

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada zaman sekarang media sosial menjadi suatu kebutuhan, beriringan dengan perkembangan zaman yang lebih aktual dan modern. Media sosial adalah salah satu *platform* digital yang dapat memfasilitasi para penggunanya dalam menerima atau menyampaikan informasi, dapat berupa tulisan, gambar, dan suara. Pada awalnya sebelum media sosial berkembang begitu pesat, interaksi, informasi, dan hiburan sosial hanya dapat dilakukan di luar rumah dan bertemu dengan individu lain, Tidak bisa di pungkiri, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat telah mengubah cara individu dengan individu lain dalam berkomunikasi, serta keberadaanya sangat membantu keefektifitasan para penggunanya, mulai dari kebutuhan sehari-hari, mencari informasi, kebutuhan hiburan, dan juga kebutuhan berinteraksi dan bersosialisasi. Teknologi komunikasi juga menjadi salah satu faktor penyebab perubahan budaya, kehidupan keluarga, kerja, sekolah, sosial dan pertemanan. Sebagian orang menanggapi kemajuan teknologi komunikasi ini adalah sebagai hal yang negatif, namun tidak sedikit pula yang menanggapi hal tersebut sebagai sesuatu yang positif. Perkembangan teknologi tentu akan ditanggapi secara positif bagi penggunanya yang aktif dalam menggunakannya, begitupula sebaliknya, akan ditanggapi secara negatif bagi mereka yang tidak aktif menggunakan.

Menurut Chris Brogan (2010) – Media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam. Hasil riset UNESCO 2018 yang di terbitkan oleh Direktur Jendral Informasi dan Komunikasi Publik Kementrian Komunikasi dan Informatika bahwa 4 dari 10 rakyat Indonesia aktif di media sosial, adapun hasil riset dari (wearesosial Hootsuite 2022) penggunaan media sosial di Indonesia kini telah mencapai angka 191 juta atau sebesar 50% dari total populasi, jumlah tersebut ternyata mengalami kenaikan sebesar 12,35% dari survey yang di lakukan sebelumnya, jadi bisa di kalkulasikan bahwa sebesar 191 juta atau 50% lebih dari populasi telah menggunakan media sosial.

Karena tingginya minat masyarakat terhadap media sosial, sudah tidak aneh lagi bila mulai bermunculannya inovasi aplikasi yang dapat menarik perhatian masyarakat. Salah satu media sosial yang saat ini menyita perhatian di kalangan masyarakat adalah aplikasi kencan *online*.

Menurut Sumter & Vandebosch (2017) Aplikasi kencan *online* merupakan salah satu aplikasi yang bertujuan untuk memfasilitasi kegiatan kencan secara daring. Aktifitas kencan *online* ini menjadi populer karena cara kerja aplikasi tersebut yang dapat membuat para penggunanya bertemu dengan banyak relasi baru dan menjalin banyak hubungan pertemanan. Hal tersebut dapat dinilai efektif bagi orang-orang yang ingin menjalin relasi-relasi baru. Dalam perkembangan pencarian hubungan baru ini telah mengalami perkembangan yang actual, bila dahulu kita ingin mencari atau menjalin hubungan dengan orang yang baru itu harus

mencari atau berkenalan dengan cara bertemu langsung. Seperti yang telah kita ketahui bahwa sebagian orang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi, bekerja atau pun mengejar Pendidikan dari pagi hingga larut malam, dan itu terus dilakukan setiap hari, sehingga interaksi sosial pada masyarakat menjadi berkurang karena kesibukan yang terkadang tiada akhirnya yang mengakibatkan hilangnya waktu untuk bertatap muka langsung dengan orang lain.

Di zaman sekarang ini kita dapat dengan mudah mencari itu semua dengan hanya membuka *smartphone* kita di mana saja dan kapan saja. Keadaan seperti ini yang secara tidak sadar telah mengubah pola interaksi masyarakat Indonesia, terutama bagi mereka yang menggunakan media sosial ini sebagai media interaksi.

Tentunya fenomena ini bukan hal yang baru bagi masyarakat ,apalagi bagi kalangan milenial, kecan *online* ini begitu sangat populer. Menurut data dari *businessofapps.com*, pada 2021 jumlah pengguna aplikasi kecan *online* sudah mencapai 323,9 juta di seluruh dunia. Angka ini meningkat 10,3% dibandingkan tahun sebelumnya yaitu 293,7 juta pengguna.

Dari banyaknya aplikasi kecan *online* di internet, aplikasi kecan *online* paling populer yang di lansir oleh orami.co.id terdapat 7 aplikasi, yaitu Tinder, Bumble, Okcupid, Tantan, Coffee Meets Bagel, Badoo dan The League. Dari awalnya fenomena ini mulai viral, banyak sekali kesan negative yang muncul terhadap penggunaan aplikasi tersebut. Namun pada kenyataannya aplikasi tersebut malah membuat orang semakin penasaran dan justru semakin meningkat jumlah penggunaannya terutama pada kalangan remaja menuju dewasa.

*Bumble* menjadi salah satu aplikasi kencan *online* yang menarik dan berbeda. *Bumble* sendiri yang pertama kali di luncurkan ke public pada desember 2014. *Bumble* menjadi sangat populer karena di masyarakat karena merupakan aplikasi yang di labeli 100% feminis, terlihat jelas juga pada arti dari namanya *Bumble*, yang bila di terjemahkan dalam Bahasa Inggris sering di asosiasi dengan suara dengung yang di hasilkan oleh lebah, lalu koloni lebah sendiri di pimpin oleh Ratu lebah yang di analogikan sebagai perempuanlah yang memiliki kuasa (Wolfe, dalam Zarinsky, 2015).

