

False Identity dalam Media Online Dating (Fenomenologi pada Pelaku Catfishing Media Online Dating Tinder)

False Identity in Online Media Dating (Phenomenology of Catfishing Players in Online Media Dating Tinder)

Rifai Septian Nurdin*

Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

Submitted: December 2020; Reviewed: Desember 2020; Accepted: January 2021

*Corresponding Email: rifai.septian@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses interaksi seseorang pada media sosial *tinder* sehingga menimbulkan fenomena baru yang dikenal dengan nama *catfishing*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-presentation* yang ditampilkan oleh para pengguna Tinder adalah dengan tidak menggunakan foto atau identitas asli mereka. Cakupan *self-presentation* yang ditunjukkan dalam penelitian ini tidak sampai pada *false identity* atau *catfishing* melalui pencurian identitas. Pengguna Tinder dalam penelitian ini cenderung menggunakan foto asli mereka yang telah mereka sunting agar terlihat lebih baik dan mendekati ideal yang disukai oleh pengguna Tinder, menggunakan foto lama mereka yang dinilai lebih baik dan mendekati ideal, mengaburkan foto asli mereka, menggunakan foto asli mereka tapi tidak menggunakan nama asli, hingga menggunakan foto benda-benda atau objek yang menjadi minat mereka untuk menunjukkan minat dan hobi mereka pada pengguna lain. Dalam penelitian ini tidak ditemukan pengguna yang menggunakan identitas orang lain yang sudah ada baik dengan menggunakan foto orang lain maupun identitas yang menunjukkan seseorang yang ada di kehidupan nyata.

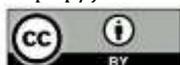
Kata Kunci: *Sosial Tinder; Media Online; Dating*

Abstract

This study aims to determine the process of a person's interaction on Tinder social media, causing a new phenomenon known as catfishing. This research uses a qualitative approach. The data collection technique was obtained by using in-depth interview techniques. The results of the study show that the self-presentations displayed by Tinder users are not using their real photos or identities. The scope of self-presentation shown in this study does not extend to false identity or paint through identity theft. Tinder users in this study tended to use their original photos that they had edited to look better and closer to the ideal Tinder users liked, use their old photos that were considered better and closer to ideal, blur their original photos, use their real photos but not using real names, to using photos of objects or objects that interest them to show their interests and hobbies to other users. In this study, there were no users who used other people's existing identities either by using other people's photos or identities that showed someone who was in real life.

Keywords: *Tinder Social; Online Media; Dating*

How to Cite: Rifai, S.N., (2021). *False Identity Dalam Media Online Dating (Fenomenologi Pada Pelaku Catfishing Media Online Dating Tinder)*. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 3 (3): 1011-1022.



PENDAHULUAN

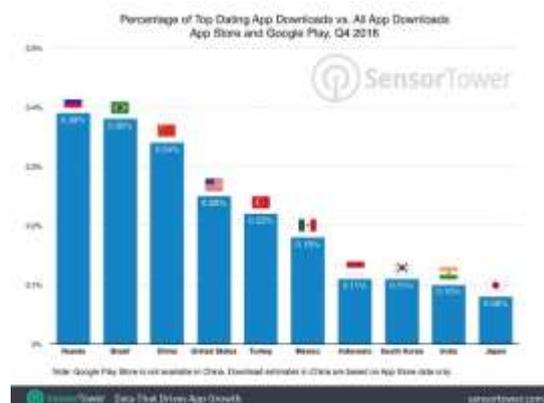
Pada era digital seperti sekarang ini, biro pencarian jodoh mulai bermacam-macam bentuknya, dari yang awalnya pencarian jodoh dilakukan di kolom koran seperti yang dilakukan oleh Koran Kompas di salah satu rubriknya yang bernama Kontak seperti pada gambar 1, Sampai pencarian jodoh secara digital menggunakan media sosial, seperti ajang promosi melalui Instagram dan Facebook, sampai beberapa perusahaan membuat aplikasi khusus untuk pencarian jodoh *online* salah satunya Tinder.



Gambar 1
Rubrik Kontak Jodoh Harian Kompas. (Dok. Istimewa).

Pada artikel yang ditulis oleh DailySocial tahun 2017, Pengembang aplikasi kencan Tinder tampak makin serius untuk mengembangkan bisnis di Indonesia. Kabar tersebut terendus pasca perusahaan mulai membuka lowongan untuk pemasar dan pengembang bisnis lokal. Terlebih kini Tinder juga menghadirkan layanan premium dengan fitur berbayar (DailySocial, 2017). Di Indonesia peta persaingan layanan Dating *Online* sudah sangat banyak aplikasi serupa yang berkembang, sebut saja Setipe, Paktor, Fultter Asia, Hingga Yogrt.

DailySocial juga pernah merilis hasil riset yang bertajuk "Dating Apps in Indonesia" di tahun 2017. Dari 1019 responden yang terlibat dalam survei, 51,91% di antaranya percaya bahwa aplikasi kencan dapat membantu menyelesaikan permasalahan tentang perjodohan. Bahkan 38,57% di antaranya pernah mendengar keberhasilan orang terdekat dalam memanfaatkan aplikasi kencan. Data yang didapat dalam riset menyimpulkan penerimaan masyarakat secara umum penggunaan aplikasi kencan (DailySocial, 2017).



Gambar 1. Sensortower.com

Berdasarkan data yang dipaparkan Sensor Tower pada tahun 2017 silam, Indonesia menduduki peringkat 10 besar pengguna terbanyak aplikasi dating *online* di seluruh dunia seperti pada gambar 2. Rusia menjadi negara dengan penggunaan tertinggi aplikasi kencan sebanyak 0,39%. Rusia terpaut tipis dengan Brazil yang memiliki persentase di bawahnya yakni 0,38%. Di posisi ketiga, China memiliki perolehan pengguna 0,34%. Sedangkan di lima besar lainnya yakni Amerika Serikat dan Turki masing-masing memperoleh pengguna sebanyak 0,25% dan 0,22%. Indonesia memiliki total pengguna layanan aplikasi kencan sebanyak 0,11% dan berada di urutan ketujuh. Hasil serupa juga dimiliki oleh Korea Selatan di posisi kedelapan (Sensor Tower, 2017).

Aplikasi biro jodoh *online* seperti Tinder pada kondisi Indonesia saat ini memang menjadi sebuah momentum. Bonus demografi membawa segmen pasar digital Indonesia didominasi dengan milenial. Didukung penetrasi cepat pertumbuhan jaringan internet dan penggunaan ponsel pintar, layanan digital makin menjadi gaya hidup yang tidak bisa dipisahkan dari keseharian. Tujuan pengguna Tinder di Indonesia bermacam-macam, terkadang orang-orang di Indonesia menggunakan Tinder hanya sebatas ingin mencari teman berbicara, ataupun benar-benar ingin menemukan jodohnya. Namun pada realitanya beberapa orang menggunakan Tinder dengan tujuan yang lain. False Identity kerap dilakukan oleh beberapa pengguna Tinder dengan berbagai motif yang bermacam-macam.

