

Tahapan Perkembangan Hubungan Antar Individu Menggunakan Aplikasi Kencan Online *Bumble* dalam Menuju Hubungan Romantis

Aulia Triwardhana Noor Fathan Ramadhan, Dr. Nurul Hasfi, M.A, Nurist Surayya Ulfa, S.Sos., M.Si

Fathanramadhan024@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024)7465407

ABSTRACT

The process of developing relationships in this age of technological advancement certainly has the opportunity to experience a process or stage change. As the development of relationships that are usually done face-to-face or in person, now it can be done using mediation by the online dating application Bumble which is one proof of technological advances. This study aims to describe how the stages of the development of relationships between individuals using the online dating application Bumble lead to romantic relationships by applying descriptive qualitative research methods and a post-positivistic paradigm. The data collection technique used in this study is in-depth interviews and analysis techniques by Miles and Huberman which are based on Mark Knapp's Relationship Development Stages Model, assisted by Social Penetration Theory and Social Information Process Theory (SIP).

The results of the study show that the process of developing Mark Knapp's relationship stages after being implemented in interpersonal communication for users of the online dating application Bumble into four stages including initiating, experimenting, intensifying, and integrating. (1) In the first stage, Initiating is the formation of an image or image in line with the Selective Self-Presentation in Social Information Process Theory and the choice of words in the first message. (2) The second stage, namely experimenting, found that there were activities to exchange information using general questions/knowledge and activities such as stalking and screening. (3) The third stage is intensifying, where there is discussion of private information based on self-disclosure. In the third and fourth stages, self-disclosure activities occur which are in line with the Social Penetration Theory. (4) The fourth stage of integrating,

relationships between individuals decide to go towards a relationship as a romantic partner "boyfriend" and delete the Bumble online dating application as a form of commitment.

The conclusion of this study is that the stages of relationship development towards Mark Knapp's commitment occur from the stages of initiating, experimenting, intensifying, and integrating with activities carried out by informants at each stage. This study recommends that further research examine the development of romantic relationships in online dating applications, where the trends that occur in this research can be applied or not in other online dating applications. As well as the expansion of forms of romantic relationship development other than "dating" that occur in online dating applications.

Keywords: Online Dating Apps, Bumble, Mark Knapp's Stages of Relationship Development, Social Penetration Theory, Social Information Process Theory

ABSTRAK

Proses perkembangan hubungan di zaman kemajuan teknologi ini pastinya memiliki peluang mengalami sebuah perubahan proses atau tahapan. Sebagaimana perkembangan hubungan yang biasanya dilakukan secara tatap muka atau langsung, kini dapat dilakukan dengan menggunakan mediasi oleh aplikasi kencan online *Bumble* yang merupakan salah satu bukti kemajuan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana tahapan perkembangan hubungan antar individu menggunakan aplikasi kencan online *Bumble* dalam menuju hubungan romantis dengan menerapkan metode penelitian kualitatif deskriptif dan paradigma *post-positivistik*. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara mendalam serta teknik analisis Miles dan Huberman yang didasari oleh Model Tahapan Perkembangan Hubungan Menuju Komitmen Mark Knapp's, dibantu oleh Teori Penetrasi Sosial dan Teori Proses Informasi Sosial (SIP).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses tahapan perkembangan hubungan Mark Knapp's setelah di implementasikan pada komunikasi antar pribadi pengguna aplikasi kencan online *Bumble* menjadi empat tahap meliputi *initiating*, *experimenting*, *intensifying*, dan *integrating*. (1) Pada tahapan pertama, *initiating* terdapat pembentukan citra atau *image* selaras dengan *Selective Self-Presentation* pada Teori Proses Informasi Sosial dan pemilihan kata di pesan pertama. (2) Tahap kedua yakni *experimenting*, ditemukan bahwa terdapat kegiatan bertukar informasi dengan menggunakan pertanyaan umum/pengetahuan serta kegiatan seperti *stalking*

dan *screening*. (3) Tahap ketiga *intensifying*, terdapat pembahasan informasi bersifat privasi didasari pengungkapan diri. Pada tahap ketiga dan keempat terjadi kegiatan pengungkapan diri / *Self-Disclosure* yang selaras dengan Teori Penetrasi Sosial. (4) Tahap keempat *integrating*, hubungan antar individu memutuskan untuk menuju hubungan sebagai pasangan romantis “pacar” serta menghapus aplikasi kencan online *Bumble* sebagai bentuk komitmen.

