

Perspektif Simbolik Interaksionis (Tinjauan Analitis “Online Dating”)

Arfenti Amir

Program Studi Magister Pendidikan Sosiologi, Pascasarjana Universitas Megarezky

ARTICLE INFO

Article history:

DOI:

[10.30595/pshms.v7i.1449](https://doi.org/10.30595/pshms.v7i.1449)

Submitted:

Jan 25, 2025

Accepted:

Feb 10, 2025

Published:

Feb 25, 2025

Keywords:

Online Dating; Identitas Digital;
Microinteractional Approach

ABSTRACT

Kemajuan teknologi komunikasi telah memungkinkan munculnya fenomena online dating, yang memengaruhi cara individu membangun hubungan dan struktur keluarga. Penelitian ini menganalisis bagaimana interaksi dalam situs online dating, khususnya IndonesianCupid.com, dikonstruksi melalui perspektif dramaturgi Erving Goffman dan pendekatan Microinteractional Approach. Individu dapat membentuk identitas digital mereka dengan menampilkan ideal self sebagai simbol yang dikurasi untuk menarik pasangan. Namun, kesenjangan antara ideal self dan actual self dapat memunculkan efek hiperpersonal serta potensi misinterpretasi dalam hubungan. Dampak situs online dating terhadap institusi keluarga bersifat kompleks, di mana simbol yang ditampilkan dalam frontstage sering kali berbeda dari realitas di backstage. Studi ini menunjukkan bahwa online dating tidak hanya membuka peluang bagi terbentuknya keluarga baru tetapi juga berpotensi mengubah norma dan nilai dalam hubungan keluarga melalui negosiasi simbolik.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Corresponding Author:

Arfenti Amir

Universitas Megarezky

Jl. Antang Raya, Antang, Kec. Manggala, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90234, Indonesia

Email: arfenti79@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang, dan sebagian wilayah kepulauan, khususnya di kabupaten di Kota besar telah mendapatkan akses internet terhadap situs-situs *online dating*. Transisi menuju modernitas dalam gaya hidup kota (*urbanism*) maka memungkinkan terjadinya fenomena tersebut seperti di negara berkembang seperti Indonesia. Kemajuan teknologi komunikasi seperti internet telah membuka ruang dalam mencari pasangan hidup. Melalui situs-situs *online dating*, interaksi antar individu memungkinkan terbentuknya sebuah unit keluarga yang baru melalui pernikahan. Hal ini mengindikasikan bahwa modernitas melalui sarana jejaring sosial telah memengaruhi kehidupan berkeluarga.

Hal ini menjadi suatu hal yang sangat penting, sebab pertukaran simbol tidak lagi bergerak pada aspek pertemuan tatap muka; simbol-simbol dapat ditampilkan melalui media visual. Apa yang ditayangkan pada situs-situs pribadi merepresentasikan si individu. Kedua, simbol yang ditayangkan pada layar komputer lebih mudah dikonstruksi dalam dunia maya. Aktor-aktor dapat memilih gambar visual seperti apa yang dapat dia jadikan *avatar* di dalam rana *online dating*. Sehingga, distingsi antara simbol (*avatar*) di dalam dunia maya dengan dunia riil menjadi semakin kontras.

Perubahan pada struktur keluarga dipengaruhi oleh kesepakatan nilai dan norma yang baru dalam situs *online dating*. Sebab melalui nilai dan norma tersebut, hubungan suami istri dalam keluarga akan menunjukkan

mekanisme *frontstage* dan *backstage* yang berbeda. Demikian juga, manipulasi simbol-simbol yang ditayangkan pada situs *online dating* dan keluarga akan berpotensi dalam memicu konflik yang baru. Hal ini tidak menutup kemungkinan bagi suatu hubungan suami-istri yang langgeng, namun penekanan yang akan dimunculkan dalam kajian analitis ini adalah bagaimana pendekatan *Microinteractional Approach* yang ditawarkan oleh Goffman menjelaskan fenomena dramaturgi yang terjadi di dalam situs *online dating*, yang kemudian berdampak pada kehidupan berkeluarga. Dalam kajian analisis ini menggambarkan dan menginterpretasikan simbol-simbol, mekanisme *frontstage* dan *backstage* bekerja di dalam situs- situs *online dating* dan keberadaan situs online dating berdampak pada pada keluarga.