Menurut Whitney Wolf Herd yang merupakan pendiri dari aplikasi *Bumble* ini mengatakan bahwa tujuannya membuat aplikasi ini adalah membuat aplikasi kencan *online* yang aman bagi wanita. Whitney Wolf Herd juga merupakan salah satu pendiri dari aplikasi kencan *online* yang sangat terkenal yaitu *Tinder*.

Seperti aplikasi kencan *online* lainnya, *Bumble* bertujuan untuk mempertemukan dua individu untuk menjalin suatu relasi baru. Perbedaannya bisa dilihat dari dalam aplikasi tersebut, yaitu di *Bumble*, wanita lah yang harus memulai pembicaraan dahulu saat *Match*, jadi apabila dalam 24 jam wanita tidak memulai pembicaraan, maka *Match* akan hangus dan para pria tidak bisa berbuat apa apa. Ini bertujuan agar wanitalah yang mempunyai kendali dalam membangun relasi. Di *Bumble* juga terdapat fitur “Mode BFF” dimana kegunaannya lebih merujuk kearah mencari teman, relasi dan membangun jaringan karier di masa depan.

Dengan fitur menarik itu lah yang membuat *Bumble* menjadi menarik perhatian banyak orang saat ini *Bumble* menjadi salah satu aplikasi kencan *online* yang paling banyak di gunakan di dunia,tercatat pada juli 2020 *Bumble* mengumumkan sudah memiliki 100 juta pengguna aktif di seluruh dunia (Hertamans, 2020). Menurut hasil riset (Pew Research Center,2013) 59% orang amerika telah menganggap aplikasi kencan onine adalah cara baru untuk menjalin relasi Bersama orang asing. Lalu pada hasil riset (Wearesosial Hootsuite,2020) dari 160 juta pengguna media sosial, 9% nya adalah pengguna aplikasi kencan *online*.

Di Indonesia sendiri tercatat Pada 2019, YouGov baru mengungkapkan penelitian mereka mengenai fenomena kencan di Indonesia. Sebanyak (34%) orang Indonesia telah menggunakan aplikasi kencan *online* (Internet Dating). Hal ini meningkat menjadi 36% di kalangan generasi milenial, tetapi turun menjadi 19% di antara generasi orang yang lebih tua. Menurut Jakpat (2017) mayoritas masyarakat indonesia merasa puas mengguan aplikasi kencan *online*. Lalu menurut data yang di kutip dari kompas.com (25/18) seperti yang di lansir CNN dalam sebuah laporan di tahun 2015 berdasarkan survey terhadap 400 responden berusia 18-35 tahun mereka mendapatkan data bahwa masyarakat Indonesia tercatat aktif dalam menggunakan aplikasi kencan *online*.

Lalu ada fakta baru menarik yang di dapatkan oleh IDN Times mengungkapkan bahwa responden berusia 15-30 tahun paling banyak menggunakan aplikasi kencan *online* hanya untuk berkenalan dengan teman baru. Sedangkan responden berusia 30 keatas menggunakan aplikasi kencan *online* untuk

mencari jodoh yang serius. Menurut (Psychology Today) pengguna tertarik menggunakan aplikasi kencan *online* karena mereka dapat bertemu dengan lebih banyak orang, lalu algoritma aplikasi akan menentukan tingkat kecocokan berdasarkan tes kepribadian masing masing. Motif masyarakat dalam menggunakan aplikasi kencan *online* ni pun berbeda beda, seperti yang di lansir pada IDN times menunjukkan hasil survey ada setidaknya 39,6% hanya ingin berkenalan dengan teman baru yang seru, sedangkan yang lain merujuk pada motif mencari jodoh yang serius sebanyak 20,7%, yang hanya ingin mendapat teman kencan 20,1%, dan hanya iseng mengikuti teman ada 19,6%.

Munculnya aplikasi *Bumble* ini telah mengubah perilaku individu dalam mencari atau menjalin relasi baru, entah itu pertemenan atau perjodohan. Seperti yang di lansir di atas tercatat bahwa kalangan usia remaja menuju dewasa lah yang aktif dalam menggunakan aplikasi kencan *online* ini. Oleh karena itu peneliti sendiri memilih mahasiswa Universitas Pasundan sebagai subjek penelitian karena usia mahasiswa merupakan golongan yang masuk kedalam usia remaja menuju dewasa. Hal lain yang menjadi alasan dalam mengapa memilih mahasiswa Universitas Pasundan menjadi subjek penelitian adalah karena peneliti juga termasuk mahasiswa aktif di dalamnya sehingga data yang di jangkau dapat diperoleh dengan lebih akurat.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada penjelasan yang telah dipaparkan dalam latar bekalang. Maka rumusan masalah untuk penelitian ini sebagai berikut.

- a. Bagaimana tingkat efektivitas penggunaan aplikasi *Bumble* dalam mencari relasi baru pada mahasiswa Universitas Pasundan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui hubungan antara perkembangan teknologi komunikasi dan media sosial dalam mencari relasi baru
- b. Untuk mengetahui motif mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *Bumble*

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini di harapkan dapat bmemberikan manfaat yang bersifat teoritis dan praktis

### **1.5 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini memberi kontribusi bagi ilmu sosiologi komunikasi mengenai perubahan sosial dan individu, dan perubahan secara globalisasi. Penelitian ini pun dapat dijadikan bahan bacaan bagi para peneliti atau mahasiswa dalam memahami tingkat keefektifan suatu media sosial di era masa kini.

### **1.6 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat memberikan suatu kontribusi dan pengetahuan kepada para pembaca, peneliti dan pengguna aplikasi kencan *online* khususnya aplikasi *bumble* mengenai keefektifan aplikasi tersebut.