Simpulan penelitian ini yakni tahapan perkembangan hubungan menuju komitmen Mark Knapp’s terjadi dari tahap *initiating*, *experimenting*, *intensifying*, dan *integrating* dengan kegiatan yang dilakukan oleh informan di setiap tahapan. Penelitian ini merekomendasi untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti perkembangan hubungan romantis di aplikasi kencan online, dimana *trend* yang terjadi pada riset penelitian ini dapat diterapkan atau tidak di aplikasi kencan online lain. Serta perluasan pada bentuk perkembangan hubungan romantis selain “pacaran” yang terjadi di aplikasi kencan online.

Kata kunci: Aplikasi Kencan Online, *Bumble*, Tahapan Perkembangan Hubungan Mark Knapp’s, Teori Penetrasi sosial, Teori Proses Informasi Sosial

PENDAHULUAN

Hubungan romansa atau romantis merupakan salah satu bentuk dari perwujudan perkembangan hubungan antar pribadi. Dimana proses perkembangan menuju hubungan romansa melewati beberapa tahapan perkembangan hubungan. Berdasarkan model perkembangan hubungan mark Knapp’s yakni pada 5 tahapan perkembangan menuju komitmen, terdapat beberapa tahap yang harus dilalui seperti memulai (*Initiating*), bereksperimen (*Experimenting*),

(*Intensifying*), mengintegrasikan (*intergrating*), dan ikatan (*Bonding*) supaya hubungan romansa atau romantis antar pribadi dapat tercipta. Proses tahapan perkembangan hubungan mark Knapp’s merupakan tahapan perkembangan hubungan antar pribadi yang terjadi dikarenakan tidak adanya campur tangan dari mediasi oleh komputer. Namun akibat dari kemajuan teknologi yang pesat, tidak dapat dihindari bahwa proses perkembangan hubungan antar pribadi dapat mengalami perubahan pola dalam proses perkembangan hubungan. Perubahan komunikasi antar pribadi dalam

perkembangan hubungan memungkinkan dapat terjadi tanpa melakukan kontak fisik secara langsung dan dapat digantikan dengan cara *virtual* / online atas bantuan mediasi seperti aplikasi kencan online.

Perkembangan teknologi di zaman digitalisasi membuat proses komunikasi antar pribadi dapat terjalin dengan mudah tanpa harus bertemu secara langsung atau tatap muka. Aplikasi Kencan Online merupakan salah satu bukti teknologi dari kemajuan zaman digitalisasi, dimana aplikasi kencan online adalah suatu sarana platform yang dapat diakses secara mudah dan terstruktur dengan memiliki tujuan sebagai tempat untuk menemukan teman bicara, sahabat, maupun pasangan. Berbagai aplikasi kencan online menghadirkan fitur yang mudah untuk digunakan dan dipahami oleh penggunanya. Munculnya aplikasi kencan online memberikan perubahan pada proses perkenalan yang awalnya secara offline menjadi online atau *virtual*. Awal memulai perkenalan di aplikasi kencan, masing-masing pengguna secara sadar dan disengaja membagi informasi tentang dirinya guna diberikan kepada pengguna lainnya. Informasi yang diberikan kepada pengguna lain layaknya informasi terkait umur, kesukaan, tempat tinggal dan kesibukan. Bauman (2003;23) berkata “*computer-dating* mengubah cara kencan

