

## **SELF-PRESENTATION PENGGUNA ONLINE DATING TINDER**

**Maria Bramanwidyantari<sup>1</sup>, Avin Fadilla Helmi<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Fakultas Psikologi UGM

### **ABSTRAK**

Perubahan teknologi mendorong manusia untuk membangun relasi romantis secara *online*. Tinder merupakan aplikasi terpopuler di Indonesia sebagai tempat bertemunya orang yang belum dikenal untuk menjadi pasangan kencan. Proses perkenalan berawal dari saling menyukai profil Tinder antar pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana *self-presentation* pengguna Tinder dan strategi yang digunakan. Penelitian merupakan penelitian *mixed method* secara konvergen dengan kuesioner terbuka melibatkan 383 responden dan lima partisipan wawancara semi terstruktur. Proses analisis menggunakan statistik deskriptif dan secara kualitatif dengan MAXQDA versi 2018.

*Self-presentation* yang aktual merupakan poin penting bagi pengguna Tinder yang menekankan pada aspek kejujuran dan keterbukaan. Laki-laki memiliki motif untuk membangun hubungan romantis dan validasi diri sedangkan perempuan untuk membangun pertemanan. Perbedaan motivasi pengguna Tinder tidak memunculkan tampilan *self-presentation* yang berbeda di antara mereka. Motif penggunaan Tinder dapat berubah, namun kondisi ini tidak disertai dengan perubahan cara mereka dalam menampilkan diri. *Actual-self* dalam profil Tinder ditampilkan secara selektif dengan mempertimbangkan iklim interaksi yang informal di dalam Tinder. Hal ini dilakukan karena adanya kemungkinan para pengguna Tinder untuk bertemu secara tatap muka.

Kata kunci: *actual self-presentation, online-dating, Tinder*

### **ABSTRACT**

Technology encourage humans to shift romantic relationships into online encounter. Tinder is the most popular dating application in Indonesia where people can find partner. Interaction process in Tinder starts with liking each other's Tinder profiles. This study aims to see to what extent Tinder user present their self and what kind of strategy is used. This study use convergent mixed method with open-ended questionnaire involving 383 respondents and five semi-structured interview participants. The analysis process use descriptive statistics and qualitatively with MAXQDA 2018. Actual self-presentation is an important point for Tinder users, emphasizing honesty and openness. Men motives are build romantic relationship and self-validation while women tend to craft friendship. Motivation differences of Tinder users do not appear with different self-presentation. Therefore Tinder users can change their motives of use without changing their self-presentation. The actual self in Tinder profile shown selectively considering the informal climate within Tinder with the possibility of Tinder users future face to face interaction.

Keywords: *actual self-presentation, online-dating, Tinder*