

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Penelitian ini meneliti dan mengkaji *self-presentation* pengguna aplikasi kencan *online* Bumble. Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah pengguna aktif aplikasi kencan *online* Bumble. Peneliti mengkaji strategi *self-presentation* yang dikemukakan oleh Jones & Pittman (1982). Berikut adalah kesimpulan yang menjawab rumusan masalah serta tujuan penelitian yang sudah dicantumkan pada awal penelitian ini.

5.1.1 Motivasi Pengguna Menggunakan Aplikasi Kencan *Online* Bumble

Pada penelitian ini, peneliti mengkaji motivasi dalam menggunakan aplikasi kencan *online* Bumble. Dari hasil temuan penelitian, ditemukan beberapa hal yang menjadi latar belakang dan tujuan pengguna menggunakan aplikasi Bumble.

Pertama, keterbatasan lingkungan. Keterbatasan dalam lingkungan sosial yang sempit menyebabkan kesempatan untuk menemukan pasangan menjadi terbatas. Kedua, inspirasi dari orang lain. Faktor eksternal, seperti mendapatkan cerita pengalaman dan rekomendasi dari kerabat menciptakan ekspektasi positif yang mendorong pengguna Bumble untuk mencoba aplikasi tersebut. Ketiga, mencari pasangan. Sesuai dengan tujuan utama penciptaan Bumble, yaitu pencarian pasangan, tentu kegiatan mencari pasangan ini menjadi salah satu motivasi pengguna menggunakan aplikasi ini. Rasa nyaman berbicara dalam dunia maya dibandingkan dengan interaksi tatap muka menjadi alasannya. Keempat, mengembangkan koneksi sosial. Tak terbatas pada mencari hubungan romantis, Bumble juga digunakan untuk mengembangkan koneksi sosial dalam bentuk lain, termasuk pertemanan. Kombinasi dari faktor lingkungan dan sosial membentuk motivasi utama di balik penggunaan aplikasi kencan *online* Bumble.

5.1.2 Strategi *Self-presentation* Pengguna Aplikasi Kencan *Online* Bumble

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, penulis menemukan empat strategi *self-presentation* yang dilakukan oleh pengguna aplikasi kencan *online*

Bumble sesuai dengan teori *self-presentation* yang dikemukakan oleh Jones & Pittman (1982). Strategi *self-presentation* yang dilakukan adalah *self-promotion*, *ingratiation*, *supplication*, dan *intimidation*. Berikut adalah beberapa simpulan setiap strategi yang dilakukan oleh pengguna Bumble berdasarkan hasil penelitian.

Pertama, strategi *self-promotion*. Perbedaan penggambaran citra diri yang ideal menurut masing-masing pengguna Bumble membuat cara mereka menampilkan latar belakang sosialnya pun beragam. Dalam profil, umumnya pengguna Bumble akan menyeimbangkan aspek personal dan profesionalnya, seperti pekerjaan, pendidikan dan hobi. Sebagai bagian dari aspek profesional, penyantunan pekerjaan dilakukan oleh sebagai pengguna karena dapat meningkatkan persepsi kompetensi dan status sosial, tetapi sebagian pengguna yang lain memilih untuk tidak mencantumkannya untuk menjaga privasi. Aspek profesional lain, yaitu pendidikan, juga menjadi aspek profesional yang ditonjolkan dalam profil Bumble. Penyantunan pendidikan dalam profil didasari dari rasa bangga sehingga hal tersebut menjadi salah satu nilai jual pengguna. Dalam menonjolkan aspek personal, pengguna Bumble mencantumkan hobi di profil untuk menunjukkan kehidupan di luar percintaan. Pengguna menampilkan hal-hal yang mereka suka berbentuk foto dan teks, baik dalam foto profil maupun fitur lain, seperti *interest*, yang disediakan oleh Bumble.

Kedua, strategi *exemplification*. Pengguna menjaga privasi terkait pekerjaan untuk menekankan nilai personal serta menerapkan *mirror energy* untuk menunjukkan kesuksesannya dengan rendah hati. Penerapan strategi ini tak hanya membantu pengguna untuk lebih menonjol di antara banyaknya profil Bumble lain, tetapi juga menciptakan interaksi yang lebih bermakna sehingga dapat membangun hubungan yang sehat.

