BAB II

TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti mengambil skripsi yang berjudul "Perilaku Komunikasi Para Pengguna Media Sosial *Tinder* dalam Menjalin Relasi Pertemanan di Kalangan Mahasiswa Unikom".

(Studi Deskriptif mengenai Perilaku Komunikasi Para Pengguna Media Sosial *Tinder* dalam Menjalin Relasi Pertemanan di Kalangan Mahasiswa Unikom). Sebelumnya penelitian yang membahas mengenai perilaku komunikasi sudah banyak di lakukan, namun objeknya berbeda setiap penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti melihat tinjauan sebelumnya yang mirip dengan penelitian yang di teliti mengenai pembahasan perilaku 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 :

1. Bayu Nugraha

   Judul Skripsi : Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Instagram

   (Universitas Padjadjaran)

   Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi terjadinya perilaku komunikasi pengguna aktif

instagram dan mengetahui perilaku komunikasi antara sesama pengguna aktif instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara berulang kepada 8 orang informan, observasi, serta studi kepustakaan dan analisis dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor-faktor yang faktor yang melatarbelakangi yaitu fasilitas pendukung, keinginan untuk menghasilkan karya yang lebih baik, frekuensi serta dorongan kerabat. Perilaku komunikasinya yaitu antar sesama pengguna aktif yang mengunggah foto dan melakukan *following* serta *unfollow* dan memberikan *like* atau komentar pada foto.

2. Nama : Lidya Pratiwi Anggrenie.

   Judul : Perilaku Pengguna *Blackberry* di kalangan siswa sekolah dasar di Jakarta. (Universitas Padjadjaran).

   Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui intensitas penggunaan *Blackberry*, banyaknya konten atau isi juga kesediaan mengungkapkan diri di kalangan siswa sekolah dasar di Jakarta. Objek dari penelitian ini adalah siswa sekolah dasar di Jakarta. Metode yang di gunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teori yang di gunakan untuk mendasari penelitian ini yaitu teori *CMC* atau *Computer Mediated Communication.* Populasi penelitian ini adalah siswa sekolah dasar yang memiliki dan menggunakan

Blackberry di Jakarta. Teknik penarikan sampel di lakukan dengan teknik klaster banyak tahap. Penelitian dilakukan dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada 50 orang responden.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah intensitas penggunaan *Blackberry* berada di kategori tinggi dengan aspek yang menonjolnya yaitu frekuensi penggunaan. Sedangkan berdasarkan *content* atau isi *Blackberry* keduanya berada pada kategori sedang. Pihak sekolah di sarankan agar sebaiknya tidak melarang siswa membawa *Blackberry* ke sekolah karena banyaknya manfaat dari penggunaan *Blackberry*. Tapi ada baiknya pihak sekolah melakukan penyitaan *Blackberry* untuk menghindari penyalahgunaan yang mungkin ditimbulkan saat jam pelajaran. Perilaku yang muncul yaitu siswa dan guru sd menggunakan *Blackberry* untuk berinteraksi khususnya pada saat pembagian tugas.

3. Nama : Dea Anggraeni Utomo

   Judul : Motif Pengguna Jejaring Sosial *Google+* di Indonesia. (Universitas Kristen Petra Surabaya)

   Tujuan dibuatnya jurnal ini untuk mengetahui apa motif yang muncul dalam benak pengguna untuk menggunakan jejaring sosial *Google+*. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa pengguna Google+ lebih dapat melihat perkembangan terbaru atau informasi terbaru apa yang bisa di dapat. Sementara motif terendahnya yaitu bahwa *google+* di gunakan

untuk membuat status, membuat pencitraan. Seseorang bisa menunujukan eksistensinya dari status yang di buatnya.

