

PERSEPSI LAKI-LAKI DEWASA MUDA DALAM MEMANFAATKAN APLIKASI BUMBLE

Kezia Stella Ivana

Fikom Universitas Persada Indonesia YAI
Jl. Diponegoro No.74, Jakarta Pusat, Indonesia
E-mail : keziastellaaa@gmail.com

ABSTRAK

Aplikasi Bumble merupakan aplikasi kencan online yang sedang populer dikalangan dewasa muda. Aplikasi bumble merupakan aplikasi yang mempertemukan lawan jenis dengan melihat informasi pada profil dari mulai nama, umur, hobi, ketertarikan, dan kesukaan. Aplikasi ini dipercaya masyarakat dapat memberikan solusi akan kecepatan bertemunya sebuah pasangan yang cocok. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui apa motivasi laki-laki dewasa muda dalam menggunakan aplikasi Bumble. Peneliti hanya berfokus pada pengguna laki-laki aplikasi Bumble yang biasanya berperan sebagai pemegang kendali di aplikasi lain, tetapi tidak di Bumble. Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini yaitu interaksionalisme simbolik dan manajemen impresi. Penelitian ini diteliti menggunakan metode kualitatif jenis deskriptif dengan studi konstruktivisme. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi dan wawancara yang dilakukan kepada lima informan laki-laki pengguna aplikasi Bumble. Berdasarkan hasil penelitian, motivasi laki-laki dalam menggunakan aplikasi Bumble bisa dinilai dari cara mereka mengisi profil Bumble, dan topik obrolannya. Keputusan untuk memilih materi apa saja yang ingin disampaikan kepada pengguna Bumble wanita di profil Bumblenya merupakan bentuk dari komunikasi non-verbal dari konsep diri *mind, self, and society* yang dijelaskan pada teori Interaksionalisme Simbolik. Teori manajemen impresi juga secara tidak langsung diaplikasikan oleh para informan saat membuka percakapan dan meyakinkan pengguna Bumble wanita mengenai citra diri yang dibentuk dari profilnya.

Kata kunci : Citra Diri, Interaksionalisme Simbolik, Manajemen Impresi, Bumble.

ABSTRACT

Bumble application is an online dating application that is currently popular among young adults. The bumble application is an application that brings together different types of opponents by viewing information on profiles ranging from name, age, hobbies, interests and preferences. This application is believed by the public to be able to provide a solution for the speed of meeting a suitable partner. The purpose of this research is to find out what motivates young adult men to use the Bumble application. Researchers only focused on male users of the Bumble application who usually play a role in control in other applications, but not in Bumble. The theories used to support this research are symbolic interactionism and impression management. This research was researched using descriptive qualitative methods with constructivist studies. The data collection techniques used in this research were observations and interviews conducted with five male informants who used the Bumble application. Based on the research results, men's motivation for using the Bumble application can be assessed from the way they fill out their Bumble profile and the topics of conversation. The decision to choose what material to convey to female Bumble users on their Bumble profile is a form of non-verbal communication from the self-concept of mind, self, and society which is explained in the theory of Symbolic Interactionism. Impression management theory was also indirectly applied by informants when opening conversations and convincing female Bumble users regarding the self-image formed from their profiles.

Keywords: Self Image, Symbolic Interactionalism, Impression Management, Bumble.

1. PENDAHULUAN

Proses komunikasi interpersonal dalam era digital, berkembang menjadi aplikasi-aplikasi yang multifungsi dan tidak lagi hanya berbentuk website. Aplikasi-aplikasi ini bisa dengan mudahnya diunduh secara gratis di smartphone setiap individu, tergantung kebutuhannya masing-masing. Dari aplikasi bertukar pesan dan telfon seperti Whatsapp, ada juga aplikasi berbelanja online seperti Tokopedia, lalu aplikasi transportasi online seperti GoJek, hingga aplikasi kencan online seperti Bumble. Menurut databoks.com, survei yang dilakukan oleh Populix, Bumble berada di urutan ketiga dari kategori aplikasi kencan online yang paling banyak diunduh di Indonesia pada Januari 2024.

Perkembangan teknologi yang pesat, membuat berbagai jenis kegiatan interaksi komunikasi menjadi lebih mudah dilakukan dan mampu menjangkau banyak komunikan dengan jumlah pesan yang tidak terbatas. Dalam era digital ini, hampir seluruh kegiatan yang kita lakukan sehari-hari terlibat dengan proses komunikasi menggunakan media sosial. Keberadaan media sosial dalam bentuk aplikasi maupun website, mempermudah seorang individu dengan individu lainnya untuk berinteraksi dan bertukar informasi tanpa melihat ruang dan waktu. Menurut Chris Borgan (2010), media sosial adalah seperangkat alat komunikasi baru dimana banyak jenis interaksi atau proses komunikasi yang sebelumnya tidak bisa digunakan oleh masyarakat umum.

