Hubungan antara *Self Esteem* dengan *Online Dating Deception* pada Pengguna Aplikasi Kencan di Kota Bandung

Hazrina*, Suci Nugraha

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*hazrinana@gmail.com, sucinugraha.psy@gmail.com

Abstract. The increasing popularity of online dating apps such as Tinder and Bumble has brought attention to the phenomenon of online dating deception, where a person intentionally misrepresents himself with an identity different from reality in establishing an online relationship in an online dating setting. One possibility for individuals to engage in online deception is due to their self-esteem (Baumeister et al., 1989). This study aims to determine the relationship between self-esteem and online dating deception in dating application users, especially Tinder and Bumble. This research was conducted with a quantitative correlational approach. There were 314 participants in this study aged 18-40 years who actively used the dating applications Tinder and Bumble by filling out online questionnaires via the Google Form. The measuring instrument used in this research is the Coopersmith Self-Esteem Inventory which is based on Coopersmith's theory (1967) and Deception Behavior In Social Media which is based on Utz's theory (2005). The results of this study show a significance value of $0.876 > 0.05$, meaning that there is no significant relationship between self-esteem and online deception in users of online dating applications Tinder and Bumble with a correlation coefficient of -0.009 . This finding confirms that other factors may be more influential in driving individuals to engage in online deception in the context of online dating.

Keywords: *Self esteem, Online dating deception, Dating Application*

Abstrak. Meningkatnya popularitas aplikasi kencan online seperti Tinder dan Bumble telah membawa perhatian pada fenomena *online dating deception*, yaitu saat seseorang secara sengaja melakukan representasi diri yang menipu dengan identitas yang berbeda dari kenyataan dalam menjalin hubungan online di setting kencan online. Salah satu kemungkinan individu melakukan *online deception* dikarenakan *self-esteem* mereka (Baumeister et al., 1989). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self esteem* dan *online dating deception* pada pengguna aplikasi kencan khususnya Tinder dan Bumble. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif korelasional. Partisipan dalam actorian ini berjumlah 314 orang berusia 18-40 tahun yang aktif menggunakan aplikasi kencan Tinder dan Bumble dengan mengisi kuesioner secara online melalui *Google Form*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat ukur *Coopersmith Self esteem Inventory* yang didasarkan pada teori Coopersmith (1967) dan *Deception Behavior In Social Media* yang didasarkan pada teori Utz (2005). Hasil actorian ini menunjukkan nilai signifikansi $0.876 > 0.05$, artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *self esteem* dengan *online deception* pada pengguna aplikasi kencan online Tinder dan Bumble dengan nilai koefisien korelasi -0.009 . Temuan ini menegaskan bahwa actor-faktor lain mungkin lebih berpengaruh dalam mendorong individu untuk terlibat dalam *online deception* dalam konteks kencan online.

Kata Kunci: *Self esteem, Online dating deception, Aplikasi Kencan.*

A. Pendahuluan

Online deception merupakan hal yang biasa terjadi di internet termasuk sosial media kencan online yang biasanya disebut menjadi *online dating deception*. Terdapat tiga tipe *online deception* menurut Utz (2005), yaitu *Attractiveness deception*, *Category deception* dan *Identity concealment*. *Attractiveness deception* adalah kecenderungan seseorang untuk mempresentasikan dirinya lebih ideal, *Category deception* yang memberikan impresi tipe tertentu seperti gender, sosial-ekonomi, umur dan sebagainya lalu *Identity concealment* yaitu saat seseorang menutup atau menyembunyikan identitas mereka (Utz, 2005).

Fenomena *online dating deception* terutama di setting kencan online menjadi perhatian di Indonesia akhir-akhir ini. Menurut hasil survey *Kapersky* dengan 18.000 partisipan dari berbagai negara termasuk 500 partisipan dari Indonesia mengatakan isu yang ditemukan dalam aplikasi kencan online yaitu 51 persen dari mereka pernah mengalami *online dating deception* yang dilakukan dengan menampilkan foto profil yang keliru, 21 persen mendapatkan lampiran atau tautan berbahaya dan 17 persen menemukan identitasnya dicuri oleh pengguna lain (Kapersky, 2021).

