

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kata perjodohan sudah tidak terdengar asing lagi di seluruh penjuru dunia. Dahulu dalam masyarakat tradisional pengenalan sampai ketahap perjodohan lebih banyak diambil alih oleh orang tua, dikarenakan menurut orang tua pernikahan bukanlah tentang antara individu pasangan, tetapi juga diantara keluarga, baik keluarga dari pihak perempuan maupun keluarga pihak laki- laki, sehingga peran orang tua yang lebih banyak berperan dalam memilih pasangan untuk anak. (Herdianti, H, A., 2018). Selain itu, di era 80-an mencari pasangan bisa dapat melalui koran alias media cetak, dalam “Rubrik” bernama kontak, pembaca dapat mengirim dan mengekspresikan informasi profil mereka, seperti mengenai usia, status pendidikan, hobi, sampai kriteria diri. (Kiki Oktaviani, 2019).



Gambar 1.1 Biro Jodoh di Koran.

Sumber : Hipwee.com

Namun, seiring berjalannya perkembangan zaman membawa banyak perubahan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sosialnya, khususnya dalam mencari dan mendapatkan pasangan hidup yang bisa dilakukan dari media cetak ke media digital. Kehadiran media sosial, merupakan bagian dari media digital yang berbentuk sebuah konten berupa gambar, atau berupa teks lainnya, video dan audio suara yang masuk kedalam jaringan elektronik, satelit dan sistem gelombang mikro. (Flew, T., 2008). Hal itu memudahkan masyarakat dalam membentuk sebuah hubungan atau relasi antarpersonal maupun kelompok tanpa batasan ruang, jarak dan waktu. Sehingga membawa perkembangan yang sangat

signifikan di tengah ke modern-an segala aktivitas masyarakat. Dengan adanya media sosial memberikan konektivitas seseorang dengan mudah dan cepat. (Adelia, S., 2019).

Beberapa tahun terakhir, kencan online atau dating online mulai banyak diminati oleh masyarakat sebagai alternatif untuk mencari pasangan, baik untuk menjalin hubungan serius hingga ke jenjang pernikahan atau hanya sekedar mencari kesenangan. (Sari, P, W., & Kusuma, S, R., 2018). Berdasarkan hasil penelitian (Ashidiqie, M, L, I, I) ditahun 2020, beberapa faktor yang menjadi alasan kebanyakan orang memilih mencari pasangan melalui biro jodoh online atau bisa disebut dating apps yaitu : Pertama, padatnya aktivitas yang dimiliki sehingga seseorang tidak memiliki banyak waktu untuk mencari pendamping hidup di kala kesibukannya. Kedua, mencari jodoh secara online menjadi sangat simple, dan efisien, karena bisa dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Ketiga, kurangnya percaya diri seseorang, tidak dapat dipungkiri bahwa dalam diri manusia memiliki sifat tidak percaya diri dalam berbagai hal tertentu, salah satunya perihal berkenalan dan bertemu seseorang secara langsung dalam pencarian masa single-nya, sehingga dengan adanya biro jodoh online dinilai bisa membantu mempertemukan seseorang yang sesuai dengan kriterianya masing-masing. Keempat, lebih nyaman, satu hal yang sering terjadi ketika seseorang ingin melakukan PDKT (Pendekatan) ialah kesulitan memilih cara untuk mendekati dan memulai pembicaraan kepada lawan jenisnya. Sebab karena itulah, orang-orang memiliki maksud dan tujuan untuk menggunakan biro jodoh online atau yang dimaksud adalah dating apps. Selain itu, ditambah lagi belum lama ini seluruh dunia diguncangkan oleh adanya pandemi Covid-19, yang mengharuskan semua aktivitas dilakukan serba dari rumah, karena pemerintah membatasi mobilitas fisik guna mengurangi penyebaran virus. Menurut katadata.co.id sebelum pandemi, aplikasi kencan memiliki penyusutan secara global, dan Bumble meningkat drastis saat seminggu setelah Presiden AS Donald Trump mengumumkan keadaan darurat pandemi (Setyowati, D., 2018).