dan jalannya hubungan romantis menjadi suatu mainan” yang artinya, pengguna dapat merasakan kebebasan tanpa takut akan suatu kekecewaan dalam menemukan pasangan ideal bagi masing-masing pengguna. *Computer-dating* pada aplikasi kencan ini dapat maknai seperti ‘*marketplace*’, karena pengguna dapat dengan mudah menemukan, memilih dan mengganti lawan bicara secara bebas. Namun, pada jurnal internasional yakni *Online Versus Face-To-Face Conversations: An Examination of Relational and Discourse Variables* mengatakan bahwa komunikasi antar pribadi yang terjalin secara tatap muka lebih baik / puas dibandingkan komunikasi secara online atau virtual. Hal tersebut karena komunikasi yang terjalin secara tatap muka lebih mudah mengekspresikan atau mengungkapkan diri dari pada komunikasi online.

Bumble adalah jejaring sosial dengan basis aplikasi kencan online yang memungkinkan individunya merasa diberdayakan saat membuat koneksi tersebut, baik saat individunya berkencan, mencari teman, atau mengembangkan jaringan profesional individu dari aplikasi *Bumble* itu sendiri. *Bumble* merupakan aplikasi kencan online dengan tujuan diciptanya untuk mempertemukan antar individu yang dimungkinkan dapat menjadi

sepasang kekasih. Tidak hanya itu, *Bumble* juga mendapatkan dukungan oleh perangkat ponsel pintar atau *smartphone* untuk dapat memberikan akses download kepada pengguna *smartphone Android* dan *Ios*. *Bumble* merupakan inovasi dari aplikasi-aplikasi kencan online yang sudah ada terlebih dahulu. Demi perubahan atau perombakan dari aplikasi kencan online lainnya, *Bumble* berinovasi yakni pada fitur obrolan harus perempuan mulai terlebih dahulu. (*Bumble*. 2022)

Menurut data dari Business of Apps dijelaskan bahwa *Bumble* telah memiliki jumlah pengguna yang sebanyak yakni 42 juta pada tahun 2020 dan di tahun 2021 meningkat menjadi 45 juta pengguna *Bumble*. (Curry, D. 2022)

Tren aplikasi kencan dari waktu ke waktu menjadi sangat dinikmati oleh kalangan muda. Menurut pimpinan *Bumble* Inggris dan Irlandia yakni Naomi Walkland, pada saat ini orang-orang lebih tertarik dan terbuka di pencarian jodoh secara online. (H. 2021). Postingan wolipop.detik.com pada tahun 2021 melalui “Pandemi Bikin Orang Bisa Jatuh Cinta Duluan Sebelum Bertemu Langsung” mengatakan bahwa ada 67% orang percaya bahwa mereka dapat jatuh cinta dengan seseorang tanpa bertemu sebelumnya. Kemudian ada sebanyak 36% mengatakan bahwa kencan online video dan panggilan

suara menjadi norma baru. Meskipun fenomena pencarian jodoh secara online semakin dinikmati, hubungan antar pribadi yang terbentuk dari sebuah aplikasi kencan online khususnya bagi pengguna pemula dapat berpotensi munculnya perasaan ketidakpastian. Hal tersebut karena pengguna tidak dapat melakukan komunikasi secara langsung kepada pengguna lainnya dan informasi yang dapat diperoleh lebih terbatas.

Berdasarkan hal tersebut perlu digaris bawahi bahwa proses perkembangan hubungan antar pribadi menuju hubungan romansa atau romantis tidak selamanya mengalami potensi tersebut. Karenanya peneliti ingin mengetahui bagaimana tahapan perkembangan hubungan antar individu menggunakan aplikasi kencan online *Bumble* dalam menuju hubungan romantis.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari hadirnya penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan tahapan perkembangan hubungan yang terjadi pada antar individu dalam menggunakan aplikasi kencan online *Bumble* menuju ke hubungan romantis.

