

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Cemburu

1. Pengertian cemburu

Kata cemburu berasal dari Yunani yaitu *zelos* yang berarti persaingan dan menunjukkan intensitas perasaan. Cemburu merupakan reaksi terhadap ancaman yang dianggap terjadi dalam suatu hubungan (Pines, 1998).

Salovey (1991) berpendapat cemburu adalah emosi yang dialami ketika seseorang merasa hubungan dengan pasangan terancam dan mengakibatkan hilangnya kepemilikan, biasanya ini akan timbul apabila ada pihak ketiga dalam hubungan tersebut.

Mameros (Duma, 2009) menyatakan cemburu merupakan reaksi yang terjadi pada hubungan romantis yang sedang terancam oleh pihak ketiga, ancaman ini bersifat subyektif dan nyata. Hal ini biasanya diikuti dengan rasa takut kehilangan pasangannya.

Menurut Surbakti (2009), cemburu timbul karena ingin memiliki sendiri pasangannya dan perasaan terancam karena kehadiran orang lain dalam hubungannya. Saat mengalami rasa cemburu biasanya sistem rasionalnya tidak bekerja sebagaimana mestinya.

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa cemburu adalah perasaan terancam oleh kehadiran pihak ketiga dan takut kehilangan dalam suatu hubungan romantis.

2. Ciri-ciri cemburu

Hauck (1994) menjelaskan bahwa ciri-ciri cemburu terhadap pasangan yaitu :

a. Rasa rendah diri adalah menganggap diri terlalu kecil. Salah satu ukuran tidak menguntungkan yang dipakai orang pencemburu untuk menilai kepantasan itu adalah apakah seorang pencemburu dicintai atau tidak.

b. Mentalitas Tuan-Hamba adalah sama seperti rasa rendah diri yang menjadi dasar rasa cemburu, maka pribadi pencemburu pastilah mentalitas Tuan-Hamba. Jarang orang pencemburu posesif mengalami letupan emosi secara diam-diam, kebanyakan orang pencemburu menyatakan keluhannya dengan suara yang keras dan jelas.

c. Perilaku merusak diri merupakan ciri khas seorang pencemburu dan posesif. Sebenarnya pencemburu mampu dan menonjol dalam banyak bidang kehidupan. Tetapi apabila menyangkut orang-orang yang dicintai, seorang pencemburu dapat melakukan tindakan seperti orang terbelakang (*retarded*).

d. Kesulitan Menerima tanggung jawab, hampir dapat dipastikan seorang pencemburu akan menuduh pasangan menyebabkannya malang dengan menyiksa, seorang pencemburu jarang memandang kenyataan pada persoalan yang sebenarnya.

e. Mementingkan diri sendiri dan tidak matang adalah selalu mementingkan diri sendiri apabila ada sesuatu yang tidak beres dalam kehidupan cintanya, tidak peduli akan perasaan siapapun kecuali perasaan sendiri, merasa bahwa orang lain tidak berhak mengubah pikirannya.

f. Rasa takut adalah merasa terancam oleh kejadian yang sama sekali tidak mengancam. Seorang pencemburu persaingan dan kemungkinan orang yang dicintai terus menerus menjadi obsesi.

Menurut Dryden dan Gordon (1994), sikap-sikap orang yang cemburu yaitu :

a. Merendahkan diri sendiri : Sikap yang paling menonjol dari orang yang pencemburu adalah rasa kurang menerima diri sendiri. Umumnya memiliki sedikit atau sama sekali tidak ada penghargaan atau kebanggaan terhadap diri sendiri.

b. Rasa sensitif yang berlebihan, karena orang-orang pencemburu selalu merasa dikritik orang lain, meski tidak ada orang lain yang bermaksud begitu. Apabila dikomentari sesuatu akan menimbulkan salah paham dan komentar itu dianggap sebagai kritik terhadap tingkah lakunya, meskipun orang lain sudah memilih kata-kata yang baik tetapi tetap saja salah mengartikan kata-kata tersebut.

c. Pemerasan emosional adalah seorang pencemburu menganggap tidak cocok dan tidak mempunyai harga diri, menjadi kurang keyakinan untuk mengungkapkan dan berbicara apa yang diinginkan sehingga seorang pencemburu berusaha agar dapat diterima orang lain dengan cara melemparkan perasaan bersalah kepada orang lain yang menjadi sasaran dari permintaannya sendiri.

d. Bersikap terlalu curiga merupakan bagian dari gangguan mental para pencemburu, tidak hanya terlampau sensitif terhadap setiap kritik dan selalu menyimpulkan kritikan untuk diri sendiri padahal sebenarnya bukan ditujukan kepada dirinya. Hal lainnya seperti merasa curiga tanpa kejelasan terhadap sikap dan motif orang lain.

