

Analisis Isi Pesan Komunikasi Interpersonal Para Peserta Dating Show “Match Island” Netverse

Glenda Angelique, Ido Prijana Hadi, & Chory Angela Wijayanti

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

f11190024@john.petra.ac.id

Abstrak

Dating show menjadi salah satu program televisi yang sekarang sedang naik daun, khususnya program dating show asal Korea. Indonesia melahirkan dating show pertamanya yaitu “Match Island”. Penelitian ini memberikan gambaran terkait pesan komunikasi interpersonal yang terjadi di antara para peserta dating show tersebut. Dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif, penelitian ini melihat apa saja speech acts dan non-verbal komunikasi interpersonal yang berperan dalam proses contact dan involvement atau pendekatan hubungan yang dilakukan dalam waktu yang singkat dan terbatas. Penulis menemukan bahwa para peserta memanfaatkan semua bentuk pesan dalam berkomunikasi interpersonal, khususnya pesan expressive sebagai salah satu bentuk komunikasi verbal lisan yang paling sering muncul antara para peserta dalam mengekspresikan apa yang ada di dalam hati seseorang. Semua bentuk komunikasi non-verbal berperan dalam mendukung setiap speech acts para peserta dalam berkomunikasi interpersonal. Penulis menemukan adanya indikasi tahap-tahapan hubungan romantis yang semakin memudar, degradasi budaya, dan keterbukaan informasi dan perasaan yang besar pada masa contact dan involvement, baik dari peserta perempuan maupun laki-laki.

Kata Kunci: *dating show*, analisis isi kualitatif, *contact & involvement*, *speech acts* & komunikasi non-verbal, *tv show*.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi *Video On Demand* dan layanan *Over The Top* mendatangkan banyak sekali kemudahan untuk mengakses film, acara televisi, dan lain sebagainya. Tahun 2022 hingga 2023 ini, terdapat program televisi yang sedang naik daun, yaitu program realitas kencan atau *dating show*. *Dating show* adalah acara televisi yang menyajikan situasi kencan dari para peserta yang bukan datang dari golongan aktor. Net TV memproduksi sebuah *dating show* berjudul “Match Island”. Pada bulan Mei 2022, acara tersebut ditayangkan secara eksklusif pada layanan *Over The Top* milik Net TV, Netverse. *Dating show* “Match Island” terdiri dari 10 episode dan terdiri dari 11 peserta (6 laki-laki dan 5 perempuan). Selama *show* ini berlangsung, para peserta saling berkomunikasi satu sama lain dalam rangka mendekati, mengenal, dan mencari “*match*” atau “pasangan” mereka dalam acara ini. Selain itu, pihak penyelenggara acara menyediakan *privilege* bagi peserta-peserta yang memenangkan *challenge* untuk mengajak peserta lainnya melakukan

“*dating*”. Pada akhir acara akan ada penobatan sebagai “*The Ultimate Couple*” dan mendapatkan hadiah sebesar 200 juta rupiah.

Program acara televisi *dating show* masuk pada kategori *reality show*. Acara realitas atau *reality show* adalah genre program televisi yang menghadirkan situasi dramatis atau humoris tanpa naskah dan mendokumentasikan peristiwa aktual (Budiana, 2022). Pemeran yang ada dalam *reality show* bisa datang dari golongan aktor atau masyarakat awam. Dalam hal ini, setiap peristiwa kencan ditangkap oleh kamera sebagai pengamat *real-time* dan para pemirsa menonton situasi kencan “*by design*” atau telah diatur. Oleh karena itu, acara tersebut menyajikan konten yang seolah-olah difilmkan secara langsung dan benar-benar terjadi, namun merupakan acara yang telah diedit atau dikondisikan oleh pihak televisi (Ferris et al., 2007). Setiap pemeran dan tokoh dalam sebuah program televisi tampil dengan kualifikasinya masing-masing dan mengikuti arahan dari pihak televisi yang merekrut mereka.

Komunikasi interpersonal menjadi hal penting dalam sebuah *dating show*. Komunikasi interpersonal adalah bentuk komunikasi yang berjalan dinamis antara dua orang atau lebih, di mana setiap pesannya memengaruhi pikiran, emosi, perilaku, dan hubungan mereka (McCornack, 2009). Oleh karena itu, komunikasi interpersonal bisa diartikan sebagai alat seseorang mengenal dan mendalami lawan bicaranya sehingga menumbuhkan empati di dalam diri individu-individu yang terlibat. Devito (2009) membuat model proses komunikasi interpersonal ke dalam beberapa elemen. Terdapat 8 elemen dalam proses komunikasi interpersonal yang dijabarkan olehnya, antara lain *source – receiver, encoding – decoding, messages, channels, noise, context, ethics, dan competence*. Setiap elemennya memiliki peranan penting dalam menghantarkan pesan dari komunikator (*source*) hingga komunikan (*receiver*).

