

Pentingnya keterbukaan dan kejujuran dalam presentasi diri: Studi eksplorasi pengguna aplikasi Tinder

Maria Bramanwidyantari^{1*} & Avin Fadilla Helmi²

¹Fakultas Psikologi, Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang, Jawa Tengah

²Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Abstrak

Manusia menyadari pentingnya memiliki pasangan. Namun, proses yang dilalui dalam mencapainya merupakan hal yang menantang. *Online dating* merupakan media untuk membangun hubungan romantis yang dapat dilakukan dengan mudah melalui sebuah aplikasi. Proses perkenalan antar pengguna dimulai dengan saling menyukai profil masing-masing yang dibantu oleh sistem algoritmik. Jadi, penting bagi pengguna Tinder untuk menampilkan diri secara strategis. Penelitian ini bertujuan untuk mengelaborasi proses pembentukan presentasi diri pada profil Tinder. Melalui analisis tematik terhadap hasil kuesioner yang melibatkan 383 pengguna platform *online dating* Tinder yang terpilih melalui *convenience* dan *snowball sampling*, ditemukan bahwa presentasi diri yang sebenarnya merupakan poin penting bagi pengguna *online dating* yang menekankan aspek kejujuran dan keterbukaan. Perbedaan motivasi pengguna *online dating* tidak menyebabkan perbedaan pandangan presentasi diri di antara pengguna Tinder. Diri pengguna yang sebenarnya dalam profil *online dating* ditampilkan secara selektif dengan mempertimbangkan iklim interaksi informal di Tinder.

Kata kunci: Presentasi diri, *online dating*, Tinder

Abstract

Humans realize the importance of having a partner. However, the process involved in achieving this is challenging. Online dating has become a medium to build romantic relationships that can be done easily through an application. The process of getting to know each other between Tinder users begins with liking each other's profiles which is assisted by an algorithmic system. So, Tinder users need to present themselves strategically. This study elaborates on the process of forming a self-presentation on a Tinder profile. Through a thematic analysis of the results of a questionnaire involving 383 Tinder online dating users, who were selected through convenience and snowball sampling, it was found that true self-presentation is an important point for online dating users who emphasize honesty and openness. Differences in the motivation of online dating users do not cause differences in views of self-presentation among Tinder users. Users' true selves in online dating profiles are displayed selectively taking into account the informal interaction climate on Tinder.

Keywords: Self-presentation, online dating, Tinder

Pendahuluan

Manusia menyadari pentingnya untuk memiliki pasangan dan mengakui bahwa menemukan pasangan yang tepat merupakan hal yang menantang (Attrill, 2015a) sehingga mereka mencari bantuan tertentu untuk menolong mereka dalam menemukan pasangan yang diinginkan (Finkel dkk., 2012; Gatter & Hodkinson, 2016). Jika pada dekade sebelumnya bantuan ini bisa diperoleh dalam bentuk biro jodoh, baik secara langsung maupun melalui surat kabar, maka di masa kini salah satu cara

untuk mendapatkan kesempatan membangun relasi romantis tersebut adalah dengan menggunakan situs web atau aplikasi kencan.

Proses komunikasi antara dua orang atau lebih di era modern banyak menggunakan media digital. Hal ini dikenal dengan istilah *computer-mediated communication* atau CMC (Attrill, 2015a) yang dapat mengubah interaksi manusia ke arah hal-hal yang bersifat daring. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan internet dalam beberapa dekade, proses perkenalan untuk tujuan hubungan romantis akhirnya dapat dilakukan secara daring atau

lebih dikenal dengan istilah *online dating* (Attrill, 2015a; Toma, 2015).

Sejak kemunculannya di tahun 1997, Myddleton & Attrill (2015) mengemukakan bahwa *online dating* berkembang di berbagai wilayah dan kemungkinan untuk bertemu dengan pasangan secara daring meningkat seiring dengan pertumbuhan teknologi Web 2.0, yang merupakan generasi *world wide web*. Namun dengan akses yang lebih mudah dan tampilan yang lebih menarik, maka aplikasi *online dating* lebih banyak digunakan dibandingkan situs web serupa. Selain itu, aplikasi *online dating* memiliki keunikan daripada website secara umum, misalnya aplikasi dapat menerima notifikasi sehingga penggunaannya dapat lebih terkoneksi sepanjang hari dengan aplikasi tersebut (Sumter dkk., 2017).

Saat ini, berbagai aplikasi yang beredar memiliki variasi cara keterhubungan pengguna dengan calon potensial, antara lain sistem seleksi mandiri, seleksi dengan bantuan sistem, dan gabungan dari keduanya (Toma, 2015). Tinder, sebagai salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan di Indonesia (Lidwina, 2021) menggunakan sistem seleksi gabungan. Pengguna Tinder dapat menentukan terlebih dahulu kriteria pasangan yang diinginkan, lalu setelah diatur oleh sistem, pengguna dapat menentukan sendiri ketertarikannya pada pengguna lain yang muncul dalam bentuk tampilan profil di halaman utama aplikasi. Pengguna dapat menggeser tampilan (*swiping*) ke kanan jika tertarik atau ke kiri jika tidak menyukainya.

Myddleton & Attrill (2015) menyatakan bahwa dalam membangun relasi *online*, ditentukan oleh 3 hal yaitu; *homophily*, *physical attraction*, dan *self-disclosure*. Ketiga hal ini dapat menjadi pertimbangan saat menampilkan diri di seting daring. Misalnya, seseorang akan lebih mudah membangun relasi dengan orang lain yang memiliki kesamaan latar belakang ataupun hobi. Ketertarikan fisik juga membuat pengguna *online dating* akhirnya menampilkan foto-foto diri yang dianggap menarik. Selain kedua unsur tersebut, keterbukaan diri seseorang juga menjadi salah satu hal yang penting dalam membangun relasi daring. Pengungkapan diri secara sederhana dapat diartikan sebagai kemauan individu untuk membagikan informasi tentang dirinya kepada individu lain atau kelompok (Cozby dalam Myddleton & Attrill, 2015), sehingga dapat disimpulkan jika ketiga hal di atas diterapkan dalam presentasi diri maka ada kemungkinan berhasil dalam menjalin relasi baru.

Seseorang yang melakukan interaksi secara daring dapat mempresentasikan dirinya secara lebih leluasa, sesuai keinginan (Peng, 2020; Rozika & Ramdhani, 2018). Meskipun demikian, pengguna *online dating* berada pada suatu kondisi bimbang antara mempresentasikan diri yang sesungguhnya atau menampilkan diri dengan sangat positif atau ideal (Peng, 2020). Dalam menentukannya, komunikasi strategis termasuk berbohong, sering muncul ketika individu ingin terlihat lebih disukai oleh orang lain (Schlenker, 2012). Salah satu contoh dari hal tersebut tampak dalam hasil penelitian Reed dan Saunders (2020), bahwa perempuan mengunggah dan mengedit lebih banyak swafoto dibandingkan laki-laki. Hong dkk. (2020) serta Peng (2020) juga menambahkan bahwa ranah daring memberikan pengguna kesempatan untuk melebih-lebihkan presentasi diri atau membangun citra diri hingga mengarah kepada penipuan yang mungkin terjadi. Hal ini disebabkan karena dalam *online dating*, terdapat keterbatasan akses untuk mengetahui tanda visual maupun verbal, melakukan observasi terhadap perilaku sehingga hanya bergantung pada apa yang ditampilkan orang lain (Chen dkk, 2023).

