

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era serba digital seperti saat ini segala aktivitas mampu dilakukan menggunakan internet. Seiring dengan perkembangan teknologi internet yang semakin maju dan berbagai fitur yang dikembangkan oleh para pengembang, membuat manusia menjadi semakin bergantung kepada internet dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Data dari *website* resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika, kominfo.go.id, menyebutkan pada tahun 2018 pengguna internet di Indonesia telah mencapai angka 123 juta pengguna (Sumber:https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4286/Pengguna+Internet+Indonesia+Nomor+Enam+Dunia/0/sorotan_media, diakses pada hari Kamis, 7 November 2019). Sejak dari bangun tidur hingga menjelang tidur kembali, berbagai aktivitas seperti mencari hiburan, melakukan perjalanan, bersih-bersih rumah, berbelanja, hingga mencari pasangan bisa dilakukan melalui media internet. Mencari pasangan yang dimaksud adalah dengan menggunakan aplikasi jejaring sosial yang secara spesifik digunakan untuk mencari relasi seperti teman, pacar, atau bahkan lebih. Aplikasi semacam ini biasa disebut dengan *online dating app*, dalam Bahasa Indonesia berarti aplikasi kencan daring (*online*).

Ada banyak aplikasi kencan *online* yang tersedia di internet dengan berbagai nama seperti Tinder, Beetalk, Hornet, OkCupid, Skout, Grindr, dan

lain-lain. Aplikasi-aplikasi kencan *online* yang ada diperuntukkan kepada orang dengan berbagai latar belakang orientasi seksual, tidak hanya menyoar kepada orang-orang heteroseksual, tetapi juga orang-orang dengan orientasi seksual sesama jenis baik homoseksual seperti gay dan lesbian maupun yang berorientasi pada keduanya atau biasa disebut dengan biseksual. Ada lebih dari 70 aplikasi kencan *online* untuk kelompok Lesbian, Gay, Biseksual, *Transgender*, dan *Queer* (LGBTQ).

Dikutip dari gaycenter.org, Lesbian merupakan wanita yang ketertarikan fisik, romantis, dan / atau emosionalnya yang bertahan lama adalah wanita lain. Beberapa lesbian mungkin lebih suka mengidentifikasi sebagai gay atau sebagai wanita gay. Gay merupakan kata sifat yang digunakan untuk menggambarkan orang-orang yang ketertarikan fisik, romantis, dan/atau emosionalnya yang abadi adalah untuk orang-orang yang berjenis kelamin sama. Namun, untuk perempuan terkadang lesbian adalah istilah yang lebih disukai. Biseksual merupakan istilah yang dipakai untuk mengidentifikasikan seseorang yang memiliki kapasitas untuk membentuk ketertarikan fisik, romantis, dan/atau emosional yang abadi kepada mereka yang berjenis kelamin sama atau dengan mereka yang berjenis kelamin lain. Orang-orang dapat mengalami ketertarikan ini dengan cara dan derajat yang berbeda selama hidup mereka. Orang biseksual tidak perlu memiliki pengalaman seksual khusus untuk menjadi biseksual. Pada kenyataannya, mereka tidak perlu memiliki pengalaman seksual sama sekali untuk mengidentifikasi diri sebagai biseksual. *Transgender* merupakan Istilah umum untuk orang yang identitas gender dan /

atau ekspresi gendernya berbeda dari apa yang biasanya dikaitkan dengan jenis kelamin yang ditugaskan pada mereka saat lahir. Orang-orang di bawah payung *transgender* dapat menggambarkan diri mereka menggunakan satu atau lebih dari berbagai istilah, termasuk *transgender*. Banyak orang transgender diresepkan hormon oleh dokter mereka untuk menyelaraskan tubuh mereka dengan identitas gender mereka. Beberapa menjalani operasi juga. Tetapi tidak semua orang *transgender* dapat atau akan mengambil langkah-langkah itu, dan identitas *transgender* tidak tergantung pada penampilan fisik atau prosedur medis.

Queer merupakan Kata sifat yang digunakan oleh beberapa orang, terutama orang yang lebih muda, yang orientasi seksualnya tidak eksklusif heteroseksual. Biasanya, bagi mereka yang mengidentifikasi diri sebagai *queer*, istilah lesbian, gay, dan biseksual dianggap terlalu terbatas dan/atau penuh dengan konotasi budaya yang mereka rasa tidak berlaku untuk mereka. Beberapa orang mungkin menggunakan *queer*, atau lebih umum *genderqueer*, untuk menggambarkan identitas gender dan/atau ekspresi gender mereka. Setelah dianggap sebagai istilah yang merendahkan, *queer* telah direklamasi oleh beberapa orang LGBT untuk menggambarkan diri mereka sendiri; namun, ini bukan istilah yang diterima secara universal bahkan di dalam komunitas LGBT itu sendiri (Sumber: www.gaycenter.org/about/lgbtq, diakses pada Minggu, 12 Januari 2020).

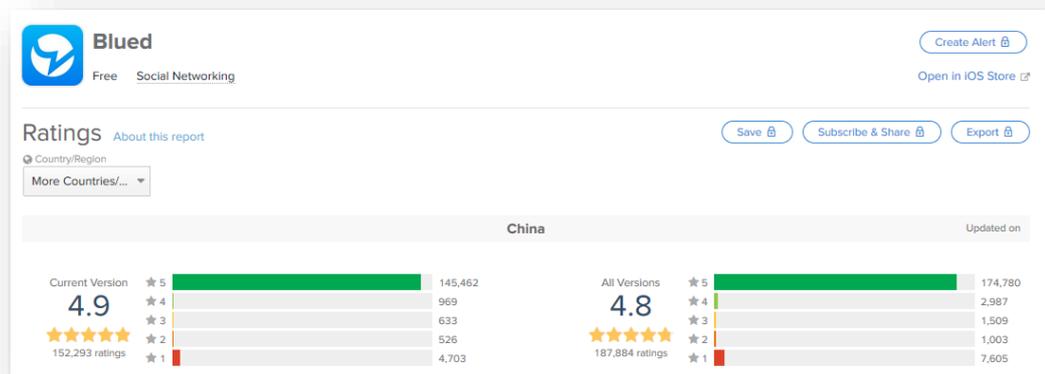
Beberapa aplikasi diperuntukkan murni untuk mencari pasangan dengan fitur standard seperti *chatting*, *like* dan *dislike*, serta *follow* dan *unfollow*,

beberapa yang lain mempunyai fitur tambahan berupa fasilitas siaran langsung, yakni pengguna bisa membagikan aktivitasnya secara langsung dalam bentuk audio visual dan bisa ditonton oleh siapapun yang menggunakan aplikasi yang sama. Sebenarnya, ada beberapa aplikasi kencan *online* khusus LGBTQ yang menyediakan fasilitas siaran langsung, namun hanya sedikit yang menyediakan fasilitas siaran langsung di mana pengguna yang melakukan siaran langsung, yang kemudian disebut *host*, selain bisa mendapatkan penghasilan tambahan dari aktivitas siaran yang dilakukannya, juga mendapatkan relasi dengan dengan *viewer*-nya. Salah satu aplikasi populer yang menyediakan fitur tersebut adalah aplikasi kencan *online* bernama Blued.