Sebuah pesan komunikasi yang dihantarkan komunikator kepada komunikan bisa berbentuk verbal maupun non-verbal. Komunikasi verbal ditentukan dari penggunaan bahasa kita saat berinteraksi terhadap orang lain (McCornack, 2009). Searle (1976) dalam buku “*Reflect & Relate: An Introduction to Interpersonal Communication*” (McCornack, 2009) menyatakan 5 tipe tindakan dalam percakapan, yaitu *representative, directive, commissive, expressive, dan declarative*. Di samping itu, komunikasi verbal tidak terpisah dengan komunikasi non-verbal. Kombinasi antara komunikasi verbal dan non-verbal membentuk sebuah makna tertentu, khususnya dalam komunikasi interpersonal. Komunikasi non-verbal terbagi menjadi 8 jenis, *kinesics, vocalics, haptics, proxemics, chronemics, physical appearance, artifacts, dan environment*. Dalam penelitian ini, pesan komunikasi interpersonal menjadi fokus penulis sebagai objek penelitian. Pesan komunikasi yang digunakan adalah berbentuk verbal lisan atau *speech acts* dan non-verbal. Verbal tertulis tidak digunakan karena tidak adanya *scene* komunikasi interpersonal pada *dating show* “*Match Island*” yang menggunakan bentuk pesan tersebut.

Hubungan romantis terbagi menjadi 6 tahap, antara lain *contact, involvement, intimacy, deterioration, repair, dissolution* (DeVito, 2009). Pada penelitian ini,

penulis berfokus pada pesan komunikasi interpersonal yang terjadi pada masa pendekatan—*contact* dan *involvement*—oleh para peserta yang berhasil menjadi kandidat the *ultimate couple* “Match Island”, yang terdiri dari tiga pasangan yaitu Ari-Geraldine, Bunyod-Santi, Indra Jeje. Setiap dialog percakapan dan perilaku non-verbal mereka menjadi subjek dalam penelitian ini.

Penelitian mengenai pesan komunikasi interpersonal dalam media jarang dilakukan. Hal ini dikarenakan penelitian tersebut lebih banyak dilakukan pada konteks dunia nyata. Salah satu penelitiannya adalah “Studi Analisis Pola Komunikasi Interpersonal dalam Film Surga yang Tak Dirindukan Karya Kunts Agus Tahun 2015” oleh Khoirul Muslimin dan Lailiyatuzzahroh Al Jannah (2018). Dengan menggunakan metode analisis semiotika para peneliti menemukan bahwa para pemain film tersebut melakukan *dyadic communication* dan terkadang melakukan *triadic communication*. Pesan dakwah yang mereka temukan antara lain, menolong orang yang membutuhkan, menjadi imam yang baik, menjadi istri yang setia, menjadi ibu yang baik, ikhlas, baik hati dan kebesaran hati untuk mengalah (Muslimin & Jannah, 2019).

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif untuk menemukan kategori pesan komunikasi interpersonal para peserta “Match Island”. Penelitian analisis isi kualitatif pernah dilakukan oleh Chory Angela Wijayanti, yaitu Jurnalisme Damai dalam Berita Televisi: Analisis Isi Pemberitaan Konflik Israel-Palestina di Liputan 6 Petang SCTV (2009). Dari penelitian ini diketahui bahwa Liputan 6 Petang SCTV memenuhi 14 dari 16 kategorisasi pendekatan jurnalisme damai, dan liputan dari program ini fokus berorientasi pada masyarakat (Wijayanti, 2009). Dari latar belakang tersebut, maka munculah rumusan masalah “Apa saja pesan komunikasi interpersonal para peserta *dating show* “Match Island” Netverse?”