Gibbs dkk. (2006) menyimpulkan bahwa mayoritas pengguna *online dating* menampilkan kejujuran dalam aktivitas mereka di *online dating*. Temuan bahwa presentasi diri dalam *online dating* ditampilkan sesuai kondisi sebenarnya juga ditemukan dalam penelitian Ranzini & Lutz (2016). Harga diri menjadi prediktor utama untuk mendorong presentasi diri yang sesungguhnya (*true self-presentation*) pengguna Tinder (Ranzini & Lutz, 2016). Dalam penelitian tersebut juga ditemukan bahwa tampilan presentasi diri yang sebenarnya juga dipengaruhi oleh motif penggunaan Tinder. Misalnya, perempuan lebih cenderung menggunakan Tinder untuk hubungan pertemanan dan validasi diri, sedangkan laki-laki menggunakan Tinder untuk *hooking up* (kebutuhan seks) dan mencari relasi romantis (Ranzini & Lutz, 2016).

Ward di tahun 2016 melakukan penelitian yang lebih menekankan pada keterkaitan motivasi dan pembentukan manajemen impresi pada pengguna Tinder. Penelitian yang dilakukan dengan pendekatan *grounded-theory* dengan wawancara mendalam ini menyimpulkan bahwa motivasi penggunaan Tinder berubah seiring berjalannya waktu. Selain itu, foto profil dipilih oleh pengguna untuk menampilkan diri yang ideal dan otentik yang tidak hanya ditujukan untuk ketertarikan tetapi juga menunjukkan tingkat pendidikan mereka (Ward, 2016). Namun terkait dengan perbedaan tujuan

penggunaan antara laki-laki dan perempuan yang sebelumnya disampaikan pada penelitian Ranzini & Lutz (2016) belum terlihat apakah ada perbedaan presentasi diri dan strategi yang ditampilkan dalam Tinder. Selain itu, profil Tinder versi terkini tidak hanya menampilkan foto tetapi juga deskripsi diri yang dapat dicitrakan oleh pengguna.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti menduga bahwa strategi presentasi diri pengguna Tinder tidak hanya melalui foto profil, tetapi juga melibatkan teks yang ditampilkan. Leary & Kowalski (1990) serta Luo & Hancock (2020) juga menekankan bahwa seseorang perlu memiliki motivasi mengapa mereka harus menampilkan suatu presentasi diri dalam suatu konteks tertentu, sehingga dalam penggunaan Tinder, motivasi dapat terlihat tidak hanya dari tujuan mengakses Tinder tetapi juga dari pertimbangan pengguna untuk memilih konten profil yang akan ditampilkan.

Impresi daring juga sangat diatur oleh partisipan untuk meningkatkan citra diri dengan memilih informasi yang layak untuk ditampilkan dengan sangat hati-hati (Chambers, 2013). Terlepas dari banyaknya pengguna yang menggunakan *online dating* untuk tujuan positif, namun Simmons & Lee (2020) menemukan bahwa adanya individu yang menjadi korban penipuan akibat pemalsuan identitas oleh pengguna lain di dalam *online dating*. Oleh karena itu, penting untuk memperdalam pemahaman tentang hal-hal yang ditampilkan oleh pengguna Tinder sebagai bagian dari strategi untuk membentuk presentasi diri mereka, serta proses pertimbangan yang dilakukan untuk mencapai tujuan penggunaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam proses interaksi romantis secara daring, yang sepengetahuan penulis belum banyak dikaji melalui perspektif psikologi.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplorasi yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Kuesioner dengan pertanyaan terbuka disusun untuk mendapat informasi tentang hal-hal yang dipilih dan dianggap penting oleh partisipan untuk ditampilkan pada halaman profil online dating. Selain itu, peneliti juga melihat alasan yang mendasari pemilihan elemen-elemen tersebut.

Partisipan Penelitian

Partisipan penelitian ini adalah para pengguna aktif aplikasi Tinder. Pengambilan partisipan dilakukan secara convenient melalui jejaring yang dimiliki peneliti dengan variasi maksimum yang bertujuan untuk menampilkan banyaknya variasi sesuai dengan tujuan penelitian untuk menemukan dan menjelaskan tema-tema penting yang mungkin muncul (Poerwandari, 2007).

Dalam penelitian ini tidak ditetapkan batasan-batasan lain seperti usia atau jenis kelamin untuk menyeleksi sumber data karena yang terpenting adalah individu merupakan pengguna Tinder, berdomisili di Indonesia serta bersedia untuk menjadi partisipan penelitian sebagai kriteria inklusi. Hal ini dilakukan karena peneliti ingin melihat presentasi diri pengguna Tinder secara umum yang tampak sejak awal penggunaan Tinder.

Terkumpul sejumlah 383 responden (laki-laki 136, perempuan 247 orang) melalui convenience dan snowball sampling. Rata-rata usia partisipan adalah 24 tahun ($SD=3,46$), dengan rentang usia dari 17 hingga 35 tahun. Lokasi tempat tinggal partisipan beragam, meliputi Pulau Sumatera (3%), Kalimantan (2%), Sulawesi (1%) dan Bali (1%), namun 93% partisipan berada di provinsi di Pulau Jawa, dengan persentase terbanyak berada di area Jabodetabek (43%).

Pengambilan dan Analisis Data

Pengambilan data dilakukan secara daring untuk mengetahui motif penggunaan Tinder, persepsi tentang pengguna Tinder, elemen yang dimunculkan pada tampilan profil, dan alasan pemilihan tampilan tersebut. Terdapat tiga pertanyaan terbuka yang bertujuan untuk mengetahui alasan atau pertimbangan dalam pengisian profil, hal apa yang dilihat dari profil orang lain, dan persepsi yang dimiliki terhadap pengguna lain.

Dalam proses analisis, pertama-tama respon kuesioner diperiksa terlebih dahulu untuk menghilangkan eror seperti jawaban yang kurang relevan pada bogus item dan pengisian yang tidak lengkap. Data kemudian diinput ke dalam perangkat lunak MAXQDA (versi 2020) untuk proses koding. Berdasarkan (Fielding, 2012), tematik koding untuk data dari pertanyaan terbuka dilakukan dengan pendekatan iteratif.

