

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dalam beberapa tahun terakhir telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak pula manusia yang mengakses internet untuk membantu mereka melakukan kegiatan - kegiatan mereka. Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023) terkait pengguna internet di Indonesia, dapat diketahui bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya. APJII menyampaikan bahwa persentase pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 78,19% dari tahun sebelumnya yakni 77,02%. Survei yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023) pun juga menyatakan bahwa di tahun 2023, penduduk Indonesia yang mengakses internet sudah mencapai 215,62 juta jiwa dari total seluruh penduduk Indonesia sebanyak 275,77 juta jiwa. Dengan begitu, dapat diketahui bahwa seiring berjalannya waktu, pengguna internet pun menjadi semakin meningkat.

Akhir - akhir ini, terdapat begitu banyak kebiasaan manusia yang telah berubah dan beralih secara *digital*. Kebiasaan - kebiasaan tersebut meliputi bagaimana manusia berkomunikasi, berinteraksi, belajar berbelanja, dan lain sebagainya. Salah satu *platform* yang seringkali dimanfaatkan oleh banyak orang untuk melakukan

komunikasi dan interaksi adalah media sosial. Media sosial merupakan sarana untuk menyebarkan informasi yang berupa teks, gambar, audio, video dengan satu sama lain (Kotler & Keller, 2012, h. 568). Pengguna media sosial pun terus bertambah setiap tahunnya. Berdasarkan data yang didapatkan oleh Good Stats (2023) terkait pengguna media sosial di Indonesia, pada tahun 2023 terdapat sebanyak 167 juta pengguna media sosial yang berada di Indonesia. Dengan begitu, pengguna media sosial di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 2.75% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal tersebut dikarenakan banyaknya manfaat yang didapatkan dengan menggunakan media sosial.

Media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana untuk melakukan komunikasi dan interaksi, melainkan media sosial juga kerap dimanfaatkan sebagai sarana untuk penjualan dan pembelian. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk berjual beli secara *online* semakin banyak dilakukan akhir - akhir ini. Hasil survei yang telah dilakukan oleh Populix (2023) terkait jumlah pengguna e-commerce, menyatakan bahwa terdapat sebanyak 86% dari 1.020 responden yang mengatakan bahwa mereka menggunakan *platform* media sosial untuk berbelanja. Oleh karena itu, dapat dilihat bahwa terdapat banyak pengguna internet yang menggunakan media sosial mereka sebagai *platform* untuk berbelanja secara *online*.

Terdapat banyak bisnis *online* yang ada di media sosial. Salah satu bisnis yang mulai banyak ditemukan di media sosial merupakan jasa sewa pacar. Jasa sewa pacar merupakan jasa yang membuka layanan pacar sementara, di mana layanan yang disediakan merupakan kencan secara luring (luar jaringan) maupun daring (dalam

jaringan) bersama *talent* jasa sewa pacar. *Talent* jasa sewa pacar sendiri merupakan seseorang yang menjual jasanya sebagai pacar sewaan (Faisal, 2023). Kencan daring dalam layanan tersebut antara lain meliputi komunikasi melalui pertukaran pesan dan komunikasi telepon. Meski jasa sewa pacar baru muncul di Indonesia mulai tahun 2021, salah satu pemilik jasa sewa pacar, Candy, mengatakan bahwa usahanya tersebut bisa dibilang laris. Terdapat sekitar 30 hingga 50 lebih klien atau penyewa setiap minggunya mulai dari usia 20 hingga 30 tahun (Wawancara dengan Candy, Metro TV Jakarta 12 Februari 2023). Sejauh ini, konsumen dari jasa sewa pacar milik Candy paling banyak berdomisili di Jakarta. Harga yang ditawarkan oleh jasa sewa pacar milik Candy untuk kencan secara luring dan daring pun berbeda, di mana harga untuk kencan luring dikenakan sebesar Rp 300.000,00 dan untuk kencan daring dikenakan harga sebesar Rp 40.000,00 per hari. Berdasarkan penelusuran yang dilakukan oleh CNN Indonesia, jasa sewa pacar tersedia di beberapa kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Jogjakarta, Malang, Bandung, Hingga Surabaya. Dilihat dari data - data tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak konsumen yang membutuhkan jasa sewa pacar.

