

ANALISIS PERILAKU *SELF-PRESENTATION* PESERTA *BLIND DATE* PADA LAMPUNG *BLIND DATE*

Mulia Teja Kesuma¹, Hanindyalaila Pienrasmi², M. Denu Poyo³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Bandar Lampung

e-mail: ¹mulia.21711084@student.ubl.ac.id, ²pienrasmi@ubl.ac.id, ³denu@ubl.ac.id

ABSTRAK

Blind date telah hadir di Indonesia sejak Desember 2023 dan mengalami peningkatan pendaftar yang pesat, termasuk di wilayah Lampung yang menyelenggarakan acara pertama pada Februari 2024 dengan hampir 100 pasangan peserta. Fenomena blind date di era digital ini melibatkan proses pertemuan dengan menyembunyikan identitas asli dan membangun citra diri baru (self-presentation) melalui teknologi. Namun, blind date juga memiliki risiko seperti kriminalitas dan pemerasan karena pertemuan dilakukan antara orang yang tidak saling mengenal secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku self-presentation yang digunakan oleh peserta blind date. Metode yang digunakan adalah kualitatif untuk menggali wawasan mendalam mengenai cara peserta melakukan ekspresi diri dalam konteks kencan langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peserta cenderung menampilkan citra diri yang ideal dan positif melalui penampilan fisik, bahasa verbal, ekspresi wajah, serta pengaturan topik pembicaraan untuk menciptakan kesan pertama yang baik. Perilaku self-presentation peserta lebih dominan berada pada front stage, di mana mereka secara sadar menampilkan diri untuk membangun identitas sosial yang menarik dan diterima oleh pasangan baru. Indikator seperti ingratiation, self-promotion, dan exemplification menjadi strategi utama dalam penyajian diri. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana peserta membentuk citra diri dalam konteks kencan buta, sekaligus menegaskan pentingnya pengelolaan impresi dalam interaksi sosial berbasis teknologi.

Kata kunci: *Blind date, penyajian diri, front stage, pengelolaan impresi, interaksi digital*

ABSTRACT

Blind dating has been present in Indonesia since December 2023 and has experienced a rapid increase in registrants, including in the Lampung region, which held its first event in February 2024 with nearly 100 participating couples. This phenomenon in the digital era involves meetings where real identities are hidden and new self-images (self-presentation) are constructed through technology. However, blind dating also carries risks such as criminal acts and extortion because meetings occur between people who do not know each other directly. This study aims to understand the self-presentation behaviors used by blind date participants. A qualitative method was used to gain in-depth insights into how participants express themselves in the context of face-to-face dating.

The results show that participants tend to present an ideal and positive self-image through physical appearance, verbal language, facial expressions, and topic management to create a good first impression. The self-presentation behavior of participants is more dominant on the front stage, where they consciously display themselves to build a social identity that is attractive and accepted by their new partners. Indicators such as ingratiation, self-promotion, and exemplification are the main strategies in self-presentation. This study provides insight into how participants shape their self-image in the context of blind dating, while also emphasizing the importance of impression management in technology-based social interactions.

Keywords: *Blind date, self-presentation, front stage, impression management, digital interaction*

PENDAHULUAN

Di era modern saat ini, kencan buta atau yang dikenal dengan istilah *blind date* telah menjadi fenomena yang semakin populer sebagai salah satu cara bagi individu untuk mencari pasangan. *Blind date* merupakan sebuah acara yang mempertemukan dua orang yang sebelumnya belum pernah bertemu dengan tujuan saling mengenal lebih dalam, yang diatur oleh pihak ketiga. Konsep *blind date* ini sebenarnya sudah ada sejak lama, namun mengalami evolusi signifikan seiring perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat modern. Salah satu pegiat *blind date* di lingkungan kampus adalah Ilham Gunawan, penyelenggara *blind date* bagi mahasiswa Universitas Airlangga (Unair) Surabaya, yang turut memperkuat popularitas kegiatan ini khususnya di kalangan profesional muda perkotaan (Al Anffani & Aji, 2022).

Di Indonesia, *blind date* mulai dikenal sejak 11 Desember 2023 dan berkembang pesat sebagai alternatif dari aplikasi kencan daring. *Blind Date Indonesia* adalah acara kencan yang mempertemukan individu yang belum saling mengenal untuk berinteraksi secara langsung tanpa tekanan informasi berlebihan sebelumnya. Acara ini biasanya diorganisir oleh komunitas, teman, atau jasa khusus seperti yang didirikan oleh Mahathir Al Afghani Zein. Data pendaftar menunjukkan peningkatan signifikan, dengan jumlah peserta mencapai 4.000 pada tahun 2023 dan meningkat menjadi 5.500 pada tahun 2024, meskipun *blind date* di Indonesia memiliki konsep unik yang dikemas secara terstruktur dan formal. Salah satu wilayah yang mengadopsi tren ini adalah Lampung, di mana acara *blind date* pertama kali digelar pada Februari 2024 dan berhasil mempertemukan hampir 100 pasangan, banyak di antaranya yang melanjutkan hubungan ke jenjang lebih serius.