Blued merupakan aplikasi kencan *online* di telepon pintar dengan *platform* Android maupun IOS yang dikhususkan untuk laki-laki gay, biseksual, dan juga *transgender* laki-laki ke perempuan (*transpuan*). Aplikasi buatan cina yang diluncurkan pada tahun 2012 ini telah mempunyai jumlah pengguna lebih dari 27 juta, termasuk di Indonesia (Sumber: www.viva.co.id/arsip/996784-blued-aplikasi-pecinta-sesama-jenis-dengan-27-juta-pengguna, diakses pada 27 Maret 2019).

Sementara di toko aplikasi GetApps milik Xiaomi menunjukkan aplikasi Blued telah diunduh lebih dari 5.000 kali. Dalam situs resminya, Blued mengklaim bahwa aplikasi yang mempunyai logo dengan dominasi warna biru ini telah digunakan oleh lebih dari 40 juta orang di seluruh dunia (sumber: www.blued.com, diakses pada hari Rabu, 27 Maret 2019). Di negara asalnya,

aplikasi Blued mempunyai *rating* yang cukup tinggi di Google Playstore, yakni sebesar hingga 4,9 dari 5,0 (Sumber: [www. appannie.com](http://www.appannie.com)).



Gambar 1. Rating Aplikasi Blued di Google Playstore

(Sumber: <https://www.appannie.com/apps/google-play/app/com.blued.international/details/>, diakses pada hari Rabu, 27 Maret 2019)

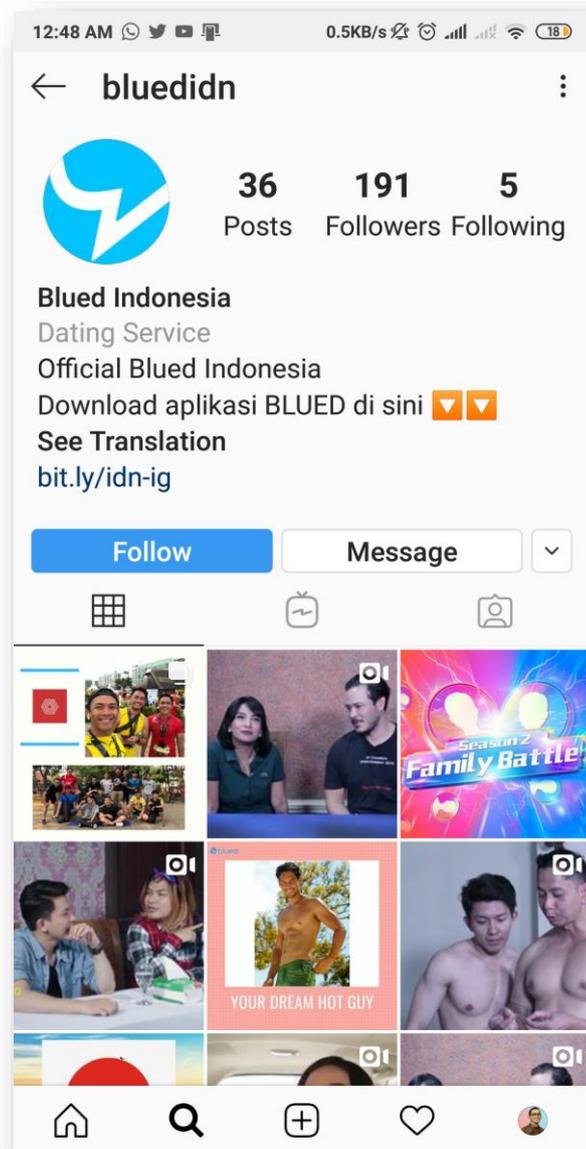
Di Indonesia, aplikasi Blued telah diblokir oleh pemerintah melalui Kominfo dengan bekerja sama dengan Google pada hari Minggu, 28 Januari 2019 pukul 00.00 WIB, sehingga aplikasi Blued pun tidak tersedia lagi di Playstore, hal ini dilakukan oleh pemerintah karena Aplikasi Blued dinilai bertentangan dengan nilai-nilai kesusilaan yang berlaku di Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Dilansir dari situs berita merdeka.com (18/01/2018), diakui Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) Rudiantara, situs LGBT Blued sebenarnya telah diblokir sejak tahun 2016. Namun, pengelola aplikasi selalu memindahkan *Domain Name System (DNS)*, sehingga masih terus bisa diakses oleh masyarakat. “Blued dari 2016 sudah diblok terus dia pindah DNS lagi.

Kemudian tahun 2017, kita blokir lagi. Dia pun pindah DNS lagi. Makanya, sekarang pindah lagi DNS tetapi kita sudah minta blok lagi,” kata Rudiantara kepada wartawan di Gedung Kemkominfo, Jakarta, Kamis (18/1/18).

Tak hanya memblokir DNS saja, Menkominfo menyatakan sudah melaporkan aplikasi yang berbau LGBTQ kepada pihak Google untuk dilakukan pemblokiran. Sebanyak 70 aplikasi di Google Play Store sudah diminta untuk diblokir termasuk juga Blued. “Ini kan ada dua, situs dan aplikasinya. Yang aplikasi kita memang harus kerja sama dengan platform. Kalau yang situs kan kejarung sama dengan mesin sensor. Banyak ada berapa puluh situs yang berkaitan dengan LGBT,” jelas Rudiantara.

