

**MOTIF PENGGUNA APLIKASI BUMBLE SEBAGAI  
MEDIA KOMUNIKASI DI KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagai persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi: Penyiaran (*Broadcasting*)



**Disusun oleh:**

**Msy. Anisa Ripanda**

**07031382025187**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**  
**MOTIF PENGGUNA APLIKASI BUMBLE SEBAGAI MEDIA**  
**KOMUNIKASI DI KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1

Oleh

**Msy. Anisa Ripanda**  
**07031382025187**

**Pembimbing I**

**Tanda Tangan**

**Tanggal**

**Krisna Murti, S.I.Kom., M.A.**  
**NIP.198807252019031010**



---

**Pembimbing II**

**Tanda Tangan**

**Tanggal**

**Eko Pebryan Jaya, M.I.Kom**  
**NIP.198902202022031006**



---

**Mengetahui,**  
**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. M. Husni Thamrin, M.Si.**  
**NIP.196406061992031001**

**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**  
**“MOTIF PENGGUNA APLIKASI BUMBLE SEBAGAI MEDIA**  
**KOMUNIKASI DI KOTA PALEMBANG”**

**SKRIPSI**

**Msy. Anisa Ripanda**

**07031382025187**

**Telah Dipertahankan di Depan Komisi Penguji**

**Pada Tanggal 20 Juni 2024**

**dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat**

**KOMISI PENGUJI**

**Pembimbing :**

1. Krisna Murti., S.I.Kom., M.A  
NIP.198807252019031010

2. Eko Pebryan Jaya., M.I.Kom  
NIP. 198902202022031006

**Penguji :**

1. Feny Selly Pratiwi., M.I.Kom  
NIP. 198607072023212056

2. Karerek., S.Sos., M.I.Kom  
NIP. 199210302023211021

**Tanda Tangan**



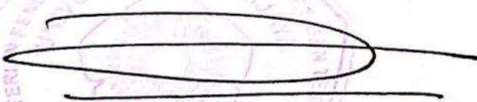




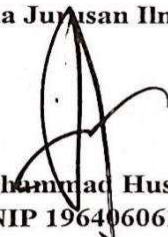


**Mengetahui,**

**Dekan FISIP UNSRI**

  
**Prof. Dr. Alfitri, M.Si**  
NIP.196601221990031004

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

  
**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP.196406061992031001

## PERNYATAAN ORSINALITAS

Peneliti yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Msy. Anisa Ripanda  
Nim : 07031382025187  
Tempat dan Tanggal Lahir : Lahat, 6 Agustus 2002  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Motif Pengguna Aplikasi Bumble Sebagai Media Komunikasi Di kota Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran peneliti dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang peneliti tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya ataupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar- benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan tidak benaran dalam pernyataan ini, maka peneliti bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang peneliti peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang

Yang membuat pernyataan



Msy. Anisa Ripanda

NIM. 07031382025187

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

Tidak peduli seaneur apapun keadaanku yang  
paling penting pulang dengan gelar sarjana  
semua demi ibu dan ayah

Ini hanya sebuah perjalanan. nikmati  
prosesnya, kuatkan bahunya, perbanyak rasa  
syukurnya jangan lupa ibadah semoga Allah  
mempermudah semuanya.

### **PERSEMBAHAN**

“Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucap syukur atas Rahmat Allah Swt, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti cinta dan tanggung jawab saya kepada orang tua tersayang, adikku, teman-teman dan orang tersayang yang selalu memberi dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini”

## **ABSTRACT**

*This research aims to examine the motives of Bumble app users in the city of Palembang. Using a descriptive qualitative research method, data was collected through in-depth interviews, observation, and documentation, then verified using source triangulation and analyzed using the Uses and Gratifications theory. The results show that the motives of Bumble app users in Palembang are quite diverse, ranging from seeking friends, finding love, building relationships without commitment, and mere curiosity. Users experienced both positive and negative outcomes, with many finding value in using Bumble to expand their social networks. User satisfaction with Bumble is also influenced by their experiences. This phenomenon highlights the relationship between individual interactions and technology utilization.*

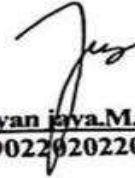
**Keywords:** *Motives, Bumble, media, communication, Palembang*