2. METODE

Metode ini menggunakan studi literatur sebagai salah satu cara untuk menjelaskan fenomena *online dating*. Kemudian, dianalisis dan diinterpretasikan juga ditambahkan dengan referensi situs web untuk mendapatkan data statistik. Oleh sebab itu, penjelasan konseptual dan analisis akan berbasis pada pemikiran teoritis, dan pada bagian analisis, berbagai data yang didapatkan akan digunakan untuk mendukung argumen.

3. KERANGKA KONSEPTUAL

Analisis kemudian berbasis pada kerangka konseptual yang akan dijelaskan melalui pendekatan *Microinteractional Approach*. Hal ini menjadi penting sebab para aktor atau pengguna situs *online dating* memiliki potensi untuk berdramaturgi dan mengkonstruksi *self* dengan lebih mudah di dunia maya ketimbang dunia riil. Asumsi dasar dari pendekatan interaksionis melihat bahwa 1. perilaku individu harus dimengerti menurut makna yang diinterpretasi oleh para aktor. Dan 2. di dalam dunia simbolik, para aktor melakukan interpretasi menurut situasi dan konteks. 3. Asumsi berikutnya memperlihatkan bahwa individu memiliki *minds* di mana setiap individu dapat melihat dirinya sebagai aktor (*I*) ataupun objek (*me*). 4. Terakhir, keberadaan masyarakat memengaruhi individu, sehingga letak bagaimana individu dapat mengerti simbol-simbol adalah ketika masyarakat terlebih dahulu memberi stimulan melalui proses sosialisasi kepada individu.

George Herbert Mead mengemukakan konsep “I” and “me” di dalam bukunya *Mind, Self, and Society* untuk menjelaskan bagaimana individu mampu menempatkan diri di dalam masyarakat sebagai subjek dan objek. Sebagai subjek (I) ketika individu di lihat di dalam keunikan dan spontanitas saat bertemu dengan situasi atau individu lainnya. Hal ini juga merujuk pada bagaimana individu sebagai *self* dapat bertindak. Sebaliknya, apabila individu menempatkan diri sebagai objek (*me*), itu berarti seorang individu melihat pada perilakunya sendiri dari sudut pandang aktor yang lain. Berfokus pada *me*, hal ini kemudian juga membuka ruang bagi individu untuk mengkonstruksi dirinya dengan simbol-simbol, sehingga memengaruhi bagaimana individu lain melihat dirinya (*generalized other*).

Self-Presentation dan *Self-Disclosure* merupakan salah satu aspek yang seringkali terjadi di dalam situs *online dating*. Ketika individu secara strategis mengkonstruksi dirinya (*me*) sebagai suatu objek, Goffman melihat bahwa individu sedang berproses dalam *impression management* untuk menjalin sebuah hubungan yang baru dengan individu lainnya. *Self-Presentation* lebih mudah untuk dibentuk dengan simbol-simbol dibandingkan dengan *Face-to-Face Self-Presentation* sebab tidak terjadi sebuah interaksi yang spontan - individu memiliki waktu untuk menyeleksi simbol yang ideal. Di dalam kasus *online dating*, para pengguna situs mendeskripsikan diri sebagai *ideal self* untuk menunjukkan *self-presentation* yang positif. Dan apabila hal tersebut kurang dipercayai oleh pengguna lainnya, hal ini menunjukkan bahwa *online dating* juga mengalami halangan yang disebut sebagai *foggy mirror*.

