

# TUR PUTY

*by* Sectiari Elya Putri

---

**Submission date:** 14-Jul-2023 12:53PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2130926250

**File name:** cek\_plagiasi\_puty.docx (321.66K)

**Word count:** 3350

**Character count:** 20959

# **Analysis Of The Motives Of Using The Bumble Application In Searching A Partner In The New Media Era**

## **[Analisis Motif Penggunaan Aplikasi Bumble Dalam Pencarian Pasangan Di Era New Media]**

Sectiari Elya Putri<sup>1)</sup>, Poppy Febriana\*<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(192022000083@umsida.ac.id)

<sup>2)</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(poppyfebriana@umsida.ac.id)

**Abstract.** *The increasingly modern technological development of today many new media that move in the field of Technology, Communication, and Information that will continue to grow with the development of the times. One of the new media impacts is the emergence of Bumble or dating apps that make it easier to find new information and acquaintances online. Users can find the ideal pair according to the criteria by swiping to the right (swipe right) when their profile likes and swipe to the left when they don't like their profile. After a match, a new user can start a chat with the rule that only women can start the chat for the first time. The study aims to find out the motives of Bumble users looking for a partner in the era of New Media. The study uses a qualitative approach with phenomenological methods that directly analyze the results of conversations and interviews with Bumble users and study subjectively to more detail in understanding the individual's experience.*

**Keywords -** *online dating, bumble, motif, new media.*

**Abstract.** Perkembangan teknologi yang semakin modern saat ini banyak melahirkan media baru yang bergerak dalam bidang Teknologi, Komunikasi, dan Informasi yang akan terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Salah satu dampak new media adalah munculnya Bumble atau aplikasi dating apps yang memudahkan dalam mencari informasi dan kenalan baru secara online. Pengguna dapat menemukan pasangan ideal sesuai dengan kriteria dengan cara menggeser ke kanan (swipe right) apabila menyukai profilnya dan menggeser ke kiri (swipe left) apabila tidak menyukai profilnya. Setelah match pengguna baru bisa memulai obrolan dengan aturan hanya wanita saja yang dapat memulai obrolan pertama kali. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mencari tahu motif para pengguna aplikasi Bumble dalam mencari pasangan di era New Media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi yang menganalisa secara langsung dari hasil percakapan dan wawancara dengan pengguna aplikasi Bumble dan mempelajari secara secara subjektif untuk lebih terperinci dalam memahami pengalaman – pengalaman individu tersebut.

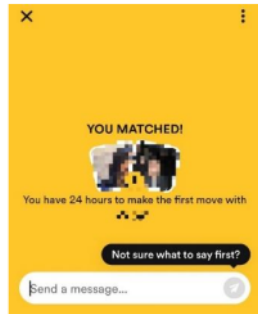
**Kata kunci** – kengan online, bumble, motif, new media

## I. PENDAHULUAN

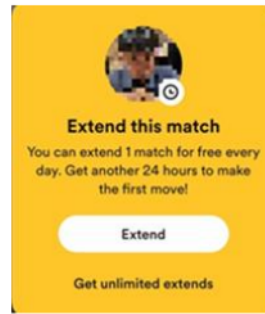
1  
Internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagai produk teknologi, maka internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Jika pada masa lalu, masyarakat berinteraksi secara *face to face communication*, maka 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 [1]. Internet juga memunculkan berbagai media baru yang memberikan kemudahan bagi masyarakat Indonesia untuk berinteraksi secara *online*. Kemunculan media – media baru, memberikan kemudahan kepada manusia untuk mengakses segala informasi dengan cepat hingga memperbanyak relasi dengan manusia lain dari segala penjuru dunia. Karena pada dasarnya, bertukar informasi dan memperluas pertemanan sudah menjadi kebutuhan bagi diri manusia. Manusia adalah makhluk sosial yang memiliki kecenderungan untuk berkumpul dengan manusia lainnya [2].

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. Munculnya media baru memudahkan orang untuk memiliki akses cepat ke semua informasi yang meningkatkan hubungan dengan orang lain di seluruh dunia. Karena pada dasarnya bertukar informasi dan memperluas pertemanan sudah menjadi hal yang penting bagi manusia karena manusia adalah makhluk sosial yang cenderung bergaul dengan orang lain [3]. Internet di masyarakat saat ini tidak hanya digunakan untuk berinteraksi dengan orang lain, namun juga digunakan sebagai sebuah sarana sosialisasi dalam membentuk hubungan yang lebih bertahan lama, bahkan malah dapat berkembang secara nyata di dalam kehidupan social [4]. 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 [5]. Dengan adanya istilah baru ini bukan berarti media baru menggantikan media lama dan media lama menjadi hilang hanya sebatas pengistilahan saja dan media lama juga masih digunakan. 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 [6], 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 [7].