Herron dan Peter (2005) menjelaskan ciri-ciri cemburu yaitu :

a. Merasa kasihan dengan diri sendiri : orang yang cemburu akan merasa kasihan dengan diri sendiri dan merasa tidak layak diperlakukan dengan baik, kemudian berpikir bahwa orang lain akan melihat kesedihan yang dirasakan dan merasa iba (mengharapkan belas kasihan atau simpati orang lain).

b. Mudah menyalahkan orang lain : jika terjadi kegagalan dalam hubungan maka seorang pencemburu memiliki pemikiran kalau orang lain pantas menderita seperti orang yang pencemburu rasakan.

c. Melampiaskan kemarahan : pencemburu melampiaskan kemarahan tanpa memikirkan apa yang sedang dilakukan, padahal orang yang melakukan ini sebenarnya menyakiti orang yang dicintai.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri cemburu adalah rasa rendah diri, mentalitas tuan-hamba, perilaku merusak diri, kesulitan menerima tanggung jawab, mementingkan diri sendiri, menyalahkan orang lain, takut, rasa sensitif yang berlebihan, bersikap terlalu curiga, dan melampiaskan kemarahan.

3. Aspek – aspek cemburu

Menurut Pfeiffer dan Wong's (Owlett, 2010) menjelaskan bahwa aspek-aspek kognitif dari kecemburuan romantis terjadi sebelum aspek emosional dan kognitif serta emosi tersebut terjadi secara berurutan. Guerrero, dkk (Owlett, 2010) menjelaskan bahwa kecemburuan romantis mencakup afektif, perilaku dan aspek kognitif.

Menurut Pines (1998), aspek cemburu adalah :

a. Aspek pikiran, yang terdiri dari perbandingan dengan menyaingi, mengasihani diri sendiri, menyalahkan diri, sikap kepemilikan, khawatir tentang *image*, pemikiran tentang balas dendam, dan pikiran mengalah.

b. Aspek emosi, yang terdiri dari sakit, kesedihan, kemarahan, rasa tidak berdaya, iri hati, takut, dan penghinaan.

c. Aspek perilaku, yang terdiri dari ingin pingsan (*shock*), gugup dan gemetar, jantung berdebar kencang, hilang nafsu makan, tangan berkeringat atau gemetar, konstan pertanyaan dan mencari keyakinan, tindakan agresif, bahkan kekerasan.

Berdasarkan teori-teori tersebut dapat diketahui bahwa aspek-aspek cemburu adalah pikiran, emosi dan perilaku.

4. Jenis atau tipe cemburu

Salovey (1991) menyatakan cemburu dibedakan menjadi dua yaitu :

a. Kecemburuan yang sifatnya nyata (*normal*) adalah cemburu yang dirasakan ketika ancaman sifatnya jelas dan dapat merusak hubungan (ancamannya nyata).

b. Cemburu curiga (*abnormal*) adalah ketika ancaman tidak jelas atau hanya dicurigai, dapat dikatakan bahwa "cemburu mencurigakan", karena hanya reaksi dari ketakutan dan ketidakpastian.

Pines (1998) menyatakan jenis-jenis cemburu yaitu:

a. Cemburu normal memiliki dasar dalam ancaman nyata untuk hubungan seseorang dengan yang lain. Paling "normal" orang mengalami kecemburuan kuat ketika hubungan dinilai terancam.

b. Cemburu *abnormal* (tidak normal) adalah karena kurangnya rasa percaya diri atau rasa rendah diri dan cemburunya cenderung pada kecurigaan serta ancamannya tidak nyata (mungkin khayalan).

