

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti mengambil skripsi yang berjudul “Pola Komunikasi Pengguna Media Sosial *Tinder* dalam Hubungan Pada Pandemi Covid-19 (Studi Deskriptif Pola Komunikasi Pengguna Media Sosial *Tinder* Dalam menjalin *Casual Sex Relationship* pada Mahasiswa Kota Bandung)”. Sebelumnya penelitian yang membahas mengenai pola komunikasi sudah banyak dilakukan, namun objeknya berbeda setiap penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti melihat tinjauan sebelumnya yang mirip dengan penelitian yang diteliti mengenai pembahasan pola komunikasi. Peneliti mencari penelitian terdahulu melalui internet *searching* dan pergi ke perpustakaan. Berikut ini merupakan judul penelitian yang menjadi bahan tinjauan terdahulu oleh peneliti, yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Tahun	Identitas Penyusunan	Metode Yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Skripsi Ini
1.	Pola Komunikasi Pengguna Media Sosial Tinder dalam Upaya Membangun Relasi	2020	Tapip Maulana (Skripsi) Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara	Kualitatif Studi Kasus	Hasil dari penelitian menemukan beberapa pola komunikasi yang dilakukan oleh informan dalam menggunakan aplikasi Tinder sebagai upaya menjalin relasi	Penelitian Bayu meneliti pola komunikasi pengguna <i>Tinder</i> di seluruh kalangan, sementara penelitian peniliti hanya di kalangan Mahasiswa

		Indonesia	yaitu menentukan konsep diri yang dituangkan pada profil Tinder, proses komunikasi interpersonal pada tahap perkenalan melalui aktivitas chatting di Tinder dan juga pada saat pertemuan, proses hubungan interpersonal berupa peneguhan atau pemutusan hubungan dan intensitas akses terhadap akun Tinder, di mana pola – pola tersebut menjadi faktor	Kota Bandung
--	--	-----------	---	--------------

					keberhasilan atau kegagalan pada proses menjalin hubungan melalui aplikasi Tinder.HA	
2.	Pola Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dalam Mendampingi Proses Belajar Anak Di Masa Pandemi Covid-19 Di Dusun Jalaprang	2020	Nurhayati Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram	Kualitatif Metode Deskriptif	hasil bahwa, (1) Pola Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dalam Mendampingi Proses Belajar Anak Dimasa Pandemi Covid-19 Didusun Jelapang yaitu pola komunikasi sekunder (2)	Perbedaannya, penelitian yang di lakukan Nurhayati Meneliti Pola Komunikasi Orang Tua dalam Proses pembelajaran sedangkan Peneliti Meneliti Pola Komunikasi Pengguna

					Hambatan yang dialami orang tua dalam mendampingi proses belajar anak dimasa pandemi adalah sosiologi dan hambatan ekologis, hambatan sosiologis seperti faktor pendidikan orang tua yang sebagian besar tamatan SMP dan untuk hambatan ekologis yaitu faktor lingkungan dan pekerjaan orang	Media Sosial Tinder.
--	--	--	--	--	--	-------------------------

					tua yang bermata pencapaian sebagai petani/pekebun.	
3.	Pengaruh Pengguna Media Sosial Facebook Terhadap Pola	2017	Doni Pranata Yusuf Departemen Ilmu Komunikasi	Kualitatif Deskriptif	Hasil analisis pola komunikasi interpersonal sudah cukup tinggi dimana	Penelitiannya yang dilakukan Doni adalah Pengguna Media Sosial

	Komunikasi Interpersonal di SDN IV Sudirman Makassar		Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hassanudin Makassar		dari persepsi responden menggunakan fasilitas like saat memantau status pribadi, video atau foto update di facebook serta berkomunikasi dengan teman melalui facebook.	Facebook dan bertempat di SDN IV Sudirman Makassar, Sedangkan Peneliti Meneliti Pengguna Media Sosial Tinder dan Lokasi Penelitian berada di Kota Bandung.
--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--

(Sumber : Peneliti 2021)

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Manusia sebagai makhluk yang bermasyarakat artinya makhluk yang tidak hidup tanpa ada bantuan orang lain di sekelilingnya. Oleh karena itu ia akan selalu membutuhkan orang lain di dalam kehidupannya, sampai akhir hayatnya, untuk memenuhi semua kebutuhannya itu manusia harus selalu berinteraksi dengan yang lainnya dan dalam interaksinya itu akan terjadi saling mempengaruhi. Semakin lama manusia itu hidup dan tumbuh, maka semakin banyak ia akan berinteraksi dan semakin luas ruang lingkup interaksinya, baik itu interaksi dalam kehidupan kelompok ataupun dengan masyarakat di li luput dari alat yang digunakan untuk berinteraksi yaitu “komunikasi” karena tanpa komunikasi interaksi tidak akan bisa terjadi.

“Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* menurut asal katanya berasal dari bahasa latin *Communicate*, dalam perkataan ini bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama, sama disini maksudnya adalah sama makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu”. (Effendy, 2002:9)

Sedangkan menurut Gerald Amiler yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa:

“In the main communication has as its central interest those behavioral situations in which source transmit in message to a receiver (s) with conscious inten to a fact the latte’s behavior”. (Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi berperilaku sebagai minat sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan sesuatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya). (Effendy, 2009:31-3).

Dari definisi di atas kita dapat memperoleh gambaran yang dimaksud komunikasi, walaupun masing-masing definisi memiliki pengertian yang luas dan beragam satu sama lainnya. Dari definisi di atas ditekankan bahwa kegiatan komunikasi yang mempunyai tujuan yakni mengubah dan juga membentuk perilaku orang lainnya yang menjadi sasaran komunikasi.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Menurut Effendy (2003 : 55) terdapat empat fungsi komunikasi, yaitu:

1. Menyampaikan (*to inform*)

Dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunikan. Serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan.

2. Mendidik (*to educate*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dalam arti bagaimanacomunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau bertukar pengetahuan. Dan kebutuhan akan pengetahuan dapat terpenuhi. Fungsi mendidik ini dapat juga ditunjukkan dalam bentuk berita dengan gambar maupun artikel.

3. Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi menciptakan interaksi antara komunikator dan

komunikasikan. Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikasikan.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi, terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikasikan melalui isi pesan yang dikirim oleh komunikator. Upaya tersebut dapat berupa pesan persuasif (mengajak) yang dapat mempengaruhi komunikasikan. Komunikator dapat membawa pengaruh positif atau negatif, dan komunikasikan dapat menerima ataupun menolak pesan tersebut tanpa ada paksaan.

Keempat tujuan komunikasi di atas, turut mengambil peranan dalam setiap proses yang terjadi. Mulai dari mengubah sikap seseorang, merubah pendapat dan pandangan seseorang, merubah perilaku, serta merubah kehidupan sosial penggunanya.

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Antar Pribadi

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi menuntut seseorang berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi antar pribadi dibagi menjadi komunikasi diadik, komunikasi publik, dan komunikasi kelompok kecil. Komunikasi Antar Pribadi juga berlaku secara kontekstual bergantung kepada keadaan, budaya, dan juga konteks psikologikal.

Komunikasi antarpribadi yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy berdasarkan definisi Joseph A Devito adalah :

“Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika “. (*the process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback*). (Effendy, 2002 : 158)

Berdasarkan definisi Devito diatas, dapat di ketahui bahwa komunikasi antar pribadi di lakukan oleh dua orang yang memang sedang berdua dan mendapatkan efek yang langsung seperti saat guru privat dan muridnya saat mendiskusikan pelajaran, sepasang kekasih yang sedang bercengkrama dan teman yang sedang mengobrol dengan teman lainnya.

Komunikasi antarpribadi yang dimaksud adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan R. Wayne Pace. Fungsi komunikasi antarpribadi ialah berusaha meningkatkan hubungan insani (*human relations*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu serta berbagai

pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Komunikasi antarpribadi dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan diantara pihak-pihak yang berkomunikasi. Melalui komunikasi antar pribadi juga kita dapat berusaha membina hubungan yang baik, sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik-konflik yang ada dan bermunculan.

