

FENOMENA KENCAN ONLINE DALAM DATING APP

Oleh :

Nova Asharina Wicaksono (192022000157)

Dosen Pembimbing :

Dr. Totok Wahyu Abadi, M.Si

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Februari, 2023

Pendahuluan

- Dating App merupakan platform yang dirancang dan digunakan khusus bagi seseorang yang memiliki permasalahan dalam percintaan. Selain itu aplikasi ini juga dapat digunakan untuk mencari pasangan romantis, teman berkencan, dan relasi. Dating app ini dilengkapi dengan fitur location yang memungkinkan penggunaanya menemukan orang yang ada di sekitarnya. Pengguna dating app di Indonesia menduduki peringkat ke tujuh di dunia.
- Online dating atau kencan online merupakan aktivitas yang mudah dan praktis untuk mencari pasangan diinternet dengan cara menuliskan informasi data diri melalui aplikasi khusus yang dapat diunduh melalui smartphome, tanpa harus melakukan percakapan secara langsung.

Rumusan Masalah

Bagaimana seseorang memaknai kencan online yang dilakukan melalui media dating app dalam prespektif Komunikasi Mediasi Komputer dan Manajemen Makna Terkoordinasi ?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena kencan online bermedia dating app serta pemaknaan penggunaan dating app dalam perspektif Komunikasi Mediasi Komputer dan Manajemen Makna Terkoordinasi.

Metode

Jenis Penelitian	Pengumpulan Data	Analisis Data
Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan fenomenologi.	Teknik pengumpulan data observasi, studi pustaka dan wawancara.	Analisis data reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Hasil dan Pembahasan

Citra diri merupakan hal penting dalam pengembangan hubungan seseorang. Ada tiga macam diri dalam pencitraan, yaitu *actual self*, *ideal self*, dan *ought self*. Pada proses pencitraan diri ini dapat diasumsikan sebagai komunikator online termotivasi untuk membentuk kesan yang menguntungkan dari diri sendiri kepada orang lain (West, 2017). Manajemen kesan merupakan hal yang sangat penting dalam hubungan online. Menurut Walther, van Der Heide, Kim Westerman, & Tong 2008 mengelola kesan online penting untuk banyak pengguna karena lebih banyak teman facebook yang dimiliki, individu semakin dipandang lebih menarik.

