

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

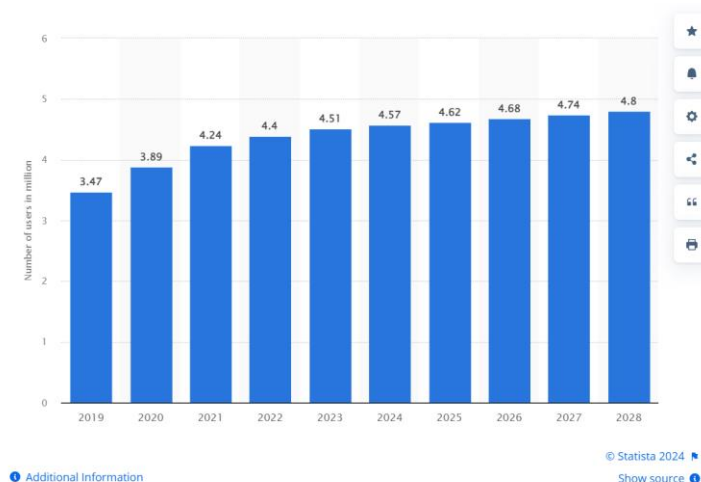
Ketika menginjak masa remaja atau dewasa, seseorang sering kali terlibat dalam fase berpacaran yang berkepanjangan. Meskipun banyak yang akhirnya menikah, usia saat orang dewasa memilih untuk menikah telah ditunda hingga akhir 20-an atau awal 30-an, Willoughby dalam (Almond et al., 2019). Penelitian menunjukkan kaum lajang atau remaja yang baru menginjak usia dewasa menginginkan berbagai pengalaman romantis, Rappleyea dalam (Almond et al., 2019).

Mereka yang mulai penasaran akan pengalaman romantis, memulainya dengan banyak mencari pasangan melalui aplikasi yang tersedia di internet atau smartphone. Dalam hal ini, kehadiran berbagai aplikasi biro jodoh online telah memfasilitasi masyarakat dalam mencari pasangan berdasarkan kriteria yang diinginkan. Setiap aplikasi memiliki kelebihan dan kekurangan yang berbeda. Salah satu jenis aplikasi biro jodoh online adalah *dating app* yang menargetkan hubungan yang lebih serius, Bahari dalam (Saputri et al., 2023). Kemunculan inovasi baru telah memberikan dampak signifikan pada cara kita mengenal dan berinteraksi dengan orang lain, yang dahulu biasanya dilakukan secara langsung. Sekarang, kita dapat berkomunikasi dengan banyak teman kencan melalui smartphone. Aplikasi-aplikasi ini membantu individu berkomunikasi dan saling mengenal secara virtual (Balan et al., 2021).

Aplikasi kencan daring merupakan sarana atau tempat bagi individu untuk terhubung secara daring dan menjalin hubungan yang lebih personal dan komunikatif. Oleh karena itu, aplikasi kencan daring telah mengubah cara manusia mengembangkan dan memelihara hubungan interpersonal, Rochadiat dalam (Fandia et al., 2020). Motivasi pengguna aplikasi kencan sangat bervariasi, mencakup berbagai tujuan yang berbeda. Penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama orang dewasa muda untuk menggunakan kencan daring

meliputi pencarian persahabatan, keterlibatan dalam hubungan romantis, hubungan seksual, pertemuan dengan orang baru, pencarian cinta, serta untuk mendapatkan validasi diri, Sumter dalam (Almond et al., 2019). Beberapa orang menggunakan aplikasi untuk mencari pasangan dengan fokus pada hubungan jangka panjang, seperti pernikahan. Di sisi lain, ada juga yang mencari teman untuk berbincang atau sekadar menjalin hubungan secara online. Meskipun kencan daring memiliki dampak negatif, namun juga memiliki banyak keuntungan, seperti tidak perlu berinteraksi fisik, tidak memerlukan usaha besar dan banyak waktu, serta dianggap dapat memilih pasangan ideal berdasarkan preferensi yang disediakan oleh aplikasi, Joshi dalam (Azzahra & Sadjijo, 2022).

Di Indonesia sendiri, perkembangan penggunaan *dating apps* menunjukkan tren yang signifikan. Menurut data dari Statista, pengguna dating apps di Indonesia diproyeksikan mencapai 4,5 juta pada tahun 2023 (data diolah oleh sumber melalui web statista.com). Angka ini menunjukkan bahwa dating apps telah menjadi bagian integral dari kehidupan sosial masyarakat Indonesia, terutama di kalangan generasi muda. Adapun proyeksi bahwa antara tahun 2024 hingga 2028, jumlah pengguna kencan online di Indonesia akan meningkat dan mencapai total 4,8 juta pengguna pada tahun 2028.