KERANGKA TEORI

1. Model Perkembangan Hubungan Mark Knapp's

Model tahapan perkembangan milik Mark Knapp's menjelaskan bahwa sebuah proses tahapan dalam menuju hubungan romantis memiliki sepuluh tahapan. Lima tahapan pertama disebut sebagai tahap menuju komitmen dan ada juga tahapan lima berikutnya yang menuju perpisahan. Knapp's (dalam Wisnuwardhani 2012: 118)

Buku *Human communication in society* model tahapan perkembangan hubungan milik Knapp's (Knapp's, 1978; Knapp's & Vangelisti, 1997) mengkonseptualkan bahwa sebuah perkembangan hubungan romantis di ibaratkan seperti layaknya tangga. Model panggung Knapp's adalah model komunikasi karena mengeksplorasi bagaimana praktik komunikasi individu mempengaruhi perkembangan dan penurunan hubungan.

Fokus Penelitian yakni : Tahap Menuju Komitmen

(1) *Initiating*: Tahap perkembangan hubungan romantis di mana kedua orang berperilaku sedemikian rupa sehingga tampak menyenangkan dan disukai. Perilaku yang ditonjolkan atau di ungkapkan oleh individu di tahap *initiating* ini yakni pernyataan umum seperti berkata hello, apa kabar, hingga mengungkapkan rasa mengagumi. (2)

Experimenting Tahap perkembangan hubungan romantis di mana kedua orang berusaha untuk belajar tentang satu sama lain. Usaha tersebut dilakukan oleh individu mana kala diri dia tertarik akan lawan bicaranya, sehingga membuat dirinya berusaha untuk tahu mengenai informasi lawan bicaranya. Pernyataan ini lebih mengajukan beberapa pertanyaan-pertanyaan bersifat umum dan bukan pertanyaan yang bersifat privasi. Contohnya bertanya mengenai makanan kesukaan, hobi, atau ketertarikan akan suatu hal. (3)

Intensifying Tahap perkembangan hubungan romantis di mana kedua orang berusaha untuk meningkatkan keintiman dan keterhubungan, maksudnya adalah ditahap ini kedekatan antar individu sudah mulai terbentuk dengan pembuktian bahwa ditahap ini masing-masing individu telah mau untuk membuka atau membagi beberapa informasi privasi, gaya obrolan yang sudah mulai tidak canggung, komunikasi antar individu mulai lebih sering dan berkembang. Contoh perilaku yang terjadi pada tahap yakni seperti mulai terbuka satu sama lain dengan melakukan curahan hati atau curhat dan sesekali melakukan kegiatan bersama. (4) *Integrating* Tahap perkembangan hubungan

romantis di mana kedua orang menggambarkan diri mereka sebagai pasangan. Pada tahap ini hubungan antar individu telah mengungkapkan perasaan satu sama lain dan pada akhirnya menjadi sepasang kekasih namun tidak bersifat resmi atau belum menjalin *commitment public*. (5) *Bonding* Tahap perkembangan hubungan romantis yang ditandai dengan komitmen publik. Dimana tahap ini terjadi suatu ikatan resmi yang diakui oleh publik sebagai pasangan resmi.

2. Social Information Processing Theory

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Joe Walther pada tahun 1992, yang Joe Walther sendiri menjelaskan bahwa teknologi berbasis media komputer dapat digunakan untuk membantu seseorang dalam melakukan pertukaran informasi atau pesan secara efektif, sehingga dapat membangun suatu hubungan yang dekat antar penggunanya. *Social Information Processing* (SIP) sadar bahwa dimediasi oleh komputer memiliki akses yang terbatas akan penggunaan bahasa isyarat non-verbal.

Social Information Theory menjelaskan mengenai pesan yang diketik sama halnya dengan pesan digunakan secara

lisan pertemuan offline, hal tersebutlah yang membuat penolakan terkait alat yang dimediasi komputer dinilai kurang berguna sebagai pembentuk kesan dan hubungan interpersonal.