Jasa sewa pacar kerap disamakan dengan prostitusi. Lembaga Perlindungan Anak (LPA) Kota Mataram khawatir jika jasa sewa pacar dapat menjurus ke arah prostitusi (Faisal, 2023). Candy sebagai salah satu pemilik jasa sewa pacar menentang dengan keras pernyataan tersebut. Ia memaparkan perbedaan antara jasa sewa pacar dengan prostitusi ketika ia diundang menjadi bintang tamu di Metro TV. Ia menjelaskan bahwa jasa sewa pacar berbeda dengan prostitusi di mana jasa sewa pacar hanya bersifat menemani dan tidak melakukan hal - hal yang menjurus kepada hal yang

negatif (Wawancara dengan Candy, Metro TV Jakarta 12 Februari 2023). Ia kemudian menambahkan bahwa jasa sewa pacar tidak melakukan hal - hal yang menyeleweng seperti pegang - pegang sembarangan, serta berbicara mengenai hal yang menjurus kepada hal seksual (Wawancara dengan Candy, Metro TV Jakarta 12 Februari 2023). Dengan begitu, jasa sewa pacar tidak dapat disamakan dengan prostitusi karena layanan yang diberikan pun sangatlah berbeda.

Jasa sewa pacar memanfaatkan media sosial sebagai sebuah *platform* untuk mempromosikan layanan mereka. Kebanyakan jasa sewa pacar memberikan semua informasi terkait jasa yang mereka berikan melalui media sosial mereka. Informasi tersebut meliputi harga paket sewa pacar, peraturan dalam menyewa pacar, serta informasi terkait *talent - talent* (pacar sewaan) yang mereka miliki. Salah satu jasa sewa pacar yang terdapat di Indonesia yaitu Rental girlfriend UwU. Mereka memaparkan informasi terkait *talent* mereka, seperti hobi, hal yang disukai maupun tidak disukai, tinggi badan, berat badan, dan lain sebagainya. Berdasarkan penuturan Candy di Metro TV selaku salah satu pemilik jasa sewa pacar, rata - rata *talent* yang ia sediakan mayoritas seorang perempuan yang berusia 19 hingga 27 tahun (Wawancara dengan Candy, Metro TV Jakarta 12 Februari 2023). Dengan dipaparkannya informasi terkait *talent - talent* tersebut di media sosial, semua orang termasuk orang - orang yang bukan pengguna jasa sewa pacar pun dapat melihat informasi tersebut dan kemudian bisa menilai kepribadian *talent* tersebut.

Setiap manusia pada dasarnya merupakan makhluk sosial yang membutuhkan orang lain. Seperti yang telah dikatakan oleh Maslow (1943), “salah satu kebutuhan

dalam hirarki kebutuhan manusia adalah kebutuhan sosial yaitu kebutuhan akan menjalin hubungan dengan orang lain”. Penjelasan tersebut memiliki kaitan terhadap terjadinya fenomena jasa sewa pacar, yaitu untuk melengkapi kebutuhan sosial individu. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa kebutuhan sosial manusia merupakan salah satu faktor dari terjadinya fenomena jasa sewa pacar.

1.2 Identifikasi Masalah

Jasa sewa pacar dapat membantu manusia dalam memenuhi kebutuhan mereka untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain sebagai makhluk sosial. Dengan tidak terpenuhinya kebutuhan tersebut, manusia cenderung akan merasa kesepian. Hal ini didukung oleh pendapat Rahman (2013) yang mengatakan bahwa “perasaan kesepian terjadi karena seseorang merasa tidak memiliki teman yang cukup sesuai seperti harapan mereka”. Dengan demikian, jasa sewa pacar dapat berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan manusia untuk berkomunikasi serta berinteraksi dengan orang lain.

Bagi sekelompok orang, pembukaan diri merupakan sebuah langkah awal yang cukup penting dan tidak bisa kita abaikan ketika sedang melakukan komunikasi interpersonal dengan lawan bicara. Hal ini dikarenakan pembukaan diri atau *self disclosure* dapat membantu seseorang dalam melakukan komunikasi interpersonal, meningkatkan kepercayaan diri mereka, dan bisa membuat hubungan orang tersebut dengan lawan bicaranya menjadi semakin dekat (Lumsden, 1996). *Self disclosure* sendiri merupakan kemampuan seseorang dalam memberikan informasi yang terdiri

atas beberapa aspek yaitu perilaku, perasaan, keinginan, serta ide - ide yang dimiliki oleh orang tersebut (Devito, 1997). Oleh sebab itu, tidak dapat dipungkiri bahwa *self disclosure* merupakan aspek yang penting dalam menjalin komunikasi interpersonal.