Komunikasi Interpersonal dalam jurnal ini, dapat diartikan sebagai proses sosial dimana individu menggunakan simbol untuk membentuk dan menginterpretasikan sebuah makna dalam sebuah lingkungan. Dalam membentuk sebuah hubungan, dibutuhkan komunikasi interpersonal yang merupakan metode komunikasi paling efektif untuk memiliki hubungan intim dengan orang lain. Komunikasi interpersonal menurut Deddy Mulyana (2010), merupakan komunikasi tatap muka antar individu sehingga setiap individu dapat menangkap reaksi individu lain secara spontan. Pandangan komunikasi interpersonal kontemporer, menggabungkan sudut pandang komunikasi tradisional dan perkembangan teknologi (misalnya, kencan melalui situs

web, video call jarak jauh melalui aplikasi chatting online, dll).

Menurut hasil survey Apptopia, Bumble merupakan aplikasi kencan online nomor dua yang paling banyak diunduh didunia ditahun 2022. Dilansir dari bumble.com, Bumble ditemukan oleh Whitney Wolf Herd pada tahun 2014 di Austin, Texas. Sebagian besar target audiens Bumble adalah laki laki, dan aplikasi ini memberikan fitur yang lebih aman kepada perempuan untuk memulai proses pencarian pasangan secara online. Dengan adanya fitur ini, pengguna perempuan yang menggunakan bumble merasa lebih aman dan meminimalisir terjadinya hal negatif yang muncul dari interaksi online dengan pengguna laki-laki.

Perbedaan Bumble dengan aplikasi lainnya adalah disaat 2 pengguna *match*, yang harus memulai percakapan terlebih dahulu adalah pihak perempuan. Jika dalam waktu 24 jam pengguna perempuan tidak memulai percakapan, maka *match* akan dianggap hangus dan tidak bisa melanjutkan komunikasi. Aplikasi Bumble memberikan keamanan lebih untuk pengguna perempuan karena perempuan yang memegang kendali sehingga bisa meminimalisir pelecehan seksual yang marak terjadi di aplikasi kencan online lainnya.

Dalam pembuatan profil, Bumble memberikan banyak opsi yang akan diserahkan kepada pengguna perempuan maupun laki-laki mengenai apa saja yang ingin si tampilkan. Dari mulai tentang saya, informasi dasar seperti tinggi, kebiasaan, agama, lalu ada juga topik apa yang menarik menurut pengguna, dan beberapa opini personal mengenai hubungan. Saat ini, pengguna bumble sudah bisa menghubungkan profil Bumble-nya dengan akun Instagram dan Spotify. Meningkatnya popularitas aplikasi kencan online dengan berbagai keunikan, Bumble mempertahankan eksistensinya dengan menyediakan fungsi lain untuk para pengguna Bumble. Saat ini, Bumble memiliki fitur Bumble Date, Bumble BFF, dan Bumble Bizz.

Umumnya, pengguna aplikasi kencan online yang sudah bertemu dan berkomunikasi secara virtual, akan melanjutkan komunikasi lebih jauh lewat aplikasi lain sebagai bentuk keterbukaan, sampai bertemu secara langsung untuk berkomunikasi tatap muka. Bumble hanya memberikan wadah untuk masyarakat

yang ingin mencari pasangan hidup, teman baru, dan koneksi bisnis baru. Tetapi pada kenyataannya, aplikasi Bumble bisa digunakan tergantung kepada kebutuhan masing-masing penggunanya pada saat itu.

Dalam laporan hasil surveinya, Populix juga menyatakan dalam laporannya bahwa penggunaan aplikasi kencan online tidak selalu mengarah kepada pencarian pasangan hidup. Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, peneliti ingin mencari tahu mengenai persepsi dan tujuan para laki laki dewasa muda di Indonesia dalam menggunakan aplikasi kencan online Bumble melalui jurnal penelitian dengan judul “Persepsi Laki-laki Dewasa Muda Dalam Memanfaatkan Aplikasi Bumble”.

2. LANDASAN TEORI

Interaksionisme Simbolis

Teori Interaksionisme Simbolis (IS) adalah sebuah cara/ pola berpikir mengenai konsep diri yang dibagi menjadi tiga konsep yaitu; pikiran, diri, dan masyarakat yang ditemukan oleh George Herbert Mead. Konsep diri berperan penting dalam perkembangan interaksi seorang individu dengan diri sendiri dan orang lain. Mead mencatat bahwa konsep diri bukanlah sebuah struktur melainkan sebuah proses dan kekuatan untuk membangun Tindakan dan respon terhadap sesuatu. Mead percaya dengan adanya proses “nubuat diri terpenuhi” atau biasa kita kenal dengan istilah sugesti.

Pemikiran Mead mengenai Interaksionisme Simbolis dijelaskan dalam bukunya yang berjudul *Mind, Self, and Society*. Menurut West & Turner (2017) berikut adalah tiga konsep utama dalam teori interaksionisme simbolis yang bersifat tumpeng tindh.

Pikiran (*Mind*) didefinisikan oleh Mead sebagai kemampuan untuk menggunakan simbol-simbol yang memiliki makna sosial yang sama, dan Mead percaya bahwa manusia harus mengembangkan pikiran melalui interaksi dengan orang lain. Pada dasarnya, setiap manusia berkomunikasi satu sama lain menggunakan Bahasa dalam bentuk verbal maupun non-verbal. Bahasa yang digunakan bergantung pada simbol signifikan yang berarti memiliki makna yang sama bagi banyak orang.