2.1.3.2 Tujuan Komunikasi Antar Pribadi

Tujuan komunikasi antarpribadi menurut Joseph A Devito terdiri atas 4 makna yakni :

1. Menyangkut penemuan diri (*personal discovery*). Dimana dengan berkomunikasi kita mampu lebih baik dalam memahami diri sendiri dan orang lain yang kita ajak berbicara.
2. Tujuan kita berkomunikasi adalah berhubungan dengan orang lain, membina dan memelihara hubungan dengan orang lain.
3. Dalam perjumpaan antar pribadi sehari-hari kita berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain.
4. Kita menggunakan banyak komunikasi untuk bermain dan menghibur diri. (Devito, 1997 : 29-32)

2.1.4 Tinjauan Tentang Pola Komunikasi

Menurut Fowler dan Couslum, pola atau pattern adalah suatu

model, desain, rancangan dari sesuatu yang di buat. Hubungan dengan komunikasi tergambar dari proses komunikasi itu sendiri yang selalu mengikuti alur atau kaidah tertentu. Kaidah ini juga mengatur gaya komunikasi dalam konteks sosial. Seseorang akan mengubah gaya komunikasi ketika ia berbicara dengan siapa di hadapannya. Hubungan bentuk dan fungsi komunikasi inilah yang kemudian membentuk suatu pola komunikasi. (Akbar, 2011). Sementara itu, dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, pola di artikan sebagai bentuk (struktur) yang tetap sedangkan komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang di maksud di pahami. Dengan demikian, pola komunikasi ialah pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi dengan cara yang tepat sehingga pesan atau informasi yang dimaksud dapat dipahami.

Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman, dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang yang dimaksud dapat Dipahami. Pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara suatu komponen komunikasi dengan komponen lainnya. Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman, dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang

dimaksud dapat dipahami. Dari pengertian tersebut maka suatu pola komunikasi adalah bentuk atau polah ubungan anantara dua orang atau lebih dalam proses mengkaitkan dua komponen yaitu gambaran atau rencana yang menjadi langkah-langkah pada suatu aktifitas dengan komponen-komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan antar organisasi ataupun juga manusia.

Pola komunikasi juga identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga dapat diperoleh feedback dari penerimaan pesan. Dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk, dan juga bagian – bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi. (Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 2008).

Pola ini merupakan suatu proses penyampaian pikiran dan atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu simbol sebagai media atau saluran. Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang yaitu lambang verbal dan lambang non verbal yakni sebagai berikut (Cangara, 2007) :

1. Lambang verbal yaitu bahasa sebagai lambang verbal yang Paling banyak dan sering di gunakan, karena bahasa mampu mengungkapkan pikiran komunikator.
2. Lambang non verbal yaitu lambang yang digunakan dalam

berkomunikasi yang bukan bahasa, merupakan isyarat dengan anggota tubuh antara lain mata, kepala, bibir, tangan, dan jari. Selain itu gambar juga sebagai lambang komunikasi non verbal, sehingga dengan memadukan keduanya maka proses komunikasi dengan pola ini akan lebih efektif.

Pola komunikasi ini dinilai sebagai model klasik, karena model ini merupakan model pemula yang dikembangkan oleh Aristoteles. Aristoteles hidup pada saat retorika sangat berkembang sebagai bentuk komunikasi Yunani, terutama keterampilan orang membuat pidato pembelaan di muka pengadilan dan tempat – tempat umum yang dihadiri oleh rakyat menjadikan pesan atau pendapat yang dia lontarkan menjadi di hargai orang banyak. Berdasarkan pengalaman itu Aristoteles mengembangkan idenya untuk merumuskan suatu model komunikasi yang didasarkan atas tiga unsur yaitu komunikator, pesan dan komunikan.

1.1.4.1 Pola Komunikasi Primer

Pola ini merupakan suatu proses penyampaian pikiran dan atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu simbol sebagai media atau saluran. Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang yaitu lambang verbal dan lambang non verbal yakni sebagai berikut (Cangara, 2007) :

1. Lambang verbal yaitu bahasa sebagai lambang verbal yang

Paling banyak dan sering di gunakan, karena bahasa mampu mengungkapkan pikiran komunikator.

2. Lambang non verbal yaitu lambang yang digunakan dalam berkomunikasi yang bukan bahasa, merupakan isyarat dengan anggota. tubuh antara lain mata, kepala, bibir, tangan, dan jari. Selain itu gambar juga sebagai lambang komunikasi non verbal, sehingga dengan memadukan keduanya maka proses komunikasi dengan pola ini akan lebih efektif.

Pola komunikasi ini dinilai sebagai model klasik, karena model ini merupakan model pemula yang dikembangkan oleh Aristoteles. Aristoteles hidup pada saat retorika sangat berkembang sebagai bentuk komunikasi yunani, terutama keterampilan orang membuat pidato pembelaan di muka pengadilan dan tempat – tempat umum yang dihadiri oleh rakyat menjadikan pesan atau pendapat yang dia lontarkan menjadi di hargai orang banyak. Berdasarkan pengalaman itu Aristoteles mengembangkan idenya untuk merumuskan suatu model komunikasi yang didasarkan atas tiga unsur yaitu komunikator, pesan dan komunikan.

