

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Tinder merupakan situs kencan terpopuler di dunia yang dirilis pada 12 September 2012 oleh Sean Rad, Jonathan Badeen, dan Justin Mateen yang berpusat di West Hollywood, California.¹ Sama seperti jejaring sosial yang lainnya, *Tinder* dapat mempertemukan pengguna satu dengan yang lainnya dimana penggunanya juga dapat saling berinteraksi satu sama lain. Namun bedanya, *Tinder* merupakan jejaring sosial yang diciptakan khusus untuk pencarian jodoh.

Gambar 1.1

Logo Aplikasi *Tinder*



(Sumber: <https://www.tinder.com> diakses pada 29 Januari 2019 pukul 00.02 WIB)

Tinder sebagai aplikasi pencari teman kencan sudah memiliki banyak pengguna. Hal tersebut terlihat dari jumlah *download* di iOS dan Android. Berikut ini bentuk peringkat aplikasi *Tinder* pada tahun 2015:

Gambar 1.2

Rank History *Tinder* di iOS Store



¹ <http://blog.goTinder.com> diakses 29 Januari 2019 pukul 23.00 WIB

(Sumber: <https://techcrunch.com> diakses pada 29 Januari 2019 pukul 01.39 WIB)

Data pada gambar 1.2 merupakan peringkat aplikasi *Tinder* pada 1 Maret 2015 – 31 Maret 2015 yang menunjukkan bahwa aplikasi ini merupakan salah satu aplikasi yang banyak di *download* di Amerika. Garis merah menunjukkan bahwa untuk kategori *lifestyle*, *Tinder* menempati peringkat nomor satu. Sedangkan garis biru menunjukkan bahwa peringkat *Tinder* secara keseluruhan pada iOs menempati peringkat 86 setelah sebelumnya menempati peringkat 969.

Tidak berbeda jauh, kepopuleran *Tinder* juga dibuktikan oleh *PlayStore* dengan jumlah pengguna *smartphone* Android yang mengunduh aplikasi ini. *Tinder* termasuk aplikasi yang banyak di *download* oleh pengguna. *Tinder* menempati posisi ke-10 dalam kategori “*Top Apps*” di *PlayStore*.

Gambar 1.3

“*Top Apps*” di *PlayStore*

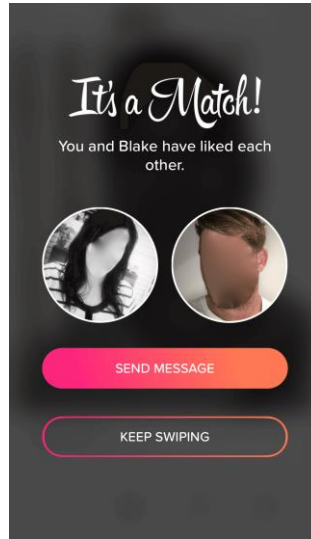
#	By Revenue	Company
1	LINE (ライン)	LINE (ライン)
2	LINE PLAY (ラインプレイ)	LINE (ライン)
3	LINE Manga (LINE マンガ)	LINE (ライン)
4	Pandora Radio	Pandora
5	Dragon Quest X Adventurer's Convenient Duting Tool (ドラゴンクエストX 冒険者のおでかけ便利ツール)	SQUARE ENIX (株式会社スクウェア・エニックス)
6	KakaoTalk (카카오톡)	Daum Kakao
7	PocketColony (ポケットコロニー)	Cocone (ココネ)
8	LOVOO	LOVOO
9	Viber	Rakuten (楽天株式会社)
10	Tinder	InterActiveCorp (IAC)

(Sumber: <https://techcrunch.com> diakses pada 29 Januari 2019 pukul 01.39 WIB)

Aplikasi ini sangat mudah digunakan karena pengguna cukup *log in via Facebook* ataupun *log in* menggunakan nomor telepon yang dimiliki oleh pengguna. Pengguna hanya akan mengikuti petunjuk agar bisa terhubung dengan *Facebook* ataupun nomor telepon untuk secara langsung memiliki akun *Tinder*. Pengguna akan disugahi dengan profil lawan jenis, apabila pengguna tertarik dengan profil yang muncul, pengguna bisa *swipe* ke kanan.

Pengguna juga bisa *swipe* ke kiri apabila tidak tertarik dengan profil yang muncul. Jika dua pengguna saling menyukai maka pengguna akan mendapatkan “*match*”.