Salah satu aplikasi yang menunjang untuk berkenalan dan mencari pasangan secara online yaitu Bumble. Aplikasi Bumble pertama kali rilis pada tahun 2014 yang dikembangkan oleh Bumble Trading Inc [8]. Cara menggunakan aplikasi ini yaitu pengguna diminta untuk membuat akun terlebih dahulu dengan mendaftarkan nomor telepon atau bisa menggunakan akun Facebook atau Apple ID. Kemudian pengguna di arahkan untuk melengkapi profil dengan mengunggah foto profil dan mengisi data diri seperti nama, umur, gender, ketertarikan atau hobi, serta lokasi atau kota tempat tinggal yang gunanya untuk ditampilkan di beranda dan mengklasifikasikan pengguna dengan pengguna lain yang memiliki ketertarikan dan minat yang sama. Pengguna juga dapat merubah pencarian tergantung tujuan seperti mencari teman saja atau mencari kenalan kencan yang dapat disesuaikan dengan jarak tempuh dan rentang umur yang diinginkan

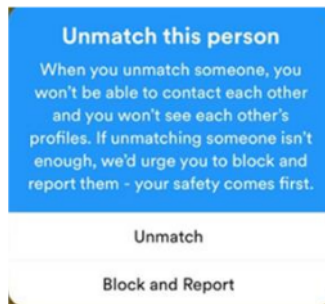


Gambar 1. (tampilan Bumble apabila *match*).



Gambar 2. (tampilan untuk memperpanjang durasi *match*)

Aplikasi ini memiliki aturan yang hanya wanita saja yang dapat memulai obrolan pembicaraan (*chat*) apabila pengguna saling suka dan muncul tulisan “*you matched!*”. Aplikasi ini memberikan pengguna kebebasan memilih sesuai dengan kriteria idaman dengan menggeser ke kanan apabila menyukai profil yang ditampilkan dan sebaliknya menggeser ke kiri apabila tidak menyukai profil yang ditampilkan. Kemudian setelah *match* pengguna diberi waktu 23 jam dari pertama kali *match* untuk memulai obrolan dan apabila pengguna tidak memulai obrolan dalam rentan waktu yang diberikan maka ruang obrolan otomatis kadaluarsa. Bumble juga memberikan kesempatan 1 kali kepada pengguna untuk dapat memperpanjang durasi *match* menjadi 24 jam dan dapat didapatkan gratis setiap hari untuk 1 kali *extend*. Pengguna juga dapat memperpanjang durasi *match* tanpa batasan dalam sehari dengan beralih ke Premium atau berbayar.



Gambar 3. (tampilan *Unmatch* dan *Block and Report*)

Seperti pada gambar 3 pengguna juga dapat *Unmatch* dengan pengguna lain dengan meng-klik icon di pojok kanan atas apabila ingin membatalkan *match* dan apabila menemukan pengguna yang kurang sopan atau melanggar pedoman sehingga menimbulkan ketidaknyamanan pengguna dapat memblokir dan me-*report* akun pengguna tersebut untuk keamanan pengguna. Semua fitur yang ditunjukkan pada gambar 2 dan gambar 3 dapat didapatkan *unlimited* atau tidak terbatas dengan meng-upgrade ke Premium atau berbayar.

Selain itu fitur yang didapatkan apabila upgrade ke Premium atau berbayar yaitu, dapat melihat akun pengguna yang menyukai profil kita baik yang terbaru maupun akun pengguna terdekat, tidak ada batasan berapa banyak filter yang dapat di terapkan, dapat mengubah lokasi untuk *match* di negara lain, dapat menggunakan incognito mode atau mode penyamaran yang hanya ditampilkan kepada orang yang disukai atau di geser ke kanan. Upgrade ke Premium

dapat didapatkan dengan berbagai pilihan mulai perminggu, 1 bulan, 3 bulan, dan selamanya dengan biaya yang berbeda beda. Dari berbagai kemudahan yang ada mulai dari internet yang memadai yang memudahkan dalam berinteraksi secara online dan munculnya media – media baru yang mejadikan aplikasi *dating apps* yang populer di kalangan remaja yang tidak mengharuskan bertemu untuk berkenalan cukup berdiam dirumah sudah bisa mendapatkan kenalan atau bahkan pacar. Berdasarkan adanya internet dan manfaat yang diberikan dan munculnya media – media baru serta kemudahan yang diberikan aplikasi dating apps tersebut akan menjadi dasar penelitian ini untuk mengkaji lebih dalam lagi apa saja motif yang melatarbelakangi para penggunaan aplikasi Bumble dalam pencarian pasangan di era new media ini.