1.1.4.2 Pola Komunikasi Sekunder

Pola 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. Karena proses sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menebus dimensi ruang dan waktu, maka dalam menata lambang – lambang untuk menformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri – ciri atau sifat – sifat media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dan sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikasi yang akan di tuju. (Effendy, 2005).

1.1.4.3 Pola Komunikasi Linier

Linear di sini mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Jadi dalam proses komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (Face to face). Tetapi juga ada kalanya komunikasi bermedia. Dalam proses komunikasi ini pesan yang disampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi. (Cangara, 2007).

1.1.4.4 Pola Komunikasi Sirkuler

Pola komunikasi ini ditandai dengan adanya unsur feedback. Sirkular secara harafiah berarti bulat, bundar atau keiling. Pada model sirkuler ini, proses komunikasi berlangsung dua arah. Melalui model ini dapat diketahui efektif tidaknya suatu komunikasi, karena komunikasi dikatakan efektif apabila terjadi umpan balik dari pihak penerima

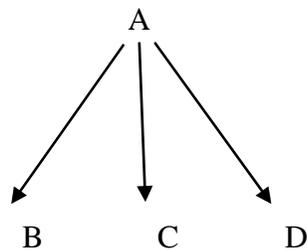
pesan. (Majid, 2013).

1.1.4.5 Macam Macam Pola Komunikasi

a. Pola Komunikasi satu arah

Pola komunikasi satu arah adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik menggunakan media maupun tanpa media, tanpa ada umpan balik dari komunikan, dalam hal ini komunikan bertindak sebagai pendengar saja.

Contoh dari pola komunikasi satu arah



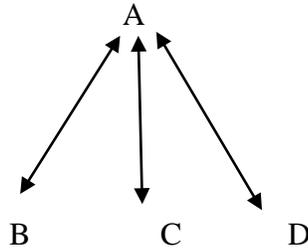
Gambar 2.1

Pola Komunikasi satu arah

b. Pola Komunikasi Dua Arah

Pola komunikasi dua arah atau timbal balik (no way traffic communication) yaitu komunikator dan komunikan menjadi saling tukar fungsi dalam menjalani fungsi mereka, komunikator pada tahap pertama menjadi komunikan dan pada tahap berikutnya saling bergantian fungsi. Namun pada hakekatnya yang memulai percakapan adalah komunikator utama, komunikator utama mempunyai tujuan tertentu melalui proses

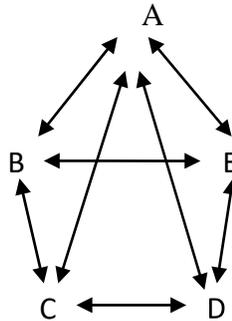
komunikasi tersebut, prosesnya dialogis, serta umpan balik terjadi secara langsung.



Gambar 2.2 Pola Komunikasi dua arah

c. Pola Komunikasi Multi Arah

Proses komunikasi terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak dimana komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis.



Gambar 2.3 Pola Komunikasi Multi Arah

2.1.5 Tinjauan Tentang New Media

Media sosial Pertemanan atau Kencan yang biasa di sebut *dating apps* seperti *Tinder*, *Tantan* dan *Bumble* 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.

2.1.6 Tinjauan Tentang Internet

Istilah internet pada mulanya diciptakan oleh para pengembangnya karena mereka memerlukan kata yang dapat menggambarkan jaringan dari jaringan-jaringan yang saling terkoneksi yang tengah mereka buat waktu itu. Internet merupakan kumpulan orang dan komputer di dunia yang seluruhnya terhubung oleh bermil-mil kabel dan saluran telepon.

“Internet (*International Networking*) atau Net adalah kumpulan luas dari jaringan komputer yang saling terhubung di seluruh dunia, mulai dari komputer kecil (*personal computer* atau PC) di rumah-rumah sampai komputer besar diperusahaan-perusahaan”. (Deni Darmawan, 2012:97)

Fasilitas internet yang paling terkenal, yaitu *World Wide Web* (WWW), adalah bagian internet yang relatif baru, sedangkan fungsi seperti mengirim dan menerima Elektronik Mail (E-Mail) sudah

dimanfaatkan orang selama lebih dari 30 tahun.