Joe Walther menjelaskan pada perspektif *hypersonal* dimana ada 4 efek media yang menjadikan suatu komunikasi berproses pada CMC :

a. Sender: *Selective Self-Presentation*
Berkenalan secara online memiliki peluang untuk menghadirkan kesan positif lebih besar dibanding dengan tatap muka.

b. Receiver: *Overattribution of Similarity*

Penerima memiliki kesamaan yang sama dengan pengirim pesan dan begitu juga sebaliknya. Bertemunya secara online berbeda seperti bertemu tatap muka, hal ini dikarenakan online memiliki keterbatasan yang salah satunya antar individu tidak dapat bersentuhan. Namun pada efek kedua ini, ketertarikan muncul dikarenakan memiliki kesamaan antar individu.

c. Channel: *Communication on Your Own Time*

Pada umumnya berkomunikasi secara offline dengan seseorang harus menyesuaikan jadwal, namun

berbeda dengan komunikasi yang tercipta karna bantuan media atau komunikasi online. Komunikasi secara online dibantu dengan media sebagai mediasinya, dapat dilakukan dengan lebih mudah tanpa harus berada di tempat maupun waktu yang sama.

- d. Feedback: Self-Fulfilling Prophecy
Kepastian akan ekspektasi seseorang kepada orang lain terhadap konfirmasi bahwa mereka tertarik atau tidak tertarik.

3. *Social Penetration Theory*

Altman dan Taylor merupakan pengembang dari Teori Penetrasi Sosial yang menggambarkan pola pengembangan suatu hubungan, kemudian kegiatan mereka diidentifikasi dalam perwujudan penetrasi sosial dengan berfokus terhadap proses terjadinya ikatan hubungan antar individu yang berawal dari komunikasi superfisial atau komunikasi tidak akrab menuju kearah komunikasi intim (West&Turner, 2009, h. 167). Kunci dari perkembangan hubungan ini adalah keterbukaan diri (*self-disclosure*). Dalam melakukan komunikasi yang intens, penggunaan aplikasi kencan online *Bumble* secara tidak langsung masuk kedalam bagian dari tahapan penetrasi sosial adalah

sebuah proses komunikasi superfisial ke arah komunikasi yang lebih intim.

Adapun asumsi teori Penetrasi Sosial Altman dan Taylor (dalam Rohim, 2009, h. 84) yakni:

- a. Hubungan mengalami suatu kemajuan dari tidak intim menjadi intim,
- b. Perkembangan hubungan yang sistematis dan terprediksi,
- c. Perkembangan hubungan meliputi depentrasi (penarikan diri) dan disolasi,
- d. Pembukaan diri merupakan poin inti dari adanya perkembangan hubungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan paradigma *post-positivistik* menurut Agus Salim yakni menganggap manusia tidak selalu benar ketika memandang sebuah realitas. Paradigma *post-positivistik* memiliki hubungan antara pengamat dan objek yang harus bersifat interaktif, tidak bisa hanya dibelakang layar. Namun, peneliti harus bersifat netral sehingga tingkat subjektivitas dapat dikurangi (Salim, 2001;40). Tipe Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dimana tujuan penelitian ini untuk menciptakan

deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta maupun sifat-sifat populasi hingga objek tertentu (Kriyantono, 2006:69).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni wawancara secara mendalam (*indepth interview*) dengan dibantu oleh rekaman atau *recorder*. Penggunaan teknik tersebut bertujuan guna mengumpulkan data informasi mendalam (Kriyantono, 2006:102).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Initiating

a. *Self-presentation* dan manfaat profil sebagai meminimalisir kecanggungan

Selective Self-Presentation di tahap *Initiating* ini, dimana kesan pertama dari setiap informan terbentuk dari bagaimana mereka melayakkan isi profil untuk mendapatkan citra baik dimata pengguna lain maupun lawan bicara. Selaras dengan efek komunikasi hyperpersonal *Selective Self-Presentation*, informan 1, 2, 3 dan pasangannya melakukan pemilihan foto profil terbaik yang mereka punya untuk dijadikan atau diinput pada fitur profil dari aplikasi kencan online *Bumble*. Lalu informan 1, 2, 3 dan pasangan juga menyempatkan beberapa informasi mengenai diri mereka di profil.