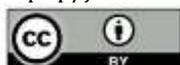
Tinder sendiri adalah salah satu aplikasi kencan *online* yang diluncurkan oleh Sean Read, Justin Mateen dan Jonathan Badin di West Hollywood, California pada tahun 2012. Tinder dilengkapi dengan satelit navigasi sehingga dapat mempertemukan pengguna dengan orang yang berada disekitarnya "*based on location*" (Thaeras, 2015) dalam (Manu et al., 2017). Dengan kata lain, Tinder dirancang khusus sebagai media sosial pencarian jodoh atau bisa disebut kencan *online* (Ascentia, 2020) yang didukung dengan aplikasi yang bekerja dengan mengandalkan internet dan sistem satelit navigasi yang dapat mengatur jarak dan lokasi tertentu untuk mempertemukan pasangan atau teman baru bagi penggunanya (Waluyo & Revianti, 2019).

Tinder merupakan salah satu aplikasi kencan *online* paling populer di Indonesia. Berdasarkan riset yang dilakukan pada 2017 oleh Daily Social, 42,98% atau hampir dari separuh responden pernah setidaknya mendengar tentang apa dan bagaimana fungsi Tinder. Angka tersebut terpaut jauh dari pesaing terdekatnya yaitu OK Cupid yang hanya diketahui 19,17% responden dan Setipe sebesar 14,82%. Selain itu, Tinder juga merupakan aplikasi kencan *online* yang secara personal pernah digunakan oleh 22,47% responden. Angka tersebut jauh mengungguli OK Cupid di angka 10,11% dan Setipe di 9,91% (DailySocial.id, 2017).

Tingginya angka penetrasi Tinder di ranah aplikasi kencan disebabkan impresi positif yang dibangun oleh tim pengembang Tinder kepada penggunanya, terutama di Indonesia. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh JakPat di tahun 2017, 72,99% pengguna responden pengguna Tinder di Indonesia merasa puas menggunakan Tinder. Hal tersebut juga berdampak pada loyalitas pengguna, dimana hanya 48,53% penggunanya yang juga menggunakan aplikasi kencan *onlineselain* Tinder. Lebih dalam lagi, dari segi hubungan ada 19,37% responden yang menyatakan bahwa mereka melanjutkan perkenalan yang dimediasi oleh Tinder kepada hubungan yang lebih serius, sedangkan 32,80% responden lainnya hanya melanjutkan ke pertemuan di dunia nyata (Jakpat.net, 2017).

Kesuksesan Tinder bukan tanpa cela. Masih dari penelitian Jakpat, nyatanya ada 21,53% responden yang menyatakan pernah memiliki pengalaman buruk saat menggunakan Tinder. Bila dijabarkan lebih dalam, dari keseluruhan responden yang menjawab mengenai pengalaman buruk saat menggunakan Tinder, 38,55% diantaranya menyatakan mereka pernah bertemu dengan orang-orang yang *freak*. *Freak* di sini dapat diartikan sebagai orang-orang yang aneh, atau tidak sesuai dengan ekspektasi atau orang yang tidak sesuai dengan gambaran di akun Tinder-nya. Di posisi berikutnya secara berturut-turut adalah 23,29% responden merasa pernah dirayu atau digoda dengan cara yang tidak menyenangkan dan 19,37% responden pernah dimisinterpretasikan oleh lawan kencannya (Jakpat.net, 2017).

Dari data tersebut, dapat digaribawahi bahwa permasalahan terbesar yang dihadapi oleh pengguna Tinder adalah bertemu dengan orang-orang yang tidak sesuai dengan harapan atau



presentasi diri yang lawan kencan berikan saat interaksi terjadi di ranah *online*. Ketidaksesuaian identitas tersebut sangat berkaitan erat dengan teori *self presentation* (Baumeister, 1982 dalam (Putra, 2013); Goffman, 1959; Leary, 1996 dalam (Luhukay, 2013)) yang selanjutnya turun menjadi teori *false identity* atau identitas yang keliru (Romanov, et al., 2017). Lebih jauh lagi, praktik menggunakan identitas yang keliru atau bahkan fiktif untuk mencapai tujuan tertentu, baik menjalin hubungan atau faktor lain seperti ekonomi di ranah *online* khususnya media sosial kerap kali disebut sebagai praktik *catfishing* (D'Costa, 2014).

Melalui media sosial Tinder, kegiatan komunikasi dilakukan oleh para penggunanya yaitu untuk pencarian dan perkenalan dengan lawan jenis atau pasangan (Adi & Rahardjo, 2019) atau yang disebut dengan "*Tinder Match*", yang pada umumnya untuk menjalin hubungan romantis seperti berpacaran atau bahkan sampai ke jenjang pernikahan, atau mungkin hanya sebatas hubungan pertemanan dengan memanfaatkan teknologi internet. Kegiatan dalam mencari dan melakukan perkenalan untuk mendapatkan seorang pasangan dikatakan sebagai kencan *online* (Herdiati, 2018).

Aplikasi kencan *online* semakin populer di kalangan pengguna internet di Indonesia sebagai kapasitasnya untuk memfasilitasi pengguna internet dalam mencari teman baru hingga pasangan hidup. Pengembang-pengembang aplikasi kencan *online* pun semakin serius menggarap pasar Indonesia. Sayangnya, seiring dengan meningkatnya penggunaan aplikasi kencan *online*, semakin tinggi juga potensi penyalahgunaannya sebagaimana telah dijabarkan sebelumnya. (Simmons & Lee, 2020), salah satu penyalahgunaan yang membuat pengalaman penggunaan aplikasi kencan *online* menjadi kurang baik dan aman adalah praktik *catfishing*.

Makin seriusnya Tinder untuk menggarap pasar Indonesia terlihat dari usahanya, dimana pada tahun 2018 silam, Ogilvy sebagai mitra komunikasi Tinder di Indonesia menjelaskan tujuan baru dari Tinder. Menurut Ogilvy, Tinder ingin membuang jauh-jauh image-nya selama ini sebagai aplikasi kencan daring. Alih-alih, ia ingin "bertransformasi" menjadi aplikasi yang bertujuan untuk bertemu dan berkenalan dengan orang lain yang memiliki ketertarikan yang sama. Yuliani Setiadi, GM Head of Customer Experience Ogilvy Indonesia mengatakan, Tinder memposisikan diri lebih dari sekadar media berkencan. Sebab, banyak milenial sekarang ini menggunakan Tinder untuk berkenalan dan bertemu dengan orang-orang yang memiliki ketertarikan yang sama (Nadya & Hidayat, 2016).