Gambar 1.4
Tampilan “Match”



(Sumber: <http://www.tinder.com> diakses pada 29 Januari 2019 pukul 02.31 WIB)

Match akan muncul apabila pengguna sudah *swipe* ke kanan untuk profil yang disukai dan jika yang bersangkutan juga melakukan hal yang sama, maka akan timbul pesan “*Match*”. Setelah mendapat “*Match*”, pengguna bisa langsung berkomunikasi dengan fitur *chat* dan *photo sharing*. Pengguna juga bisa klik *unmatch* apabila pengguna merasa tidak nyaman dengan lawan jenis.

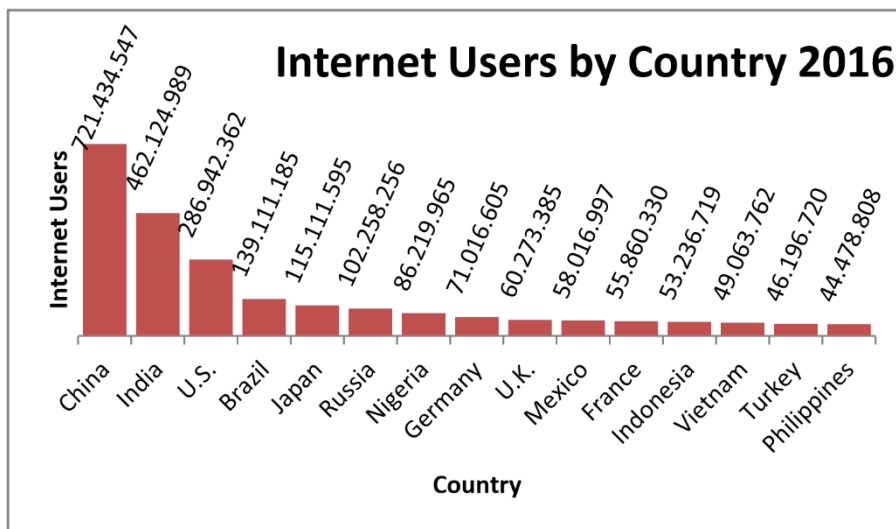
1.2 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi merupakan salah satu unsur penting dalam hidup manusia, Setiap manusia dapat menjalin hubungan dengan manusia lain melalui komunikasi. Dengan adanya komunikasi dapat mempermudah individu dalam mendapatkan informasi dan juga menjalin kedekatan dengan individu lainnya. Terjadinya komunikasi di dalam suatu lingkungan dapat menciptakan hubungan yang berkelanjutan. Carl I. Hovland dalam Mulyana (2002:62) mengatakan bahwa komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikee).

Dengan adanya perkembangan teknologi yang melaju pesat, proses komunikasi bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Penemuan dalam bidang teknologi dengan adanya *smartphone* dan internet membuat manusia menjadi mudah dalam berinteraksi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, internet merupakan jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit.²

Menurut www.internetlivestats.com, Indonesia menempati posisi ke-12 dengan pengguna internet terbesar di dunia. Berikut ini data yang menunjukkan 15 negara dengan penggunaan internet terbesar di dunia:

Gambar 1.5
Pengguna Internet Berdasarkan Negara Tahun 2016

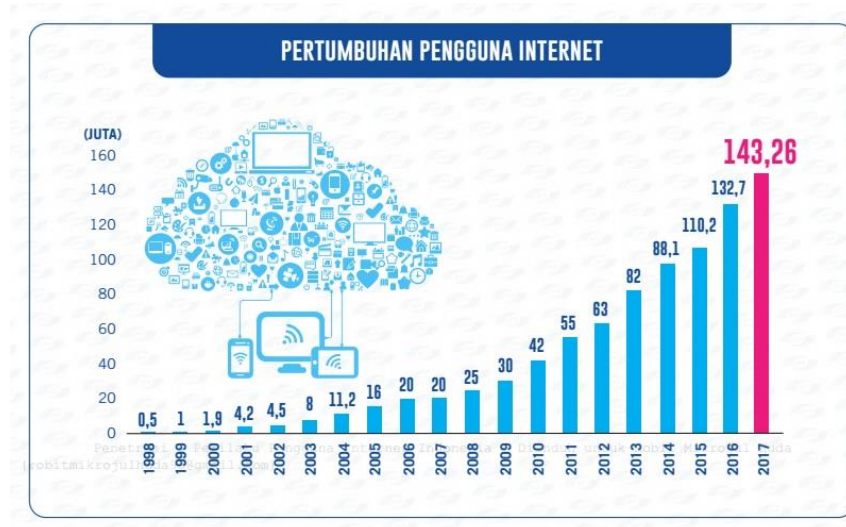


(Sumber: www.internetlivestats.com diakses pada 13 Februari 2019 pukul 00.41 WIB)