Tabel 1
Status hubungan pengguna Tinder berdasarkan jenis kelamin dan rentang usia

Status Hubungan	Jenis Kelamin		Rentang Usia	
	L	P	17-25	26-34
Lajang (tidak sedang berpacaran/menikah)	88	137	165	60
Sedang berpacaran	42	93	93	42
Menikah	6	17	4	19
Total	136	247	262	121

Keterangan: Penilaian evaluasi dilakukan setiap akhir tahun

Data dianalisis berdasarkan pertanyaan dengan menggunakan words cloud untuk mencari kata-kata terbanyak. Dalam mengkaji kata-kata terbanyak pada words cloud, peneliti mengeluarkan sejumlah kata yang tidak relevan seperti kata sambung (dan, dengan, di, dan sebagainya). Setelah peneliti melihat kemiripan di antara kata-kata yang muncul, maka frekuensi kata tersebut dikelompokkan dan memberikan koding otomatis untuk respon kuesioner yang sesuai. Pada tahap terakhir, analisis dilakukan untuk mengelompokkan kode menjadi tema-tema dan melihat keterkaitan tema yang muncul dengan pertanyaan lainnya pada kuesioner.

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini terbagi ke dalam dua bagian. Bagian pertama fokus pada pemaparan karakteristik partisipan penelitian. Bagian kedua berisi deskripsi isi profil pengguna serta alasan pemilihan elemen profil.

Tabel 1 menunjukkan status hubungan yang sedang dijalani oleh pengguna Tinder. Sebanyak 59% pengguna berstatus lajang atau dengan kata lain tidak sedang menjalani hubungan pacaran maupun pernikahan. Selain itu, dari 383 pengguna tersebut, sebanyak 35% orang sedang menjalani hubungan pacaran dan 6% sudah menikah. Mayoritas pengguna Tinder berada di rentang usia 17-25 tahun (68%).

Deskripsi Profil

Pada profil Tinder, terdapat 10 elemen yang dapat dipilih untuk ditampilkan oleh penggunanya. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa elemen terbanyak yang diisi oleh para pengguna adalah foto profil, nama, gender, dan biodata singkat (about me). Mayoritas pengguna Tinder menampilkan foto dalam profil mereka. Meskipun demikian, terdapat beberapa pengguna yang tidak menampilkan foto diri mereka sendiri maupun yang memilih untuk tidak menyematkan foto.

Rata-rata foto profil yang ditampilkan sebanyak empat hingga lima foto, dari

maksimum pemasangan foto sebanyak enam buah. Dalam penelitian ini hanya terdapat 15 orang (3%) yang tidak memasang foto pada profil Tinder mereka. Deskripsi foto profil para pengguna beragam, namun sebagian besar memilih foto selfie dan menunjukkan wajah ataupun badan. Disamping itu, ada juga foto profil yang menekankan pada adanya latar tertentu yang menunjukkan kehidupan pengguna seperti kegiatan sehari-hari, lokasi spesifik, dan hobi. Namun terdapat juga pengguna Tinder yang tidak menampilkan fotonya sendiri dan memilih gambar lucu (meme) untuk menggantikan foto dirinya.

Selain foto, dari Tabel 2. terlihat para partisipan menyematkan nama dan gender sebagai identitas agar pengguna lain dapat mengenali mereka. Pengguna Tinder juga dapat menuliskan secara singkat gambaran diri mereka dalam bagian *About Me*. Data penelitian menunjukkan sejumlah bahwa sejumlah 72% pengguna mengisi bagian ini. Pengguna dibebaskan untuk mengisi bagian *About Me*, sehingga terdapat variasi yang sangat beragam. Peneliti kemudian mencari tema yang paling sering muncul terkait isi dari deskripsi diri pada profil mereka. Secara rinci dapat dilihat pada Gambar 1.

Tabel 3 menunjukkan terdapat enam tema besar yang menggambarkan isi dari deskripsi diri pengguna Tinder. Umumnya pengguna Tinder menyampaikan hal-hal yang dapat mendeskripsikan diri mereka seperti menyebutkan hobi, hal kesukaan, kutipan kata-kata favorit, gambaran kepribadian, serta kalimat lelucon. Selain itu, terdapat pula pengguna Tinder yang menyampaikan motif penggunaan mereka agar pengguna lain dapat mengetahui tujuan keberadaan mereka di Tinder.

Alasan Pemilihan Elemen Profil

Hampir sebagian besar pengguna Tinder memasang foto yang merupakan fokus utama dalam profil Tinder. Bagi 62% pengguna Tinder, foto dianggap sebagai hal yang penting dalam

online dating. Sekitar 97% pengguna Tinder memasang foto diri dan hanya 3% yang tidak memasang foto profil, atau dengan kata lain membiarkan bagian foto kosong. Alasan personal dan relasional menjadi pertimbangan penting bagi pengguna Tinder untuk menampilkan foto.

Bagi sebagian besar pengguna laki-laki (49%), foto dianggap sebagai daya tarik utama agar dipilih oleh pengguna lainnya. Sedangkan bagi pengguna perempuan, foto lebih dianggap sebagai suatu identitas dibandingkan hanya sekadar menarik *match* (55%). Meskipun penting bagi pengguna untuk menampilkan diri yang sesungguhnya, mereka tetap memikirkan beberapa hal yang perlu ditampilkan dan tidak

dalam profil mereka, misalnya pekerjaan, karena dinilai akan mengganggu peran profesionalnya. Analisis hasil penelitian juga menunjukkan adanya pertimbangan personal dan rasional yang dilakukan oleh para pengguna Tinder yang tidak menampilkan foto. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ada pertimbangan personal meliputi alasan ketidakpercayaan diri atau rasa malu serta pertimbangan kerahasiaan identitas pengguna. Selain motif personal, motif relasional juga melatarbelakangi alasan pengguna tidak menampilkan foto. Umumnya mereka ingin melihat respon pengguna lain terhadap profil-profil yang tidak menampilkan foto.

Tabel 2

Gambaran Elemen Profil Tinder

Elemen profil	Laki-laki	Perempuan	Total	Tidak memasang
Foto	133 (98%)	235 (95%)	368 (97%)	15 (3%)
Nama	128 (94%)	232 (94%)	360 (94%)	23 (6%)
Gender	118 (87%)	204 (83%)	322 (84%)	61 (16%)
<i>About Me</i>	97 (71%)	180 (73%)	277 (72%)	106 (28%)
<i>Spotify anthem</i>	69 (51%)	120 (49%)	189 (49%)	197 (51%)
Nama sekolah / universitas	67 (49%)	89 (36%)	156 (41%)	227 (59%)
Tempat tinggal	58 (43%)	60 (24%)	118 (31%)	265 (69%)
Jabatan pekerjaan	44 (32%)	33 (13%)	77 (20%)	306 (80%)
Tautan akun Instagram	36 (26%)	40 (16%)	76 (20%)	307 (80%)
Nama perusahaan/ tempat bekerja	22 (16%)	11 (4%)	33 (9%)	350 (91%)

Keterangan: N=383, Laki-laki=136, Perempuan=247, setiap responden dapat mengisi lebih dari satu jawaban.