Proses *Self-Presentation* informan ketika membuat profil, secara tanpat sadar informan 1, 2, 3, dan pasangannya membagi informasi mengenai diri mereka masing-masing. Teori pentrasi sosial menjelaskan bahwa terdapat beberapa tingkatan kedalaman informasi yang diberikan kepada individu lain, disebut sebagai struktur kepribadian seperti lapisan kulit bawang. Informan membagi informasi mengenai biografi mereka seperti nama, umur, tinggi badan, status pekerjaan, dan agama. Sehingga pada proses pertama *Initiating* ini, potensi munculnya kecanggungan dapat diminimalisir karena kegiatan *Self-Presentation* dari masing-masing informan mengakibatkan informasi terluar dari informan tertulis pada profil akun *Bumble* mereka.

b. Pemilihan kata atau pesan pertama

Informan 1, 2, 3 dan pasangannya cenderung menggunakan kata serta kalimat informal atau sehari-hari. Seperti penggunaan kata “hai” sebagai pilihan informan 1, 2, 3 untuk mengawali obrolan bersama masing-masing dari pasangan mereka. Menurut pendapat dari Moeliono (2003: 303)

menjelaskan bahwa terdapat beberapa interjeksi atau kata seru seperti kejjikan, kekesalan, kekaguman, kesyukuran, harapan, keheranan, kekagetan, ajakan, dan panggilan. Dimana interjeksi panggilan di artikan sebagai jenis kata yang dipergunakan untuk memanggil lawan bicara dan kata “*Hai, Eh, Halo*” berada pada bagian interjeksi panggilan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata “Hai” merupakan kata seru yang digunakan untuk menarik perhatian seperti memanggil, menyapa, dll. Berdasarkan penjelasan dari pendapat Moeliono dan KBBI, kata “hai” dapat berguna sebagai kata panggil atau menyapa kepada orang lain yang ingin kita ajak berbicara. pasangan informan 1 menjelaskan bahwa perempuan mengawali obrolan dengan hanya mengucapkan “sapaan” saja itu tidak masalah. Karena aplikasi kencan online *Bumble* pada fitur Date memiliki konsep laki-laki tidak dapat mengobrol untuk pertama kali sebelum perempuan mengirim pesan ke laki-laki di awal obrolan.

Tahap *Experimenting*

a. Kegiatan informan untuk memenuhi hasrat informasi

Informan 1, 2, 3, dan pasangannya melakukan kegiatan berkomunikasi dengan saling bertanya dan mempelajari satu sama lain. Berdasarkan informasi yang didapat dari informan, hal tersebut dilakukan oleh masing-masing informan supaya memiliki pengetahuan satu sama lain. Menurut Daniel E. Berlyne rasa ingin tahu (*Curiosity*) manusia muncul dikarenakan ketidakpuasan dan ketidakpastian manusia akan suatu hal, sehingga manusia berusaha untuk memenuhi hasrat tersebut agar bisa mengurangi ketidakpuasan maupun ketidakpastiannya (Berlyne, 1954).

Perilaku yang dikeluarkan oleh masing-masing informan guna mendapatkan suatu kepuasan atas mendapatkan informasi. Perilaku tersebut meliputi *stalking*, *screening*, dan saling membuka diri.

Screening : pasangan informan 1 kepada informan 1, informan 2 & pasangan informan 2, dan informan 3 & pasangan informan 3, untuk menyaring topik-topik yang akan di ajukan kepada masing-masing informan. Dimana pengajuan topik pembicaraan informan ini tidak jauh-jauh dari informasi profil dan pertanyaan pengetahuan.

Stalking : informan 1 merupakan seseorang yang menggunakan cara tersebut untuk stalking media sosial *spotify* dari pasangan informan 1 dengan tujuan guna mengetahui apakah ada kesamaan atau tidak antara mereka berdua.

