

BAB I

PENDAHULUAN

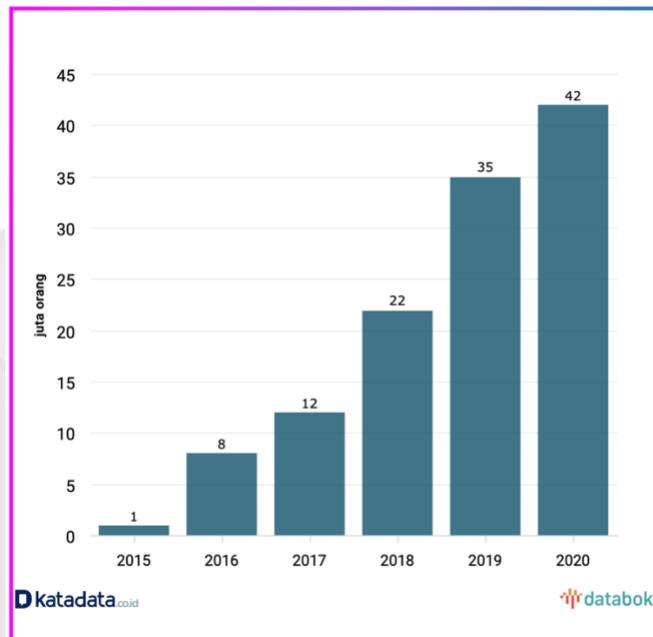
1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi untuk bersosialisasi sangat membawa dampak bagi masyarakat khususnya masyarakat urban, kemunculan aplikasi dan media sosial membuat masyarakat semakin mudah untuk bersosialisasi tanpa bertemu, salah satu aplikasi yang muncul akibat kemajuan teknologi merupakan aplikasi kencan online. Aplikasi kencan online diperkirakan muncul pertama kali ditahun 1995 dengan nama Match.com yang berasal dari Amerika Serikat. Sementara di Indonesia kemunculan aplikasi dan web kencan online ini diawali dengan aplikasi Tinder dan OkCupid ditahun 2012. Lalu karena kemunculan dua aplikasi ini, munculah web kencan online buatan lokal bernama Setipe.com ditahun 2013 (Mellania & Tjahjawan, 2021). Seiring bergantinya waktu, aplikasi dan web kencan online ini juga terus berubah mengikuti keinginan penggunanya, semakin banyak jenis aplikasi dan web kencan online yang bermunculan dengan target pengguna spesifik seperti: Grindr, Her, Taaruf ID, dan Jodoh Kristen.

Seiring bermunculannya aplikasi kencan online di Indonesia maka diperkirakan banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan aplikasi kencan online. Menurut artikel dari Tempo.co (2019) YouGov meneliti fenomena kencan di Indonesia dengan hasilnya mengungkapkan bahwa 34% orang Indonesia mengaku pernah

menggunakan aplikasi kencan online. Dengan aplikasi yang paling dominan untuk digunakan adalah BeeTalk, Tinder dan Indonesia Cupid. Sementara ditahun 2022, Databoks (Rizaty, 2022) merilis bahwa penggunaan aplikasi kencan online ini diperkirakan sudah mencapai 323,9 juta diseluruh dunia pada tahun 2021. Dengan aplikasi yang paling banyak digunakan: Tinder, Bumble dan Engsel. Bumble mengalami kenaikan pengguna signifikan dari tahun 2018 sekitar 1,983.1 ribu pengguna dan 2020 sekitar 2,505.5 ribu pengguna (Dixon, 2022).

Bumble ditemukan pada tahun 2014 oleh Whitney Wolfe Herd yang juga merupakan salah satu pendiri dari Tinder (Bumble, 2022). Cara kerja Bumble cukup mudah, yaitu dengan menggeser ke kanan (*swipe right*) jika tertarik dengan profile yang dilihat dan menggeser ke kiri (*swipe left*) jika tidak tertarik. Yang membuat Bumble unik adalah fitur dimana wanita diberikan kesempatan untuk membuka percakapan lebih dahulu, hal ini menjadikan Bumble dijuluki sebagai *feminist dating app* oleh pengguna aplikasi kencan online. Setelah Bumble dirilis pada tahun 2014 hingga tahun 2020 pengguna Bumble sudah dikirakan mencapai 42 juta yang meningkatkan sebanyak 20% dari pengguna tahun lalu yaitu 35 juta (Rizaty, 2022).



Gambar 1.1 - Data Pengguna Bumble 2020

Saat perilisan Bumble di 2014, Bumble memiliki dua mode yang bisa digunakan oleh penggunanya, yaitu: Bumble Date dan Bumble BFF. Bumble Date memiliki fungsi yang sama dengan aplikasi kencan online lainnya, namun Bumble BFF merupakan sebuah mode yang diciptakan Bumble sebagai mode pencarian teman atau komunitas disekitar pengguna (Bumble, 2020). Pada tahun 2017, Bumble meluncurkan mode baru yaitu Bumble Bizz yang difokuskan bagi para professional untuk bisa terkoneksi dan bersosialisasi tanpa merasa tidak nyaman (Republika., 2017). Untuk menggunakan ketiga mode Bumble, pengguna bisa memilih dipilihan *setting* dan memilih mode yang diinginkan.