Gambar 1

Contoh Kata-kata Yang Sering Muncul Dalam Mendeskripsikan Foto Profil dan Frekuensinya

Personal				Lainnya	
			Senyum, 29	Traveling, 29	Latar, 33
			Jelas, 21		
			Selfie, 143	Wajah, 89	Badan, 81

Tabel 3Tema Isi Bagian Deskripsi Diri (*About Me*)

Tema	Contoh Jawaban Partisipan
Hobi	"Bidang hobi", "Hobbies", "Hobi".
Kesukaan	"Not a drinker/smoker", "Interest", "Musik kesukaan", "TV serie kesukaan"
Kutipan (<i>quotes</i>)	"Quotes", "Motto",
Kepribadian	"Karakter kepribadian", "Personality", "MBTI", "ENFJ"
Lelucon (<i>jokes</i>)	"Tengo hambre (saya lapar)", "Apa bener, gurame kalau sedang lonely jadi gusepi?"
Motif penggunaan	"Not into sexual thingy", "Ingin mencari teman saja"

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa foto profil menjadi identitas diri para pengguna Tinder yang dapat menjadi faktor penentu mendapatkan *match* (pengguna lain yang disukai namun juga menyukai pengguna tersebut). Meskipun demikian, bukan berarti pengguna yang tidak memasang foto tidak akan mendapatkan *match*. Pilihan untuk pemasangan foto dapat memberikan kesan terbuka dan mudah bergaul bagi pemilik profil tersebut. Selain itu, kejujuran juga menjadi salah satu kesan yang dapat terbangun dari pemasangan foto asli dan sesuai dengan kenyataan. Namun bagi pengguna yang tidak memasang foto profil, akan menimbulkan kesan misterius dan cenderung dianggap tidak serius oleh pengguna Tinder lainnya.

Partisipan penelitian ini juga memiliki pertimbangan tertentu dalam memilih foto mana

yang akan mereka pasang. Secara umum, tampilan diri menjadi pertimbangan utama untuk menampilkan foto. Pandangan bahwa foto tersebut bagus secara keseluruhan menjadi hal penting dalam memilih foto yang akan ditampilkan. Hal ini juga tidak lepas dari pandangan mereka akan persepsi fisik mereka seperti terlihat ganteng ataupun cantik.

Selain penilaian personal terhadap kualitas foto yang ada, pengguna Tinder juga mempertimbangkan apakah foto tersebut dirasa mewakili diri mereka yang sesungguhnya atau tidak. Dengan menampilkan foto yang sesuai dengan diri mereka yang sebenarnya, pengguna berasumsi bahwa pengguna lainnya akan melihat gambaran diri mereka yang asli melalui foto yang dipasang.

Tabel 4

Alasan Pemilihan Foto Profil Pengguna Tinder

Aspek	Laki-laki	Perempuan	Total	Tidak mempertimbangkan
Penilaian personal terhadap foto	87 (64%)	147 (59%)	234 (61%)	149 (39%)
Persepsi fisik	66 (48%)	141 (57%)	207 (54%)	176 (46%)
Menampilkan diri sesungguhnya	19 (14%)	11 (4%)	30 (8%)	353 (92%)
Merepresentasikan diri	27 (20%)	74 (30%)	101 (26%)	282 (74%)
Keharusan dari Tinder	1 (1%)	4 (1%)	5 (1%)	378 (99%)

Keterangan: N=383, Laki-laki=136, Perempuan=247, setiap responden dapat menjawab pada lebih dari satu aspek.

Selanjutnya, pada Tabel 4 terlihat pemilihan foto dilakukan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang melibatkan konten dari foto itu sendiri, yang memiliki makna-makna tertentu. Suasana atau latar foto menjadi salah satu hal yang dapat memberikan impresi tertentu terhadap diri pengguna. Kondisi tersebut dapat menggambarkan bahwa foto yang terpasang di profil Tinder sudah disusun sedemikian rupa agar menimbulkan kesan-kesan

tertentu dari pengguna lain yang melihat profil tersebut di aplikasi mereka.

Contoh lainnya adalah pemasangan objek acak atau foto-foto selain foto diri mereka sendiri. Pengguna tersebut ingin memberikan kesan misterius dan berusaha menarik perhatian dengan menampilkan hal-hal dianggap mencerminkan dirinya tanpa perlu menampilkan foto diri.

Apabila dibandingkan dengan foto profil, terdapat lebih sedikit pengguna Tinder yang

mencantumkan deskripsi mengenai diri mereka. Isi dari bagian “Tentang Saya” (About me) pada profil Tinder didominasi oleh deskripsi diri, seperti usia, ketertarikan, hobi, hingga ciri-ciri fisik. Selain deskripsi diri yang dituliskan secara eksplisit, 34% pengguna Tinder menuliskan kalimat atau frasa tertentu yang dianggap mewakili diri mereka.

Umumnya hal-hal yang disampaikan tersebut mengandung unsur humoris dan dianggap unik sehingga dapat menjadi tambahan nilai dalam menarik perhatian pengguna lainnya. Kalimat-kalimat ini disusun untuk menampilkan diri mereka secara implisit, atau melalui hal-hal yang disukai seperti hobi atau aktivitas kesukaan.

Beberapa pengguna juga menuliskan tujuan penggunaan Tinder pada bagian deskripsi diri. Hal ini bertujuan untuk menghindari mispersepsi dan untuk menyeleksi pengguna lain yang tidak memiliki tujuan penggunaan yang sama. Pengguna Tinder menuliskan deskripsi-deskripsi tersebut dengan berbagai motif. Pada penelitian ini, terdapat dua motif yang muncul yaitu motif relasional dan motif personal.

Motif relasional merupakan pertimbangan pengguna yang berkaitan dengan interaksi yang diharapkan dengan orang lain, sedangkan motif personal adalah motif yang berasal dari internal individu sendiri.

Berbeda dengan foto profil, deskripsi diri umumnya ditampilkan karena motif relasional yang lebih tinggi dibandingkan motif personal. Motif relasional yang muncul dari hasil penelitian ini adalah topik percakapan dan mendapatkan *match*. Hal-hal yang ditampilkan dalam deskripsi diri banyak dimaksudkan sebagai pilihan topik pembicaraan setelah kecocokan terjadi.

Sebanyak 122 partisipan (32%) menyatakan bahwa bagian deskripsi diri dapat menjadi petunjuk bagi *match* mereka untuk membahas hal-hal tersebut apabila melanjutkan percakapan melalui pesan singkat di Tinder. Banyak juga pengguna yang hanya memaparkan maksud untuk mendapatkan *match* dengan ketertarikan yang sama, entah akan berlanjut ke percakapan maupun tidak.

Tabel 5

Frekuensi Motif Pengisian Bagian “Tentang Saya (About me)” Pada Profil Tinder

Motif	Laki-laki	Perempuan	Total
Mengisi	103	181	284 (74%)
<u>Relasional</u>	69	138	207
Topik percakapan	41	82	122
Mendapatkan <i>match</i>	28	56	84
<u>Personal</u>	42	52	94
Identitas	33	34	66
Menjelaskan tujuan personal	11	18	29
Tidak mengisi	33	66	99 (26%)
<u>Personal</u>	17	59	76
Tidak penting	16	40	60
Sulit mendeskripsikan diri	7	18	25
Kerahasiaan	7	8	14
<u>Relasional</u>	2	7	9

Tabel 6

Elemen Yang Dilihat Dari Profil Orang Lain

Elemen profile	Laki-laki	Perempuan	Total
Foto	115	212	327 (85%)
<i>About me</i>	84	159	243 (63%)
Pekerjaan/universitas	14	46	60 (16%)
Selera musik (<i>Spotify anthem</i>)	15	28	43 (11%)
Tautan Instagram	2	4	6 (2%)
Nama	1	8	9 (2%)

Gender	1	1	2 (1%)
--------	---	---	--------

Pengguna yang memilih motif personal, mengisi bagian deskripsi diri dengan mengarah kepada informasi identitas ataupun tujuan mereka dalam menggunakan Tinder. Meskipun demikian, terdapat 26% pengguna yang tidak menuliskan informasi apapun pada bagian deskripsi diri. Berlawanan dari pengguna yang mengisi deskripsi, motif personal menjadi alasan utama mengapa seseorang mengosongkan bagian deskripsi diri. Mereka memiliki pandangan bahwa deskripsi diri bukan merupakan hal yang penting pada profil Tinder.