**Advisor 1**



**Krisna Murti, S.I.Kom., M.A.**  
**NIP.198807252019031010**

**Advisor 2**



**Eko Pebryan Jaya, M.I.Kom**  
**NIP.198902202022031006**

**Head of Communication Departement**




**Dr. M. Husril Thamrin, M.Si.**  
**NIP.196406061992031001**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat motif pengguna aplikasi Bumble di kota Palembang. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, data dikumpulkan dengan wawancara mendalam, observasi, dokumentasi diuji dengan triangulasi sumber dan dianalisis menggunakan teori *Uses and Gratifications*. Hasil penelitian menunjukkan motif pengguna aplikasi Bumble di kota Palembang cukup beragam mulai dari motif mencari teman, mencari cinta, membangun hubungan tanpa status dan keisengan semata. Pengalaman positif dan negatif dialami, banyak pengguna menemukan nilai dalam memanfaatkan Bumble untuk memperluas Jaringan sosial. Kepuasan dalam menggunakan Bumble juga dipengaruhi oleh pengalaman pengguna. Fenomena ini menyoroti hubungan interaksi antar individu dalam memanfaatkan teknologi.

**Kata kunci : Motif , Bumble, Media, Komunikasi, Palembang**

**Pembimbing 1**



**Krisna Murti, S.I.Kom., M.A.**  
**NIP.198807252019031010**

**Pembimbing 2**



**Eko Pebryan Jaya, M.I.Kom**  
**NIP.198902202022031006**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. M. Husri Thamrin, M.Si.**  
**NIP.196406061992031001**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Motif pengguna aplikasi Bumble sebagai media komunikasi di kota Palembang”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di program studi Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari banyak pihak yang memberikan dukungan dan bantuan selama menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis dengan penuh hormat mengucapkan terimakasih dan mendoakan semoga Allah memberikan balasan terbaik kepada:

1. Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan ridho-Nya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
4. Bapak Krisna Murti., S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing yang I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan mendukung penulis.



5. Bapak Eko Pebryan Jaya., M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan mendukung penulis.
6. Ibu Feny Selly Pratiwi., M.I.Kom selaku dosen penguji I yang telah memberikan masukan dan saran untuk penulis.
7. Bapak Karerek., S.Sos., M.I.Kom selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan dan saran untuk penulis.
8. Seluruh jajaran dosen dan staff Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan telah membantu dalam berbagai hal akademik selama masa perkuliahan.
9. Ayah dan ibu tersayang yang selalu mendukung dan memberi semangat, Mgs. M Rizal, S.E dan Epi Epriani, S.Kom dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis, terima kasih atas doa, cinta, kepercayaan dan segala bentuk yang telah diberikan, sehingga penulis merasa terdukung disegala pilihan dan keputusan yang diambil oleh penulis, serta tanpa lelah mendengar keluh kesah penulis hingga di titik ini. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figure orang tua terbaik bagi penulis.
10. Tante Nisi Susanti yang telah memberikan dukungan, semangat serta menghibur dan mendengarkan keluh kesah penulis selama mengerjakan skripsi ini
11. Teman seperjuangan, Alda Aulia Ali yang telah menghibur, memberi support dan kebersamaan penulis saat pengerjaan skripsi Serta Saling memberi masukan satu sama lain.

12. Teman-teman tersayang yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu penulis dalam bentuk tenaga, pikiran dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah mempermudah semua proses yang ingin dicapai.
13. Terakhir, kepada diri sendiri Msy. Anisa Ripanda, terima kasih telah bertahan sejauh ini, tetap memilih berusaha dan merayakan diri sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR IS .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis: .....	11
1.4.2 Manfaat Praktis:.....	11
<b>BAB II.....</b>	<b>12</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 New media.....	12
2.1.2 Teori <i>Uses and Gratification</i> .....	14
2.2 Motif.....	16
2.2.1 Pengertian Motif.....	16
2.2.2 Motif Pengguna Aplikasi Bumble .....	18
2.3 Aplikasi Bumble.....	24
2.4 Kerangka Pemikiran .....	29
2.5 Penelitian Terdahulu.....	31
<b>BAB III.....</b>	<b>34</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>

