

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Landasan Teoritis

1. Teori Kognitif Sosial

Kognitif sosial ini merupakan nama dari teori psikologi Albert Bandura, dilihat dari asal katanya maka ia terdiri dari dua kata yaitu kognitif dan sosial. Bila kita maknai satu persatu maka kognitif merupakan istilah yang berasal dari *cognition* yang semakna dengan *knowing* artinya mengetahui.

Dalam ranah psikologi istilah kognitif dimaksudkan pada hal-hal terkait perilaku mental yang berhubungan dengan pemahaman, pertimbangan, pengolahan informasi, pemecahan masalah, kesenjangan, dan keyakinan. Sedangkan kata sosial adalah dimaksudkan pada lingkungan sosial manusia yaitu bagian dari lingkungan hidup manusia yang meliputi wilayah yang menjadi tempat berlangsungnya interaksi sosial antar berbagai kelompok dan pranatanya dengan simbol dan nilai serta norma tertentu yang berlaku di dalamnya,

Menurut Eka Nova Irawan dalam Buku Pintar Pemikiran Tokoh-Tokoh Psikologi dari Klasik sampai Modern (2015), Teori Kognitif Sosial berfokus pada kapasitas seseorang mempelajari suatu hal tanpa mengalaminya secara langsung. Karena termasuk salah satu teori belajar, teori Kognitif Sosial sering juga digunakan untuk mengkaji bidang komunikasi massa, komunikasi kesehatan, dan komunikasi interpersonal.

Menurut Bandura (dalam Muliati Abdulla, Sri 2019:87), menjelaskan bahwa *triadic reciprocal determinism* merupakan model yang terdiri dari tiga

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





faktor yang mempengaruhi perilaku yaitu lingkungan (E), individu (P), dan perilaku (B) itu sendiri. Pada dasarnya, Bandura percaya bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan karakteristik pribadi. Komponen lingkungan terdiri dari lingkungan fisik di sekitar individu yang berpotensi memperkuat rangsangan, termasuk juga lingkungan sosial yaitu orang-orang yang hadir (atau tidak). Lingkungan mempengaruhi intensitas dan frekuensi perilaku, seperti perilaku itu sendiri dapat memiliki dampak terhadap lingkungan. Bahwa asumsi dasar dari teori kognitif sosial adalah perilaku seseorang merupakan hasil dari 3 faktor, yaitu:

a) Lingkungan

Harapan manusia, keyakinan, kondisi emosi dan kompetensi kognitif dikembangkan dan dimodifikasi oleh pengaruh sosial yang menyampaikan informasi dan mengaktifkan reaksi emosional melalui pemodelan, instruksi dan persuasi sosial. Lingkungan sosial akan memberikan reaksi yang berbeda terhadap karakteristik fisik individu, seperti usia, ukuran badan, ras, dan jenis kelamin, dan daya tarik fisik, terlepas dari apa yang mereka katakan ataupun lakukan. Orang yang sama dapat mengaktifkan reaksi sosial yang berbeda tergantung dari peran dan status yang diberikan oleh lingkungan sosial mereka.

b) Individu

Mencakup semua karakteristik diri yang telah terbangun sejak masa lalu hingga kini. Kepribadian dan faktor kognitif memainkan peranan penting dalam menyebabkan bagaimana seseorang berperilaku, termasuk semua harapan individu, keyakinan, dan karakteristik kepribadian yang unik.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

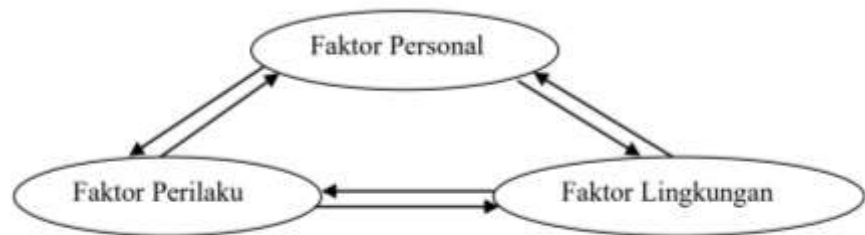
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c) Perilaku

Mencerminkan interaksi antara pikiran, harapan, keyakinan, persepsi diri, tujuan, dan niat yang memberi bentuk dan arah ke perilaku. Apa yang orang pikirkan, percaya, dan rasakan, mempengaruhi bagaimana mereka berperilaku. Efek alami dan ekstrinsik dari tindakan mereka, pada gilirannya sebagian akan menentukan pola pikir mereka dan reaksi emosional.