Data pendaftaran di Lampung pada tahun 2024 menunjukkan tren fluktuatif, dengan kenaikan pendaftar dari sesi 1 sampai sesi 3 sebesar 26%, penurunan 7% pada sesi 4, kemudian naik turun di sesi-sesi berikutnya dengan alasan menurunnya promosi dan waktu pendaftaran yang singkat. Meski demikian, acara *blind date* tetap menjadi tren populer karena memungkinkan peserta untuk saling mengenal secara langsung dan memahami karakteristik satu sama lain. Mazlin (2020) menyatakan bahwa tujuan utama *blind date* adalah membantu individu menemukan pasangan hidup, yang kini semakin

dipadukan dengan kemajuan teknologi untuk membangun citra diri baru atau *self-presentation* sebagai bagian dari proses interaksi.

Namun, *blind date* juga membawa risiko, seperti potensi kriminalitas dan pemerasan, mengingat pertemuan terjadi antar orang yang belum saling mengenal secara langsung (Mazlin, 2020). Oleh karena itu, keterbukaan dan kejujuran menjadi sangat penting, di mana peserta diharapkan dapat mengekspresikan diri secara autentik. Konsep *self-presentation* didefinisikan sebagai proses individu mengontrol impresi atau kesan yang dibentuk orang lain tentang dirinya dalam interaksi sosial (Huwaidah, 2024). Menurut Hurlock (2018), *self-presentation* merupakan tindakan mengekspresikan diri untuk memberikan kesan positif yang ideal sesuai keinginan diri dan ekspektasi orang lain. *Self-presentation* biasanya dilakukan di ruang publik dengan menonjolkan sisi positif diri, misalnya melalui foto profil, penilaian profil calon pasangan, dan pengungkapan diri (Anggariani, 2023).

Mengacu pada kompleksitas pembentukan citra diri peserta *blind date*, terdapat beberapa indikator penting dalam *self-presentation* yang perlu diperhatikan, antara lain *ingratiation* (membuat orang lain menyukai dirinya), *intimidation* (membuat orang lain merasa takut), *self-promotion* (mempromosikan kemampuan), *exemplification* (menonjolkan moral dan integritas), dan *supplication* (menimbulkan rasa iba) (Hendraswara dkk, 2021). Indikator-indikator ini sangat relevan untuk diteliti lebih lanjut khususnya dalam konteks peserta *blind date* di Lampung guna memberikan pemahaman mendalam mengenai pola *self-presentation* dalam masyarakat daerah tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana perilaku *self-presentation* yang digunakan oleh peserta *blind date*, dengan harapan dapat memberikan wawasan mendalam tentang cara peserta mengekspresikan diri dalam kencan langsung. Temuan penelitian diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang perilaku sosial peserta serta memberikan kontribusi penting bagi pasangan yang ingin menyesuaikan interaksi dengan kebutuhan dan karakteristik masing-masing. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi dasar bagi studi lanjutan mengenai fenomena serupa di platform lain dan memberikan rekomendasi bagi pengguna serta pengembang *blind date* agar dapat menciptakan pengalaman yang lebih aman dan bermakna.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hendraswara dkk. (2021), Aliyah & Cahyono (2022), dan Ningsih & Rizal (2020) memiliki perbedaan dengan penelitian ini mengenai “Analisis Self-Presentation Pengguna *Blind Date* pada Lampung *Blind Date*.” Perbedaan utama terletak pada objek studi; Hendraswara et al. (2021) meneliti mahasiswi pengguna Instagram, Aliyah & Cahyono (2022) meneliti presenter program televisi, dan Ningsih & Rizal (2020) juga berfokus pada pengguna Instagram. Sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada peserta *blind date*. Selain itu, penelitian terdahulu lebih menekankan pada penggunaan media sosial dan menggunakan metode kuesioner, sementara penelitian ini melakukan analisis mendalam terhadap perilaku *self-presentation* dalam konteks acara *blind date* secara langsung. Perbedaan ini memberikan kontribusi terhadap keragaman pemahaman mengenai perilaku *self-presentation* peserta *blind date*, khususnya di wilayah Lampung.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah perilaku peserta Lampung *Blind Date* dalam melakukan *self-presentation*?” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku *self-presentation* pada peserta Lampung *Blind Date*, sehingga dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai cara peserta mengekspresikan diri dalam konteks kencan langsung.

KAJIAN TEORI

Teori Dramaturgi

Teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman menjadi landasan penting dalam memahami interaksi sosial individu, khususnya dalam konteks *self-presentation*. Teori ini menggambarkan kehidupan sosial sebagai sebuah pertunjukan drama yang memiliki dua ruang utama, yaitu *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang) (Aliyah & Cahyono, 2022). Istilah dramaturgi sendiri berasal dari dunia teater, di mana seorang aktor memainkan peran di atas panggung depan sehingga penonton dapat memahami karakter dan jalan cerita yang ditampilkan. Goffman menyatakan bahwa dalam kehidupan sehari-hari, setiap individu secara tidak langsung memainkan sebuah peran dan menyesuaikan perilakunya sesuai situasi dan respons dari orang lain di sekitarnya (Rahma, 2016).