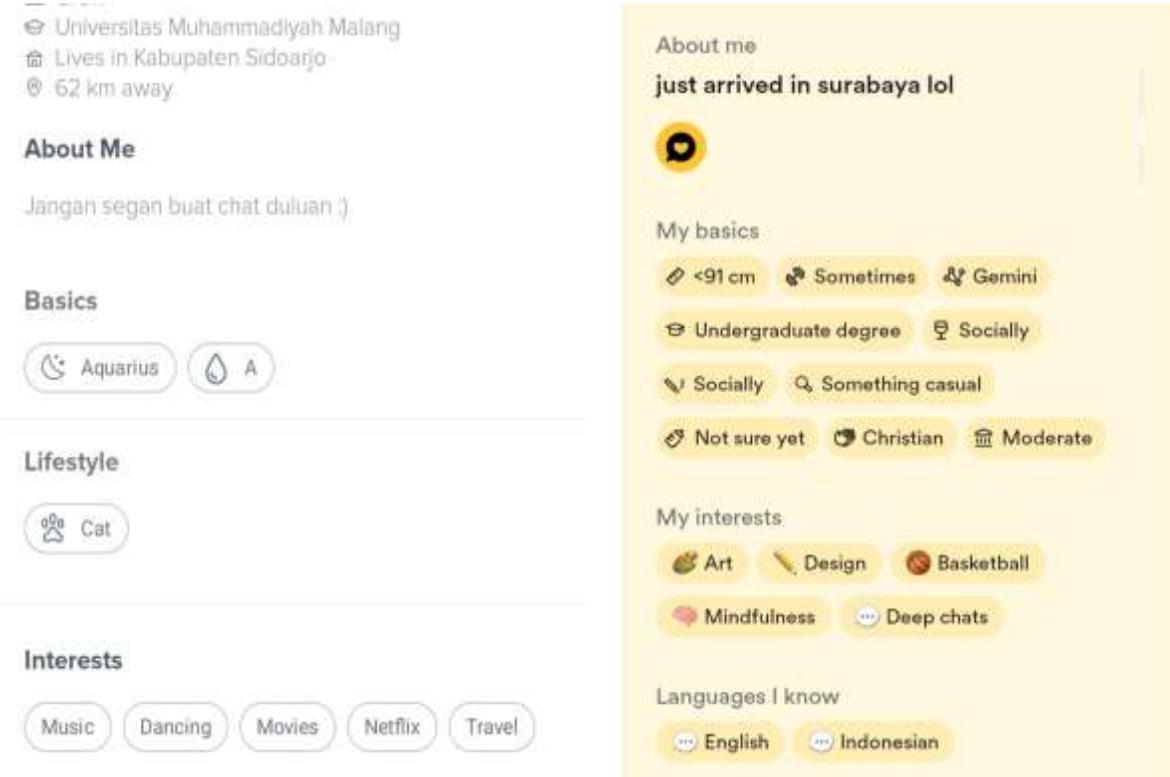
Actual self atau diri sebenarnya adalah persepsi seseorang tentang dirinya sendiri dalam kenyataannya (Sumner & Ramirez, 2017; West, 2017). Pada *dating app* ini merujuk pada keadaan fisik seseorang pada saat ini, dapat terlihat dari foto profil yang menunjukkan kecantikan dan ketampanan seseorang.

“yah gimana sih gak munafik kalau aku pertama yang buat aku tertarik ya pasti profil sih, tapi kan ya kelihatan tuh mana yang foto asli atau pake filter gitu kan biasanya cewe hehe. Jadi ya akunya sendiri juga pasti pake profil yang terbaru ga editan atau filter gitu sih biar keliatan asli”

“pake foto yang cantik ajasih biar banyak yang match hehe, cowo jaman sekarang yang dilihat juga pasti fisik dulu”

Seperti yang telah diungkapkan oleh informan di atas baik pengguna Tinder dan Bumble mengatakan bahwa profil merupakan hal penting untuk awal memulai kencan online pada *dating app* ini. Pada *actual self* para informan menunjukkankan melalui foto profil, informan menggunakan foto yang dirasa terbaik serta terbaru. Dari profil nantinya dapat menentukan bagaimana tahap selanjutnya akan dilakukan.

Ideal self merupakan kebutuhan yang digunakan untuk memenuhi gengsi seseorang, konsep ideal self yaitu berusaha memperbaiki dan meningkatkan kemampuan dalam hidup seseorang. Hal ini dapat terlihat dalam bidang pekerjaan, keterampilan serta pendidikan (Mardiyanto Asep, 2012). Dalam dating app hal tersebut terlihat pada bio yang dituliskan oleh para penggunaan dating app baik Tinder maupun Bumble.



“pertama ya aku cari yang punya hobby sama sih biasanya, buat profil gak lihat yang gimana-gimana. Kayak aku nulis hobbynnya nonton konser jadi ya cari yang tipe-tipe suka nonton konser gitu deh kalo nggak ya yang aliran musiknya sama jadi nyambung”

“kalau dari aku sendiri nulis bio kadang yang cuman pekerjaan karena menurutku nih biasanya pekerjaan juga ngaruh sama yang match” (Sumber: Wawancara dengan Anugrah, Kav. DPR Sidoarjo, 24 Januari 2023).