Pendekatan *Microinteractional* merupakan pendekatan yang banyak dipengaruhi oleh pemikiran Erving Goffman. Mengacu pada konsep *dramaturgi*, Goffman menjelaskan bahwa *the desired/ideal self* adalah diri yang ditampilkan pada *frontstage*, namun hubungan keluarga kemudian menuntut adanya *intimacy* ketika individu-individu menampilkan *backstage*. Dalam konteks *online dating*, pendekatan ini juga melihat bagaimana kedekatan *backstage* dan *frontstage* akan lebih sulit untuk dibedakan, dan bisa terjadi di waktu yang sama - ketika para pengguna tidak mengetahui apa preferensi pengguna lainnya, status, peran, dan atribut-atribut lainnya di *backstage* yang tidak dimunculkan di dalam *frontstage*. Dengan kata lain, seseorang yang memiliki status “telah menikah” tetap berpotensi untuk mendapatkan seorang pasangan tergantung simbol-simbol yang dimunculkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Situs *online dating* salah satunya *IndonesianCupid.com*. Situs tersebut sudah melibatkan sekitar satu juta pengguna di Indonesia; melalui situs tersebut, ribuan pengguna lainnya berinteraksi/berkomunikasi. Situs tersebut diselenggarakan oleh *IndonesianCupid.com* yang dimiliki oleh Cupid Media Pty Ltd, Australia. Dari situs tersebut, ditemukan bahwa terdapat 75.27%-77.4% dari total pengguna yang berasal dari Indonesia. Ada 280,000 *visitors* yang membuka situs *IndonesianCupid.com* Selain *IndonesianCupid.com*, organisasi tersebut juga membuka situs- situs lainnya berdasarkan status pernikahan, etnis, dan agama, bahkan sampai skala global seperti: *HongKongCupid*, *Muslima.com*, *MalaysianCupid*, *SingleParentLove.com*, *InternationalCupid*. Namun dalam

penelitian ini, akan difokuskan pada IndonesianCupid sebagai acuan yang relevan dan kontekstual dengan implikasi di negara Indonesia.

Situs Indonesian Cupid menayangkan foto pasangan serta testimoni- testimoni para pengguna yang telah menemukan pasangan hidup. Di sebelah testimoni, dijelaskan bahwa IndonesianCupid berfungsi sebagai situs untuk mencari jodoh atau pasangan hidup. Selain testimoni yang ditampilkan di *homepage*, *IndonesianCupid.com* juga menampilkan foto seorang perempuan. Situs tersebut tidak membuka akses terhadap penggunaan fitur-fitur bagi pengguna yang belum daftar. Konfirmasi melalui email menunjukkan bahwa situs *IndonesianCupid.com* membutuhkan validasi identitas dari pengguna. Tampilan foto dan usia juga menjadi salah satu kriteria bagi para pengguna. Namun, melalui penelusuran *google images*, ditemukan bahwa profil para pengguna menampilkan tingkat pendidikan, jumlah anak, penggunaan rokok dan alkohol, agama dan pekerjaan. Selain itu, lokasi tempat tinggal serta kriteria jodoh yang dicari oleh pengguna juga ditayangkan sebagai simbol pada *profile page*.

Di dalam situs *IndonesianCupid*, individu menampilkan *me* sebagai objek - simbol untuk diinterpretasi oleh para pengguna lainnya. Berbeda dengan *I*, individu melakukan negosiasi dengan dirinya sendiri dalam mempertimbangkan *me* seperti apa yang akan ditampilkan untuk menemukan seorang jodoh. Simbol yang wajib dimunculkan dalam situs berupa simbol visual seperti foto. Individu tidak secara spontan menyeleksi foto/status/simbol lainnya yang ditampilkan; ada jeda waktu yang digunakan untuk menyeleksi simbol yang ideal. Para pengguna berstrategi dalam mengkonstruksi *the ideal self*. Ditambahkan pula bahwa *me* sebagai simbol tidak berhenti pada *Ideal Self*. Melalui perangkat-perangkat elektronik seperti komputer, individu memiliki potensi untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi (Konzinet 1998, 2002a) melalui simbol-simbol yang dimanipulasi. Proses seleksi simbol akan ditambahkan dengan proses digitalisasi. Individu dapat mengkonstruksi *me* melalui mediasi komputer (seperti aplikasi *cropping/editing*) untuk memunculkan *The Digitalized Me*.