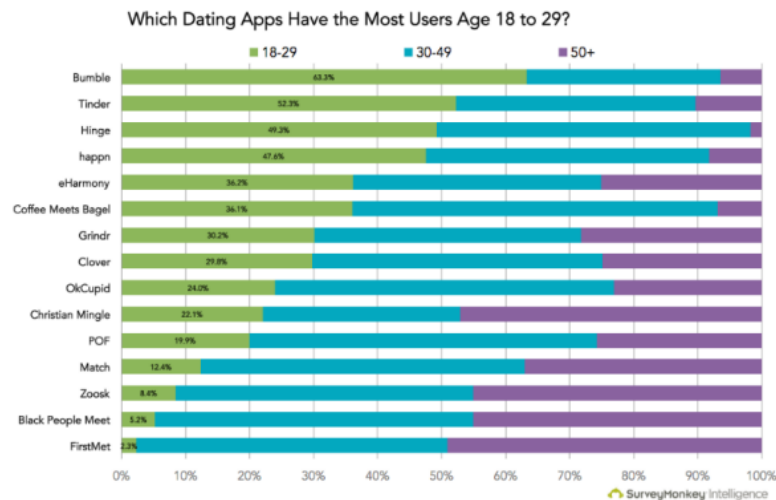
**Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aplikasi Kencan Online di Indonesia
2019-2028**

Sumber: Statista.com

<https://www.statista.com/forecasts/1366971/indonesia-online-dating-users-by-segment>

Generasi muda, khususnya Generasi Z tentunya menjadi salah satu faktor meningkatnya jumlah pengguna aplikasi kencan online di Indonesia. Adapun untuk aplikasi kencan online yang sedang menjadi tren di kalangan Generasi Z ini adalah *Bumble*. Aplikasi yang diluncurkan pada Desember 2014 ini masih berada di peringkat kedua. Meskipun *Bumble* belum dapat mengalahkan kepopuleran aplikasi *Tinder* Lidwina dalam (Azzahra & Sadjijo, 2022), *Bumble* memiliki fitur yang ramah terhadap perempuan. Di *Bumble*, perempuanlah yang harus menyapa, membuka percakapan, atau melakukan pendekatan terlebih dulu.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1995 hingga 2012, merupakan generasi pertama yang tumbuh dengan akses penuh terhadap teknologi digital dan internet sejak usia dini. Karakteristik unik ini mempengaruhi cara mereka berinteraksi, termasuk dalam konteks pencarian pasangan romantis. *Bumble*, dengan fitur uniknya yang memberikan kendali kepada perempuan untuk memulai percakapan, menawarkan pendekatan baru dalam dinamika kencan online yang menarik minat Generasi Z.



Gambar 1.2 Data Usia Pengguna Dating Apps

Sumber: (Qurrota'ain, 2023)

Menurut survey yang dilakukan oleh *Monkey Intelligence*, *Bumble* menonjol di antara aplikasi kencan lainnya dengan jumlah pengguna terbanyak dari kalangan usia 18 hingga 29 tahun. Dalam survei tersebut, pengguna berusia 18-29 tahun mendominasi dengan persentase mencapai 63,3%, diikuti oleh kelompok usia 30-49 tahun yang sekitar 30%, dan pengguna berusia 50 tahun ke atas yang kurang dari 10%, Pricecomics dalam (Qurrota'ain, 2023). Temuan ini menunjukkan bahwa generasi Z sangat terhubung dengan internet dan aktif menggunakan aplikasi kencan seperti *Bumble*.

Whitney Wolfe Herd meluncurkan aplikasi kencan *Bumble* pada bulan Desember 2014, Dilens dalam (Laurensia, 2024). Seperti aplikasi kencan lainnya, tujuan *Bumble* adalah untuk menghubungkan dua individu agar dapat membangun hubungan. Fitur "*ladies ask first*" dirancang untuk memberikan kekuatan kepada perempuan dalam interaksi yang terjalin. Pengguna aktif *Bumble* menganggap fitur ini sangat efektif dan menjadikan aplikasi ini lebih menarik dibandingkan aplikasi kencan lainnya (Laurensia, 2024). Kewajiban bagi perempuan untuk memulai percakapan dengan laki-laki terlebih dahulu diterima dengan baik oleh pengguna laki-laki. Setelah meneliti fitur tersebut, 63% pengguna laki-laki *Bumble* menyatakan bahwa mereka memilih menggunakan *Bumble* (Laurensia, 2024).