Ought self adalah persepsi seseorang terhadap dirinya dalam bertindak yang mengacu pada seseorang yang seharusnya diyakini untuk diikuti (Todd & Shackelford, n.d.). Pada *actual self* dan *ideal self* profil serta bio merupakan hal penting yang nantinya berpengaruh pada tahap selanjutnya, karena dari profil dan bio baik informan pengguna Bumble dan Tinder dapat melihat apakah seseorang ini cocok untuk di *swipe right* atau tidak. Para informan mengatakan bahwa menggunakan profil yang bagus serta menuliskan bio yang menarik nantinya dapat berpengaruh pada orang-orang yang dapat melihatnya pada dating app.

Dalam hal ini manusia dapat memaknai fenomena kencan online berbeda-beda. Manusia mengatur makna secara hirarkis atau bertingkat (West, 2017). Pada penelitian ini menggunakan model Coordinated Management of Meaning (CMM).

1. Tingkat Isi

Tingkat isi merupakan langkah pertama mengubah data mentah menjadi makna (West, 2017). Proses koordinasi makna dilakukan oleh informan menggunakan *dating app* guna mendapatkan pasangan hingga relasi, dengan memanfaatkan fitur bio untuk berbagi konten mengenai kebutuhan yang dibutuhkan masing-masing individu. Informan menuliskan bio tentang hobi, pekerjaan, pendidikan, hingga tinggi badan.

Pada hal ini komunikasi melibatkan koordinasi makna pesan, merupakan langkah penting. Proses adalah langkah-langkah terorganisir yang mengarah pada hasil yang akan dicapai. Sedangkan koordinasi makna ialah ketentuan membuat juga menafsirkan makna serta bagaimana ketentuan tersebut bisa dipadukan pada percakapan dimana makna dikoordinasikan (Dewi Astika, 2018). Koordinasi makna akan sempurna apabila pada komunikasi pihak komunikan dan pihak komunikator memiliki pemaksaan yang sama (West, 2017).

2. Tingkat Tindak Tutur

Tindak tutur merupakan tindakan berbicara seperti mengucapkan pujian, hinaan, berjanji, memberi pertanyaan, memberi pernyataan hingga mengatakan ancaman (West, 2017). Setelah terjadi kecocokan atau *match* informan dan pengguna lainnya dapat melakukan komunikasi serta dapat memberikan respon terhadap bio yang dibuat oleh pengguna lain, selain itu juga dapat melakukan *voice call* hingga *video call*. Pada proses ini terjadilah percakapan yang melibatkan dua individu asing sehingga membutuhkan informasi lebih untuk saling mengenal satu sama lain. Percakapan dapat dimulai dari membahas bio pengguna dan bertanya tentang hal sederhana menurut masing-masing individu.

3. Tingkat Episode

Tingkat episode didefinisikan sebagai konteks di mana orang bertindak dan melihat bagaimana konteks memengaruhi makna. Menurut Pearce dan Cronen untuk membahas episode dengan menginterpretasikan tindak tutur (West, 2017). Pengguna *dating app* baik informan ataupun pengguna Bumble dan Tinder lainnya setelah *match* dan melakukan percakapan sederhana, untuk dapat saling berinteraksi lebih lanjut, langkah yang dapat dilakukan selanjutnya yaitu seperti kirim foto, tukar media sosial, hingga *meetup*.

4. Tingkat Hubungan

Tingkat hubungan yaitu tahap di mana dua orang mengenali potensi dan keterbatasan mereka sebagai partner dalam suatu hubungan. Hubungan itu seperti kontrak dengan aturan perilaku. Bahkan hubungan juga melingkupi masa depan. Hanya sedikit orang yang membuang waktu membahas masalah yang terjadi pada hubungan kecuali mereka merasakan pentingnya masa depan bersama (West, 2017). Setelah terjadi meetup atau pertemuan antara informan dengan pasangan kencan onlinennya bukanlah akhir dari koordinasi makna. Koordinasi makna akan tetap terjalin ketika informan dan pasangan kencan onlinenya saling merasa cocok satu sama lain. Dalam melakukan kencan online, informan tetap melakukan komunikasi dan berencana untuk bertemu kembali.