Tabel 2.1

Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Tahun	Identitas Penyusun	Metode Yang Di gunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Skripsi Ini
1.	Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Instagram	2012	Bayu Nugraha (Skripsi) Bidang Kajian Manajemen Komunikasi Universitas Pajajaran	Kualitatif Studi Kasus	Penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor-faktor yang melatarbelakangi yaitu fasilitas pendukung, keinginan untuk menghasilkan karya yang lebih baik, frekuensi mengakses yang tinggi serta	Penelitian Bayu meneliti perilaku komunikasi pengguna *instagram* di seluruh kalangan, sementara penelitian
					Dorongan kerabat. Perilaku komunikasi antar sesama pengguna aktif instagram yang mengunggah foto melakukan *following* dan *unfollow* dan memberikan like atau komentar pada foto.	Yang peneliti teliti lebih fokus meneliti mahasiswa unikom yang aktif menggunakan media sosial *Tinder*.

2.	Perilaku Penggunaan *Blackberry* di Kalangan Siswa Sekolah Dasar di Jakarta.	2013	Lidya Pratiwi Anggreini (Skripsi) Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Kajian Manajemen Komunikasi Universitas Padjadjaran	Kuantitatif Metode Deskriptif	Bahwa intensitas penggunaan *blackberry* cukup tinggi dengan aspek yang menonjolnya yaitu frekuensi penggunaan. Perilaku menunjukan bahwa siswa dan guru sd berinteraksi menggunakan *blackberry* untuk pembagian tugas.	Perbedaannya, penelitian yang di lakukan Lidya menggunakan metode kuantitatif dan membahas *Blcakberry* sebagai alat komunikasi, sementara penelitian yang di lakukan peneliti lebih meneliti perilaku dan media sosial yang ada dalam alat komunikasi itu sendiri.
3.	Motif Pengguna Jejaring Sosial Google+ di Inonesia	2013	Dea Anggraeni Utomo (e-journal) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya		Bahwa pengguna Google+ lebih dapat melihat perkembangan terbaru atau informasi terbaru apa yang bisa di dapat. Sementara motif terendahnya yaitu bahwa google+ di gunakan untuk membuat status, membuat pencitraan. Seseorang bisa menunujukan	Penelitian ini melihat pada motif sosialnya seseorang menggunakan *google+,* sementara penelitian yang di lakukan peneliti lebih menunujukan bagaimana perilaku komunikasinya dan berfokus kepada mahasiswa unikom.

					eksistensinya dari status yang di buatnya.	

(Sumber :Peneliti 2015)

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, dan 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 tumbuhan, maka semakin banyak ia akan berinteraksi dan semakin luas ruang lingkup interaksinya, baik itu interaksi dalam kehidupan kelompok ataupun dengan masyarakat di lingkungannya. Untuk memperlancar jalannya interaksi tersebut, maka ini tidak

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 keperilakuan sebagai minat sentral, dimana sesseorang 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 bagaimana komunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau bertukar pengetahuan. Dan kebutuhan akan pengetahuan dapat terpenuhi. Fungsi mendidik ini dapat juga ditunjukan dalam bentuk berita dengan gambar maupun artikel.

3. Menghibur (*to entertain*)

   Komunikasi menciptakan interaksi antara komunikator dan komunikan. Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

   Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi, terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikan melalui isi pesan yang dikirim oleh komunikator. Upaya tersebut dapat berupa pesan persuasif (mengajak) yang dapat mempengaruhi komunikan. Komunikator dapat membawa pengaruh positif atau negatif, dan komunikan 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 Perilaku Komunikasi

Dari segi biologis, perilaku adalah sebuah kegiatan atau aktivitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan. Skiner dalam Notoadmodjo (2007), merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Definisi perilaku yang cukup tua dikemukakan oleh Mc Donald (1960:167) yakni sebagai respon atau aksi yang di lakukan oleh seseorang atau segala sesuatu yang dilakukannya.

