

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 *Deception Behavior*

2.1.1.1 Definisi Teoretis *Deception Behavior*

Deception behavior merupakan suatu bentuk kegiatan yang memberikan informasi palsu atau belum pasti benar ke orang lain yang bertujuan agar orang lain percaya dengan informasi tersebut. *Deception* merupakan tindakan penipuan tetapi individu yang memberikan informasi tersebut mengetahui bahwa informasi yang diberikan kepada orang lain merupakan informasi yang salah (Carson, 2010). *Deception behavior* itu merupakan tindakan penipuan atau bohong yang secara sengaja. Untuk melakukan *deception*, orang tersebut menggunakan istilah sebagai kekeliruan untuk menutupi permasalahan yang menyebabkan keyakinan baik disengaja maupun tidak sengaja (Carson, 2010).

Deception behavior merupakan tindakan untuk orang lain percaya apa yang sebenarnya salah dan sengaja menyebabkan keyakinan salah itu diketahui oleh seseorang dan diyakini. Selain itu, perilaku *deception* bisa saja terjadi secara tidak sengaja. Dalam melakukan tindakan *deception*, yang bertujuan untuk menipu dengan membuat suatu pernyataan yang jujur dan benar yang secara sengaja menyiratkan suatu kebohongan. *Deception behavior* merupakan aktivitas yang mengupayakan orang lain agar terdorong untuk mempunyai kesalahan keyakinan tentang apa yang terjadi sebenarnya (Goffman sebagaimana dikutip dalam Utz, 2005). *Deception* merupakan tindakan yang dilakukan dengan sengaja agar individu lain dapat percaya pada suatu informasi yang tidak benar, baik dilakukan secara langsung maupun secara *online* (Moningka & Selviana, 2021).

Walters (2000) mengartikan *deception behavior* atau berbohong sebagai tindakan individu untuk berusaha membohongi orang-orang atau diri sendiri. *Deception behavior* acap kali menjadi perilaku yang tidak baik dan terkadang ada

beberapa *deception behavior* yang merupakan tindakan menyunting atau mengubah. Menyunting atau mengubah tersebut bisa bertujuan untuk berkomunikasi dan berinteraksi, dan menjaga perasaan juga hubungan dengan orang lain. Ada beberapa orang yang dapat menerima kritik atau penilaian dari orang lain, baik di lingkungan dunia nyata maupun dunia maya atau *online*.

Berdasarkan berbagai uraian beberapa tokoh mengenai *deception behavior*, peneliti memutuskan untuk menggunakan definisi dari Moningga & Selviana (2021) sebagai inti dalam penelitian ini karena definisi yang paling relevan dari segi kebaruan teori serta alat ukur yang akan digunakan pada penelitian, serta peneliti menggunakan dimensi-dimensi yang dikembangkan sebagai panduan penyusunan alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Moningga & Selviana (2021), yaitu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *deception behavior* yang terjadi pada individu di media sosial.

2.1.1.2 Dimensi *Deception Behavior*

Menurut Moningga & Selviana (2021) *deception behavior* memiliki beberapa dimensi, yaitu:

1. Mengubah identitas. Mengubah identitas yaitu pengubahan identitas yang tidak semestinya dengan aslinya. Seperti mengganti nama, tempat tinggal dan tanggal lahir.
2. Memperlihatkan diri lebih baik dan menampakkan ciri fisik yang lebih menarik. Dalam hal tersebut, individu cenderung mendeskripsikan dirinya di media sosial dengan memberikan penampilan yang sangat baik, seperti contoh mengunggah konten di media sosial menjadi terlihat lebih menarik, menjadi kurus dan terlihat lebih kaya.
3. Menutupi identitas. Menutupi identitas merupakan penipuan yang tidak menjadi diri sendiri. Menutupi identitas merupakan tindakan yang menggunakan nama atau foto profil individu lainnya di media sosial.