2.1.7 Tinjauan Tentang Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, dan forum merupakan bentuk media sosial yang paling umum

digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Sementara jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *Facebook*, *Myspace*, dan *Twitter*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Situs media sosial mempunyai banyak bentuk seperti blog, microblog (*Twitter*), jejaring sosial (*Facebook* dan *LinkedIn*), situs media-sharing (*Youtube*, *Flickr*, *Slideshare*), situs *social bookmark* dan *voting* (*digg*, *reddit*), situs *review* (*Yelp*), forum dan dunia virtual (*Second Life*). Tentunya setiap bentuk situs media sosial memiliki karakteristik dan kelebihan masing-masing, misalnya *Twitter*

menonjolkan percakapan interaktif dalam pesan *text* yang disebut *tweet*, *Facebook* menonjolkan jaringan relasi pertemanan, *youtube* menonjolkan *database* dan *sharing video* serta *Second Life* menonjolkan dunia virtual 3D dimana setiap orang dapat melakukan aktivitas harian layaknya di kehidupan nyata.

Dalam jurnalnya yang berjudul *Journal of systems and technology*, Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai berikut :

“Sosial media adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia dikarenakan kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media

tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan.

2.1.8 Tinjauan Tentang *Tinder*

Tinder pertama kali diluncurkan pada Agustus 2012 oleh Sean Rad, Justen 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 di lakukan 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* atau pun di *wall* penggunanya. Cara menggunakan media sosial *Tinder* tidaklah rumit. Media sosial ini di buat 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*.

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.

2.1.9 Tinjauan Tentang *Casual Sex Relationship*

Fenomena pemenuhan kebutuhan seksual dengan pasangan sementara lebih umum dikenal dengan istilah casual sex relationships (Wentland & Reissing, 2014). Hubungan casual sex terbagi menjadi empat, yaitu; one night stand, friend with benefits, fuck buddy, dan booty call (Fahs & Munger, 2015).

2.1.9.1 *One Night Stand*

Manning, Giordano, & Longmore (2006, hlm. 464) mendefinisikan hubungan one night stand sebagai hubungan yang dapat dikategorikan sebagai hubungan yang berjangka pendek, tidak eksklusif, dan dangkal dengan satu-satunya tujuan dari hubungan tersebut adalah aktivitas seksual yang hanya dilakukan satu kali. Pada dasarnya, hubungan one night stand atau populer di Indonesia dapat disebutkan dengan istilah populer ‘cinta satu malam’ ini berprinsip pada aktivitas seksual sebagai tujuan utama yang hendak dicapai oleh kedua belah pihak, dilakukan dengan orang yang tidak pernah dikenal sebelumnya dan berlangsung hanya satu kali, memungkinkan akan berlanjut atau hanya sampai saat itu saja.

2.1.9.2 *Friend With Benefits*

Hubungan *friend with benefits* diartikan oleh VanderDrift, Lehmilller, & Kelly (dalam Weaver, MacKeigan, & MacDonald, 2011, hlm. 41) sebagai hubungan yang terlibat dalam aktivitas pertemanan platonis atau pertemanan murni antarlawan jenis yang tidak memiliki unsur romantis dan menggabungkannya dengan kegiatan berhubungan aktif secara seksual. Hubungan *friend with benefits* pun digabungkan dengan intimasi atau kedekatan secara seksual antarkedua belah pihak yang berstatus sebagai teman (Quirk, Owen, & Fincham, 2014, hlm. 43). Hubungan *friend with benefits* biasanya berlangsung sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak yang menyetujui penjalinan hubungan tersebut. Kedua belah pihak yang menjalin hubungan ini diawali dengan hubungan pertemanan saja, namun terdapat konsensual dalam menjalani aspek ‘benefits’ itu sendiri, salah satunya adalah pemenuhan kebutuhan seksual untuk kedua belah pihak yang dirasa akan menguntungkan satu dengan yang lainnya.

