

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan era modern ditandai oleh pergeseran mendasar dalam pola komunikasi manusia, dari masyarakat *Homo Sapiens* menuju *Homo digitalis*. Dalam masyarakat *Homo Sapiens*, komunikasi bersifat langsung dan lisan, melalui pertemuan tatap muka dengan pola linier dan partisipasi terbatas. Namun, kemajuan teknologi informasi telah membentuk realitas baru, masyarakat kini hidup dalam lanskap digital yang tidak sekadar menjadi media perantara, tetapi telah menjadi ruang eksistensi. Ruang digital membentuk identitas, relasi sosial, dan pola berpikir manusia kontemporer, menciptakan kondisi di mana komunikasi menjadi lebih dinamis dan partisipatif (Hardiman, 2018).

Transformasi digital tidak hanya menyentuh ranah komunikasi, tetapi juga menyusun ulang konstruksi identitas manusia. Ruang virtual menjadi arena utama berlangsungnya relasi sosial dan komunikasi, yang meskipun tidak memiliki bentuk fisik, tetap dipersepsi sebagai “nyata” karena di situlah makna dibentuk dan eksistensi ditampilkan. Identitas manusia tidak lagi semata fisik, melainkan direkayasa melalui jejak digital seperti unggahan, komentar, dan interaksi daring. Ruang ini pun dikendalikan oleh algoritma yang membentuk secara halus namun kuat apa yang dilihat, dipahami, hingga bagaimana seseorang merasa dan bertindak. Maka, *Homo digitalis* adalah figur manusia yang tidak hanya menggunakan teknologi, tetapi hidup di dalam kerangka logika teknologi itu sendiri (Dasion, 2024). Situasi ini mencerminkan sifat ambivalen dari revolusi digital: di satu sisi membawa keterbukaan, namun di sisi lain menghadirkan bentuk interaksi sosial yang brutal, kacau, dan kurang terkendali (Agrindo, 2023).

Dalam konteks ini, perubahan eksistensi manusia dapat dijelaskan melalui konsep *welt* dari Martin Heidegger, yaitu dunia sebagai ruang tempat manusia memproyeksikan eksistensinya. Perjalanan *Homo digitalis* ini tidak terlepas dari

perkembangan teknologi dan di mana kehadiran *Smartphone* menjadi penanda penting era ini (Fausa, 1995). *Smartphone* memungkinkan akses internet dan komunikasi tanpa terbatas geografis, yang menjadikan bukan asing melebur dengan budaya lokal yang menyebabkan komunikasi lebih adaptif dan kreatif. Kendati memberikan efisiensi, interaksi digital cenderung kehilangan kedalaman afeksi dan makna. Kehidupan sosial pun bergeser, di mana struktur sosial tunduk pada logika algoritma dan kapitalisme digital, menyebabkan relasi menjadi dangkal dan penuh representasi semu (Khairiyah, 2018)

Perkembangan teknologi digital membentuk cara baru manusia menjalin relasi personal, termasuk dalam ranah percintaan. *Dating apps* hadir sebagai platform alternatif bagi individu yang mengalami hambatan dalam membangun hubungan secara konvensional. Dengan menawarkan efisiensi dan kebebasan, aplikasi ini memungkinkan pengguna menentukan pasangan berdasarkan lokasi, preferensi, dan waktu tanpa tekanan sosial secara langsung. Komunikasi dilakukan secara verbal dan privat, menciptakan ruang aman bagi mereka yang merasa canggung dalam interaksi tatap muka. Khususnya bagi generasi muda seperti mahasiswa yang hidup di tengah gelombang transformasi digital, *dating apps* bukan hanya alat pencari pasangan, melainkan bagian dari ekspresi identitas diri dalam ekosistem digital yang semakin melekat dengan kehidupan mereka (Fatiny, 2017).

Melihat mahasiswa merupakan generasi muda yang hidup di tengah gelombang transformasi digital, penelitian ini menjadikan Universitas Trunodjoyo Madura sebagai lokasi penelitian. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa informan yang sesuai dengan kriteria penelitian berhasil ditemukan dalam lingkungan Universitas Trunodjoyo Madura. Melalui observasi langsung yang dilakukan peneliti untuk mencari informan yang sesuai kriteria, peneliti menemukan mayoritas mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura adalah pengguna *dating apps* Tinder. Sehingga Penelitian ini menggunakan 7 informan mahasiswa aktif Universitas Trunodjoyo Madura yang menggunakan aplikasi Tinder sebagai media untuk membangun relasi dan menjalin hubungan romantis.