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menjadikan narasumber sebagai subjek sumber informasi penelitian melalui wawancara langsung. Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik, <sup>1</sup> tapi dengan pengumpulan data, analisis, dan kemudian di interpentasikan [9]. 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 [10]. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk menjelaskan fenomena yang sedang terjadi lebih dalam lagi [11].

<sup>2</sup> Secara umum, metode penelitian terdiri dari tiga langkah. Langkah pertama ialah mengajukan pertanyaan. biasanya pertanyaan ini muncul karena ada sesuatu fenomena yang menarik dan tidak biasa atau aneh. Hal yang menarik, tidak biasa dan aneh ini membutuhkan jawaban atau pemahaman yang lebih dalam. Kemudian langkah kedua adalah mengumpulkan data yang bisa didapatkan melalui wawancara atau dengan meng<sup>2</sup>ukan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya dan dengan pilihan jawabannya yang disediakan. Tujuan dari pengumpulan data ini ad<sup>2</sup>ah untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat sehingga kita bisa mendapatkan jawaban yang tepat dan akurat atas hal-hal yang menarik, tidak biasa dan aneh tersebut. Langkah terakhir adalah menganalisis data dan informasi serta menyajikan jawaban secara benar, komprehensif dan logis [12].

Dalam penelitian ini peneliti mengunduh dan mengoperasikan sendiri aplikasi Bumble dengan tujuan agar dapat menganalisa secara langsung motif apa saja yang melatarbelakangi para pengguna aplikasi Bumble dalam mencari pasang di era new media ini. Peneliti juga mengumpulkan data dengan bertemu langsung dengan narasumber untuk melakukan wawancara secara langsung dan juga melalui panggilan telepon. Dalam penelitian kualitatif, setelah metode wawancara sudah dilakukan oleh peneliti, maka hasil data yang dikumpulkan akan berupa pandangan – pandangan dan pendapat individu – individu narasumber yang diwawancara melalui perkataan [13].

Peneliti juga menyertakan hasil dokumentasi berupa *screenshot* atau tangkapan layar personal chat (PC) antara peneliti dan pengguna aplikasi Bumble. Dalam menentukan narasumber peneliti menggunakan teknik *purposive*. Teknik ini adalah teknik yang pengambilan informannya ditentukan secara khusus oleh peneliti sendiri dengan mempertimbangkan berbagai kriteria. Kriteria yang dimaksud secara khusus adalah narasumber memiliki pengetahuan tentang objek penelitian, narasumber yang dipilih berada dalam komunitas yang akan diteliti, pejabat struktural tempat studi dilakukan, masyarakat atau individu yang berkaitan dengan apa yang akan diteliti [14]. 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.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 4. (tampilan isi room chat)



Gambar 5. (tampilan isi room chat)

Dari percakapan tersebut telah menunjukkan bahwa suatu ketertarikan yang sama sama dapat menjadi topik pembuka suatu obrolan. Ketika seseorang akan menjalin suatu hubungan tidak dipungkiri bahwa suatu individu tersebut melihat kecocokan atau kesamaan antar lawan jenis untuk membangun kedekatan. Setelah itu akan terbentuk interaksi komunikasi antar lawan bicara melalui kecocokan dan rasa nyaman terhadap lawan. Maka dari interaksi itulah, dapat diketahui kepribadian seseorang dan dapat menilai apakah cocok untuk menjadi pasangan dalam membina hubungan [15]. Berdasarkan hasil wawancara secara langsung dan via telepon yang dilakukan dengan sepuluh narasumber yang pernah menggunakan dan masih menggunakan aplikasi Bumble. Peneliti menemukan beberapa faktor yang menjadi motif penggunaan aplikasi dating apps di era new media ini yaitu gabut atau hanya ikut – ikutan saran teman, mencari teman main game online, menambah kenalan saja dan menambah followers di Instagram, serta ingin menjalin hubungan percintaan.

