

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman yang semakin pesat memungkinkan manusia untuk saling berkoneksi bahkan melakukan segala kegiatan tanpa harus melakukan interaksi fisik secara langsung, hampir seluruh kegiatan dari kehidupan kita sekarang dapat dilakukan di dalam internet, interaksi dan Komunikasi Interpersonal yang dilakukan oleh masyarakat saat ini berlangsung melalui media seperti telepon, komputer, dan internet atau yang disebut dengan Media baru (*new media*). Kehadiran media baru tidak hanya mengubah cara orang dalam berkomunikasi dan berinteraksi, melainkan juga mengubah kecepatan dan proses penyebaran informasi, lintas ruang dan waktu¹.

Contoh salah satu dari media baru yang marak digunakan saat ini untuk berkomunikasi adalah sosial media, dengan adanya sosial media memungkinkan manusia untuk berinteraksi tanpa batas ruang maupun waktu. Sosial media telah menjadi bagian integral di kehidupan sehari-hari yang tidak mungkin di pisahkan²

Sudah bukan hal asing lagi bahwa banyak sekali pengguna sosial media yang berhubungan ataupun membangun sebuah relasi melalui aktivitas *online* yang di mana individu bersedia memberikan informasi secara personal. Pengungkapan kepribadian dan informasi personal tersebut bertujuan untuk mempengaruhi keintiman suatu hubungan. Semenjak peristiwa pandemi yang terjadi pada akhir tahun 2019, aktivitas secara fisik sangat terbatas, masyarakat sulit sekali untuk berinteraksi secara langsung hal ini yang membuat masyarakat banyak menghabiskan waktunya secara *online*. masyarakat kesulitan mencari teman baru ataupun pasangan, seiring berjalannya waktu interaksi manusia semakin bergeser dengan adanya internet maupun pandemi ini.

¹ Santoso, D. H. (2018). *Media Baru Dan Pemberdayaan Masyarakat: Studi Etnografi Virtual Penggunaan Media Baru Pada Jalin Merapi*. ETTISAL: Journal of Communication, 3(1), 3-13.

² Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S., & Wang, X. (2016). *What is social media? In How the World Changed Social Media* (1st ed., Vol. 1, pp. 1–8). UCL Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1g69z35.8>. Hlm.6

Sejalan dengan pesatnya teknologi komunikasi dan informasi hari ini, hasrat untuk berkelompok dan berjejaring semakin menguat. Bentuk-bentuk komunikasi dan relasi mereka seolah ”berpindah” atau malah “diperpanjang” dengan hadirnya beragam bentuk media sosial. Seorang yang memiliki infrastruktur yang mendukung, mampu memiliki lebih dari dua media sosial untuk berbagai kebutuhan, keperluan dan kepentingan.³

Banyak sekali masyarakat dunia yang menjalin hubungan secara *online*, bahkan memilih pasangan di internet, hal ini disebut dengan istilah *Cyber romantic*. *Cyber romantic* merupakan aktivitas dimana dua orang bertemu di dunia *online* dan menjalani hubungan asmara yang dimediasi komputer. *Cyber romantic* merupakan opsi mudah bagi siapapun yang ingin mencari pasangan

Melakukan *Cyber romantic* bisa di platform mana saja mulai dari platform *Website*, *sosial media*, bahkan tidak jarang orang melakukan *Cyber romantic* di platform game, seiring berjalannya waktu juga banyak sekali founder yang menciptakan berbagai macam platform khusus untuk berkencan. Contohnya aplikasi yang sedang populer di Indonesia sekarang seperti Tinder ataupun Bumble.

Tidak dapat dipungkiri sosial media juga bisa menjadi peluang bagi aktivis kejahatan *cyber* untuk melakukan aksi kejahatan di sosial media, seperti contoh kejahatan *pishing*, penyebaran virus, *hacking*, *cyberporn* dan juga kejahatan yang terlihat sepele namun bisa berdampak fatal yaitu *catfishing*. *Catfishing* menyebabkan kerugian secara emosional dan juga kesulitan bagi korban Jika korbannya merasa dipermalukan, ditipu, digunakan oleh pelakunya untuk mencapai tujuannya sendiri.