Sumber: Muliati Abdulla, Sri (2019:87) *Social foundations of thought and action : A social cognitive theory*, 1986

Gambar 2. 1

Model Triadic Reciprocal Determinism

Interaksi antara ketiga faktor ini disebut *triadic reciprocal determinism*. Hubungan sebab akibat timbal balik antara faktor personal (P) dan faktor perilaku (B), $P \leftrightarrow B$ mencerminkan interaksi antara pikiran, harapan, keyakinan, persepsi diri, tujuan, dan niat yang memberi bentuk dan arah ke perilaku. Apa yang orang pikirkan, percaya, dan rasakan, mempengaruhi bagaimana mereka berperilaku.

Segmen $P \leftrightarrow E$ merupakan hubungan interaktif antara karakteristik pribadi (P) dan pengaruh lingkungan (E). Harapan manusia, keyakinan, kondisi emosi dan kompetensi kognitif dikembangkan dan dimodifikasi oleh pengaruh sosial yang menyampaikan informasi dan mengaktifkan reaksi emosional

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



melalui pemodelan, instruksi dan persuasi sosial.

Segmen penyebab hubungan timbal balik antara faktor perilaku (B) dan lingkungan (E), yaitu $B \leftrightarrow E$ merupakan hubungan saling mempengaruhi antara perilaku dan lingkungan. Dalam transaksi sehari-hari, perilaku mengubah kondisi lingkungan, pada gilirannya akan diubah oleh kondisi yang menciptakan.

Faktor-faktor dalam model *triadic reciprocal determinism* tidak berjalan dengan cara interaksi holistik yang simultan. Resiprokal tidak berarti pengaruh terjadi secara bersamaan. Meskipun masing-masing faktor melibatkan proses pengaruh yang berjalan dua arah, namun pengaruh-pengaruh mutual dan efek resiprokal mereka tidak muncul secara bersamaan. Faktor-faktor penyebab membutuhkan waktu untuk mengerahkan pengaruhnya.

Asumsi lain juga mengatakan bahwa Teori Kognitif Sosial adalah pembelajaran manusia terjadi di lingkungan sosial dengan mengamati orang lain. Proses ini kemudian yang menggiring manusia pada pengetahuan, peraturan, sikap, keterampilan, strategi, dan keyakinan akan suatu hal.

2. Respon

Menurut Jalaludin Rakhmat (dalam Chairunnisa, Connie, 2017:6), respon adalah suatu kegiatan (*activity*) dari organisme itu bukanlah semata-mata suatu gerakan yang positif, setiap jenis kegiatan yang ditimbulkan oleh suatu perangsang dapat juga disebut respon. Secara umum respon atau tanggapan dapat diartikan sebagai hasil atau kesan yang didapat (ditinggal) dari pengamatan tentang subjek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan.

Menurut Chairunnisa, Connie (2017:6), istilah respon dalam

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan memunyai hasil atau setelah komunikasi dinamakan efek. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi terhadap suatu pesan yang dilancarkan oleh komunikator.

Respon dengan istilah balik (feedback) yang memiliki peranan atau pengaruh yang besar dalam menentukan baik atau tidaknya suatu komunikasi. Dengan adanya respon yang disampaikan dari komunikan kepada komunikator maka akan menetralsisir kesalahan penafsiran dalam sebuah proses komunikasi.