Bumble berbeda dari aplikasi pencarian pasangan lainnya karena dalam aplikasi ini, wanita diharuskan untuk menjadi pihak yang pertama mengirim pesan setelah terjadi kecocokan. Sementara itu, pria yang terhubung dengan pengguna wanita tidak diperbolehkan untuk memulai percakapan dan harus menunggu. Jika dalam waktu 24 jam tidak ada pesan yang dikirim oleh pengguna wanita, maka kecocokan tersebut akan berakhir (Bivens & Hoque, 2018). Strategi ini dirancang untuk memberikan rasa aman bagi wanita dalam menggunakan aplikasi pencarian jodoh. Wanita memiliki hak yang setara dengan pria untuk memulai hubungan dan memiliki kuasa dalam menentukan siapa yang mereka anggap aman untuk diajak berinteraksi di platform kencan online. Aplikasi *Bumble* ini memiliki konsep ramah wanita.

Konsep unik 'ramah wanita' yang diusung oleh *Bumble* bertentangan dengan budaya ketimuran. Di Amerika Serikat, tempat lahir *Bumble*, perempuan memulai pendekatan lebih dulu merupakan hal yang biasa. Di Indonesia, wanita yang menyapa duluan dipandang sebagai wanita yang agresif dan bertentangan dengan norma gender tradisional yang ada di masyarakat lokal, Haryadi dalam (Azzahra & Sadjijo, 2022). Hal ini karena perempuan dianggap sebagai pihak yang menunggu dan menerima keputusan saja, termasuk dalam memilih pasangan, Pamujiningtyas dalam (Azzahra & Sadjijo, 2022). Tidak berbeda dengan kencan tradisional, saat proses kencan daring, masing-masing pengguna berusaha untuk tampil semenarik mungkin, di antaranya dengan memasang foto profil terbaiknya. Setelah terkoneksi dan merasa cocok, mereka mulai proses membangun hubungan dengan pengungkapan diri melalui komunikasi antarpribadi, Ward dalam (Azzahra & Sadjijo, 2022). Tujuannya adalah untuk menciptakan hubungan interpersonal antar pengguna.

Komunikasi interpersonal tidak ditentukan oleh frekuensi pertemuan, tetapi lebih oleh proses komunikasi yang terjadi, Nursanti dalam (Saputri et al., 2023). Fenomena di antara pengguna aplikasi kencan online *Bumble* terkait dengan komunikasi antarpribadi, karena melibatkan dua individu yang awalnya tidak memiliki hubungan atau tidak saling mengenal, namun kemudian membentuk hubungan pertemanan atau bahkan menjalin hubungan yang lebih dekat seperti

pacaran. Remaja ketika berpacaran cenderung mengungkapkan perasaannya. Cara mereka mengungkapkan perasaannya pun cukup bervariasi, contohnya seperti melalui tindakan atau menyampaikannya secara langsung. Spesifiknya dalam membahas fenomena ini di dukung oleh teori penetrasi sosial.

Teori penetrasi sosial pertama kali dikemukakan oleh Altman dan Taylor, menurut keduanya komunikasi sangat penting untuk mengembangkan dan memelihara hubungan interpersonal. Beberapa penelitian mendukung teori ini. Oleh karena itu teori penetrasi sosial menggambarkan peran keterbukaan diri, keintiman, dan komunikasi dalam pengembangan hubungan interpersonal, Tryssa (Faidlatul Habibah et al., 2021). Teori penetrasi sosial dapat digambarkan sebagai sebuah model komunikasi yang menggambarkan perkembangan hubungan, yaitu proses pengenalan satu sama lain dan mengungkapkan informasi. Dengan hadirnya aplikasi kencan online, itulah menjadi kebiasaan baru masyarakat untuk interaksi dan pembentukan hubungan.

Salah satu cara yang efektif untuk mengkomunikasikan perasaan dalam hubungan adalah dengan melakukan *self disclosure*. Menurut DeVito, *self disclosure* diperlukan untuk membangun ikatan yang bermakna antara dua orang karena ikatan tersebut tidak dapat tercipta tanpa adanya *self disclosure*. *Self disclosure* atau keterbukaan diri merupakan pengungkapan informasi diri atau bentuk komunikasi di mana seorang individu bersedia mengungkapkan informasi tentang dirinya, dapat berupa pikiran, perasaan, dan perilaku untuk mendapatkan dukungan atau mencapai kontrol sosial, DeVito dalam (Azzahra & Sadjijo, 2022). Dalam dunia virtual, keterbukaan diri juga sangat dibutuhkan untuk pengembangan hubungan. Informasi deskripsi, hobi seseorang, dan informasi evaluatif, seperti bagaimana perasaan seseorang tentang peristiwa kehidupan tertentu. Saat membuka diri, pengguna umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti besar kelompok, perasaan menyukai, efek diadik, kompetensi, kepribadian, topik, dan usia.