Istilah *catfishing* telah beredar di dunia digital tahun 2010 ketika film dokumenter yang berjudul *Catfish* dirilis tahun 2010, lalu istilah *catfishing* semakin dikenal ketika serial MTV rilis yang berjudul *Catfish* pada tahun 2012. *Catfishing* merupakan kegiatan di mana pelaku memalsukan identitas atau bahkan berpura pura menjadi orang lain untuk profil identitasnya di sosial media. Pelaku membuat nama fiktif, foto profil fiktif, usia fiktif, dan keterangan keterangan lain yang dianggap ideal oleh pelaku sehingga korban

³ Nurdiarti, R.P. (2018). *MEDIA SOSIAL, POLA INTERAKSI DAN RELASI SOSIAL PADA GRUP WHATSAPP ALUMNI SDK. ST. MARIA BLITAR. JURNAL ILMIAH KOMUNIKASI ETTISAL* Vol. 3, No. 1. hh 50 https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal/article/view/1929/pdf_9

merasa terlena akan identitas oleh sang pelaku⁴. Intensi dari kegiatan penipuan ini sangat bermacam macam yaitu antara lain: 1. Untuk mengeksplorasi seksualitasnya , 2. Menutupi identitas asli, 3. Kepercayaan diri yang rendah , 4. Memiliki penyakit mental, 5. Sengaja ingin mengambil keuntungan secara materil serta masih banyak lagi faktor faktor pendukung dari kegiatan ini⁵. Mengapa mereka (pelaku) melakukan kegiatan tersebut? Alasannya pun beragam dan juga kompleks, motif pelaku memungkinkan untuk mendukung salah satu teori psikologi yang di kemukakan oleh John Suller PHD yaitu *online dishibintion effect*, yang secara garis besarnya menjelaskan kepribadian individu yang berbeda di ruang siber dan kehidupan nyatanya, hal ini bisa menjadi pemicu pelaku untuk melakukan kegiatan *catfishing* di mana potensi anonimitas di ruang *online* mengurangi daya tanggap orang terhadap kode sosial dan moral.

6

Mungkin ada kesenangan tertentu bagi penipu untuk melakukan penipuan, mengetahui bahwa ia telah berhasil menipu seseorang dengan cara tertentu. Di dalam Ruang *online* pengguna tidak selalu harus menghadapi orang yang mereka tipu, jadi perasaan seperti stres, ketegangan, rasa bersalah, ataupun rasa malu dapat dihindari saat mereka mengeksplorasi siapa yang mereka inginkan atau seberapa jauh mereka dapat menekan alur cerita yang mereka buat.⁷ Pelaku *catfishing* sangat menghindari pertemuan *offline* ataupun tatap muka hal ini dikarenakan agar aksinya tidak ketahuan dan ia dapat membodohi korbannya dalam waktu yang lama.

Para pelaku *catfishing* mencoba membangun hubungan dengan korban atas dasar kepercayaan, yang dibantu oleh media jaringan sosial di mana pengguna didorong untuk berbagi informasi. Pelaku *catfishing* muncul dengan representasi diri yang ideal untuk menampilkan citra diri yang dapat menipu korban, karena tidak ada interaksi tatap muka

⁴ The Cyber Smile Foundation, *Catfishing*. <https://www.cybersmile.org/what-we-do/advice-help/catfishing>, diakses pada tanggal 5 Januari 2023.

⁵ USA Today, *What is Catfishing Why do People Catfish*. <https://www.usatoday.com/story/news/nation/2022/11/29/what-is-catfishing-why-do-people-catfish/10794619002/>, diakses pada tanggal 1 Oktober 2023.

⁶ Gilkerson, *Online Flirting 101: What Is Catfishing*. <https://www.covenanteyes.com/2013/02/25/what-is-catfishing-was-manti-teo-catfished/>, diakses pada tanggal 5 Januari 2023.