Para ahli dalam menafsirkan respon antara satu dan lainnya berbeda. Tetapi walaupun para ahli berbeda-beda dalam mendefinisikan tanggapan, kesemuanya memiliki titik kesamaan. Tanggapan yang dilakukan seseorang dapat terjadi jika terpenuhi faktor penyebabnya. Hal ini perlu diketahui supaya individu yang bersangkutan dapat menanggapi dengan baik. Pada proses awalnya individu mengadakan tanggapan tidak hanya dari stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitar.

Tidak semua stimulus yang ada persesuaian atau yang menarik darinya. Dengan demikian maka akan ditanggapi adalah individu tergantung pada stimulus juga bergantung pada keadaan individu itu sendiri. Dengan kata lain, stimulus akan mendapatkan pemilihan dan individu akan bergantung pada 2 faktor, yaitu:

a. Faktor Internal

Yaitu faktor yang ada dalam diri individu manusia itu sendiri dari dua unsur yakni rohani dan jasmani. Seseorang yang mengadakan tanggapan terhadap stimulus tetap dipegaruhi oleh eksistensi kedua unsur tersebut. Apabila terganggu salah satu unsur saja, maka akan melahirkan hasil tanggapan yang

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

berbeda intensitasnya pada diri individu yang melakukan tanggapan atau akan berbeda tanggapannya tersebut antara satu orang dengan orang lain. Unsur jasmani atau fisiologis meliputi keberadaan, keutuhan dan cara kerja atau alat indera, urat syaraf dan bagian-bagian tertentu pada otak. Unsur-unsur rohani dan fisiologisnya yang meliputi keberadaan dan perasaan (feeling), akal, fantasi, pandangan jiwa, mental, pikiran, motivasi, dan sebagainya.

b. Faktor Eksternal

Yaitu faktor yang ada pada lingkungan. Faktor ini intensitas dan jenis benda perangsang atau orang menyebutnya dengan faktor stimulus. Bimo walgito dalam bukunya menyatakan bahwa faktor psikis berhubungan dengan objek menimbulkan stimulus dan stimulus akan mengenai alat indera

Istilah respon dalam komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan mempunyai hasil atau dalam setelah komunikasi dinamakan efek. Respon seseorang dapat dalam bentuk baik atau buruk, positif atau negatif. Apabila respon positif maka orang yang bersangkutan cenderung untuk menyukai atau mendekati objek, sedangkan respon negatif cenderung untuk menjauhi objek tersebut. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi terhadap pesan yang dilancarkan oleh komunikator. Menurut Steven M. Chaferespon (dalam Chairunnisa, Connie, 2019:8) dibedakan menjadi tiga bagian:

(1) Kognitif: yang dimaksud dengan respon kognitif adalah respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perubahan terhadap yang dipahami oleh khalayak.

- (2) Afektif: yang dimaksud dengan respon afektif adalah respon yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu.
- (3) Konatif (Psikomotorik): yang dimaksud dengan psikomotorik adalah respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau kebiasaan.

Oleh karena itu proses perubahan sikap tersebut tergantung pada keselarasan antara diri sendiri dan orang lain, apakah strategi stimulus tersebut dapat diterima oleh orang lain atau sebaliknya tidak dapat diterima. Dari teori di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa respon adalah akibat yang disertai adanya stimulus, yang berupa perbuatan atau tindakan yang dapat diamati secara langsung. Hasil dari pada respon ini berupa responsif atau tidak responsif, responsif sendiri bermakna reaksi.

3. Pengertian Berita

Berita berasal dari bahasa sansekerta, yaitu Vrit artinya ada atau terjadi. Dalam bahasa Inggris "write", sebagian ada yang menyebut dengan Vritta yang artinya kejadian atau yang telah terjadi. Vritta dalam bahasa Indonesia kemudian menjadi berita atau warta. Dalam pemberitaan harus memiliki nilai apakah masih baru, menarik, dan penting melalui media massa baik media cetak maupun elektronik. Ada beberapa jenis berita menurut As Haris Sumandiria yang sering digunakan oleh seorang wartawan, yang ada di dalam media cetak ialah:

- a. *Straight news* adalah laporan langsung tentang suatu peristiwa. Berita ini

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



biasanya ditulis dengan unsur 5W+1H: *what, who, when, where, why* dan *how*.