3.1	Desain Penelitian .....	34
3.2	Definisi Konsep.....	35
3.2.1	Motif.....	35
3.2.2	Bumble.....	36
3.3	Fokus Penelitian .....	36
3.4	Unit Analisis.....	38
3.5	Unit Observasi.....	39
3.6	Informan Penelitian .....	39
3.6.1	Kriteria Informan .....	39
3.6.2	<i>Key Informant</i> .....	40
3.7	Sumber dan Jenis Data .....	42
3.7.1.	Data Primer .....	42
3.7.2.	Data Sekunder .....	42
3.8	Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.8.1	Wawancara Mendalam.....	43
3.8.2	Observasi.....	43
3.8.3	Studi Pustaka dan Dokumentasi.....	44
3.9	Teknik Keabsahan Data.....	45
3.10	Teknik Analisis Data .....	45
	<b>BAB IV .....</b>	<b>48</b>
	<b>GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
4.1	Gambaran Umum Aplikasi Bumble.....	49
4.2	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	48
	<b>BAB V.....</b>	<b>55</b>
	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
5.1	Motif pengguna aplikasi Bumble (Penggunaan media).....	57
5.1.1	Motif Laki – laki .....	57
5.1.2	Motif Perempuan .....	65
5.2	Kebutuhan yang di Puaskan .....	73
5.2.1	Kebutuhan yang di Puaskan Laki – laki .....	74
5.2.2	Kebutuhan Yang di puaskan Perempuan .....	78
5.3	Pemilihan Media .....	83
5.3.1	Pemilihan media Informan Laki – laki .....	89
5.3.2	Pemilihan Media Informan Perempuan .....	94
5.4	Interaksi Individu dengan Media .....	97
5.4.1	interaksi Individu dengan media informan laki- laki.....	97

5.4.2 interaksi Individu dengan media informan perempuan .....	102
5.5 Kepuasan .....	109
<b>BAB VI .....</b>	<b>121</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>121</b>
6.1 Kesimpulan .....	121
6.2 Saran.....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>125</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Statistik Databoks (2022) .....	6
Gambar 1.2 Sumber Kompas.com.....	8
Gambar 2.1 Aplikasi Bumble di Appstore .....	25
Gambar 2.2 Aplikasi Bumble.....	28

## DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 <i>Nine Factors Cyber Relationship</i> .....	19
Tabel 2 2 Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3.1 Fokus Penelitian .....	31
Tabel 5 1 Motif Informan Laki-laki.....	64
Tabel 5 2 Motif Informan Perempuan.....	72
Tabel 5 3 Motif Pengguna Aplikasi Bumble.....	73

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Masyarakat modern sering mencari cara yang efisien dan cepat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Begitu pula dalam urusan mencari pasangan banyak masyarakat yang memanfaatkan aplikasi kencan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan adanya aplikasi kencan tentunya dapat mempercepat proses pertemuan pasangan. Pencarian jodoh secara online menjadi sarana yang potensial untuk menemukan pasangan di era modern yang telah mengubah proses perkenalan dan proses pencocokan antar penggunanya. Sebelum bertemu langsung lebih baik mendapatkan gambaran sekilas tentang seberapa baik seseorang berinteraksi melalui aplikasi kencan, dan kemudian perlahan-lahan mempelajari berbagai fakta tentang satu sama lain. (Sholihah, 2022).

Perkembangan teknologi yang semakin pesat memunculkan kemajuan baru pada media yaitu media digital yang memungkinkan masyarakat mampu mengakses informasi secara mudah. (Barsan, 2020) Kemunculan media digital merupakan peralihan dari media mainstream dalam media massa yang dikenal dalam *the big five of mass media* (Lima Besar Media Massa), yaitu surat kabar, majalah, radio, televisi dan film menjadi media sosial. Dalam era kombinasi antara internet dengan media sosial, perkembangan teknologi yang diadopsi masyarakat terus berinovasi. (Nur, 2021) Berbagai macam platform *social media* digunakan sesuai dengan motivasi pengguna, salah satunya yaitu aplikasi kencan yang memungkinkan pengguna untuk mendapatkan relasi atau bahkan pasangan.



Aplikasi kencan merupakan aplikasi online yang dirancang dengan bertujuan untuk membantu seseorang yang sedang mencari pasangan atau jodoh. Kencan juga merupakan suatu keadaan dimana kedua individu akan melakukan pertemuan dan ingin adanya hubungan untuk saling mengenal satu sama lain. (Sari, 2023)

Aplikasi kencan banyak dipakai masyarakat dengan tujuan serta motif yang berbeda-beda. Ada yang ingin mencari jodoh, ada yang ingin mencari teman bahkan ada yang mencari relasi tergantung dari pribadi yang menggunakan aplikasi. Teknologi juga berperan besar dalam urusan pencarian jodoh. Hal itu terdapat dari banyaknya aplikasi kencan yang memudahkan seseorang dalam mencari jodoh. (Kusumaningtyas dan Hakim, 2019). Aplikasi kencan *online* banyak digunakan orang-orang dengan harapan memudahkan mereka untuk memperoleh pasangan yang potensial dan Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), disebutkan sebagian besar anak muda di Indonesia menikah untuk kali pertama di usia 19-21 tahun. Secara rinci, 35,21% pemuda laki-laki memiliki usia menikah pertama saat 22-24 tahun. Sebanyak 30,52% pemuda laki-laki mencatatkan usia menikah *pertama* saat berusia 25-30 tahun. Sedangkan, 37,27% pemuda perempuan memiliki usia menikah pertamanya pada 19-22 tahun.