Gagasan pemikiran atau Mead menyebutnya percakapan batin, juga memiliki keterkaitan yang erat dengan konsep *Mind*. Mead menyatakan bahwa tanpa adanya rangsangan sosial atau interaksi dengan orang lain, seorang individu tidak akan mampu untuk memiliki percakapan batin atau mempertahankan pikiran. Satu kegiatan penting dalam pengaplikasian konsep *Mind* adalah pengambilan peran yang adalah kemampuan manusia untuk bisa menempatkan diri dari perspektif orang lain. Mead menyatakan pengambilan peran merupakan Tindakan simbolis untuk memperjelas pengertian tentang diri kita sendiri dan mengembangkan rasa empati dalam diri kita kepada orang lain.

Diri (*Self*) didefinisikan oleh Mead sebagai kemampuan untuk merefleksikan diri kita sendiri dari perspektif orang lain. Dengan tambahan konsep dari sosiolog Charles Cooley pada 1912, Mead menyebut Konsep *Self* sebagai cerminan diri, yaitu kemampuan individu dalam melihat diri kita sendiri dari pandangan orang lain. Menurut Cooley (1972), terdapat tiga prinsip dalam melihat cermin diri; (1) Bayangkan bagaimana kita terlihat oleh orang lain, (2) Bayangkan penilaian mereka terhadap kita, dan (3) Perasaan yang muncul terluka atau Bahagia tentang diri ini.

Gagasan Mead mengenai cerminan diri juga menguatkan istilah label terhadap konsep diri dan perilaku. Secara luas, konsep diri bisa terbangun karena adanya dukungan sugesti. Pada konsep *Self*, terdapat istilah pemenuhan ramalan diri yang tercipta karena label, disebut efek Pygmalion, dan mengacu pada harapan orang lain yang mengatur Tindakan seseorang. Saat Mead berteori tentang diri (*Self*), Ia mengamati bahwa Bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi memiliki kemampuan untuk menjadi subjek yg bertindak mandiri disebut aku (*I*) dan objek yang mengamati diri disebut -Ku (*Me*). Aku adalah cerminan pribadi yang spontan, impulsive, dan kreatif, sedangkan -Ku lebih reflektif dan sadar sosial.

Masyarakat (*Society*) didefinisikan oleh Mead sebagai jejaring hubungan sosial yang menghasilkan manusia. Mead berpendapat bahwa masyarakat merupakan struktur sosial dinamis sebagai tempat interaksi berlangsung. Istilah masyarakat sudah ada sebelum individu, tetapi masyarakat juga tercipta

karena adanya interaksi antar individu (Bern Kulg, 2009; Forte, 2004)

Mead menyebutkan bahwa masyarakat dibagi menjadi dua kategori dan memiliki pengaruh masing-masing terhadap diri seorang individu. Yang pertama adalah orang lain yang istimewa, biasanya terdiri dari keluarga, dan sahabat. Identitas masyarakat sebagai “orang lain yang istimewa” tentu berperan besar dalam rasa kita terhadap kehidupan sosial dan rasa diri kita. Yang kedua adalah orang lain yang umum, mengacu pada sudut pandang kelompok dalam masyarakat umum. Pengaruh dari interaksi bersama masyarakat yang beridentitas “orang lain yang umum” mempengaruhi pandangan individu mengenai reaksi dan harapan orang lain tentang diri individu, dan mengembangkan rasa empati dalam diri seorang individu.

Manajemen Impresi

Manajemen Impresi, ditemukan oleh Erving Goffman, lebih dikenal dengan istilah presentasi diri. Manajemen Impresi berkaitan dengan bagaimana proses seorang individu mengkomunikasikan citra dirinya sendiri dimata individu lain. Biasanya, kesan yang seorang individu buat terhadap orang lain, merupakan cerminan dari pesan yang disampaikan. Karya Erving Goffman pada tahun 1959 yang berjudul “*The Presentation of Self in Everyday Life*” menyebutkan bahwa manajemen impresi memiliki keterkaitan dengan pentas drama, dimana karakter aktornya terbentuk oleh lingkungan dan target penontonnya dengan tujuan membangun kesan/citra yang ingin diberikan oleh sang aktor.

Seorang individu akan menilai individu lain berdasarkan cara berkomunikasi secara verbal dan non-verbal, dan dengan cara yang sama individu tersebut mengkomunikasikan citra dirinya yang ingin dilihat orang lain. Contoh secara verbal dari Bahasa dan logat yang digunakan, sedangkan contoh secara non verbal dari foto yang diunggah di media sosial, atau pakaian yang digunakan untuk keluar rumah. Selain itu, dalam konteks *stereotypes*, antar individu akan membuat kesan atau impresi berdasarkan jenis kelamin, umur, ataupun etnisnya.

