

ABSTRAK

Reynova Zuang Sukmaduri. 200521100072. Program Studi Sosiologi. Dunia Hiperrealitas Pengguna Dating Apps OMI (Studi Fenomenologi Pencarian Pasangan Pada Gen Z Di Desa Puhjarak, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri)

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana penggunaan aplikasi kencan OMI menciptakan pengalaman hiperrealitas bagi generasi Z di Desa Puhjarak, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri. Aplikasi OMI dirancang untuk memudahkan masyarakat modern dalam mencari pasangan potensial mereka secara virtual, tanpa perlu bertemu langsung. Analisis dalam penelitian ini didasarkan pada teori hiperrealitas dari Jean Baudrillard. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dan data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan keabsahan data diperiksa melalui triangulasi metode. Hasil penelitian mengungkap beberapa temuan terkait pengalaman hiperrealitas pada generasi Z pengguna *dating apps* OMI di Desa Puhjarak, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri. Diantaranya yaitu, ikon hati pada fitur OMI berhasil mempengaruhi pengguna untuk mencapai tujuan mereka dalam menemukan pasangan yang diinginkan, penggunaan dating apps OMI menciptakan kondisi kepalsuan dan imajinasi yang dibentuk oleh citra verbal dalam pesan teks di chatroom OMI, profil yang dikurasi dengan cermat menciptakan simulasi profil yang lebih nyata daripada realitas, pengguna menampilkan diri secara lebih menarik dan ideal melalui profil dan foto-foto di OMI menciptakan realitas baru yang lebih penting daripada identitas sebenarnya. Motivasi utama penggunaan OMI adalah mencari pasangan yang sesuai dengan kriteria pribadi, selain itu, keinginan untuk menambah kenalan dan rasa penasaran juga menjadi faktor pendorong. Penggunaan OMI memberikan dampak negatif dan positif. Dampak negatif meliputi merasa tertipu karena profil yang ditampilkan berbeda dengan kenyataan dan rasa kecewa karena diberi harapan namun tidak kunjung mendapat kepastian. Dampak positifnya antara lain memperluas jaringan sosial, meningkatkan rasa percaya diri, dan mengurangi rasa kesepian. Dengan demikian, Gen Z pengguna *dating apps* OMI harus lebih kritis dan sadar dalam membentuk citra diri di aplikasi kencan. Penting untuk tetap autentik dan tidak terlalu berlebihan dalam menampilkan diri, agar interaksi yang terjadi lebih jujur dan mendekati kenyataan.

Kata Kunci : Hiperrealitas, Dating Apps OMI

ABSTRACT

Reynova Zuang Sukmaduri. 200521100072. Sociology Studi Program. *The Hyperreality of OMI Dating App Users (A Phenomenological Study of Partner Searching among Gen Z in Puhjarak Village, Plemahan District, Kediri Regency)*

This study aims to uncover how the use of the OMI dating app creates hyperreality experiences for Generation Z in Puhjarak Village, Plemahan Sub-district, Kediri Regency. The OMI app is designed to facilitate modern society in finding potential partners virtually, without the need for face-to-face meetings. The analysis in this study is based on Jean Baudrillard's theory of hyperreality. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach. Informants were selected using purposive sampling techniques, and data were collected through observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques include data reduction, data presentation, and drawing conclusions, with data validity checked through method triangulation. The study reveals several findings related to hyperreality experiences among Generation Z users of the OMI dating app in Puhjarak Village, Plemahan Sub-district, Kediri Regency. Among them are: the heart icon feature on OMI successfully influences users to achieve their goals in finding desired partners; the use of OMI dating apps creates conditions of falsehood and imagination formed by verbal images in OMI chatroom text messages; carefully curated profiles create a simulation of profiles that are more real than reality; users present themselves more attractively and ideally through OMI profiles and photos, creating a new reality that is more significant than their actual identity. The main motivation for using OMI is to find a partner that matches personal criteria; in addition, the desire to make new acquaintances and curiosity are also driving factors. The use of OMI has both negative and positive impacts. Negative impacts include feeling deceived because the profiles displayed differ from reality and feeling disappointed due to being given hope but not receiving certainty. Positive impacts include expanding social networks, increasing self-confidence, and reducing feelings of loneliness. Thus, Generation Z users of the OMI dating app need to be more critical and aware when forming their self-image on dating apps. It is important to remain authentic and not overly exaggerate in presenting themselves, so that interactions are more honest and closer to reality.

Keywords: Hyperreality, OMI Dating App