cenderung bertahan dalam hubungan mereka, begitupun sebaliknya hanya sebuah solusi untuk menjalin sebuah hubungan terjadi.

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan landasan berpikir yang memberikan gambaran singkat mengenai tahapan penelitian dari awal hingga akhir kemudian akan dijadikan asumsi dan memungkinkan terjadinya penalaran terhadap masalah yang diajukan pada penelitian. Karena fokus penelitian adalah bagaimana komunikasi yang berlangsung dalam sebuah hubungan, khususnya dalam mencari pasangan melalui aplikasi Tinder, maka peneliti menggunakan Teori Penetrasi Sosial.

Tinder merupakan aplikasi dating atau pencarian jodoh melalui GPS dan informasi profil yang dibagikan di aplikasi tersebut. Semakin berkembangnya zaman berbagai cara aplikasi di ciptakan bertujuan untuk

mempermudah manusia dengan cara instan salah satunya dalam mencari pasangan atau berkencan.

Hubungan interpersonal merupakan suatu hal hidup yang dinamis. Untuk mengetahui bagaimana suatu hubungan berkemabang atau sebaliknya, dapat dilakukan dengan mempelajari sebuah teori komunikasi interpersonal yaitu teori penetrasi sosial (*social penetration theory*) teori yang menggambarkan suatu pola perluasan hubungan dengan melalui berbagai proses. Kedekatan interpersonal merujuk pada sebuah proses menuju sebuah ikatan hubungan dimana individu-individu yang terlibat dengan komunikasi ke komunikais yang lebih intim dan terarah. Perilaku verbal sering terjadi pada komunikasi interpersonal berupa kata-kata dengan ungkapan postur tubuh, ekspresi wajah dan lain sebagainya serta perilaku yang beroorientasi pada lingkungan termasuk ke dalam proses penetrasi sosial.

Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah di kemukakan peneliti memerlukan kerangka berfikir yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak lagi diragukan kebenarannya, yaitu teori mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti. Teori yang digunakan yaitu teori penetrasi sosial, proses penetrasi sosial berlangsung secara bertahap dan teratur dari sifatnya mulai dari tingkat keakraban mengenai pertukaran sebagai fungsi baik mengenai hasil yang segera maupun yang diperkirakan.

Proses penetrasi sosial dibagi menjadi 4 tahap, yang pertama ada tahap paling awal (orientasi), tahap yang kedua tahap pertukaran peninjauan efektif, tahap ketiga tahap pertukaran efektif dan tahap yang terakhir pertukaran stabil.

(1) Tahap Orientasi (*Orientation Stage*), dalam tahap ini merupakan tahap awal dari interaksi setiap individu saling berinteraksi untuk mengetahui informasi dari individu lain, mengungkapkan informasi mengenai diri pada orang lain. Dalam tahap ini terdapat penilaian terhadap satu sama lain. Pada tahap ini membuka sedikit demi sedikit mengenai diri kita yang terbuka untuk orang lain. Pada tahap ini komunikasi yang terjadi bersifat tidak pribadi (*impersonal*) informasi yang disampaikan bersifat sangat umum.

Pada tahap ini informasi untuk diri kita yang terungkap oleh orang lain hanya sedikit. Ucapan dan komentar yang disampaikan oleh individu biasanya bersifat basa-basi hanya menunjukkan informasi yang tampak mata pada diri individu. Dalam tahap ini ada beberapa individu cenderung enggan memberikan evaluasi atau memberikan kritik selama tahap orientasi karena akan dinilai sebagai tidak pantas dan akan mengganggu hubungan.

(2) Tahap Pertukaran Peninjauan Afektif (*Exploratory Affective Exchange Stage*), menyajikan suatu perluasan mengenai banyaknya komunikasi dengan memunculkan kepribadian individu. Tahap pertukaran peninjauan afektif merupakan perluasan dari diri dan

terjadi ketika aspek-aspek kepribadian seseorang individu mulai muncul. Tahap orientasi individu bersikap hati-hati dalam menyampaikan informasi mengenai diri, dan juga melakukan ekspansi atau perluasan. Individu mulai memunculkan kepribadian mereka terhadap orang lain, apa yang sebelumnya sifatnya pribadi menjadi publik. Pada tahap ini juga individu mulai menggunakan kata-kata dan ungkapan yang sifatnya personal. Komunikasi yang berjalan sedikit lebih spontan karena individu sudah mulai lebih santai dengan lawan bicaranya. Mereka juga sudah tidak terlalu hati-hati dalam bersikap dalam mengungkapkan sesuatu yang akan mereka sesali di kemudian waktu. Pada tahapan ini sudah munculnya perilaku berupa sentuhan dan ekspresi emosi yang sudah mulai muncul. Pada tahap ini juga merupakan penentuan untuk suatu hubungan akan berlanjut atau tidak.

- (3) *Pertukaran Afektif (Exploratory Exchange Stage)*, tahap ini interaksi lebih santai dan tanpa beban dimana komunikasi sering berjalan spontan dan individu membuat keputusan yang cepat, sering kali dengan sedikit memberikan perhatian untuk hubungan secara keseluruhan. Komunikasi terjadi secara spontan interaktif lebih lancar dan kasual. Hingga mendapatkan komunikasi yang efisien, sistem komunikasi yang terbentuk sudah menjadi komunikasi pribadi.

Tahap ini sudah memunculkan komitmen dan kenyamanan, sudah memunculkan keakraban dan kedekatan antara individu lebih intim. Muncul juga perasaan kritis dan evaluatif pada hubungan yang lebih dalam.