Dalam perspektif dramaturgi, identitas manusia bersifat dinamis dan berubah sesuai dengan interaksi sosial yang dijalani. Teori ini tidak berfokus pada apa yang dilakukan seseorang, tetapi lebih pada bagaimana seseorang melakukan suatu tindakan dengan mengedepankan aspek ekspresif dalam berperilaku (Amelia & Amin, 2022). Dengan demikian, tindakan manusia dianggap sebagai suatu pertunjukan yang dimaksudkan untuk membangun kesan tertentu di hadapan audiens atau orang lain.

Indikator Dramaturgi

Pendekatan *dramaturgi* Goffman menggunakan analogi teatrikal untuk menjelaskan interaksi sosial (Amelia & Amin, 2022). *Panggung depan (front stage)* adalah tempat individu menampilkan perilaku dan identitas yang telah dipersiapkan untuk menciptakan kesan tertentu kepada orang lain. Ferryanti dkk (2021) menyatakan bahwa *front stage* memungkinkan individu berperan layaknya aktor, sementara Sari & Kusuma (2018) menyebutnya sebagai panggung pertunjukan yang sesuai dengan ekspektasi masyarakat.

Front stage terdiri dari beberapa unsur, yakni *personal front* yang meliputi *appearance* (penampilan) dan *manner* (gaya bertingkah laku), yang menunjukkan status sosial, sikap, serta bahasa yang digunakan peserta. *Setting* adalah latar tempat, waktu, dan kondisi sosial budaya yang memengaruhi interaksi. *Expressive equipment* berupa benda atau atribut seperti pakaian dan aksesoris yang mendukung penampilan diri.

Di komunitas *blind date*, *front stage* terjadi saat peserta tampil di acara atau media sosial dengan karakter yang dibangun melalui kostum, gaya, dan ekspresi. Sebaliknya, *panggung belakang (back stage)* adalah ruang privat di mana individu dapat bersantai tanpa harus mempertahankan citra ideal (Amelia & Amin, 2022). Sari & Kusuma (2018)

menjelaskan *back stage* sebagai tempat melepas topeng sosial dan menunjukkan diri asli. Di sini peserta dapat mempersiapkan diri, bertindak spontan, dan mengelola rahasia agar citra ideal tetap terjaga. Interaksi di *back stage* biasanya lebih santai dan terbatas pada orang terpercaya. Dalam konteks *blind date*, pemahaman *front stage* dan *back stage* membantu melihat bagaimana peserta mengelola identitas dan citra diri, baik di dunia nyata maupun digital.

Self-Presentation

Self-presentation merupakan upaya individu untuk menampilkan diri dengan cara tertentu agar menciptakan kesan yang diinginkan oleh orang lain. Istilah ini juga dikenal sebagai *impression management*, yaitu tindakan sadar dan disengaja yang dilakukan individu untuk membangun citra diri yang positif di mata orang lain (Juditha, 2024). Baik dilakukan secara individu maupun dalam kelompok, *self-presentation* bertujuan membentuk persepsi tertentu terhadap diri di hadapan publik.

Menurut Rahmah dkk (2019), *self-presentation* adalah proses pembentukan diri berdasarkan pada penilaian diri sendiri dan persepsi orang lain. Pokhrel (2024) menambahkan bahwa proses ini dilakukan untuk mengontrol kesan sosial dalam interaksi dan bertujuan agar individu disukai oleh orang lain. Santrock (2019) menyatakan bahwa *self-presentation* berperan penting dalam proses pembentukan identitas diri, terutama pada masa remaja sebagai bagian dari transisi menuju kedewasaan.

Hurlock (1997) menyebut bahwa *self-presentation* adalah tindakan mengekspresikan diri untuk menciptakan kesan ideal yang diinginkan. Strategi dalam *self-presentation* meliputi beberapa bentuk, yaitu: *ingratiation* (agar disukai), *intimidation* (agar ditakuti), *self-promotion* (agar dihormati karena kemampuan), *exemplification* (agar dianggap bermoral), dan *supplication* (agar mendapat simpati).

Indikator Self-presentation

Indikator *self-presentation* menurut Hendraswara dkk (2020) mencakup lima strategi utama. Pertama, *ingratiation*, yaitu usaha agar disukai orang lain melalui pujian (*other-enhancement*), menyamakan pendapat (*opinion conformity*), atau tindakan ramah (*favor doing*). Kedua, *intimidation*, yaitu menampilkan diri sebagai sosok yang ditakuti agar orang lain tunduk. Ketiga, *self-promotion*, yakni memamerkan kemampuan dan prestasi diri melalui pengelolaan kesan dan jaringan. Keempat, *exemplification*, yaitu membangun citra diri sebagai sosok bermoral dan patut dicontoh. Terakhir, *supplication*, yaitu menunjukkan kelemahan agar mendapat simpati dan bantuan dari orang lain. Semua strategi ini menunjukkan bagaimana individu mengatur kesan diri dalam interaksi sosial, termasuk dalam konteks *blind date*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui data yang bersifat deskriptif, bukan numerik. Menurut Manalu dkk (2024), penelitian kualitatif menghasilkan penemuan yang tidak diperoleh melalui prosedur statistik dan lebih menekankan pada pemahaman makna,

interpretasi, serta konteks alami suatu fenomena. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, karena peneliti ingin menggambarkan data atau fakta melalui kata-kata dari hasil observasi dan wawancara langsung terhadap peserta Lampung Blind Date yang menunjukkan fenomena *self-presentation*.