Pengguna aplikasi kencan dapat dengan mudah menemukan orang baru dan menggambarkan jati diri mereka dengan semenarik mungkin dengan menyembunyikan sisi negatif mereka pada awal perkenalan agar dapat menarik lawan jenis dan mendapatkan pasangan yang diinginkan. Sebagian orang banyak yang memilih aplikasi kencan sebagai tempat mencari jodoh karena perkenalan

*virtual* dengan perantara gadget atau Komputer dinilai dapat lebih memikat dan lebih menarik dibandingkan dengan pertemuan secara langsung dan hal ini disebut dengan komunikasi *hypersonal*.

*Hyperpersonal* menurut Walther adalah keadaan dimana individu melakukan komunikasi satu sama lain melalui perantara *Cmc*. (pertukaran informasi melalui jaringan internet atau jaringan computer yang dapat berupa gambar , teks, audio, maupun video). Karna pada dasarnya tidak semua orang memiliki keberanian untuk menyampaikan atau mengekspresikan dirinya kepada orang baru secara langsung (*face to face*) dan dalam ruang yang terbatas. interaksi *hyperpersonal* dapat memberikan kenyamanan dalam berkomunikasi, karena kebebasan dalam mengolah pesan. Keintiman tersebut dapat terbangun ketika seseorang saling berinteraksi satu sama lain secara terus menerus meskipun diantaranya belum pernah bertatap muka sekalipun (Ibrahim & Akhmad, 2014).

Fenomena penggunaan aplikasi kencan tidak hanya bertujuan untuk mencari jodoh. Ternyata, para pengguna memiliki banyak motif dan tujuan lainnya yang mendasari penggunaan aplikasi kencan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk menggali dari sudut pandang berbeda, yaitu bagaimana jika motif - motif tersebut dibongkar ke dalam satu rangkaian cerita pengalaman para pengguna dalam menggunakan aplikasi kencan. Memeriksa aspek motif apa saja yang menjadi tujuan para pengguna aplikasi kencan atau presentasi diri secara terpisah, untuk dapat mengetahui hal tersebut peneliti membutuhkan proses integrasi keduanya. Jika melihat pada motivasi pengguna-nya, ada aspek yang perlu diperhatikan jika seseorang mencari pasangan yang mungkin saja berbeda antara laki-laki dan

perempuan. Motif pengguna aplikasi kencan ini dapat berubah seiring dengannya waktu bergantung dengan faktor tren budaya, individu dan teknologi maka dari itu penting untuk melakukan pembaharuan pada penelitian mengenai motif pengguna aplikasi kencan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (chan dan wang, 2010) *Cyber Relationship Motives* terdapat beberapa motif individu dalam menjalin sebuah hubungan melalui sosial media yaitu mencari cinta, mencari pasangan seksual, dukungan emosional, rasa penasaran, pelarian diri, anonimitas, kesempatan bertemu orang baru, kemudahan dalam komunikasi dan kompensasi sosial.

Dilihat dari motif pengguna pada tahun 2016 jakpat (aplikasi jejak pendapat) melakukan sebuah survei terhadap 512 responden. Dari hasil survei ditemukan bahwa persentase terbesar pengguna aplikasi kencan mempunyai motivasi untuk memiliki teman baru yakni sebesar 74.5%, disusul motivasi untuk mengisi waktu luang sebesar 50.29%, motivasi untuk menambah relasi sebesar 42.27%, motivasi untuk kesenangan dan keisengan sebesar 34.05%, motivasi untuk mencari pasangan hidup sebesar 31.07%, motivasi untuk mencari rekan bisnis sebesar 25.64%, dan motivasi untuk melakukan observasi terhadap pengguna lain sebesar 25.05%.

Beragamnya motif dari para pengguna aplikasi kencan dapat memicu kesenjangan karena preferensi serta harapan yang berbeda yang dapat mengakibatkan ketidakselarasan antar pengguna. Kesenjangan pengguna aplikasi kencan juga mencakup perilaku yang tidak etis atau melanggar norma. Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motif para pengguna aplikasi kencan

agar dapat mengetahui serta memahami tujuan dari para pengguna aplikasi kencan.