Aplikasi yang mengandung unsur LGBTQ diketahui marak lantaran pada 13 Januari 2018, Polres Cianjur melakukan penangkapan terhadap lima pelaku pesta seks sesama jenis di wilayah Cipanas. Menurut salah seorang pelaku, perkenalan dengan sesama gay dilakukan melalui aplikasi Blued. Dalam aplikasi tersebut, didapati ada sebanyak 200 orang gay di wilayah Cianjur (Sumber: <https://www.merdeka.com/teknologi/sering-diblokir-situs-lgbt-ini-selalu-ganti-ganti-dns.html>, diakses pada hari Jumat, 4 Oktober 2019). Meskipun telah diblokir, Namun meski telah diblokir, Aplikasi Blued masih bisa diunduh melalui toko aplikasi lain seperti GetApps milik Xiaomi, Apps Store milik Apple, atau pun melalui akun resmi media sosial Blued di Instagram maupun Facebook, oleh karena itu hingga saat ini masih terdapat banyak pengguna aktif di Indonesia.

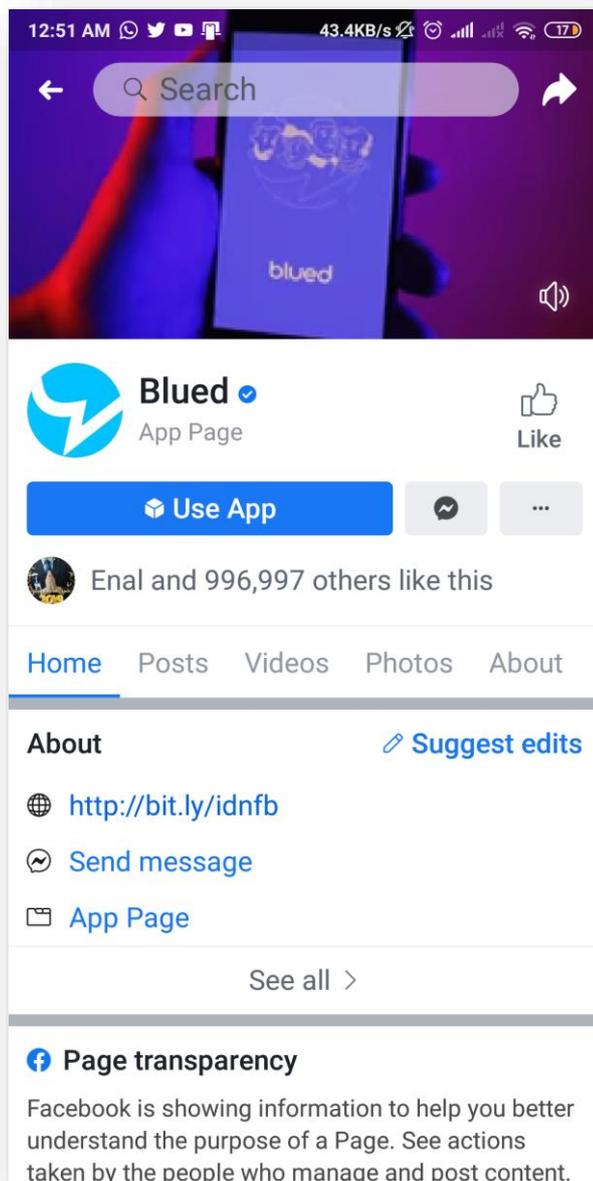


Gambar 2. Link unduhan aplikasi Blued di akun sosial media

Instagram @bluedidn

(Sumber: <https://instagram.com/bluedidn?igshid=b4r2fmo6jiwt>,

diakses pada hari Selasa, 22 Oktober 2019)



Gambar 3. Link unduhan aplikasi Blued di akun sosial media Facebook Blued

Indonesia

(Sumber: <https://www.facebook.com/bluedIDMY/>, diakses pada

hari Selasa, 22 Oktober 2019)

Berdasarkan pengamatan peneliti, banyak pengguna Blued di Indonesia yang memanfaatkan aplikasi Blued untuk mendapatkan penghasilan tambahan dengan cara menjadi *host* siaran langsung di akun pribadi mereka jika berhasil mengumpulkan koin (*beans*) minimal sebanyak 10.000 *beans* yang diperoleh dari *viewer*. *Viewer* yang memberikan *beans* kepada *host* dengan nilai tertentu disebut sebagai *gifter*. Selain motif ekonomi, ada juga *host* yang melakukan siaran langsung untuk mencari teman, pasangan, maupun hubungan jangka panjang lainnya. Motif dari *viewer* juga beragam, ada yang mempunyai motif hanya untuk mencari kesenangan namun ada juga yang mempunyai motif sosial seperti ingin membantu para *host* yang masuk kategori kurang mampu secara finansial dengan cara memberikan *beans* kepada mereka.

Dalam siaran langsung yang dilakukan, para *host* mempunyai gaya komunikasi yang berbeda-beda, ada yang terbuka dan mengutamakan kesetaraan, ada yang agresif, dan ada pula yang cenderung bersifat mengontrol terhadap *viewer*. Tak jarang *host* rela melakukan berbagai tantangan yang diberikan oleh *viewer* seperti memakai kostum tertentu, melakukan gerakan-gerakan tertentu bahkan sensual, melakukan hal yang ekstrim seperti memakan bawang mentah, hingga melakukan interaksi diluar *room* untuk dapat membangun hubungan yang baik dengan *viewer*. Hal tersebut memungkinkan untuk dilakukan karena di dalam aplikasi blued tidak ada larangan untuk melakukan apapun, kecuali melakukan aktivitas seksual secara eksplisit seperti menunjukkan alat kelamin, melakukan tindak penganiayaan, dan melakukan

aktivitas ilegal yang lain seperti mengonsumsi narkoba (Sumber: hasil pengamatan peneliti, bulan Maret-Desember 2019).



Gambar 4. Seorang host yang sedang melakukan aktivitas siaran langsung di aplikasi Blued
(Sumber: Aplikasi Blued, diakses pada hari Kamis, 5 Desember 2019)

Dari berbagai latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi *host* dalam aktivitas siaran langsung yang dilakukan di aplikasi kencana *online* Blued dalam membangun hubungan dengan *viewer*. Adapun penelitian serupa sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti yang telah berhasil memaparkan hasil penelitiannya mengenai *host* pada aplikasi *live streaming* yang berbeda, yakni Bigo Live. Diantaranya adalah Shabrina (2017) dalam Jurnal komunikasi Vol. 5 Nol. 2 Tahun 2017 yang berjudul ‘Studi Fenomenologi Media Sosial Bigo Live’ mengungkapkan bahwa penggunaan Bigo Live didasari oleh kepentingan pribadi yang dimiliki oleh masing-masing informan. Namun pada akhirnya muncul suatu tujuan lain yaitu memperoleh banyak hadiah dan penonton. Dengan menggunakan media sosial Bigo Live, para informan mendapatkan keuntungan tersendiri seperti menambah pendapatan, menambah jaringan pertemanan mereka, hingga bisa berkenalan seseorang yang akhirnya menjadi kekasihnya. Kendala yang sering dihadapi adalah hukuman banned karena nekat melanggar peraturan yang telah ada. Ayu juga menyatakan bahwa pihak Bigo Live sebaiknya memperbaiki sistem peraturan dan memperketat pengawasan pada akun-akun yang ada. Bigo Live merupakan sebuah media sosial yang memiliki potensi tinggi jika digunakan secara baik dan benar oleh perusahaan, organisasi, pemerintah, atau instansi pendidikan untuk menyiarkan berbagai informasi kepada banyak khalayak yang berada di berbagai daerah sekaligus (Shabrina, 2017: 6-7).