5. Tingkat Naskah Kehidupan

Tingkat naskah kehidupan dapat didefinisikan sebagai kelompok-kelompok episode masa lalu dan masa kini (West, 2017). Pada tingkat naskah kehidupan, pasangan akan membawa pengalaman komunikasi masa lalu dalam dirinya saat ini. Naskah kehidupan, yaitu ketika informan dan pengguna *dating app* saling bercerita tentang pengalaman kencan online sebelumnya, sehingga sudah memiliki pengalaman dalam hal kencan online ini. Dari pengalaman ini dapat diasumsikan sebagai manusia turut menciptakan realitas sosial.

6. Tingkat Pola Budaya

Pola budaya, didefinisikan sebagai “Pandangan yang sangat luas tentang tatanan dunia dan hubungan (seseorang) dengan tatanan itu”. Pola budaya berkaitan dengan nilai-nilai jenis kelamin, ras, kelas, dan identitas religious antara individu dalam masyarakat (West, 2017). Online dating atau kencan online merupakan aktivitas yang mudah dan praktis untuk mencari pasangan di internet dengan cara menuliskan informasi data diri melalui aplikasi khusus yang dapat diunduh melalui smartphone, tanpa harus melakukan percakapan secara langsung (Sari & Kusuma, 2018). Siapapun dapat melakukan kencan online tanpa adanya keterikatan dan cinta. Banyak muda mudi menggunakan dating app guna mendapat pasangan atau hanya sekedar mencari relasi. Dalam kencan online menurut penelitian memiliki bahaya yang cukup besar. Perilaku seseorang yang ditemui pada *dating app* sangat lah bermacam-macam. Budaya dapat mempengaruhi pola perilaku seseorang, termasuk pada hal seksual. Pola budaya menurut West & Turner (2008) individu harus bertingkah laku sesuai nilai-nilai dan aturan yang berlaku dimasyarakat.

Kesimpulan

Fenomena kencan online melalui *dating app* dalam perspektif CMC dan CMM merupakan fenomena baru yang terjadi guna mengenal kepribadian satu sama lain melalui aplikasi kencan. Temuan pada penelitian ini yaitu seseorang mengekspresikan citra diri yang berbeda-beda, mereka memiliki ranah privacy masing-masing sehingga kedalaman informasi yang dipublish untuk khalayak pun tidak sama. Akan tetapi, individu tetap memperlihatkan ketenaran kepada pengguna lain untuk mempertahankan identitasnya, serta mencari perhatian dari lawan jenis. Dalam melakukan kencan online interaksi yang terjadi pada setiap individu tidak dapat dimaknai sama, karena pada sebuah hubungan individu menciptakan sebuah realitas baru yang dibentuk melalui sudut pandang yang berbeda. Kencan online memiliki makna semu “pseudo” dan penuh “tipu-tipu”.

Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan masyarakat yang menggunakan dating app dapat memperhatikan berbagai dampak yang akan terjadi serta pemaknaan kencan online melalui dating app dalam perspektif Komunikasi Mediasi Komputer dan Manajemen Makna Terkoordinasi.