2.1.9.3 *Fuck Buddy*

Hubungan *fuck buddy* diartikan oleh Cornelisse dkk (2018, hlm. 1) ‘... *are sexual partners with whom initial contact is for sex, with ongoing sexual contact, and that friendship may develop subsequently ...*’ [... adalah pasangan seksual yang diawali dengan mempunyai kontak untuk seks, dengan kontak seksual yang dilakukan berkelanjutan, dan dari hal tersebut dapat berkembang menjadi hubungan persahabatan ...]. Perbedaan dari hubungan *friend with benefits* dan *fuck buddy* adalah dari mana hubungan berawal. *Friend with benefits* biasanya dilakukan dengan seseorang yang

dikenal terlebih dahulu sebagai teman, sementara *fuck buddy* biasanya dilakukan dengan seseorang yang mana dari awal perkenalan sudah menjurus untuk menjadi teman berhubungan seksual dan dapat diakhiri dengan menjadi teman atau tidak sama sekali. Kedua hubungan ini dijalani secara berkelanjutan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

2.1.9.4 *Booty Call*

Jenis hubungan kasual seks *booty call*. Didefinisikan oleh March, Van, & Grieve (2018, hlm. 3) sebagai jalinan hubungan jangka yang bertujuan untuk terlibat dalam aktifitas seksual secara aktif, komunikasi yang dibangun dari hubungan ini biasanya menggunakan panggilan telepon dan pesan singkat. *Booty call* dikategorikan sebagai hubungan panggilan karena dilakukan dengan komunikasi sebelum waktu yang ditentukan untuk melakukan hubungan seksual dengan pihak yang dihubungi. Dalam hubungan *booty call*, kedua belah pihak tidak akan memiliki kedekatan secara personal. Sebab, keduanya hanya akan bertemu dan berkomunikasi sesuai dengan kesepakatan atas kebutuhan seksual yang akan dipenuhi oleh satu sama lain.

2.2 Kerangka Pemikiran

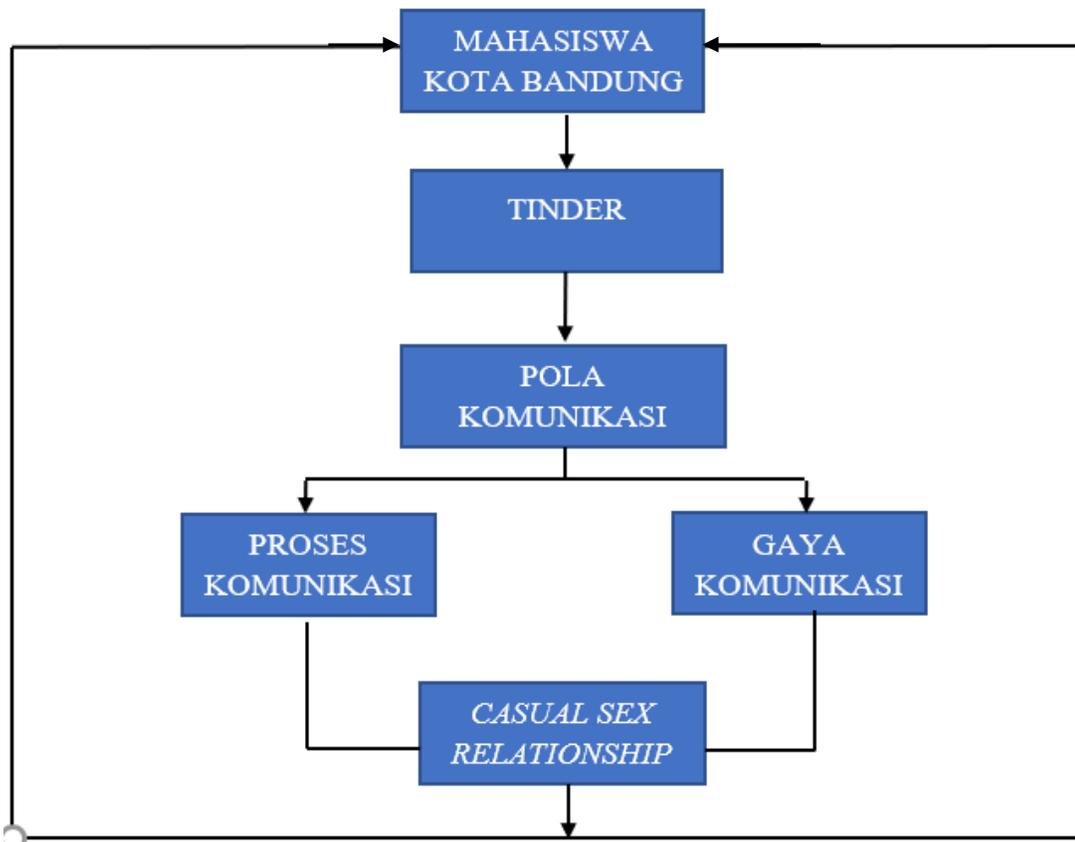
Kerangka Pemikiran merupakan narasi atau uraian tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau di rumuskan. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan dan menjabarkan masalah penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mencoba membahas Pola Komunikasi Para Pengguna Media Sosial *Tinder* dalam Menjalin Hubungan Pada masa pandemi Covid-19 di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung sebagai fokus penelitian. Pada kerangka teoritis ini peneliti mengacu pada definisi Menurut Fowler dan Couslum, pola atau pattern adalah suatu model, desain, rancangan dari sesuatu yang di buat. Hubungan dengan komunikasi tergambar dari proses komunikasi itu sendiri yang slalu mengikuti alur atau kaidah tertentu. Kaidah ini juga mengatur gaya komunikasi dalam konteks sosial. Seseorang akan mengubah gaya komunikasi ketika ia berbicara dengan siapa di hadapannya. Hubungan bentuk dan fungsi komunikasi inilah yang kemudian membentuk suatu pola komunikasi. (Akbar, 2011). Sementara itu, daam kamus Besar Bahasa Indoneisa, pola di artikan sebagaibentuk (struktur) yang tetap sedangkan komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang di maksud di pahami. Dengan demikian, pola komunikasi ialah pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi dengan cara yang tepat sehingga pesan atau informasi yang