- b. *Indepth news* adalah berita mendalam, dan biasanya merujuk padaliputan investigasi atau wawancara mendalam dengan narasumber.
- c. *Comprehensive news* merupakan laporan tentang fakta, salah satunya dengan menggabungkan beberapa fakta sehingga nampak emosionalnya kelihatan.
- d. *News features* yaitu berita yang menampilkan suatu pengalaman tertentu atau *review*. Berita ini umumnya berisi cerita atau narasai, yang ringan tentang fakta dan data yang dibawakan reporter dengan luwes.
- e. Investigasi adalah berita yang ditampilkan berdasarkan hasil penelitian dan penyelidikan sendiri, untuk mendapatkan informasi fakta yang tersembunyi demi tujuan tercapainya sebuah berita.
- f. *Editorial writing* adalah pikiran sebuah lembaga yang telah diuji di depan audience umum. *Editorial*, menampilkan fakta dan opini yang menafsirkan tentang suatu berita yang dapat berpengaruh pada khalayak.

Ada pula ada unsur nilai dalam sebuah berita sebagai berikut, Unsur Nilai Berita Didalam berita, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi untuk menilai apakah sebuah peristiwa mempunyai unsur nilai berita atau tidak, unsur nilai yang harus dimiliki adalah sebagai berikut:

- a. Penting yaitu berpengaruh terhadap seluruh masyarakat, suatu peristiwa harus berdampak bagi pembacanya.
- b. Terbaru yaitu memuat peristiwa yang terkini untuk diberitakan. Karena kejadiannya belum lama, hal ini menjadi aktual atau masih hangat dibicarakan umum.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- c. Sentuhan manusiawi yaitu sesuatu yang menyentuh rasa kemanusiaan, menggugah hati dan rasa iba.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

4. Media Online

Melihat pada era sekarang ini dimana perkembangan teknologi semakin meningkat, maka tidak dipungkiri lagi bahwa membawa pengaruh juga kepada kebutuhan manusia yang semakin besar. Dalam kehidupan sehari-hari individu pasti memerlukan informasi maupun hiburan dalam kehidupannya. Salah satu cara untuk mendapatkannya yaitu melalui penggunaan teknologi dari media online.

Oetomo (dalam Sigit Pramudito, 2018) menjelaskan bahwa terlihat jelas ada perbedaan antara media *online* dengan media informasi lainnya seperti radio dan televisi, yaitu pada media *online* memiliki kemampuan untuk dapat melakukan koneksi antara komputer yang satu dengan komputer lainnya sekaligus media online juga mampu menjadi sebagai *broadcaster* (penyebaran informasi) dan *receiver* (penerima informasi).

Media *online* termasuk dalam golongan dari media massa yang memiliki sifat populer dan kekhasannya yang mana dalam penggunaan media diharuskan memiliki jaringan teknologi internet, serta media online bisa diartikan juga sebagai media massa yang tersaji secara online yang berada di situs web (*website*) internet.

Sedangkan menurut Suryawati (dalam Sahrul Gunawan, 2017:22), menjelaskan media *online* secara singkat, yaitu media *online* merupakan gabungan proses media cetak dengan menuliskan sebuah informasi yang disalurkan dengan melalui elektronik, namun juga berhubungan dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



komunikasi personal perorangan.

Menurut Romli (dalam Rusitasari, Sugandi dan Hairunnisa, 2018:162) bahwa pengertian media *online* secara umum yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara, yaitu seperti *email*, *mailing list (milis)*, *website*, *blog*, *whatsapp* dan media sosial. Sosial media dan pengertian secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa yang mempunyai karakteristik tertentu, maka media *online* memiliki pengertian yang hampir sama dengan media massa. Hanya saja pada media *online* khalayak harus melibatkan jaringan internet untuk dapat bertukar atau menyebarluaskan suatu data maupun informasi yang dibutuhkan oleh khalayak luas. Berdasarkan dari beberapa pendapat yang sudah diutarakan diatas, maka dapat diambil garis besar bahwa media *online* merupakan jaringan luas yang melalui komputer dengan memiliki fungsi untuk dapat menyebarluaskan serta membagikan data.