Menurut Marazziti, dkk (2010) tipe cemburu adalah:

a. Kecemburuan obsesif / *obsessionality*: ditandai oleh perasaan cemburu yang disengaja, individu berlebihan dan tidak realistis.

b. Kecemburuan *depressive / self-esteem*: ditandai oleh perasaan tidak mampu dan rendah diri bila dibandingkan dengan mitra yang menghasilkan ketidakmampuan untuk percaya / kesetiaan-Nya dan membuat pengkhianatan potensial tidak bisa dihindari dengan beberapa saingan.

c. Cemburu karena takut kehilangan: ditandai dengan ketidakmampuan untuk menerima prospek kerugian. Sebagai akibatnya, hubungan menjadi semacam ketergantungan, dengan subjek selalu membutuhkan kedekatan pasangan dan menunjukkan tanda-tanda tertekan ketika terpisah.

d. Kecemburuan *paranoid / suspiciousness*: ditandai dengan sifat malu-malu ekstrim dan kecurigaan, serta perilaku *interpretatif* dan kontrol terhadap pasangan dan merasakan setiap saingan, meskipun menunjukkan tanda-tanda pengabdian yang benar, tetapi dianggap miskin moralitas.

e. Cemburu terkait *sensitivitas / interpersonal*: ditandai dengan *hipersensitivitas* terhadap pasangan dan reaktivitas yang berlebihan terhadap rangsangan eksternal dan situasi, sebuah kedekatan umumnya dihindari, meskipun orang yang sangat *desiderable*, dan non-akrab atau item dianggap berpotensi agresif.

Berdasarkan teori-teori tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jenis atau tipe cemburu adalah cemburu normal, cemburu *abnormal*, kecemburuan *depressive*, cemburu karena takut kehilangan, dan cemburu *sensitivitas*.

5. Faktor – faktor yang mempengaruhi cemburu

Menurut Herron dan Peter (2005), faktor-faktor yang mempengaruhi cemburu adalah :

a. Merasa tidak nyaman dengan diri sendiri : merasa tidak aman tentang hidup secara umum, khususnya yang berkaitan dengan hubungan antar sesama, mungkin juga karena hidup di lingkungan orang-orang yang kurang menghargai diri orang tersebut. Pencemburu bergantung pada orang lain untuk bisa merasa berguna dan harus mempunyai seseorang yang mencintainya, jika orang yang dicintai tidak memberikan perhatian lagi atau memperhatikan orang lain maka orang yang cemburu akan melakukan sesuatu untuk mencegah agar orang yang dicintai tidak meninggalkannya.

b. Kemungkinan memiliki pengalaman kehilangan di masa lalu : orang yang sangat takut ditinggalkan atau kehilangan cinta dan kasih sayang mungkin dapat berasal dari masa lalu yang pernah kehilangan, seperti kehilangan orangtua, teman atau orang yang disayangi meninggal. Ketika seseorang kehilangan orang yang dicintai maka perasaan kehilangan itu tertancap kuat dalam ingatannya dan hal ini membuatnya tidak ingin mengalaminya lagi, ketakutan kehilangan tersebut dapat membuat perasaan cemburu menjadi tidak terkendali.

Menurut Surbakti (2009), hal-hal yang dapat mempengaruhi cemburu yaitu :

a. Kehadiran pihak ketiga yang identitasnya tidak jelas, hal ini merupakan ancaman bagi pasangannya karena merasa tersaingi. Banyak para remaja yang mengakhiri masa pacaran karena pihak ketiga yang menimbulkan kesalahpahaman.

b. Kesetiaan yang meragukan : perasaan cemburu bisa disebabkan oleh kecurigaan pada pasangan terhadap komitmen bersama. Perasaan cinta para remaja seringkali timbul akibat daya tarik fisik, sehingga mudah berubah jika ada pesaing yang secara fisik lebih menarik. Hal ini menimbulkan perasaan cemburu bagi pihak yang merasa dikhianati.

c. Takut kehilangan : salah satu unsur terbesar yang sering membuat perasaan cemburu timbul adalah takut kehilangan orang yang dicintai. Kebanyakan remaja yang sedang berpacaran takut kehilangan pasangannya, seringkali remaja memaknai kehilangan pacar sebagai kekalahan yang memalukan dan kehilangan harga diri. Maka dari itu, setiap ancaman yang berpotensi mengganggu kelanggengan hubungan akan menimbulkan perasaan cemburu.

d. Berkaitan dengan kepribadian : perasaan cemburu berkaitan dengan kepribadian seseorang, beberapa remaja memiliki kepribadian yang sangat sensitif bahkan labil, sehingga mudah terpengaruh isu atau kabar yang belum tentu benar. Situasi ini menimbulkan perasaan cemburu yang berlebihan.

