

Analisis Motif Penggunaan Aplikasi Bumble Dalam Pencarian Pasangan Di Era New Media

Oleh:

Sectiari Elya Putri

Dosen Pembimbing:

Poppy Febriana, S.Sos. M.Med.kom

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Pendahuluan

Internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagai produk teknologi, maka internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Jika pada masa lalu, masyarakat berinteraksi secara *face to face communication*, maka pada saat ini masyarakat berinteraksi didalam dunia maya atau melalui interaksi sosial online. Melalui kecanggihan teknologi informasi, maka masyarakat memiliki alternatif lain untuk berinteraksi sosial.

Dengan adanya internet dalam kehidupan merupakan awal dari munculnya *new media* yang melahirkan interaksi sosial secara *online* dan munculnya berbagai media – media baru yang didukung dengan teknologi yang terus berkembang. Istilah “media baru” mengacu pada sifat media yang berbeda dengan media yang telah ada sebelumnya. Contohnya seperti televisi, radio, majalah, dan surat kabar diklasifikasikan sebagai media warisan, sedangkan media Internet, termasuk konten interaktif, diklasifikasikan sebagai media

Pendahuluan

Banyak individu – individu kreatif yang bermunculan dengan membuat aplikasi – aplikasi yang menunjang interaksi sosial didunia maya tidak hanya untuk berkomunikasi tetapi juga untuk mencari teman ataupun mencari pasangan atau yang biasa disebut dengan *online dating apps*. Berdasarkan Kamus Online Cambridge pengertian dari *online dating apps* adalah suatu cara memulai suatu hubungan romantis lewat internet, dengan memberikan informasi mengenai diri atau membalas informasi orang lain. Kencan online dapat dilakukan melalui keberadaan situs kencan yang menawarkan kesempatan kepada pengguna untuk menciptakan hubungan baru dengan orang lain. Situs web ini diyakini memungkinkan pengguna untuk menilai pasangan potensial dan dengan demikian membangun hubungan romantis yang menguntungkan yang dimana pengguna dapat mengevaluasi sesuai kriteria mereka.

Latar Belakang

Dari berbagai kemudahan yang ada mulai dari internet yang memadai sehingga memberikan kemudahan dalam berinteraksi secara online serta munculnya media – media baru yang menjadikan *dating apps* populer di kalangan remaja yang tidak mengharuskan bertemu untuk berkenalan cukup berdiam dirumah sudah bisa mendapatkan kenalan atau bahkan pacar. Berdasarkan adanya manfaat dan kemudahan yang diberikan akan menjadi dasar penelitian untuk mengkaji lebih dalam lagi apa saja motif yang melatarbelakangi para penggunaan aplikasi Bumble dalam pencarian pasangan di era new media ini.

Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif apa saja yang melatarbelakangi penggunaan *dating apps* di era new media.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan baru bagi pembaca dan pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi
3. Sebagai bahan dan dasar evaluasi kedepannya untuk penelitian selanjutnya.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menjadikan narasumber sebagai subjek sumber informasi penelitian melalui wawancara langsung. Bogdan dan Taylor mendeskripsikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menjabarkan data deskriptif yang berupa kata – kata tertulis yang berasal dari tanggapan orang – orang yang diamati.

Dalam menentukan narasumber peneliti menggunakan teknik purposive. Peneliti memilih subjek penelitian berdasarkan pencarian minat pengguna aplikasi yaitu mencari pasangan atau teman dekat dengan rentan usia 20 – 25 tahun. Maka dari itu, peneliti telah memilih sepuluh narasumber yang sedang atau pernah menggunakan aplikasi Bumble.

Peneliti juga mengunduh dan mengoperasikan sendiri aplikasi Bumble dengan tujuan agar dapat menganalisa secara langsung motif apa saja yang melatarbelakangi para pengguna aplikasi Bumble dalam mencari pasangan di era new media ini. Peneliti juga mengumpulkan data dengan bertemu langsung dengan narasumber untuk melakukan wawancara secara langsung dan juga melalui panggilan telepon.