Tinjauan Pustaka

Pesan Media terkait Komunikasi Interpersonal

Menurut Devito (1992), komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan dua orang dengan hubungan yang jelas, di mana pada suatu kondisi mereka saling terhubung satu sama lain (dalam Anggraini et al., 2022). Adapun Mulyana (2005) berpendapat bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi tatap muka antara orang-orang yang memungkinkan mereka untuk melihat reaksi verbal maupun nonverbal orang lain secara langsung (Anggraini et al., 2022). Objek penelitian analisis isi berupa interaksi ataupun komunikasi interpersonal yang dilakukan di media sangat jarang dilakukan dan terbatas. Biasanya penelitian analisis isi lebih berfokus pada penilaian karakteristik ataupun atribut orang-orang yang berada di televisi, misalnya mengenai masalah-masalah sosial seperti stereotip, feminisme, dan lain sebagainya (Riles et al., 2018). Dalam hal ini, penulis pada penelitian ini melihat apa saja pesan komunikasi interpersonal yang terjadi antara para peserta dalam sebuah *dating show* berjudul “Match Island”.

Pesan dalam Media dan *Reality Show*

Media memiliki enam konsep yang menjadi kunci terkait dengan pesan media, yaitu (Scheibe & Rogow, 2012):

1. Semua pesan media dikonstruksi. Artinya, pesan media merepresentasikan suatu hal, disaring melalui keputusan manusia, kendala, serta kemampuan teknologi media.
2. Setiap medium memiliki konstruksi yang berbeda dalam karakteristik, kekuatan, dan keunikan “bahasa”. Cara media dalam membuat pesan media menggunakan “bahasa” mereka masing-masing. Hal ini bertujuan untuk memberikan kemudahan untuk para penggunanya. Cara ini juga menjadi penentu dalam efektifitas pesan media yang telah dibuat.
3. Pesan media dibuat karena tujuan tertentu. Setiap orang yang terlibat di dalamnya selalu memiliki target atau tujuan tertentu ketika memproduksi sebuah pesan media.
4. Pesan media mengandung nilai dan sudut pandang tertentu yang ditanamkan. Oleh karena itu, setiap pesan media akan mengandung setiap pengalaman, asumsi, norma, dan lain sebagainya yang datang dari masyarakat ataupun internal media itu sendiri.
5. Orang menggunakan kemampuan pribadi, keyakinan, dan pengalaman untuk mengonstruksi makna dari pesan media secara mandiri. Maka setiap orang akan memiliki pemaknaan masing-masing dari sebuah pesan media, tergantung dengan latar belakang mereka masing-masing. Tidak menutup kemungkinan, ada pemaknaan-pemaknaan dari orang lain yang salah dan tidak sejalan dengan tujuan pesan media yang diberikan.
6. Media dan pesan media dapat memengaruhi keyakinan, perilaku, nilai, kebiasaan, dan proses demokrasi. Dalam hal ini, tidak semua pesan media ataupun sesuatu yang datang dari media memberikan pengaruh dan perubahan terhadap siapa saja yang mengonsumsinya. Setiap orang tetap memiliki hak bebas untuk menolak atau menerima apa yang dilihat dan diterima dari media.

Dalam penelitian ini, pesan media disajikan dalam bentuk *reality show*. Dalam konsep dasar *reality show* adalah genre program televisi yang menghadirkan situasi dramatis atau humoris tanpa naskah dan mendokumentasikan peristiwa aktual (Budiana, 2022). Hal ini berarti tetap ada sebuah konstruksi dalam acara *reality show*, namun program *reality show* menjunjung adanya perilaku yang natural dari para pemerannya. Pada penelitian ini melihat apa saja pesan komunikasi interpersonal yang terjadi antara para peserta dalam sebuah *dating show* berjudul “Match Island”.

Speech Acts dan Komunikasi Interpersonal Non-Verbal

Proses komunikasi interpersonal dilakukan dalam menghantarkan pesan dari komunikator (*source*) kepada komunikan (*receiver*). Elemen pesan dalam komunikasi interpersonal terbagi menjadi dua bentuk yaitu verbal dan non-verbal. Pesan verbal atau *speech acts* adalah pesan yang berbentuk kata-kata, sedangkan non-verbal menurut Patterson (dalam McCornack, 2009) adalah transmisi makna yang sengaja maupun tidak sengaja dilakukan lewat isyarat fisik dan perilaku individu atau yang tidak terucapkan. Menurut Searle (dalam McCornack, 2009),

speech acts atau dalam sebuah percakapan terbagi menjadi 5 tindakan yaitu *representative, directive, commissive, expressive, dan declarative*.

- a) *Representative*: Komitmen dari pembicara terhadap kebenaran yang dikatakannya.
- b) *Directive*: Upaya untuk memerintah pendengar dalam melakukan suatu hal.
- c) *Commissive*: Komitmen pembicara terhadap tindakan masa depan.
- d) *Expressive*: Menyampaikan keadaan psikologis atau emosional yang dialami pembicara.
- e) *Declarative*: Menghasilkan efek dramatis dan dapat diamati.