Media *online* tergolong kedalam media massa, yang mana pada media *online* memanfaatkan jaringan internet agar dapat mengakses apa yang dibutuhkan oleh individu. Diungkapkan oleh Yunus bahwa macam media massa diantaranya yaitu media cetak dan media elektronik yang bisa disebut juga sebagai media online.

Begitu pula menurut Romli (dalam Riski Purwo Darminto, 2017:24) pada fungsi dari media online sama halnya dengan fungsi media massa, hanya saja pada media online menggunakan elektronik sebagai alatnya. Terdapat dua fungsi aktivitas yaitu fungsi nyata (*manifest function*) yaitu fungsi nyata yang diinginkan oleh individu dan fungsi tidak nyata atau tersembunyi (*latent*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



function), yaitu fungsi yang tidak diinginkan oleh individu, yang mana setiap fungsi sosial pada individu itu memiliki efek fungsional dan disfungsional.

Selain fungsi nyata dan fungsi tidak nyata, setiap aktivitas sosial individu juga berfungsi untuk melahirkan fungsi-fungsi sosial yang lain, bahwa setiap individu pasti memiliki kemampuan beradaptasi yang sempurna, sehingga setiap fungsi sosial yang dianggap dapat membahayakan untuk dirinya, meskipun individu akan menganggap bahwa ada fungsi sosial yang dapat membahayakan dirinya, maka individu akan mengubah fungsi tersebut menjadi suasana yang lebih diinginkan oleh individu.

5. Aplikasi Kencan

Dewasa ini mulai bermunculan aplikasi kencan online, yang mana pada aplikasi ini akan mempertemukan individu-individu yang sebelumnya tidak saling mengenal kemudian akan mengenal satu sama lain. Aplikasi kencan online menyediakan ruang obrolan bagi mereka yang sama-sama saling ada ketertarikan satu sama lain. Namun jangan sampai terlupakan bahwa aplikasi seperti ini juga tidak menutup kemungkinan bahwa ada bahaya yang akan ditimbulkan dibalik kesenangan dalam penggunaannya.

Menurut Sari (2015, diakses pada 20 April 2023), berikut beberapa kelebihan dari penggunaan aplikasi kencan *online*, yaitu:

- a. Mudah digunakan, Kei Savourie seorang pakar percintaan, menyatakan bahwa Tinder memiliki desain yang cukup sederhana. Fitur yang ditawarkan dalam aplikasi kencan *online* sangat mudah untuk digunakan, serta jelas dan tanpa perlulatihan terlebih dahulu. Hanya dengan bermodalkan handphone dan jaringan internet, pencarian jodoh sudah bisa dimulai.



- b. Cepat, Kei Savourie juga mengungkapkan bahwa dalam dunia maya banyak orang bisa bertemu dan berkenalan dengan berbagai orang diluar sana, hanya dalam waktu singkat dan cukup menekan tombol atau sentuh layar.
- c. Relatif Aman, relatif aman yang dimaksudkan yaitu pengguna bisa mengatur akan dengan siapa pengguna ingin berbicara melalui fitur *chatroom*. Apabila pengguna merasakan ketidak cocokan dengan kriteria yang diinginkan atau mendapatkan pesan yang menjurus kearah seksual yang tidak diinginkan maka pengguna bisa menyudahi percakapan dengan memilih *unmatch*, sehingga pesan-pesan tersebut tidak muncul lagi.
- d. Kemudahan dalam menolak, bahwa keuntungan dari aplikasi ini adalah individu bisa dengan mudah menolak orang yang tidak sesuai dengan keinginan dirinya yang sesungguhnya tanpa harus merasa bersalah dengan bertemu langsung dengan orang yang sudah di tolak.