Self-disclosure : kegiatan *Experimenting* ini informan saling melakukan pembagian informasi diri kepada informan lainnya. Bentuk dari informasi tersebut berada ditingkatan 2 (tengah) yang isinya mengenai informasi semi-privasi

b. Bentuk informasi yang didapatkan oleh informan

Lapisan tengah ini berisikan tentang informasi semi-privasi informan seperti makanan, kesukaan, hobi, pandangan, dan sikap sosial. sebagaimana yang dilakukan oleh informan 1, 2, dan pasangannya membicarakan mengenai hobi mereka masing-masing. Lalu informan 1, 2, 3, dan pasangannya juga membagi informasi mengenai hal yang mereka sukai atau kesukaan di tahap *Experimenting*.

Tahap *Intensifying*

Lapisan dalam atau ketiga, berisikan informasi yang bersifat pribadi dan tidak banyak orang tahu seperti ketakutan, permasalahan internal, hingga konsep diri.

Peneliti menemukan bahwa pertukaran informasi yang terjalin pada kegiatan interaksi memiliki bentuk informasi pada tingkatan ketiga atau lapisan terdalam. Dimana informan 1 dan pasangan informan 1 telah melakukan kegiatan seperti curhat tentang hal pribadi, seperti menceritakan mengenai permasalahan hubungan asmara yang pernah dilalui oleh informan 1. Kemudian informan 2 dan pasangan informan 2 melakukan pembagian informasi privasi seperti alamat rumah, dimana informasi tersebut dibagikan karena pasangan informan 2 memintanya dan informan 2 secara sadar memberikan informasi tersebut. Lalu terakhir informan 3 dan pasangan informan 3 dimana mereka berdua membagi informasi privasi seperti permasalahan yang sedang dari masing-masing mereka hadapi.

Tahap *Integrating*

Penelitian melihat bahwa informan mengalami perkembangan hubungan menuju romantis pacaran hanya melalui 4 tahap. Ke enam informan yang awalnya melakukan komunikasi superfisial menjadi komunikasi intim berakhir di tahap *Integrating* saja untuk menetapkan suatu hubungan romantis yakni pacaran. Menurut Guerney dan Arthur (dalam Dacey & Kenny, 1997) pacaran merupakan tindakan sosial yang memberikan izin kepada dua individu yang berbeda jenis kelaminnya

untuk terikat pada suatu interaksi sosial dengan pasangannya yang tidak ada hubungan keluarga. Menurut temuan peneliti berdasarkan data faktual dari informan, bahwa hubungan romantis pacaran informan terjadi ketika mereka telah menyatakan perasaan dan mengetahui satu sama lainnya bahwa ternyata diri mereka saling mencintai, sehingga informan memutuskan untuk saling menyepakatin hubungan mereka kedalam status pacaran.

Pada tahap ini hubungan antar individu telah mengungkapkan perasaan satu sama lain dan pada akhirnya menjadi sepasang kekasih namun tidak bersifat resmi atau belum menjalin *comittment public*, berbeda dengan penjelasan dari tahapan terakhir yakni *Bonding*. Menurut penjelasan dari Mark Knapp's bahwa ditahapan ke 5 (lima) yakni *Bonding*, sebuah ikatan yang dijalin antar individu memiliki sifat resmi atau tercatat secara formal bahwa hubungan keduanya merupakan hubungan resmi. Sehingga berdasarkan tersebut yang menjadi alasan bahwa tahapan hubungan romantis pacaran hanya berada sampai ke tahapan *Integrating*, karena hubungan romantis pacaran merupakan suatu ikatan namun tidak resmi atau formal.

SIMPULAN

Tahapan perkembangan hubungan yang terjadi pada antar individu dalam menggunakan aplikasi kencan online *Bumble* menuju ke hubungan romantis hanya sebatas sampai di tahap *Integrating*.