Dalam menyampaikan pesan verbal, tidak terlepas dari pesan non-verbal. Komunikasi non-verbal terbagi menjadi beberapa kategori yaitu *kinesics, vocalics, haptics, proxemics, chronemics, physical appearance, artifacts, dan environment*.

- a) *Kinesics*: Gerakan tubuh yang terlihat (termasuk ekspresi wajah, kontak mata, gestur, dan posisi tubuh).
- b) *Vocalics*: Karakteristik vocal (seperti kenyaringan, kecepatan bicara, nada, dan lain sebagainya).
- c) *Haptics*: Semua terkait durasi, penempatan, dan kekuatan sentuhan.
- d) *Proxemics*: Jarak antar satu dengan lainnya.
- e) *Chronemics*: Penggunaan konteks waktu.
- f) *Physical appearance*: penampilan seperti rambut, pakaian, tipe tubuh, dan semua yang berhubungan dengan penampilan fisik.
- g) *Artifacts*: Harta pribadi yang diperlihatkan kepada orang lain.
- h) *Environment*: struktur lingkungan fisik.

Fokus penelitian ini ada pada elemen pesan komunikasi interpersonal dalam bentuk verbal lisan (*speech acts*) dan non-verbal. Pesan verbal tulisan tidak digunakan karena tidak muncul pada *scene-scene* yang ada dalam *dating show* "Match Island". Sehingga verbal tertulis tidak relevan bila menjadi objek penelitian yang diteliti.

Tahap Hubungan Romantis

Hubungan romantis terbagi menjadi beberapa tahap, antara lain *contact, involvement, intimacy, deterioration, repair, dissolution* (DeVito, 2009). Tahap *contact* dan *involvement* bisa dipahami dengan mudah dengan istilah masa pendekatan atau PDKT. Pada masa *contact*, seseorang berada di sebuah lingkungan dan melakukan penilaian dengan lingkungan serta orang-orang yang ada di dalamnya. Ini merupakan awal dari seseorang tertarik dengan pribadi-pribadi yang ada di lingkungan tersebut. Pada tahap model interaksi *coming together* seseorang masuk pada tahap *initiating* yaitu di mana seseorang melakukan *scanning* dan memutuskan seorang pribadi "menarik" atau "tidak menarik" (Knapp & Vangelisti, 2005).

Masa *involvement* adalah ketika seseorang sudah merasa memiliki perasaan mutual dengan orang yang menjadi calon pasangan (DeVito, 2009). Tahap ini juga masuk dalam proses *experimenting* dalam tahap model interaksi *coming together*. Seseorang akan berusaha belajar dan menggali informasi lebih dalam mengenai calon pasangan, misalnya tentang hobi, alamat rumah, dan lain-lain. Bukan hanya calon pasangan, namun diri sendiri juga mulai membuka diri supaya calon pasangan juga bisa mengenalnya. Penelitian ini berfokus pada komunikasi interpersonal di

antara para kandidat *the ultimate couple* “Match Island” yang masuk dalam tahap hubungan romantis *contact* dan *involvement*. Mengingat bahwa program televisi ini menyajikan konten terkait tahap pendekatan, yaitu *contact* dan *involvement*.

Reality Dating Show

Reality show adalah genre program televisi yang menghadirkan situasi dramatis atau humoris tanpa naskah dan mendokumentasikan peristiwa aktual. Biasanya pemerannya adalah orang-orang biasa yang bukan aktor atau aktris profesional, dalam sebuah perlombaan atau situasi lain di mana terdapat hadiah atau penghargaan diberikan kepada mereka (Budiana, 2022). Terdapat banyak sekali genre dalam *reality show*, misalnya eksperimen sosial, acara supernatural atau paranormal, *hidden camera*, dan masih banyak lagi.

Dating show menjadi salah satu genre dari *reality show*. Di Indonesia sendiri, *dating show* relatif acara televisi yang baru. “Match Island” menjadi program *dating show* pertama yang diproduksi oleh Net TV. Acara yang masuk dalam kategori *romance reality* di Indonesia biasanya memiliki alur acara yang hampir sama. Misalnya “Katakan Putus” dan “Katakan Cinta”, memiliki gaya acara yang hampir sama, di mana para *host* membantu klien untuk menyatakan putus kepada kekasihnya dan menyatakan cinta kepada pujaan hati mereka.