Terdapat juga hasil dari riset nasional berjudul "Penipuan Digital di Indonesia: Modus, Medium, dan Rekomendasi" yang melibatkan 1.700 responden dari berbagai kelompok demografi di 34 provinsi Indonesia, dengan menggunakan metode survei daring. Mengungkapkan bahwa terdapat beberapa jenis penipuan yang diterima oleh responden salah satunya adalah penipuan yang terjadi pada aplikasi kencan yang melakukan perilaku *online dating deception* dengan presentasi 27,7 persen. Penipuan lain yang terlibat adalah pencurian identitas, investasi ilegal, penyebaran tautan virus dan yang lainnya (Kurnia et al., 2022)

Terdapat hal yang mempengaruhi seseorang rentan melakukan *online dating deception* pada setting aplikasi kencan. Penelitian menemukan individu yang kurang dalam segi ekonomi (Nyam, 2020), jenis kelamin pria (Guadagno et al., 2012; Mosley et al., 2020), gaya kelekatan *anxiety* dan *avoidance* (Mosley et al., 2020), penampilan fisik yang kurang menarik (Toma & Hancock, 2010), *self-monitoring* yang tinggi (Hall et al., 2010) dan kepribadian neurotik (Hall et al., 2010) akan rentan menjadi pelaku *online dating deception*. Melihat dari hasil penelitian tersebut, masih sedikit penelitian yang melihat hubungan antara psikologis seseorang dengan kecenderungan seseorang melakukan *online dating deception*.

Online Dating Deception merupakan suatu bentuk presentasi diri seseorang yang dilakukan pada kencan online (Toma et al., 2008). Menurut Baumeister (1989) presentasi diri dapat ditentukan oleh *self esteem*. Hasil penelitian dari Baumeister menyatakan bahwa seseorang yang memiliki *self esteem* rendah akan menyembunyikan hal yang kurang dari dirinya atau *self protective*, sedangkan *self esteem* tinggi akan melakukan *self enhancing* yang melebih-lebihkan apa yang bagus (Baumeister et al., 1989).

Self Esteem adalah yaitu evaluasi seseorang tentang nilai dirinya, yang mencerminkan seberapa jauh individu tersebut meyakini kemampuannya, kepentingannya, keberhasilannya, dan keberhargaannya (Coopersmith, 1967). *Self esteem* terdiri dari aspek keberartian yaitu seberapa penting dirinya, kemampuan yaitu kemampuan berhasil melewati tantangan, kekuatan yaitu keyakinan dapat mengontrol diri dan orang lain dan kebajikan yaitu perasaan bermoral. Setiap manusia memiliki kebutuhan *self esteem*, sehingga penting untuk menjaga atau menaikkan *self esteem* (Krämer & Winter, 2008). Melakukan *self enhancing* adalah suatu cara untuk menaikkan *self esteem* seseorang, contohnya memperlihatkan jumlah teman yang banyak pada media sosial dan berusaha menghias profil agar terlihat menarik (Krämer & Winter, 2008; Rui & Stefanone, 2013). Sehingga terdapat kemungkinan seseorang yang memiliki *self esteem* rendah akan melakukan hal yang dapat meningkatkan *self esteem* (Krämer & Winter, 2008). Hal tersebut konsisten dengan penemuan Mehdizadeh (2010) yaitu mahasiswa yang memiliki *self esteem* rendah cenderung melakukan perilaku *self-promotional* atau mengedit foto untuk terlihat lebih menarik (Soraya, 2010).

Namun disisi lain disebutkan bahwa seseorang yang memiliki *self esteem* tidak mempengaruhi seseorang dalam presentasi diri (Krämer & Winter, 2008). Disebutkan juga bahwa seseorang yang memiliki *self esteem* yang rendah akan lebih konsisten dalam presentasi dirinya dan tidak terlibat dalam presentasi diri yang melebih-lebihkan (Baumeister et al., 1989).

Berdasarkan penemuan hasil penelitian terdapat inkonsistensi mengenai hubungan *self esteem* dengan presentasi diri *online deception* seseorang.

Dalam konteks *self esteem*, orang cenderung sangat termotivasi untuk mempertahankan citra diri yang menguntungkan dan merasa baik tentang diri mereka sendiri (Leary, 2001). Seseorang yang memiliki *self esteem* rendah mereka cenderung mencari validasi pada orang lain dan tidak ingin dipandang negatif oleh orang lain (Baumeister et al., 1989). Hal tersebut bisa didapatkan dengan melakukan *self-presentation* tertentu seperti *online dating deception* sebagai strategi untuk mengkompensasi *self esteem* yang rendah.