Situs *IndonesianCupid.com* juga menampilkan berbagai informasi lainnya seperti: jumlah anak, gaya hidup (*drinking/smoking habits*), status marital, tingkat pendidikan, agama, okupasi, dan sebagainya. Hal-hal tersebut adalah simbol yang menjadi kriteria bagi individu untuk mengkonstruksi *me* untuk menemukan *me* yang lain. Ini mengindikasikan bahwa individu memiliki keluasaan kekuasaan tertentu dalam menegosiasikan pasangannya, sebaliknya sebagian kekuasaan lainnya ditentukan oleh sistem, di mana pengguna lainnya juga menentukan simbol-simbol *me* yang dicari oleh mereka.

4.1 Efek Hiperpersonal

Simbol visual justru menimbulkan hyperpersonal effect, di mana ekspektasi individu terhadap ideal *me* bertolakbelakang dengan *actual me* ketika mereka bertemu tatap muka dalam proses pengenalan yang lebih mendalam. Semakin besar *hyperpersonal effect* pada *me* yang dikonstruksi, semakin besar pula gejala *foggy mirror*. Para pengguna yang menampilkan *ideal me* cenderung menutupi *actual me* melalui *self-disclosure*; sehingga secara tidak langsung mengurangi peluang bagi hubungan yang lebih intim. Sebaliknya, apabila simbol-simbol yang ditampilkan mengurangi jarak antara *ideal* dan *actual me*, hal tersebut memungkinkan hubungan jangka panjang.

Konstruksi diri yang lebih cair telah memberikan kemampuan bagi para pengguna situs *online dating* untuk menampilkan *ideal me*. Situs *online dating* sendiri merupakan *frontstage* di depan *mass audience*, yaitu pengguna-pengguna lainnya. Simbol-simbol yang ditampilkan pada situs kemudian merefleksikan status dan peran pengguna. Mengingat bagaimana seorang *me* terbagi menjadi *ideal me* dan *actual me*, demikian pula status dan peran seseorang dapat dibedakan antara kedua itu. Salah satu status yang menjadi diperhatikan oleh *audience* adalah status marital. Menurut riset yang dilakukan oleh Fiore di Amerika, ditemukan bahwa para pengguna cenderung mencari pasangan yang memiliki status marital yang sama - seorang yang “belum menikah” akan mencari pasangan yang belum menikah”, Hal tersebut mengindikasikan bahwa seorang *me* memiliki kecenderungan untuk mencari jodoh dengan simbol-simbol yang mirip. Demikian pula *MediaCupid* juga menyelenggarakan situs jodoh *SingleParentLove.com* bagi pengguna yang memiliki status tersebut.

4.2 Dampak Situs Online Dating terhadap Keluarga

Secara ideal, dampak positif dari *online dating* adalah reproduksi institusi keluarga. Melalui situs-situs tersebut, individu dapat bertemu dengan individu lainnya untuk kemudian menikah dan berkeluarga, dan bereproduksi. Hal ini menjadi suatu hal yang penting, khususnya di negara-negara Barat, ketika jumlah penduduk yang semakin menurun mengindikasikan bahwa situs *online dating* tetap memiliki fungsi untuk meningkatkan pertumbuhan populasi. Akan tetapi, menurut perspektif simbolik-interaksionisme, dapat dilihat bahwa dampak negatif menjadi konotasi yang lebih dominan pada kasus *online dating*. Menurut riset, sekalipun bagi masyarakat Barat pada tahun 2013 (dalam kasus ini, Amerika), sekitar 59% menjawab bahwa *online dating* adalah sesuatu hal yang wajar dilakukan, hanya sekitar 5% dari penduduk Amerika yang menikah dengan *significant other* yang ditemukan melalui *online dating*.