Lokasi penelitian dilakukan di Perum Puri Saujana 3 Rajabasa Jaya, Bandar Lampung, dengan alasan bahwa di tempat ini berlangsung acara *Blind Date* yang menarik perhatian peneliti karena terdapat peserta yang mengikuti acara untuk mencari teman atau pasangan. Waktu penelitian terbagi dalam beberapa tahapan, mulai dari pra-riiset, bimbingan, seminar proposal, hingga pengolahan data dan penyusunan laporan akhir.

Data yang dikumpulkan berasal dari sumber primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari peserta *Blind Date* melalui wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan dokumen terkait. Informan dalam penelitian ini dipilih dengan teknik *snowball sampling*, yakni penentuan sampel berdasarkan rujukan dari informan sebelumnya yang sesuai dengan kriteria. Informan merupakan peserta Blind Date dari season 2, 8, dan 11 yang memiliki data lengkap dan bersedia diwawancarai. Jumlah informan sebanyak 12 orang, terdiri dari enam laki-laki dan enam perempuan yang pernah menjalin hubungan setelah mengikuti acara.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap perilaku peserta saat acara, wawancara mendalam dengan gaya informal agar data yang diperoleh lebih terbuka dan natural, serta dokumentasi berupa foto, video, dan catatan lapangan. Observasi dilakukan secara langsung untuk mencatat interaksi dan respon peserta. Wawancara dilakukan secara mendalam agar informan merasa nyaman dan bersedia menceritakan pengalaman mereka dengan jujur. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dan mendukung keabsahan informasi.

Dalam proses analisis data, digunakan pendekatan model interaktif yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan merangkum dan menyederhanakan informasi dari catatan lapangan untuk memilih data yang relevan. Penyajian data dilakukan secara naratif untuk menampilkan pola, hubungan, atau tema yang muncul. Penarikan kesimpulan dilakukan secara berkelanjutan selama proses penelitian, melalui refleksi mendalam terhadap data hingga diperoleh hasil akhir yang bermakna dan menjawab fokus penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Teori Dramaturgi pada Peserta Lampung *Blind Date*

Dalam konteks interaksi peserta *Lampung Blind Date*, teori dramaturgi digunakan untuk menganalisis bagaimana peserta menampilkan diri dan mengelola kesan selama pertemuan berlangsung. Teori ini mengasumsikan bahwa individu dalam interaksi sosial bertindak layaknya aktor di atas panggung, yang berusaha membentuk citra tertentu di hadapan orang lain melalui *impression management*. Dalam dramaturgi, dua konsep utama yang relevan adalah *front stage* dan *back stage*. Pada bagian ini, fokus diarahkan pada *front stage*, yakni ketika individu tampil di hadapan orang lain dan berusaha mengatur perilaku untuk membangun citra diri yang diinginkan.

Front Stage

Pertama, aspek *personal front* mencakup cara berbicara, ekspresi wajah, dan postur tubuh yang dipilih secara sadar untuk membentuk kesan positif. Beberapa peserta mengaku secara aktif mengontrol ekspresi wajah dan bahasa tubuh agar terlihat ramah dan percaya diri. Seperti yang diungkapkan oleh NL, ia berusaha menjaga senyum agar tidak terlihat judes, sementara MD memastikan gerak tubuhnya terlihat santai untuk menghindari kesan gelisah. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan aspek personal sangat penting dalam membentuk citra diri yang positif di hadapan pasangan.

Kedua, *setting* atau latar tempat juga memainkan peran penting dalam mendukung performa peserta. Ruangan, dekorasi, dan suasana yang dirancang dengan nuansa romantis dan kasual membantu peserta merasa lebih nyaman dan percaya diri. MS menyatakan bahwa suasana yang mendukung membuat dirinya merasa sedang menjalani momen yang spesial, sementara V merasa lebih mudah mencairkan suasana berkat atmosfer tempat yang santai. Hal ini menunjukkan bahwa elemen fisik dari acara turut memengaruhi keberhasilan interaksi sosial antar peserta.

Ketiga, aspek *expressive equipment* mencakup pakaian, aksesoris, makeup, dan benda-benda lain yang digunakan peserta untuk memperkuat kesan visual. Peserta seperti AJ dan MD menekankan pentingnya penampilan, mulai dari pakaian hingga gaya rambut, untuk menciptakan citra yang menarik. Bahkan ZA membawa pulpen dan notes kecil sebagai bagian dari strategi untuk menunjukkan kesan perhatian dan keseriusan. Hal ini memperlihatkan bahwa *expressive equipment* bukan hanya soal penampilan luar, tetapi juga simbol niat dan kepribadian.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa peserta *Lampung Blind Date* secara sadar menggunakan strategi *front stage* dalam bentuk pengelolaan ekspresi diri, pemanfaatan suasana, serta tampilan visual untuk membangun citra diri yang menarik di mata pasangan. Temuan ini sejalan dengan teori dramaturgi Goffman, bahwa dalam interaksi sosial, individu secara aktif mengatur penampilan demi membentuk kesan yang diinginkan.