Universitas Trunodjoyo Madura merupakan perguruan tinggi yang dihuni oleh mahasiswa dari berbagai daerah, baik dari Pulau Madura maupun luar Madura. Keberagaman tersebut menciptakan lingkungan sosial yang heterogen dengan latar belakang budaya, nilai sosial, dan pengalaman hidup yang beragam. Di sisi lain, aktivitas akademik mahasiswa juga didukung oleh berbagai fasilitas teknologi dan akses internet yang memadai, seperti area Wi-Fi kampus, taman kampus, kantin pusat, Gedung Cakra, serta berbagai fasilitas penunjang kegiatan mahasiswa lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Universitas Trunodjoyo Madura tidak hanya menjadi ruang pendidikan formal, tetapi juga ruang sosial yang memungkinkan mahasiswa berinteraksi secara intensif dengan perkembangan teknologi digital, termasuk penggunaan aplikasi kencan daring seperti Tinder. Dengan demikian, Universitas Trunodjoyo Madura menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji bagaimana cinta dan romantisme dibangun serta dimaknai dalam ruang digital di tengah keberagaman latar belakang sosial mahasiswa.

Penggunaan aplikasi kencan di kalangan mahasiswa mencerminkan pergeseran pola konsumsi dari yang bersifat material ke arah simbolik. Identitas dan eksistensi diri kini dibangun melalui aktivitas digital, termasuk dalam membangun citra diri pada profil aplikasi kencan. Eksistensi tidak lagi hanya ditentukan oleh kehadiran fisik, tetapi juga oleh bagaimana seseorang tampil, dipersepsikan, dan berinteraksi dalam dunia virtual. Citra berperan menjadi elemen kunci, apa yang ditampilkan dalam bio, foto profil, hingga cara menyapa, menjadi bagian dari strategi eksistensial. Dalam konteks ini, *dating apps* mengalami modifikasi makna dari ruang pencarian cinta menjadi sarana konsumsi citra yang sarat dengan simbol dan performa, di mana pengguna mengonstruksi diri dalam bentuk ideal yang mungkin tidak sesuai dengan kenyataan (Wicaksono, 2021).

Fenomena ini mencerminkan komodifikasi cinta dalam bentuk yang paling nyata. Relasi tidak lagi dipusatkan pada emosi dan kedekatan autentik, melainkan pada presentasi visual dan kesesuaian citra. Cinta dikonsumsi sebagai representasi, bukan pengalaman. Dengan bantuan algoritma, pengguna *Dating apps* disuguhkan profil-profil potensial seperti katalog, di mana cinta direduksi menjadi klik, swipe,

dan pesan singkat. Dalam ruang ini, manusia tidak hanya mengonsumsi citra orang lain, tetapi juga dirinya sendiri. Bahkan di wilayah pedesaan yang lebih terbatas akses digitalnya, kecenderungan manipulasi identitas demi citra ideal tetap muncul sebagai upaya memenuhi ekspektasi sosial dalam konteks digital. *Dating apps* telah menjadi ruang hiperreal, di mana pengalaman cinta menjadi instan, fleksibel, bahkan bisa dijalani paralel tanpa keterikatan emosional yang mendalam (Wicaksono, 2023).

Keberhasilan beragam *dating apps* tidak hanya menunjukkan kepraktisan teknologinya, tetapi juga memperlihatkan bagaimana logika pasar dan visual menjadi penentu dalam urusan afeksi. Cinta dalam masyarakat kontemporer telah terseret dalam arus kapitalisme digital berubah menjadi sesuatu yang cepat, tampil menarik, dan mudah diakses. Oleh sebab itu, dalam dunia *Homo digitalis*, relasi personal tidak lagi murni dibangun atas dasar kebutuhan emosional, tetapi juga atas dasar algoritma, estetika, dan tekanan budaya digital (Wicaksono, 2021).