Ze'ev dan Goussinsky (Hart dan Legerstee, 2010) menyatakan salah satu penyebab kecemburuan di masa depan dapat terjadi di dunia maya. Hal tersebut disebabkan oleh :

a. Tersedianya alternatif dunia maya atau media *online* membuat seseorang dapat memiliki teman yang lebih banyak dan lebih umum. Hal ini dapat menimbulkan cemburu, karena pasangan terlalu mendalam dan intim dengan media *online*.

b. Interaksi dalam media *online* dapat mengakibatkan cemburu karena pasangan dianggap melanggar batas-batas tertentu dalam hubungan romantis.

Muise, dkk (2009) menyatakan *facebook* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi cemburu, karena :

a. Informasi yang ada dalam profil *Facebook* menunjukkan bahwa individu dapat mengekspos informasi pada dirinya, hal ini berpotensi memprovokasi atau membuat pasangan cemburu.

b. Bagi banyak orang, mengetahui tentang keinginan atau niat pasangan sangat diperlukan dan kecanduan dalam kaitannya dengan penggunaan *Facebook* dapat menyebabkan cemburu, sebab orang yang telah kecanduan akan mengatakan hal apapun di *Facebook* bahkan yang sifatnya sangat pribadi.

c. Pasangan memiliki teman *Facebook* yang tidak diketahui atau dikenal pasangan, apalagi yang berkaitan dengan masa lalu pasangan atau mantan pacar yang menjadi teman di *Facebook*, berpotensi menimbulkan kecemburuan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor – faktor yang dapat mempengaruhi cemburu yaitu kehadiran pihak ketiga yang identitasnya tidak jelas, kesetiaan yang meragukan, takut kehilangan, berkaitan dengan kepribadian dan media *online* khususnya situs jejaring sosial *Facebook*.

B. Persepsi terhadap Interaksi Sosial dalam *Facebook*

1. Pengertian persepsi

Menurut Walgito (2004), persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.

Tubbs dan Moss (2005) menyatakan persepsi adalah suatu proses aktif setiap orang dalam memperhatikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan semua pengalamannya secara selektif.

Sarwono dan Meinarno (2009) menyatakan persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan, dan pengaturan informasi indrawi.

Menurut Atkinson. L, dkk (2010) persepsi adalah cara mengintegrasikan sensasi ke dalam *percepts* objek, dan bagaimana untuk selanjutnya menggunakan *percepts* itu untuk mengenali kehidupan (*percepts* adalah hasil proses dari perseptual).

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses memperhatikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman secara selektif agar dapat memberi makna pada lingkungan atau kehidupan.

2. Pengertian interaksi sosial

Menurut Walgito (2003) sebagai makhluk individual manusia mempunyai dorongan atau motif untuk mengadakan hubungan dengan dirinya sendiri,

sedangkan sebagai makhluk sosial manusia mempunyai dorongan untuk mengadakan hubungan dengan orang lain, manusia mempunyai dorongan sosial. Adanya dorongan atau motif sosial pada manusia inilah, maka manusia akan mencari orang lain untuk mengadakan suatu hubungan atau untuk mengadakan interaksi.

Interaksi sosial oleh Walgito (2003) didefinisikan sebagai hubungan antara individu dengan individu yang lain, individu satu dapat mempengaruhi individu yang lain atau sebaliknya, jadi terdapat hubungan yang saling timbal balik.

Menurut Bonner (Ahmadi, 1999) interaksi sosial adalah hubungan antara individu satu dengan individu yang lain, sehingga individu yang satu akan mempengaruhi, mengubah atau memperbaiki perilaku individu yang lain atau sebaliknya.