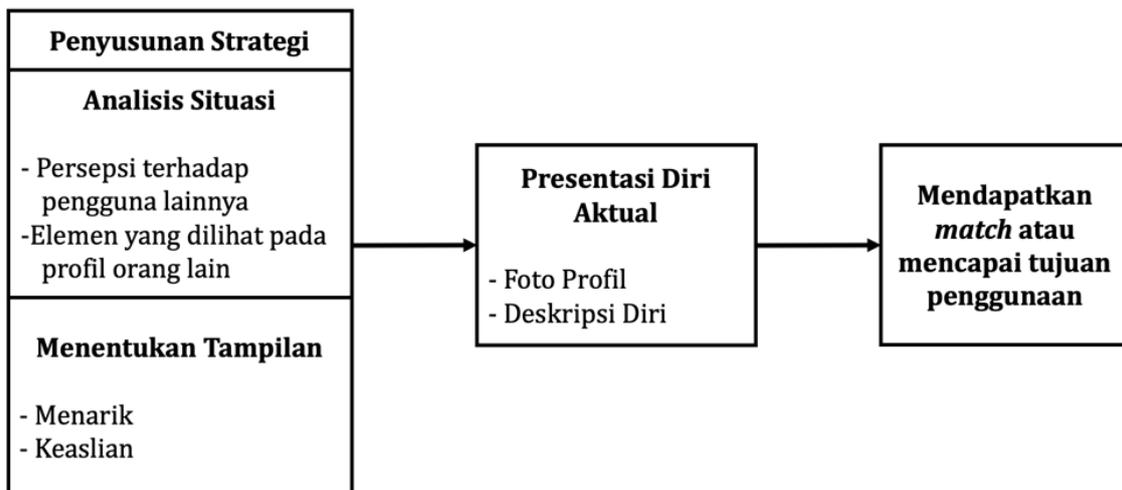
Beberapa pengguna juga merasa sulit untuk mendeskripsikan diri mereka dan lebih memilih untuk merahasiakan identitas yang lebih banyak.

Jika ada pengguna yang beranggapan bahwa isi deskripsi dapat menjadi kunci topik pembicaraan, maka di sisi lain ada pula pengguna yang memilih untuk menyembunyikan hal-hal personal mereka. Hal ini bertujuan agar mereka nantinya dapat memiliki percakapan yang lebih beragam dengan *match* dan menimbulkan rasa ingin tahu.

Gambar 2
Contoh Kata-kata Yang Sering Muncul Terkait Persepsi Pada Pengguna Lainnya

Kondisi			Motif			
Kesepian, 37	Iseng, 23	Bosan, 16	Teman, 53	Pasangan, 50	Jodoh, 36	
	Terbuka, 15	Butuh, 14				
Gabut, 29	Waktu, 15	Sibuk, 11				Sex, 9

Gambar 3
Proses pembentukan presentasi diri dalam online dating



Pengguna Tinder memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam merepresentasikan diri mereka pada profil agar tujuan mereka tercapai. Kondisi diri yang aktual menjadi hal yang penting untuk ditampilkan pada profil

mereka, untuk menghindari misrepresentasi dari pengguna lain. Sebanyak 86% pengguna Tinder pernah melakukan pertemuan tatap muka. Kemungkinan akan pertemuan secara *offline* juga

mendorong pengguna untuk menampilkan diri secara jujur.

Proses mereka untuk melakukan *swiping* di Tinder juga tidak lepas dari cara mereka dalam memberikan impresi yang terlihat pada profil orang lain. Impresi yang terbentuk dari profil orang lain umumnya memperlihatkan kesamaan dengan impresi yang mereka berikan dalam profil Tinder, begitu juga sebaliknya.

Tak kalah penting juga, kesan bahwa Tinder adalah komunitas yang informal juga berpengaruh terhadap bagaimana presentasi diri disajikan. Kesimpulan ini diperoleh dari banyaknya kata-kata yang muncul dalam mempersepsikan pengguna lainnya. Sebagian besar pengguna menyimpulkan bahwa pengguna lain adalah orang yang sedang membangun pertemanan dan mencari jodoh atau pasangan. Selain tentang tujuan atau motif penggunaannya, persepsi bahwa ada rasa kesepian, situasi sedang luang, dan iseng juga mewarnai penilaian terhadap pengguna lain.

Untuk menggambarkan temuan yang telah disampaikan sebelumnya, maka proses pembentukan presentasi diri pengguna Tinder dapat dijabarkan dalam bagan Gambar 3.

Diskusi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan menghendaki agar profil Tinder perlu menunjukkan presentasi diri yang tepat bagi para penggunanya. Dengan demikian, tujuan mereka menggunakan Tinder dapat tercapai. Meskipun demikian, terdapat pertimbangan tertentu yang mendasari presentasi diri yang ditampilkan dalam profil pengguna Tinder. Attrill (2015b) menekankan bahwa dalam dunia maya, individu dapat memilih banyak cara untuk mempresentasikan diri mereka, mulai dari representasi yang sesungguhnya hingga menyusun persona berbeda dari kehidupan di kehidupan nyata.

Rui & Stefanone (2013) menekankan bahwa keragaman audiens dapat menentukan presentasi diri yang ditampilkan. Sejalan dengan argumen tersebut, pengguna Tinder dalam penelitian ini melakukan suatu analisis situasi yang dapat membantu mereka untuk menampilkan diri secara tepat. Keberadaan pengguna lain akan menjadi penonton imajiner yang dituju dalam penyampaian presentasi diri tersebut (Chambers, 2013), sehingga pengguna Tinder perlu memahami terlebih dahulu siapa saja yang akan menjadi publik mereka.

Attrill (2015b) juga menyampaikan bahwa dalam ranah *online*, pengguna tidak hanya perlu mengadaptasi presentasi diri mereka sesuai dengan situasi tertentu, tetapi mereka

juga perlu mempertimbangkan siapa saja yang akan melihat tampilan mereka dan bagaimana mereka akan menunjukkannya. Namun kesulitannya, Tinder memberlakukan algoritma tertentu yang memastikan bahwa publik yang akan mereka temui hanya berdasarkan informasi singkat seperti usia, lokasi, dan gender. Dapat dikatakan bahwa interaksi awal yang dilakukan hanya bersifat satu arah, yaitu pengguna merespon apakah mereka menyukai profil lain yang muncul di akun mereka, begitu juga sebaliknya. Maka individu perlu memastikan orang lain mengevaluasi citra diri mereka secara positif dan menyesuaikannya dengan ekspektasi audiens (Rui & Stefanone, 2013; Schlosser, 2020).