Diawali pada tahun 1995 di Amerika Serikat, menghadirkan sebuah situs kencan online bernama match.com yang berhasil memikat perhatian masyarakat

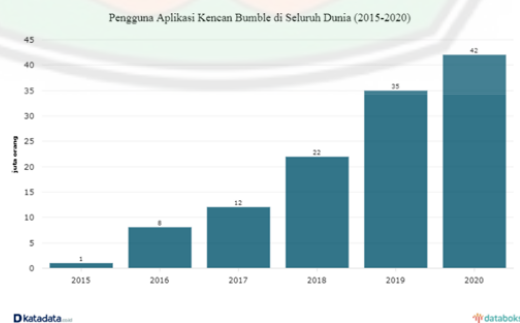
urban, bahkan tidak hanya di Amerika Serikat saja situs tersebut digunakan, tetapi di seluruh negara, setelah keberhasilan situs kencan online tersebut, muncul aplikasi kencan online lainnya yang berada dalam smartphone. (Mellania, C., Tjahjawan, I., 2020). Melansir dari CNET beberapa dating apps yang paling populer ditahun 2022 diantaranya, Tinder, Bumble, OkCupid, Badoo, dan Tantan. Namun, berdasarkan survei databooks pelanggan aplikasi kencan yang paling banyak ialah Tinder. Tinder memiliki peningkatan minat pelanggan sebanyak 323,9 juta, naik 17,07% pada kuartal II di 2021. Angka penggunaan meningkat dibandingkan tahun sebelumnya.



Gambar 1.2 Jumlah Pelanggan Tinder.

Sumber : Databooks.co.id

Selain Tinder, menurut data survey databooks aplikasi kencan lain yang dominan pelanggannya bertambah ialah Bumble memiliki peningkatan sebanyak 40,4% dari tahun sebelumnya dan pada aplikasi kencan Tantan sebanyak 33,9% pelanggan. (Rizaty Ayu, M., 2022).



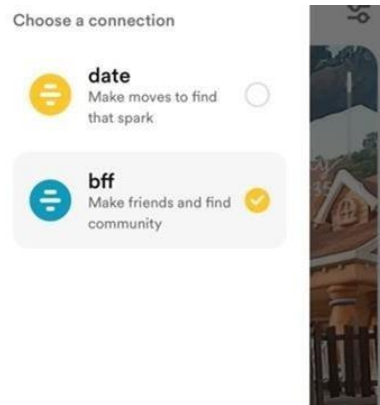
Gambar 1.3 Jumlah Pelanggan Bumble.

Sumber : Katadata.co.id

Lalu, pada aplikasi kencan OkCupid meningkat 20% di bulan yang sama. (Lidwina, A., 2021). Sedangkan aplikasi kencan Badoo sebanyak 60 juta

pengguna di 2021. (Rizal Gustav, J., 2022). Meningkatnya penggunaan internet dan smartphone, situs (website) kencan telah membuka jalan bagi dating app yang dirancang khusus untuk smartphone, yaitu *mobile dating app*. Hadirnya *dating app* berbasis mobile ini memberikan kesempatan untuk mereka yang ingin berpetualangan dalam mencari hubungan romantis, casual ataupun lainnya. Salah satu *mobile dating app* yang banyak menjadi perbincangan oleh para remaja & dewasa lajang akhir-akhir ini adalah Bumble. *Mobile dating app* Bumble telah dikenal sebagai *dating apps* versi feminis, karena memungkinkan perempuan untuk mengontrol penuh aktivitas percakapan mereka (Anwar, 2015). Selain itu ada beberapa hal yang membedakan aplikasi kencan Bumble, dengan aplikasi kencan lainnya yakni pertama, adanya detektor pribadi sebagai bentuk keamanan untuk pengguna dari pelecehan dalam bentuk foto maupun gambar yang tidak senonoh. Kedua, ruang untuk *voice call* dan *video call* membantu penggunanya untuk tidak perlu repot beralih ke *medium* lain. Ketiga, adanya verifikasi foto untuk meminimalisir akun palsu di Bumble. Keempat, verifikasi foto *match* pengguna dapat meminta verifikasi foto untuk memastikan kalau pasangan *match* nya menggunakan identitas asli (Arintya, 2021).

Aplikasi Bumble didirikan oleh perempuan bernama Whitney pada tahun 2014, dan aplikasi tersebut didedikasikan untuk perempuan yang berani mengambil alih atau langkah pertama dalam mengawali atau memulai percakapan dengan *match*-nya. (Sari Kemala, I., 2021). Penggunaanya tetap sama dengan aplikasi kencan lainnya, yaitu harus (*swipe left*) menggeserkan ke kiri, jika pengguna merasa kurang cocok terhadap kriteria pilihannya. dan (*swipe right*) menggeserkan ke kanan, jika pengguna merasa cocok terhadap kriteria pilihannya. Dalam akun *twitter*-nya Whitney mengunggah gambar slogan yang menjadi ciri khas dari aplikasi kencan Bumble. Selain itu, di Bumble kita juga dapat menentukan sendiri tujuan dalam menggunakan aplikasi tersebut, bisa untuk mencari pasangan, dan bisa juga hanya sekedar mencari teman dekat.