Bentuk seni dan keterampilan dari komunikasi interpersonal ialah bagaimana seorang individu dapat mengerti dan bisa

mengendalikan kesan yang ditampilkan kepada individu lain. Menguasai keterampilan ini, tentu saja membuat seorang individu dapat bersikap atau menunjukkan sikap sesuai dengan keinginan orang lain sampai batas tertentu. Menurut Devito (2012) seorang individu memiliki keleluasaan lebih dalam mengontrol impresi terhadap orang lain dimesdia sosial, dibandingkan kounikasi tatap muka.

Pada umumnya, seorang individu memperhatikan bagaimana citra dirinya dari perspektif individu lain. Pemikiran ini menggiring seorang individu untuk mengontrol diri tergantung dengan siapa individu itu berhadapan. Citra diri yang ditunjukkan tergantung dari situasi yang sedang dihadapi, sehingga bisa berubah-ubah tergantung kebutuhan dan tujuannya. Manajemen impresi secara garis besar memiliki serangkaian strategi untuk dapat meraih citra diri yang baik.

a. Strategi pendekatan dan kesopanan

Agar mudah disukai, dihargai orang lain, dilihat dengan cara yang sesuai dengan apa yang individu tersebut mau.

b. Strategi kredibilitas

Agar terlihat kompeten, memiliki karakter yang baik, dan bersifat dinamis.

c. Strategi merendahkan diri

Agar jika membuat kesalahan, mudah dimaklumi saat ini dan dimasa depan.

d. Strategi pemantauan diri

Agar bisa menyembunyikan kesalahan, menonjolkan hal positif, dan meminimalisir munculnya hal negatif.

e. Strategi mempengaruhi

Agar bisa mempersuasi/ mempengaruhi orang lain, agar bisa memegang kendali situasi, ataupun menjadi seorang pemimpin.

f. Strategi konfirmasi citra diri

Agar bisa memastikan citra diri seorang individu dimata orang lain sesuai dengan keinginan orang tersebut.

Strategi yang digunakan dalam berkomunikasi tentu saja bergantung pada tujuan apa yang ingin disampaikan oleh seorang individu. Berkut adalah dua belas strategi komuikasi utama dalam manajemen impresi. Strategi ini dapat digunakan dalam komunikasi melalui media sosial untuk

membuat impresi yang baik tentang diri seorang individu dihadapan orang lain. Umumnya, strategi ini digunakan dalam pembuatan profil online dalam aplikasi seperti Tinder, OKCupid, dan Bumble (DeVito, 2016).

- a. Lebih hati-hati berbicara
- b. Gunakan dan bagikan foto yang indah
- c. Miliki energi positif, ramah, dan optimis
- d. Jujur mengenai apa yang diinginkan, tidak diinginkan, dan yang dibutuhkan
- e. Hindari *oversharing*
- f. Hati-hati dalam membagikan hal penting yang sebenarnya dibutuhkan saat memiliki hubungan
- g. Hati-hati sebelum membagikan sesuatu, lebih baik untuk tanyakan kepada teman dahulu
- h. Hindari pembicaraan yang bersifat negatif dan *taboo*
- i. Hindari terlalu banyak mengeluh dan bercerita negatif mengenai hubungan sebelumnya ataupun pekerjaan
- j. Jangan gegabah dan buru-buru dalam mengisi profil
- k. Pelajari keunikan profil orang lain yang mungkin bisa diterapkan ke profil
- l. Informasi di profil bersifat umum ke spesifik, agar tidak membingungkan

Bumble

Aplikasi Bumble diperkenalkan oleh Whitney Wolfe Herd pada bulan Desember 2014 di Amerika Serikat. Bumble memberikan kemudahan penggunaannya untuk berinteraksi dengan orang terdekat karena adanya navigasi satelit. Bumble mempertemukan sesama pengguna yang memiliki hobi, minat, atau bahkan kriteria pasangan ideal yang sama (Rizky dalam Sahrin, 2023).

Aplikasi Bumble bisa diunduh di smartphone yang berbasis IOS dan Android. Bumble memiliki user interface yang menarik dan mudah dipahami. Proses pendaftarannya pun tidak rumit, bisa melalui nomor telepon, akun facebook, ataupun akun iCloud khusus smartphone yang berbasis IOS. Jika sudah mendaftar, pengguna akan diarahkan step by step untuk melengkapi nama, foto profil, informasi dasar, hingga ketertarikan terhadap sesuatu dan akan diminta untuk verifikasi

wajah agar foto yang dicantumkan sama dengan wajah asli. Jika informasi sudah lengkap, pengguna tinggal ke menu swipe, pengguna akan diminta untuk membaca profil dari pengguna lain. Jika tertarik layar bisa digeser kekanan, dan jika tidak tertarik layar bisa digeser ke kiri.

Bumble menitik beratkan perempuan sebagai decision maker untuk memulai sebuah obrolan. Jika kondisi sudah match antar pengguna, maka pihak pengguna perempuan akan diberikan batas waktu selama 24 jam untuk memulai obrolan dengan pengguna lainnya. Jika melewati batas waktu, maka match akan hangus dan tidak memiliki kesempatan untuk berkomunikasi. Fitur ini diciptakan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya pelecehan terhadap pengguna perempuan, berdasarkan pengalaman Whitney.