Referensi

- [1] J. A. Wibowo, G. Priyowidodo, and D. Yoanita, “Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya Self-disclosure dalam Komunikasi Interpersonal Pengguna Aplikasi Kencan Online untuk Mencari Pasangan Hidup,” *E-Komunikasi*, vol. 9, no. 2, pp. 1–8, 2021, [Online]. Available: <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11561>
- [2] R. Andhika and J. Julianti, “Fenomena Keberhasilan Hubungan Asmara Melalui Aplikasi Kencan Online : Dari Jari, Turun Ke Hati,” *J. Ilmu Komun. UHO J. Penelit. Kaji. Ilmu Komun. dan Inf.*, vol. 6, no. 1, p. 1, 2020, doi: 10.52423/jikuho.v6i1.15536.
- [3] F. Comunello, L. Parisi, and F. Ieracitano, “Negotiating gender scripts in mobile dating apps: between affordances, usage norms and practices,” *Inf. Commun. Soc.*, pp. 1–17, 2020, doi: 10.1080/1369118X.2020.1787485.
- [4] C. Bandinelli and A. Gandini, “Dating Apps: The Uncertainty of Marketised Love,” *Cult. Sociol.*, vol. 16, no. 3, pp. 423–441, Sep. 2022, doi: 10.1177/17499755211051559.
- [5] M. P. Fauzi, “Pengguna Aplikasi Kencan Tertinggi di Rusia, Indonesia Nomor Berapa?,” 2017. <https://techno.okezone.com/read/2017/02/16/207/1620005/pengguna-aplikasi-kencan-tertinggi-di-rusia-indonesia-nomor-berapa> (accessed Dec. 05, 2022).
- [6] M. Azzahra *et al.*, “Interaksi simbolik pengguna aplikasi dating online bumble di Indonesia,” *J. Kaji. MEDIA*, vol. 5, no. 2, pp. 83–94, 2021, [Online]. Available: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/index>
- [7] G. Joshi, “online dating-A motivated behaviour during pandemic,” *Indian J. Heal.*, no. 6, 2020, doi: 10.5281/zenodo.4295667.
- [8] I. Puspitasari and M. Aprilia P, “Penetrasi Sosial dalam Mencari Pasangan Pada Aplikasi Kencan Online Bumble,” *Calathu J. Ilmu Komun.*, vol. 3, no. 1, pp. 7–19, Jun. 2022, doi: 10.37715/calathu.v3i1.1895.
- [9] S. Chan, “Usage of Top Dating Apps Grew Nearly 20% Year-Over-Year in January,” *Sensor Tower*, 2022. <https://sensortower.com/blog/dating-apps-2022/> (accessed Dec. 05, 2022).
- [10] S. Sobieraj and L. Humphreys, “Forced Empowerment and the Paradox of Mobile Dating Apps,” *Soc. Media Soc.*, vol. 7, no. 4, Dec. 2021, doi: 10.1177/20563051211068130.
- [11] U. Pruchniewska, “‘I Like That It’s My Choice a Couple Different Times’: Gender, Affordances, and User Experience on Bumble Dating,” *Int. J. Commun.*, vol. 14, no. 1, pp. 2422–2439, 2020, [Online]. Available: <http://ijoc.org>.