Namun pada kenyataannya beberapa pengguna Tinder kerap menggunakan informasi-informasi yang keliru dalam melakukan *self-presentation* atau presentasi diri terhadap lawan kencannya. *Self-presentation* atau presentasi diri, terutama di ranah *online* sendiri dapat diartikan sebagai usaha untuk mengemas atau menyunting diri selama proses interaksi sosial berlangsung dengan tujuan menciptakan kesan yang diinginkan dalam audiensi (Baumeister, 1982 dalam (Putra, 2013); Goffman, 1959; Leary, 1996 dalam (Luhukay, 2013)). Kekeliruan dalam mempresentasikan diri tersebut akhirnya secara tidak langsung membuat seseorang menjadi pelaku dari *false identity* dalam social media. Menurut Romanov 2017 *false identity* atau identitas palsu ialah, perbuatan seseorang yang menggunakan identitas orang lain pada media *online*. Skenario yang sering digunakan bagi pengguna identitas palsu di platform media sosial adalah untuk menyamar menjadi seseorang atau membuat identitas palsu untuk membangun kepercayaan dengan target yang kemudian akan dieksploitasi dengan motif yang bermacam-macam (Romanov, et al, 2017).

Perilaku pemalsuan identitas dalam media *online* dating lebih dikenal umum dengan sebutan *Catfishing*, *Catfishing* adalah jenis penipuan pada jejaring sosial dimana seseorang menggunakan identitas palsu pada akun jejaring sosialnya untuk menipu korban yang ditargetkan. *Catfishing* sering digunakan untuk penipuan yang bernuansa romantis pada situs kencan *online*. *Catfishing* digunakan oleh beberapa orang untuk memperoleh keuntungan finansial, menghancurkan nama baik seseorang, atau hanya sebuah bentuk "*trolling*" ataupun hanya pemenuhan hasrat semata (Hildebrandt, 2015).

Meskipun sudah ada definisi yang cukup jelas mengenai *catfishing*, spektrum mengenai bagaimana sebuah upaya penggunaan *false identity* dalam *self representation* masuk ke dalam kriteria praktik *catfishing* masih mengundang perdebatan. Sebagai contoh, menurut Bhupesh



Shah, seorang pakar komunikasi dari Seneca College yang dikutip dari Globalnews.ca (2017), menyatakan bahwa pelaku *catfishing* melakukan tindakan tersebut untuk melewati kriteria ketat yang diberikan oleh calon lawan kencan di Tinder. Misalnya, seorang wanita hanya mau mengencani pria dengan tinggi badan tertentu, bentuk tubuh tertentu, atau berat badan tertentu. Bagi Shah, dirinya menganggap pelaku *catfishing* berpikir bahwa tidak apa-apa berbohong sedikit, karena setelah hubungan terjalin, lawan kencan akan memaklumi kekurangan-kekurangan yang dimiliki dan hubungan dapat berlanjut ke jenjang berikutnya. Sehingga, kekeliruan identitas minor dengan tujuan yang hanya sebatas agar dapat berkenalan lebih jauh dengan lawan kencan, menurut Shah sudah dapat dikategorikan sebagai praktik *catfishing*.

Di sisi lain, masih di artikel yang sama Dr. Steve Joorden mengutarakan pendapatnya, bahwa pelaku *catfishing* justru sudah tahu bahwa hubungan yang dibentuk dari *false identity* akan terbongkar dan berakhir di suatu titik. Justru menurutnya, yang dicari oleh pelaku *catfishing* bukanlah hubungan yang dimaksud, melainkan keuntungan lain dari hubungan tersebut seperti keuntungan finansial dengan cara menipu lawan kencan dan meminta uang, barang, atau hal tertentu. Jadi, motif dalam melakukan *catfishing* adalah sesuatu yang mengarah kepada tindak kriminal seperti penipuan, *scam*, atau *fraud*.

Pencurian identitas bukanlah sesuatu yang baru dan cenderung terus meningkat. Menurut National Fraud Intelligence Bureau (NFIB) Inggris terdapat 33 persen peningkatan kasus yang dilaporkan pada tahun 2014. Ledakan media sosial membuat para pelaku *Catfishing* lebih mudah melakukan pencurian identitas dibandingkan sebelumnya. Hal ini adalah kenyataan menakutkan karena foto-foto pribadi yang ada di Tinder terpampang nyata dan informasi lainnya digunakan dan didistribusikan tanpa sepengetahuan atau izin (NFIB England, 2015). Bahkan maraknya pencurian identitas yang kerap terjadi pada para pengguna Tinder, Tinder membuat situs pengaduan penggunaan profil palsu ataupun pencurian profil pada situsnya (Tinder.com, 2019).

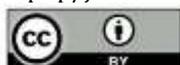
Pada cakupan global, praktik *catfishing* ini sudah menjadi fenomena yang mengkhawatirkan. Salah satu kasus *catfishing* sendiri seperti dilansir dari portal berita Tirto.id bahwa di Australia, hanya sepanjang Januari tahun 2017 saja terdapat 348 orang yang melapor karena merasa menjadi korban *catfishing*. Sepanjang 2016, total laporan yang masuk sampai 4.109. Tak cuma ditipu tentang identitas palsu lawan kencan, data yang dikutip dari Scamwatch melaporkan, orang-orang itu juga menderita kerugian material dengan jumlah yang tidak sedikit. Dari 348 laporan di Januari, total kerugian para korban mencapai AUD 1.801.135. Sementara kerugian materi korban-korban di sepanjang 2016 mencapai AUD 25.480.351 (Tirto.id, 2017).

Sedangkan di Inggris, pada 2011 lalu, Universitas Leicester dan Westminster bekerja sama dengan Serious Organised Crime Agency (SOCA) merilis temuan bahwa 2 persen dari responden mereka, kenal dengan orang-orang yang pernah ditipu pelaku *Catfish* hingga kehilangan uangnya. Dari angka itu, mereka memprediksi jumlah korban di Inggris bisa mencapai 200 ribu orang pada tahun tersebut. Dari data yang dikutip The Guardian dari Otoritas Kasus Penipuan Nasional Inggris, kerugian dari penipuan ini mencapai 8 juta poundsterling hanya dalam 15 bulan. SOCA juga membuat kisaran total kerugian materi yang diderita respondennya, yakni mulai dari 50 hingga 240 ribu poundsterling (SOCA, 2011).

Di Indonesia, pada Bulan Desember tahun 2018 lalu, portal viva.co.id memuat berita soal penipuan dengan modus *catfishing* dengan menggunakan media sosial di daerah Depok, yang menasar para perempuan dewasa yang kesepian. Disebutkan bahwa tersangka menjalankan aksinya dengan mengontak calon korban melalui aplikasi Tinder, kemudian membuat janji bertemu, dan saat korban lengah, tersangka kemudian menjalankan aksinya. Disebutkan bahwa pada 3 November 2018, tersangka membawa kabur mobil korbannya (Viva.co.id, 2018).