3. METODOLOGI

Metode penelitian kualitatif yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Menurut Creswell (2012), metode kualitatif dibagi menjadi lima macam: Fenomenologi, Grounded, Etnografi, Studi Kasus, dan Naratif. Fenomenologi adalah jenis penelitian kualitatif dimana peneliti mengumpulkan data penelitian dengan cara mengobservasi partisipan untuk mengetahui fenomena yang menjadi objek penelitian berdasarkan pengalaman hidupnya.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrument kunci dengan Teknik pengumpulan data yang melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan dianalisis dengan metode triangulasi sumber. Peneliti melakukan wawancara kepada 5 orang laki-laki berumur 25 – 30 tahun di Jakarta, yang menggunakan aplikasi Bumble secara aktif. Hasil dari metode penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami perbedaan atau keunikan, mengkonstruksi fenomena, dan menemukan hipotesis (Sugiyono, 2018).

Seluruh data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini, akan dianalisis oleh peneliti dengan cara Analisa data selama di lapangan model Spradley. Analisis data selama di lapangan model Spradley terdiri dari empat tahapan analisis data yang penting; (1) Analisis domain, (2) Analisis taksonomi dan (3) Analisis komponensial, dan (4) Analisis

tema kultural. Proses penelitian dengan analisis data model Spradley akan berangkat dari informasi yang luas, lalu menjadi focus, dan meluas lagi sebagai hasil penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan oleh penulis berdasarkan observasi, wawancara, dan tinjauan literasi dalam mencari persepsi laki-laki dewasa muda dalam memanfaatkan aplikasi Bumble, penulis menemukan beberapa alasan yang berbeda tetapi hampir sama, dalam menggunakan aplikasi Bumble. Secara keseluruhan, para narasumber mengetahui aplikasi Bumble dari rekomendasi temannya. Alasan para narasumber untuk menggunakan aplikasi Bumble dan citra diri yang ingin dibentuk melalui aplikasi Bumble dapat ditinjau berdasarkan ringkasan hasil wawancara berikut:

Narasumber 1:

“Nama saya Annash, saya berumur 28 tahun. Saya mengetahui Bumble dari teman, pernah menggunakannya tahun 2018 dan baru menggunakan lagi tahun ini karena baru single. Saya tertarik dengan aplikasi Bumble karena merasa kelas sosialnya “setara” dengan pengguna Bumble lainnya. Yang saya cantumkan di profile Bumble saya adalah foto, nama, umur, agama, kegiatan, kebiasaan, selera musik, hobi, dan tujuan main Bumble yang adalah mencari pacar. Citra diri yang ingin saya bentuk dari profile maupun interaksi awal saya adalah sifat humoris saya. Biasa saya membuka pembicaraan dengan menanyakan kesibukan sehari-hari. Saya membutuhkan waktu kurang lebih 1 minggu untuk akhirnya bertemu secara langsung dengan *match* saya. Tahun ini saya sudah bertemu 2 orang perempuan dari aplikasi Bumble. Saat ingin bertemu stranger dari aplikasi Bumble, yang saya khawatirkan adalah si perempuan kabur ketika sudah melihat saya dari jauh. *First impression* yang saya ingat adalah salah satu *match* saya mengatakan bahwa saya memiliki senyum yang manis. Kesimpulan saya, citra diri humoris yang ingin saya

sampaikan lewat profile Bumble, tersampaikan setelah sudah bertemu.”

Narasumber 2: Dito, 28 tahun.

“Nama saya Ditto, saya berumur 28 tahun. Saya mengetahui Bumble dari teman, awalnya udh tau ada tinder. Saya aktif pakai Bumble sejak 2021. Saya pakai Bumble karena saya merasa diberi kepastian lebih karena pihak cewe yang memulai percakapan dan swipenya dibatasi sehingga kalo *match* merasa senang. Saya mencantumkan foto, nama, umur, zodiak, hobi, dan tinggi badan. Saya tidak memberi banyak informasi agar bisa jadi topik pembicaraan. Citra diri yang ingin saya sampaikan kepada audiens tidak melalui foto tetapi obrolan. Kalau dari foto tidak ada yang ingin saya sampaikan jadi biasa dinilai sebagai pendiam, tetapi biasanya orang-orang menilai saya humoris setelah ada percakapan. Kalau membuka pembicaraan biasa saya menanyakan “manggilnya apa nii?”. Secara pribadi, setelah ngobrol, saya ingin dinilai seru karena bisa diajak ngobrol (semua topik bisa diadaptasikan). Saya biasa chat di bumble langsung pindah ke instagram tapi biasa ga lanjut, jadi biasanya ajak ngobrol di Bumble sampe ketemu, setelah ngobrol baru pindah ke whatsapp, atau untuk janjiin saat mau ketemu. Yang saya khawatirkan sebelum ketemu sm *match* itu soal fisik dan obrolan yang dianggap ga nyambung. Pertemuan paling menarik menurut saya dengan saah satu perempuan dari Semarang yang sedang berlibur ke Jakarta, waktu itu hampir jadian tapi tidak jadi karena jarak. Saya jarang bertemu dengan orang dari Bumble, tetapi sejauh ini citra diri yang saya ingin tampilkan, sampai ke orang lain.”