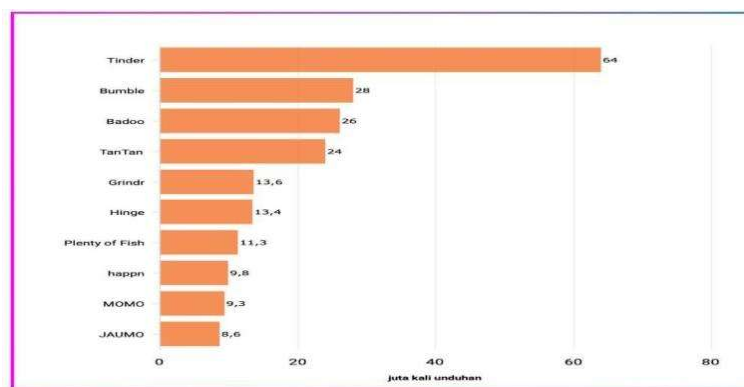
Aplikasi kencan Bumble ini masih dipandang sebagai hal yang tabu, banyak stigma negatif dalam penggunaan aplikasi kencan *online*. Hal ini yang diakibatkan karena penyalahgunaan aplikasi kencan *online* dan memberikan dampak negatif untuk penggunanya. Banyak dampak negatif dari aplikasi kencan apabila tidak digunakan dengan cara yang benar dan sehat. (Nicol *et al*, 2020). Walaupun banyak dampak negatif ketika menggunakan aplikasi kencan *online*, ada juga beberapa dampak yang bersifat positif terhadap para penggunanya. Bagi orang-orang yang memiliki sifat pemalu dan canggung ketika mereka harus bertatap muka dengan orang yang mereka sukai, melakukan perkenalan diri dan kencan *online* dapat membantu untuk mengatasi rasa canggung tersebut. Mereka yang memiliki kepribadian pemalu atau insekur dapat merasa berani dan lebih percaya diri ketika mereka berkomunikasi melalui *chat room* (Ningrum, 2016).

Aplikasi kencan banyak digunakan oleh kalangan muda dan dewasa kisaran umur 19 tahun sampai 30 tahun, Berdasarkan survei data dari *GlobalWebIndex* oleh McGrath.F (2015) menunjukkan bahwa terdapat 45% pengguna aplikasi pencarian jodoh yang berusia antara 25-34 tahun, 38% berusia diantara 19-24 tahun, 13% berusia diantara 34-44 tahun, 3% berusia diantara 45-54 tahun, dan 1% berusia 55-64 tahun. Dengan adanya aplikasi dating app seseorang lebih mudah untuk mendapatkan teman ngobrol, ataupun teman dekat (Mellania dan Tjahjawulan, 2021).

Menurut Databoks, Jika dilihat berdasarkan usia, mayoritas atau 45% pengguna aplikasi kencan berada di rentang usia 19 – 25 tahun. Kemudian,

sebanyak 25% pengguna di usia 26 – 35 tahun menggunakan aplikasi Dating. Berikut daftar statistik aplikasi kencan yang banyak diunduh dan digunakan masyarakat diindonesia:

**Gambar 1.1 statistik databoks**



*Sumber: Statistik Databoks (2022)*

*Tinder* diunduh 64 juta kali, *Bumble* 28 juta kali, *Badoo* 26 juta kali *Tantan* 24 juta kali *Grindr* 13,6 juta kali *Hinge*: 13,4 juta kali, *Plenty of Fish* 11,3 juta kali, *Happn* 9,8 juta kali *Momo* 9,3 juta kali dan *Jaumo* 8,6 jt kali.

Aplikasi kencan diatas memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing namun diantara aplikasi pencarian jodoh tersebut ada satu aplikasi kencan yang cukup unik dan menarik yang berbeda dari aplikasi kencan lainnya yaitu aplikasi *Bumble*. *Bumble* merupakan aplikasi yang cukup terkenal urutan ke-2. Aplikasi *Bumble* Berbeda dari aplikasi kencan lainnya Banyak para pengguna aplikasi kencan memilih *Bumble* karena *Bumble* merupakan sebuah aplikasi yang memiliki landasan untuk memberdayakan perempuan Karna, dalam penggunaan aplikasi *Bumble* hanya pihak perempuan yang dapat memulai obrolan untuk pertama kalinya. Jika pihak perempuan merasa tidak tertarik dan tidak memulai percakapan terlebih dahulu maka percakapan tidak akan terjadi. 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.