Analisis Isi Kualitatif

Analisis isi kualitatif adalah metode untuk menggambarkan secara sistematis makna dari materi kualitatif dengan mengklasifikasikan materi sebagai contoh dari kategori kerangka pengkodean (Schreier, 2012). Metode analisis isi kualitatif membantu dalam menjelaskan materi-materi tertentu dan spesifik. Dalam hal ini metode tersebut tidak menjelaskan secara penuh makna dari semua materi. Penelitian dari metode ini menjawab dari sudut mana pertanyaan penelitian ditentukan. Sehingga, ketika seorang penulis penelitian menemukan suatu aspek penting lain yang berguna dalam penelitian yang dilakukan, maka perubahan kerangka pengkodean dapat mengalami perubahan. Hal ini menjadi salah satu bentuk dari ciri-ciri yang membedakan analisis isi kualitatif dengan kuantitatif.

Analisis isi kualitatif memiliki sifat yaitu fleksibel. Menurut Boyatzis (1998) dan Rustemeyer (1992) dalam Schreier (2012), analisis isi kualitatif disebut fleksibel karena semua peneliti bisa terus menyusun kerangka pengkodean untuk mendapatkan hasil penelitian yang reliabel dan valid. Berbeda dengan analisis isi kuantitatif, di mana penelitian dengan metode tersebut sudah memiliki standar untuk pengkodeannya. Selain itu, metode ini dapat melakukan pengurangan aspek-aspek yang sekiranya tidak relevan dalam penelitian. Abstraksi dalam penelitian juga tinggi dibandingkan dengan informasi konkret, sehingga dibutuhkan penyusunan kerangka pengkodean sekaligus klasifikasi informasi konkret untuk dapat menjelaskan hasil penelitian dengan benar. Analisis isi kualitatif disusun dengan tersistematis. Hal ini berhubungan dengan setiap tahap yang harus dilalui dalam menjalankan analisis isi kualitatif, dari merumuskan masalah hingga menginterpretasikan dan mempresentasikan hasil penemuan.

Dasar dari penelitian analisis isi kualitatif adalah tidak lagi terbatas oleh sesuatu yang tampak (*manifest*). Namun juga pada sesuatu yang tidak tampak (*latent*) atau bisa dianggap sebagai pesan tersirat dari suatu hal (Kriyantono, 2014). Maka, dalam mendeteksi hal yang tidak tampak tersebut, konteks menjadi hal penting dalam penelitian ini. Sebuah konteks akan membantu peneliti dalam menjelaskan dan menginterpretasikan pesan latent kepada para pembacanya. Perlu digarisbawahi bahwa interpretasi pesan adalah jantung dari penelitian analisis isi kualitatif (Schreier, 2012).

Dalam hal ini, penelitian analisis isi sebenarnya terbagi dua sifat yaitu analisis isi deduktif dan induktif. Menurut Lauri dan Kyngäs (2005), penggunaan analisis isi secara deduktif adalah ketika sebuah penelitian bertujuan untuk menguji teori dan struktur analisis dioperasionalkan berdasarkan pengetahuan sebelumnya. Sedangkan ketika belum ada pengetahuan sebelumnya yang cukup atau suatu pengetahuan terfragmentasi, maka menggunakan analisis isi dengan cara induktif (dalam Elo & Kyngäs, 2008). Dalam analisis isi induktif, maka penjelasan data bergerak dari hal yang spesifik ke hal yang lebih luas dan umum. Begitupun sebaliknya untuk penelitian analisis isi deduktif, bergerak dari hal yang luas ke hal spesifik.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif. Analisis isi kualitatif tidak lagi terbatas oleh sesuatu yang tampak (*manifest*), seperti analisis isi kuantitatif. Namun juga pada sesuatu yang tidak tampak (*latent*) atau bisa dianggap sebagai pesan tersirat dari suatu hal. Penelitian analisis isi kualitatif ini menggunakan sifat deduktif yaitu penjelasan yang bergerak dari hal yang umum menuju hal yang spesifik. Penelitian analisis isi deduktif ini digunakan karena penulis melakukan kategorisasi melalui teori yang sudah ada, yaitu *speech acts* dan komunikasi non-verbal untuk mendapatkan sebuah gambaran umum dalam temuannya. *Speech acts* terbagi menjadi *representative*, *directive*, *commissive*, *expressive*, dan *declarative* (McCornack, 2009). Sedangkan non-verbal meliputi *kinesics*, *vocalics*, *haptics*, *proxemics*, *chronemics*, *physical appearance*, *artifacts*, dan *environment* (McCornack, 2009).

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini berupa teks yang meliputi dialog percakapan dan *scene* komunikasi interpersonal yang intens—setelah memenangkan *challenge* dan *dinner* episode terakhir—tiga pasangan kandidat *the ultimate couple* “Match Island”.