Meskipun terdapat sekelompok individu yang dapat melakukan *self disclosure* dengan individu lain ketika melakukan komunikasi interpersonal, terdapat pula sekelompok individu yang merasa enggan dalam membuka diri mereka kepada pihak lainnya. Terdapat batasan - batasan yang digunakan oleh individu dalam mengkomunikasikan atau membahas hal - hal yang bersifat privat kepada lawan bicaranya. Sandra Petronio memberikan penjelasan terkait hal tersebut dalam teori yang digagas olehnya yaitu *Communication Privacy Management Theory* (West & Turner, 2018, h. 204). Petronio menjelaskan bahwa setiap individu memiliki informasi pribadi dan mereka pun berhak untuk mengendalikan kepada siapa informasi tersebut dapat diberikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap individu memiliki hak untuk tidak membahas topik - topik yang tidak ingin mereka bahas kepada lawan bicara mereka.

Dapat ditemukan penelitian terdahulu yang bisa menjadi bahan rujukan penelitian ini. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Faisal Amri dengan judul “Perbedaan Bisnis *Rentaru Kanojo* di Jepang dan Sewa Pacar di Indonesia”, ia menjelaskan perbedaan - perbedaan antara bisnis sewa pacar yang ada di Indonesia dan bisnis sewa pacar yang ada di Jepang, yang biasa disebut juga sebagai *Rentaru Kanojo*. Ia memberikan penjelasan mengenai latar belakang munculnya jasa sewa pacar, cara bisnis sewa pacar tersebut mencari pekerja, dan lain sebagainya. Adapun penelitian

tersebut lebih menekankan kepada fenomena bisnis jasa sewa pacar yang terjadi, sedangkan penelitian ini lebih mencari tahu bagaimana para *talent* jasa sewa pacar berkomunikasi dan membuka diri dengan klien.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat dilihat bahwa terdapat sekelompok orang yang dapat membuka diri kepada pihak lainnya ketika sedang menjalin relasi, namun terdapat juga sekelompok orang yang enggan membuka diri mereka kepada orang lain. Begitu pula dengan *talent* jasa sewa pacar, terdapat kemungkinan bahwa mereka dapat membuka diri kepada klien ketika sedang berkomunikasi dengan para mereka, namun terdapat pula kemungkinan bahwa para *talent* enggan membuka diri kepada para klien. Hal tersebutlah yang berusaha dicari tahu oleh peneliti. Penelitian ini berusaha untuk melihat bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh *talent* jasa sewa pacar dengan para kliennya pada tahap orientasi, apakah mereka dapat membuka diri, atau enggan membuka diri.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang sudah dipaparkan diatas, dengan begitu pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: bagaimana para *talent* jasa sewa pacar berkomunikasi dengan klien pada tahap orientasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana para *talent* berkomunikasi dengan para klien pada tahap orientasi.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk tujuan akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pengetahuan baru kepada para mahasiswa mengenai komunikasi yang dibangun oleh *talent* jasa sewa pacar dengan para klien. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat mengangkat fenomena yang kurang banyak diangkat yaitu fenomena jasa sewa pacar.
2. Untuk tujuan sosial, penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan pengetahuan dan informasi kepada para pembaca terkait dengan *self disclosure* dan *communication privacy management* dalam menjalin komunikasi interpersonal.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini akan disusun dalam 5 bab, yaitu:

1) BAB I: Pendahuluan

Dalam pendahuluan, peneliti akan menjelaskan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

2) BAB II: Tinjauan Pustaka

Dalam tinjauan pustaka, peneliti akan memaparkan latar belakang teori dan kerangka pemikiran.

3) BAB III: Metodologi Penelitian

Dalam metodologi penelitian, peneliti akan menjelaskan metode yang telah digunakan dalam penelitian, teknik pengumpulan data yang digunakan, teknik pengujian instrumen, teknik analisis data dan hipotesis uji dan uji statistik yang digunakan dalam penelitian.

4) BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam hasil penelitian dan pembahasan, peneliti akan membahas hasil yang diperoleh dari penelitian yang sudah dilakukan.

5) BAB V: Simpulan dan Saran

Dalam kesimpulan dan saran, peneliti akan memaparkan kesimpulan yang telah diperoleh dari penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.