*Bumble* adalah aplikasi kencan yang dilabeli sebagai 100% feminis, Bumble sendiri memang diciptakan untuk membuat para Wanita merasa lebih aman dalam menggunakan aplikasi kencan. Whitney Wolf Herd merupakan pendiri Bumble, mengatakan bahwa tujuan dibuatnya Bumble adalah menciptakan aplikasi yang aman untuk wanita. Bumble sendiri merupakan aplikasi kencan yang pertama kali diluncurkan ke publik pada Desember 2014. Untuk melihat lebih jauh terhadap aplikasi Bumble pada sudut pandang keamanan perempuan selama menggunakan aplikasi Bumble. Karena kita sadar bahwa perempuan adalah sasaran empuk dalam tindak kejahatan di media online. (Simangunsong, 2022)

Fakta bahwa pengguna laki-laki tidak dapat *chat* lebih dulu dipandang bermanfaat bagi perempuan karena memberikan kesempatan dan lebih banyak waktu untuk memeriksa profil pengguna yang *match*-nya secara lebih *detail* dan memikirkan tentang potensi kecocokan atau memilih untuk tidak menghubunginya sama sekali (Pruchniewska, 2020). Penerapan strategi perempuan dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai bentuk memeriksa setiap *match* yang mereka temui, dan Tindakan kehati-hatian mereka untuk tidak *swipe right* laki – laki yang salah. Teknologi bisa menjadi feminis jika dirancang untuk membuat hidup perempuan lebih mudah atau memfasilitasi kehidupan perempuan terhadap konsekuensi yang tidak diinginkan. mengemukakan bahwa teknologi feminis dapat mengambil salah

satu dari empat bentuk berikut: teknologi yang meningkatkan kondisi perempuan, berkontribusi pada kesetaraan gender, mendukung perempuan, atau memunculkan hubungan gender yang lebih adil daripada yang terkait dengan teknologi sebelumnya. (Chan, 2018).

Bumble memiliki tujuan Hampir sama dengan aplikasi dating app lainnya yaitu untuk mempertemukan dua individu agar dapat saling terhubung dan membangun kedekatan satu sama lain. Menggunakan Bumble dengan tujuan untuk memiliki hubungan yang serius dan nantinya diharapkan dapat berujung pada pernikahan. "Kekuatan Bumble dalam menarik pengguna wanita akan membantu mereka mempertahankan pangsa pasar mereka melawan pesaing, karena mereka membedakan diri dengan memberdayakan wanita untuk mengambil langkah pertama, (Nicholas Cauley).

**Gambar 1.2 Popular Dating**



Sumber: Kompas.com

Berdasarkan gambar 1.2 di atas, aplikasi Bumble di Indonesia sangat populer. Unduhan perbulan aplikasi Bumble mencapai 1.582.350 pengguna pada setiap bulannya. Lebih lanjut, dalam bentuk grafik digambarkan bahwa aplikasi

Bumble memiliki peningkatan pengguna dari tahun 2019 hingga 2021 secara signifikan. Pada tahun 2019 terdapat 250 juta pengguna, kondisi di tahun 2020 terjadi penambahan pengguna sebanyak 20 juta orang sehingga total pengguna menjadi 270 juta. Puncak penggunaan Bumble di Indonesia semakin viral pada tahun 2021 dan terus berkembang hingga saat ini. Pengguna Bumble tersebar di berbagai wilayah, termasuk wilayah Palembang, Sumatera Selatan. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Ramadhanti (2020) dinyatakan bahwa banyak pemuda di Palembang, Sumatera Selatan mengandalkan aplikasi kencan untuk mengatasi minimnya komunikasi antar individu secara langsung.

Dilansir dari Katadata.co.id jumlah pengguna mencapai angka di 42 juta pengguna di tahun 2020. Sebanyak 20% kenaikan pengguna Bumble ini dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya mencapai sebanyak 35 juta orang. Bumble merupakan *dating app* kedua setelah Tinder (Rahma dan Khoirunnisa, 2023) Lebih lanjut, menurut survei IDNTimes pada bulan Juli-September 2021 terhadap pengguna aplikasi kencan online di Indonesia dengan jumlah responden sebanyak 285 remaja dan dewasa dengan rentang usia 19-30, mahasiswa/I termasuk dalam rentang umur 19-30 tahun.