Berdasarkan teor-teori tersebut dapat disimpulkan bahwa interaksi sosial adalah hubungan yang saling mempengaruhi antara individu satu dengan individu yang lain, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok, baik secara langsung maupun tidak langsung.

3. Pengertian *Facebook*

Menurut Kurniali (2009), *Facebook* adalah situs pertemanan populer yang berasal dari Amerika, pendiri Facebook adalah Mark Zuckerberg. *Facebook* menerima semua pengguna yang berusia lebih dari 13 tahun dan memiliki sebuah alamat *email* yang *valid*.

Menurut Zaenal (2009) *Facebook* atau yang biasa disebut dengan *FB* merupakan situs jejaring sosial yang saat ini sedang populer dimana-mana.

Facebook diperkenalkan oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2004. Sampai saat ini, jutaan orang memiliki *Facebook* dan sebagian besar mengatakan dapat bertemu lagi dengan sahabat lama yang sudah hilang komunikasi atau *lost contact* bertahun-tahun.

Nilawati (2010) menjelaskan *Facebook* merupakan situs jejaring sosial yang saat ini sedang populer di dunia maya. *Facebook* merupakan karya dari Mark Zuckerberg. *Facebook* dapat membantu untuk mencari teman-teman lama yang mungkin dalam beberapa waktu tidak bertemu. *Facebook* juga dapat digunakan untuk kepentingan yang lebih serius, seperti promosi produk, promosi seminar dan *workshop*, dll.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan *Facebook* adalah situs jejaring sosial yang saat ini sedang populer dan didirikan oleh Mark Zukerberg. *Facebook* dapat membantu untuk bertemu dengan teman-teman lama, juga dapat digunakan untuk promosi produk, seminar, *workshop*, dll.

4. Persepsi terhadap interaksi sosial dalam *Facebook*

Tubbs dan Moss (2005) menjelaskan persepsi adalah suatu proses aktif setiap orang dalam memperhatikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan semua pengalamannya secara selektif.

Sarwono dan Meinarno (2009) menyatakan persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan, dan pengaturan informasi indrawi.

Menurut Bonner (Ahmadi, 1999) interaksi sosial adalah hubungan antara individu satu dengan individu yang lain, sehingga individu yang satu akan

mempengaruhi, mengubah atau memperbaiki perilaku individu yang lain atau sebaliknya.

Walgito (2003) menyatakan interaksi sosial didefinisikan sebagai hubungan antara individu dengan individu yang lain, individu satu dapat mempengaruhi individu yang lain atau sebaliknya, jadi terdapat hubungan yang saling timbal balik.

Menurut Kurniali (2009), *Facebook* adalah situs pertemanan populer yang berasal dari Amerika, pendiri Facebook adalah Mark Zuckerberg. *Facebook* menerima semua pengguna yang berusia lebih dari 13 tahun dan memiliki sebuah alamat *email* yang *valid*.

Nilawati (2010) menjelaskan *Facebook* merupakan situs jejaring sosial yang saat ini sedang populer di dunia maya. *Facebook* merupakan karya dari Mark Zuckerberg. *Facebook* dapat membantu untuk mencari teman-teman lama yang mungkin dalam beberapa waktu tidak bertemu. *Facebook* juga dapat digunakan untuk kepentingan yang lebih serius, seperti promosi produk, promosi seminar dan *workshop*, dll.

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap interaksi sosial dalam *Facebook* adalah proses penilaian seseorang yang bersifat subjektif dalam memperoleh, memperhatikan dan menafsirkan informasi yang dilihat secara selektif dalam interaksi sosial yang dilakukan pasangannya melalui situs jejaring sosial *Facebook*.