2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Deception Behavior*

Termuat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya *deception behavior* menurut Proudfoot et al. (2013) yaitu:

1. *Impulsiveness*: Didefinisikan sebagai kecenderungan untuk melakukan suatu laku yang cepat serta reaksi yang tidak direncanakan pada stimulus internal atau eksternal tanpa memperhatikan dampak negatif dari reaksi individu atau individu lain. Artinya dengan individu yang impulsif individu akan melakukan apa saja tanpa memikirkan dampak-dampak yang terjadi pada individu. Besar kemungkinan individu melakukan *deception* untuk memenuhi keimpulsifan individu.
2. *Moral Relativity*: *Moral relativity* atau disebut *moral transgression* didefinisikan sebagai pelanggaran moral yang dievaluasi telah melanggar rasa benar dan salah. *Moral transgression* diperlukan untuk perasaan bersalah. Artinya, semakin tinggi kecenderungan individu melanggar moral, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut untuk melakukan *deception*, karena *deception* merupakan salah satu pelanggaran moral.
3. *No Harm to Others*: Didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa tindakan yang dilakukan dapat membahayakan orang lain dan dikaitkan dengan perasaan bersalah. Artinya, semakin tinggi *no harm to others* pada individu maka akan semakin rendah perilaku menyimpang. Apabila *no harm to others* rendah, maka akan semakin tinggi perilaku menyimpang pada individu. Maka dari itu, apabila *no harm ot others* pada individu rendah, maka individu akan melakukan *deception* tanpa memikirkan rasa bersalah.
4. *Guilt*: Didefinisikan sebagai perilaku kesalahan yang melibatkan pelanggaran moral (nyata atau imajinasi) dalam kepercayaan bahwa tindakan individu berkontribusi dengan hasil negatif. Artinya, semakin individu merasa *guilt* maka akan semakin rendah juga perilaku menyimpangnya. Tetapi semakin rendah *guilt* individu, maka akan semakin tinggi perilaku menyimpangnya. Maka dari itu, individu akan

akan melakukan *deception* tanpa merasa bersalah dengan *guilt* yang rendah.

Selain itu, terdapat beberapa faktor menurut (Gerlach & Hertwig, 2019) yang dapat mempengaruhi terjadi *deception behavior*, yaitu:

1. *Normative cues*: Didefinisikan sebagai etika yang memperlihatkan sikap yang berbohong tidak sesuai pada norma-norma etika yang ada dan memberikan informasi yang menipu. Artinya, semakin individu memperlihatkan sikap yang berbohong, maka semakin tinggi *deception* yang dilakukan.
2. *Investigative setting*: Didefinisikan sebagai jarak fisik dengan seseorang yang berbohong dan dapat meningkatkan perilaku tidak jujur. Artinya, jarak menentukan kejujuran individu. Semakin jauh semakin besar peluang individu untuk melakukan *deception*. Sebaliknya, semakin dekat kecil peluangnya individu untuk melakukan *deception*.
3. *Externalities*: Didefinisikan sebagai perilaku tidak jujur yang sensitif terhadap sejauh mana orang lain dirugikan atau mendapat manfaat darinya (Erat et al. sebagaimana dikutip dalam Gerlach & Hertwig, 2019). Artinya, dengan individu melakukan *externalities* bahwa individu dapat melakukan *deception* agar mendapatkan manfaat dari orang lain yang melakukan tindak ketidakjujuran.
4. *Reward size*: Didefinisikan sebagai *reward* hasil dari bertindak jujur sebagai pusat unsur eksperimen pada ketidakjujuran. Artinya, individu yang ingin mendapatkan *reward*, individu melakukan *deception* agar mendapatkan sesuai dengan yang ia inginkan.
5. *Experimental Deception*: Didefinisikan sebagai eksperimen yang memberikan informasi yang salah tentang aspek-aspek dari percobaan. Selain itu juga *experimental deception* cenderung memberikan perilaku yang meningkatkan *self-presentation* untuk mendapatkan keuntungan pada individu (Silverman et al. sebagaimana dikutip dalam Gerlach & Hertwig, 2019). Artinya, individu melakukan *deception* agar mendapatkan keuntungan dari individu yang lainnya.