Back Stage

Dalam konteks acara *Lampung Blind Date*, momen-momen *back stage* muncul sebelum peserta tampil di depan pasangan, tepatnya saat mereka berada di ruang tunggu atau area pribadi lainnya. *Back stage* menjadi ruang penting untuk memahami perbedaan antara identitas publik dan identitas pribadi peserta. Berdasarkan teori dramaturgi Goffman, terdapat lima aspek utama dalam *back stage* yang terlihat dalam interaksi peserta: ruang privat, kebebasan dalam perilaku, persiapan peran, pengelolaan rahasia atau citra, dan interaksi dengan orang terpercaya.

Pertama, aspek ruang privat atau tersembunyi terlihat jelas pada perilaku peserta sebelum sesi pertemuan. Tempat seperti ruang tunggu dan kamar mandi digunakan sebagai ruang refleksi pribadi dan persiapan mental. Misalnya, peserta A berlatih berbicara sendiri untuk menghindari kesalahan saat bertemu pasangan, sedangkan peserta RS memanfaatkan ruang tunggu untuk bermeditasi ringan dan berbicara dengan diri sendiri di depan cermin. Temuan ini menunjukkan bahwa ruang privat memberikan rasa

aman dan eksklusif bagi peserta untuk mengelola emosi, meningkatkan rasa percaya diri, serta menyiapkan diri secara optimal sebelum tampil.

Kedua, kebebasan dalam perilaku menjadi aspek penting dari *back stage*. Peserta cenderung menyembunyikan atau mengontrol perilaku yang dirasa tidak sesuai dengan ekspektasi publik. Peserta V, misalnya, mengurangi kebiasaannya tertawa keras agar tidak terkesan norak. Namun, ada juga peserta seperti AJ yang memilih menampilkan diri secara autentik meski tetap memperhatikan norma sosial. Hal ini menunjukkan bahwa selama acara berlangsung, peserta berada dalam ketegangan antara keinginan untuk tampil apa adanya dan kebutuhan untuk membentuk citra ideal yang diterima oleh pasangan.

Ketiga, persiapan peran juga merupakan bagian signifikan dari proses *back stage*. Hampir semua peserta melakukan persiapan sebelum tampil, mulai dari latihan komunikasi, evaluasi penampilan, hingga mendapatkan masukan dari teman. Peserta A meminta teman menjadi lawan bicara saat latihan, sementara AJ berdiskusi dengan temannya untuk mempersiapkan diri agar tampil maksimal. Hal ini mencerminkan bahwa penampilan peserta saat kencana bukan sesuatu yang spontan, tetapi merupakan hasil dari persiapan strategis untuk menciptakan kesan yang diinginkan.

Keempat, aspek pengelolaan rahasia dan citra menjadi strategi penting dalam membentuk kesan selama kencana. Banyak peserta secara sadar memilih untuk tidak membicarakan aspek pribadi yang sensitif atau negatif. Peserta A menyembunyikan kebiasaan buruknya seperti menunda pekerjaan dan begadang agar tidak dinilai negatif, sementara peserta DRP menghindari topik politik dan agama demi menjaga suasana tetap netral. Strategi ini dilakukan untuk mempertahankan citra ideal yang ingin ditampilkan di hadapan pasangan.

Kelima, interaksi dengan orang terpercaya juga merupakan bagian dari proses *back stage* yang memperkuat kesiapan mental peserta. Banyak dari mereka mencari dukungan emosional dari orang-orang terdekat seperti ibu atau teman. Peserta NL bercerita bahwa ia merasa lebih tenang setelah berbicara dengan ibunya, dan peserta ZA meminta doa restu dari ibunya sebelum datang ke lokasi acara. Dukungan emosional ini membantu peserta merasa lebih yakin dan siap menghadapi pertemuan, sekaligus menjaga keseimbangan antara sisi publik dan pribadi mereka.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa interaksi peserta *Lampung Blind Date* tidak hanya berlangsung di ruang publik yang terlihat, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh dinamika yang terjadi di balik layar (*back stage*). Peserta memanfaatkan ruang privat untuk mempersiapkan peran, mengatur ekspresi, menyembunyikan informasi sensitif, dan mendapatkan dukungan emosional. Hal ini menunjukkan bahwa penampilan sosial dalam acara tersebut adalah hasil dari strategi yang kompleks dan sadar, sesuai dengan konsep dramaturgi Goffman tentang pengelolaan kesan dalam interaksi sosial.

Analisis Teori *Self-Presentation* pada Peserta *Lampung Blind Date* ***Integration***

Dalam pertemuan pertama seperti *blind date*, strategi *ingratiation* sangat relevan karena peserta ingin menciptakan kesan positif sejak awal agar diterima sebagai pasangan

yang layak. Strategi ini tidak hanya ditujukan kepada calon pasangan, tetapi juga kepada pihak keluarga atau panitia. Terdapat empat aspek utama dalam *ingratiation: self-enhancement, other-enhancement, opinion conformity, dan favor doing*.