Penelitian ini memfokuskan pada para pengguna aplikasi Bumble yang berada di wilayah kota Palembang. Karna tingkat mobilitas dan kesibukan yang tinggi pada masyarakat perkotaan yang bekerja dari pagi hari hingga larut malam membuat sulitnya untuk membagi waktu maka dari itu tidak sedikit masyarakat kota Palembang yang menempuh jalur cepat dan menggunakan jalur alternatif dalam mencari pasangan dengan menggunakan aplikasi pencarian jodoh yang dapat



diakses dengan mudah. Penelitian ini akan diadakan di wilayah kota Palembang dan Sesuai dengan sistem yang ada pada Bumble Pengguna aplikasi Bumble terhubung langsung berdasarkan lokasi gps ponsel mereka. Fitur ini memberikan kesempatan kepada para pengguna untuk bertemu, berbaur, dan terhubung dengan orang lain di komunitas lokalnya (jarak tertentu) untuk menemukan dan membangun hubungan. Hal ini menjadi landasan peneliti untuk mengangkat penelitian dengan judul

“MOTIF PENGGUNA APLIKASI BUMBLE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI  
DI KOTA PALEMBANG”

Studi kasus para pengguna aplikasi Bumble di kota Palembang) Peneliti ikut terlibat dalam penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif serta aplikasi Bumble sebagai media untuk menemukan pengguna yang akan diwawancara secara mendalam kepada beberapa responden pengguna aplikasi Bumble agar dapat Mengetahui Motif Serta hal yang melatarbelakangi pengguna aplikasi Bumble di kota Palembang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian adalah sebagai berikut:

Apa motif yang melatarbelakangi penggunaan aplikasi Bumble di kota Palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan apa motif para pengguna aplikasi Bumble yang ada di wilayah kota Palembang

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah :

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis:**

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi dan dapat menjadi acuan terhadap penelitian sejenis lainnya. Penelitian ini pun diharapkan dapat memperkaya literatur guna menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya yang mempelajari tentang motif penggunaan media sosial dan dampaknya bagi kehidupan pengguna.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis:**

Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi bagi para pengguna aktif aplikasi Bumble serta dapat menambah pengetahuan bagi pengguna bahwa para penggunaan aplikasi Bumble memiliki motif dan dampak langsung penggunaannya, baik secara positif maupun negatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barsan, Oka Prayuda, Dr Hendra Alfani, M I Kom, Septiana Wuladari, dan M I Kom. “perubahan pilihan dalam mengakses tayangan media informasi dari media streaming ke media digital (studi kasus pada masyarakat desa lunggaian kecamatan lubuk batang kabupaten ogan komering ulu).”
- Chan, Lik Sam. 2018. “Liberating or Disciplining? A Technofeminist Analysis of the Use of Dating Apps Among Women in Urban China.” *Communication, Culture and Critique* 11(2): 298–314. doi:10.1093/ccc/tcy004.
- Darmayanti, Dyan Paramitha, Mahmud Tang, dan Paweennari Hijjang. 2024. “Gaya Hidup dan Stigma Sugar Baby di Indonesia.” (2).
- “Darmayanti et al. - 2024 - Gaya Hidup dan Stigma Sugar Baby di Indonesia.pdf.”
- Fadilla, Sarah, Agus Setiaman, dan Kismiyati El Karimah. 2023. “Keterbukaan diri pengguna aplikasi kencan online Bumble dalam Mencari Pasangan.” *Comdent: Communication Student Journal* 1(1): 102. doi:10.24198/comdent.v1i1.45735.
- Haile G, Assen M and Ebro A. 2023. “Pertukaran Sosial Dalam Budaya HOOK UP PADA APLIKASI KENCAN ONLINE (STUDI TERHADAP PENGGUNA APLIKASI KENCAN ONLINE : BUMBLE).” 4(1): 88–100.
- Kusumaningtyas, Amelinda Pandu, dan Azinuddin Ikram Hakim. 2019. “Jodoh di Ujung Jempol: Tinder sebagai Ruang Jejaring Baru.” *Simulacra* 2(2): 101–14. doi:10.21107/sml.v2i2.6147.
- McKenna, Katelyn Y. A., dan John A. Bargh. 1999. “Causes and Consequences of Social Interaction on the Internet: A Conceptual Framework.” *Media Psychology* 1(3): 249–69. doi:10.1207/s1532785xmep0103\_4.