Menurut Pramitha (2016, diakses pada 20 April 2023) Berikut kelemahan dari aplikasi kencan *online*, yaitu:

- a. Tidak mampu memprediksikan hubungan yang baik, bahwa pengguna aplikasi kencan rawan untuk tidak bisa memilih kualitas penting dari mencari pasangan. Banyak dari pengguna yang merasa cocok hanya karena orang tersebut menyenangkan tapi tidak memiliki kualitas diri yang baik.
- b. Menjadi Pemilih dan Suka Menghakimi, sebuah ungkapan dari Asosiasi Ilmu Psikologi di Amerika Serikat bahwa beberapa orang pengguna aplikasi kencan *online* menjadi pribadi yang lebih suka menghakimi dan menjadi pemilih dibandingkan dengan sebelumnya, selain itu juga

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pengguna mejadi lebih sering membatalkan hubungan karena teman kencan tidak sempurna.

- c. Hubungan Terlampau Singkat, data hasil penelitian dari Universitas Negeri Michigan, terdapat 28 persen pengguna yang menemukan pasangan pada aplikasi kencan online tidak akan bertahan lebih dari satu tahun, berbeda dengan pasangan yang memulai hubungan dengan pertemuan secara langsung.
- d. Tak Benar-benar Mencari Pasangan, jika tidak semua lelaki benar-benar serius mencari jodoh melalui aplikasi kencan online. Karena tidak jarang juga bahwa banyak lelaki yang hanya memuaskan hasrat seksualnya saja.
 - e. Identitas Palsu, bahwa berdasarkan pada data dari lembaga survei *Opinion Matters*, terdapat sebanyak 53 persen pengguna kencan *online* di Amerika Serikat pernah berbohong. Ditemukan lebih dari 20 persen pengguna perempuan mengunggah foto dirinya dengan yang lebih muda. Kemudian ditemukan 40 persen pengguna laki-laki sering berbohong mengenai kondisi keuangan mereka.

Berdasarkan data dari beberapa *website* diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sudah banyak orang yang sudah mengenal aplikasi kencan online. Terdapat berbagai macam kelebihan serta kelemahan yang ditimbulkan dengan hadirnya aplikasi kencan *online* ini. Untuk bisa mengurangi dampak negatif, maka kelebihan dan kelemahan pada aplikasi ini bisa menjadi tolak ukur individu untuk lebih bijak menggunakan aplikasi kencan online, terlebih lagi melihat perkembangan jaman semakin pesat dengan kebutuhan individu yang semakin tinggi, maka tidak menutup kemungkinan untuk lahirnya tindakan kejahatan yang dilakukan oleh pengguna-pengguna aplikasi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Melansir dari CNET, aplikasi kencan online terbaik dan populer pada tahun 2022, sebagai berikut; Bumble, Tinder, OkCupid, Hinge, Coffee Meets Bagel, Happn, Her. Peneliti menguraikan aplikasi kencan online berdasarkan artikel yang di rilis oleh Lifestyle.konton.co.id sebagai berikut:

a. Bumble

Bumble memberi kesempatan pada wanita untuk memulai pembicaraan terhadap pengguna yang telah cocok dengan kriterianya, namun bumble hanya memberi waktu 24 jam untuk pengguna saling berhubungan, bila 1 pihak tidak membalas pesan selama 24 jam maka secara otomatis pengguna akan berhenti terhubung dengan calon kencannya.

b. Tinder

Tinder merupakan salah satu aplikasi kencan online yang sangat terkenal dan banyak digunakan oleh pengguna di banyak negara, tinder membantu penggunanya untuk mencari pasangan untuk berkencan, mencari teman, teman kencan kasual, ataupun Long Term Relationships.

c. OkCupid

OkCupid merupakan salah satu aplikasi kencan online yang mempertemukan penggunaannya berdasarkan ketertarikan dan hobi yang sama, seperti fotografi atau hal lain yang sama. OkCupid sedikit mirip dengan tinder karena berasal dari satu perusahaan yang sama.