Komitmen yang besar dan perasaan nyaman akan muncul pada tahap ini. Pesan non verbal akan lebih mudah di utarakan, ungkapan atau perilaku yang sifatnya lebih pribadi dan sikap unik banyak digunakan pada tahap ini. Perilaku perbedaan pendapat, kritik, permusuhan atau konflik akan lebih sering muncul dalam hubungan yang sudah terbangun. Dalam tahap ini setiap individu masih saling melindungi diri untuk tidak terlalu lemah dan terbawa suasana dalam pengungkapan informasi diri yang terlalu sensitif.

- (4) Pertukaran Stabil (*Stable Exchange Stage*), termasuk dalam pengungkapan pemikiran, perasaan, dan perilaku secara terbuka yang menimbulkan spontanitas ke tahap hubungan yang tinggi. dalam tahap ini pengembangan dalam hubungan yang tumbuh dicirikan oleh keterbukaan yang berkesinambungan dengan adanya kesempurnaan kepribadian dalam setiap lapisan. Baik komunikasi yang bersifat publik maupun pribadi menjadi efisien. Dengan mengetahui satu sama lain dengan baik dan dapat dipercaya dalam mengungkapkan perasaan dan juga perilaku orang lain.

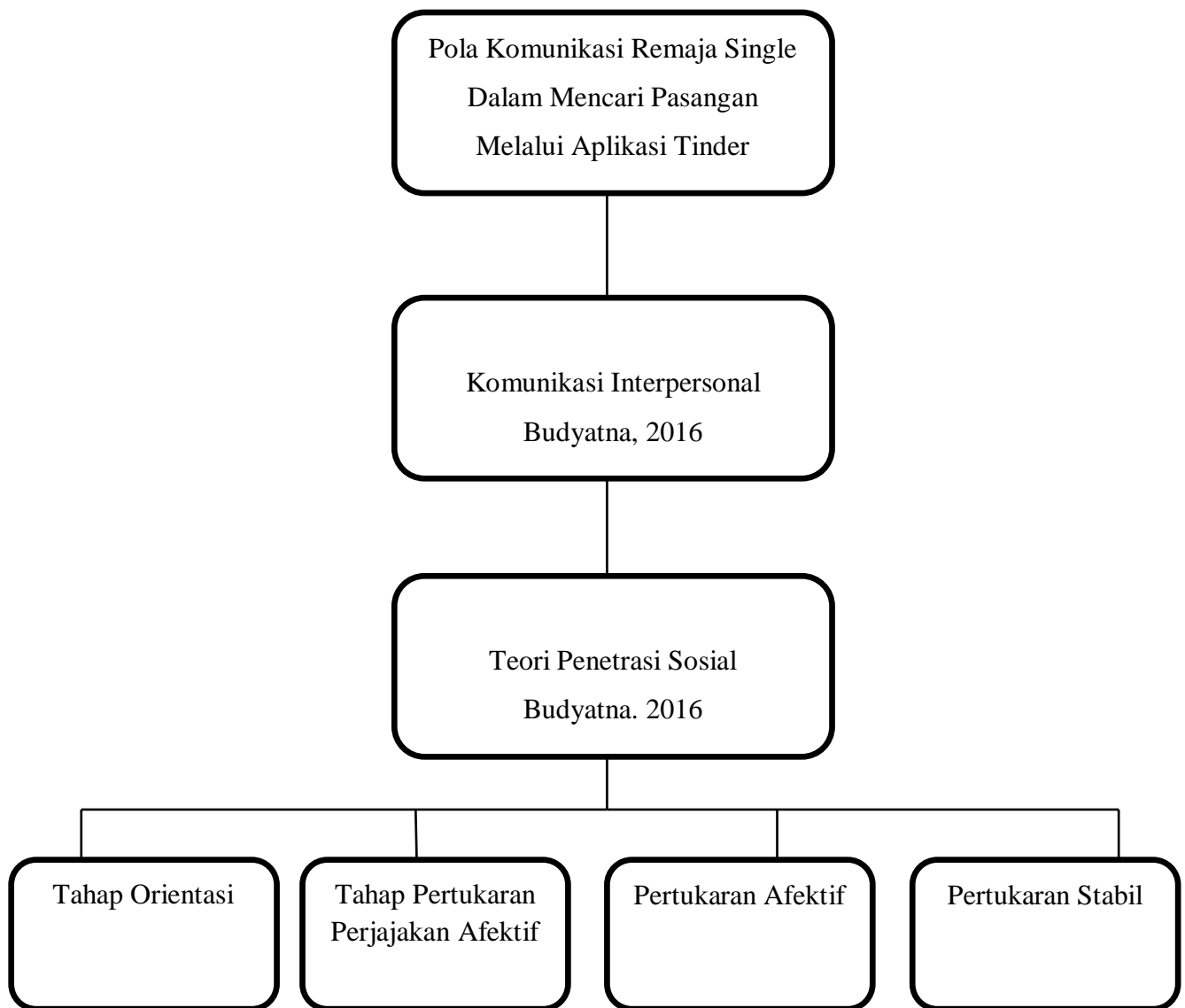
Terdapat tidak banyak hubungan antar individu yang mencapai tahapan ini karena individu menunjukkan perilaku yang sangat intim

yang berarti perilaku masing-masing individu sering kali berulang. Kesalahan interpretasi makna komunikasi jarang terjadi pada tahap ini disebabkan masing-masing pihak telah cukup berpengalaman dalam melakukan klarifikasi satu sama lain terhadap berbagai keraguan makna yang disampaikan.

Pada tahap ini individu telah membangun komunikasi personal yang menghasilkan komunikasi yang efisien atau sesuai dengan menafsirkan makna secara jelas dan tanpa keraguan.

Gambar 2.2.

Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : Hasil Olahan Peneliti 2019