Peneliti selanjutnya adalah Wulandari T (2018) dalam penelitian yang berjudul ‘Proses Komunikasi *Host* Bigo Live Saat *Live Streaming* (Studi Kasus Para *Host* Bigo Live Di Managemen SK)’ yang menyatakan bahwa *Host* Bigo Live menampilkan peran dengan pribadi yang berbeda dari kehidupan di dalam keluarganya. Perubahan yang dilakukan para *host* Bigo Live yaitu cara berpakaian dan cara berbicaranya yang seolah – olah dibuat menjadi seperti anak kecil atau dimanja-manja cara berbicaranya. Selain itu para *host* Bigo Live ada juga yang merubah dirinya dari wanita sholeh menjadi wanita tidak sholeh untuk menarik *viewer* agar betah di *roomnya*. Perbedaan lain yang dilakukan oleh para *host* Bigo Live adalah mengenal cara proses komunikasi dan perilaku mereka kepada penontonnya. Perbedaan perilaku ditunjukkan oleh para *host* dengan lebih mengabrabkan diri dengan para penonton. Namun ada beberapa dari para *host* Bigo Live yang mengakui terkadang bawah mereka harus berperilaku sedikit centil atau manja kepada penonton. Para *host* Bigo Live menjelaskan alasan perbedaan berpenampilan maupun bertingkah laku untuk memenuhi target yang dicapai di setiap bulannya (Wulandari T, 2018: 65-66).

Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Nurjanah (2017) dengan judul ‘Tubuh Perempuan Dalam Praktik *Online-Offline* Bigo Live (Studi Deskriptif Praktik *Online-Offline* Remaja Perempuan Dalam Menampilkan Tubuh Melalui Aplikasi Bigo Live)’ mengungkapkan bahwa ada praktik *online* dan *offline* yang dilakukan oleh remaja putri dalam menampilkan tubuh melalui aplikasi Bigo Live. Praktik *online* dan *offline*

tersebut meliputi tahap persiapan hingga tahap live broadcasting yang mereka lakukan. Dalam praktik tersebut ada sebuah modifikasi identitas yang dilakukan. Identitas tersebut dapat berupa identitas diri mereka hingga penampilan fisik mereka. Setiap praktik *online* dan *offline* tersebut memiliki tujuan tersendiri. Praktik *offline* yang dilakukan adalah tindakan yang dilakukan untuk mendukung kegiatan *online* yang mereka lakukan dalam Bigo Live.

Remaja perempuan pengguna Bigo Live tidak merasa dirinya menjadi sebuah komoditas dalam *live broadcasting* tersebut. Mereka merasa tidak ada sesuatu yang salah ketika mereka menampilkan diri dan tubuh mereka di dalam Bigo Live. Aktivitas-aktivitas yang mereka lakukan dalam *live broadcasting* pun mereka anggap merupakan sepenuhnya otoritas mereka sebagai pemilik akun. Remaja perempuan pengguna Bigo Live tidak akan berpikir panjang mengenai *live broadcasting* yang mereka lakukan apakah konten tersebut bermanfaat bagi penontonnya ataupun tidak. Karena bagi remaja perempuan pengguna Bigo Live *live broadcasting* merupakan tempat yang bebas bagi mereka untuk mengekspresikan diri mereka sehingga mereka tidak perlu mempertimbangkan banyak hal sebelum melakukan *live broadcasting* tersebut (Nurjanah, 2017: 109). Sejauh ini, peneliti belum menemukan penelitian terpublikasi yang membahas mengenai gaya komunikasi *host* dalam aktivitas siaran langsung di aplikasi kencan *online* Blued dalam membangun hubungan dengan *gifter*. Selain itu, penelitian dengan LGBTQ pada umumnya membahas

bagaimana hubungan dari sisi romansa, sementara penelitian ini berfokus pada hubungan LGBTQ dalam aspek ekonomi.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana gaya komunikasi *host* siaran langsung di aplikasi kencan online Blued dalam membangun hubungan dengan *viewer*?

C. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini penulis memiliki tujuan untuk mendeskripsikan gaya komunikasi *host* siaran langsung di aplikasi kencan *online* Blued dalam membangun hubungan dengan *viewer* beserta dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan pemahaman secara akademik dengan memberikan ciri ilmiah pada sebuah penelitian dengan mengaplikasikan teori, khususnya teori-teori tentang gaya komunikasi serta faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam proses membangun hubungan antara *host* siaran langsung dengan *viewer* di aplikasi kencan *online* Blued.

E. Kajian Teori

1. Pengertian Gaya Komunikasi

Menurut Sendjaja (1996), gaya komunikasi adalah perilaku komunikasi yang dilakukan seseorang dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk mendapatkan *feedback* dari orang lain terhadap pesan organisasional yang disampaikan.

Menurut Suranto (2011), gaya komunikasi merupakan seperangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi digunakan dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respons atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan bergantung pada maksud dari *sender* dan harapan dari *receiver*.

Menurut Allen, dkk (2006), gaya komunikasi adalah cara seseorang dapat berinteraksi dengan cara verbal dan para verbal, untuk memberi tanda bagaimana arti yang sebenarnya harus dipahami atau dimengerti. Terdapat beberapa aspek dalam gaya komunikasi, yaitu:

- a. *Dominan*, komunikator dominan dalam berinteraksi. Orang seperti ini cenderung ingin menguasai pembicaraanya.
- b. *Dramatic*, dalam hal berkomunikasi cenderung berlebihan, menggunakan hal-hal yang mengandung kiasan, metafora, cerita, fantasi, dan permainan suara.