Sedangkan menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2012), ada tiga *trend* dalam industri telekomunikasi nasional, yaitu berkembangnya teknologi *smartphone*, tumbuhnya angka pengguna jejaring sosial, serta tumbuhnya infrastruktur internet. Berikut data pertumbuhan pengguna internet di Indonesia:

² <http://kbbi.web.id/internet> diakses pada 13 Februari 2019 pukul 00.03 WIB

Gambar 1.6
Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia



(Sumber: www.apjii.or.id diakses pada 13 Februari 2019 pukul 01.26 WIB)

APJII juga menunjukkan jumlah presentase pengguna internet di Indonesia berdasarkan pekerjaan, seperti yang bisa dilihat di bawah ini:

Gambar 1.7
Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Berdasarkan Pekerjaan

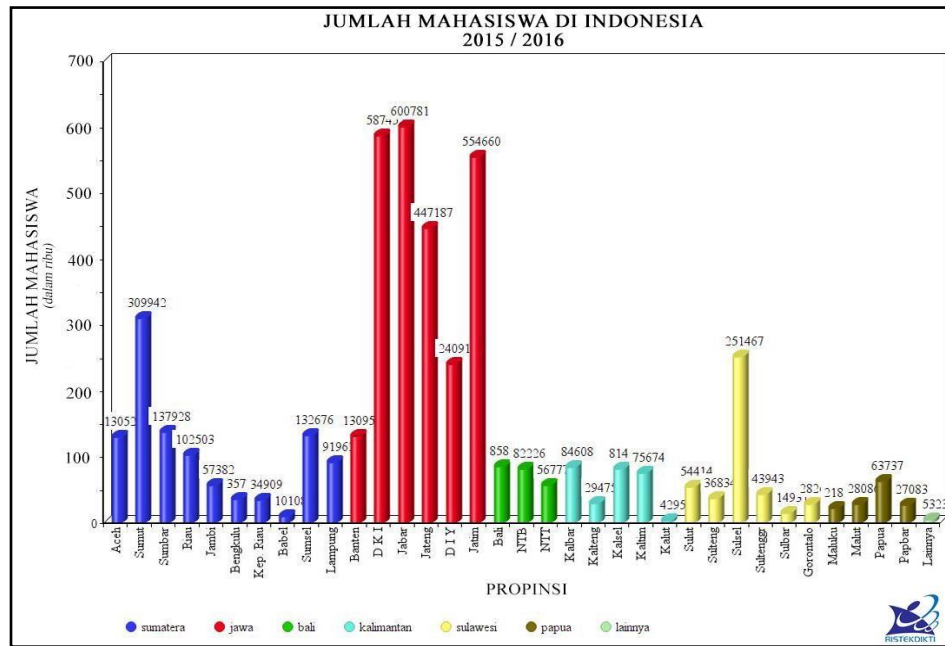


(Sumber: www.apjii.or.id diakses pada 13 Februari 2019 pukul 02.05 WIB)

Berdasarkan data di atas, bila dibandingkan dengan pelajar, pekerja, ibu rumah tangga dan pekerjaan lainnya, mahasiswa menjadi kalangan yang paling banyak menggunakan internet dengan presentase 89,7%.

Dalam *website* Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDIKTI) pada tahun 2016, disebutkan bahwa jumlah mahasiswa di Indonesia sebanyak 4.890.526 orang.

Gambar 1.8
Jumlah Mahasiswa di Indonesia



(Sumber: www.forlap.ristekdikti.go.id diakses pada 13 Februari 2019 pukul 02.22 WIB)

Dari gambar tersebut, terlihat bahwa Provinsi Jawa Barat merupakan Provinsi dengan jumlah mahasiswa terbanyak di Indonesia, yaitu sebesar 600.781 orang. Pada tahun 2015, Badan Pusat Statistik Kota Bandung dalam buku Kota Bandung Dalam Angka 2015 mengungkapkan ada sebanyak 330.638 mahasiswa di kota Bandung dari perguruan tinggi negeri maupun swasta. Hal ini didukung dengan adanya kota Bandung sebagai salah satu kota besar di Indonesia karena merupakan ibu kota dari Jawa Barat, sehingga memiliki daya tarik tersendiri sebagai salah satu kota tujuan utama pendidikan bagi setiap individu.