⁷ D’Kosta, *Catfishing : The Truth About Deception Online*. <https://blogs.scientificamerican.com/anthropology-in-practice/catfishing-the-truth-about-deception-online/>, diakses pada tanggal 1 oktober 2023.

profil dan biodata merupakan hal paling krusial untuk mengikat para korbannya. Tentu saja kegiatan ini sangat berpengaruh besar kepada korban entah itu korban yang diajak bicara ataupun pemilik asli dari identitas yang ia pakai untuk menipu orang lain, bahkan ada sebuah kasus di mana pelaku rela untuk membuat identitas palsu lainnya seperti membuat teman ataupun keluarga palsu sebagai validasi dari keaslian akun yang ia miliki sehingga para korban tidak memiliki keraguan akan identitas pelaku.

Korban biasanya adalah anak-anak remaja hingga dewasa, remaja sangat rentan menjadi korban dari pelaku *catfishing* karena kebanyakan para remaja masih sangat tergiat dengan cinta dan sangat mudah untuk menyebarkan informasi pribadi ke orang yang belum ia kenal. Pelaku *catfishing* sendiri sangat mahir dalam menjebak secara emosional kepada korbannya, dengan mungkin mengatakan apa yang ingin para korban dengar maka dari situlah para korban terjerumus olehnya. Kegiatan *catfish* ini sama sekali tidak boleh dibenarkan karena telah menuju ke kejahatan digital atau yang biasa disebut dengan *cybercrime*,

Kegiatan *catfishing* ini telah masuk ke ranah hukum Indonesia yang diatur dalam Pasal 35 dan Pasal 51 ayat (1) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008, yaitu Pasal 35 yang berisi setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan manipulasi, penciptaan, perubahan, penghilangan, pengrusakan informasi Elektronik dan/ dokumen Elektronik dengan tujuan agar informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik tersebut dianggap seolah-olah data yang otentik. Dilanjutkan dengan pasal 51 ayat (1) yang berbunyi setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam pasal 35 dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/ denda paling banyak Rp 12.000.000.000,00 (dua belas miliar rupiah)⁸

Seseorang yang melakukan kegiatan *Cyber romantic* biasanya berorientasi kepada kecocokan dan sinergi dari pasangan virtualnya yang dibentuk melalui percakapan lewat teks maupun lewat pesan audio yang di mana mereka bertukar informasi maupun gagasan secara daring, hal tersebut merupakan kegiatan positif jika dilakukan dengan intensi yang jujur satu sama lain, berbeda dengan *catfishing* yang dari awal pelaku memilih untuk

⁸ Diskominfo Purbalingga, *Hukum Bagi Pelaku Pembuat Akun Media Sosial Palsu Atas Nama Artis, Aktor, Atau Selebriti*. <https://dinkominfo.purbalinggakab.go.id/5431-2/> diakses pada tanggal, 20 Maret 2023.

menipu seseorang untuk kepentingan mereka sendiri tanpa memikirkan dampak yang mereka sebabkan ke orang lain.

Alasan penulis mengambil topik ini dikarenakan di zaman teknologi digital yang semakin marak ini banyak sekali orang yang memilih untuk melakukan *Cyber romantic*, dan tentu saja masih banyak juga yang tertipu oleh pelaku yang menggunakan identitas orang lain dalam kegiatan *Cyber romantic* tersebut, maka dari itu peneliti mengharapkan dengan adanya tulisan ini maka pembaca lebih waspada dan selektif terhadap orang-orang yang mereka temui secara *online*.

Fokus dari penelitian ini adalah menjadikan objek Bumble sebagai medium terjadinya praktek *Cyber romantic* di dalam fenomena *Catfishing*, seperti aplikasi kencan *online* pada umumnya di mana terdapat fitur geser kanan (*swipe right*) untuk menyukai dan geser kiri untuk melewati (*swipe left*)

Kemudahan di dunia digital merupakan peluang bagi oknum untuk melakukan tindakan kejahatan di dunia daring salah satunya penipuan identitas *online* yaitu *catfishing*. Meskipun di dalam sosial media yang peneliti teliti yaitu aplikasi bumble terdapat fitur verifikasi keaslian data dengan mencocokkan wajah asli dan foto namun masih saja ada yang mencoba mengambil cela untuk melakukan kegiatan *catfishing* ini, dan juga tidak sedikit masyarakat yang masih tertipu. Meskipun media sosial membebaskan penggunaannya untuk berekspresi namun seharusnya kebebasan ini digunakan untuk mengekspresikan diri dengan cara yang positif, namun sayangnya tidak semua pengguna memiliki intensi yang sama dalam bersosial media.