Tabel 0-1 Persentase Penggunaan
Dating Apps Indonesia 2024

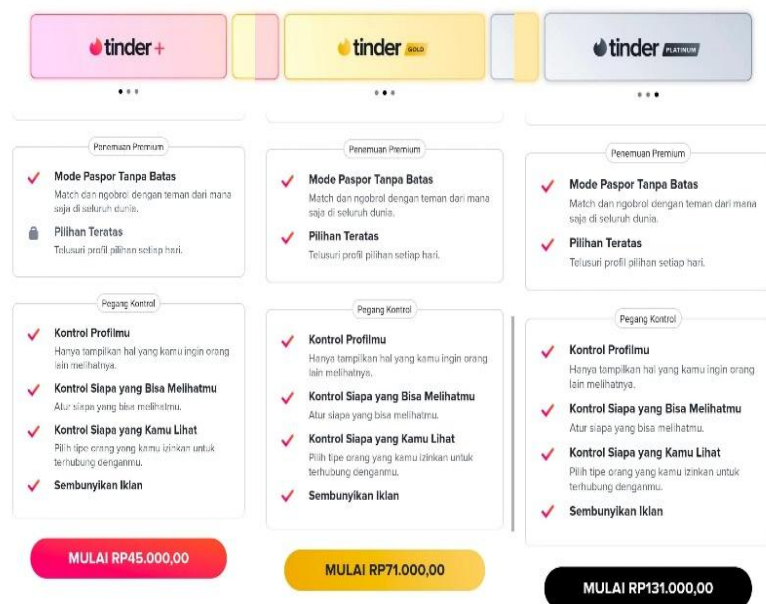
Aplikasi Dating	Persentasi
Tinder	38 %
Tantan	33 %
Bumble	17 %
Omi	13 %
Dating.com	12 %
Badoo	10 %
Introduction	7 %
OkayCupid	7 %
Muslima.com	5 %

Tinder pertama kali dikembangkan pada tahun 2012 oleh sekelompok mahasiswa dari *University of Southern California*, yaitu Sean Rad, Jonathan Badeen, dan Justin Mateen (Prima, 2021). Tinder, sebagai pelopor *dating apps* di Indonesia, menempati posisi dominan dengan menduduki peringkat ketujuh secara global (Trisnawardani, 2023). Berdasarkan tabel presentasi penggunaan *Dating Apps* di Indonesia (Muhammad, 2024), Tinder merupakan aplikasi kencan daring yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase pengguna sebesar 38%, lebih tinggi dibandingkan Tantan (33%) dan Bumble (17%).

Tingginya penggunaan Tinder menunjukkan bahwa platform ini telah menjadi salah satu ruang digital yang dominan dalam praktik pencarian pasangan dan pembentukan hubungan romantis di Indonesia. Kondisi tersebut menjadikan Tinder relevan untuk diteliti karena mampu merepresentasikan fenomena penggunaan aplikasi kencan yang berkembang di kalangan masyarakat, melihat Tinder merupakan salah satu *dating apps* yang paling populer dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan, mulai dari remaja, dewasa muda, hingga orang tua dari latar belakang sosial yang beragam (Annisarizki, 2018). Selain itu, seluruh informan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa pengguna aktif Tinder, sehingga platform tersebut menjadi ruang sosial digital yang sesuai untuk mengkaji pengalaman, interaksi, serta pemaknaan cinta dan romantisme yang dibangun melalui media digital.

Tidak hanya di dasarkan pada tingginya jumlah pengguna, karakteristik platform Tinder memungkinkan pengguna membangun dan menampilkan representasi diri melalui foto profil, deskripsi diri (bio), minat, hingga deskripsi diri yang mencerminkan kepribadian dan preferensi romantis. Tinder secara aktif melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) melalui profil yang dikonstruksi untuk menampilkan citra tertentu kepada pengguna lain (Ward, 2017). Di mana, fitur-fitur Tinder memberi kebebasan bagi pengguna untuk mengatur citra mereka sesuai kriteria pasangan yang diharapkan, sehingga memperjelas bagaimana Tinder bekerja sebagai ruang untuk mengonstruksi dan menjajakan citra diri.

Selain fitur yang dapat mendeskripsikan fisik dan kepribadian penggunanya, Tinder juga di dukung fitur algoritma pencocokan berdasarkan lokasi (GPS), fitur Super Like sebagai bentuk ekspresi ketertarikan intens, serta paket berbayar seperti *Tinder Gold* dan *Platinum* yang memungkinkan pengguna melihat siapa yang menyukai mereka tanpa harus menunggu *match*. Fitur-fitur ini tidak hanya menunjukkan kemudahan akses dan kecepatan dalam membentuk relasi, tetapi juga menciptakan sistem berlapis yang mempertegas nilai ekonomis dalam praktik kencan virtual. Semakin tinggi fitur yang digunakan, semakin besar pula peluang pengguna mendapatkan pasangan “potensial”. Dalam konteks ini, cinta diperlakukan layaknya produk, bisa di upgrade, diakses lebih cepat, dan diperjualbelikan dalam bentuk layanan. Tinder, dengan demikian, memperjelas makna komodifikasi cinta, di mana relasi afektif dipasarkan melalui mekanisme algoritma dan fitur yang memiliki nilai transaksi.