2.2.1 *Self-presentation*

2.2.1.1 Definisi Teoretis *Self-presentation*

Self-presentation menurut Hogg & Vaughan (2018) yaitu upaya yang disengaja untuk bertindak yang bertujuan untuk membuat kesan tertentu, biasanya menguntungkan, dari diri kita sendiri. *Self-presentation* merupakan perilaku yang mengekspresikan diri sendiri dan berperilaku sesuai dengan yang dirancang untuk membuat gambaran kesan yang menguntungkan dan kesan yang sesuai dengan standar dari seseorang (Myers, 2010). *Self-presentation* mengacu pada kemauan suatu individu untuk menyajikan *image* yang didambakan oleh pihak eksternal atau orang lain serta diri individu sendiri (Myers, 2010).

Presentasi diri menjadi usaha individu agar dapat menciptakan kesan tertentu atau penilaian dari orang lain dengan cara menata kelakuan agar orang lain memberikan penilaian yang cocok dan diharapkan oleh individu (Goffman sebagaimana dikutip dalam (Annisa, 2016).

Bentuk *self-presentation* memiliki berbagai cara untuk mempresentasikannya, salah satunya presentasi diri melalui media sosial, yaitu sebagai *self-presentation* yang terjadi secara *online*. *Self-presentation* yang terjadi secara *online* merupakan cara mengesankan diri pada orang lain melalui daring, tidak secara langsung atau *asynchronus* (Robins & Beer, 2001). *Self-presentation* menurut Michikyan et al. (2014), yaitu menampilkan diri individu dari berbagai macam dimensi seperti *real self*, *ideal self* dan *false self* yang diperlihatkan melalui media sosial secara *online*.

Berdasarkan berbagai uraian dari beberapa tokoh mengenai *self-presentation*, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan teori dari Michikyan et al. (2014) sebagai dasar dalam penelitian ini karena relevan dari segi teori serta alat ukur yang akan digunakan pada penelitian, serta peneliti menggunakan aspek-aspek yang dikembangkan oleh Michikyan et al. (2014) sebagai panduan penyusunan alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini.

2.2.1.2 Dimensi *Self-presentation*

Self-presentation terdiri dari 3 dimensi menurut Michikyan et al., (2014), yaitu:

1. *Real Self*, yaitu perasaan yang sebenarnya yang dirasakan oleh individu dan muncul karena adanya motivasi dari atribut internal, yaitu tampil apa adanya di media sosial.
2. *Ideal Self*, yaitu diri yang karakteristik ideal yang berasal dari atribut ideal seperti aspirasi, harapan, keinginan diri yang memungkinkan individu untuk memperlihatkan versi dirinya baik secara negatif maupun positif, yaitu seperti menunjukkan keinginan diri seperti yang diharapkan individu di media sosial.
3. *False Self*, yaitu perasaan atau perlakuan yang tidak benar bagi diri individu dan berdasarkan alasan yang selalu tidak selalu sama, seperti menipu (informasi yang tidak benar), *exploration* (melakukan tindakan baru), dan *impress others* (memberikan kesan kepada individu lain dengan hal yang individu harapkan).

2.2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Self-presentation*

Perilaku *self-presentation* dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu *social anxiety* (Schlenker & Leary sebagaimana dikutip dalam Umeda, 2019), *self-esteem* (Nastiti & Purworini sebagaimana dikutip dalam Umeda, 2019), dan jenis kelamin (Monago et.al., sebagaimana dikutip dalam Umeda, 2019). Berikut penjelasannya:

1. *Social Anxiety*, yaitu perilaku yang menampilkan diri pada individu yang terkadang memperlihatkan kesan yang diharapkan atau yang tidak diharapkan. Kesan yang diperlihatkan kepada orang lain dapat menimbulkan perilaku yang mengontrol tampilan diri.
2. *Self-esteem*, yaitu perilaku presentasi diri yang dilakukan oleh individu yang diperlihatkan untuk membentuk harga diri yang lebih tinggi daripada semestinya. Hal tersebut terjadi karena adanya keinginan

untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain sehingga memunculkan tindakan menampilkan diri secara luas dan mendalam.