Analisis Data

Dalam analisis isi kualitatif, terdapat beberapa langkah dalam melakukan analisis (Schreier, 2012), yaitu penulis menentukan pertanyaan permasalahan penelitian/rumusan masalah, memilih material penelitian, membuat *coding frame*, membagi material penelitian menjadi unit pengkodean, mencoba *coding frame*

yang sudah dibuat, mengevaluasi dan memodifikasi *coding frame*, melakukan analisis, menginterpretasi dan mempresentasikan hasil temuan.

Temuan Data

Speech Acts Para Peserta

Tabel 1. Speech Acts

<i>Representative</i>	Ari-Geraldine dan Bunyod-Santi melakukan pesan <i>representative</i> dalam menceritakan pengalaman pribadi dan kejadian di dalam pulau, sekaligus berkomentar mengenai tempat <i>dating</i> mereka. Sedangkan Indra-Jeje melakukan pesan <i>representative</i> hanya menceritakan pengalaman pribadi, namun tidak pernah menyinggung kejadian di dalam pulau. Mereka juga sempat mengomentari tempat <i>dating</i> mereka.
<i>Directive</i>	Ari-Geraldine dan Bunyod-Santi melakukan pesan <i>directive</i> dalam mencari informasi satu sama lain dengan bertanya. Mereka juga memberikan perintah lembut, seperti mengulang suatu tindakan dan menebak usia. Salah satu dialog Bunyod-Santi ada yang berisi kombinasi dari kedua kategori di atas. Sedangkan Indra-Jeje, melakukan pesan <i>directive</i> dalam mencari informasi diri satu dengan lain dengan cara bertanya. Mereka tidak melakukan kegiatan menginstruksi satu dengan lainnya.
<i>Commissive</i>	Secara konsep dasar, tidak ada pasangan yang melakukan pesan <i>commissive</i> . Hal ini wajar terjadi karena para peserta masih dalam masa <i>contact</i> dan <i>involvement</i> atau pendekatan. Mereka hanya melakukan penawaran, seperti menawarkan makanan kepada lawan bicara, yang sama sekali tidak memberikan pesan komitmen seseorang di masa depan.
<i>Expressive</i>	Ari-Geraldine dan Bunyod-Santi melakukan empat penggolongan pesan <i>expressive</i> dari penulis berdasarkan mayoritas topik terbanyak, yaitu memuji, berterima kasih, menyampaikan perasaan, dan gombal atau rayuan maut. Indra-Jeje juga melakukan hal yang sama, hanya saja dalam hal rayuan maut berbeda dengan pasangan lainnya. Jeje (perempuan) yang melontarkan gombalan kepada pihak laki-laki, di mana biasanya adalah sebaliknya.
<i>Declarative</i>	Menyampaikan opini atau pendapat pribadi menjadi bentuk dari pesan <i>declarative</i> . Ari-Geraldine saling mengopinionkan pendapat terkait pandangan pribadi suatu hal di dalam hidup. Bunyod-Santi melakukan hal yang sama. Namun, dalam hal ini Bunyod lebih banyak berbicara dibandingkan Santi yang merupakan seorang perempuan. Sedangkan Indra-Jeje beropini mengenai pandangan masing-masing terkait sebuah <i>relationship</i> .

Komunikasi Non-Verbal: *Kinesics & Hapstics*



Gambar 1. Interaksi salah satu pasangan, Ari-Geraldine

Awal pertemuan mereka, Ari masih gugup untuk dua *dating* di awal sehingga ia tidak bisa menjaga kontak matanya. Sedangkan Geraldine masih bisa lebih menenangkan diri. Mereka berdua berbicara dengan saling berhadapan satu dengan lain dan beberapa kali terlihat badan mereka dicondongkan ke depan atau ditempelkan ke arah salah satu dari mereka. Kedua pribadi ini berkomunikasi dengan sangat ramah dan penuh hormat satu dengan lainnya. Dengan suara yang lembut dan juga tempo bicara yang normal cenderung cepat, mereka bisa berinteraksi dengan akrab seiring berjalannya waktu. Geraldine memiliki logat tersendiri saat berbicara sehingga terkadang ada beberapa kata yang tidak begitu jelas terdengar.