dimaksud dapat dipahami. Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman, dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara suatu komponen komunikasi dengan komponen lainnya. Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman, dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Dari pengertian tersebut maka suatu pola komunikasi adalah bentuk atau polahubungan antara dua orang atau lebih dalam proses mengkaitkan dua komponen yaitu gambaran atau rencana yang menjadi langkah-langkah pada suatu aktifitas dengan komponen-komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan antar organisasi ataupun juga manusia. definisi pola komunikasi tersebut menjadi bahan acuan peneliti dalam penelitian yang berjudul Pola Komunikasi Para Pengguna Media Sosial Tinder dalam Menjalani Hubungan pada pandemic Covid-19 di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung. Penggunaan media sosial Tinder oleh mahasiswa, khususnya mahasiswa kota Bandung akan memunculkan pola komunikasi tertentu pada saat melakukan proses komunikasi di media sosial *Tinder*. sementara pola komunikasi menurut Joseph Devito yang menyatakan bahwa perilaku komunikasi bersifat komunikasi, dibagi menjadi 4 yaitu Komunikasi dengan diri sendiri,

Komunikasi antar pribadi, Komunikasi Kelompok dan Komunikasi Massa

Dari definisi tersebut dapat di katakan bahwa segala macam perilaku yang di tunjukan pada saat berinteraksi di media sosial *Tinder*, merupakan bagian dari komunikasi. Dilihat dari isi percakapan di media sosial *Tinder*. Ada dua permasalahan yang ingin peneliti lihat dari penelitian yang berjudul “Pola Komunikasi Pengguna Media Sosial *Tinder* dalam Menjalin Hubungan Pada Pandemi Covid-19 yaitu di antaranya akan di jabarkan sebagai berikut.

1. **Proses Komunikasi**, cara informan sebagai pengguna berinteraksi dalam media sosial *Tinder* dengan pengguna lainnya.
2. **Gaya Komunikasi**, Hal- hal yang dilakukan oleh pengguna *Tinder* ketika berkomunikasi dengan pengguna lainnya.



Gambar 2.4

Kerangka Penelitian

(Sumber : Peneliti 2021)

Berdasarkan alur pemikiran di atas, peneliti mencoba mendeskripsikan langkah dan tahapan yang muncul dalam pemikiran sehingga terbentuk rancangan yang tepat untuk di analisis. Pola komunikasi pengguna media sosial *Tinder* merupakan landasan dari penelitian ini. Peneliti memilih media sosial *Tinder* karena media sosial *Tinder* merupakan salah satu media sosial yang sedang populer di masa pandemic covid-19 selain itu mengingat mahasiswa kota Bandung yang mayoritas mempunyai media sosial *Dating Apps* dan beberapa di antaranya menggunakan *Tinder*, sehingga membuat peneliti tertarik untuk meneliti perilaku komunikasi pengguna media sosial *Tinder*.