Referensi

- [12] N. S. Tazkia and E. Nawangsih, “Hubungan Interpersonal Trust dengan Self disclosure pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Tinder,” *Pros. Psikol.*, vol. 7, no. 1, pp. 42–46, 2021, doi: 10.29313/v7i1.25527.
- [13] S. R. Sumter and L. Vandenbosch, “Dating gone mobile: Demographic and personality-based correlates of using smartphone-based dating applications among emerging adults,” *New Media Soc.*, vol. 21, no. 3, pp. 655–673, Mar. 2019, doi: 10.1177/1461444818804773.
- [14] R. A. Manasikana and R. Noviani, “Peran Media Massa dan Teknologi dalam Transformasi Keintiman di Indonesia,” *Calathu J. Ilmu Komun.*, vol. 3, no. 1, pp. 7–19, Jun. 2021, doi: 10.37715/calathu.v3i1.1895.
- [15] A. D. Fitriyani and C. E. Iswahyuningtyas, “Online Dating dalam Relasi Percintaan Friends with Benefit di Media Sosial Whisper,” *J. Ilmu Komun.*, vol. 18, no. 3, p. 340, Dec. 2020, doi: 10.31315/jik.v18i3.3404.
- [16] S. H. Arnus, “Pengaplikasian Pola Computer Mediated Communication (CMC) dalam Dakwah,” *J. Jurnalisa*, vol. 4, no. 1, 2019, doi: 10.24252/jurnalisa.v4i1.5618.
- [17] M. A. Rusmayanti, M. Mayasari, and R. Kusumaningrum, “Makna Keterbukaan Diri dalam Aktivitas Kencan Daring,” *MEDIA BINA Ilm.*, vol. 16, no. 8, pp. 7229–7238, 2022, [Online]. Available: <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>
- [18] A. Barros, R. Almeida, T. Melo, and M. Frade, “Forensic Analysis of the Bumble Dating App for Android,” *Forensic Sci.*, vol. 2, no. 1, pp. 201–221, Feb. 2022, doi: 10.3390/forensicsci2010016.
- [19] A. Lidwina, “Tinder, Aplikasi Kencan Daring Paling Banyak Digunakan di Indonesia,” 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/24/tinder-aplikasi-kencan-daring-paling-banyak-digunakan-di-indonesia> (accessed Dec. 20, 2022).
- [20] J. Faisal, “Aktivitas Pengguna Tinder Meningkatkan Selama Pandemi Covid-19,” 2021. <https://data.tempo.co/data/1242/aktivitas-pengguna-tinder-meningkat-selama-pandemi-covid-19> (accessed Dec. 20, 2022).
- [21] W. P. Sari and R. S. Kusuma, “Presentasi Diri dalam Kencan Online pada Situs dan Aplikasi Setipe dan Tinder,” *dkk. Present. Diri Dalam Kencan Online Pada... Mediat.*, vol. 11, no. 2, pp. 155–164, 2018, doi: <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i2.3829>.
- [22] R. Bivens and A. S. Hoque, “Programming sex, gender, and sexuality: Infrastructural failures in the ‘feminist’ dating app Bumble,” *Can. J. Commun.*, vol. 43, no. 3, pp. 441–459, 2018, doi: 10.22230/cjc.2018v43n3a3375.
- [23] S. Duguay, J. Burgess, and N. Suzor, “Queer women’s experiences of patchwork platform governance on Tinder, Instagram, and Vine,” *Convergence*, vol. 26, no. 2, pp. 237–252, Apr. 2020, doi: 10.1177/1354856518781530.

Referensi

- [24] C. Ferdiana *et al.*, “Penggunaan Media Sosial Tinder dan Fenomena Pergaulan Bebas di Indonesia,” pp. 112–118, 2020, doi: 10.24912/kn.v4i1.6622.
- [25] R. Haryadi and B. A. Simangunsong, “Fenomena Pengalaman Perempuan dalam Menggunakan Feminist Mobile Dating App Bumble,” *J. Komun.*, vol. 11, no. 1, pp. 76–89, 2022, doi: 10.33508/jk.v11i1.3589.
- [26] R. T. L. West, *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi* . Jakarta : Salemba Humanika , 2017.
- [27] Hasan Syaiful Rizal and N. Yuwita, “Aktualisasi Nilai Bela Negara Sebagai Revolusi Mental Santri Dalam Mewujudkan Keutuhan NKRI di Era Pandemi Covid Dengan Pendekatan Coordinated Management of Meaning (CMM),” *J. Al-Murabbi*, vol. 7, no. 1, pp. 77–91, 2021, doi: 10.35891/amb.v7i1.2799.
- [28] B. Pearce W, “The Coordinated Management of Meaning (CMM),” in *Encyclopedia of Communication Theory*, 2004, pp. 35–54. doi: 10.4135/9781412959384.n76.
- [29] H. Hasanah, “Teknik-teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial),” *At-Taqaddum*, vol. 8, no. 1, p. 21, 2016, doi: 10.21580/at.v8i1.1163.
- [30] Hamzah Amir, *Metode Penelitian Fenomenologi Kajian Filsafat dan Ilmu Pengetahuan* , 1st ed. Jakarta: Literasi Nusantara, 2020.
- [31] Morissan, *Riset Kualitatif*, 1st ed. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- [32] Dewi Astika, “Gita AstikaDewi,” 2018.
- [33] V. Hill Z and T. Shackelford K, “Encyclopedia of Personality and Individual Differences,” in *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, 2016, pp. 1–3. doi: 10.1007/978-3-319-28099-8_961-1.

