

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

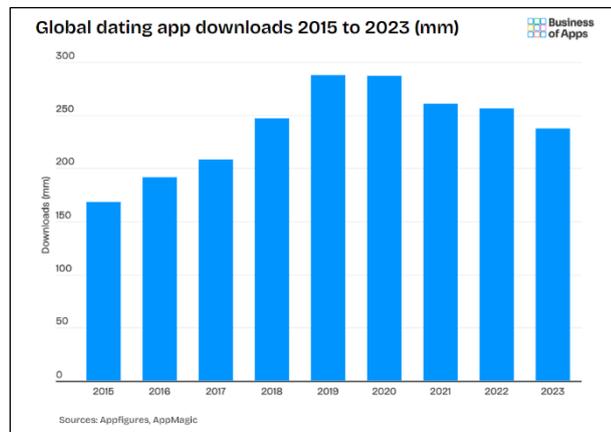
Penggunaan perangkat seluler yang dilengkapi dengan teknologi *location-based* telah menjadi fenomena yang semakin umum dalam beberapa tahun terakhir. Fitur tersebut tidak hanya memungkinkan interaksi sosial dengan kontak yang sudah dikenal, tetapi juga membuka peluang untuk bertemu dengan orang asing yang memiliki minat yang serupa di sekitar mereka.

Fenomena tersebut mencerminkan bagaimana teknologi terus mengubah cara manusia terhubung dengan orang lain, termasuk dalam konteks mencari pasangan. Seperti yang dikemukakan Ward (2016, hlm. 82), kencan adalah pertemuan dua orang yang saling tertarik secara romantis, di mana mereka menghabiskan waktu bersama dan berbagi informasi pribadi. Dalam perkembangannya, kemajuan teknologi telah melahirkan berbagai platform digital yang mendukung kebutuhan interaksi sosial, termasuk layanan kencan *online*. Munculnya platform tersebut memperluas cara manusia bertemu dan meningkatkan peluang untuk membangun hubungan baru.

Metode kencan *online* bukanlah hal baru dalam upaya mencari pasangan. Sistem ini telah berkembang selama bertahun-tahun, dimulai dari iklan pribadi pada tahun 1700-an yang kemudian berlanjut menjadi hubungan sahabat pena (*pen pal*) dan penggunaan kaset video sebagai media perjodohan. Kencan *online* modern dimulai pada tahun 1965 dengan layanan pencocokan berbasis komputer yang dikembangkan oleh IBM dengan melahirkan platform, seperti Match.com pada tahun 1995. Perkembangan tersebut membuat masyarakat mulai mengakui keberhasilan proses pencocokan oleh algoritma dalam menjodohkan individu.

Beberapa tahun kebelakang, aplikasi kencan *online* dipilih masyarakat sebagai salah satu alternatif untuk mencari pasangan, baik untuk hubungan yang serius menuju pernikahan atau sekadar mencari kesenangan (Sari & Kusuma, 2018, hlm. 156). Berdasarkan data dari Mozilion, aplikasi kencan *online* meraih 450 ribu total jumlah pencarian di Google. Bahkan, Business of Apps menyebutkan bahwa

pengguna internet menghabiskan 16% waktunya untuk membuka aplikasi kencan *online*. Hal tersebut dibuktikan pula dengan tingginya pengguna aplikasi kencan *online*. Hingga tahun 2023, pengguna aplikasi kencan *online* sudah mencapai 349,3 juta di seluruh dunia. Angka pengguna aplikasi ini terus menunjukkan kenaikan yang signifikan dibandingkan dengan tahun 2022, yaitu 337,3 juta pengguna. Banyaknya pengguna dan adanya intensitas yang cukup tinggi tersebut membuktikan bahwa aplikasi kencan *online* masih diminati oleh masyarakat dunia hingga saat ini.



**Gambar 1.1** Pengguna Aplikasi Kencan Online Selama 8 Tahun Terakhir

Perkembangan kencan *online* terus berlanjut dengan semakin banyaknya situs dan aplikasi kencan *online*, di mana orang dewasa muda semakin menunjukkan minat terhadap platform tersebut (Balan dkk., 2021, hlm. 25). Hal tersebut didukung oleh laporan *Indonesian Usage Behavior and Online Security on Dating App*, yang mengungkapkan bahwa 52% pengguna aplikasi kencan *online* berasal dari generasi milenial, diikuti oleh generasi Z sebesar 44% dan generasi X sebesar 4%.