Dalam sudut pandang ritual komunikasi ditandai oleh konsep-konsep seperti berbagi, partisipasi dan pertemanan. Sudut pandang ritual memanfaatkan akar timbal balik dari istilah keawaman, persekutuan, komunitas, dan komunikasi. Hal ini dekat dengan komunikasi *phatic* (komunikasi yang digunakan untuk mengekspresikan atau menciptakan suasana perasaan bersama, keinginan baik, atau sosialisasi ketimbang menyampaikan informasi) yang memiliki asal usul dalam karya Roman Jacobson dan Bronislaw Malinowski. *Phatic* berfungsi dalam mempertahankan kontrak antara komunikator tanpa selalu bertukar informasi yang berarti.

Hal ini sejalan dengan Rogers menyatakan bahwa perilaku komunikasi merupakan suatu kebiasaan dari individu atau kelompok di dalam menerima atau menyampaikan pesan yang di indikasikan dengan adanya partisipasi,

hubungan dengan sistem sosial, kekosmopolitan, hubungan dengan agen pembaharu, keterdedahan dengan media massa, keaktifan mencari informasi, pengetahuan mengenai hal-hal baru.

2.1.5 Tinjauan Tentang *New Media*

Media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Tinder* 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 konvergengsi 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 Wen 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 relati 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 berpertisipasi 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 *Linkedln*), situs media-sharing (*Youtube*, *Flikr*, *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 postif. 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 menunjukan 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 mengunakan media sosial *Tinder* tidaklah rumit. Media sosial ini di buat tanpa ada formulir atau persyaratan lainnya yang cukup rumit, secara otomatis data diri atau identtas pengguna dari facebook sudah terdata secara otomatis di Tinder, jadi para pengguna bisa langsung menggunakan Tinder. Pada Juni 2014 Tinder menambahkan fitur baru yaitu "Moments".sebuah fitur penyimpanan foto. Tinder juga menambahkan fitur lainnya seperti kemampuan mengedit foto, menambahkan gambar, atau menyediakan filter yang dapat dipilih oleh pengguna untuk memberikan efek pada foto.

Namun selama 2 tahun kemunculannya di dunia maya, Tinder juga sempat memuncukan 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 Relasi

Relasi merupakan hubungan antar manusia yang dimana relasi tersebut menentukan struktur masyarakat. Relasi juga bisa dikatakan sebagai jalinan interaksi yang terjadi antar perorangan atas dasar status atau peranan sosial. (Carrie, 2009 : 48) Relasi merupakan hal yang sangat penting untuk dibangun. Banyak hal yang di bicarakan berkaitan dengan relasi. Dalam kehidupan sehari-hari kita mengenal istilah relasi bisnis, relasi pertemanan, relasi antar dosen dan mahasiswa dan berbagai macam relasi lainnya. Relasi sangat membantu kita untuk bersosialisasi terlebih mengingat manusia sebagai makhluk sosial. Relasi dapat membuat hidup seseorang bahagia, selain itu relasi juga berperan dalam kehidupan kita untuk menggapai kesuksesan. Tidak sulit untuk mendapatkan relasi, relasi bisa di dapatkan jika kita mau bersosialisasi dan menerima seseorang untuk menjadi teman dengan tangan terbuka. Setelah itu relasi pertemanan bisa terjalin.

2.1.10 Tinjauan Tentang Mahasiswa Unikom

Unikom secara resmi berdiri pada tanggal 8 Agustus 2000 dengan membuka 11 program studi yaitu di antaranya Teknik Komputer, Manajemen Informatika, Teknik Industri, Teknik Arsitektur, Perencanaan Wilayah dan Kota, Ilmu Hukum, Ilmu Komunikasi, Ilmu Pemerintahan, Desain Interior, dan Desain Komunikasi Visual. Berdasarkan *website* Unikom, setiap tahunnya Unikom menerima 2000 mahasiswa dan masuk ke dalam berbagai macam jurusan. Mahasiswa paling banyak jumlahnya yaitu mahasiswa dari Fakultas Teknik dan Komputer dengan jumlah mahasiswa 9463 berdasarkan data dari *website* ftik.unikom.ac.id. Pada tahun 2015 ini Unikom menerima mahasiswa baru dengan jumlah mahasiswa baru sebesar 15.000 yang berasal dari berbagai macam pelosok tanah air. Berdasarkan *website* resmi Unikom yaitu www.unikom.ac.id. Saat ini Unikom memiliki 6 Fakultas dengan 23 program studi.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