Pada aspek kemampuan *self esteem* dalam konteks *online dating deception* individu yang merasa kurang bisa mengontrol untuk menunjukkan aspek menarik pada diri cenderung terlibat dalam perilaku *online dating deception*. Ini dilakukan untuk menciptakan ilusi kekuasaan atau kendali yang dapat meningkatkan *self-esteem*, terutama dalam konteks *online dating deception*. Pada aspek keberartian, demi pengakuan atau perhatian yang diinginkan, individu dapat cenderung terlibat dalam perilaku *online dating deception* untuk membentuk identitas yang lebih menarik dalam interaksi online. Pada aspek kebajikan, dapat mempengaruhi individu untuk melakukan *online deception* yang merupakan perilaku yang manipulatif yang tidak sesuai dengan perilaku bermoral atau secara etika sosial tidak diterima. Pada aspek kemampuan, individu dapat merasa kurang percaya diri dalam kemampuannya dan ketakutan dalam kegagalan yang dapat mendukung individu melakukan *online deception* dalam kencan online, yaitu dengan menampilkan dirinya sebagai seseorang yang memiliki kemampuan atau prestasi tinggi agar lebih dianggap dan mengesankan.

Meningkatnya pengguna dan aktivitas aplikasi kencan online di Indonesia membuat luasnya jangkauan pengguna terlibat dalam *online dating deception*. Hal tersebut menjadi perhatian karena dapat memberikan dampak psikologis maupun finansial korban. Melihat fenomena tersebut, masih sedikit penelitian di Indonesia mengenai *online deception* terutama dari sisi psikologis. Kebanyakan literatur melihat dari sudut pandang korban, akan tetapi masih sedikit yang meneliti *online dating deception* pada setting aplikasi kencan dari sudut pandang pelaku (Mosley et al., 2020). Selain itu terdapat hasil yang inkonsisten mengenai hubungan *self esteem* dengan presentasi diri yang menipu yang bisa diperjelas dengan penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara *self esteem* dengan *online dating deception* pada pengguna aplikasi kencan Tinder dan Bumble di Kota Bandung?”. Selanjutnya, tujuan dalam Penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui tingkat *self esteem* pada pengguna aplikasi kencan Tinder dan Bumble berdasarkan demografi di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui tipe *online dating deception* pada pengguna aplikasi kencan Tinder dan Bumble berdasarkan demografi di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui hubungan antara *self esteem* dan *online dating deception* pada pengguna aplikasi kencan Tinder dan Bumble di Kota Bandung

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Bentuk masalah dalam penelitian ini adalah asosiatif/korelasi yang berarti rumusan masalah penelitian yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiono, 2015). Berdasarkan paparan diatas peneliti menggunakan desain penelitian kuantitatif korelasional, untuk mengetahui apakah terdapat hubungan *self esteem* dengan *online deception* pada pengguna aplikasi kencan. Populasi dari penelitian ini adalah individu berumur 18-40 tahun, menggunakan aplikasi kencan Tinder atau Bumble kurang lebih selama 6 bulan terakhir yang menandakan pengguna aktif dari aplikasi kencan di wilayah Kota Bandung. Teknik sampling menggunakan *convenience sampling*. Untuk mengetahui hubungan *self esteem* dengan *online deception* pada pengguna kencan online, maka data akan dianalisis menggunakan uji Korelasi peringkat Spearman dengan bantuan *software* SPSS IBM 25.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tingkat Self Esteem pada Pengguna Tinder dan Bumble Berdasarkan Demografi

Berikut adalah tingkat *self esteem* pada pengguna Tinder dan Bumble berdasarkan demografi yang dikategorisasi dibagi menjadi kategori rendah, tinggi dan sedang. Hasil tersebut dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Tingkat *Self Esteem* pada Pengguna Tinder dan Bumble Berdasarkan Demografi