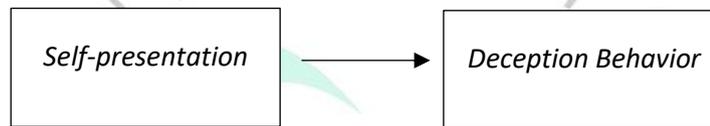
3. Jenis kelamin, laki-laki dan perempuan ingin mengekspos presentasi diri mereka melalui cara yang berbeda. Wanita lebih ingin mempresentasikan dirinya dengan terfokus pada bagian fisik agar mendapatkan daya tarik dari lawan jenis. Sedangkan laki-laki mempresentasikan dirinya lebih kepada daya tarik dan status sosialnya.

2.2 Kerangka Berpikir

Penelitian ini berasal dari fenomena dewasa awal yang mulai memilih dan mencari pasangan untuk dirinya. Hal ini terjadi disebabkan fase dewasa awal merupakan fase dimana individu mulai mencari pasangan. Setiap individu tentunya menginginkan dirinya dipandang dengan persepsi positif agar mendapatkan penerimaan dari calon pasangannya. Dewasa awal yang sedang mencari dan memilih pasangan seringkali merasakan ingin memperlihatkan dirinya menjadi lebih baik bagi calon pasangan.

Dengan perkembangan teknologi yang terjadi saat ini, proses mencari dan memilih pasangan dilakukan melalui media sosial. Media sosial yang digunakan yaitu Instagram, Facebook, Twitter, Whats App, dll. Dalam proses mencari pasangan, individu ingin memperlihatkan *self-presentation* yang terbaik untuk calon pasangannya. *Self-presentation* merupakan upaya yang dilakukan individu yang secara sengaja agar membuat kesan tertentu yang dapat menguntungkan individu. *Self-presentation* yang terjadi pada individu dapat terjadi tidak sesuai dengan keinginannya dan juga dapat sesuai dengan yang diinginkan individu. *Self-presentation* yang sesuai dengan yang diinginkan individu, individu memperlihatkan dirinya dengan meningkatkan karakteristik diri seperti perubahan berat badan, tinggi badan dan usia individu. *Self-presentation* yang tidak sesuai dengan yang diinginkannya pada individu tidak memberikan kesan yang terbaik bagi dirinya.

Self-presentation yang tidak sesuai dengan yang diinginkan individu dapat mempengaruhi *deception behavior*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Rowatt et al., (1999) bahwa individu meningkatkan *self-presentation* di hadapan orang lain dengan melakukan *deception*. *Deception* yang dilakukan bertujuan agar mendapatkan pasangan yang sesuai dengan yang diinginkan individu (Hitsch et al., 2005). Dengan *self-presentation* yang dimiliki individu, apabila *self-presentation* negatif rendah, maka *deception behavior* rendah. Apabila *self-presentation* positif tinggi, maka *deception behavior* tinggi. Penelitian ini dilakukan pada dewasa awal yang berdomisili di Jabodetabek. Peneliti memilih dewasa awal berdomisili Jabodetabek sebagai populasi karena berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahestra (2021) menyatakan bahwa dewasa awal di Jabodetabek tergolong tinggi.



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

2.3 Hipotesis

Hipotesis di studi ini dijabarkan sebagai berikut:

- Hipotesis null (H₀) : *Self-presentation* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *deception behavior* di media sosial pada dewasa awal di Jabodetabek.
- Hipotesis alternatif (H_a) : *Self-presentation* memiliki pengaruh positif terhadap *deception behavior* di media sosial pada dewasa awal di Jabodetabek.