Narasumber 3: Vinito, 27 tahun.

“Nama saya Nito, umur 27 tahun. Saya mengetahui Bumble dari teman karena direkomendasiin temen. Saya pake Bumble dari 2022 dan aktif menggunakannya saat ini. Sejauh ini, saya gapernah pake aplikasi dating apps lain selain Bumble. Informasi yang saya isi di profil itu foto, bio (short introduction), agama, umur, preferensi topik, dan saya menghubungkan Bumble dengan aplikasi Spotify. Citra diri yang ingin saya sampaikan kepada *match* saya dari profil

adalah diri saya sendiri aja, humoris dan enak diajak ngobrol sih. Profil saya sudah menggambarkan diri saya sendiri menurut penilaian saya. Kalau buka pembicaraan biasa saya membicarakan domisili tinggal, lalu dari topik di profil Bumble match saya, lalu sisanya mengikuti obrolan si perempuan. Untuk pindah ke sosial media lain biasa saya chat 1 minggu di Bumble dulu, baru setelah itu 2-3 minggu memutuskan untuk bertemu. Saya jarang bertemu orang, tetapi beberapa kali bertemu, saat dichat asik tetapi saat bertemu canggung. Yang saya khawatir adalah diri saya sendiri yang memang kurang bisa mencairkan suasana, dan jadi canggung pertemuannya. Saya tidak pernah menanyakan dan mengetahui penilaian si perempuan mengenai saya.”

Narasumber 4: Axel, 28 tahun.

“Nama saya Axel, umur saya 28 tahun. Saya mengetahui Bumble karena teman tongkrongan saya membicarakannya, jadi saya ikut download karena penasaran. Saya sudah menggunakan Bumble dari tahun 2019. Sebelumnya saya pernah pakai aplikasi kencan lain tetapi saya masih menggunakan Bumble karena saya merasa mendapatkan validasi karena pihak cewe yang menghubungi duluan. Isi profil saya foto, nama panggilan, umur, hobi, kalo bio ga saya isi biar penasaran hahaha. Saya pengguna Bumble premium karena jumlah swipe saya bisa unlimited, dan saya bisa melihat siapa yang sudah swipe right saya. Citra diri yang ingin saya sampaikan itu saya adalah laki-laki yang menarik, asik, dan “gaul”. Isi profil saya memang tidak menggambarkan diri saya sepenuhnya. Saya cukup spesifik cari cewe yg cantik, ga gemuk, dan umurnya dibawah aku minimal 5 tahun. Kalau buka pembicaraan biasa saya ajak main tebak-tebakan, menurut saya kalo cewenya jawab dan nanggapi berarti asik orangnya. Saya biasa pindah ke media sosial mau mau aja pindah ke instagram, jadi tergantung cewenya maunya kapan. Tahun ini saya udh 3x ketemu cewe dari Bumble. Sejauh ini yang saya khawatir karena kendaraan yang saya bawa, saya cuma punya motor. Selain itu saya juga khawatir wajahnya beda dengan yang ada difoto. First impression cewe-cewe yg udah ketemu saya dari Bumble sih ya asik

aja biasanya, bisa ngobrol dan cairin suasana aja sih. Jujur saya masih main Bumble sampe saat ini hanya untuk One Night Stand (ONS) mangkanya saya fokus ngeliat fisik.”

Narasumber 5: Nanda, 26 tahun.

“Nama saya Nanda, umur saya 26 tahun saat ini. Saya tau Bumble dari teman udah lama, tapi karena baru-baru ini jomblo, jadi saya baru download. Sekarang aktif make bumble baru dari April. Sekarang saat ini pake Bumble sama OkCupid karena bertemu orang-orang yang berbeda dari dua aplikasi itu. Profil aku isinya profil, nama, umur, tinggi badan, hobi, aktif olahraga, pendidikan terakhir, jarang minum alkohol, tidak merokok, zodiak, dan agama. Saya pakai Bumble emang cari teman yang bisa diajak serius. Citra diri yang ingin saya bangun dari profil saya itu saya orang yang suka berpetualang, seru. Profil saya sudah cukup menggambarkan diriku didunia asli, karena tidak ada yg saya tutupi. Saya ga spesifik ngomong sesuatu untuk mulai obrolan. Tapi karena di profile saya ada kalimat “gasuka seblak” dan “semua kucing galak” jadi biasa cewe duluan bahas soal itu. Tapi kalo emang ga bahas itu biasa aku komen sesuatu dari profil si cewe. Setelah ngobrol, saya ingkn menyampaikan kesan saya seru dan pintar, karena di Bumble tuh banyak yg ngobrol dengan bahasa Inggris jadi saya ngikutin. Selama saya main Bumble, rata-rata chat 1-2 minggu untuk akhirnya pindah ke WA atau IG, kalo buat ketemu random sih, kalau saya lg ada didaerahnya dan ada waktu luang biasa saya ajak aja. Kalau baru mau ketemu match, saya khawatir kalau mereka menilai saya aslinya berbeda dengan apa yang mereka bayangkan berdasarkan profil. Dari semua orang, ada satu yg pernah temui itu menilai saya bawel, banyak topik, seru, suaranya enak didengar.”