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 karena merasa bosan dan mendapatkan saran untuk mencoba menggunakan aplikasi Bumble dari teman – temannya pada akhirnya ketiga narasumber mengunduh aplikasi tersebut. Pada awalnya 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 tersebut mereka tidak melanjutkan berkenalan lebih jauh lagi dikarenakan lawan bicara atau *chatting* sudah tidak asik lagi dan biasanya berhenti setelah saling menyukai postingan satu sama lain di Instagram. Mereka mengaku dari bermain aplikasi tersebut mendapatkan lumayan pengikut di Instagram sehingga menjadi hiburan pada saat liburan semester.

Berbeda dengan narasumber sebelumnya, narasumber keempat JM (23 tahun). Pada saat wawancara via telepon JM mengungkapkan motifnya menggunakan Bumble dikarenakan saran dari temannya yang mengatakan bahwa penggunaan aplikasi Bumble keren – keren dan tidak norak. JM juga mengaku telah lama single selama kurang lebih

3 tahun sehingga merasa tertarik, JM akhirnya mengunduh aplikasi Bumble dan mencari pengguna yang sesuai dengan kriteria JM. Setelah banyak berinteraksi dan saling bertukar sosial media, JM akhirnya melanjutkan obrolan di Whatsapp dengan salah satu pengguna dan berujung menjalin suatu hubungan asmara. Sebelumnya JM mengaku bahwa ini bukan pertama kalinya ia pindah ke Whatsapp namun gagal sampai ke tahap berpacaran. Alasan JM menjalin hubungan dengan orang tersebut karena sangat mendekati kriteria sempurna JM baik dari fisik, hobi hingga tinggi badan. Narasumber mengatakan sangat terbantu dengan aplikasi Bumble karena tidak perlu repot – repot mencari yang seagama dan mempersingkat waktu dalam mencari obrolan karena dengan gampang mengetahui minat lawannya dari bio yang ditulis di profil Bumblenya .

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 dan setelah mencoba menggunakan aplikasi tersebut ternyata mendapatkan banyak *match*. Setelah melewati banyak obrolan ringan akhirnya narasumber mengajak bertemu untuk sekedar nongkrong bersama atau hangout bareng pada saat *weekend*. Ketiga narasumber LD, FH dan IN juga 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. Namun jarang sekali yang berlangsung hingga hitungan bulan.

Sedikit berbeda dengan narasumber sebelumnya, 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, namun pada kasus ini lebih serius dikarenakan biasanya ada kontrak masa hubungan serta aturan – aturan yang ditetapkan yang tentunya sudah saling setuju dengan apa saja ketentuan yang diberikan. Biasanya berjalan lebih lama dalam kurun waktu bulan. SC mengaku mendapatkan berbagai keuntungan seperti mendapatkan uang bulanan untuk *shopping*, perawatan dan uang jajan.

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 menjalin hubungan asmara. Selama menggunakan aplikasi ini GN mengaku sudah banyak mendapatkan teman main dan ada juga yang sampai bertukar nomor Whatsapp. Dari ketebulan mempunyai kesamaan dalam bermain salah satu game online GN mengaku suka memamerkan skillnya hanya untuk mencari pujian dari teman mainnya yang didapatkan dari Bumble.

Kemudian 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 itulah yang menjadi alasan utama PS untuk mengunduh aplikasi ini. 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 dan menjadi terbantu dalam pendekatan karena PS termasuk pemalu dan golongan orang yang susah dalam mencari obrolan. 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 tersebut.

#### **IV. SIMPULAN**

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 tiga narasumber. Kemudian motif lain yaitu 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 daddy 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.

#### **V. UCAPAN TERIMA KASIH**

Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada Tuhan YME dan kepada Ibu Dosen Pembimbing Poppy Febriana, S.Sos. M.Med.kom serta kepada teman – teman dan narasumber yang telah membantu peneliti selama proses dan penyelesaian dalam penelitian dan penulisan artikel ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga yang telah menjadi penyemangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.



## VI. REFERENSI

- [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.iaitaboh.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, *Metodologi 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>

# TUR PUTY

---

## ORIGINALITY REPORT

---

6%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1

[eprints.walisongo.ac.id](http://eprints.walisongo.ac.id)

Internet Source

2%

---

2

[archive.org](http://archive.org)

Internet Source

2%

---

3

[publication.petra.ac.id](http://publication.petra.ac.id)

Internet Source

2%

---

Exclude quotes  On

Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 2%