- c. *Animated expressive*, warna dalam berkomunikasi, seperti kontak mata, ekspresi wajah, gesture dan gerak badan.
- d. *Open*, komunikator bersikap terbuka, tidak ada rahasia sehingga muncul rasa percaya diri dan terbentuk komunikasi dua arah.
- e. *Argumentative*, komunikator cenderung suka berargumen dan agresif dalam berargumen.
- f. *Relaxed*, komunikator mampu bersikap positif dan saling mendukung terhadap orang lain.
- g. *Attentive*, komunikator berinteraksi dengan orang lain dengan menjadi pendengar yang aktif, empati dan sensitif.
- h. *Impression Leaving*, kemampuan seorang komunikator dalam membentuk kesan pada pendengarnya.
- i. *Friendly*, komunikator bersikap ramah tamah dan sopan saat sedang menyampaikan pesan kepada penerima pesan.
- j. *Precise*, gaya yang tepat dimana komunikator meminta untuk membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan.

Menurut Cangara (2008), terdapat empat tipe dasar yang digunakan untuk menggambarkan gaya komunikasi seseorang, yaitu:

a. Komunikasi Pasif

Seseorang dengan komunikasi pasif ini tidak pernah membela diri sendiri. Jika seorang komunikator pasif, mereka akan menghindari untuk mengungkapkan pikiran, perasaan dan opininya. Ketika

seseorang mengekspresikan perasaan sendiri dengan cara meminta maaf yang terkadang diabaikan oleh orang lain. Bahkan sebagai komunikator pasif, seseorang akan mengizinkan orang lain untuk mengambil keuntungan dengan melanggar hak-hak diri sendiri. Akibatnya, seseorang dengan tipe seperti ini akan merasa cemas, terjebak dan putus asa karena dirinya berada di luar kendali hidup. Perilaku seseorang dengan tipe ini membiarkan orang lain untuk mendominasi. Komunikator pasif ini dapat menjadi komunikator yang lebih kuat dengan menegaskan dirinya sendiri.

b. Komunikasi Agresif

Seseorang dengan tipe ini akan tetap mempertahankan diri sendiri secara langsung namun terkadang berperilaku tidak pantas. Komunikasi verbalnya terkesan melecehkan dan melanggar hak orang lain. Pribadi agresif juga berasal dari rasa rendah diri yang dilampiaskan dalam bentuk dominasi kekuasaan. Sebagai komunikator agresif, seseorang mencoba untuk mendominasi dan mengancam, sering mengkritik dan menyalahkan lemahnya orang lain untuk mendapat kekuasaan. Bahasa tubuhnya terlihat sombong dan cepat marah kalau tidak sesuai dengan keinginan. Sebagai hasilnya, si Agresif ini akan dijauhi orang lain dan merasa lepas kendali. Komunikasi agresif melibatkan manipulasi, mereka akan membuat orang lain melakukan apa yang mereka inginkan dengan menginduksi rasa bersalah atau menggunakan intimidasi.

c. Komunikasi Pasif-Agresif

Seseorang dengan tipe ini tidak berhubungan langsung dengan masalah. Komunikator tampaknya tidak memiliki masalah dengan orang lain, namun mengekspresikan kemarahannya secara tidak langsung dan frustrasi. Seorang komunikator Pasif-Agresif menggunakan sarkasme, penolakan dan bahasa tubuh yang membingungkan. Komunikator ini menghindari konfrontasi langsung, namun berupaya untuk mendapatkan sesuatu bahkan melalui manipulasi. Mereka sering merasa tidak berdaya dan kesal. Mereka sering mengatakan ‘iya’ ketika mereka benar-benar ingin mengatakan ‘tidak’. Seorang komunikator pasif-Agresif sering sarkastis dan berbicara tidak baik tentang orang-orang di belakang punggung mereka.

d. Komunikasi Tegas

Seorang komunikator dikatakan kuat jika memiliki tipe ini. Jika seorang komunikator tegas, maka mereka akan efektif menyatakan pikiran dan perasaan secara jelas dan hormat. Mereka menangani masalah tanpa melanggar atau mengasingkan orang lain. Mereka cenderung memiliki sehat harga diri yang tinggi. Sebagai komunikator tegas, bahasa tubuhnya pun tenang, kontrol diri dan mendengarkan aktif (Sumber: <https://www.kajianpustaka.com/2019/07/pengertian-tipe-dan-jenis-gaya-komunikasi.html>, diakses pada hari Rabu, 16 oktober 2019).

2. Jenis-jenis Gaya Komunikasi

Menurut Tubbs dan Moss (dalam Ruliana, 2016: 39-40), gaya komunikasi seseorang terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

a. *The Controlling Style*

Gaya komunikasi ini bersifat mengendalikan, ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran, dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one-way communicator*. Pihak-pihak yang memakai *controlling style* lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding dengan upaya untuk mengharapkan pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian untuk berbagi pesan dan mendapatkan umpan balik, kecuali jika umpan balik atau *feedback* tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka.

b. *The Equalitarian Style*

Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. Gaya komunikasi *the equalitarian style* ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tulisan yang bersifat dua arah (*two way communication*). Orang yang menggunakan gaya komunikasi ini adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun

dalam lingkup yang lainnya. *The equalitarian style* akan memudahkan tindak komunikasi dalam kelompok atau antar individu.

c. *The Structuring Style*

Gaya komunikasi *structuring style* memanfaatkan pesan-pesan verbal secara lisan maupun tulisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan. Pengirim pesan lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain. Orang yang menggunakan gaya komunikasi ini adalah seseorang yang mampu merencanakan pesan-pesan verbal guna lebih memantapkan tujuannya, memberikan penegasan atau mempunyai jawaban dari setiap pertanyaan yang muncul.

d. *The Dinamic Style*

Gaya komunikasi *dynamic style* memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungannya berorientasi pada tindakan. Tujuan utama dari gaya komunikasi ini adalah komunikasi yang agresif, bertujuan untuk merangsang penerima pesan agar melakukan sesuatu dengan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif jika digunakan dalam mengatasi persoalan. Namun biasanya penerima pesan tidak mengerti apa yang dimaksud oleh pemberi pesan.

e. *The Relinquishing Style*

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk

memberi perintah, meskipun pengirim pesan mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. Maksud dari gaya komunikasi ini adalah pengirim pesan atau *sender* bekerja sama dengan orang lain. Gaya komunikasi ini lebih efektif untuk orang-orang dalam suatu kelompok atau organisasi yang melibatkan banyak orang. Karena apa yang disampaikan oleh pengirim pesan dapat dipertanggungjawabkan.

f. *The Withdrawal Style*

Gaya komunikasi ini hanya muncul dengan melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memaknai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut. Gaya komunikasi ini dapat dikatakan mengalihkan persoalan, misalnya 'saya tidak ingin ikut campur dengan urusan ini,' pernyataan tersebut bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab, tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk menghindar dalam berkomunikasi dengan orang lain.