Pembahasan

Para informan (laki-laki) dengan sadar menggunakan aplikasi Bumble sebagai aplikasi kencan online dengan aktif untuk berkenalan dengan perempuan. Peneliti menyimpulkan 5 hasil wawancara narasumber, bahwa hampir semua alasan para informan yang menggunakan Bumble

menyatakan bahwa mengetahuinya dari teman-teman sekitarnya. Jangka penggunaan aplikasi Bumble beragam, tetapi memang digunakan hanya pada saat status single.

Peneliti menilai para informan mengisi profil berdasarkan preferensi masing-masing sesuai dengan kepribadiannya masing-masing. Tetapi penulis bisa menyimpulkan dari wawancara yang dilakukan dengan para informan, bahwa kriteria perempuan yang dicari tidak hanya soal fisik, dan terkadang juga tergantung tujuan para informan yang beragam bahkan bisa berubah dalam 2-3 bulan. Citra diri yang dinyatakan oleh informan dari penelitian ini, rata-rata mengenai kepribadian yang hampir semuanya ingin dinilai humoris, dan cara mereka menjaga situasi agar tidak canggung. Disisi lain, peneliti juga bertanya mengenai kekhawatiran informan saat akan bertemu secara tatap muka. Beragam pernyataan dari para informan, ada yang berdasarkan pengalaman, ada yang berdasarkan preferensi pribadi, dan ada yang berdasarkan ketidakpercayaan informan terhadap dirinya sendiri dalam beberapa aspek.

Peneliti menyimpulkan bahwa rasa kekhawatiran yang dirasakan para informan sebelum bertemu merupakan hal yang umumnya juga dirasakan para wanita. Umumnya, hal internal yang dikhawatirkan adalah mengenai fisik informan yang takutnya tidak sesuai dengan yang dibayangkan oleh si perempuan. Ada juga yang merasa tidak percaya diri takutnya tidak bisa membuat obrolan menjadi semenarik saat mengobrol lewat pesan. Selain itu juga ada yang tidak percaya diri mengenai kendaraan yang dibawanya. Diluar yang sudah dijelaskan, para informan juga ada yang khawatir perempuan yang ditemui berbeda dengan yang ada difoto, karena merek menganggap perempuan tidak jauh dengan kegiatan mengedit foto. Salah satu informan juga menyatakan khawatir tiba-tiba dihadapkan dengan kondisi yang tiba-tiba, berdasarkan pengalamannya saat mau bertemu pertama kali, diajak bertemu keluarganya secara langsung tanpa dijelaskan apapun. Kekhawatiran yang disampaikan melalui wawancara, dinilai memang tidak ditampilkan melalui profil Bumble.

Peneliti menyimpulkan bahwa para informan tidak sepenuhnya percaya bisa menemukan kekasih yang serius lewat aplikasi dating online. Tetapi mereka tetap

menggunakannya dengan berbagai alasan. Kebanyakan alasannya karena merasa tidak rugi jika memang tidak bertemu kekasih, dan merasa untung karena menambah teman dan relasi. Tentu saja tidak semua berfikir seperti itu, karena salah satu informan juga mengatakan dengan jujur mengenai alasan penggunaan Bumble untuk saat ini adalah untuk mencari teman ONS (One Night Stand).

Dari semua hasil wawancara yang sudah dirangkum, peneliti menilai semua proses konsep diri dari *mind*, *self*, dan *society* tergambar dari bagaimana informan menggunakan aplikasi Bumble untuk membentuk citra diri yang para informan ingin orang lain pikirkan tentang diri mereka. Proses perkenalan awal yang disampaikan dengan proses komunikasi verbal maupun non-verbal pada profil diaplikasi Bumble tersampaikan dengan baik dan peneliti katakan berhasil. Profil aplikasi kencan online Bumble yang lengkap bisa digunakan sesuai dengan kebutuhan dan keperluan masing-masing pengguna dalam memanfaatkan aplikasi Bumble.

Terbentuknya citra diri awal dapat dikatakan tersampaikan dengan baik jika sudah terbentuknya komunikasi secara langsung maupun tidak langsung. Agar citra diri yang lebih disampaikan dengan lebih baik dan jelas, para informan juga memiliki strategi manajemen impresi yang peneliti nilai dari pemilihan topik informan untuk membuka obrolan. Tentu saja para informan menggunakan preferensi masing-masing yang dipercayai dapat membentuk citra diri mereka. Tetapi rata-rata dari hasil wawancara dan observasi, para laki-laki kebanyakan membuka obrolan dengan membahas sesuatu yang umum, dan mengomentari isi profil dari pengguna perempuan itu.