Saat berinteraksi secara langsung atau di luar jaringan, individu dapat menggunakan stimulus verbal dan visual dalam presentasi dirinya. Namun, dengan keterbatasan pengaturan dalam media *online* maka individu hanya dapat mempresentasikan dirinya secara visual dan bergantung pada teks. MacLeod & McArthur (2019) menegaskan bahwa representasi diri yang dihasilkan oleh pengguna mencerminkan keterbatasan formal yang disebabkan oleh format presentasinya.

Profil pengguna Tinder, tersusun melalui konsep "aku" yang tampak pada pilihan foto, teks, dan format lain yang dipilih untuk mencari kehadiran pihak lain dan mengantisipasi respon maupun reaksi mereka (Chambers, 2013; Robinson, 2007). Foto akan menjadi fokus utama dalam profil Tinder yang tidak dapat dihindari oleh pengguna. Hal ini disebabkan oleh mode presentasi profil yang sebagian besar berbasis gambar (Krüger & Charlotte Spilde, 2020). Foto profil juga dianggap dapat memberikan impresi tertentu secara implisit bagi pemilik akun, misalnya dari gaya, kualitas gambar, maupun latar belakang foto diambil. Lebih lanjut, foto profil memiliki peran penting dalam *online dating* untuk menarik perhatian (Hitsch dkk., 2010). Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa pengguna Tinder juga mempertimbangkan konteks situasi pada foto yang dianggap memiliki makna tertentu. Pengguna Tinder memilih foto yang dianggap dapat mewakili diri mereka, seperti foto yang menunjukkan aktivitas atau hobi tertentu. Kondisi ini sedikit berbeda dari penelitian Ward (2016) yang lebih menekankan pada fungsi foto dalam mengungkap hal-hal yang lebih jelas seperti ras dan usia. Foto profil dianggap dapat memberikan gambaran mengenai keseriusan hingga status sosial pemilik profil tersebut. Foto-foto yang tidak jelas atau memiliki kualitas gambar yang buruk akan memberikan kesan bahwa pemilik akun tidak serius. Sehingga dalam

hal ini, bentuk presentasi diri yang ada dalam profil Tinder mungkin dipengaruhi oleh pengalaman mereka dalam menggunakan Tinder itu sendiri.

Meskipun demikian, terdapat beberapa pengguna Tinder yang memilih untuk tidak menampilkan foto profil dengan alasan personal. Namun umumnya tipikal pengguna seperti ini dianggap tidak lazim oleh pengguna lain karena fokus yang ditonjolkan oleh Tinder adalah foto. Temuan Fiore dkk. (2008) mengilustrasikan bahwa foto merupakan prediktor utama yang signifikan terhadap ketertarikan seseorang dalam *online dating*. Namun di sisi lain, komponen berbasis teks juga menjadi relevan untuk membentuk impresi karena tidak hanya mengandung isyarat makna yang dibuat secara sengaja, tetapi juga hal yang bersifat implisit yang tidak sengaja ditampilkan seseorang (Ellison dkk., 2006). Bahkan dalam penelitian Best dan Delmege (2012) mengungkapkan bahwa selain melihat foto, pengguna *online dating* juga mencari kesamaan dalam profil berbasis teks bahkan hingga kata-kata tertentu.

Pengguna Tinder melakukan pertimbangan dalam memilih foto dan deskripsi diri yang ditampilkan untuk memperkuat kesan yang ingin mereka tampilkan berdasarkan kondisi yang sebenarnya. Pada penelitian ini, pengguna Tinder memiliki tujuan yang berbeda dalam menampilkan foto dan deskripsi diri berbentuk teks. Foto ditampilkan dengan tujuan identitas dan deskripsi diri ditujukan untuk membangun relasi. Meskipun demikian, kedua hal tersebut dapat saling memperkuat pembentukan impresi pengguna lain yang melihat profil mereka. Ellison dkk. (2006) menyimpulkan bahwa komponen tekstual mungkin sangat relevan dalam membentuk kesan karena tidak hanya berisi isyarat yang sengaja disusun seseorang, namun juga berisi isyarat implisit. Teks dalam profil kencan, hal implisit tersebut dianggap sama atau bahkan lebih penting untuk pembentukan kesan dibandingkan konten eksplisit karena dianggap lebih meyakinkan (Ellison dkk., 2006). Isyarat tersebut memiliki nilai jaminan yang tinggi karena diberikan secara tidak sengaja dan berguna untuk memperoleh kesan yang lebih akurat tentang diri pemilik profil yang sebenarnya (Wotipka & High, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh David & Cambre (2016) menggambarkan hanya sedikit pengguna Tinder yang menggunakan teks pada profil untuk menampilkan diri mereka. Namun dalam penelitian ini, lebih dari 50% pengguna mengisi bagian "About Me" untuk melengkapi informasi tentang diri mereka. Bahkan, terdapat beberapa pengguna yang lebih memilih untuk

menampilkan teks saja dan tidak memasang fotonya. Padahal menurut Van der Zanden dkk. (2020), jika pada teks terdapat kesalahan bahasa, maka dapat memengaruhi daya tarik sosial-romantis seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa baik foto maupun deskripsi diri perlu disusun secara hati-hati untuk memperbesar keberhasilan daya tarik.

Penelitian lainnya yang dilakukan Wan & Yeung (2022) mencoba membandingkan strategi presentasi pengguna situs *online dating* di Amerika dan Cina yang dapat diklasifikasikan menjadi dua model, yaitu meningkatkan diri (*self-enhancement*) dan merendahkan diri (*self-effacement*). Pengguna di Amerika menggunakan menekankan pada atribut diri yang positif dan unggul serta menekankan keunikan dalam diri pribadi mereka sedangkan pengguna di Cina mengungkapkan pula hal-hal yang negatif hingga pengungkapan perasaan kesepian (Wan & Yeung, 2022). Namun kedua strategi tersebut tidak selalu efektif untuk digunakan dalam menjalin relasi baru di dunia maya. Pada penelitian ini ditemukan bahwa sebagian besar pengguna Tinder berusaha untuk menunjukkan secara netral dan menggambarkan diri yang sesungguhnya agar membuka peluang relasi baru. Strategi ini serupa dengan apa yang disampaikan Arkin & Baumgardner (1986) dan Rauthmann (2011) bahwa penggunaan tampilan diri yang netral dan sederhana digunakan untuk menghindari penolakan dari orang lain. Kondisi ini tentu sangat berkaitan dengan tujuan penggunaan Tinder sebagai tempat bertemunya relasi baru.