Selanjutnya, Bunyod sosok yang ingin terlihat memiliki kuasa dari salah satu cara duduknya maupun cara bicarannya. Bunyod cukup menghormati Santi sebagai *partner* pilihannya di dalam program “Match Island”. Ketika berbincang-bincang, Bunyod menjaga kontak matanya dengan Santi. Berbeda dengan Santi, karena masih canggung pada awal perkenalan, ia banyak menghindari kontak mata dengan Bunyod. Namun, setelah terbiasa Santi lebih percaya diri untuk berinteraksi dengan Bunyod. Bahkan sampai mencondongkan badan ke arah Bunyod saat berbicara bersama. Santi menggunakan suara yang lembut dan lucu yang memberikan kesan manja pada dirinya.

Lalu, Indra-Jeje merupakan dua orang yang bisa cepat untuk saling menyesuaikan. Mereka memiliki tempo bicara yang hampir sama yaitu cenderung cepat dan tinggi ketika bergurau dan melambat ketika berbicara serius.

Kontak mata mereka yang paling intens dan bisa bertahan lama, bahkan dari awal melakukan *dating*. Mereka sangat ekspresif dan cenderung punya posisi duduk yang berdekatan.

Komunikasi Non-Verbal: *Hapstics & Proxemics*



Gambar 2. *Proxemics* dan *hapstics* salah satu pasangan, Indra-Jeje

Ketiga pasangan yang ada memiliki dua jenis *proxemics* dan dua jenis *hapstics* yang sama. Terdiri dari *friendship-warmt touch* dan *love-intimacy touch* untuk *hapstics*. Sedangkan *Proxemics* terdiri dari *personal space* dan *intimate space*. Tindakan mereka meliputi memeluk, berciuman, merangkul, memegang tangan, dan lain sebagainya.

Komunikasi Non-Verbal: *Chronemics*

Tidak ada perbedaan orientasi waktu oleh para peserta karena latar belakang mereka mayoritas dari segi keluarga dan juga pergaulan adalah Indonesia. Walaupun ada dua orang yang merupakan keturunan campuran, mereka semua adalah penganut perspektif atau orientasi waktu *P-time person*. Artinya mereka menikmati momen kebersamaan daripada memperhatikan kedisiplinan pada waktu.

Komunikasi Non-Verbal: *Physical Appearance*



Gambar 3. Busana-busana para peserta

Dari segi penampilan, peserta perempuan lebih banyak menggunakan busana yang terbuka, layaknya pakaian orang di pantai. Salah satu contohnya adalah mereka menggunakan bikini. Sedangkan, peserta laki-laki lebih banyak menggunakan busana casual non-formal seperti kemeja lengan pendek dengan celana *chino* pendek, dan lain sebagainya. Pada saat *dinner* episode terakhir mereka menggunakan pakaian yang lebih formal yaitu berupa gaun satin bagi peserta perempuan dan pakaian berjas untuk peserta laki-laki.

Komunikasi Non-Verbal: *Artifacts*



Gambar 4. Cangkang keong jingga bentuk tindakan romantis Ari

Dalam hal *artifacts*, Ari memberikan beberapa objek seperti cangkang keong, batu karang, dan cangkang kerang dengan makna yang terkandung di setiap objek tersebut, sebagai hadiah untuk Geraldine. Objek menjadi bentuk keromantisan di dalam hubungan Ari-Geraldine. Adapun Bunyod menggunakan kaca mata untuk

menggambarkan citra dirinya. Dengan menggantungkan kaca mata di bajunya, memberikan kesan penampilan yang keren. Dari pasangan Indra-Jeje tidak ada objek yang dimanfaatkan oleh mereka sebagai bentuk romantisme ataupun gambar diri.

Analisis dan Interpretasi

Dari temuan data di atas, telah terjadi hilangnya batasan-batasan dalam hubungan romantis. Hal ini diperlihatkan lewat tayangan “Match Island” bahwa pada tahap pendekatan pun para peserta dapat berlaku layaknya sepasang kekasih. Dalam hal ini, terjadi degradasi budaya dalam kehidupan hubungan romantis orang Indonesia yang seharusnya menganut budaya timur. Keterbukaan informasi yang begitu luas menjadi salah satu hal yang sangat terlihat. Para peserta saling berbagi informasi sensitif kepada peserta lain yang baru saja mereka kenal beberapa waktu saja. Hal tersebut menjadi salah satu bentuk bagaimana degradasi budaya dalam hubungan romantis orang Indonesia terjadi saat ini.

