



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**STRATEGI MANAJEMEN IMPRESI PADA  
PENGGUNA TINDER**

SKRIPSI



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
(S.I.Kom.)

Hanny Sari Pertiwi

13140110029

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2017**

**STRATEGY OF IMPRESSION MANAGEMENT  
FOR TINDER USERS**

THESIS



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements for Bachelor's Degree of Communication  
Studies (B.Coms)

Hanny Sari Pertiwi

13140110029

**COMMUNICATION STUDIES PROGRAM STUDY  
PUBLIC RELATIONS FACULTY  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2017**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan dalam daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Mei 2017

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hanny Sari Pertiwi', written in a cursive style.

Hanny Sari Pertiwi

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul  
“STRATEGI MANAJEMEN IMPRESI PADA PENGGUNA TINDER”

Oleh

Hanny Sari Pertiwi

Telah diujikan pada hari Selasa, tanggal 25 April 2017

Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan lulus  
dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

  
Dr. Indriwan Seto Wahjuwibowo, M.Si.

Penguji Ahli

  
Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

Dosen Pembimbing

  
Dr. Endah Murwani, M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN

  
Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

“ I can do all things through Christ which strengthened me”

**Philippians 4:13**

“ If you believe, you will receive whatever you ask for in prayer ”

**Matthew 21:22**

# STRATEGI MANAJEMEN IMPRESI PADA PENGGUNA TINDER

## ABSTRAK

Oleh : Hanny Sari Pertiwi

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya aplikasi *online dating*. Menurut data dari Sensor Tower, negara Indonesia menduduki peringkat ke tujuh sebagai negara pengguna aplikasi *dating online* dan aplikasi *dating online* yang paling banyak diunduh adalah Tinder. Aplikasi *dating online* membuka peluang yang besar dalam membentuk *self presentation* atau *impression management* kepada “*match*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen impresi yang digunakan oleh para pengguna Tinder untuk mendapatkan “*match*” atau partisipan komunikasi.

Penelitian mengacu pada teori dramaturgi dan konsep *self presentation*, strategi *impression management*, presentasi diri melalui *online*, *komunikasi verbal* dan *komunikasi non verbal*, serta *Computer Mediated Communications (CMC)*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan metode penelitian studi kasus dengan *design case study* yaitu *single case study*. Data diperoleh dan dikumpulkan melalui hasil wawancara dengan para informan dan studi literatur.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para informan sadar akan membentuk manajemen impresi yang baik kepada “*match*”. Para informan cenderung menggunakan *affinity-seeking strategies* dengan tujuan *to be liked* untuk di bagian *front stage* dan untuk di bagian *backstage* para informan cenderung menggunakan strategi *image-confirming* dengan tujuan *to be confirming self-image*, yang terlihat dari latar belakang dan tujuan penggunaan Tinder, *profile* Tinder, keterbukaan informasi, tingkat penggunaan, kriteria pemilihan “*match*”, gaya bahasa *chatting* dan di analisa dari segi komunikasi verbal dan non verbal.

Kata kunci: *manajemen impresi, strategi impression manajemen, Tinder*

## KATA PENGANTAR

Pertama, saya ucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, kebaikan dan rahmat-Nya skripsi yang berjudul “STRATEGI MANAJEMEN IMPRESI PADA PENGGUNA TINDER” dapat selesai tepat waktu tanpa adanya hambatan yang berarti.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang ikut campur tangan di dalamnya. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Endah Muwarni, M.Si selaku dosen pembimbing. Beliau selalu sabar, membantu, mengarahkan, berdiskusi dan selalu memberikan masukan dan nasehat untuk para mahasiswa/i bimbingannya. Terima kasih banyak Bu Endah! XO
2. Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si selaku ketua sidang dan Dr. Berta Sri Eko M, M.Si selaku dosen penguji sidang, yang telah memberikan banyak masukan dan nasehat dalam skripsi ini.
3. Inco Hary Perdana, S. Ikom, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Papi dan Mami yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan, semangat, nasehat dan kasih sayangnya. Rionald juga sebagai adik, yang sebenarnya tidak terlalu membantu. Mereka merupakan sumber semangat dan motivasi bagi peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi.