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Bagaimana Seseorang Berinteraksi Pada Media Sosial *Tinder* Sehingga Dapat Menciptakan Sebuah Fenomena Baru Yang Dikenal Dengan Nama *Catfishing*.

METODE PENELITIAN



Penelitian ini berparadigmakonstruktivis. Pada Penelitian ini kelompok peneliti akan mencari makna yang dibangun oleh para pelaku Catfishing pada aplikasi dating *online* Tinder. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pada penelitian kali ini, kelompok peneliti akan mencoba menganalisis sejumlah data kualitatif yang akan diperoleh dari transkrip wawancara mendalam dengan beberapa informan. Informan yang dipilih sebagai unit analisis adalah, para aktor yang melakukan Catfishing dalam aplikasi dating *online* Tinder. Penelitian kali ini bersifat penelitian deskriptif. Penelitian False Identity pada media *online* yang berfokus pada pelaku Catfishing pada aplikasi dating *online* Tinder akan menggunakan metode penelitian fenomenologi. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) pada sejumlah unit analisis yakni individu pelaku Catfishing dalam aplikasi dating *online* Tinder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motif *Catfishing* dalam Menggunakan Media *Onlinedating* Tinder

Motif *catfishing* dalam menggunakan media *onlinedating* Tinder bermacam-macam. Informan DW mengungkapkan bahwa alasan *catfishing* dengan menggunakan Tinder hanyalah sekedar iseng.

"Sekedar iseng aja sih...Ya nothing to lose sih. Kalo misalnya ngeliat kan, paling ya soalnya gak semuanya sampai ketemu gitu. Paling misalnya nih udah match, paling kayak hai hai hai, ngomongin apa sejam dua jam, besoknya paling udah gak ada chat lagi."

DW juga mengungkapkan bahwa ia menggunakan media *onlinedating* Tinder seperti menggunakan *platform* media sosial pada umumnya, seperti Facebook, Instagram dan Twitter. Ia tidak menggunakan Tinder untuk mencari pasangan dengan serius. Awalnya ia penasaran karena banyak media yang mengungkapkan tentang pertemuan di dunia maya yang membawa pertemuan di dunia nyata hingga ada yang menikah. Ia justru menilai bahwa hubungan yang terjalin di dunia nyata yang berasal dari pertemuan di dunia maya itu tidak dapat dipercaya dengan mudah.

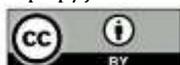
Prabowo Cahyo, Dini Setiyawan, dan Ahmad Sugandi mengungkapkan bahwa alasan *catfishing* dengan menggunakan Tinder karena kurang percaya diri dengan penampilan fisik mereka. Prabowo Cahyo mengungkapkan bahwa awalnya ia menggunakan identitas aslinya untuk berkomunikasi dengan para pengguna tinder lainnya. Akan tetapi ia menjumpai bahwa 3 dari 5 orang yang bertemu secara *offline* memiliki wajah yang kurang sesuai dari yang ditampilkan dalam aplikasi Tinder. Maka dari itulah ia menggunakan foto profil yang palsu karena ia kesepian dan butuh teman berbincang, dan sampai saat ini informan masih menggunakan Tinder dan ingin terus mendapat teman untuk berbincang lebih jauh. Selain itu, Dini Setiyawan juga mengungkapkan alasan menggunakan foto profil yang telah disunting ringan,

"Jadi buat ngeringanin skin tone aku, atau ngedit make up sedikit. Mungkin biar keliatan cantik aja kali ya, mungkin keliatan lebih presentable ke orang lain. Mungkin agar keliatan lebih socially acceptable aja ya ke orang-orang. Secara pria di Indonesia tuh mempunyai beauty standard cewek tuh semuanya hampir sama, mau tinggi, putih, bulu matanya lentik, ya... mau gak mau kita kan sebagai wanita agak cari cara cheating nya."

Ungkapan tersebut menunjukkan bahwa Dini Setiyawan merasa kurang percaya diri dengan penampilan fisiknya untuk digunakan sebagai foto profil Tinder. Ia memiliki anggapan bahwa melakukan penyuntingan pada foto merupakan merupakan hal yang terpaksa ia lakukan dengan tujuan untuk memenuhi standar kecantikan perempuan yang diinginkan oleh pengguna Tinder.

Alasan lain yang diungkapkan oleh Marsha Ellen adalah untuk melindungi privasi, seperti yang ia ungkapkan sebagai berikut,

"Jadi awalnya aku pakai nama akun, email dan gambar profile samaran. Tapi bukan niat nipu ya. Hanya sementara aja, sampai nyaman komunikasinya, kalau sudah nyambung ya sudah kalau mau buka-bukaan yang sejujurnya gak masalah. Dan ternyata dari beberapa yang komunikasi sama aku juga pakai nama samaran atau sekedar inisial. Lagi-lagi karena orientasi ini tabu. Dan hampir sama sih rata-rata ya caranya, karena kita memang pure ingin melindungi identitas kita, privasi kita dari orang asing. Sampai kita benar-benar yakin dan kenal dengan siapa yang kita ajak berkomunikasi."



Ungkapan Marsha Ellen mewakili sejumlah pengguna Tinder yang memiliki kondisi yang sama dengannya, yaitu memiliki orientasi seksual sebagai penyuka sesama jenis. Jadi, penggunaan foto profil samaran tersebut tidak bertujuan untuk menipu pengguna Tinder lain, tapi lebih untuk melindungi identitas asli karena orientasi seksualnya masih dianggap tabu oleh masyarakat. Selain itu, alasan yang diungkapkan oleh Ani adalah untuk mencari penghasilan tambahan, dan meskipun ia memasang foto asli, tapi ia selalu menggunakan nama palsu.

"Kalo kesana (motif khusus menggunakan foto yang sengaja dibuat bagus) beberapa kali, niatnya sih awalnya enggak, tapi kalo di bayarin makan boleh lah ya, kalo di beliin hadiah boleh dilanjutin lah ya, siapa suruh dia tertarik."

Mayoritas informan menilai bahwa kegiatan yang mereka lakukan bukanlah penipuan. Seperti yang diungkapkan oleh Ahmad Sugandi, DW, Ani, dan Marsha Ellen, apa yang mereka lakukan dengan menggunakan foto profil dan nama yang tidak asli bukanlah penipuan.

"Enggaklah orang yang match sama gue juga ga minta foto gue. Kecuali dia minta foto gue dan gue kasih foto orang lain baru gue merasa melakukan kebohongan kan? Dan lagian foto-foto dan profil yang gue tampilkan juga berdasarkan interest dan kesukaan gue ya sama aja dong. Kecuali kayak misalnya gue pasang foto skateboarding tapi ternyata gue ga suka main skateboard nah itu baru bohong kan."