Tinder dianggap sebagai arena yang bersifat santai, tidak kaku dan informal bagi para penggunanya. Sehingga mereka mengharapkan bahwa hubungan yang serius dapat diawali dari sesuatu yang bersifat santai dan menyenangkan. Hal ini tentu berpengaruh juga terhadap tanda implisit yang pada akhirnya tertuang dalam presentasi diri mereka. Selain itu, presentasi diri yang mereka tampilkan juga berguna untuk menyaring pengguna lain yang akan mereka sukai. Selain didorong oleh ketertarikan visual, kesamaan yang dirasakan juga menjadi pertimbangan untuk menyukai seseorang (Ward, 2016). Kondisi ini dapat membantu menjelaskan temuan penelitian ini, bahwa banyak dari pengguna Tinder yang menggambarkan hal-hal kesukaan mereka dalam profilnya, baik secara visual maupun tekstual.

Illouz (2007) menekankan bahwa untuk memulai pertemuan dengan orang lain secara virtual, maka penting untuk melakukan proses observasi diri yang reflektif, introspeksi, pelabelan diri, dan proses dinamis lainnya. Hal tersebut tentu berguna dalam memilih strategi

presentasi diri dalam *online dating*. Dalam penelitian ini, sebagian besar pengguna Tinder mengarah pada hubungan intim atau romantis di kemudian hari. Seperti yang diutarakan Ellison dkk. (2006), pemilik akun yang menggunakan Tinder untuk tujuan hubungan romantis akan lebih termotivasi untuk menampilkan diri seotentik mungkin. Bagi responden penelitian ini, pertimbangan kejujuran dirasa perlu oleh pemilik profil, terlebih oleh pengguna yang pernah tertipu atau salah mempersepsikan profil orang lain. Pengguna yang menyembunyikan atau memanipulasi aspek presentasi diri mereka agar terlihat lebih baik mungkin bukan cara yang tepat untuk menghasilkan interaksi *offline* yang bertahan lama (Attrill, 2015a). Pengguna Tinder perlu menyusun profil yang karena pada akhirnya tujuan dari relasi yang terbangun secara *online* adalah bertemu secara langsung.

Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa kesan keterbukaan dan kejujuran menjadi salah satu daya tarik bagi pengguna untuk mencapai tujuan mereka. Selain itu, kondisi yang tidak menentu mengenai kondisi dalam aplikasi Tinder sebagai media *online* dan keberadaan orang asing dalam *platform* tersebut memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri secara lebih jujur dan terbuka (Ellison dkk., 2006). Hardey (2002) menambahkan bahwa keaslian merupakan kunci kesuksesan komunikasi pada dua orang yang tidak saling mengenal dan sama-sama ingin membangun hubungan yang jujur.

Apabila dilihat dalam konteks masyarakat Indonesia, usia rata-rata pengguna Tinder yang berkisar di usia 24 tahun cenderung memiliki tekanan sosial untuk menjalin hubungan romantis yang mengarah pada pernikahan. Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2016 (Isa, 2017) menyatakan bahwa tren usia kawin pertama di Indonesia berkisar di usia 23 tahun untuk perempuan dan 27 tahun untuk laki-laki. Ada kemungkinan bahwa kejujuran yang ditampilkan dalam presentasi diri di Tinder terjadi karena adanya tekanan sosial untuk segera menikah dan seperti yang disimpulkan dalam penelitian Hardey (2002), hal ini dapat mengarah kepada kesuksesan untuk membangun hubungan yang jujur.

Individu pada masa dewasa muda juga semakin mencari kepuasan fisik dan psikososial (seperti keintiman dan komitmen) dalam hubungan mereka (Sumter dkk., 2013). Pada akhirnya, banyak orang yang juga menggunakan teknologi *online dating* untuk menjalin hubungan yang bermakna (Timmermans & Courtois, 2018), meskipun masih banyak perdebatan mengenai penggunaan *online dating* itu sendiri.

Kesimpulan

Penelitian ini memperlihatkan sejauh mana pengguna Tinder menampilkan presentasi diri dalam profil mereka dan seperti apa pertimbangan yang mereka gunakan dalam mencapai tujuan penggunaan. Presentasi diri yang aktual dapat terlihat dalam profil Tinder yang terdiri dari dua elemen, yaitu foto dan deskripsi diri. Bagi laki-laki, penggunaan Tinder mengarah pada hubungan romantis dan validasi diri. Sedangkan bagi pengguna perempuan, pemakaian Tinder bertujuan untuk menjalin hubungan pertemanan. Pengguna Tinder menampilkan *actual-self* yang dimunculkan secara selektif dengan mempertimbangkan iklim interaksi di dalam Tinder itu sendiri.

Konsep kejujuran dan keterbukaan individu dianggap perlu untuk digambarkan dalam presentasi diri pada profil Tinder. Meskipun tidak semua pengguna *online dating* bertujuan untuk menjalin relasi romantis, namun kejujuran dan keterbukaan penting agar para pengguna terhindar dari penolakan. Lebih lanjut, adanya kemungkinan untuk melanjutkan pertemuan secara tatap muka dan membangun relasi yang jujur juga akan lebih mudah jika pada saat berkenalan *online*, para pengguna menampilkan presentasi diri yang sesuai dengan kenyataan.

Saran

Limitasi penelitian ini terdapat pada cakupan responden yang berada di kota besar, mengingat adanya perbedaan budaya dan latar belakang, maka hasil penelitian ini bisa berbeda jika dilakukan di kota lainnya di Indonesia. Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka untuk pengembangan selanjutnya dapat dilakukan beberapa saran. Penelitian ini merupakan penelitian eksplorasi, sehingga perlu dilakukan penelitian yang lebih dalam membahas proses interaksi di dalam arena Tinder itu sendiri, misalnya pertimbangan memulai percakapan, kata-kata yang digunakan saat memulai percakapan, pengambilan keputusan untuk bertemu secara tatap muka, dan sebagainya. Selanjutnya bagi para pengguna Tinder, penyajian presentasi diri dalam profil perlu dilakukan dengan sangat hati-hati. Kesan yang ingin dimunculkan perlu dipertimbangkan secara matang agar tujuan penggunaan Tinder dapat tercapai, hal ini dapat dilakukan juga dengan memikirkan calon-calon potensial sesuai pengaturan yang sudah ditentukan (seperti lokasi, usia, jenis kelamin).