Tidak dapat dipungkiri, teknologi internet sudah menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari manusia sampai pada akhirnya muncul yang namanya media sosial.

dengan individu yang lain untuk saling berkenalan. Namun layanan ini tidak berlangsung lama karena hanya bisa diakses melalui komputer atau laptop. Seiring dengan perkembangan zaman, manusia semakin bergantung pada aplikasi *mobile* yang fleksibel untuk diakses dimana pun dan kapan pun.

Tinder merupakan salah satu aplikasi media sosial pencari jodoh yang fleksibel dan sangat populer di dunia. Aplikasi *Tinder* membuat pengguna lebih leluasa untuk mendekati lawan jenis tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Dilansir dari www.phoneranx.com, *tinder* memiliki klien mencapai 20 miliar dan sudah mempertemukan 26 juta lebih pengguna per hari.³ Keunikan media sosial *Tinder* terletak pada notifikasi pertemanan yang muncul. Notifikasi pertemanan akan muncul apabila kedua pengguna saling menekan tombol *love* atau saling menggeser ke arah kanan. Apabila hanya satu pengguna yang menekan tombol *love*, maka tidak akan muncul notifikasi *match* dan mereka tidak akan bisa berinteraksi satu sama lain. Jika dibandingkan dengan media sosial yang lain seperti *Facebook*, *Yahoo Messenger*, *Friendster* dan juga *Twitter*, media sosial *Tinder* memiliki tampilan yang lebih *private* karena hanya bisa berinteraksi apabila sudah berteman. Dan juga pengguna bisa memilih teman *chat* sesuai dengan kriterianya.

Dalam memenuhi kebutuhannya, umumnya para pengguna media sosial memiliki motif yang berbeda-beda. Motif merupakan impuls atau dorongan yang memberi energi pada tindakan manusia sepanjang lintasan kognitif atau perilaku ke arah pemuasan kebutuhan (Giddens dalam Sobur 2003:267). Menurut Gerungan (2004:140), motif dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu motif biogenesis, motif sosiogenetis dan motif teogenetis. Motif biogenesis adalah motif yang berkembang pada suatu individu dan berasal dari organisme sebagai makhluk biologis, dan motif yang berasal dari lingkungan kebudayaannya. Motif sosiogenetis adalah motif yang dipelajari individu dan berasal dari lingkungan kebudayaan tempat individu tersebut berada dan berkembang. Sedangkan motif teogenetis merupakan motif yang berasal dari interaksi antara manusia dengan Tuhan. Namun, kategori motif tidak hanya itu, ada beberapa kategori motif lainnya menurut Blumer (dalam Rakhmat 2007:66), yaitu motif kognitif, motif diversifikasi dan motif identitas personal. Motif kognitif adalah kebutuhan akan informasi aktual, *surveillance*, atau eksplorasi realitas. Pada motif ini, penggunaan *Tinder* didasari adanya kebutuhan

³ Dilansir dari <http://www.phoneranx.com> diakses pada tanggal 13 Februari 2019 pukul 09.00 WIB

untuk mendapatkan informasi. Motif diversifikasi adalah dorongan yang berasal dari dalam diri untuk memenuhi kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan. Yang terakhir yaitu motif identitas personal, merupakan kebutuhan akan penggunaan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri.