Uniknya, ada juga informan yang memiliki trik sendiri untuk mengetahui apakah wanita yang match dengannya di Bumble bisa memiliki obrolan dan selera humor yang serupa. Dari analisa hasil wawancara dan observasi mengenai penggunaan Bumble dengan teori manajemen impresi, bisa disimpulkan bahwa para informan juga menggunakan strategi manajemen impresinya masing-masing untuk mempersuasi para perempuan agar percaya dengan menampilkan hal yang memang diinginkan oleh para perempuan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti, citra diri dan motivasi yang dimiliki para laki-laki yang menggunakan aplikasi Bumble adalah berkesinambungan. Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan perbandingan isi profil yang diisi dan jawaban apa yang dicari dari aplikasi Bumble yang berbeda-beda. Sejauh ini, hasil observasi peneliti, jika dinilai dari segi profil, laki-laki yang lebih terbuka untuk mengisi profilnya memiliki niat yang baik untuk mengenal perempuan dari aplikasi Bumble. Sedangkan, profil yang diisi dengan seadanya perlu dipertanyakan kejelasannya, tetapi bukan berarti orang yang misterius di profilnya punya niat jahat, ada juga yang memang ingin lebih banyak bertukar informasi dalam percakapan. Jadi akan lebih tepat dan akurat untuk menilai niat pengguna aplikasi Bumble saat setidaknya sudah pernah mengobrol.

Dari seluruh informan yang sudah diwawancarai, mereka menyukai aplikasi Bumble karena kelebihan yang berbeda dengan aplikasi lain yaitu pihak perempuanlah yang memulai obrolan. Para informan merasa adanya validasi dan “kepastian” dari pihak perempuan bahwa dengan membuka obrolan terlebih dahulu, berarti memang ingin mengenal para informan.

Diluar hasil wawancara, memang bisa ditarik kesimpulan hampir 50% pengguna aplikasi Bumble sudah tidak hanya sekedar mencari pasangan untuk serius dibawa kejang selanjutnya. Tetapi ada juga yang memang menggunakan Bumble untuk mencari kekasih. Penggunaan Bumble bagi para informan memang beragam dan terkadang sesuai dengan kebutuhannya pada saat itu. Latar belakang para informan dan laki-laki lainnya tidak dapat dilihat dari aspek usia, tetapi dari hasil observasi peneliti, semakin dewasa seorang laki-laki, semakin kecil harapan dan ekspektasinya untuk bertemu dengan pasangan yang cocok dan bisa diajak serius dari aplikasi kencan online manapun.

Para informan merasa fitur profil Bumble yang cukup lengkap, sudah bisa menggambarkan citra diri para informan dan bisa dibatasi dengan pengisian profil yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan kepribadian diri masing-masing informan. Citra diri yang ditampilkan oleh para informan melalui profil Bumble bisa dikategorikan

sebagai simbol dalam proses komunikasi untuk bisa mengenal seseorang untuk tahap awal. Selain itu, dari beberapa informan, peneliti juga menyimpulkan bahwa manajemen impresi yang sudah ada, bisa dikembangkan dengan satu fungsi yaitu mempersuasi orang lain, dengan niat yang memang tidak bisa ditebak. Seseorang bisa dengan sengaja menampilkan yang memang ingin dilihat oleh orang lain, agar dapat dipercaya walaupun hal itu bukanlah yang dikehendaki oleh individu tersebut.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Penulisan karya tulis ilmiah ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Master of Communication pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari pihak kampus Universitas Persada Indonesia, cukup sulit bagi saya untuk menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Penulis menyadari dalam penulisan karya tulis ilmiah ini masih terdapat kekurangan, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat menyempurnakan karya tulis ilmiah ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Puspitasari, I., & Aprilia, M. (2022). Penetrasi Sosial dalam Mencari Pasangan Pada Aplikasi Kencan Online Bumble. *Mukasi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 196-211.
- Fitri, D., & Irwansyah. (2023). Pembentukan Self-Disclosure Pengguna Dating Apps Tinder Dalam Komunikasi Interpersonal Untuk Menemukan Pasangan Hidup. *Jurnal Sosial Sosial Sains*, 4(1), 47-59.
- Saputri, C., Nustanti, S., & Lubis, F. (2023). Proses Keberhasilan Hubungan Pengguna Aplikasi

Kecan Online Tinder Generasi
Z. *Jurnal Pendidikan
Tambusai*, 7(3), 23081-23087.

- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Newyork: Double Day Anchor Book.
- DeVito, J. (2016). *The Interpersonal Communication Book*. England: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif = Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, interaktif, dan konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- West R., & Turner, L. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Little John S. W., & Foss, K.(2019). *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Putri, A. R. (2021). *Manajemen Impresi Pengguna Akun Alter Ego di Twitter Pada Akun Fanpage @AlterBase18Plus*. Skripsi, Fakultas Ilmu Komunikasi: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Bumble (2024).(<https://bumble.com/about>), diakses 7 May 2024.
- Ini Aplikasi Kecan Online Terpopuler di Indonesia Awal 2024. (2024).(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/29/ini-aplikasi-kecan-online-terpopuler-di-indonesia-awal-2024>), diakses 11 May 2024.