DW mengungkapkan bahwa hal tersebut akan tergolong penipuan saat ia mengirimkan foto palsu jika pengguna Tinder memintanya untuk mengirimkan gambar. Serta jika ia memasang gambar yang tidak menunjukkan *interest* yang menggiring pada kesalahpahaman antar pengguna Tinder. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ahmad Sugandi, yang menekankan bahwa kegiatan tersebut akan termasuk dalam penipuan saat pengguna berbohong mengenai jati diri aslinya. Sedangkan Ani dan Marsha Ellen lebih menekankan pada dampak pada orang atau pun pengguna Tinder lain. Selama kegiatan tersebut tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain, maka apa yang mereka lakukan tersebut bukanlah penipuan.

"Selagi kita tidak melanggar hukum seperti pencurian identitas atau penipuan karena ingin mendapatkan uang atau kejahatan lainnya hingga merugikan orang lain baik secara materil dan moril, saya pikir itu bukan masalah ya. Toh, pada akhirnya kita saling terbuka soal identitas yang sebenarnya."

Ungkapan Marsha Ellen tersebut dapat diartikan bahwa apa yang mereka lakukan adalah mengaburkan atau menyembunyikan identitas asli mereka. Hal tersebut akan menjadi penipuan jika mereka menggunakan identitas orang lain, berpura-pura menjadi orang lain yang ada dalam kehidupan nyata, dan memiliki dampak yang merugikan orang lain baik pengguna Tinder maupun orang yang identitasnya digunakan.

Sedangkan Prabowo Cahyo dan Dini Setiyawan beranggapan bahwa apa yang mereka lakukan tersebut merupakan bentuk kebohongan. Meskipun Dini Setiyawan menilai apa mereka lakukan adalah tindakan kebohongan, ia berpendapat bahwa hal tersebut wajar terjadi dalam lingkungan sosial. Sedangkan Prabowo Cahyo beranggapan bahwa selama apa yang mereka lakukan tidak merugikan orang lain, maka apa yang mereka lakukan tersebut sekedar kebohongan tapi tidak tergolong dalam penipuan.

Terkait anggapan mereka terhadap pelanggaran hukum, seluruh informan mengungkapkan bahwa apa yang mereka lakukan dengan menggunakan foto profil dan nama tidak asli di Tinder tersebut bukanlah tindakan melanggar hukum. Dini Setiyawan, Ahmad Sugandi, Prabowo Cahyo, dan Ani mengungkapkan apa yang mereka lakukan adalah menggunakan foto asli mereka, hanya saja mereka mengaburkan identitas asli atau bentuk fisik asli mereka. Misalnya saja apa yang dilakukan oleh Dini Setiyawan yang melakukan penyuntingan pada foto profilnya, Ahmad Sugandi yang menggunakan foto lama yang menunjukkan postur tubuh yang lebih baik, Prabowo Cahyo yang menggunakan foto yang menyamarkan postur tubuh aslinya, serta Ani yang menggunakan nama palsu dengan foto aslinya. Hal yang sama juga diungkapkan oleh DW, dimana ia menekankan bahwa apa yang ia lakukan tidak memiliki niat buruk yang dampaknya dapat membawa kerugian bagi orang lain. Mereka beranggapan bahwa apa yang mereka lakukan tersebut tidak



menimbulkan kerugian materil bagi orang lain dan mereka tidak melakukan penipuan karena menggunakan foto asli mereka.

“Selagi kita tidak melanggar hukum seperti pencurian identitas atau penipuan karena ingin mendapatkan uang atau kejahatan lainnya hingga merugikan orang lain baik secara materil dan moril, saya pikir itu bukan masalah ya. Toh, pada akhirnya kita saling terbuka soal identitas yang sebenarnya.”

Ungkapan Marsha Ellen tersebut menunjukkan bahwa apa yang ia pahami sebagai tindakan pelanggaran hukum adalah ketika kegiatan yang mereka lakukan memberikan dampak yang merugikan bagi orang lain. Ia juga kembali menekankan bahwa selama foto profil yang digunakan adalah foto asli milik pengguna sendiri, dan bukan merupakan foto milik orang lain atau yang menunjukkan identitas orang lain, maka tindakan tersebut bukanlah tindakan yang melanggar hukum.

Terkait tujuan dari *catfishing* di Tinder sendiri, para informan mengungkapkan bahwa penggunaan foto profil dengan tampilan yang lebih bagus bertujuan untuk memudahkan mereka untuk mendapatkan teman seperti yang mereka inginkan melalui Tinder. Misalnya saja DW yang mengungkapkan bahwa ia menggunakan Tinder untuk mengisi kesibukan, akan tetapi tidak menutup kemungkinan untuk mencari teman yang sesuai dengan apa yang ia inginkan yaitu pengguna yang memiliki ketertarikan yang sama. Hal ini tentu saja akan lebih memudahkan proses interaksi antar pengguna yang memiliki ketertarikan yang sama.

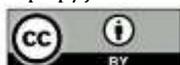
Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ahmad Sugandi, Dini Setiyawan dan Prabowo Cahyono yang mengungkapkan bahwa penggunaan foto profil dengan tampilan yang lebih bagus dalam *catfishing* akan memudahkan mereka untuk mendapatkan teman di Tinder karena tampilan foto profil tersebut menyesuaikan kriteria fisik yang disukai oleh pengguna Tinder. Sedangkan dalam kasus Marsha Ellen, penggunaan foto profil dalam *catfishing* di Tinder tersebut dapat membantunya lebih mudah untuk mencari pengguna yang nantinya dapat menjadi teman kencan dengan orientasi seksual yang sejenis. Sedangkan dalam kasus Ani, kegiatan tersebut akan mempermudahnya untuk mendapatkan pasangan yang sesuai dengan kriterianya dan juga untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

Terkait tercapai atau tidaknya tujuan tersebut, seluruh informan mengungkapkan bahwa tujuan mereka tercapai dengan beberapa kali percobaan. Banyak yang mengungkapkan bahwa dari berkenalan dengan pengguna lain di Tinder, banyak yang mengalami kecocokan dan melanjutkan pertemanan di kehidupan nyata, mengobrol melalui akun *mobile messenger* dengan akun asli, bahkan ada yang berkencan di kehidupan nyata.

“Tercapai sih, sampai sekarang banyak kenalan yang dapet dari Tinder juga...Bahkan beberapa ada yang match, yeay...”

“Awalnya dia gak mencari teman kencan sesama jenis, dia pure mencari teman ngobrol, tapi karena nyambung ngobrolnya trus nyaman blak-blakan kita pindah komunikasinya ke ruang chat pribadi, kita pakai aplikasi line.”