Maraknya tren ini memberikan beragam pilihan bagi pengguna untuk mencari pasangan melalui aplikasi kencan. Hingga tahun 2023, Gitnux melaporkan bahwa terdapat sekitar 8.000 aplikasi kencan *online* di seluruh dunia. Diawali dengan Tinder sebagai aplikasi kencan *online* berbasis gawai pertama pada tahun 2012 dan diikuti oleh OkCupid ditahun yang sama.

Kemunculan aplikasi-aplikasi tersebut menjadikan akses ke kencan *online* semakin mudah dan praktis bagi masyarakat global, termasuk Indonesia. Pada tahun 2013, Indonesia turut menghadirkan platform kencan *online* lokal, yaitu Setipe.com. Dua tahun kemudian, Setipe.com memperluas layanan mereka dengan meluncurkan aplikasi kencan berbasis gawai, menyesuaikan diri dengan tren global. Di tahun yang sama, yaitu 2015, Bumble hadir sebagai alternatif baru yang menawarkan pendekatan berbeda. Bumble memberikan kesempatan bagi para perempuan untuk membuka percakapan terlebih dahulu. Hal tersebut menjadikan Bumble sebagai aplikasi yang lebih berfokus pada pemberdayaan perempuan. Whitney Wolfe Herd, pendiri Bumble, bahkan menyebut aplikasi ini sebagai aplikasi kencan *online* feminis karena memberikan kontrol lebih kepada perempuan dalam memulai interaksi.

Bumble menjadi salah satu aplikasi kencan *online* yang populer dan terus berkembang dalam beberapa tahun belakangan. Menurut data yang dilansir oleh Enterprise App Today, pengguna aktif aplikasi Bumble di seluruh dunia sudah mencapai 50 juta orang pada Februari 2024. Walaupun Bumble adalah '*female-focused dating app*', aplikasi ini juga memiliki popularitas yang tinggi di kalangan pria, terbukti data menunjukkan bahwa 76% pengguna Bumble adalah pria.

Apa pun metodenya, tujuannya tetap sama, yaitu menampilkan diri dengan cara tertentu yang membuat seseorang terlihat menarik bagi orang lain. *Self-presentation*, yang didefinisikan sebagai "pengemasan dan pengeditan diri selama interaksi sosial untuk menciptakan kesan yang diinginkan audiens" telah lama dikenal sebagai motif penting dibalik penggunaan situs jejaring sosial (Ingram dkk., 2019, hlm. 150).

Tidak seperti kencan tradisional yang melibatkan pertemuan langsung, kencan *online* memungkinkan penggunanya untuk menyusun *self-presentation* secara lebih kaya melalui profil dan interaksi digital mereka (Birnholtz dkk., 2014, hlm. 4). Dalam kencan tradisional, pertemuan pertama sering kali diwarnai rasa canggung dan kaku sehingga membatasi ruang gerak serta menghambat seseorang untuk menampilkan dirinya secara maksimal. Sebaliknya, aplikasi kencan *online* memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri tanpa tekanan dari interaksi tatap muka. Mereka dapat menunjukkan sisi terbaik dirinya

dengan lebih leluasa melalui teks atau gambar, tanpa harus menghadapi kecanggungan interaksi tatap muka. Meskipun terbatas pada komunikasi berbasis teks, hal ini justru membuat pengguna merasa lebih nyaman dalam menyampaikan apa yang mereka inginkan. Dengan demikian, aplikasi kencan *online* tidak hanya cocok untuk individu yang percaya diri dan mudah bergaul, tetapi juga memberikan peluang yang sama bagi mereka yang cenderung pendiam atau kaku untuk menikmati pengalaman serupa.

Selain memberikan kebebasan dalam mengekspresikan diri, aplikasi kencan *online* juga mempermudah proses seseorang untuk menampilkan dirinya kepada calon pasangan. Dalam kencan tradisional, seseorang sering merasa sulit menunjukkan atau menonjolkan kepribadiannya—baik karena tidak tahu cara yang tepat atau sulit menemukan momen yang sesuai. Di sisi lain, aplikasi kencan *online* memungkinkan siapa pun, baik laki-laki maupun perempuan, untuk membangun citra diri secara leluasa melalui profil mereka. Walther (dalam Ward, 2016, hlm. 85) menyebutkan bahwa aplikasi kencan *online* sangat mengandalkan gambar dan informasi di profil pengguna. Hal tersebut memberikan ruang yang lebih terstruktur dan nyaman untuk memperkenalkan diri sesuai keinginan tanpa tekanan dari interaksi tatap muka.