		<i>Self esteem</i>					
		Rendah		Sedang		Tinggi	
		F	%	F	%	F	%
Jenis Kelamin	Perempuan	49	27.68	87	49.15	41	23.16
	Laki-Laki	34	24.82	58	42.34	45	32.85
Usia	18-25 tahun	75	32.33	108	46.55	49	21.12
	26-32 tahun	8	9.88	36	44.44	37	45.68
	33-40 tahun	0	0	1	100	0	0
Pekerjaan	Bersekolah	46	36.22	65	51.18	16	12.60
	Wiraswasta	26	26.53	48	48.98	24	24.49
	Pegawai Swasta	8	11.94	24	35.82	35	52.24
	Pegawai Negeri	1	5.56	6	33.33	11	61.1
	Belum Bekerja	2	50	2	50	0	0
Pendidikan Terakhir	SMP	1	100	0	0	0	0
	SMA/SMK	42	23.33	91	50.56	47	26.11
	Perguruan Tinggi	40	30.08	54	40.60	39	29.42
Aplikasi Kencan Online	Tinder	60	29.85	97	48.26	44	21.89
	Bumble	23	20.35	48	42.48	42	37.17

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2023.

Dari tabel diatas menunjukkan tingkat *self esteem* berdasarkan demografi pengguna Tinder dan Bumble. Secara keseluruhan rata rata pengguna Tinder dan Bumble memiliki tingkat *self esteem* sedang yang berarti mereka merupakan individu yang merasa optimis, ekspresif, dan mampu menerima kritik. Namun dalam lingkungan pergaulannya, ia sering bergantung pada teman-temannya, sehingga dapat menimbulkan rasa tidak aman. Rasa tidak aman ini membuat individu menjadi tidak aktif dalam penelitian pengalaman-pengalaman sosial dibandingkan dengan individu yang memiliki harga diri tinggi (Susanto, 2018). Menurut jenis kelamin, laki-laki memiliki tingkat *self esteem* yang lebih tinggi (32,85%) sedangkan perempuan memiliki hasil yang signifikan untuk *self esteem* yang rendah (27,68%). Pada kategori usia, kelompok umur 26-32 tahun menunjukkan tingkat *self esteem* tertinggi sebesar 45,68% dan pada kelompok umur 18-25 tahun menunjukkan presentasi signifikan untuk *self esteem* rendah (32,33%) kemungkinan karena perkembangan, lingkungan yang semakin luas dan semakin beradaptasi sejalannya waktu yang berefek kepada *self esteem* mereka. Dalam hal pekerjaan, pegawai negeri memiliki tingkat *self esteem* tertinggi (61,1%) dan untuk tingkat *self esteem* rendah terbanyak dalam presentasi yaitu individu yang belum bekerja (50%). Individu dengan latar belakang pendidikan perguruan tinggi menunjukkan tingkat *self esteem* tertinggi (29,42%) dan individu dengan latar belakang SMP memiliki presentasi *self esteem* rendah yang signifikan (100%). Terakhir, Pengguna Bumble memiliki tingkat *self esteem* yang lebih tinggi (37,17%) dan pengguna Tinder memiliki presentasi *self esteem* rendah terbanyak (29,85%).

Tipe Online Dating Deception pada Pengguna Tinder dan Bumble Berdasarkan Demografi

Berikut adalah tipe *online dating deception* pada pengguna Tinder dan Bumble berdasarkan demografi dan dibagi menjadi tipe rendah, tinggi dan sedang. Hasil tersebut dijelaskan pada tabel 2.

Tabel 2. Tipe *Online Dating Deception* pada Pengguna Tinder dan Bumble Berdasarkan Demografi

		<i>Online Deception</i>					
		Mengubah Identitas		Menampilkan Lebih Baik		Menutupi Identitas	
		F	%	F	%	F	%
Jenis Kelamin	Perempuan	28	15.82	132	74.58	17	9.60
	Laki-Laki	25	18.25	88	64.23	24	17.52
Usia	18-25 tahun	31	13.36	178	76.72	23	9.92
	26-32 tahun	22	27.16	41	50.62	18	22.22
	33-40 tahun	0	0	1	100	0	0
Pekerjaan	Bersekolah	13	10.24	103	81.10	11	8.66
	Wiraswasta	23	23.47	59	60.20	16	16.33
	Pegawai Swasta	11	16.42	42	62.69	14	20.90
	Pegawai Negeri	6	33.33	12	66.67	0	0
	Belum Bekerja	4	100	0	0	0	0
Pendidikan Terakhir	SMP	0	0	0	0	1	100
	SMA/SMK	31	17.22	123	68.33	26	14.44
	Perguruan Tinggi	22	16.54	97	72.93	14	10.53
Aplikasi Kencan Online	Tinder	33	16.42	144	71.64	24	11.94
	Bumble	20	17.70	76	67.26	17	15.04

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2023.