Ketiga, strategi *ingratiation*. Pengguna Bumble menggunakan strategi ini dengan memberikan pujian dan menggunakan humor untuk menarik perhatian calon pasangan. Dengan mengidentifikasi profil calon pasangan, pengguna Bumble menggunakan aspek-aspek spesifik yang menarik dari orang tersebut ketika memberikan pujian, seperti memuji perihal *fashion*, musik dan profesi. Sedangkan untuk penggunaan humor, pengguna Bumble secara aktif melontarkan dan memberikan reaksi bagus terhadap *jokes* ketika berinteraksi untuk menciptakan

interaksi yang natural dan membuka ruang percakapan lebih dalam. Mencantumkan humor di profil dan membagikan video-video lucu ketika berinteraksi, juga menjadi cara pengguna memanfaatkan humor untuk membangun *self-presentation* yang ramah, baik dalam profil maupun interaksi.

Keempat, strategi *supplication*. Pengguna Bumble memanfaatkan perasaan negatif mengenai diri sendiri sebagai salah satu strategi *self-presentation*. Pengguna mengeksploitasi ketidakberdayaan dan ketidakmampuannya dengan menampilkan kekurangan diri sendiri di profil dalam bentuk teks. Namun, pengguna perlu memahami bahwa menampilkan kelemahan bukan hanya untuk mendapatkan simpati, tetapi juga sebagai bentuk *personal branding* yang perlu dikelola dengan baik. Dengan membingkai kelemahan sebagai bagian dari proses pertumbuhan, pengguna dapat menarik perhatian calon pasangan secara positif dengan menjadikan kepercayaan sebagai kunci untuk meningkatkan efektivitas strategi ini.

Kelima, strategi *intimidation*. Preferensi individu dalam menciptakan citra diri membuat strategi yang dianggap negatif ini juga menjadi salah satu hal yang dilakukan oleh pengguna Bumble. Penolakan secara verbal atau nonverbal, *unmatch*, serta menunjukkan ketidaksetujuannya secara langsung terhadap sesuatu, merupakan strategi yang dilakukan pengguna untuk mendapatkan kekuasaan sosial. Pengguna menampilkan diri sebagai sosok yang tegas karena menjadikan kekuatan sosial lebih penting daripada reputasi yang baik dalam interaksinya.

5.1.3 Penggunaan *Selective Self-presentation* Pengguna Aplikasi Kencan Online Bumble

Selective self-presentation merupakan ‘taktik’ yang dilakukan pengguna Bumble untuk memberikan informasi yang memberikan kesan positif kepada calon pasangan. Dalam prosesnya, ditemukan beberapa hal yang dilakukan oleh pengguna Bumble guna menampilkan citra diri yang ideal. Pertama, adanya perbedaan antara citra di Bumble dan kehidupan nyata. Melebih-lebihkan suatu hal, baik dalam sikap maupun keahlian, ditunjukkan pengguna Bumble untuk memperlihatkan sisi terbaiknya. Selain itu, pengguna Bumble juga memanipulasi citra diri untuk memenuhi harapan orang lain. Merasa tidak dipertemukan dengan orang yang benar, membuat pengguna mencoba merubah *personality* untuk membuat orang lain terkesan. Perasaan tidak nyaman ketika melakukannya

membuat pengguna tidak bertahan lama untuk mempertahankan perubahan tersebut. Namun, sebagian besar pengguna Bumble masih berusaha untuk mempertahankan keaslian dirinya guna mengembangkan hubungan.

5.2 Implikasi

Berdasarkan seluruh hasil penelitian, terdapat implikasi yang dibagi menjadi dua kategori, yaitu implikasi dalam aspek akademis dan implikasi dalam aspek praktis. Berikut adalah pemaparan lebih lanjut mengenai implikasi penelitian berdasarkan dua aspek.

5.2.1 Implikasi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini melakukan kajian mengenai strategi *self-presentation* yang dilakukan pada pengguna aplikasi kencan *online* Bumble. temuan ini memberikan kontribusi terhadap literatur mengenai *self-presentation* di media digital, khususnya dalam konteks aplikasi kencan *online* yang semakin relevan di era komunikasi daring. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya autentisitas dalam citra diri yang ditampilkan pengguna. Hal tersebut dapat memberikan landasan bagi pengembangan teori yang mengeksplorasi keseimbangan antara keaslian dan selektivitas dalam membandung relasi bermakna di platform digital.