Profil menjadi elemen utama dalam mengenalkan diri di tahap awal interaksi dengan calon pasangan, sekaligus membuka peluang untuk membangun hubungan yang lebih serius (Sari & Kusuma, 2018, hlm. 156). Melalui aplikasi kencan *online*, pengguna dapat mengunggah foto terbaik dan menulis deskripsi diri dalam bentuk teks. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk menyusun *self-presentation* yang lebih positif, terkontrol dan berstrategi—sesuatu yang sulit dilakukan dalam interaksi tatap muka (Hall dkk., 2010, hlm. 34). Walther (dalam Ward, 2016, hlm. 85) menjelaskan bahwa aplikasi kencan *online* beroperasi dalam lingkungan dengan isyarat yang terbatas, yaitu informasi yang bersifat statis dan tidak langsung berubah. Dengan kata lain, data yang ditampilkan di profil sepenuhnya berada di bawah kendali pengguna dan dipilih secara selektif. Hancock & Toma (2009, hlm. 382) memaparkan bahwa perilaku *self-presentation* yang selektif ini umum terjadi di dunia digital karena minimnya isyarat fisik, seperti ekspresi wajah, suara atau gerakan tubuh, yang biasanya hadir dalam interaksi tatap muka.

Setelah memahami peran krusial profil dalam menyusun *self-presentation* yang strategis, muncul tantangan lain bagi pengguna aplikasi kencan *online*, yaitu menentukan apakah akan menampilkan diri mereka secara autentik atau memberikan kesan yang lebih positif (Ellison dkk., 2006, hlm. 429). Banyak orang menganggap keaslian sebagai hal yang diinginkan dalam interaksi secara *online*, karena mereka berharap menemukan pasangan yang menerima mereka apa adanya (Toma, 2015, hlm. 2). Namun, proses mengisi profil sering kali dianggap *tricky*, karena jika *self-presentation* terlalu dlebih-lebihkan, calon pasangan merasa profil tersebut tidak mencerminkan kenyataan sehingga dapat menurunkan kredibilitas atau bahkan terkesan palsu. Dalam hal ini, *selective self-presentation* kerap dilakukan, di mana pengguna memilih aspek-aspek tertentu dari diri mereka untuk ditonjolkan guna menciptakan kesan yang lebih positif (Gibbs dkk., 2006, hlm. 153). Seperti yang dijelaskan oleh Walther, mereka cenderung memperkenalkan diri dengan cara yang lebih menarik dan positif daripada aslinya (Griffin, 2006, hlm. 140). Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk menemukan keseimbangan antara menampilkan diri yang autentik dan tetap menarik bagi calon pasangan, mengingat bahwa profil *online* merupakan alat penting dalam strategi *self-presentation* yang dapat membantu mereka memikat calon pasangan.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari & Kusuma (2018), ditemukan bahwa pengguna situs kencan *online* Setipe dan aplikasi kencan *online* Tinder cenderung melakukan *selective self-presentation*. Mereka memilih aspek-aspek tertentu dari diri mereka untuk dipresentasikan kepada calon pasangan, meskipun aspek-aspek tersebut sebenarnya merupakan bagian yang autentik dari diri mereka. Tujuan dari tindakan ini adalah untuk menciptakan kenyamanan dalam komunikasi *online* dan untuk bersiap menghadapi kemungkinan pertemuan di masa depan. Serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Alibazah dkk. (2020), ditemukan bahwa pengguna aplikasi kencan *online* *gay*, Hornet, menerapkan metode-metode *self-presentation* yang berbeda-beda berdasarkan tujuan mereka ketika menggunakan aplikasi kencan *online* tersebut, seperti menginisiasi interaksi seksual, membangun jaringan sosial, atau memperoleh manfaat sosio-material lainnya.