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 Perilaku Komunikasi Para Pengguna Media Sosial *Tinder* dalam Menjalin Relasi Pertemanan di Kalangan Mahasiswa Unikom sebagai fokus penelitian.

Pada kerangka teoritis ini peneliti mengacu pada definisi perilaku komunikasi dari Prof. Dr. Engkus Suwarno yang menyatakan bahwa perilaku komunikasi adalah tindakan atau kegiatan seseorang, kelompok, atau khalayak ketika terlibat dalam proses komunikasi. Selain itu peneliti juga mengambil definisi perilaku komunikasi dari Joseph Devito yang menyatakan bahwa perilaku komunikasi bersifat komunikasi, yaitu dalam suatu interaksi perilaku demikian selalu mengkomunikasikan sesuatu sebagai bahan acuan penelitian. Definisi perilaku komunikasi lainnya yang peneliti ambil sebagai bahan acuan penelitian yaitu definisi perilaku komunikasi dari Rogers M Everett yang menyatakan bahwa perilaku komunikasi merupakan suatu kebiasaan dari individu atau kelompok di dalam menerima dan mencari informasi yang diindikasikan dengan adanya partisipasi hubungan dengan sistem sosial, kekosmopolitan hubungan dengan agen perubahan, keterdedahan dengan media massa, keaktifan dalam mencari informasi, dan pengetahuan mengenai hal-hal yang baru. Ketiga definisi perilaku komunikasi tersebut menjadi bahan acuan peneliti dalam penelitian yang berjudul Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tinder dalam Menjalin Relasi Pertemanan di Kalangan Mahasiswa Unikom.

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

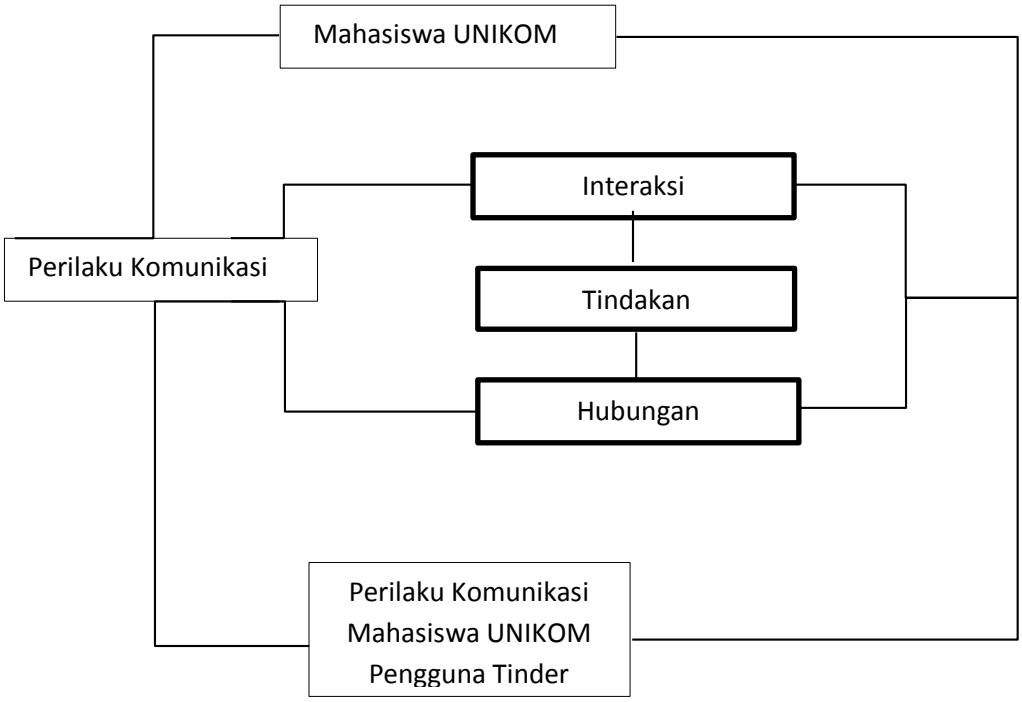
Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan di atas, maka tergambar beberapa konsep yang akan dijadikan sebagai acuan peneliti dalam mengaplikasikan penelitian ini. Kerangka pemikiran teoritis diatas akan diterapkan dalam kerangka konseptual sesuai dengan penelitian yang akan di teliti yaitu “Perilaku Komunikasi Para Pengguna