Hasil & Pembahasan

- Narasumber pertama TT (22 tahun), narasumber kedua DT (21 tahun), narasumber ketiga EP (22 tahun). Pada saat wawancara melalui via telepon ketiga narasumber mengungkapkan motif apa yang mendasari mereka menggunakan Bumble di era new media yaitu iseng yang berujung menambah followers di Instagram. Berawal saat liburan semester lalu dan merasa bosan kemudian mendapatkan saran dari teman untuk mencoba aplikasi Bumble. Setelah match dan diawali dengan obrolan umum, narasumber dan pengguna lain saling bertukar media sosial Instagram dan melanjutkan obrolan di DM (Direct Message) yang kemudian berujung hanya menambah follower saja. Dari pengakuan ketiga narasumber, mereka tidak melanjutkan berkenalan lebih jauh lagi dikarenakan lawan bicara atau chatting sudah tidak asik lagi.
- Narasumber keempat JM (23 tahun). Pada saat wawancara via telepon mengungkapkan motifnya menggunakan Bumble dikarenakan saran dari temannya yang mengatakan bahwa pengguna aplikasi Bumble keren – keren dan tidak norak. JM juga mengaku telah lama single selama kurang lebih 3 tahun. Merasa tertarik, JM akhirnya mengunduh aplikasi Bumble. Setelah banyak berinteraksi, JM akhirnya melanjutkan obrolan di Whatsapp dengan salah satu pengguna dan berujung menjalin suatu hubungan asmara. Alasan JM menjalin hubungan dengan orang tersebut karena sangat mendekati kriteria sempurna JM. Narasumber merasa sangat terbantu dengan aplikasi Bumble karena tidak perlu repot – repot mencari dan mempersingkat waktu.

Hasil & Pembahasan

- Narasumber kelima LD (24 tahun), keenam FH (24 tahun), ketujuh IN (22 tahun) pada saat wawancara langsung mengungkapkan motif mereka menggunakan aplikasi Bumble yaitu untuk menambah kenalan dan teman dekat ketiganya mengaku hanya ingin bersenang – senang saja. Narasumber mengetahui aplikasi ini melalui iklan di internet. Setelah melewati banyak obrolan ringan, narasumber mengajak bertemu untuk sekedar nongkrong bersama pada saat *weekend*. Ketiga narasumber menyebutkan alasan mereka mencari teman dekat dikarenakan enggan untuk memiliki suatu hubungan berpacaran tetapi ingin mempunyai teman mesra seperti selayaknya pasangan romantis atau yang biasa dikenal dengan istilah FWB (*friend with benefits*). Dari pengakuan ketiga narasumber, mereka merasa senang dan mengakui hubungan tersebut tidak berlangsung lama hanya berjalan singkat hanya dalam hitungan minggu dan ada juga yang dalam hitungan bulan.
- Narasumber kedelapan SC (22 tahun), dari hasil wawancara secara langsung mengaku motif yang mendasari ia menggunakan aplikasi Bumble di era new media ini adalah untuk mencari *sugar daddy* atau pria kaya yang mempunyai finansial yang kuat dan biasanya lebih tua serta siap memenuhi segala kebutuhan pasangannya biasanya berbentuk bantuan dan khususnya perempuan. SC mengaku melakukannya sambil mencari pekerjaan tetap dan mengisi waktu luang di masa pandemi. Narasumber juga menjelaskan apa saja tugasnya selama menjadi *sugar baby* salah satunya ialah menjadi teman ngobrol dan mau meluangkan waktunya untuk bersenang senang atau bahkan menemani liburan. Ada sedikit kesamaan dengan narasumber sebelumnya tetapi pada kasus ini lebih serius dikarenakan biasanya ada kontrak masa hubungan dan biasanya sudah saling setuju dengan apa saja aturan yang diberikan biasanya berjalan lebih lama dalam kurun waktu bulan.