d. Hinge

Hinge telah merancang aplikasi membuat profil penggunanya lebih menarik, selain itu Hinge juga memberikan penggunanya untuk menampilkan banyak informasi berguna yang dapat menjadi bahan diskusi

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

1.	Judul Penelitian	Respon Masyarakat Kliwonan Terhadap Program Siaran Di Stasiun Tv Komunitas - Grabag Tv
	Penulis/Peneliti	Tri Heni Prasetyowati
	Metode Penelitian	Kuantitatif – Kualitatif
	Hasil Penelitian	Siaran-siaran sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat, tetap pengemasan siarannya harus dibuat lebih variatif lagi agar masyarakat semakin tertarik untuk menontonnya sehingga Grabag TV juga akan semakin eksis dalam dunia penyiaran
	Tahun Penelitian	2015
2.	Judul Penelitian	Model Perilaku Menyusui Asi Eksklusif Di Kalangan Ibu Bekerja: Sebuah Penerapan Teori Kognitif Sosial
	Penulis/Peneliti	Niken Permata Sari
	Metode Penelitian	Kuantitatif
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa internal locus of control berpengaruh positif signifikan pada efikasi diri. Penelitian ini juga mengkonfirmasi pengaruh positif signifikan efikasi diri dan hasil yang diharapkan pada niat menyusui ASI eksklusif. Selanjutnya, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor struktur sosial mempunyai pengaruh yang tidak signifikan pada niat menyusui ASI eksklusif.
	Tahun Penelitian	2017

1. Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3.	Judul Penelitian	Representasi Generasi Milenial di Online Dating (Studi Kasus: Para Pengguna Situs Online Dating Tinder).
	Penulis/Peneliti	Rosa Melyna Mazlin
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian	Alasan utama generasi milenial dalam memilih menggunakan online dating Tinder sebagai bentuk pertahanan diri untuk menolak realita yang membuatnya sakit. Sedangkan Melalui konsep Ritzer tentang McDonalalisasi peneliti temukan faktor pendukung berupa kecenderungan generasi milenial yang memiliki keinginan untuk mendapatkan banyak hal dengan minim usaha. Melalui dorongan-dorongan tersebut, teori Representasi Stuart Hall dapat terbongkar, dan dapat diperoleh hasil bahwa, representasi generasi milenial dalam online dating Tinder merupakan bentuk “promosi diri” yang memosisikan dirinya dengan sebaik mungkin agar berbagai bentuk kebutuhannya dapat dengan mudah terpenuhi.
	Tahun Penelitian	2020

4.	Judul Penelitian	Keterbukaan diri pada pengguna aplikasi online dating ditinjau dari harga diri dan kepercayaan
	Penulis/Peneliti	Anisya Caertine Azura Muninggar
	Metode Penelitian	Kuantitatif
	Hasil Penelitian	Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan $r_{xly} = 0,398$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,01$), artinya terdapat hubungan positif signifikan antara kepercayaan dengan keterbukaan diri. Uji korelasi pada hipotesis ketiga menunjukkan $r_{x2y} = 0,027$, $p = 0,631$ ($p > 0,01$), yang artinya tidak ada hubungan antara harga diri dengan keterbukaan diri berarti hipotesis ketiga ditolak.
	Tahun Penelitian	2023

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

seperti kecendrungan politik, agama, frekuensi mengonsumsi alkohol dan tingkat minat untuk memiliki anak.

e. Coffee Meets Bagel

Aplikasi ini menawarkan kecocokan kencan dengan kualitas yang lebih baik kepada orang-orang dengan mengirimkan rekomendasi calon kencan yang telah di kuratori setiap siang.

f. Happn

Happn mencocokkan penggunanya dengan orang-orang berada di sekitar penggunanya, hal tersebut memudahkan penggunanya untuk mempercepat pertemuan dengan calon kencannya.