Aspek pertama, *self-enhancement*, merujuk pada usaha peserta menonjolkan sisi terbaik dirinya. Peserta menyaring informasi dan mengontrol komunikasi agar citra diri tampak menarik. Seperti peserta SR yang membuat daftar kelebihan diri agar tidak ada yang terlewat saat berbicara. Peserta A juga menunjukkan selera humornya agar terlihat menyenangkan. Temuan ini menunjukkan bahwa *self-enhancement* dilakukan secara sadar untuk membangun citra positif dan meningkatkan daya tarik peserta. Individu cenderung menampilkan sisi baik dan menyembunyikan kekurangan agar terlihat pantas dipilih.

Aspek kedua adalah *other-enhancement*, yaitu memberi pujian atau dukungan kepada pasangan. Peserta DRP, misalnya, memuji penampilan dan jawaban pasangannya agar menciptakan suasana nyaman. Peserta ADA juga menyatakan bahwa ia memberikan pujian dengan hati-hati agar tidak berlebihan. Hal ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya fokus pada diri sendiri, tetapi juga membangun citra positif pasangan sebagai cara tidak langsung meningkatkan daya tarik mereka.

Aspek ketiga adalah *opinion conformity*, yaitu menyesuaikan pendapat dengan pasangan untuk menjaga keharmonisan. Peserta V mengaku sering mengiyakan pendapat pasangannya meskipun tidak sepenuhnya setuju, untuk menjaga kesan ramah. Peserta SR juga berusaha merespons cerita pasangan dengan antusias. Strategi ini menunjukkan bahwa kesamaan pandangan atau nilai dianggap penting untuk menciptakan koneksi awal yang baik dengan pasangan.

Aspek keempat adalah *favor doing*, yaitu menunjukkan perhatian lewat tindakan kecil. Peserta DRP membantu memindahkan kursi dan menemani jalan-jalan agar pasangannya merasa nyaman. Peserta A juga memesan makanan untuk pasangannya sebagai bentuk perhatian. Temuan ini memperlihatkan bahwa tindakan kebaikan kecil dapat membentuk kesan positif dan mendukung terciptanya hubungan awal yang menyenangkan.

Intimidation

Dalam konteks Lampung Blind Date, *intimidation* sebagai strategi *self-presentation* muncul dalam berbagai bentuk dan dinamika. Aspek pertama adalah perilaku atau ucapan yang diarahkan kepada seseorang, yang dalam acara ini banyak peserta merasa gugup dan berusaha berhati-hati agar tidak menyinggung pasangan. Misalnya, peserta V menyatakan bahwa ia sangat memperhatikan cara berbicara agar tetap sopan dan tidak agresif. Beberapa peserta yang awalnya canggung berusaha mencairkan suasana dengan inisiatif membuka percakapan, seperti yang dialami peserta ADA.

Aspek niat untuk menimbulkan rasa takut tidak ditemukan secara eksplisit. Sebaliknya, sebagian besar peserta berfokus menciptakan suasana nyaman dan citra positif. Namun, beberapa peserta menggunakan sikap dingin sebagai bentuk pertahanan, yang dapat ditafsirkan sebagai dominasi psikologis defensif, seperti diungkapkan peserta MS. Penyebab rasa takut dalam interaksi ini sering muncul dari kecemasan sosial dan

tekanan tampil di depan publik. Peserta seperti R dan AJ mengaku merasa gugup dan menyiapkan jawaban untuk mengatasi rasa takut tersebut. Hal ini menunjukkan bagaimana tekanan situasi dapat mengubah strategi *self-presentation* dari proaktif menjadi defensif.

Aspek ancaman kekerasan atau ancaman lain juga memengaruhi cara peserta mempersiapkan diri. Beberapa peserta, seperti DRP, menjaga jarak dan memverifikasi latar belakang pasangan sebelum bertemu untuk menghindari risiko. Kekhawatiran akan penilaian negatif dan citra buruk di media sosial juga mendorong peserta untuk lebih berhati-hati dalam penampilan dan ucapan, seperti yang dikatakan peserta V. Terakhir, pelecehan atau penindasan secara verbal dan psikologis juga terjadi, walaupun tidak dalam bentuk fisik. Beberapa peserta merasa diejek atau direndahkan, yang berdampak pada perubahan cara mereka berinteraksi agar diterima. Misalnya, peserta NL merasa malu karena diejek gaya bicaranya, dan peserta SNI menjadi lebih pendiam untuk menghindari ejekan.

Self-promotion

Self-promotion adalah strategi *self-presentation* untuk menampilkan diri sebagai individu yang kompeten dan memiliki kualitas positif. Dalam acara Lampung Blind Date, peserta menggunakan strategi ini untuk memberi kesan sebagai calon pasangan yang layak secara akademis, profesional, maupun moral. Aspek pertama adalah *performance claims*, yaitu penampilan diri yang meliputi aspek fisik seperti pakaian, rambut, dan makeup, serta aspek komunikatif seperti gaya bicara dan bahasa tubuh. Peserta seperti ZA dan NL menunjukkan kesadaran tinggi dalam mengelola penampilan agar terlihat ramah dan menarik.

Aspek kedua, *performance account*, yaitu penjelasan diri yang berfungsi membangun citra positif melalui narasi pribadi yang disampaikan secara hati-hati untuk menghindari kesan negatif. Peserta seperti DRP dan ZA menghindari pembahasan masalah pribadi agar tetap terlihat stabil dan menarik di mata pasangan. Aspek ketiga, *networking*, adalah upaya membangun hubungan yang harmonis dan saling menghargai dalam waktu singkat. Peserta ADA dan A menggunakan pujian dan pertanyaan personal yang tidak terlalu sensitif untuk menciptakan kedekatan emosional.