- Mellania, Carolline, dan Indah Tjahjawulan. 2021. “Pencarian Jodoh Daring Masyarakat Urban Indonesia: Studi Kasus Aplikasi Tinder dan OkCupid.” *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)* 8(1): 19–37. doi:10.36806/v8i1.80.
- “Navitra et al. - 2023 - Motif Perempuan Menggunakan Aplikasi Bumble.pdf.”
- Nur, Emilsyah. 2021. “PERAN MEDIA MASSA DALAM MENGHADAPI SERBUAN MEDIA ONLINE THE ROLE OF MASS MEDIA IN FACING ONLINE MEDIA ATTACKS.” 2(1).
- Peter, Jochen, Patti M. Valkenburg, dan Alexander P. Schouten. 2005. “Developing a Model of Adolescent Friendship Formation on the Internet.” *CyberPsychology & Behavior* 8(5): 423–30. doi:10.1089/cpb.2005.8.423.
- Phan, Anh, Kathryn Seigfried-Spellar, dan Kim-Kwang Raymond Choo. 2021. “Threaten Me Softly: A Review of Potential Dating App Risks.” *Computers in Human Behavior Reports* 3: 100055. doi:10.1016/j.chbr.2021.100055.
- Pruchniewska, Urszula. 2020. “‘I Like That It’s My Choice a Couple Different Times’: Gender, Affordances, and User Experience on Bumble Dating.”
- Rahma, Jihan Falabisa, dan Riza Noviana Khoirunnisa. “Pengungkapan Diri Pada Perempuan Dewasa Awal Pengguna Dating App (Bumble) Self - Disclosure In Early Adult Female Dating App (Bumble) Users.” . *Character* 10(02).
- Sari, Wahyuningtyas Puspita. 2023. “Menelaah Hubungan Melalui Online Dating Berdasarkan Teori Pertukaran Sosial Peter M. Blau.”
- Sholihah, Mar’atush. 2022. “PRAKTIK MENEMUKAN PASANGAN HIDUP MELALUI PEMANFAATAN SITUS BIRO JODOH ONLINE.” *ADHKI: JOURNAL OF ISLAMIC FAMILY LAW* 3(2): 79–93. doi:10.37876/adhki.v3i2.77.
- Universitas Pelita Harapan Indonesia, Ryan Haryadi, Benedictus Arnold Simangunsong, dan Universitas Pelita Harapan Indonesia. 2022. “Fenomena Pengalaman Perempuan dalam Menggunakan Feminist Mobile

Dating App Bumble.” *Jurnal Komunikatif* 11(1): 76–89.  
doi:10.33508/jk.v11i1.3589.

Wang, Chih-Chien, dan Ya-Ting Chang. 2010. “Cyber Relationship Motives: Scale Development and Validation.” *Social Behavior and Personality: an international journal* 38(3): 289–300. doi:10.2224/sbp.2010.38.3.289.

Lawado, M. R., & Sukardani, P. S. (2020). Komunikasi Antarpersonal pada pasangan Berbasis Aplikasi Kencan Online (studi deskriptif mahasiswa negeri Surabaya pengguna aplikasi Tinder. Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya. 2(2).

#### BUKU

Ibrahim, . S., & Akhmad, B. A. (2014). Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi. Jakarta: yayasan Pustaka Obor indonesia.

McQuail, Dennis. 2000. *MCQuail's Communication Theory* (4th edition). London : Sage Publications.

Soeganda, P. (2009). “*Motivasi, Partisipasi & Pembangunan*”. Jakarta: *Press Jakarta*

Kuswarno, Engkus (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*, Bandung: Widya Padjajaran

Riyanto, T., & Susanto, H. (2009). *Mau Bahagia*. Yogyakarta: Kanisius.  
Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid II*. (Yogyakarta: Andi Offset, Sholihah)

Siddiqui, Shabnoor & Tajinder Singh. 2016. Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research* Vol 5, Issue 2: 71-75.

Vivian, Jhon. *Teori Komunikasi Massa*. Edisi kedelapan. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008.

Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi - Ansar Suherman.pdf.

Ahmadi A. (2009). Psikologi Sosial (Edisi Revisi). Jakarta: Renika Cipta

Alex Sobur. (2003). Psikologi Umum. Bandung: Pustaka Setia.

Sugiono. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta

Taufik. 2012. Empati Pendekatan Psikologi Sosial. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Website :

Nailufar, N.N. (2019). “Aplikasi Kencan, Teman Tidur Satu Malam hingga Jodoh dalam Genggaman Tangan”. Retrieved from <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/08/03/060000420/aplikasi-kencan-teman-tidur-satu-malam-hingga-jodoh-dalam-genggaman-tangan?page=all>, Diakses Desember 2023

Ningrum, D. W. (2016). Plus Minus Kencan Online. Detik. Retrieved from <https://inet.detik.com/konsultasi-cyberlife/d3263337/plus-minus-kencanonline>, Diakses Desember 2023

Pratama,R. 2022. “Sejarah Tinder, Medium Pencarian Jodoh”. (<https://tekno.kompas.com/read/2022/04/13/18300007/sejarah-tinder-medium-pencarian-jodohonline?page=all>). Diakses pada Maret 2023