Dari tabel diatas menunjukkan tipe *online dating deception* berdasarkan demografi pengguna Tinder dan Bumble. Secara keseluruhan rata rata pengguna Tinder dan Bumble lebih sering menunjukkan deception tipe menampilkan lebih baik yang berarti kebanyakan individu dalam kelompok usia ini cenderung melakukan *deception* dalam batas yang peneliti wajar atau tidak ekstrim (Toma & Hancock, 2012). Mereka mungkin melakukan manipulasi informasi atau penyesuaian kecil dalam profil mereka untuk menarik perhatian calon pasangan. Dalam kategori jenis kelamin, terlihat bahwa perempuan cenderung lebih banyak menampilkan diri dengan lebih baik (74.58%), sementara laki-laki cenderung lebih sering mengubah identitas (18.25%) atau bahkan menutupi identitas (17.52%) mereka hal ini mungkin berkaitan dengan tekanan sosial yang dihadapi laki-laki untuk menampilkan diri mereka sebagai laki-laki yang menarik dan sukses yang didukung dengan stigma yang menganggap bahwa perempuan yang memilih calon pasangannya dibandingkan laki laki yang membuat yang berarti laki-laki lebih memungkinkan melakukan *deception* dengan terlepas dari tipe tertentu. Beralih ke rentang usia, pengguna berusia 18-25 tahun tampak memiliki kecenderungan lebih tinggi dalam menampilkan diri dengan lebih baik (76.72%), sementara kelompok usia 26-32 tahun menunjukkan hasil lebih tinggi untuk mengubah identitas (27.16%) dan menutupi identitas (22,22%) hal ini memungkinkan karena pada umur transisi dewasa awal mereka lebih berfokus untuk mendapatkan pasangan sesuai dengan tugas perkembangannya, hal ini berhubungan dengan kebanyakan pengguna melakukan deception menampilkan lebih baik bertujuan untuk menarik lawan pasangan. Adapun dalam kategori pekerjaan, individu yang masih bersekolah cenderung lebih banyak menampilkan diri dengan lebih baik (81,10%), sementara belum bekerja justru lebih sering cenderung mengubah identitas (100%) dan pegawai swasta

cenderung menutup identitas (20.90%). Dalam hal pendidikan terakhir, mereka yang memiliki latar belakang pendidikan SMA/SMK lebih sering mengubah identitas (17.22%) lalu perguruan tinggi, cenderung menampilkan diri dengan lebih baik (72.93%) dan SMP cenderung menutup diri (100%). Dalam konteks penggunaan aplikasi kencan online, pengguna Tinder cenderung lebih sering menampilkan diri dengan lebih baik (71.64%), sementara pengguna Bumble cenderung memiliki kecenderungan untuk mengubah identitas (17.70%) dan menutupi identitas (15.04%)

Hubungan Antara Self Esteem (X) dengan Online Dating Deception (Y)

Berikut adalah perhitungan mengenai hubungan antara *self esteem* dengan *online deception*, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hubungan Antara *Self Esteem* (X) dengan *Online Dating Deception* (Y)

Variabel	r,	Sig. (2-tailed)	Keputusan	Derajat Keeratan
X dan Y	-0,009	3,558	H1 ditolak	Sangat Lemah

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2023.

Dari tabel diatas dapat diketahui hasil koefisien korelasi Spearman's rho antara *self esteem* dan *online dating deception* adalah -.009 yang menunjukkan hubungan yang sangat lemah dan negatif antara kedua variabel. Nilai signifikansi (2-tailed) sebesar .876, yang berarti lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dinyatakan bahwa tidak ada hubungan antara *self esteem* dan *online dating deception* pada pengguna aplikasi kencan di Kota Bandung. Dari analisis ini, dapat disimpulkan bahwa *self esteem* dan *online deception* tidak memiliki hubungan yang signifikan dalam konteks penelitian ini.