Simpulan

Dalam berkomunikasi interpersonal, para peserta *dating show* “Match Island” melakukan beberapa bentuk pesan dari klasifikasi yang sudah penulis buat. Para peserta *dating show* melakukan semua jenis *speech acts* dan komunikasi non-verbal. Dalam hal *speech acts*, para peserta melakukan bentuk-bentuk pesan *representative, directive, expressive, dan declarative*. Pesan *commisive* tidak terjadi dikarenakan mereka masih dalam masa pengenalan dan belum adanya intensi untuk berkomitmen satu dengan lainnya. *Speech acts* juga tidak terlepas dari komunikasi non-verbal. Setiap kategori berupa *kinesics* dan *vocalics, hapstics* dan *proxemics, chronemics, physical appearance, dan artifacts* mendukung setiap komunikasi interpersonal yang terjadi di antara para peserta.

Dari setiap analisis hasil temuan, penulis menemukan bahwa terdapat pemudaran tahapan dalam hubungan romantis orang Indonesia. Dalam setiap tahapan hubungan romantis seharusnya memiliki ciri khas dalam interaksi mereka. Namun, di dalam acara *dating show* malah menggambarkan orang-orang yang sedang melakukan pendekatan, berlaku layaknya sepasang kekasih. Hal ini memicu adanya degradasi budaya dalam hubungan romantis orang Indonesia karena orang Indonesia seharusnya menganut budaya negara timur, di mana berelasi itu terbatas. Pada media berupa *dating show* ini, hubungan masa pendekatan sudah bebas dan terbuka dalam berperilaku antara para peserta yang baru kenal beberapa waktu dan hanya punya waktu singkat untuk mengenal satu sama lain. Keterbukaan juga tercermin dari bahasan topik pembicaraan yang cukup sensitif oleh para peserta *dating show*. Misalnya, mereka sudah membahas masalah-masalah yang terjadi di dalam masing-masing keluarga mereka kepada orang yang baru mereka kenal di dalam program tersebut. Sehingga *dating show* menjadi suatu model program baru di Indonesia dan alternatif dalam mencari jodoh, sekaligus pendukung adanya degradasi budaya dalam berelasi di Indonesia.

Dari penelitian ini, penulis menyarankan untuk meneliti lebih jauh terkait pola komunikasi interpersonal di media, yang berfokus dari elemen komunikasi selain

pesan. Selain itu, dapat pula mengembangkan penelitian ini menjadi penelitian kuantitatif dalam menemukan data secara numerik terkait topik pembicaraan yang dilakukan oleh para kaum yang sedang melakukan pendekatan hubungan.

Daftar Referensi

- Anggraini, C., Denny, ;, Ritonga, H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 1(3), 337–342.
- Budiana, D. (2022). *Kelas produksi variety / talkshow*.
- DeVito, J. (2009). *The interpersonal communication book* (M. Lentz (ed.); 12th ed.). Pearson.
- Ferris, A. L., Smith, S. W., Smith, S. L., & Smith, S. L. (2007). The content of reality dating shows and viewer perceptions of dating. *Journal of Communication*, 57(3), 490–510.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00354.x>
- Knapp, M. L., & Vangelisti, A. L. (2005). *Interpersonal communication and human relationships* (K. Bowers (ed.); 5th ed.). Pearson.
- Kuckartz, U. (2014). *Qualitative text analysis: A guide to methods, Practice and using software*. (K. Metzler (ed.)). SAGE.
- McCornack, S. (2009). *Reflect & Relate: An introduction to interpersonal communication* (E. Cavedon (ed.); 2nd ed.). Bedford/St. Martin.
- Muslimin, K., & Jannah, L. Al. (2019). Studi analisis pola komunikasi interpersonal dalam film surga yang tak dirindukan karya kuntu agus tahun 2015. *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*, 10(1). <https://doi.org/10.34001/an.v10i1.744>
- Riles, J. M., Varava, K., Pilny, A., Tewksbury, D., Matthew, J., Varava, K., Pilny, A., Tewksbury, D., Riles, J. M., Varava, K., Pilny, A., & Tewksbury, D. (2018). Representations of interpersonal interaction and race / ethnicity : An examination of prime-time network television programs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62(2), 302–319.
<https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1451862>
- Scheibe, C., & Rogow, F. (2012). *The teacher's guide to media literacy: Critical thinking in a multimedia world*. Corwin Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.4135/9781483387581>
- Schreier, M. (2012). Qualitative content analysis in practice. In *SAGE Publications*.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, Kualitatif, Dan r&d*. Alfabeta.
- Wijayanti, C. A. (2009). *Jurnalisme damai dalam berita televisi: Analisis isi pemberitaan konflik israel-palestina di liputan 6 petang sctv* [Universitas Kristen Petra].
<https://dewey.petra.ac.id/catalog/digital/detail?id=14384>