Ungkapan Dini Setiyawan dan Marsha Ellen tersebut menunjukkan bahwa tujuan mereka menggunakan Tinder dengan *catfishing* berhasil. Mereka melanjutkan pertemanan mereka di kehidupan nyata, bahkan mereka pada akhirnya berani mengungkap identitas aslinya, dan tetap menjalin pertemanan di luar Tinder. Bahkan dalam kasus Dini Setiyawan telah memiliki pasangan dari hasil pertemuan di Tinder. Hal yang sama juga dialami oleh Ahmad Sugandi, Ani, dan Prabowo Cahyo. Mereka mengungkapkan bahwa tujuan *catfishing* melalui Tinder mereka berhasil dengan beberapa kali percobaan. Keberlanjutan mereka juga serupa yaitu memiliki hubungan pertemanan di luar Tinder dan dengan mengungkapkan identitas asli mereka. Sedangkan DW mengungkapkan bahwa ia juga berhasil dalam mendapatkan hubungan pertemanan di Tinder, akan tetapi terkait keberlanjutan hubungan di luar Tinder, ia menyebutkan bahwa hal tersebut tidak mudah karena, sejumlah pengguna Tinder lebih nyaman untuk melakukan interaksi melalui Tinder tanpa mengungkapkan identitas asli mereka. Hal ini ia ketahui setelah memahami alasan banyak pengguna yang menolak untuk melakukan pertemuan secara langsung atau mengungkap identitas asli mereka.



Terkait tanggapan kepuasan yang mereka rasakan selama menggunakan Tinder, lima informan mengungkapkan kepuasan mereka menggunakan Tinder dan satu informan yang menyatakan sedikit tidak puas dengan aktivitas yang ia lakukan di Tinder. Ahmad Sugandi, Dini Setiyawan, Marsha Ellen, Ani dan Prabowo Cahyo mengungkapkan kepuasan mereka dalam menggunakan Tinder. Ahmad Sugandi mengungkapkan bahwa ia masih akan dan terus mengakses Tinder dengan menggunakan foto-foto lamanya yang dianggap lebih menarik untuk mencari teman. Dini Setiyawan juga mengungkapkan kepuasannya dengan menceritakan pengalaman-pengalamannya menggunakan Tinder, termasuk saat ia mendapatkan pasangan melalui Tinder. Hal senada juga diungkapkan oleh Marsha Ellen yang mengungkapkan bahwa meskipun tidak mudah baginya untuk menemukan pasangan di Tinder, tapi ia menyukai aktivitas yang dilakukan di Tinder.

"Syukurnya sih gak ada ya (pengalaman buruk di Tinder) sampai saat ini, paling kalau ada yang minta aneh-aneh seperti minta foto atau info privasi di awal chat itu auto blokir. Dan kalau dari gaya bicaranya sudah aneh misalnya menyamar sebagai perempuan padahal laki-laki itu bisa langsung ketahuan kita biasanya tes dengan video call langsung, untuk make sure. Kalau bohong langsung blokir."

Pernyataan Marsha Ellen mengungkapkan bahwa meskipun ia menjumpai tanggapan yang tidak ia inginkan, ia dapat mengatasinya dengan melakukan pemblokiran. Berdasarkan tanggapannya tersebut, dapat diketahui bahwa selama menggunakan Tinder ia telah memahami tipe-tipe pengguna Tinder. Maka dari itulah ia dapat mengetahui bagaimana ciri-ciri pengguna yang berbohong dan melancarkan penipuan. Dengan demikian ia dapat mengatasi masalah tersebut dengan baik.

Kepuasan terhadap penggunaan Tinder ini juga diungkapkan oleh Ani dan Prabowo Cahyo. Dalam wawancara tersebut, mereka mengungkapkan kesukaannya pada aktivitasnya di Tinder karena ia dapat mencapai tujuan utamanya dalam menggunakan Tinder. Ani mengungkapkan bahwa tertarik untuk meningkatkan intensitasnya dalam menggunakan Tinder. Sedangkan Prabowo Cahyo mengungkapkan bahwa melalui Tinder, ia dapat mendapatkan teman yang lebih baik.

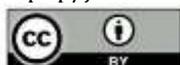
Sedangkan DW secara tersirat mengungkapkan ketidakpuasannya dalam aktivitas di Tinder. Meskipun pada akhirnya ia mengungkapkan bahwa ia akan terus menggunakan Tinder dengan menggunakan cara yang sama, yaitu tidak memasang foto aslinya.

"(Tanggapan menggunakan Tinder) biasa aja sih. Karena awalnya kan pake Tinder cuma buat iseng dan kalopun dapet pasangan tentunya dipikir-pikir dulu jadi ya biasa aja ga gimana-gimana."

Tersirat sedikit ketidakpuasan yang dialami oleh DW karena ia memiliki prinsip untuk tidak terlalu mempercayai apa pun yang terjadi di dunia maya. Hal ini dikarenakan ia menyadari banyak pengguna yang menggunakan foto tidak asli seperti yang ia lakukan. Ia berpendapat bahwa tidak semua pengguna yang melakukan *catfishing* sepenuhnya tidak memiliki tujuan buruk, bagaimanapun juga terdapat kemungkinan bahwa pengguna yang melakukan *catfishing* memiliki niat yang berbeda dengan niat DW menggunakan Tinder. Hal ini terbukti dengan pengalamannya dalam mencari teman yang memiliki minat dan hobi yang sama, tapi ternyata pengguna di Tinder tersebut berpura-pura memiliki minat yang sama. Maka dari itulah ia tidak sepenuhnya puas dalam melakukancatfishing di Tinder.

Proses Interaksi Seseorang Pada Media Sosial Tinder

Dalam kegiatan mencari dan melakukan perkenalan melalui Tinder, tidak sedikit pengguna yang melakukan *self-presentation* atau presentasi diri terhadap lawan kencannya dengan menggunakan informasi-informasi yang tidak asli (Ingram et al., 2019). Banyak pengguna yang berusaha untuk mengemas atau menyunting diri selama proses interaksi sosial berlangsung dengan tujuan menciptakan kesan yang diinginkan. Berdasarkan gagasan Baumeister (1982) dalam (Putra, 2013), Goffman (1959), dan Leary (1996) dalam (Luhukay, 2013), kegiatan tersebut yang secara tidak langsung membuat seseorang menjadi pelaku dari *false identity* dalam



menggunakan Tinder yang dapat ditunjukkan dengan bagaimana mereka membuat identitas palsu untuk membangun kepercayaan target yang mengarah pada *catfishing*.

Dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa *self-presentation* yang ditampilkan oleh para pengguna Tinder adalah dengan tidak menggunakan foto atau identitas asli mereka. Hal inilah yang mengarah pada *false identity* yang berujung pada *catfishing* seperti yang telah diungkapkan oleh D'Costa (2014) yang menekankan bahwa praktik menggunakan identitas yang keliru atau fiktif yang berpotensi terjadi dalam media *online* khususnya media sosial. Tinder sebagai media sosial *online dating*, telah menjadi media yang memungkinkan terjadinya *false identity* karena sifat media sosial yang memberikan kesempatan untuk presentasi diri yang lebih strategis dan umum daripada interaksi tatap muka. Selain itu, orang juga dapat memilih untuk menampilkan diri ideal atau diri palsu di media sosial untuk tujuan penipuan, eksplorasi, atau membuat orang terkesan. Tujuan utama dalam *self-presentation* di Tinder adalah untuk mengesankan pengguna lain.

Cakupan *self-presentation* yang ditunjukkan dalam penelitian ini tidak sampai pada *false identity* atau *catfishing* melalui pencurian identitas (Sibarani, 2018). Pengguna Tinder dalam penelitian ini cenderung menggunakan foto asli mereka yang telah mereka sunting agar terlihat lebih baik dan mendekati ideal yang disukai oleh pengguna Tinder, menggunakan foto lama mereka yang dinilai lebih baik dan mendekati ideal, mengaburkan foto asli mereka, menggunakan foto asli mereka tapi tidak menggunakan nama asli, hingga menggunakan foto benda-benda atau objek yang menjadi minat mereka untuk menunjukkan minat dan hobi mereka pada pengguna lain. Dalam penelitian ini tidak ditemukan pengguna yang menggunakan identitas orang lain yang sudah ada baik dengan menggunakan foto orang lain maupun identitas yang menunjukkan seseorang yang ada di kehidupan nyata (Putri, 2020).

Meskipun demikian, berdasarkan gagasan yang diungkapkan oleh Romanov et al (2017), apa yang mereka lakukan tetap tergolong dalam *false identity* yang menjurus pada *catfishing* karena mereka tidak menggunakan identitas asli mereka dalam berkenalan atau menunjukkan identitas di Tinder. Apa yang mereka lakukan merupakan bentuk pembangunan citra baru yang mereka percaya dapat membantu mereka untuk mendapatkan teman atau membangun kepercayaan pengguna lain di Tinder. Alasan utama mereka dalam penggunaan *false identity* ini tidak menjurus pada tindakan pelanggaran hukum, karena bukanlah tindakan penipuan yang dapat merugikan orang lain atau pengguna lain. Apa yang mereka lakukan adalah kebohongan yang bertujuan untuk membangun citra baru dengan menutupi identitas asli mereka. Berdasarkan gagasan *catfishing* yang diungkapkan oleh Shah (dalam Globalnews.ca, 2017) kegiatan yang ditunjukkan oleh pengguna Tinder tersebut sudah dapat dikategorikan sebagai praktik *catfishing*.

Seperti yang telah diungkapkan oleh pakar komunikasi Bhupesh Shah (dalam Globalnews.ca, 2017) bahwa pelaku *catfishing* melakukan tindakan tersebut untuk memenuhi kriteria ketat yang diberikan oleh calon lawan kencan di Tinder, identitas palsu yang dibangun oleh para pengguna Tinder ini tidak terlepas dari kriteria khalayak atau pengguna Tinder lain yang sangat mengutamakan penampilan fisik sebelum berkenalan. Hal ini dibuktikan dengan pengguna Tinder yang sebelumnya menggunakan foto dan identitas asli selama menggunakan Tinder dan mengalami kekecewaan dibandingkan dengan bagaimana ia menggunakan foto asli yang disamarkan di mana ia berhasil mendapatkan sejumlah teman dan tetap menjalani hubungan pertemanan di luar Tinder. Maka dari itulah, mereka yang tidak percaya diri dengan penampilan fisik mereka karena dinilai tidak memenuhi karakteristik ideal yang disukai khalayak akan menyamarkan foto, menyunting, hingga menyembunyikan identitas mereka.

Shah (dalam Globalnews.ca, 2017) dan (Solovyeva & Logunova, 2018) telah menekankan bahwa tujuan penggunaan *false identity* ini adalah hanya sebatas agar dapat menarik dan mengesankan pasangan potensial hingga berkenalan lebih jauh dengan lawan kencan, yang dibuktikan dengan pengakuan pengguna Tinder tentang alasan mereka menggunakan identitas palsu. Dan penggunaan foto tidak asli tersebut berhasil membuat para pengguna Tinder mencapai tujuan mereka menggunakan Tinder. Meskipun beberapa dari mereka tidak melanjutkan hubungan pertemanan setelah pengguna lain mengetahui identitas mereka, tidak sedikit dari para pengguna yang melanjutkan pertemanan di luar Tinder karena mereka memiliki minat, hobi ataupun ketertarikan yang sama. *False identity* dalam foto profil Tinder mereka tersebut berhasil



membantu pengguna Tinder untuk mendapatkan peluang mendapatkan teman yang lebih besar dibandingkan saat mereka menggunakan foto dan identitas asli mereka yang dinilai tidak memenuhi kriteria ideal yang disukai khalayak. Hal ini mendukung gagasan sosiolog Erving Goffman yang mempercayai bahwa penggunaan foto tidak asli seperti penyuntingan foto atau menggunakan foto diri yang berbeda dari masa lalu ini akan membentuk kesan yang dibuat agar orang lain melihatnya sebagai inti dari interaksi sosial (Rusmana, 2015).

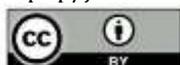
Penggunaan *false identity* dalam *catfishing* tidak selalu memiliki niat yang merugikan orang lain seperti penipuan lawan kencan dan meminta uang, barang, atau hal tertentu. Akan tetapi penggunaan *false identity* merupakan cara pengguna Tinder menutupi identitas mereka, saat mereka merasa inferior karena penampilan fisik mereka. Selain itu, para pengguna juga memahami bahwa apa yang mereka lakukan merupakan tindakan kebohongan. Kegiatan yang ditunjukkan oleh pengguna Tinder tersebut mendukung gagasan Shah (dalam Globalnews.ca, 2017) yang mengungkapkan bahwa pelaku *catfishing* menyadari apa yang mereka lakukan adalah kebohongan, dan menganggap kebohongan tersebut bukanlah masalah besar. Pengguna Tinder tersebut juga memahami batasan-batasan yang tergolong dalam tindakan pelanggaran hukum. Maka dari itulah, pengguna Tinder ini tidak menggunakan foto orang lain maupun identitas orang lain selama beraktivitas di Tinder. Mereka memahami bahwa kegiatan tersebut merupakan bentuk kebohongan yang tergolong penipuan berupa pencurian identitas yang tentu saja memiliki dampak negatif yang merugikan orang lain dan dapat menjadi bentuk pelanggaran hukum.