3. Faktor yang mempengaruhi gaya komunikasi

Menurut Saphire, dkk (2005: 53) terdapat tujuh faktor yang dapat mempengaruhi gaya komunikasi seseorang, antara lain:

a. Kondisi Fisik

Kondisi fisik di mana seseorang melakukan komunikasi sangat mempengaruhi gaya komunikasi. Seperti halnya ketika kegiatan komunikasi itu dilakukan dengan bertatap muka dalam kapasitas yang minim. Hal tersebut akan berakibat pada ketidaknyamanan dan kurangnya kepastian antara komunikator dan komunikan.

b. Peran

Persepsi akan peran diri sendiri (sebagai pelanggan, teman atasan) dan peran komunikator lainnya mempengaruhi bagaimana seseorang berinteraksi. Setiap orang memiliki harapan yang berbeda dari peran diri mereka sendiri maupun orang lain, dan dengan demikian mereka akan sering melakukan komunikasi antar satu dengan lainnya.

c. Konteks Historis

Sejarah mempengaruhi setiap interaksi. Sejarah bangsa, tradisi spiritual, perusahaan, dan masyarakat dengan mudah dapat mempengaruhi bagaimana seseorang memandang satu sama lain, dengan demikian konteks historis dapat berpengaruh pada gaya komunikasi.

d. Kronologi

Bagaimana sebuah interaksi cocok dengan serangkaian peristiwa dapat mempengaruhi pilihan gaya komunikasi seseorang. Hal tersebut akan membuat perbedaan, ketika seseorang berinteraksi

tentang sesuatu untuk pertama kali atau kesepuluh kalinya, dan apakah interaksi yang terjadi di masa lalu berhasil atau tidak menyenangkan.

e. Bahasa

Bahasa yang digunakan, aksen dari bahasa yang diucapkan, semuanya memainkan peran dalam gaya berkomunikasi seseorang. Gaya komunikasi seseorang dalam bahasa tertentu berarti orang yang terbiasa menggunakan bahasa yang berbeda tidak sepenuhnya paham dengan gaya komunikasi tersebut, dan membatasi kemampuan orang dengan beda bahasa tersebut untuk sepenuhnya berpartisipasi dan mempengaruhi arah pembicaraan.

f. Hubungan

Seberapa baik seseorang mengetahui orang lain, dan seberapa besar rasa suka atau percaya pada orang lain, akan mempengaruhi bagaimana seseorang berkomunikasi. Selain itu, pola pengembangan hubungan tertentu dari waktu ke waktu sering memberikan efek kumulatif pada interaksi di masa depan antar orang yang mempunyai hubungan mitra relasional.

g. Kendala

Metode atau *channel* yang digunakan seseorang dalam berkomunikasi dan waktu yang dimiliki untuk berinteraksi adalah contoh dari kendala yang berpengaruh terhadap cara seseorang dalam berkomunikasi.

4. Komunikasi Interpersonal

Menurut Mulyana (2010: 81) komunikasi interpersonal (antarpribadi) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru murid, dan sebagainya. Sedangkan menurut Hardjana (2003: 85-86) komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung, dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula. Kebanyakan komunikasi interpersonal berbentuk verbal disertai ungkapan-ungkapan nonverbal dan dilakukan secara lisan. Cara tertulis diambil sejauh diperlukan, misalnya dalam bentuk memo. Surat, atau catatan. Komunikasi interpersonal dengan masing-masing orang berbeda tingkat kedalaman komunikasinya, tingkat intensifnya, dan tingkat ekstensifnya. Komunikasi interpersonal antara dua orang kenalan tentu berbeda dari komunikasi interpersonal antarsahabat atau pacar.

Menurut Richard L. Weaver (dalam Suciati, 2017: 1), terdapat delapan karakteristik komunikasi interpersonal antara lain, melibatkan paling sedikitnya dua orang, adanya umpan balik, tidak harus tatap muka, tidak harus bertujuan, menghasilkan beberapa pengaruh/efek, tidak harus

menggunakan kata-kata, dipengaruhi oleh konteks, dan dipengaruhi oleh kegaduhan/ kebisingan.

Dalam komunikasi interpersonal ada beberapa konteks yang melingkupi, diantaranya konteks jasmaniah, sosial historis, psikologis, dan kultural. Selain itu, ada beberapa aspek yang mempengaruhi efektivitas komunikasi interpersonal, antara lain keterbukaan, sikap positif, sikap suportif, kesetaraan, dan empati. De Vito (dalam Suciati, 2017: 23) menjelaskan bahwa keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga hal yaitu, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada *partner*-nya, kesetiaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang, serta adanya tanggung jawab terhadap pikiran dan perasaan yang dilontarkan. Aspek berikutnya adalah sikap positif yang dalam komunikasi interpersonal dapat ditunjukkan melalui dua cara yaitu menyatakan sikap positif dan secara positif mendorong orang yang berinteraksi dengan kita.

Selain sikap positif, sikap yang berpengaruh terhadap efektivitas komunikasi interpersonal adalah sikap suportif. Menurut Humphreys (dalam Suciati, 2017: 51) sikap suportif adalah sikap yang diartikan sebagai mendukung orang lain. Dukungan yang dimaksud adalah pengenalan kognitif atau verbal tetapi hanya tentang seseorang/pribadi, bukan tentang sebuah tindakan. Sikap suportif dalam komunikasi interpersonal seringkali dinegasikan dengan sikap defensif. Beberapa perilaku yang menciptakan sikap defensif, antara lain:

- a. Mengevaluasi, yakni memberikan penilaian pada perilaku orang lain

dari kontinum sangat baik hingga sangat buruk.

- b. Mengendalikan, berusaha keras untuk memaksa keinginannya dipenuhi oleh orang lain.
- c. Mengembangkan strategi, yakni merancang teknik, agenda tersembunyi, dan membuat gerakan untuk menjatuhkan lawan.
- d. Tetap netral, yakni menyendiri dan terpisah jauh dari ikatan perasaan dan keprihatinan orang lain.
- e. Menunjukkan keunggulan, yakni memperlihatkan dan mengekspresikan diri sebagai lebih berharga dari orang lain.
- f. Menyampaikan kepastian, yakni menganggap dan bertindak seolah-olah menjadi orang yang paling yakin dalam pengetahuan dan persepsi (Ruben dan Stewart dalam Suciati, 2017: 55).