Individu yang terlibat dalam *online dating deception* pada setting kencan mungkin lebih fokus pada tujuan mereka untuk menemukan pasangan, terlepas dari tingkat *self esteem* mereka. Mereka ingin menciptakan kesan yang menarik pada profil mereka dalam aplikasi kencan, karena kesan awal sangat penting dalam membentuk hubungan baru. Seperti menurut Goffman (1959) berbicara tentang penelitian individu secara aktif mengelola kesan yang mereka berikan kepada orang lain, memilih perilaku dan komunikasi yang sesuai dengan harapan sosial untuk menjadi individu yang diterima secara sosial (Whitty & Carville, 2008).

Dalam penelitian ini, aspek kekuatan dan kemampuan dari *self esteem* kurang menentukan munculnya perilaku *online dating deception*. Hal ini menunjukkan perilaku tersebut memiliki penjelasan yang lebih kompleks daripada sekadar strategi kompensasi *self esteem* individu. Selain itu pengguna mungkin penelitian hubungan yang tulus dan penuh penghargaan, di mana mereka bisa diterima sebagaimana adanya sehingga mengurangi kebutuhan untuk melakukan *deception* terhadap aspek keberartian dari *self esteem* mereka. Dan terakhir aplikasi kencan merupakan lingkungan yang anonim tidak memiliki isyarat nonverbal dan informasi kontekstual yang ada dalam komunikasi tatap muka sehingga individu merasa hal wajar jika mereka melakukan kebohongan atau manipulasi presentasi diri mereka dan aspek kebajikan dari *self esteem* yang tidak terlalu berperan dalam penentuan seseorang melakukan *online deception*.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dijelaskan, maka dapat kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

1. Berdasarkan demografi individu di Kota Bandung pengguna aplikasi kencan Tinder dan Bumble yang memiliki tingkat *self esteem* terendah pada kategori jenis kelamin yaitu perempuan, kelompok usia yaitu 18-25 tahun, pekerjaan yaitu belum bekerja, pendidikan

terakhir yaitu SMA/SMK dan pengguna aplikasi yaitu Bumble. Untuk tingkat *self esteem* sedang secara keseluruhan berdasarkan demografi memiliki presentase yang lebih besar dan mendekati dibandingkan tingkatan *self esteem* lainnya. Untuk tingkat *self esteem* tertinggi berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki, kelompok usia yaitu 26-32 tahun, pekerjaan yaitu pegawai negeri, pendidikan terakhir yaitu perguruan tinggi dan pengguna aplikasi yaitu Bumble.

2. Berdasarkan demografi individu di Kota Bandung pengguna aplikasi kencan Tinder dan Bumble yang lebih sering menunjukkan tipe *deception* mengubah identitas pada kategori jenis kelamin yaitu laki-laki, kelompok usia yaitu 26-32 tahun, pekerjaan yaitu belum bekerja, pendidikan terakhir yaitu SMA/SMK, dan pengguna aplikasi yaitu Bumble. Untuk tipe *deception* menampilkan diri lebih baik berdasarkan jenis kelamin yaitu Perempuan, kelompok usia yaitu 18-25 tahun, pekerjaan yaitu masih bersekolah, pendidikan terakhir yaitu perguruan tinggi, dan pengguna aplikasi yaitu Tinder. Untuk tipe menutup identitas berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki, kelompok usia yaitu 26-32 tahun, pekerjaan yaitu wiraswasta, pendidikan terakhir yaitu SMP, dan pengguna aplikasi yaitu Bumble.
3. Tidak ada hubungan antara *self esteem* dan *online dating deception* pada individu dewasa awal pengguna aplikasi kencan Tinder dan Bumble di Kota Bandung.