Kategori motif yang diajukan acuan adalah motif penggunaan media menurut Papacharissi dan Rubin (dalam Wimmer, Roger. D., and Dominick, Joseph R., 2003), menjelaskan bahwa ada lima motif utama seseorang dalam menggunakan media, khususnya media baru, yaitu motif *utility*, berkaitan dengan fungsi internet atau kegunaan utama dari internet itu sendiri. Motif ini berasal dari keperluan khalayak pada sesuatu dengan harapan hal itu tidak pernah di dapatkan sebelumnya. Motif *passing time*, motif ini berkaitan dengan fungsi internet yang diaplikasikan untuk menggunakan dan mengisi waktu luang. Dorongan melakukan sesuatu ketika waktu kosong atau meluangkan waktu dengan dirinya sendiri, sering dihabiskan khalayak sambil bersantai dengan melihat konten yang ada. Motif *seeking information*, motif ini berkaitan dengan informasi yang bisa didapatkan pengguna ketika menggunakan media. Manusia sebagai makhluk sosial memiliki dorongan akan interaksi sosial demi mendapatkan sebuah pengetahuan baru dengan cara mendapatkan suatu informasi, dan memilah informasi ini dirasa akan mendorong manusia lebih percaya untuk bergaul dengan lingkungan sosialnya. Motif *convenience*, motif ini berhubungan dengan bagaimana menggunakan sebuah media dapat menjadi sebuah alat yang membuat penggunaannya merasa terwakili dan melampiaskan segala emosi yang mereka miliki. Motif ini merupakan dorongan pengungkapan diri, menentukan perilaku dengan nilai-nilai yang ada pada gambaran suatu media dan meningkatkan tentang pemahaman akan diri sendiri. Motif *entertainment*, motif ini berhubungan dengan bagaimana menggunakan media dapat menjadi sesuatu yang dapat membuat penggunaannya merasa terhibur. Dorongan setiap manusia dalam mencari hal yang berbeda dari rutinitas, tidak berpikir secara berat, mencari hal-hal yang ringan yang membuat relaksasi pada diri individu, mengembalikan stimulus yang positif, melupakan emosi dan melupakan kejenuhan dalam rutinitas.

Berdasarkan hasil pra-riset yang dilakukan oleh peneliti, ada yang menggunakan media sosial karena untuk kebutuhan informasi, hiburan, memperluas pergaulan, atau

bahkan untuk mencari pasangan. Dilansir dari www.idntimes.com, aplikasi kesehatan dari Amerika Serikat yang bernama Clue bekerja sama dengan Kinsey Institute untuk melakukan survei terkait dengan pengaruh teknologi dalam kehidupan percintaan. Clue dan Kinsey Institute menemukan bahwa orang Swedia yang paling banyak menggunakan aplikasi kencan (46 persen) untuk mendapatkan pasangan jangka panjang (23 persen).⁴ Sedangkan, sebagian (21 persen) menggunakan aplikasi tersebut untuk cinta satu malam. Berdasarkan data penelitian yang dilakukan oleh Sumter, Vandenbosch, dan Ligtenberg (2016) yang dilansir dari www.psychologytoday.com, menunjukkan bahwa alasan utama orang menggunakan *Tinder* adalah untuk mencari cinta dan seks bebas, validasi dan harga diri, untuk bersenang-senang atau mencari hiburan, serta menjalin kemudahan dalam berkomunikasi.⁵

Menurut Sherif & Sherif dalam Alex Sobur, motif merupakan suatu istilah generik yang meliputi semua faktor internal yang mengarah pada berbagai jenis perilaku yang bertujuan, semua pengaruh internal, seperti kebutuhan (*needs*) yang berasal dari fungsi-fungsi organisme, dorongan dan keinginan, aspirasi dan selera sosial, yang bersumber dari fungsi-fungsi tersebut. Oleh karena itu peneliti mengangkat judul: **“Motif Penggunaan Media Sosial *Tinder* (Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Motif Penggunaan Media Sosial *Tinder* di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung).**

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah yang akan dibahas oleh penulis yaitu, “Apa saja motif mahasiswa kota Bandung dalam menggunakan aplikasi *Tinder*?”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja motif mahasiswa kota Bandung dalam menggunakan aplikasi *Tinder*.

⁴ Dilansir dari <http://www.idntimes.com> diakses pada tanggal 15 Februari 2019 pukul 20.00 WIB

⁵ Dikutip dari <http://psychologytoday.com> diakses pada tanggal 15 Februari 2019 pukul 20.00 WIB

1.5 Kegunaan Penelitian

Terdapat dua manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu:

a. Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan menjadi referensi maupun literatur bagi pembaca yang ingin meneliti tentang tema serupa.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan referensi bagi pengguna aplikasi *Tinder* agar menggunakan aplikasi dengan bijak.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu penelitian dilakukan untuk penelitian ini adalah dari bulan Agustus 2019 hingga Juni 2019. Rinciannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Rincian Waktu Penelitian

Kegiatan	Bulan																			
	April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Mencari Informasi Awal (pra-penelitian)	■	■	■	■																
Pengumpulan Data					■	■														
Penyusunan Seminar Proposal							■	■												
Seminar Proposal									■	■										