g. Her

Her merupakan aplikasi kencan yang diperuntukan untuk pengguna yang dikhususkan untuk para LGBT. Dirancang untuk wanita *biseksual, lesbian, dan queer*.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5.	Judul Penelitian	Pemanfaatan Aplikasi Kencan Online Dan Strategi Komunikasi PSK dalam Praktik Prostitusi Di Aceh
	Penulis/Peneliti	Badratul Nadilla
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa PSK di Aceh memanfaatkan aplikasi umum di smartphone yang ada di masyarakat untuk mempromosikan dirinya dengan tujuan prostitusi. Para PSK di Aceh menggunakannya dengan cara memperlihatkan profil personalnya PSK, serta menampilkan simbol atau bahasa yang digunakan oleh PSK secara umum.
	Tahun Penelitian	2022

6.	Judul Penelitian	Penerimaan remaja surabaya terhadap berita negatif pada aplikasi kencan online tinder (Studi Etnografi Virtual Pada Aplikasi Tinder)
	Penulis/Peneliti	Annisa Dwi Safitri
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar remaja termasuk dalam kategori negotiated position dimana mereka berpendapat bahwa dengan adanya pemberitaan negatif pada aplikasi kencan online tersebut dapat menimbulkan perasaan cemas dan khawatir dalam penggunaan tinder, namun dengan adanya berita negatif tersebut mereka menjadi pengguna yang lebih berhati-hati dan selektif dalam memilih match.
	Tahun Penelitian	2022

7.	Judul Penelitian	Pengaruh Perilaku Menyimpang Pengguna Tinder Terhadap Citra Aplikasi Kencan Tinder
	Penulis/Peneliti	Yolanda Natasia Letare
	Metode Penelitian	Kuantitatif
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner didistribusikan secara acak kepada 100 responden. Hasil penelitian ini adalah perilaku menyimpang berpengaruh kuat, negatif dan signifikan terhadap membangun citra aplikasi di mata konsumen.
	Tahun Penelitian	2022

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

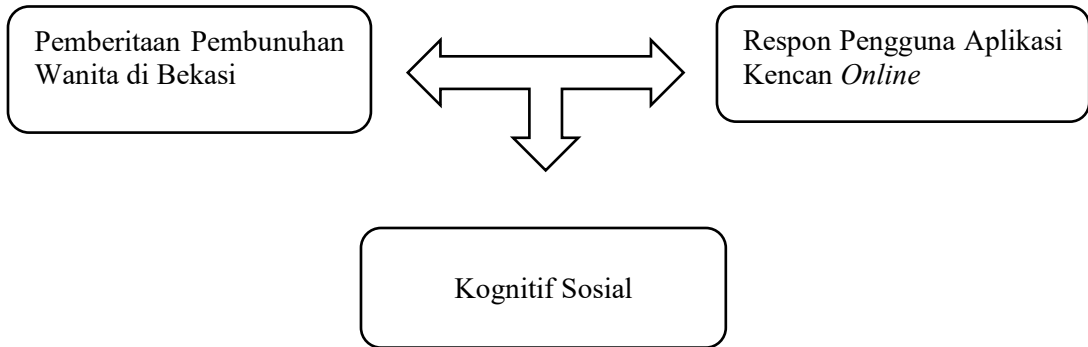
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Kerangka Pemikiran

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Sumber: Kerangka Pemikiran

Gambar 2. 2
Kerangka Pemikiran

Penelitian dengan judul “Respon Pengguna Aplikasi Kencan *Online*

Terhadap Pemberitaan Kasus Mutilasi Wanita Di Bekasi” terdiri satu variabel independent (X). Variabel respon, merupakan variabel pada pengguna aplikasi

kencan *online*. Dimensi respon yang dimaksud terdiri dari kognitif, afektif, dan konatif.

D Hipotesis

H1: Terdapat respon berupa kognitif (pengetahuan), afektif (perilaku) dan konatif (tindakan) dari pengguna aplikasi kencan *online* terhadap pemberitaan kasus mutilasi wanita di Bekasi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.