Dengan adanya pemahaman tersebut, para pengguna menggunakan jalan aman yaitu dengan menggunakan foto asli mereka sendiri yang telah disunting, foto lama mereka, foto mereka yang sengaja dibuat tidak jelas, dan foto benda atau objek bukan manusia yang menunjukkan keterkarikan mereka. Selain itu, mereka juga memahami bahwa pengguna Tinder lain juga menggunakan cara yang sama. Bahkan mereka juga memahami bahwa terdapat penggunaan *false identity* dalam *catfishing* dalam Tinder yang memiliki niat yang merugikan orang lain seperti penipuan. Seperti yang diungkapkan oleh Steve Joorden, yang mengutarakan bahwa *false identity* dalam *catfishing* tidak hanya sebatas agar dapat menarik pasangan potensial dan berkenalan lebih jauh, tapi terdapat potensi bahwa terdapat pelaku *catfishing* yang bertujuan untuk menipu lawan kencan dan meminta uang, barang, atau hal tertentu. Jadi, motif dalam melakukan *catfishing* adalah sesuatu yang mengarah kepada tindak kriminal seperti penipuan, *scam*, atau *fraud*. Dari sinilah, perlu ditekankan kehati-hatian dalam mengungkapkan identitas asli mereka pada pengguna lain dan dalam melakukan interaksi dengan pengguna lain di Tinder.

SIMPULAN

Motif *catfishing* dalam menggunakan media *onlinedating* Tinder bermacam-macam. Terkait tujuan dari *catfishing* di Tinder sendiri, para informan mengungkapkan bahwa penggunaan foto profil dengan tampilan yang lebih bagus bertujuan untuk memudahkan mereka untuk mendapatkan teman seperti yang mereka inginkan melalui Tinder. Terkait tercapai atau tidaknya tujuan tersebut, seluruh informan mengungkapkan bahwa tujuan mereka tercapai dengan beberapa kali percobaan. Banyak yang mengungkapkan bahwa dari berkenalan dengan pengguna lain di Tinder, banyak yang mengalami kecocokan dan melanjutkan pertemanan di kehidupan nyata, mengobrol melalui akun *mobile messenger* dengan akun asli, bahkan ada yang berkencan di kehidupan nyata. Terkait tanggapan kepuasan yang mereka rasakan selama menggunakan Tinder, lima informan mengungkapkan kepuasan mereka menggunakan Tinder dan satu informan yang menyatakan sedikit tidak puas dengan aktivitas yang ia lakukan di Tinder.

Dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa *self-presentation* yang ditampilkan oleh para pengguna Tinder adalah dengan tidak menggunakan foto atau identitas asli mereka. Hal inilah yang mengarah pada *false identity* yang berujung pada *catfishing* yang menekankan bahwa praktik menggunakan identitas yang keliru atau fiktif yang berpotensi terjadi dalam media *online* khususnya media sosial. Cakupan *self-presentation* yang ditunjukkan dalam penelitian ini tidak sampai pada *false identity* atau *catfishing* melalui pencurian identitas. Pengguna Tinder dalam penelitian ini cenderung menggunakan foto asli mereka yang telah mereka sunting agar terlihat



lebih baik dan mendekati ideal yang disukai oleh pengguna Tinder, menggunakan foto lama mereka yang dinilai lebih baik dan mendekati ideal, mengaburkan foto asli mereka, menggunakan foto asli mereka tapi tidak menggunakan nama asli, hingga menggunakan foto benda-benda atau objek yang menjadi minat mereka untuk menunjukkan minat dan hobi mereka pada pengguna lain. Dalam penelitian ini tidak ditemukan pengguna yang menggunakan identitas orang lain yang sudah ada baik dengan menggunakan foto orang lain maupun identitas yang menunjukkan seseorang yang ada di kehidupan nyata.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, N. L., & Rahardjo, T. (2019). PENGELOLAAN HUBUNGAN ANTAR PRIBADI DARI PASANGAN YANG BERKENALAN MELALUI TINDER. *Interaksi Online*, 27(3), 93-102.
- Ascentia, L. (2020). *Proses Menjalin Hubungan Interpersonal Melalui Aplikasi Kencan Online Tinder* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- D'Costa, K. (2014). Catfishing: The truth about deception online. *Scientific American*, Anthropology in Practice. Retrieved from <https://blogs.scientificamerican.com/anthropology-in-practice/catfishing-the-truth-about-deception-online>.
- Herdianti, A. H. (2018). *Pencarian jodoh melalui aplikasi tinder di era digital* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Hildebrandt, L. (2015). "Media and Self Representative Perceptions: Deception in OnlineDating". Honors College Theses. Paper 149.
- Ingram, G. P., Enciso, M. I., Eraso, N., García, M. J., & Olivera-La Rosa, A. (2019). Looking for the Right Swipe: Gender Differences in Self-Presentation on Tinder Profiles. *Annual Review of Cybertherapy And Telemedicine 2019*, 149.
- Luhukay, M. S. (2013). *Online Impression Management Dalam Facebook Capres RI PEMILU 2014 (Comparative Content Analysis Pada Isi Facebook Wiranto, Prabowo, Hatta Rajasa dan Aburizal Bakrie)* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- Manu, N. P. C., Joni, I. D. A. S., & Purnawan, N. L. R. (2017). Self Disclosure Pengguna Aplikasi Kencan Online (Studi pada Tinder). *E-jurnal Medium1*(1): 1-9
- Nadya, K., & Hidayat, D. (2016). Makna hubungan antarpribadi melalui media online tinder. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, 3(1).
- Putra, P.P. (2013). Psychoanalytical Analysis On Hannibal Lecter And Buffalo Bill Characters As Seen In The Silence Of The Lambs And Hannibal Rising By Thomas Harris. *Vivid: Journal of Language and Literature*, 2(2): 17-29
- Putri, N. F. (2020). *MEDIA SOSIAL DAN CITRA DIRI PALSU (Studi Kasus tentang Citra Diri di Instagram Pada Lingkungan Mahasiswa Universitas Pertamina)*.
- Romanov, A. (2017). *Detection of Fake Profiles in Social Media*. University of Jyväskylä, Finland
- Rusmana, A. (2015). Penipuan dalam interaksi melalui media sosial (kasus peristiwa penipuan melalui media sosial dalam masyarakat berjejaring). *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 3(2), 187-194.
- Sibarani, F. R. D. (2018). *Analisis Desain User Interface Dan User Experience terhadap Fenomena Media Sosial Tinder* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Simmons, M., & Lee, J. S. (2020, July). Catfishing: A Look into Online Dating and Impersonation. In *International Conference on Human-Computer Interaction* (pp. 349-358). Springer, Cham.
- Solovyeva, O., & Logunova, O. (2018, May). Self-presentation Strategies Among Tinder Users: Gender Differences in Russia. In *International Conference on Digital Transformation and Global Society* (pp. 474-482). Springer, Cham.
- Waluyo, L. S., & Revianti, I. (2019). Pertukaran Sosial dalam Online Dating (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tinder di Indonesia). *Informatik: Jurnal Ilmu Komputer*, 15(1), 21-38.