5. Aspek – aspek persepsi terhadap interaksi sosial dalam *Facebook*

Gibson,dkk (1996) menyatakan aspek dalam persepsi yaitu :

a. Situasi : pengkondisian waktu ketika seseorang *online* di situs jejaring sosial *Facebook*, sikap orang (dimana) seseorang berinteraksi dalam *Facebook* dan faktor situasi lainnya dapat mempengaruhi ketepatan persepsi.

b. Kebutuhan : persepsi dipengaruhi secara nyata oleh kebutuhan dan keinginan terhadap interaksi sosial dalam *Facebook*.

c. Perasaan atau emosi : keadaan emosi seseorang mempunyai banyak hal yang dapat dikaitkan dengan persepsi. Emosi yang kuat, seperti tidak senang pada seseorang dalam *Facebook* dapat membuat seseorang memandangnya negatif.

Rivai (2003) menjelaskan aspek persepsi adalah :

a. Pelaku persepsi (*perceiver*) seperti sikap terhadap interaksi seseorang dalam *Facebook*, keutuhan atau motif berinteraksi dalam *Facebook*, kepentingan atau minat online di *Facebook*, pengalaman dan pengharapan individu ketika memiliki teman di *Facebook*.

b. Obyek atau target yang dipersepsikan, meliputi yang dilakukan seseorang ketika *online Facebook*, ukuran atau kekuatan interaksi sosial dalam *Facebook*, latar belakang dan kedekatan interaksi yang terjadi dengan orang lain di *Facebook*.

c. Konteks situasi meliputi waktu *online* di *Facebook*, keadaan/ tempat dan keadaan sosial ketika berinteraksi dalam *Facebook*.

Menurut Walgito (2003), aspek-aspek yang ada dalam diri orang yang mempersepsi adalah :

a. Pikiran : keadaan pribadi atau pemikiran seseorang dalam menilai interaksi sosial yang dilakukan orang lain dalam *Facebook*, sehingga dapat mempengaruhi persepsinya terhadap orang tersebut.

b. Perasaan : apabila orang yang dipersepsi merupakan orang yang menyenangkan bagi orang yang mempersepsi, akan berbeda hasilnya jika orang yang dipersepsi itu bukan orang yang menyenangkan bagi orang yang mempersepsi. Misalnya, orang yang memiliki *Facebook* dikenalnya dengan baik maka persepsinya menyenangkan atau positif. Sebaliknya ketika yang memiliki *Facebook* merupakan orang yang tidak disukai, maka persepsinya tidak menyenangkan atau negatif.

c. Situasi Sosial : situasi sosial yang melatarbelakangi stimulus *person* juga akan ikut berperan dalam hal mempersepsi seseorang. Bila situasi sosial yang melatarbelakangi berbeda, maka hal tersebut akan membawa perbedaan hasil persepsi seseorang. Orang yang biasa bersikap keras, tetapi karena situasi sosialnya *Facebook* saat ini sedang populer maka tidak memungkinkan untuk menunjukkan ketidaktertarikannya pada *Facebook*, hal tersebut akan mempengaruhi seseorang berperan. Karena itu, situasi sosial yang melatarbelakangi stimulus *person* mempunyai peran yang penting dalam persepsi.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek persepsi terhadap interaksi sosial dalam *Facebook* adalah pikiran, perasaan, dan situasi sosial.

6. Faktor – faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap interaksi sosial dalam *Facebook*

Menurut Irwanto (1994) faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu :

a. Perhatian yang selektif : dalam kehidupan manusia setiap saat akan menerima banyak rangsang dari lingkungannya seperti interaksi sosial yang terjadi dalam situs jejaring sosial *Facebook*. Namun manusia tidak harus menanggapi semua rangsang yang terjadi dalam *Facebook*. Untuk itu, individu memusatkan perhatiannya pada rangsang-rangsang tertentu yang ada di *Facebook*.

b. Ciri-ciri rangsang : rangsang yang bergerak diantara rangsang yang diam akan lebih menarik perhatian seperti *Facebook* yang saat ini sedang populer tentunya lebih menarik dibanding interaksi sosial secara langsung. Demikian juga rangsang yang paling besar diantara yang kecil, yang kontras dengan latar belakang dalam berinteraksi di *Facebook* dan yang intensitas rangsangannya paling kuat dalam *Facebook*.

c. Nilai-nilai dan kebutuhan individu : penilaian dan kebutuhan melihat interaksi sosial seseorang yang terjadi dalam *Facebook*.

d. Pengalaman terdahulu : pengalaman-pengalaman terdahulu sangat mempengaruhi bagaimana seseorang mempersepsi interaksi sosial yang terjadi dalam *Facebook*.