5. Para informan yang namanya tidak bisa disebutkan. Terima kasih, kalian sudah mau meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara. Bantuan kalian sangat berarti.
6. Sahabat seperjuangan sejak awal perkuliahan yaitu Park Han Bi, Piyaneta, Amalia, Avelline, Bella Tamara, Maria Wongso, Cyntya Amanda. Satu per satu punya andilnya masing-masing tapi itulah mereka jadi saling melengkapi.
7. Thanks a lot **Maria** dan **Hanbi** for your help and support! XO

Bagi pihak-pihak yang telah membantu namun belum disebutkan, penulis ucapkan terima kasih. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat, baik bagi Universitas maupun para pembacanya.

Tangerang, 15 Mei 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSEMBAHAN

ABSTRAK.....i

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR GAMBAR.....vii

DAFTAR TABEL.....viii

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian.....1

1.2 Pertanyaan Penelitian ..... 5

1.3 Fokus Masalah ..... 5

1.4 Tujuan Penelitian..... 6

1.5 Kegunaan Penelitian.....6

## **BAB II KERANGKA PEMIKIRAN**

2.1	Penelitian Terdahulu.....	7
2.2	Teori atau Konsep-Konsep yang digunakan.....	14
2.2.1.	Teori Dramaturgi .....	14
2.2.2.	Self Presentation .....	16
2.2.3.	Strategi Impression Management .....	18
2.2.4.	Presentasi Diri melalui Media Online.....	22
2.2.5.	Computer Mediated Communications (CMC).....	24
2.2.6.	Komunikasi Verbal .....	29
2.2.7.	Komunikasi Non-Verbal .....	30
2.3	Kerangka Pemikiran.....	33

## **BAB III METODOLOGI**

3.1	Pendekatan dan Sifat Penelitian.....	36
3.2	Metode Penelitian.....	38
3.3	Informan.....	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5	Keabsahan Data.....	43

3.6	Teknik Analisis Data.....	45
-----	---------------------------	----

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Sekilas Tentang Aplikasi Online Dating Tinder .....	47
4.2	Karakteristik Informan .....	51
4.3	Hasil Temuan Penelitian.....	53
	4.3.1 Latar Belakang dan Tujuan Penggunaan Tinder .....	53
	4.3.2 Tingkat Penggunaan .....	56
	4.3.3 Manajemen Impresi .....	58
	4.3.4 Strategi Impresi Manajemen .....	74
4.4	Pembahasan .....	76
	4.4.1 Front Stage & Backstage: Komunikasi Verbal .....	79
	4.4.2 Front Stage & Backstage: Komunikasi Non-Verbal .....	82
	4.4.3 Strategi Manajemen Impresi .....	84

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran.....	88

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Tampilan discovery setting Tinder .....	48
Gambar 4.2	Tampilan individu pengguna Tinder .....	49
Gambar 4.3	Tampilan swipe .....	49
Gambar 4.4	Tampilan chatting .....	50
Gambar 4.5	Tampilan super like .....	50
Gambar 4.6	Profile informan DO di aplikasi Tinder .....	60
Gambar 4.7	Profile informan ST di aplikasi Tinder .....	62
Gambar 4.8	Profile informan NA di aplikasi Tinder .....	64
Gambar 4.9	Profile informan CV di aplikasi Tinder .....	66
Gambar 4.10	Screenshoot chatting informan DO .....	69
Gambar 4.11	Screenshoot chatting informan ST .....	70
Gambar 4.12	Screenshoot chatting informan NA .....	71
Gambar 4.13	Screenshoot chatting informan CV .....	72

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 2.2	Komponen impression management.....	18
Tabel 2.3	Perbandingan komunikasi Interpersonal dengan CMC .....	25
Tabel 2.4	Kerangka Pemikiran .....	35
Tabel 3.1	Informasi Informan .....	41