Gambar 0-1 Fitur Berbayar Tinder

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa Tinder tidak hanya berfungsi sebagai aplikasi pencarian pasangan, tetapi juga sebagai ruang sosial digital tempat identitas, ketertarikan, dan relasi romantis dikonstruksi melalui presentasi yang

ditampilkan pengguna. (Hobbs & Gerber, 2017) menjelaskan bahwa perkembangan dating apps telah mengubah cara individu membangun keintiman dan hubungan romantis dalam masyarakat digital. Oleh karena itu, Tinder dipandang relevan untuk diteliti karena menyediakan ruang yang memungkinkan pembentukan relasi romantis berlangsung melalui interaksi yang dimediasi teknologi digital.

Proses pencarian pasangan di Tinder sangat bergantung pada representasi citra yang dikurasi secara selektif. Pengguna menampilkan foto-foto yang telah dipoles, menuliskan bio yang impresif, dan menonjolkan elemen yang memberi kesan ideal seperti pekerjaan bergengsi, gaya hidup sehat, atau atribut yang diasosiasikan dengan kelas sosial tertentu. Semua elemen ini tidak lagi mewakili kenyataan secara utuh, tetapi menciptakan Hiperrealitas, yakni ketika representasi lebih menarik dari realitas itu sendiri (Romauli, 2024). Dalam ruang virtual ini, hubungan tidak dibangun berdasarkan kedekatan emosional, melainkan dari performa citra digital. Hubungan sosial pun direduksi menjadi interaksi dengan foto dan teks yang dikurasi, seolah-olah cinta bisa disusun dari visual dan bio saja. Tinder dengan demikian memperkuat pandangan Baudrillard bahwa dalam masyarakat konsumen kontemporer, cinta bukan lagi hal autentik, melainkan sekumpulan tanda yang bisa dikonsumsi dan dinilai.

Hubungan yang dibangun dari citra dapat berkembang menjadi bentuk romantisme baru, seperti praktik "*sleep call*" di mana pasangan melakukan *video call* saat tidur malam sebagai bentuk kedekatan emosional digital. Tindakan ini menciptakan ilusi keintiman seolah-olah pasangan hadir secara fisik, padahal yang terjadi adalah simulasi kehadiran. Komunikasi di Tinder pun dipenuhi ungkapan manis seperti "Aku cinta kamu" atau "Kamu cantik banget meski belum pernah ketemu," disertai simbol-simbol emoji cinta. Aktivitas semacam ini memperkuat ilusi cinta yang dibentuk oleh media, di mana relasi dibangun dan dipertahankan melalui komunikasi simbolik dan representasi digital. Sayangnya, hanya sebagian kecil dari hubungan ini yang bertahan di dunia nyata. Hasil wawancara dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari tujuh pengguna Tinder, hanya dua yang berhasil membawa relasi mereka ke dunia nyata, dan hanya yang bertahan dalam

jangka waktu pendek, menunjukkan adanya kesenjangan antara simulasi dan realitas.

Dalam perspektif Jean Baudrillard, fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori simulacra dan Hiperrealitas, di mana masyarakat modern tidak lagi mengonsumsi sesuatu karena fungsi nyatanya, melainkan karena nilai simbolik yang melekat padanya (Bakti, 2019). Tinder tidak menyediakan cinta dalam arti emosional dan fisik, melainkan menyediakan tanda-tanda cinta: *bio*, foto, *like*, dan *chat*. Maka, apa yang dikonsumsi bukanlah relasi sejati, melainkan simulasi dari relasi. Citra yang ditampilkan pengguna bukan lagi cerminan realitas, tetapi telah menjadi realitas itu sendiri. Inilah bentuk komodifikasi cinta yang paling ekstrem, ketika cinta dikemas, di pertukarkan, dan dikonsumsi dalam bentuk representasi yang sangat dikalkulasi. Dalam dunia yang dikendalikan oleh algoritma, bahkan perasaan manusia yang paling dalam pun tunduk pada mekanisme pasar dan estetika digital (Kamaruddin, 2024).