Gambar 1.4 Fitur Pemilihan Koneksi Bumble

Sumber : Bumble.com

Bumble adalah media sosial berbasis lokasi yang memfasilitasi komunikasi antara pengguna yang memiliki ketertarikan satu sama lain. Pada *mobile dating app* Bumble jika terjadi kecocokan (*matched*) heteroseksual, hanya pengguna perempuan yang bisa memulai atau membuka percakapan pertama dengan pengguna laki-laki. Seakan mengubah stigma kuno di masyarakat dimana hanya laki-laki yang bisa melakukan pendekatan pertama pada lawan jenisnya. Pendirinya, Whitney Wolfe Herd menyebut Bumble sebagai aplikasi "*100 percent feminist*" (Yashari, 2015), bukan hanya karena slogan *women make the first move* ini, tetapi ia juga memiliki tujuan untuk mengurangi pelecehan berdasarkan *gender*. Dibalik pendiri Bumble yakni Whitney Wolfe Herd, wanita asal Amerika Serikat tersebut sebelumnya dikenal sebagai salah satu pendiri aplikasi kencan saingan Tinder. Ia bahkan sempat menjabat sebagai wakil presiden marketing yang berperan besar dalam pembuatan nama, logo, hingga popularitas. Namun, sayangnya di tahun 2013 Whitney meninggalkan Tinder lalu mengajukan tuntutan pelecehan seksual. Di lansir Chorn, ketika itu Whitney mengaku diserang secara seksual oleh *cofounder* Justin Mateen yang memanggilnya dengan sebutan pelacur dan pembohong setelah mereka putus. Whitney mengaku dipaksa untuk mengundurkan diri untuk kasus tersebut meski Tinder tidak mengakui kesalahan. Setelah keluar dari Tinder, Whitney dihubungi oleh founder Badoo, Andrey Andrevv, yang kini menjadi suaminya. Keduanya kemudian bekerja sama untuk meluncurkan aplikasi kencan baru yang di kontrol lebih oleh perempuan yakni Bumble (Anjani, R., 2021).

Meskipun banyak anggapan bahwa jaringan seksual diperluas semenjak penggunaan teknologi digital yang mengarah pada peningkatan jumlah pasangan *casual*, atau pertemuan *casual*, Hobbs et al. (2017). Layne et al. (2010) mengemukakan bahwa perhatian utama feminis adalah menegaskan otonomi perempuan. Teknologi bisa menjadi feminis jika dirancang untuk membuat hidup perempuan lebih mudah atau memfasilitasi kehidupan perempuan terhadap konsekuensi yang tidak diinginkan. Teknologi bisa menjadi feminis jika dirancang untuk membuat hidup perempuan lebih mudah atau memfasilitasi kehidupan perempuan terhadap konsekuensi yang tidak diinginkan. Lebih lanjut, Johnson (dikutip dari Chan 2018), mengemukakan bahwa teknologi feminis dapat mengambil salah satu dari empat bentuk diantaranya, teknologi yang meningkatkan kondisi perempuan, berkontribusi pada kesetaraan *gender*, mendukung perempuan, atau memunculkan hubungan gender yang lebih adil dari pada yang terkait dengan teknologi sebelumnya.

Faktor sosial yang membentuk berbagai teknologi pun berada di bawah pengawasan, terutama cara teknologi mencerminkan perpecahan dan ketidaksetaraan *gender* (Wajcman, 2006). Masalahnya bukan hanya monopolilaki-laki atas teknologi, tetapi juga cara *gender* dimasukkan ke dalam teknologi itu sendiri. Penelitian ini juga merupakan pernyataan yang tegas tentang kepentingan dan kebutuhan perempuan sebagai hal yang berbeda dari laki-laki dan menyoroti cara perempuan tidak selalu terlayani dengan baik oleh teknologi saat ini, termasuk salah satunya adalah dalam hal perempuan mencari sebuah hubungan melalui teknologi *mobile dating app*. Banyak orang cenderung mencari sebuah keintiman dalam menjalin hubungan romantis dengan lawan jenis-nya. Meskipun keintiman adalah istilah yang sulit dipahami, para peneliti setuju bahwa itu adalah aspek esensial dari hubungan interpersonal yang tidak terjadi dalam ruang hampa (Gibson, 2015), melainkan hasil dari proses dinamis di seluruh interaksi berulang dari waktu ke waktu. *Mobile dating app* Bumble mencoba untuk mediasi, karena keunikan algoritma aplikasi Bumble yang mencoba menentang norma-norma heteroseksual yang sudah ketinggalan zaman, di mana jika perempuan menginisiasi sebuah hubungan baru dengan laki-laki masih dianggap hal yang