Media Sosial *Tinder* dalam Menjalin Relasi Pertemanan di Kalangan Mahasiswa Unikom"

Perilaku komunikasi menurut Prof. Dr. Engkus Kuswarno dalam Buku Etnografi Komunikasi berasumsi bahwa perilaku komunikasi merupakan tindakan atau kegiatan seseorang, kelompok, atau khalayak ketika terlibat dalam proses komunikasi. Penggunaan media sosial Tinder oleh mahasiswa, khususnya mahasiswa Unikom akan memunculkan perilaku komunikasi tertentu pada saat melakukan proses komunikasi di media sosial *Tinder*. sementara perilaku komunikasi menurut Joseph Devito yang menyatakan bahwa perilaku komunikasi bersifat komunikasi, yaitu dalam situasi interaksi perilaku demikian selalu mengkomunikasikan sesuatu. 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*. definisi lainnya yaitu di kemukakan oleh Rogers M Everett yang menyatakan bahwa perilaku komunikasi merupakan suatu kebiasaan dari individu atau kelompok di dalam menerima dan mencari informasi yang diindikasikam dengan adanya partisipasi hubungan dengan sistem sosial, kekosmopolitan hubungan dengan agen perubahan, keterdedahan dengan media massa, keaktifan dalam mencari informasi, dan pengetahuan mengenai hal-hal yang baru. Segala macam proses komunikasi yang di lakukan dalam media sosial Tinder akan memunculkan perilaku komunikasi tertentu tergantung dari masing-masing individu yang menggunakannya. Ada tiga permasalahan yang ingin peneliti lihat dari penelitian yang berjudul "Perilaku

Komunikasi Pengguna Media Sosial Tinder dalam Menjalin Relasi di Kalangan Mahasiswa Unikom yaitu di antaranya akan di jabarkan sebagai berikut.

1. **Interaksi**, cara informan sebagai pengguna media sosial *Tinder* dalam berkomunikasi
2. **Tindakan**, Hal- hal yang dilakukan oleh pengguna yang dalam hal ini mahasiswa Unikom untuk menarik perhatian lawan bicaranya.
3. **Hubungan**, wujud kesinambungan interaksi antara pengguna dengan lawan bicaranya.



Gambar 2.1
Gambar Bagan Penelitian
(Sumber : Peneliti 2015)

Berdasarkan alur pemikiran di atas, peneliti mencoba mendeskripsikan langkah dan tahapan yang muncul dalam pemikiran sehingga terbentuk rancangan yang tepat untuk di analisis. Perilaku komunikasi pengguna media sosial *Tinder* merupakan landasan dari penelitian ini. Peneliti memilih media sosial *Tinder* karena media sosial *Tinder* merupakan salah satu media sosial baru selain itu mengingat mahasiswa Unikom yang mayoritas mempunyai media sosial dan beberapa di antaranya menggunakan *Tinder*, sehingga membuat peneliti tertarik untuk meneliti perilaku komunikasi pengguna media sosial *Tinder*