Dari kajian-kajian terdahulu, terlihat adanya sebuah celah penelitian, di mana kajian-kajian di atas memfokuskan kajiannya pada platform kencan *online* Setipe, Tinder dan Hornet. Maka dari itu, penelitian ini mencoba untuk mengkaji strategi *self-presentation* yang dilakukan oleh pengguna aplikasi kencan *online* Bumble. Didukung karena aplikasi kencan *online* Bumble ini menawarkan hal yang berbeda, yaitu menjadikan perempuan sebagai sisi proaktif, di mana mereka diharuskan untuk memulai percakapan terlebih dahulu. Sebagai dasar, peneliti menggunakan teori *self-presentation* yang dikemukakan oleh Jones & Pittman. Mereka memaparkan bahwa terdapat lima strategi dalam *self-presentation*, yaitu *self-promotion*, *exemplification*, *ingratiation*, *supplication*, dan *intimidation*.

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, kita dapat mengetahui bagaimana motivasi pengguna menggunakan aplikasi kencan *online* Bumble, strategi pengguna aplikasi kencan *online* Bumble dalam melakukan *self-presentation* dan bagaimana penggunaan *selective self-presentation* ketika menggunakan aplikasi kencan *online* Bumble. Guna meneliti hal tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi, strategi *self-presentation* dan penggunaan *selective self-presentation* di aplikasi kencan *online* Bumble.

## 1.2 Rumusan Masalah

- a. Apa motivasi pengguna dalam menggunakan aplikasi kencan *online* Bumble?
- b. Bagaimana strategi pengguna aplikasi kencan *online* Bumble dalam melakukan *self-presentation*?
- c. Bagaimana pengguna aplikasi kencan *online* Bumble melakukan *selective self-presentation*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui motivasi pengguna dalam menggunakan aplikasi kencan *online* Bumble.
- b. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengguna aplikasi kencan *online* Bumble dalam melakukan *self-presentation*.

- c. Untuk mengetahui bagaimana pengguna aplikasi kencan *online* Bumble melakukan *selective self-presentation*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan keilmuan, khususnya bagi kajian komunikasi dan sosial serta memberikan masukan bagi pembaca dari seluruh lapisan masyarakat agar mengetahui bahwa terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk melakukan *self-presentation* ketika mencari pasangan pada aplikasi kencan *online*.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap pembaca dan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi strategi bagi para pengguna aplikasi kencan *online* ketika melakukan *self-presentation* saat mencari pasangan dalam aplikasi kencan *online*.

### **1.4.3 Manfaat dari Segi Kebijakan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana pengguna melakukan *self-presentation* secara *online* serta bagaimana data pribadi mereka digunakan dalam platform kencan. Penelitian ini semoga bisa membantu dalam merumuskan kebijakan yang lebih kuat mengenai perlindungan data pengguna serta transparansi platform dalam penggunaan data.

### **1.4.4 Manfaat dari Segi Isu dan Aksi Sosial**

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong diskusi yang lebih luas terkait kesadaran terhadap *self-presentation* yang otentik, yaitu pentingnya *self-presentation* yang jujur serta otentik di dunia maya, khususnya platform kencan. Hal ini karena diharapkan karena mengingat banyak pengguna yang mungkin merasa tertekan untuk menampilkan versi ideal dirinya. Selain itu, karena Bumble memberikan kontrol lebih besar kepada perempuan dalam memulai interaksi, penelitian ini diharapkan dapat memicu lebih banyak diskusi mengenai pemberdayaan perempuan dalam ruang digital, khususnya pada platform kencan yang lebih patriarkis.

### **1.5 Struktur Organisasi Skripsi**

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini akan ditulis dalam lima bab, diantaranya adalah sebagai berikut.

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini berisikan latar belakang dilakukannya penelitian ini. Susunan di dalamnya berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

#### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bagian ini berisikan kajian teori yang digunakan untuk mendukung jalannya penelitian ini. Susunan kajian pustakadiantaranya, teori *self-presentation*, *self-presentation* di media sosial, fenomena kencan *online*, Bumble dan *self-presentation*. Dalam bagian ini juga terdapat penelitian terdahulu, serta kerangka konseptual.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bagian ini memaparkan metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Meliputi desain penelitian, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, teknik penganalisisan data, uji keabsahan data, etika penelitian serta lini masa penelitian

#### **BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini memuat hasil penelitian dengan di dalamnya terdapat pembahasan dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan peneliti terkait *self-presentation* pengguna aplikasi kencan *online* Bumble sesuai dengan rumusan masalah.

#### **BAB V PENUTUP**

Bagian ini memuat simpulan mengenai penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah. Bagian ini meliputi kesimpulan, implikasi, serta rekomendasi berdasarkan dua aspek, yaitu aspek teoritis dan praktis.