Rivai (2003) menjelaskan faktor – faktor yang mempengaruhi persepsi :

a. Intensitas : semakin besar intensitas interaksi sosial dalam *Facebook*, semakin besar juga interaksi yang dilihat dan dipahami.

b. Ukuran : semakin besar ukuran interaksi yang terjadi, maka akan semakin mudah untuk diketahui hal-hal apa saja yang dilakukan ketika *online* dalam *Facebook*.

c. Berlawanan atau kontras : prinsip yang berlawanan dengan sekelilingnya ini akan menarik banyak perhatian. Misalnya, ketika seseorang lebih sering terbuka atau mengatakan hal apapun dalam *Facebook* dibanding menceritakan secara langsung pada teman atau keluarganya.

d. Pengulangan stimulus dari luar yang diulang akan memberikan perhatian yang lebih besar daripada yang sekali dilihat atau didengar, seperti interaksi sosial di *Facebook* yang dalam sehari dilakukan berulang-ulang akan memberikan perhatian yang lebih besar.

e. Gerakan : orang akan memberikan banyak perhatian pada interaksi sosial dalam *Facebook* yang semakin lama semakin populer.

Menurut Weber-Fechner (Walgito, 2004) faktor yang mempengaruhi persepsi adalah :

a. Intensitas atau kekuatan stimulus : kekuatan stimulus menentukan dipersepsi atau tidaknya stimulus tersebut. Pada umumnya, stimulus yang kuat ketika *online* di *Facebook* akan lebih menguntungkan kemungkinannya untuk dipersepsi apabila dibandingkan dengan stimulus yang lain.

b. Ukuran stimulus : stimulus yang besar lebih menarik perhatian dibandingkan dengan ukuran yang kecil. Misalnya, persepsi seseorang dalam melihat interaksi sosial pasangan yang terjadi dalam *Facebook* akan lebih menarik perhatian apabila dibandingkan dengan interaksi teman-teman seseorang tersebut.

c. Perubahan stimulus : perubahan stimulus perlu dilakukan agar tidak monoton dan dapat lebih menarik perhatian. Misalnya, orang tidak akan lagi memperhatikan interaksi yang secara langsung karena hal tersebut sudah dianggap wajar. Tetapi jika seseorang lebih tertarik berinteraksi dalam *Facebook*, maka akan terjadi perubahan stimulus dan pada saat itu perhatian orang akan tertarik pada interaksi yang terjadi dalam *Facebook*, serta muncul pemikiran mengapa seseorang lebih tertarik berinteraksi dalam *Facebook* dibandingkan interaksi secara langsung.

d. Ulangan dari stimulus : stimulus yang diulang pada dasarnya lebih menarik perhatian, seperti orang yang *online* di *Facebook* setiap hari berulang-ulang akan lebih menarik perhatian apabila dibandingkan dengan yang hanya *online* sehari sekali.

e. Pertentangan atau kontras dari stimulus : stimulus yang bertentangan atau kontras dengan lingkungan sekitar akan lebih menarik perhatian, hal ini disebabkan karena stimulus lain dari keadaan yang ada secara umum. Misalnya seharusnya interaksi langsung lebih menarik dengan interaksi sosial dalam *Facebook* namun kenyataan yang terjadi justru sebaliknya.

Berdasarkan teori-teori tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor – faktor yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap interaksi sosial dalam *Facebook* adalah kekuatan atau kedalaman interaksi sosial yang terjadi dalam *Facebook*, ukuran atau ciri-ciri rangsang dalam *Facebook*, berulang-ulang membuka atau *online* di *Facebook*, dan pertentangan maksudnya seharusnya interaksi langsung

lebih menarik dengan interaksi sosial dalam *Facebook* namun hal yang terjadi justru sebaliknya.

C. Hubungan antara Persepsi terhadap Interaksi Sosial dalam *Facebook* dengan Cemburu pada pasangan

Tubbs dan Moss (2005) menyatakan persepsi adalah suatu proses aktif setiap orang dalam memperhatikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan semua pengalamannya secara selektif. Persepsi terhadap interaksi sosial dalam *Facebook* adalah proses penilaian seseorang yang bersifat subjektif dalam memperoleh, memperhatikan dan menafsirkan informasi yang dilihat secara selektif dalam interaksi sosial yang dilakukan pasangannya melalui situs jejaring sosial *Facebook*.