1.2 Rumusan Masalah

Kegiatan *catfishing* ini sangat terhubung dengan kejahatan cyber lainnya dan memberikan luaran dalam bentuk hoax, bullying, pencemaran nama baik, pemerasan, ataupun pelecehan. Namun peneliti mengambil fokus kegiatan *catfishing* di dalam kegiatan *cyber romantic* dalam aplikasi bumble untuk meneliti secara mendalam tentang fenomena *catfishing* di kehidupan romantis masyarakat, maka dari itu peneliti mengambil rumusan masalah yaitu bagaimana praktek *cyber romantic* dalam fenomena *catfishing* pada aplikasi Bumble?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggali bagaimana analisis fenomenologi fenomena *catfishing* dalam praktek cyber romantic dalam aplikasi kencan online Bumble

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis :

- a) Penelitian ini diharapkan menjadi panduan bagi mahasiswa yang sekiranya mengambil topik yang sama terkait dengan penipuan identitas *online* maupun *Cyber romantic*.
- b) Penelitian ini diharapkan menjadi panduan bagi mahasiswa yang mengambil topik dengan menggunakan analisis Fenomenologi.

1.4.2 Manfaat Praktis:

- a) Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini maka dapat membantu masyarakat ataupun pengguna *aplikasi kencan online* dalam regulasi tindak kejahatan siber yaitu *catfishing* sendiri.
- b) penelitian diharapkan sebagai pedoman bagi masyarakat lebih mawas akan cara yang dilakukan oleh penjahat identitas dalam melakukan aksinya kepada korban sehingga kejahatan dapat diantisipasi sebelum terjadi hal yang lebih buruk lagi.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini mengambil paradigma penelitian kualitatif. Paradigma ini merupakan penelitian yang menempatkan manusia sebagai subjek utama penelitian, paradigma penelitian kualitatif menganut model *humanistik* yang menjadikan manusia sebagai subjek utama di dalam kajian atau fenomena yang di teliti.

Paradigma ini mempercayai bahwa manusia yang menentukan perilaku dirinya sendiri dan luaran dari peristiwa sosial yang terjadi. Dasar dari landasan paradigma ini adalah filsafat fenomenologis oleh Edmund Husserl yang kemudian berkembang dalam sosiologi oleh Max Weber. Di dalam pandangan ini menilai bahwa perilaku manusia didasari oleh doktrin ataupun perilaku yang dimiliki oleh individu tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa di dalam paradigma penelitian kualitatif, peneliti tidak menilai suatu peristiwa secara tunggal ataupun hanya dari satu aspek saja melainkan peneliti menilai dari berbagai macam aspek ataupun unsur yang mempengaruhi dan membentuk perilaku sebuah individu.

Paradigma ini memiliki kepercayaan bahwa setiap individu memiliki kontrol untuk menentukan pilihan atas perilaku mereka sendiri, selain memfokuskan penelitian ke manusia sendiri, paradigma ini harus dilihat secara menyeluruh. Tidak cukup mendukung jika hanya melihat kejadian atas luarannya saja tanpa melihat atau menganalisis penyebab ataupun alasan dari sebuah fenomena yang telah terjadi.

1.5.2 Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ialah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi yaitu berupaya untuk menjelaskan pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep ataupun gejala. Fenomenologi menjadikan pengalaman hidup sesungguhnya sebagai data dasar dari sebuah realita. Seorang Fenomenolog tidak pernah membuat hipotesis tetapi menyelidiki dengan seksama pengalaman langsung sesungguhnya untuk melihat tampaknya.

Moleong menjelaskan bahwa fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang yang sedang di teliti oleh mereka. Inkuiri fenomenologis dimulai dengan diam diam merupakan tindakan untuk menangkap sesuatu yang diteliti, mereka berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa, sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang di kembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa di kehidupan sehari hari.⁹

Di dalam hal ini, metode fenomenologi dirasa dapat memberikan ruang gerak yang bebas bagi peneliti untuk dapat mengetahui secara menyeluruh mengenai fenomena *catfishing* dalam *cyber romantic relationship*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan melakukan observasi, wawancara secara mendalam, studi dokumentasi dan studi literatur yang secara langsung berkaitan dengan narasumber.