Institusi YouGov Amerika pada tahun 2021 melakukan survei tentang “What are Americans looking for on dating apps” dengan koresponden sebanyak 1.260 orang dewasa di atas 18 tahun. Hasil dari survei YouGov membuktikan ada beberapa

alasan utama mengapa perempuan atau laki-laki di Amerika memilih menggunakan aplikasi kencan online, alasan paling utama merupakan mencari pasangan untuk berhubungan serius. Dalam survey YouGov juga menyatakan bahwa perempuan tertarik untuk menggunakan aplikasi kencan online karena penasaran dan menyatakan bahwa perempuan lebih tertarik bertemu dengan calon pasangan secara langsung. Survey YouGov juga memberikan informasi sebanyak 62% dari koresponden survei berhasil mendapatkan pasangan dari aplikasi kencan online yang koresponden gunakan (YouGov, 2021).

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menemukan faktor – faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi kencan online, penelitian pertama dilakukan oleh Debarun Chakraborty (2019) dengan judul “*Components Affecting Intention to Use Online Dating Apps in India: A Study Conducted on Smartphone Users*”. Melalui kuisioner dengan koresponden usia 18 – 30 tahun, penelitian berhasil menyimpulkan empat faktor utama yaitu *seen fun-loving nature*, *saw satisfaction*, *verbal exchange* dan *usability*. Penelitian kedua dilakukan oleh Safira Maharani, S dan Rouli Manalu (2017) dengan judul “Analisa Faktor Pendorong dalam Melakukan *Online Dating*”. Penelitian ini dilakukan dengan metode eksploratif yang menghasilkan kesimpulan bahwa ada lima faktor utama yang menjadi pendorong utama, yaitu: Faktor Sosial Psikologi, Faktor Fitur *Online Dating*, Faktor Keterlibatan Sosial, Faktor Mencari Partner Seksual dan Faktor Pengungkapan Diri.

Penelitian ketiga diteliti oleh Sindy R. Sumter, PhD, Laura Vandenbosch, PhD dan Loes Ligtenberg, Msc (2017) dengan judul “*Love me Tinder: untangling emerging adults’ motivations for using the dating application Tinder*”. Penelitian ini diikuti oleh 266 total koresponden yang berusia 18-30 tahun dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications*. Penelitian ini menghasilkan empat faktor utama penggunaan aplikasi Tinder, yaitu: *Using Tinder for Love and Casual Sex*; *Using Tinder because it is easier: Ease of Communication*; *Using Tinder to feel better: Self-Worth Validation*; dan *Using Tinder because it is fun: Thrill of Excitement and Trendiness*.

Berdasarkan latar belakang dan hasil dari ketiga penelitian terdahulu, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi tujuan pengguna dalam menggunakan aplikasi Bumble. Terlebih dikarenakan Bumble merupakan aplikasi dating yang unik dan sekarang berevolusi menjadi aplikasi untuk bersosialisasi dengan banyak cara. Selain alasan di atas, diketahui pengguna aplikasi Bumble semakin bertumbuh di tiap tahunnya dan penelitian ini bisa memberikan masukan atau kritisi untuk developer sebagai cara untuk memperbaiki kinerja aplikasinya. Berdasarkan dari penelitian terdahulu, yang menunjukkan bahwa faktor pengaruh penggunaan aplikasi Tinder dan aplikasi lain memiliki hasil yang berbeda di tiap penelitiannya dan belum ada pengelompokkan tujuan penggunaan aplikasi menurut teori Motivasi Abraham Maslow untuk penelitian pada aplikasi Bumble.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin mengetahui faktor- faktor utama yang dapat mempengaruhi individu dalam menggunakan aplikasi Bumble dengan pertanyaan penelitian:

1. Apa saja faktor – faktor tujuan penggunaan individu dalam aplikasi Bumble?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan faktor – faktor tujuan penggunaan individu dalam aplikasi Bumble.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis:

Manfaat akademis penelitian agar bisa menjadi referensi dan menjadi data bagi penelitian berikutnya yang khususnya berhubungan dengan penggunaan aplikasi Bumble dan menggunakan metode “*exploratory factor analysis*”.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini agar bisa menjadi referensi bagi developer atau tim strategi marketing aplikasi Bumble sebagai masukan untuk meningkatkan kinerja aplikasi Bumble sesuai dengan penggunaan aplikasi dan cara yang tepat untuk mempromosikan aplikasi Bumble kepada penggunanya.