Interaksi sosial dalam *Facebook* yang *intens* dapat mengancam suatu hubungan yang sedang terjalin, sebab ketika seseorang fokus pada *Facebook* membuat orang tersebut menjadi acuh atau tidak peduli dengan pasangan. Misalnya, ketika ada sms atau telepon dari pasangan lebih memilih menunda menjawab sms atau telepon tersebut daripada *offline Facebooknya*. Selain itu *Facebooker* lebih sering mengungkapkan apa yang dipikirkan atau dirasakannya melalui situs jejaring sosial *Facebook* daripada *sharing* atau menceritakannya dengan pasangan.

Hal lain yang mungkin terjadi yaitu memiliki teman rahasia di *Facebook* atau memiliki teman yang tidak dikenal pasangan. Apabila menampilkan profil atau sering *upload foto* di *Facebook* secara berlebihanpun dapat dianggap

pasangan mengancam hubungan yang sedang terjalin. Hal-hal yang demikian dapat membuat pasangan merasa diabaikan karena pasangan yang seharusnya diprioritaskan menjadi tidak ada bedanya dengan teman-temannya di *Facebook* yang juga mengetahui hal yang dialami, dipikirkan dan dilakukan pasangannya, sehingga dapat menimbulkan pasangan cemburu.

Salovey (1991), cemburu adalah emosi yang dialami ketika seseorang merasa hubungan dengan pasangan terancam dan mengakibatkan hilangnya kepemilikan, biasanya ini akan timbul apabila ada pihak ketiga dalam hubungan tersebut. Ze'ev dan Goussinsky (Hart dan Legerstee, 2010) menyatakan salah satu penyebab kecemburuan di masa depan terjadi di dunia maya.

Menurut Muise, dkk (2009), *facebook* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi cemburu, karena Informasi yang ada dalam profil *Facebook* menunjukkan bahwa individu dapat mengekspos informasi pada dirinya dan hal ini berpotensi memprovokasi atau membuat pasangan cemburu. Kecanduan dengan penggunaan *Facebook* dapat menyebabkan cemburu pada pasangan sebab orang yang telah kecanduan akan mengatakan hal apapun di *Facebook* bahkan yang sifatnya sangat pribadi. Teman di *Facebook* yang tidak diketahui atau dikenal pasangan apalagi yang berkaitan dengan masa lalu pasangan atau mantan pacar juga berpotensi menimbulkan kecemburuan.

Apabila pemikiran, perasaan dan situasi sosial seseorang dalam menilai interaksi sosial yang dilakukan pasangannya dalam *Facebook* positif atau dianggap tidak mengancam hubungan, maka tidak menimbulkan kecemburuan. Sebaliknya jika pemikiran, perasaan dan situasi sosial seseorang dalam menilai

interaksi sosial yang dilakukan pasangannya dalam *Facebook* negatif atau dianggap dapat mengancam hubungan, maka menimbulkan kecemburuan. Dari hal tersebut dapat disimpulkan, ketika seseorang dalam mempersepsikan interaksi sosial yang dilakukan pasangan dalam *Facebook* positif, maka kecemburuan yang dirasakan akan rendah. Sebaliknya ketika seseorang mempersepsikan interaksi sosial yang dilakukan pasangan dalam *Facebook* negatif, maka kecemburuan yang dirasakan akan semakin tinggi.

D. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Ada Hubungan negatif antara Persepsi terhadap Interaksi Sosial dalam *Facebook* dengan Cemburu pada pasangan”. Maksudnya yaitu ketika seseorang dalam mempersepsikan interaksi sosial yang dilakukan pasangan dalam *Facebook* positif, maka kecemburuan yang dirasakan akan rendah. Sebaliknya ketika seseorang mempersepsikan interaksi sosial yang dilakukan pasangan dalam *Facebook* negatif, maka kecemburuan yang dirasakan akan semakin tinggi.