Aspek keempat, *impression management*, menekankan kemampuan mendengarkan dan beradaptasi dengan gaya komunikasi pasangan untuk menciptakan suasana nyaman dan interaksi yang efektif. Peserta MS dan AJ menggunakan bahasa tubuh aktif dan responsif untuk menunjukkan perhatian dan menciptakan hubungan yang lebih personal. Aspek terakhir adalah *balance*, yaitu menjaga keseimbangan antara menjadi diri sendiri dan menyesuaikan diri agar tetap menarik dan diterima. Peserta SR dan DRP menyadari pentingnya menampilkan sisi asli tanpa kehilangan citra positif di depan publik.

Exemplification

Dalam konteks Lampung Blind Date, *exemplification* adalah strategi untuk menonjolkan integritas moral, sikap etis, dan komitmen sosial guna menciptakan kesan sebagai panutan. Aspek pertama adalah penciptaan kesan unggul, yang ditunjukkan

melalui penampilan fisik rapi, bahasa tubuh positif seperti senyum dan kontak mata, serta topik pembicaraan yang santai namun menunjukkan nilai sosial tinggi. Peserta seperti ZA dan R menyadari pentingnya strategi ini untuk membangun citra positif tanpa terkesan sombong.

Aspek kedua, penampilan integritas, menekankan kejujuran dan autentisitas. Peserta AJ dan MS memilih untuk jujur dan menjadi diri sendiri, walaupun ada tekanan untuk tampil menarik, karena hal ini meningkatkan kredibilitas dan potensi hubungan tulus. Aspek ketiga, perilaku berbakti, terlihat dari upaya peserta memenuhi harapan keluarga dengan menjaga sopan santun dan nama baik keluarga, seperti yang diungkapkan oleh ZA dan SR. Ini menunjukkan pengaruh nilai budaya lokal dalam proses *self-presentation*.

Aspek keempat, kemampuan lebih, mengacu pada usaha menonjolkan kelebihan pribadi dan minat spesifik sebagai nilai tambah. Peserta A dan DRP melakukan penyaringan informasi serta mengatur komunikasi agar menciptakan kesan positif dan nyaman. Aspek terakhir adalah selalu benar, di mana peserta berusaha menunjukkan diri sebagai pribadi yang benar dan tegas dalam pendapat. Meskipun efektif menjaga citra positif, strategi ini dapat mengurangi keaslian interaksi. Peserta ZA dan V menunjukkan kecenderungan ini dengan menjaga jawaban agar tidak menimbulkan konflik. Temuan ini menunjukkan bahwa *exemplification* dalam Lampung Blind Date melibatkan pengelolaan integritas, nilai budaya, dan kontrol komunikasi untuk membangun citra sebagai calon pasangan yang bertanggung jawab dan dapat dipercaya.

Supplication

Dalam konteks Lampung Blind Date, *supplication* adalah strategi *self-presentation* yang bertujuan menimbulkan rasa kasihan atau simpati melalui pameran kerentanan, kelemahan, atau ketergantungan. Berbeda dengan *ingratiation* atau *self-promotion*, *supplication* menekankan kedekatan emosional melalui keterbukaan dan rasa rendah hati. Terdapat empat aspek utama dalam strategi ini.

Aspek pertama adalah penekanan pada ketidakmampuan, di mana peserta berusaha mengelola informasi pribadi agar tidak menimbulkan kesan negatif. Peserta seperti SR dan ZA menghindari membahas hal-hal pribadi yang dianggap kurang pantas untuk menciptakan kesan positif. Aspek kedua, permohonan bantuan, digunakan sebagai cara untuk menunjukkan kerendahan hati dan membangun hubungan interpersonal. Peserta ADA dan MD sering meminta bantuan atau pendapat kecil selama interaksi sebagai bentuk *impression management* yang efektif.

Aspek ketiga adalah menunjukkan ketergantungan, di mana peserta menampilkan kebutuhan akan dukungan atau masukan dari pasangan untuk menciptakan kedekatan emosional. Hal ini terlihat pada pernyataan SR dan R yang menggunakan strategi ini untuk membangun hubungan harmonis. Aspek keempat, mencari dukungan, melibatkan upaya peserta mendapatkan dukungan emosional dari pasangan atau teman sebagai sumber kekuatan dan rasa percaya diri selama proses kencan. Peserta R dan MD mengaku merasa lebih tenang dan percaya diri dengan dukungan teman dekat.