Hasil & Pembahasan

- Narasumber kesembilan GN (24 tahun), mengaku mengetahui aplikasi *dating apps* ini dari internet yang kemudian muncul rasa penasaran dan akhirnya memutuskan untuk menggunakan aplikasi tersebut. Awalnya GN hanya berniat untuk seru – seruan saja namun pada saat mengisi profilnya GN menambahkan game online sebagai minatnya dan kemudian dimunculkan di profilnya sehingga ia berniat untuk mencari teman bermain game online yang mungkin apabila beruntung bisa menjalain hubungan asmara. Selama menggunakan aplikasi ini GN mengaku sudah banyak mendapatkan teman mabar dan ada juga yang sampai bertukar nomor Whatsapp. Dari kebetulan mempunyai kesamaan dalam bermain salah satu game online GN mengaku suka memamerkan skillnya hanya untuk mencari pujian dari teman mainnya yang didapatkan dari Bumble.
- Narasumber kesepuluh PS (25 tahun) yang merupakan narasumber terakhir, dari wawancara secara langsung mengungkapkan motifnya pada peneliti menggunakan aplikasi bumble di era new media ini adalah dikarenakan PS merupakan anak rantau yang sedang berkuliah dan bekerja sehingga tidak mempunyai kenalan di tempat barunya. PS mengatakan dengan menggunakan Bumble ia dapat menemukan kenalan yang sesuai dengan kriteria PS tanpa harus bertemu banyak orang karena terbatas dengan waktunya untuk bekerja dan berkuliah. PS mengaku telah bertemu 2 orang dari aplikasi tersebut yang sampai sekarang menjadi teman dekat PS yang kebetulan juga merupakan mahasiswa yang sama dengan tempat berkuliah PS saat ini. Dari itu PS banyak terbantu dengan teman barunya mulai dari perkuliahan sampai sarana berlibur dikota ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil data yang diambil dari sepuluh narasumber dalam penelitian ini menunjukkan bahwa motif utama dalam penggunaan aplikasi dating apps Bumble di era new media ini tidak hanya untuk mencari pasangan saja tapi ada beberapa motif lain yang mendasari penggunaan aplikasi Bumble. Motif lain yang didapat dari hasil penelitian yaitu secara tidak langsung mencari validasi atau pengakuan atas dirinya dalam segi fisik, pendidikan, atau pekerjaan yang ujung – ujungnya hanya sekedar menjadi pengikut di Instagram yang didapatkan dari empat narasumber. Kemudian motif lain keinginan sekedar mencari teman bermain game untuk mengisi waktu luang, serta ada juga yang memang sudah berniat hanya mencari keuntungan semata tanpa terikat suatu hubungan seperti FWB (*friend with benefits*) dan motif lain untuk mencari *sugar dady* di tengah – tengah pandemi sambil mencari pekerjaan. Dan motif lain yang didapatkan dari hasil penelitian ini adalah untuk mencari relasi dalam dunia perkuliahan maupun pekerjaan di era new media ini.

Berawal dari minat yang sama hingga munculah obrolan – obrolan ringan yang kemudian semakin menunjukkan kecocokan yang menjadi suatu pertimbangan untuk menjadi hubungan serius dan menjadi satu tujuan. Saran dari teman dan iklan yang didapatkan dari internet yang menimbulkan rasa penasaran yang menjadi alasan para narasumber tersebut menggunakan aplikasi Bumble di era new media ini serta kemudahan yang diberikan aplikasi tersebut untuk seseorang mencari pasangan sesuai kriteria sempurna yang diinginkan hanya dengan melalui telepon, jaringan internet dan aplikasi sudah dapat mengetahui hobi, umur, hal yang disukai, pendidikan, bahkan rupa dan jarak tempat tinggal tanpa harus bertemu yang tentunya hal ini sangat menguntungkan bagi seseorang yang memang kesulitan dalam menjalin komunikasi secara langsung dan mempersingkat waktu dalam mencari teman atau pasangan.

Daftar Pustaka

- [1] Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial : Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*, 1st ed. Jakarta: Prenada Media, 2019.
- [2] Nina M. Armando, *Psikologi Komunikasi*, 2nd ed. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2018.
- [3] Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 3rd ed. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 1999.
- [4] M. Ahmadi, “Dampak Perkembangan New Media pada Pola Komunikasi Masyarakat,” *J. Komun. dan Penyiaran Islam*, vol. 4, no. 1, pp. 26–37, 2020, [Online]. Available: <http://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/499>
- [5] E. D. S. Watie, “Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media),” *J. Messenger*, vol. 3, no. 2, p. 69, 2016, doi: 10.26623/themessenger.v3i2.270.
- [6] “Online Dating,” *Cambridge Dictionary*, 2021. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/online-dating>
- [7] E. R. Nadine and M. R. Ramdhana, “Keterbukaan Diri Remaja Perempuan Pengguna Aplikasi Kencan Online Tinder Di Bandung Self Disclosure of Female Adolescent Users of the Online Dating App Tinder in Bandung,” *e-Proceeding Manag.*, vol. 8, no. 2, pp. 1701–1710, 2021.
- [8] “Bumble.”
- [9] Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Cv. Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- [10] Lexy J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif / penulis, Prof. DR. Lexy J. Moleong, M.A.*, 38th ed. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018.
- [11] Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset komunikasi*, 1st ed. Jakarta: Prenada Media, 2014.
- [12] Prof. Dr. Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo, 2010.
- [13] T. Rachmawati, “Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif,” *UNPAR Press*, no. 1, pp. 1–29, 2017.
- [14] K. Kaharuddin, “Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi,” *Equilib. J. Pendidik.*, vol. 9, no. 1, pp. 1–8, 2020, doi: 10.26618/equilibrium.v9i1.4489.
- [15] J. A. Wibowo, G. Priyowidodo, and D. Yoanita, “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>

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
SIDOARJO



TERIMA KASIH