Data tersebut dapat merepresentasikan pemikiran masyarakat negara Barat lainnya yang sudah bersentuhan dengan perangkat teknologi seperti internet. Namun, hal ini juga menjelaskan bahwa penggunaan situs *online dating* tidak digunakan secara dominan untuk menemukan jodoh dan berkeluarga, ketika hanya 5%

dari penduduk Amerika yang menjawab berhasil memiliki institusi keluarga melalui *online dating*. Situs-situs tersebut pada akhirnya digunakan untuk kepentingan lain.

5. KESIMPULAN

Situs-situs *online dating* merupakan lapangan di mana individu-individu menempatkan diri sebagai objek (*me*). Kemampuan individu untuk mengkonstruksi *the ideal me* telah menekan *the actual me* untuk menjadi simbol yang kemudian menarik perhatian pengguna *online dating* lainnya. Hal tersebut kemudian juga berdampak pada jenis hubungan yang dijalin - jangka panjang atau jangka pendek.

Konstruksi diri (*me*) dalam ruang lingkup situs *online dating* juga memiliki aspek *frontstage* dan *backstage*. Individu cenderung menjalin hubungan dengan pengguna lainnya yang memiliki status yang sama untuk menghindari *stigma*. Sebaliknya, potensi individu untuk menyembunyikan *the actual me* bisa tetap terjadi di dalam *backstage*. Oleh karena itu, orientasi pengguna *online dating* akan mengacu pada *backstage* pengguna lainnya yang menampilkan *the actual me*. Misinterpretasi dapat terjadi di dalam ruang lingkup *online dating* sebab pengguna cenderung memiliki ekspektasi terhadap *me* yang berbeda. Dengan demikian, fungsi *online dating* kadang tidak bergerak untuk mendorong pembentukan institusi keluarga, namun berhenti sebatas sebagai *space* bagi pengguna untuk saling mengonsumsi simbol- simbol visual pada *the ideal me* yang sudah mengalami *hyperpersonal effect*.

Salah satu tolak ukur bagaimana para pengguna saling berinteraksi dan memunculkan *affinity* (rasa saling menyukai) adalah melalui jumlah pesan yang diterima atau dikirim. Jumlah pesan yang diterima belum tentu diketahui oleh pengguna lainnya, sehingga bergerak pada sisi *backstage*. Oleh karena segregasi antara *backstage* dan *frontstage* di dalam situs, dan di antara situs dan keluarga menjadi semakin cair dan dinamis, hubungan antaranggota akan menimbulkan negosiasi dan kesepakatan yang baru untuk mengubah nilai dan norma.

Keberadaan organisasi maya seperti situs-situs tersebut memiliki norma untuk mengatur simbol yang sampaikan, namun rekonstruksi nilai dan norma pada hubungan berkeluarga akan dipengaruhi oleh akses terhadap situs-situs tersebut. Di mana hubungan dalam berkeluarga telah membuka ruang bagi pihak ketiga untuk ikut memengaruhi struktur internal institusi keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrew, R.T.F. 2004. *Romantic Regressions: An Analysis of Behavior in Online Dating Systems*. Massachusetts Institute of Technology.
- Klein, D.M, & James, M.W. 2002. *Family Theories. An Introduction*. Sage Publications.
- Ritzer, G. 2010. *Classical Sociological Theory*. McGraw-Hill Education.
- Michael J.R, & Reuben JT. 2012. Searching for a Mate: The Rise of the Internet as a Social Intermediary. *American Sociological Review*, 77(4): 523-547.
- <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/04/20/5-facts-about-online-dating/>
- <http://www.similarweb.com/website/indonesiancupid.com> <http://indonesiancupid.com.statstool.com/>
- <http://www.veryflirt.com/indonesian-cupid-review/>
- Baumeister R.F, & Hutton D.G. 1987. *Self-Presentation Theory: Self-Construction and Audience Pleasing*. In: Mullen B, Goethals G.R. (eds) *Theories of Group Behavior*. Springer
- Series in Social Psychology. HopeJ.S, & Gilly, M. C. 2003.
- Presentation in Personal Web Space. *Journal of Consumer Research*, 30(3): 385-404.