⁹ Kuswarno, E. (2006). *Tradisi fenomenologi pada penelitian komunikasi kualitatif: sebuah pengalaman akademis. MediaTor (Jurnal Komunikasi)*, 7(1), 47-58.

Penelitian dengan pendekatan fenomenologi yang dilakukan akan berlangsung pada lapangan daring yaitu aplikasi bumble, Pada penelitian fenomenologi akan dilakukan peneliti dengan subyek penelitian adalah korban *catfishing* dalam praktek *cyber romantic* pada aplikasi Bumble.

1.5.3 Subjek dan Objek Penelitian

A. Subjek Penelitian

Peneliti mengambil subjek penelitian dengan kriteria yang telah ditentukan yaitu subjek penelitian merupakan kategori dewasa awal yang berumur kisaran 18-27 pria atau perempuan. Fokus penelitian akan mendeskripsikan bagaimana kronologi pendekatan yang dilakukan oleh pasangan yang meliputi faktor dan juga dampak akibat dari kegiatan *catfishing* tersebut. Peneliti mengambil 3 Narasumber dengan pengalaman yang berbeda beda terkait tentang fenomena *catfishing*.

B. Objek Penelitian

Di dalam penelitian ini peneliti mengambil aplikasi kencan *online* yaitu Bumble sebagai objek dari penelitian ini, karena Bumble merupakan salah satu wahana yang peneliti pilih dalam menemukan fenomena Catfishing. Bumble tempat yang cocok untuk meneliti tentang bagaimana fenomena catfishing dalam cyber romantic relationship karena bumble merupakan sosial media untuk menjalin hubungan sekaligus kegiatan secara romantis.

1.6 Jenis Data

Jenis data merupakan sumber di mana data yang akan dikelola, sumber dari data penelitian kualitatif sendiri merupakan berasal dari analisis kejadian, kata kata, maupun tindakan. Selebihnya data yang diperoleh akan diambil dari dokumen maupun buku yang terkait dengan penelitian ini dengan topik yang serupa, adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian, yaitu:

1. Jenis data primer:

Jenis data ini diambil secara langsung oleh peneliti dari narasumber tanpa adanya perantara, yaitu dengan menggali informasi secara langsung dan mendalam tentang Narasumber, sumber data utama dari penelitian ini adalah usia

dewasa muda perempuan ataupun laki-laki yang pernah menjadi pelaku maupun korban dari peristiwa pencurian identitas *catfishing*.

2. Jenis data sekunder:

Jenis data sekunder adalah data yang tak langsung untuk mendukung dari data primer yang telah diambil sebagai tambahan ataupun penguatan dari fakta yang terjadi. Sumber dari data yang diambil adalah buku, jurnal, video dokumentasi, skripsi, maupun foto-foto selama penelitian berlangsung.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dalam berbagai cara, berbagai sumber, dan latar belakang. Dalam penelitian ini pengumpulan data diambil dengan cara berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan mengamati perilaku serta menganalisis peristiwa, peneliti melakukan observasi pada penelitian ini untuk akhirnya menyimpulkan dan menganalisis data yang telah didapatkan.

2. Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

P. Joko subagyo berpendapat bahwa wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Wawancara bermakna dengan berhadapan secara langsung antara *interviewer* dengan narasumber yang kegiatannya dilakukan secara lisan.¹⁰

Dari pengertian di atas penelitian menyimpulkan bahwa wawancara merupakan interaksi komunikasi antara kedua belah pihak yaitu pewawancara dan narasumber yang bertujuan untuk mendapatkan sebuah data yang nantinya akan diolah dan mendapatkan sebuah kesimpulan. Pengumpulan data akan dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam guna menggali informasi secara mendalam dengan narasumber.

¹⁰ Joko Subagyo. 2011. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Penerbit Rineka Cipta. Hlm.20

Peneliti memilih untuk melakukan wawancara secara fleksibel dengan narasumber mengikuti ketersediaan waktu dan tempat yang ditentukan oleh narasumber, maka jika wawancara langsung tidak dapat dilaksanakan peneliti mencoba menggunakan opsi lain yaitu wawancara secara *online* baik via *voice call* maupun *video call*.