tabu dalam masyarakat. Dalam artikel Bivens & Hoque (2018) mengatakan, tujuan keadilan sosial feminis bagi Bumble adalah kesetaraan *gender*, yang dituangkan dalam kendali penuh pada aplikasi dan rasa aman dalam dunia kencan, terutama hubungan heteronormatif. Bumble dipasarkan sebagai alternatif, dan seakan mencari kesetaraan dengan cara tegas dan eksplisit menyerahkan semuanya kepada pengguna *cisgender* perempuan untuk mengatur dengan siapa ia akan memulai percakapan. Wolfe Herd berpendapat bahwa jika hanya perempuan yang bisa membuka percakapan terlebih dahulu, dengan demikian ia mampu mengarahkan percakapan dengan cara yang sangat berbeda (Yashari, 2015). Terlihat keinginan Whitney Wolfe Herd untuk menyeleksi pengguna laki-laki-nya secara halus, dengan harapan hanya laki-laki dengan niat baik yang mencari pasangan di Bumble. Dalam keterbatasan pengguna laki-laki dalam berkomunikasi dengan pengguna perempuan pada Bumble, diharapkan akan menciptakan perasaan aman dan nyaman bagi perempuan dalam berkomunikasi dengan orang asing secara online, sehingga interaksi yang saling menghormati bisa terwujud (Yashari, 2015). Terlihat keinginan Whitney Wolfe Herd untuk menyeleksi pengguna laki-laki-nya secara halus, dengan harapan hanya laki-laki dengan memiliki niat baik yang mencari pasangan di Bumble. pengguna laki-laki dalam berkomunikasi dengan pengguna perempuan pada Bumble, diharapkan akan menciptakan perasaan aman dan nyaman bagi perempuan dalam berkomunikasi dengan orang asing secara online sehingga interaksi yang saling menghormati bisa terwujud (Yashari, 2015).

Jika melihat pada motivasi pengguna-nya, ada aspek yang perlu diperhatikan jika seseorang mencari pasangan yang mungkin saja berbeda antara laki-laki dan perempuan. Penelitian Sumter & Vandenbosch (2019) menyelidiki motivasi pengguna menggunakan variabel demografis (jenis kelamin, orientasi seksual) dan variabel kepribadian. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Chamourian (2017) dimana ia melakukan *survei* terhadap banyak aspek, salah satunya adalah *survei* kecenderungan pengguna dalam membentuk identitas dan presentasi diri online dalam *mobile dating app*. Baik penelitian Sumter dan Chamourian, keduanya sama-sama bermuara untuk menyelidiki motivasi

penggunaan *mobile dating app*, tapi perbedaannya pada penelitian Sumter, ia menjadikan Tinder sebagai objek penelitian dan berfokus pada gender (laki-laki maupun perempuan) dan orientasi seksual (heteroseksual & LGB) penggunanya. Sedangkan Chamorian meskipun sama dengan penelitian ini menggunakan Bumble sebagai objek, ia membahas dan menganalisis hasil *survei* pada penelitiannya terhadap beberapa poin utama dalam *mobile dating app* pada umumnya, yaitu tentang identitas dan presentasi diri pengguna ketika mereka merangkai profil online di *mobile dating app*. Memeriksa dan mengintegrasikan fenomena ini dari beberapa sudut, peneliti akan bisa menemukan bahwa profil pada Bumble dibuat untuk mewakili diri yang ideal. Couch dan Liamputtong (dikutip dari Hobbs, Owen, & Gerber 2017) melaporkan bahwa partisipan pada penelitian mereka secara strategis 'menyaring' siapa yang akan ditemui secara langsung dengan mengamati interaksi dan foto-foto pada profil untuk menilai keaslian pasangan potensial mereka. Pengguna harus menyeimbangkan antara hasrat mereka untuk *self-promotion* yang berlebihan dengan kebutuhan mereka untuk menampilkan *self-presentation* yang apa adanya (Hobbs et al., 2017) untuk menghadapi interaksi *offline* yang akan terjadi agar motivasinya menggunakan *mobile dating app* bisa terwujud. Menyandingkan presentasi diri dan motivasi juga memungkinkan untuk bisa mendapatkan satu rangkaian pengalaman lengkap dari para pengguna perempuannya. Seperti penelitian akademis sebelumnya mengungkapkan bahwa daya tarik perempuan adalah hal yang paling penting bagi laki-laki (Chamourian, 2017). Perempuan seakan mendapatkan tuntutan untuk menampilkan dan meningkatkan daya tarik-nya pada profil *mobile dating app*. Namun perempuan juga diharapkan bisa menyeimbangkannya dengan kebutuhan mereka untuk menampilkan *self-presentation* yang apa adanya (Hobbs et al., 2017).