Self-disclosure merupakan elemen penting dalam komunikasi antarpribadi. Dengan adanya keterbukaan yang ditawarkan oleh aplikasi kencan online

seperti *Bumble*, para penggunanya dapat membangun hubungan baru yang memungkinkan mereka untuk saling mengenal dengan lebih mendalam. Dalam konteks komunikasi interpersonal, saling terbuka satu sama lain sangat diperlukan. Kepercayaan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat mereka untuk mengungkapkan diri dalam aplikasi kencan online, Duong dalam (Fadilla et al., 2023).

Beberapa studi terdahulu telah mengkaji berbagai aspek komunikasi dalam konteks online dating dan dating apps. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fandia et al., (2020) yang berjudul "*The Commoditized Self: Interpersonal Communication in Tinder Online Dating Apps*" menunjukkan bahwa penggunaan *dating apps* dapat mempengaruhi cara individu berkomunikasi, menurut mereka media digital dan *dating apps* telah memungkinkan terjadinya pergeseran model pacaran dari model konvensional ke model kontemporer. Selain itu dalam *dating apps* "*tinder*", penelitian ini menemukan jika standar visual yang berlaku dalam dating apps ini tidak bisa dilepaskan dari konstruksi budaya patriarki, dimana perempuan agar terlihat 'menarik' harus memenuhi kriteria tertentu yang secara umum dapat diterima sebagai konsep 'cantik', seperti memiliki kulit putih, hidung mancung, rambut lurus dan panjang, serta tubuh langsing.

Ranzini & Lutz (2017) dalam studi mereka yang berjudul "*Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives*" berfokus pada *self-presentation* dan motivasi penggunaan Tinder. Penelitian ini mengungkapkan enam motivasi utama penggunaan Tinder: hiburan, sosialisasi, *self-esteem*, mencari cinta, seks kasual, dan kemudahan komunikasi. Mereka juga menemukan bahwa pengguna *Tinder* cenderung mempresentasikan diri mereka secara autentik, namun tingkat autentisitas bervariasi tergantung pada motivasi penggunaan.

Tang & Wang (2012) dalam penelitian mereka "*Self-disclosure among bloggers: Re-examination of social penetration theory*" memberikan wawasan tentang *self-disclosure* dalam komunikasi online melalui kajian ulang teori penetrasi sosial dalam konteks blogging. Mereka menemukan bahwa *self-*

disclosure online memiliki karakteristik unik yang berbeda dari *self-disclosure* dalam interaksi tatap muka, termasuk kecepatan penetrasi sosial yang lebih tinggi.

Layanan kencan online menyediakan fleksibilitas penggunaan karena tidak ada batasan umur, jenis kelamin, atau profesinya. Menurut penulis layanan kencan online dapat digunakan oleh semua orang dengan berbagai karakteristik seperti orang yang introvert dan juga ekstrovert, namun akan lebih menguntungkan bagi orang introvert karena terbantu oleh media online. Pengguna aplikasi kencan daring memulai interaksi pertama melalui percakapan pribadi dengan saling membagikan informasi pribadi. Hubungan asmara pada konteks kencan online sangat dipengaruhi oleh seberapa cepat proses pengenalan terjadi secara daring (pengungkapan diri), yang juga menjadi syarat penting untuk perkembangan hubungan asmara online. Komunikasi interpersonal sangat berpengaruh dalam menunjang hubungan antara keduanya.

Dari penjabaran diatas, peneliti tertarik untuk menganalisis opini, khususnya aspek *self-disclosure*, pada pengguna dating app *Bumble* dari kalangan Generasi Z di Indonesia berdasarkan *knowledge, attitude, practice*. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah dalam pemahaman kita tentang bagaimana teknologi *dating apps* mempengaruhi komunikasi interpersonal dan pembentukan hubungan di era digital, khususnya dalam konteks sosial budaya Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana opini dalam *self disclosure* pengguna dating app *bumble* kalangan Generasi Z di Indonesia berdasarkan *knowledge, attitude, practice*?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui opini dalam *self disclosure* berdasarkan *knowledge, attitude, practice* dilakukan oleh pengguna dating app *bumble* kalangan Generasi Z di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baru tentang pengungkapan diri (*self disclosure*) pengguna *Bumble* dalam komunikasi interpersonal Generasi Z di Indonesia.
2. Sebagai literatur ilmiah untuk penelitian yang terkait.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan kesadaran dari pengguna online dating khususnya generasi Z.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pengguna *Bumble* khususnya generasi Z dalam upaya pengungkapan diri (*self disclosure*) saat menjalin komunikasi antarpribadi dengan menggunakan dating apps.