Peneliti mendapatkan Narasumber dari berbagai platform sosial media, melalui media Twitter, Instagram, Maupun Tiktok. Narasumber yang terpilih adalah narasumber yang telah memenuhi kriteria yang telah di tentukan oleh peneliti.

1.8 Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman mengemukakan tiga tahapan yang harus dilakukan dalam menganalisa data penelitian kualitatif sebagaimana dikutip oleh Nurdiarti & Wulandari , yaitu:

1. Reduksi data (*data reduction*), merupakan suatu kegiatan yaitu memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, merangkum dan mencari tema dan polanya. Data yang direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data pada penelitian.

2. Paparan data (*data display*), sebagai sekumpulan informasi tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman dan analisis sajian data. Data penelitian ini disajikan dalam bentuk uraian yang didukung dengan pemetaan hasil wawancara narasumber.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verifying*), merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk dekriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.¹¹

¹¹Wulandari, T., & Nurdiarti, R. P. (2021). "The Persuasive Communication Pattern of Tasikmadu Sugar Factory in Building Trust of Cane Farmers in The Karanganyar Area". *Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media (JASIMA)*, 1(2) <https://doi.org/10.30872/jasima.v1i2.13> hlm 97-98

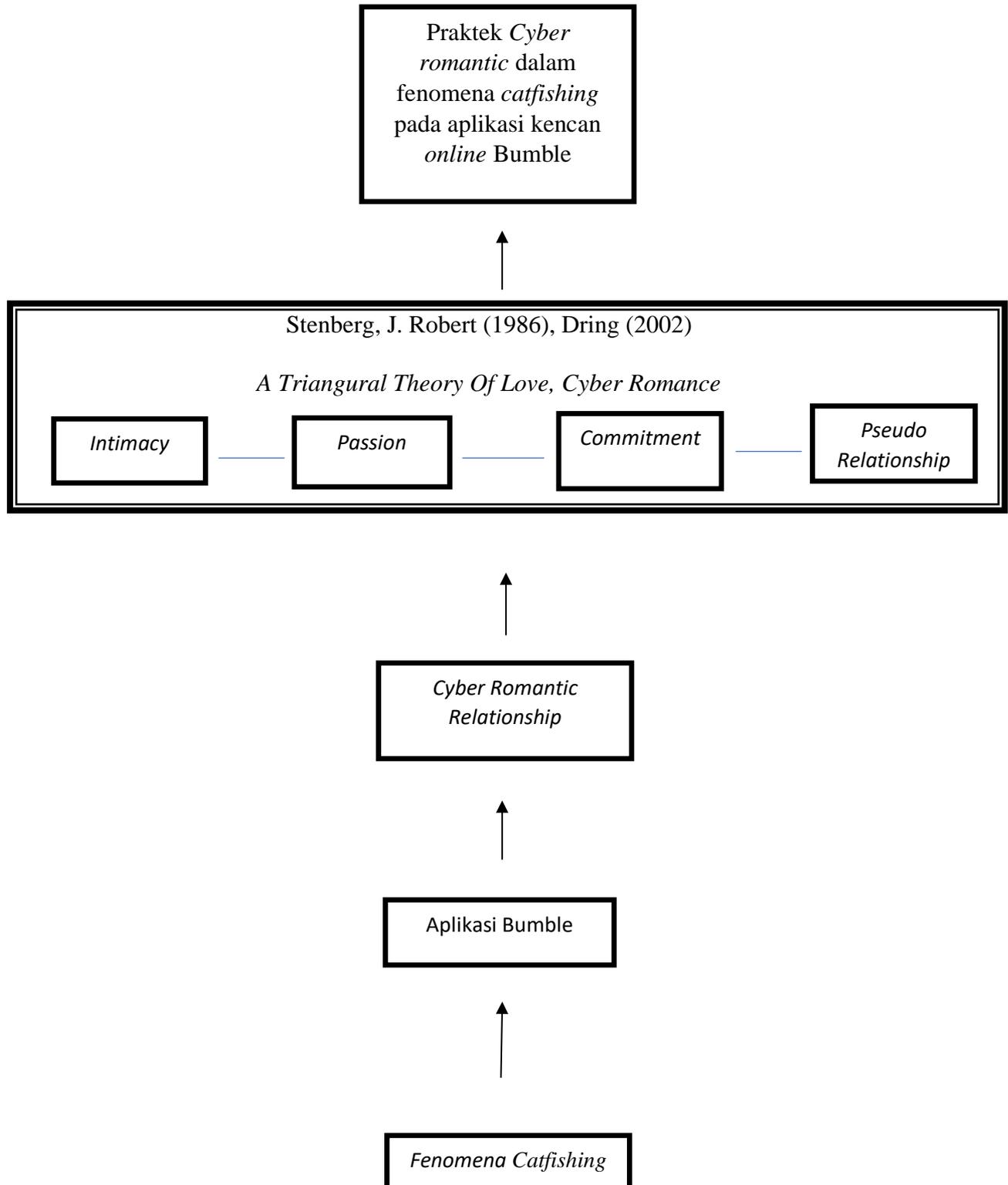
1.9 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan bagaimana langkah langkah peneliti melakukan penelitian, secara garis besarnya sebagai berikut:

- a. Semua data yang akan diteliti, diambil serta diamati semua akan melalui media sosial, seperti wawancara, mengobservasi juga akan dilakukan secara online. Dengan tiga teknik pengumpulan data yang dimiliki Fenomenologi yaitu data arsip, data elisitasi dan data lapangan.
- b. Peneliti mencari kriteria yaitu usia dewasa awal 18-27 tahun yang bersedia untuk di observasi dan melakukan wawancara mendalam dengan peneliti, entah dengan bertemu secara langsung ataupun melalui daring menyesuaikan ketersediaan narasumber

1.10 Definisi Operasional dan Kerangka Konsep

1.10.1 Kerangka Konsep



Bagan 1. Kerangka Konsep Penelitian

1.10.2 Definisi Konsep

Konsep digunakan dalam penelitian untuk menggambarkan secara abstrak suatu fenomena sosial yang terjadi.

Definisi konseptual adalah unsur penelitian yang menjelaskan tentang karakteristik sesuatu masalah yang hendak diteliti. Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan di atas, dapat dikemukakan definisi konseptual dari masing-masing variabel, sebagai berikut:

1. Cyber Romance Relationship

Cyber Romance dapat dianggap sebagai hubungan romantis yang asli atau hanya sekadar mewakili hubungan yang semu, untuk mengetahui lebih jelas maknanya, maka pertama-tama kita harus mengelaborasi apa makna dari hubungan itu sendiri. Hubungan sosial dapat terbentuk apabila kedua individu melakukan komunikasi secara intens satu sama lain dalam bentuk asinkron (cth: surat, catatan) atau dalam bentuk sinkron (cth: percakapan personal) secara *real time*.

Hubungan sosial dapat dibedakan menjadi hubungan formal (cth: partner bisnis) atau hubungan personal (cth: ibu dan anak) yang di mana hubungan personal dapat lebih jauh di klasifikasikan sebagai hubungan yang kuat (cth: persahabatan, keluarga) ataupun hubungan dengan ikatan yang lemah (cth: kenalan). Hubungan romantis dapat dikategorikan sebagai hubungan personal yang kuat dan tentunya berbeda dengan hubungan persahabatan dan keluarga, karena memiliki potensi akan keterbukaan seksual pada individu

CRR – dimaksudkan sebagai cyber-romantic relationship, dimana untuk dapat dianggap pernah atau sedang menjalani CRR, hubungan yang dijalin harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a) *Initial contact* dan kontak dominan terjadi melalui internet, serta
- b) melibatkan tiga elemen dasar, yakni intimacy, passion, dan commitment yang dapat di-shared melalui pertukaran teks, suara, atau gambar digital secara asynchronous atau or synchronous¹²

¹² Dewi (2020) “STRATEGI INDIVIDU YANG TERLIBAT CYBER-ROMANTIC RELATIONSHIP (CRR) DALAM MERESPON PERSELINGKUHAN PADA HUBUNGANNYA”, Hlm, 2

Berikut merupakan berpendapat bahwa *cyber romance* dapat dipahami melihat dari 4 komponen yaitu :

a) Keintiman (*Intimacy*)