Memang mungkin terdengar agak sulit bagi perempuan untuk menemukan pasangan ideal yang romantis jika melihat kecenderungan motivasi laki-laki dan perempuan yang bertolak belakang ini. Terlebih, Bauman (2003) pernah mengatakan secara khusus bahwa *computer dating* telah mengubah kencan dan hubungan romantis menjadi sebuah hiburan dimana pengguna bisa merasa bebas

dari khawatir akan kegagalan karena mereka bisa kembali ke *marketplace* dan berbelanja lagi.

Gagasan dari Bauman mengisyaratkan seakan hubungan monogami berkomitmen jangka panjang atau seumur hidup sedang terkikis oleh perkembangan jaringan luas untuk banyak kemungkinan hubungan romantis. Namun peneliti tidak beranggapan bahwa *mobile dating app* dan *online dating* mengaburkan cita-cita hubungan romantis, monogami, atau komitmen untuk hubungan jangka panjang seperti yang dikatakan Bauman. Mayoritas masyarakat muda juga menghargai perkembangan teknologi dan fenomena ini karena mereka menggunakannya untuk mengejar sebuah hubungan yang bermakna.

Perempuan peneliti anggap menarik menjadi fokus dari penelitian ini karena motivasi nya yang terlihat kontras dengan pengguna laki-laki. Ranzini & Lutz (2017) menemukan efek demografis dan psikologis pada struktur motif, terutama pola gender yang jelas muncul, dengan laki-laki lebih banyak menggunakan *mobile dating app* untuk *hook up*, seks atau hubungan *casual*, dan perempuan lebih memilih menggunakannya untuk validasi diri, dan mencari hubungan romantis.

Dengan hal ini peneliti tertarik untuk menggali aspek lain yaitu pada representasi diri perempuan dalam memenuhi yang menjadi kriterianya melalui Bumble. Maka pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Representasi Diri Perempuan Dalam Memenuhi Kriteria Di Aplikasi Kencan Bumble ?

1.2 Pertanyaan Penelitian

Dari latar belakang masalah yang diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ialah : Bagaimana Representasi Diri Perempuan Dalam Memenuhi Kriteria Di Aplikasi Kencan Bumble ?

1.3 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini ialah : Selain bertambahnya jumlah penggunaan aplikasi kencan yang dipasarkan untuk digunakan oleh kedua *gender*, baik laki- laki maupun perempuan, namun kepentingan dan kebutuhan perempuan sebagai hal yang berbeda dari laki-laki dan menyoroti cara perempuan tidak selalu terlayani dengan baik oleh teknologi saat ini, termasuk salah satunya adalah dalam hal perempuan mencari pasangan melalui teknologi *mobile dating app*.

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan pernyataan latar belakang diatas, yang menjadi tujuan penelitian ini ialah :

- Mengetahui secara deskriptif terhadap kinerja *dating app* Bumble sebagai *mobile dating apps* yang *feminist*.
- Menjelaskan fenomena sosial perempuan dalam merepresentasikan dirinya di dalam media kencan online.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

Kegunaan praktis dipenelitian ini berharap bisa memberikan dorongan kepada pengguna aplikasi kencan dimasa depan, terhadap hak perempuan untuk bisa memberanikan diri dalam memulai pendekatan dengan seseorang yang diharapkan dan ditemukan di *mobile dating apps* secara aman. Serta memberikan reputasi positif terhadap aplikasi kencan- aplikasi kencan diselanjutnya dalam versi yang lebih bervariasi.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Diharapkan kegunaan teoritis dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan membantu mengembangkan ilmu komunikasi yang lebih terangkum untuk dijadikan penelitian yang sejenis diselanjutnya, dalam memahami bentuk presentasi diri seseorang di media sosial.