Temuan ini menegaskan bahwa strategi *supplication* dalam Lampung Blind Date bukan hanya tentang menampilkan kelemahan, tetapi juga menciptakan hubungan yang

saling mendukung dan membangun citra rendah hati yang dapat meningkatkan peluang sukses dalam kencan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis perilaku *self-presentation* peserta dalam acara *Lampung Blind Date*, dapat disimpulkan bahwa peserta cenderung menampilkan citra diri yang ideal dan positif untuk menciptakan kesan pertama yang baik di hadapan calon pasangan. Strategi yang digunakan meliputi pengelolaan penampilan fisik, bahasa verbal, ekspresi, emosi yang terkontrol, serta pengaturan topik pembicaraan. Hasil analisis menunjukkan bahwa perilaku peserta lebih dominan terkait dengan konsep *front stage* dalam teori dramaturgi, di mana peserta berusaha menampilkan diri secara strategis dan menarik kepada orang lain. Indikator seperti *ingratiation*, *self-promotion*, dan *exemplification* sangat menonjol dalam interaksi tersebut, sementara indikator *supplication* lebih banyak terkait dengan *back stage* atau area pribadi yang lebih tersembunyi.

Berdasarkan temuan tersebut, beberapa saran diajukan untuk meningkatkan kualitas interaksi dalam acara *Lampung Blind Date*. Penyelenggara disarankan untuk menyediakan panduan komunikasi efektif dan mendorong peserta agar lebih autentik tanpa harus berpura-pura menjadi orang lain. Selain itu, suasana yang nyaman dan tidak terlalu formal dapat membantu peserta lebih terbuka dan jujur. Bagi peserta, penting untuk menjaga keseimbangan antara menampilkan citra positif dan kejujuran agar hubungan yang terbentuk lebih langgeng dan bermakna. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mendalami dampak jangka panjang dari strategi *self-presentation* dalam hubungan romantis hasil *blind date*, mengkaji perilaku *self-disclosure*, serta mempelajari pengaruh nilai budaya Lampung terhadap pola penyajian diri dalam konteks kencan modern.

UCAPAN TERIMAKASIH

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung terselesaikannya penelitian ini. Terima kasih kepada penyelenggara acara *Lampung Blind Date* yang telah memberikan kesempatan dan akses untuk melakukan observasi dan wawancara. Saya juga berterima kasih kepada seluruh peserta yang telah bersedia berbagi pengalaman dan cerita dengan penuh kejujuran. Tidak lupa, terima kasih kepada dosen pembimbing dan semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, serta motivasi selama proses penelitian ini berlangsung. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu dan praktik dalam bidang komunikasi interpersonal dan hubungan romantis.

DAFTAR PUSTAKA

Al Anffani, Y., & Aji, G. G. (2022). Meaning and Motivation of Virtual Blind Date Participants in Virtual Communication Room@ Virtualblinddate. *The Commercium*, 5(3), 313-322.

- Aliyah, W. I. L. D. A. T. U. L., & Cahyono, H. B. (2022). Analisis Dramaturgi Self Presentation Presenter Program Acara Moy Tamoyan Jember 1 Tv. *Respository Universitas Muhammadiyah Jember*, 1-23.
- Amelia, L., & Amin, S. (2022). Analisis self-presenting dalam teori dramaturgi erving goffman pada tampilan instagram mahasiswa. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173-187.
- Anggariani, D. A. (2023). Self-disclosure pengguna aplikasi kencan daring Bumble. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 14(2), 172-186.
- Ferryanti, N. V., Setiasih, S., & Kesumaningsari, N. P. A. (2021). Self-Presentation Berperan terhadap Psychological Well-Being: Survey pada Emerging Adulthood Pengguna Instagram (Role of Self-Presentation on Psychological Wel Being: A Survey of Emerging Adulthood Instagram Users). *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 12(2), 88-96.
- Hendraswara, A. R., Hutabarat, H. N., & Hanami, Y. (2020). Gambaran Tipe Self-Presentation melalui Konten Foto Instagram pada Mahasiswi. *Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(2), 299-314.
- Hurlock, E. (2018). Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang. Erlangga.
- Hurlock, E. B. (1997). Psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan.
- Huwaidah, T. P. (2024). *HUBUNGAN ANTARA BODY IMAGE DENGAN SELF PRESENTATION PADA REMAJA PUTRI PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI SMA ISLAM AL AZHAR 14 SEMARANG* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Manalu, H., Ramly, F., Djodding, I. M., Kusuma, P. P., Guampe, F. A., Farida, E., ... & Sari, D. D. (2024). Metode Penelitian Ekonomi: Konsep, Metode, dan Implementasi. *Penerbit Mifandi Mandiri Digital*, 1(01).
- Mazlin, R. M. (2020). Representasi Generasi Milenial Di Online Dating (Studi Kasus Pengguna Situs Online Dating Tinder. 2507(February), 1-9
- Ningsih, T. S., & Rizal, G. L. (2020). Strategi Self Presentation Pada Remaja Pengguna Instagram. *Proyeksi*, 15(2), 172-181.
- Rahma, R. Y. (2016). Fenomena self potrait di kalangan remaja studi presentasi diri dan self accaptance remaja putri di Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi*, 15(1), 127-142.
- Rahmah, T. R., Permatasari, N., & Rustham, A. T. P. (2019). Hubungan Antara Self Presentation Pada Media Sosial Dan Pembentukan Identitas Diri Pada Remaja Akhir. *Prosiding Temu Ilmiah Nasional (TEMILNAS XII)*, *Temilnas*, 12, 134-143.
- Sari, W. P., & Kusuma, R. S. (2018). Presentasi diri dalam kencan online pada situs dan aplikasi setipe dan tinder. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(2), 155-164.