Daftar Pustaka

- [1] Baumeister, R. F., Tice, D. M., & Hutton, D. G. (1989). Self-Presentational Motivations and Personality Differences in Self-Esteem. *Journal of Personality*, 57(3), 547–579. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1989.tb02384.x>
- [2] Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. W. H. Freeman and Company.
- [3] Guadagno, R. E., Okdie, B. M., & Kruse, S. A. (2012). Dating deception: Gender, online dating, and exaggerated self-presentation. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 642–647. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.010>
- [4] Hall, J. A., Park, N., Song, H., & Cody, M. J. (2010). Strategic misrepresentation in online dating: The effects of gender, self-monitoring, and personality traits. *Journal of Social and Personal Relationships*, 27(1), 117–135. <https://doi.org/10.1177/0265407509349633>
- [5] Kaspersky. (2021). To date or not to date: 38% of people have never used dating apps because they are afraid of scammers. Kaspersky. https://www.kaspersky.com/about/press-releases/2021_to-date-or-not-to-date-38-of-people-have-never-used-dating-apps-because-they-are-afraid-of-scammers
- [6] Krämer, N. C., & Winter, S. (2008). Impression Management 2.0: The Relationship of Self-Esteem, Extraversion, Self-Efficacy, and Self-Presentation Within Social Networking Sites. *Journal of Media Psychology*, 20(3), 106–116. <https://doi.org/10.1027/1864-1105.20.3.106>
- [7] Kurnia, N., Rahayu, Monggilo, E., Angendari, A., Shafira, F., & Desmalinda. (2022). Penipuan Digital di Indonesia: Modus, Medium, dan Rekomendasi. Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fisipol UGM.
- [8] Leary, M. R. (2001). Self-esteem and Self-presentation in Relationships The Self We Know and the Self We Show: Self-esteem, Self-presentation, and the Maintenance of Interpersonal Relationships.
- [9] Mosley, M. A., Lancaster, M., Parker, M. L., & Campbell, K. (2020). Adult attachment and online dating deception: a theory modernized. *Sexual and Relationship Therapy*, 35(2), 227–243. <https://doi.org/10.1080/14681994.2020.1714577>
- [10] Nyam, I. H. (2020). Tackling Online Dating Scams and Fraud. *The International Journal of Humanities & Social Studies*, 8(11). <https://doi.org/10.24940/theijhss/2020/v8/i11/hs2011-065>
- [11] Rui, J. R., & Stefanone, M. A. (2013). STRATEGIC IMAGE MANAGEMENT ONLINE: Self-presentation, self-esteem and social network perspectives. *Information Communication and Society*, 16(8), 1286–1305.

- <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.763834>
- [12] Soraya, M. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 13(4), 357–364. <https://doi.org/10.1089=cyber.2009.0257>
- [13] Sugiono, A. G. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- [14] Susanto, A. (2018). *Bimbingan dan Konseling di Sekolah : Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Prenadamedia Group.
- [15] Toma, C. L., & Hancock, J. T. (2010). Looks and lies: The role of physical attractiveness in online dating self-presentation and deception. *Communication Research*, 37(3), 335–351. <https://doi.org/10.1177/0093650209356437>
- [16] Toma, C. L., Hancock, J. T., & Ellison, N. B. (2008). Separating fact from fiction: An examination of deceptive self-presentation in online dating profiles. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(8), 1023–1036. <https://doi.org/10.1177/0146167208318067>
- [17] Utz, S. (2005). Types of deception and underlying motivation: What people think. In *Social Science Computer Review* (Vol. 23, Issue 1, pp. 49–56). <https://doi.org/10.1177/0894439304271534>
- [18] Whitty, M. T., & Buchanan, T. (2012). The online romance scam: A serious cybercrime. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(3), 181–183. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0352>
- [19] Whitty, M. T., & Carville, S. E. (2008). Would I lie to you? Self-serving lies and other-oriented lies told across different media. *Computers in Human Behavior*, 24(3), 1021–1031. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2007.03.004>
- [20] N. Zamila and E. N. Nugrahawati, “Pengaruh Kepribadian (Five Factor Personality) terhadap Perilaku Cyberbullying pada Pengguna Media Sosial,” *Jurnal Riset Psikologi*, pp. 61–68, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrp.v3i1.2060.
- [21] A. L. Ariadne and E. N. Nugrahawati, “Pengaruh Kecerdasan Emosi terhadap Kekerasan dalam Pacaran Pada Mahasiswa di Kota Bandung,” *Jurnal Riset Psikologi*, vol. 3, no. 2, pp. 139–146, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrp.v3i2.2954.
- [22] A. N. Najmi and E. Nawangsih, “Pengaruh Social Control terhadap Cybersex Behavior pada Remaja di Indonesia,” *DELUSION: Exploring Psychology*, vol. 1, no. 1, 2023, doi: 10.29313/delusion.vxix.xxx.