Adapun perilaku yang mempunyai kontribusi terhadap iklim yang mendukung antara lain:

- a. Menggambarkan, yaitu menggambarkan sesuatu daripada menilai atau mengevaluasi orang lain.
- b. Berorientasi pada satu masalah, yaitu fokus pada masalah khusus untuk dipecahkan.
- c. Bersikap spontan, yaitu berurusan dengan situasi yang berkembang tanpa agenda yang tersembunyi atau *master plan*.
- d. Berempati, yaitu mengerti berbagai hal dari sudut pandang orang lain.
- e. Penegasan kesetaraan, yaitu melihat diri dan menyajikan diri sebagai sama dengan orang lain.

f. Menyampaikan provisionalisme, yaitu mempertahankan tingkat ketidakpastian dan prakiraan dalam pikiran dan keyakinan.

Aspek lain yang berpengaruh terhadap efektivitas komunikasi interpersonal adalah kesetaraan. Dalam sebuah komunikasi yang mengandung kesetaraan, perbedaan yang ada dipahami bukan sebagai sumber konflik, tetapi lebih pada memahami ketidaksamaan. Dengan demikian, dalam benak masing-masing komunikator terpatir sebuah pemahaman bahwa dengan perbedaan, tetap ada hal yang disumbangkan dalam interaksi yang terjadi. Aspek yang terakhir adalah empati, yakni kemampuan untuk merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain dan dapat melakukan sesuatu yang nyata untuk mewujudkan rasa kepedulian terhadap apa yang dialami oleh orang lain (De Vito dalam Suciati, 2017: 61).

5. *Presentational Self Theory*

Goffman (dalam Littlejohn & Karen, 2004: 87) mendeskripsikan bahwa seperti aktivitas pada umumnya, aktivitas komunikasi juga dilihat dalam konteks kerangka analisis. Frame analisis yang dimaksud adalah yang sejauh ini dimaknai sebagai yang menentukan bagaimana seorang individu mengatur atau mengerti terhadap perilakunya didalam sebuah situasi. Kerangka tersebut memperbolehkan seseorang untuk mengidentifikasi dan mengerti peristiwa-peristiwa tidak berarti lainnya, memberikan arti pada aktivitas yang sedang berlangsung dalam hidup. Salah satu aktivitas komunikasi yang disebutkan oleh Goffman adalah

interaksi tatap muka. Interaksi tatap muka baik verbal maupun *non-verbal* dan sinyal yang diperlihatkan adalah sesuatu yang penting untuk menandai sifat dari hubungan sebagaimana definisi dari situasi dimana interaksi tersebut terjadi.

Menurut Goffman, ketika orang melakukan interaksi tatap muka, seringkali yang dilakukan oleh komunikator bukanlah untuk memberikan informasi kepada pendengar, melainkan untuk menampilkan drama. Kebanyakan waktu yang dihabiskan oleh orang-orang bukanlah untuk memberikan informasi, melainkan memberikan pertunjukan. Dalam berinteraksi satu sama lain, seseorang akan membawakan karakter dengan peran yang khusus kepada komunikannya, layaknya sebuah panggung dengan memerankan karakter dengan peran yang khusus, dan komunikan umumnya menerima saja terhadap karakter yang dibawakan.

Goffman percaya bahwa pembawaan diri sesungguhnya ditentukan oleh dramatisasi tersebut. Seseorang hanya perlu berfikir tentang berbagai situasi dimana dirinya memproyeksikan gambaran tertentu mengenai dirinya. Ketika seseorang bersama teman dekatnya, dia mungkin tidak berkelakuan dengan cara yang sama ketika berada bersama dengan orang tuanya, begitu pun seseorang tidak mungkin memperlihatkan pembawaan diri yang dia tunjukkan kepada seorang professor sama halnya dengan yang dia bawakan ketika berada didalam sebuah pesta. Di dalam kebanyakan situasi dimana seseorang berpartisipasi, dia akan menentukan sebuah peran dan memainkannya.

Pertunjukan-pertunjukan tersebut kemudian menjadi sesuatu yang tidak bisa dianggap remeh, tetapi benar-benar memberikan definisi kepada seseorang sebagai komunikator. Komunikator adalah presentasi dari pembawaan diri, dan setiap orang mungkin punya lebih dari satu pembawaan diri, tergantung pada banyaknya cara menunjukkan pembawaan dirinya di dalam banyaknya situasi yang dia hadapi dalam hidup.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori gaya dari Tubbs dan Moss sebagai dasar penelitian karena dinilai paling sesuai dengan obyek penelitian, yakni gaya komunikasi *host* siaran langsung di aplikasi kencana *online* blued dalam membangun hubungan dengan *viewer*. Teori gaya komunikasi dari Tubbs dan Moss mendeskripsikan bagaimana komunikasi dilakukan baik melalui verbal dan *non-verbal* dengan berbagai tujuan, yang mana hal tersebut sangat sesuai dengan karakteristik interaksi antara *host* dan *viewer* di dalam aplikasi blued yang menggunakan komunikasi verbal baik lisan maupun tulisan serta *non-verbal* berupa *gesture* atau gerak-gerak tubuh.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian komunikasi deskriptif kualitatif. Menurut Nazir (1988: 63), metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa

sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki. Menurut Sugiyono (2016: 11), menyatakan bahwa metode deskriptif adalah metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel dengan variabel yang lain, dengan kata lain metode ini digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Menurut Suryabrata (1983: 19) metode deskriptif adalah metode yang bermaksud untuk membuat deskripsi mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian. Dalam arti ini penelitian deskriptif itu adalah akumulasi data dasar dalam cara deskriptif semata-mata tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau mendapatkan makna dan implikasi, walaupun penelitian yang bertujuan untuk menemukan hal-hal tersebut dapat mencakup juga metode-metode deskriptif. Sedangkan menurut Whitney (dalam Nazir, 1988: 63), metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka

peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar dari data yang ditetapkan. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, sebagai berikut :

a. Wawancara Mendalam

Menurut Yusuf (2017: 372) wawancara merupakan salah satu Teknik yang dapat digunakan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara tak terstruktur atau mendalam, pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Peneliti dapat dengan bebas melakukan wawancara

terhadap *host* Blued tanpa adanya batasan, sebab dalam wawancara tak terstruktur peneliti dapat menganalisis setiap jawaban untuk kemudian dapat mengajukan berbagai pertanyaan berikutnya yang lebih terarah pada suatu tujuan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumentasi tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi social yang sesuai dan terkait dengan focus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi dalam bentuk teks tertulis, *artefacts*, gambar, maupun foto. Dokumentasi tertulis dapat pula berupa sejarah kehidupan (*lif histories*), biografi, karya tulis, dan cerita (Yusuf, 2017: 391).