Keintiman yang dimaksud adalah perasaan terkoneksi, dekat, dan terhubung dengan individu lainnya ketika dua individu menjalani kontak secara *online*

b) Gairah (*Passion*)

Gairah merupakan sebuah dorongan individu untuk menuju ke sebuah hubungan romantis yang meliputi keterbukaan membagikan ketertarikan seksual, fisik, dan fenomena yang berkaitan dengan hubungan percintaan secara *online*

c) Komitmen (*Commitment*)

Komitmen merupakan sebuah keputusan apakah individu tersebut akan mencintai pasangannya dalam jangka waktu yang panjang atau dalam jangka waktu pendek di dalam media *online*, komitmen lah yang menjadi ketahanan dari sebuah hubungan.¹³

d) Hubungan semu (*Pseudo Relationship*)

Hubungan semu dapat diartikan sebagai ikatan antara dua individu yang menyerupai hubungan romantis, namun dengan perbedaan yang signifikan kurangnya komitmen. Jenis hubungan seperti ini sering kali ditandai dengan ambiguitas, dan bisa berkisar dari hubungan asmara biasa hingga situasi di mana kedua belah pihak tidak yakin di mana posisi mereka satu sama lain. Hubungan palsu dapat menampung berbagai emosi seperti kegilaan, nafsu, dan bahkan cinta, namun hubungan tersebut kurang memiliki saling pengertian, keintiman, dan kepercayaan yang mendefinisikan hubungan nyata.¹⁴

¹³ Sternberg, R. J. (1986). *A triangular theory of love*. *Psychological Review*, 93(2), 119–135.
<https://doi.org/10.1037/0033-295X.93.2.119>

¹⁴ Allo Health, *Exploring The Concept of Pseudo Relationship*.
<https://www.allohealth.care/healthfeed/sex-education/pseudo->

1.10.3 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu konsep penelitian yang bersifat abstrak dan berguna untuk memudahkan pengukuran suatu variabel yang ada, berikut merupakan definisi operasional dari kerangka konsep yang peneliti telah buat.

a) Keintiman (*Intimacy*)

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana proses hubungan yang terjadi di dalam fenomena *catfishing* apakah terjalin sebuah proses Keintiman yaitu adalah perasaan terkoneksi, dekat, dan terhubung yang menjadi indikator sebuah hubungan yang terjadi dalam praktek *cyber omance*

b) Gairah (*Passion*)

Peneliti juga ingin mengetahui hal hal yang memicu gairah individu ketika berhubungan dengan lawan jenisnya. Dorongan individu untuk menuju ke sebuah hubungan romantis yang meliputi keterbukaan membagikan ketertarikan seksual, fisik, dan fenomena yang berkaitan dengan hubungan percintaan secara *online* merupakan sebuah indikator untuk mengukur terjadinya komponen gairah dalam hubungan.

c) Komitmen (*Commitment*)

Selanjutnya di dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui lebih dalam apakah hubungan di dalam fenomena *catfishing* dapat mencapai sebuah level Komitmen yang nyata. Sebuah keputusan apakah individu tersebut akan mencintai pasangannya dalam jangka waktu yang panjang atau dalam jangka waktu pendek di dalam media *online* merupakan indikator apakah individu tersebut telah mencapai komponen ini.

d) Hubungan semu (*Pseudo Relationship*)

Peneliti juga ingin mendefinisikan apakah hubungan yang terjadi di dalam fenomena *catfishing* ini dapat dikategorikan sebagai hubungan yang semu atau hubungan nyata. Hubungan yang semu ini dapat diartikan sebagai ikatan

antara dua individu yang menyerupai hubungan romantis, namun dengan perbedaan yang signifikan kurangnya komitmen. Jenis hubungan seperti ini sering kali ditandai dengan ambiguitas, dan bisa berkisar dari hubungan asmara biasa hingga situasi di mana kedua belah pihak tidak yakin di mana posisi mereka satu sama lain. Hubungan palsu dapat menampung berbagai emosi seperti kegilaan, nafsu, dan bahkan cinta, namun hubungan tersebut kurang memiliki saling pengertian, keintiman, dan kepercayaan yang mendefinisikan hubungan nyata.