Penelitian ini menggunakan teori Jean Baudrillard. Simulacra Hiperrealitas di mana representasi atau simbol di sajikan dengan jumlah yang banyak sehingga membingungkan dan sulit di buktikan realitasnya. Analisis ini menggambarkan masyarakat kontemporer yang tidak lagi melandaskan konsumsi sebagai kebutuhan fungsionalnya, melainkan pada keinginan tanda dan simbol (Bakti, 2019). Dalam masyarakat modern, individu tidak hanya membeli barang karena fungsinya, tetapi juga karena nilai simbolik yang melekat padanya nilai-tanda. Pandangan ini menjelaskan bagaimana dalam penggunaan *dating apps*, cinta dimodifikasi menjadi komoditas yang dikonsumsi melalui representasi citra diri yang ideal dan penuh rekayasa. Proses ini mencerminkan pergeseran dari relasi yang berbasis realitas menuju bentuk relasi yang digerakkan oleh simulasi, di mana yang dikonsumsi adalah gambaran cinta, bukan cinta itu sendiri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis bagaimana penciptaan citra yang bebas dan brutal di aplikasi kencan, khususnya Tinder, digunakan dan dikonsumsi oleh pengguna aplikasi kencan lainnya. Dalam era

digital saat ini, perkembangan teknologi memainkan peran yang signifikan dalam menciptakan ruang virtual yang menawarkan pengalaman yang tampak lebih nyata dibandingkan dengan dunia fisik. Ruang ini memungkinkan individu untuk menampilkan diri mereka dengan cara yang terkurasi dan ideal, sehingga menciptakan citra yang menarik dan menggugah minat. Fenomena ini berdampak pada komodifikasi pemaknaan cinta, di mana pengguna meromantisasi hubungan mereka dengan harapan untuk mencapai hubungan ideal yang sesuai dengan ekspektasi yang telah mereka bangun. Dengan demikian, penelitian ini akan mengkaji bagaimana interaksi di platform ini tidak hanya membentuk cara individu memandang cinta dan hubungan, tetapi juga bagaimana mereka beradaptasi dengan norma-norma sosial yang berkembang di dunia virtual. Melalui pemahaman ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang lebih dalam mengenai dinamika Komodifikasi cinta di era digital dan implikasinya terhadap pengalaman yang meromantisasi emosional pengguna.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana *dating apps* Tinder menyediakan ruang cinta dan romantisme?
2. Bagaimana komodifikasi cinta dan romantisme dibangun dalam aplikasi kencan Tinder?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana fenomena penggunaan *dating apps* dalam masyarakat kontemporer menciptakan realitas sosial baru mengenai cinta dan romantisme melalui konstruksi citra digital.
2. Dengan menggunakan perspektif teori Hiperrealitas Jean Baudrillard, penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana pengguna *dating apps* membangun dan mengonsumsi citra sebagai bentuk cinta dan romantisme diri yang dibangun dalam ruang virtual, sehingga hubungan yang terjalin lebih didasarkan pada representasi semu daripada kedekatan emosional yang nyata.
3. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk melihat bagaimana proses penciptaan dan konsumsi citra dalam *dating apps* mencerminkan pergeseran nilai

dalam struktur sosial, serta dampaknya terhadap cara individu memaknai relasi intim di era digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan dalam kajian sosiologi, membawa dan memberikan kontribusi yang berarti terhadap dunia literasi untuk menambah referensi terkait fenomena dan gambaran keadaan sosial. Khususnya dengan menggunakan pendekatan teori Hiperrealitas Jean Baudrillard. Kajian ini memberikan perspektif kritis mengenai bagaimana individu membentuk dan mengonsumsi citra melalui aplikasi kencan digital, serta bagaimana realitas sosial baru tercipta melalui simulasi yang tidak selalu mencerminkan kehidupan nyata.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak sosial dari penggunaan aplikasi kencan terhadap kehidupan sehari-hari. Dengan mengkaji pergeseran cara individu membangun relasi dan perubahan struktur sosial akibat penggunaan *dating apps*, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam melihat dinamika sosial kontemporer dan sebagai bahan refleksi dalam merespons perkembangan teknologi digital dalam ranah kehidupan sosial.