Daftar Pustaka

- Arkin, R. M., & Baumgardner, A. H. (1986). Self-Presentation and Self-Evaluation: Process of Self-Control and Social Control. Dalam R. Baumeister (Ed.), *Public Self and Private Self (Springer Series in Social Psychology)* (1st ed., pp. 75–98). Springer-Verlag New York Inc.
- Attrill, A. (2015a). *Cyberpsychology*. Oxford University Press.
- Attrill, A. (2015b). *The manipulation of online self-presentation: create, edit, re-edit and present*. Palgrave Macmillan.
- Best, K., Delmege, S. (2012). The filtered encounter: online dating and the problem of filtering through excessive information. *Social Semiotics*, 22(3), 237–258. <https://doi.org/10.1080/10350330.2011.648405>
- Chambers, D. (2013). *Social Media and Personal Relationships*. Palgrave Macmillan London.
- Chen, S., van Tilburg, W. A. P., & Leman, P. J. (2023). Women's Self-Objectification and Strategic Self-Presentation on Social Media. *Psychology of Women Quarterly*, 47(2), 266–282. <https://doi.org/10.1177/03616843221143751>
- Cornwell, B., & Lundgren, D. C. (2001). Love on the Internet: Involvement and misrepresentation in romantic relationships in cyberspace vs. realspace. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 197–211. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(00\)00040-6](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(00)00040-6)
- David, G., & Cambre, C. (2016). Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic. *Social Media + Society*, 2(2). <https://doi.org/10.1177/2056305116641976>
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415–441. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>
- Fielding, N. (2012). Triangulation and Mixed Methods Designs Data Integration With New Research Technologies. *Journal of Mixed Methods Research*, 6, 124–136. <https://doi.org/10.1177/1558689812437101>
- Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science. *Psychological Science in the Public Interest, Supplement*, 13(1), 3–66. <https://doi.org/10.1177/1529100612436522>
- Fiore, A., Taylor, L., Mendelsohn, G., & Hearst, M. (2008). *Assessing Attractiveness in Online Dating Profiles. CHI '08: CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/1357054.1357181>
- Gatter, K., & Hodkinson, K. (2016). On the differences between Tinder™ versus online dating agencies: Questioning a myth. An exploratory study. *Cogent Psychology*, 3(1). <https://doi.org/10.1080/23311908.2016.1162414>
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in internet dating. *Communication Research*, 33(2), 152–177. <https://doi.org/10.1177/0093650205285368>
- Hardey, M. (2002). Life beyond the screen: embodiment and identity through the internet. *The Sociological Review*, 50(4), 570–595. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.00399>
- Hitsch, G., Hortaçsu, A., & Ariely, D. (2010). Matching and Sorting in Online Dating. *American Economic Review*, 100(1), 130–163. <https://doi.org/10.1257/aer.100.1.130>
- Hong, S., Jahng, M. R., Lee, N., & Wise, K. R. (2020). Do you filter who you are?: Excessive self-presentation, social cues, and user evaluations of Instagram selfies. *Computers in Human Behavior*, 104. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106159>
- Illouz, E. (2007). *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. Polity.
- Isa, M. (2017). *Brief Notes Tren Usia Perkawinan Pertama di Indonesia*. Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia.

- https://drive.google.com/file/d/1aqAn9cpMlMy4v_PLdPckDyocRtJSM3f9/view
- Krüger, S., & Charlotte Spilde, A. (2020). Judging books by their covers–Tinder interface, usage and sociocultural implications. *Information Communication and Society*, 23(10), 1395–1410. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1572771>
- Leary, M., & Kowalski, R. (1990). Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34–47. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.1.34>
- Lidwina, A. (2021, Februari 24). Tinder, Aplikasi Kencan Daring Paling Banyak Digunakan di Indonesia. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/24/tinder-aplikasi-kencan-daring-paling-banyak-digunakan-di-indonesia>
- Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. *Current Opinion in Psychology*, 31, 110–115. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.019>
- MacLeod, C., & McArthur, V. (2019). The construction of gender in dating apps: an interface analysis of Tinder and Bumble. *Feminist Media Studies*, 19(6), 822–840. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1494618>
- Myddleton, J. & Attrill, A. (2015). Online relationships. Dalam A. Attrill. (ed.), *Cyberpsychology* (pp. 49-71), Oxford University Press.
- Peng, K. (2020). To be attractive or to be authentic? How two competing motivations influence self-presentation in online dating. *Internet Research*, 30(4), 1143–1165. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2019-0095>
- Poerwandari, E. K. (2007). *Pendekatan Kualitatif untuk Perilaku Manusia*. Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3).
- Ranzini, G., & Lutz, C. (2016). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 80–101. <https://doi.org/10.1177/2050157916664559>
- Rauthmann, J. F. (2011). Acquisitive or protective self-presentation of dark personalities? Associations among the Dark Triad and self-monitoring. *Personality and Individual Differences*, 51(4), 502–508. <https://doi.org/10.1016/j.jpaid.2011.05.008>
- Reed, P., Saunders, J. (2020). Sex differences in online assertive self-presentation strategies. *Personality and Individual Differences*, 166. <https://doi.org/10.1016/j.jpaid.2020.110214>
- Robinson, L. (2007). The cyberself: The self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. *New Media and Society*, 9(1), 93–110. <https://doi.org/10.1177/1461444807072216>
- Rozika, L., & Ramdhani, N. (2018). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan Online Self-Presentation pada Pengguna Instagram. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 2, 172. <https://doi.org/10.22146/gamajop.36941>
- Rui, J., & Stefanone, M. A. (2013). Strategic self-presentation online: A cross-cultural study. *Computers in Human Behavior*, 29(1), 110–118. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.022>
- Schlenker, B. R. (2012). Self-presentation. Dalam M. R. Leary & J. P. Tangney (Eds.), *Handbook of self and identity* (2nd ed., pp. 542–570). The Guilford Press.
- Schlosser, A. E. (2020). Self-disclosure versus self-presentation on social media. *Current Opinion in Psychology*, 31, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.06.025>
- Simmons, M., & Lee, J. S. (2020). Catfishing: A Look into Online Dating and Impersonation. Dalam G. Meiselwitz (Ed.), *Social Computing and Social Media. Design, Ethics, User Behavior, and Social Network Analysis* (pp. 349–358). Springer International Publishing.
- Sumter, S. R., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). Perceptions of love across the lifespan: Differences in passion, intimacy, and commitment. *International Journal of Behavioral Development*, 37(5), 417–427.

- <https://doi.org/10.1177/0165025413492486>
- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67–78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>
- Timmermans, E., & Courtois, C. (2018). From swiping to casual sex and/or committed relationships: Exploring the experiences of Tinder users. *Information Society*, 34(2), 59–70. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1414093>
- Toma, C.L. (2015). Online Dating. Dalam C.R. Berger, M.E. Roloff, S.R. Wilson, J.P. Dillard, J. Caughlin dan D. Solomon (ed). *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication* (pp. 1-5). John Wiley & Sons, Inc <https://doi.org/10.1002/9781118540190.wbeic118>
- Toma, C. L., Hancock, J. T., & Ellison, N. B. (2008). Separating fact from fiction: An examination of deceptive self-presentation in online dating profiles. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(8), 1023–1036. <https://doi.org/10.1177/0146167208318067>
- Van der Zanden, T., Schouten, A. P., Mos, M. B. J., & Kraahmer, E. J. (2020). Impression formation on online dating sites: Effects of language errors in profile texts on perceptions of profile owners' attractiveness. *Journal of Social and Personal Relationships*, 37(3), 758–778. <https://doi.org/10.1177/0265407519878787>
- Wan, C-y, & Yeung, W-l V. (2022). A socio-ecological approach to relationship goals and self-presentation strategies in American and Chinese online dating websites. *Current Research in Ecological and Social Psychology*, 3. <https://doi.org/10.1016/j.cresp.2021.100029>
- Ward, J. (2016). Swiping, matching, chatting: Self-Presentation and self-disclosure on mobile dating apps. *Human IT*, 13(2), 81–95.
- Whitty, M. T., & Carr, A. N. (2006). *Cyberspace romance: The psychology of online relationships*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-0-230-20856-8>