3. Teknik Pengambilan Informan

Teknik pengambilan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik ini digunakan peneliti jika memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam pengambilan informan. Teknik *purposive sampling* ini mempunyai beberapa kelebihan, antara lain:

- a. Informan dipilih sedemikian rupa, sehingga relevan dengan desain penelitian.
- b. Cara ini relatif mudah untuk dilaksanakan.

- c. Informan yang dipilih adalah individu yang menurut pertimbangan penelitian dapat didekati.

Adapun kekurangan dari teknik *purposive sampling* ini, antara lain:

- a. Tidak ada jaminan sepenuhnya bahwa informan itu *representative* seperti halnya dengan sampel acakan.
- b. Setiap informan yang acakan yang tidak memberikan kesempatan yang sama untuk dipilih kepada semua anggota populasi.
- c. Tidak dapat dipakai penggolongan statistik guna mengambil kesimpulan (Fitrah & Luthfiyah, 2017: 161).

Berdasarkan hal tersebut, *host* yang dipilih sebagai informan dalam penelitian ini adalah yang mempunyai beberapa karakteristik, antara lain:

- a. Berjenis kelamin laki-laki.
- b. Berusia 17 tahun keatas.

Sedangkan untuk informan *viewer* yang akan dipilih sebagai informan adalah yang mempunyai karakteristik minimal sudah pernah berinteraksi dengan *host* yang juga menjadi informan dalam penelitian ini.

4. Analisis Data

Analisis data kualitatif dapat dilakukan secara simultan dengan proses pengumpulan data, interpretasi data, dan penulisan naratif lainnya. Dalam analisis data kualitatif, proses analisis data tidak merupakan segmen terpisah dan tersendiri dengan proses lainnya, tetapi berjalan beriringan dan simultan dengan proses lainnya bahkan pada awal penelitian. Dalam analisis data kualitatif, beberapa hal yang dapat

dilakukan secara simultan, antara lain melakukan pengumpulan data dari lapangan, membaginya ke dalam kategori-kategori dengan tema-tema yang spesifik, memformat data tersebut menjadi suatu gambaran yang umum, dan mengubah gambaran tersebut menjadi teks kualitatif (Herdiansyah, 2014: 161). Analisis data yang dilakukan melalui beberapa tahapan, antara lain:

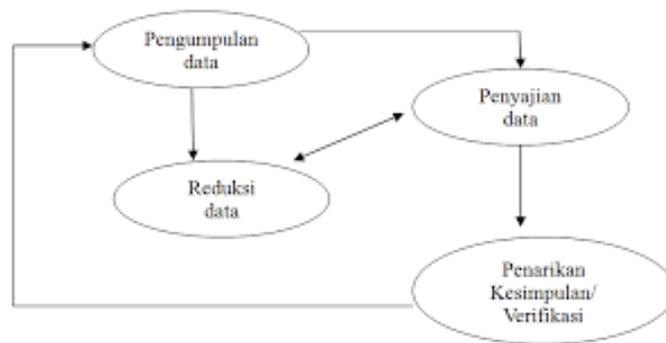
a. Analisis sebelum lapangan

Peneliti kualitatif telah melakukan analisis data sebelum memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun demikian fokus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama dilapangan.

b. Analisis data di lapangan

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data selama periode tertentu. Saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap dimana peneliti merasa telah memperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman (dalam Satori & Komariah, 2012: 218) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif

dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Interaktif yang dimaksud adalah peneliti tetap bergerak di antara tiga komponen analisis dengan proses pengumpulan data selama kegiatan pengumpulan data berlangsung. Sesudah pengumpulan data berakhir, peneliti bergerak di antara tiga komponen analisisnya dengan menggunakan waktu yang masih tersisa bagi penelitiannya (Sutopo, 2002: 95).



Bagan 1. Analisis data model interaktif

(Sumber: Sutopo, 2002: 95)

Dikarenakan penelitian ini bersifat deskriptif, maka peneliti akan menjabarkan hasil penelitian dalam bentuk kata-kata dan gambaran, bukan angka-angka. Dalam metode penelitian kualitatif, temuan atau data yang dinyatakan sesuai apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Demikian juga penelitian ini meneliti tentang gaya komunikasi *host* siaran langsung di aplikasi kencan *online* Blued dalam membangun hubungan dengan *viewer*.

5. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif yaitu temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Tetapi kebenaran realitas data menurut penelitian kualitatif tidak bersifat tunggal, tetapi jamak dan tergantung pada konstruksi manusia, dibentuk dalam diri seseorang sebagai hasil proses mental tiap individu dengan berbagai latar belakangnya. Menurut penelitian kualitatif, suatu realitas itu bersifat majemuk/ganda, dinamis atau selalu berubah, sehingga tidak ada yang konsisten, dan berulang seperti semula.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pemeriksaan triangulasi, yakni penggunaan dua atau lebih sumber untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh tentang suatu fenomena yang akan diteliti. Denzin (dalam Herdiansyah 2014: 201-202) mengemukakan empat tipe triangulasi yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, antara lain:

a. *Theory Triangulation*

Penggunaan *multiple* teori (lebih dari satu teori utama) atau beberapa perspektif untuk menginterpretasi sejumlah data.

b. *Methodological Triangulation*

Penggunaan multimetode untuk mempelajari topik tunggal/kasus tunggal. Multimetode yang dimaksud misalnya menggabungkan antara metode kualitatif dengan metode kuantitatif dalam waktu tunggal.

c. *Data Triangulation*

Penggunaan lebih dari satu metode pengumpulan data dalam kasus tunggal. Metode pengumpulan data yang pada umumnya dilakukan dalam kualitatif, yaitu wawancara, observasi, FGD, dokumentasi, dan lain sebagainya.

d. *Observer Triangulation*

Penggunaan lebih dari satu orang *observer* dalam satu kasus tunggal dalam rangka untuk mendapatkan kesepakatan intersubjektif antar-*observer*. Dalam melakukan observasi, terkadang diperlukan banyak *observasi* karena beberapa hal, seperti situasinya terpisah, subyek yang terpisah, subyek yang berbeda, tetapi harus dilakukan pada saat yang sama dalam kaitannya dengan kasus tunggal.

Berdasarkan uraian mengenai tipe triangulasi di atas, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan uji keabsahan data dengan tipe *Data Triangulation* karena peneliti menggunakan dua metode pengumpulan data yakni wawancara mendalam dan dokumentasi.