5.2.2 Implikasi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat umum, terkhusus pengguna aplikasi kencan *online*, mengenai strategi-strategi yang digunakan ketika melakukan *self-presentation*. Pengguna yang ingin meningkatkan daya tariknya di aplikasi kencan *online* dapat mempertimbangkan untuk menampilkan kualitas-kualitas positif dalam profil mereka, seperti kejujuran, sikap suprtif dan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional hal ini dapat membantu menarik perhatian calon pasangan yang mencari hubungan serius dan lebih bermakna. Dengan cara ini, pengguna dapat memperkuat citra diri yang autentik sehingga berpotensi untuk meningkatkan kualitas hubungan yang terjalin di masa depan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada perusahaan aplikasi kencan *online*, khususnya Bumble, untuk terus berkembang dan berinovasi terhadap fitur-fitur dalam aplikasinya.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan seluruh hasil penelitian, terdapat rekomendasi yang disarankan oleh peneliti. Rekomendasi tersebut dibagi ke dalam dua aspek, yaitu aspek akademis dan aspek praktis. Berikut adalah rekomendasi yang dihasilkan berdasarkan dua aspek tersebut.

5.3.1 Rekomendasi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai landasan bagi peneliti selanjutnya untuk lebih mengembangkan penelitian terkait strategi *self-presentation* pada platform digital. Salah satu arah pengembangan yang dapat dilakukan adalah mengeksplorasi pengaruh faktor demografis, seperti usia, jenis kelamin, dan latar belakang budaya, terhadap strategi *self-presentation* yang digunakan pengguna Bumble. Pendekatan tersebut penting untuk memahami bagaimana konteks sosial membentuk cara individu melakukan *self-presentation* di aplikasi kencan *online*. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat membandingkan strategi *self-presentation* di Bumble dengan aplikasi kencan lainnya, seperti Coffee Meets Bagel, Badoo, atau Tantan. Perbandingan tersebut akan memberikan wawasan apakah karakteristik unik setiap platform, termasuk fitur dan target audiensnya, memengaruhi motivasi dan cara mereka membangun citra diri.

Peneliti menyadari adanya keterbatasan dalam kedalaman data yang diperoleh karena penggunaan aplikasi kencan *online* masih dianggap tabu oleh beberapa informan. Hal ini menyebabkan keterbatasan keterbukaan dalam wawancara, yang berdampak pada eksplorasi yang kurang mendalam terhadap pengalaman informan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan yang lebih empatik, seperti menjamin anonimitas secara lebih ketat atau membangun hubungan kepercayaan sebelum wawancara dimulai. Pendekatan ini diharapkan dapat mengatasi hambatan psikologis yang mungkin dirasakan informan, sehingga memungkinkan eksplorasi yang lebih kaya terhadap fenomena *self-presentation* di aplikasi kencan *online*.

5.3.2 Rekomendasi Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi kepada beberapa pihak yang terlibat, yaitu calon pengguna aplikasi kencan *online*, pengguna aplikasi

kencan *online*, perusahaan aplikasi kencan *online* serta masyarakat umum. Pertama, kepada calon pengguna aplikasi kencan *online*, diharapkan untuk memikirkan secara matang mengenai citra diri yang ingin ditampilkan sehingga dapat menciptakan keamanan dan kenyamanan ketika menggunakan aplikasi tersebut. Kedua, kepada pengguna aplikasi kencan *online*, diharapkan untuk lebih berhati-hati ketika menampilkan *self-presentation* guna menjaga privasi. Selain itu, lewat temuan penelitian ini, diharapkan pengguna dapat menggunakan strategi yang lebih efektif untuk memaksimalkan citra diri ideal yang ingin ditampilkan. Ketiga, perusahaan aplikasi kencan *online*, terkhusus Bumble, dapat mengembangkan aplikasinya dengan menambah fitur-fitur yang membuat interaksi antar pengguna lebih aman, dan juga menyenangkan. Terakhir, kepada masyarakat umum, diharapkan dapat lebih meningkatkan pengetahuan dan wawasan ketika menggunakan platform baru.