- a. *Initiating*, Pembentuk image atau citra diri (*self-presentation*) dilakukan sejak saat pembuatan profil pengguna dan komunikasi yang terjalin singkat.
- b. *Experimenting*, Informan mencari tahu mengenai informasi lawan bicara atau match di tahap kedua ini dengan saling bertukar informasi dan menunjukkan perilaku seperti *stalking*, *screening*, dan *self-disclosure* untuk memperluas topik pembicaraan.
- c. *Intensifying*, tahapan ketiga dan sekaligus sebagai tempat bagi responden untuk mempererat kedekatan mereka satu sama lain dengan tujuan untuk menciptakan perasaan atau ketertarikan dan mendapatkan informasi lebih dalam lagi / *privasi*.
- d. *Integrating*, memutuskan untuk memperjelas dengan cara menyatakan status “pacar” sebagai pengikat dan kejelasan akan hubungan dan menghapus *Bumble* sebagai tanda bukti sebuah

komitmen hubungan romantis pacaran.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdussamad, Z. (2022, January 11). Buku Metode Penelitian Kualitatif.
- Alberts, J. K., Nakayama, T. K., & Martin, J. N. (2018). *Human Communication in Society (2-downloads)* (5th ed.). Pearson.
- Alberts, J. K., Nakayama, T. K., & Martin, J. N. (2018). *Human Communication in Society (2-downloads)* (5th ed.). Pearson.
- Alwi, Hasan. (2002). Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi 3)
- Cangara, Dr. H. [H. H. C. (2007). Pengantar Ilmu Komunikasi. *RajaGrafindo Persada EBooks*.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers.
- D.J.R.M.S. (2011). *Psikologi komunikasi* (27th ed.). PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- DeVito, J. (2022). *Interpersonal Communication Book, The* (15th ed.). PEARSON.
- DeGenova, M.K & Rice, P.P. 2005. Intimate Relationship, Marriages, and Families, New York: MC Grow-Hill.
- Gea, A. A., & dkk. (2003). Relasi dengan Sesama. *Jakarta: Elex Media Komputindo*.
- Griffin, E., Ledbetter, A. M., & Sparks, G. G. (2022). *ISE A First Look at Communication Theory* (11th ed.). McGraw Hill.
- Griffin, E., Sparks, G. G., & Ledbetter, A. M. (2014). *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill Education.
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi II. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, R. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi: Edisi Pertama. Jakarta: KENCANA
- Kriyantono, S. S. M. S., & Rachmat Kriyantono, S. S. M. S. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Kencana.
- Lumsden, D. L. (1996). *Communicating with Credibility and Confidence*. *WadsworthPublishing Company*.
- Mary Kay DeGenova. (2008). *Intimate relationships marriages & families*. *New York: MC Grow-Hill*.
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory an Introduction*. Sage Publications Ltd.
- Muhammad, A. (2011). Komunikasi Organisasi. *Jakarta: Bumi Aksara*.

- Mulyana, D. [Deddy M. (2017). Ilmu komunikasi : Suatu pengantar. *Remaja Rosdakarya*.
- Nurudin. (2016). Ilmu Komunikasi : Ilmiah dan Populer. *Jakarta: Rajagrafindo Persada*.
- Stephen W. Littlejohn, & Karen A. Foss. (2010). Encyclopedia of communication theory. *Choice Reviews Online*, 47(06), 47–2913. <https://doi.org/10.5860/choice.47-2913>
- Sternberg, R. J. (1987). Liking versus loving: A comparative evaluation of theories. *Psychological Bulletin*, 102(3), 331–345.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- West, R., & Turner, L. (2009). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (4th ed.). McGraw-Hill Humanities/Social Sciences/Languages.
- West, R., & Turner, L. (2020). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. McGraw-Hill Education.
- Widyastuti, D. A. R. (2021). Using New Media and Social Media in Disaster Communication. *Komunikator*, 13(2), 100–111.
- Wiryanto, W. [Wiryanto], & Cangara, H. (2004). Pengantar Ilmu Komunikasi. *Gramedia Widiasarana, Edisi revisi*.
- Wood, J. T. (2022). *Interpersonal Communication Everyday Encounters* (Seventh Edition). Wadsworth.
- Jurnal**
- Adi, N. L., & Rahardjo, T. (2019). PENGELOLAAN HUBUNGAN ANTAR PRIBADI DARI PASANGAN YANG BERKENALAN MELALUI TINDER. *Interaksi Online*, 7(3), 93–102.
- Aluja, A., Balada, F., Blanco, E., Lucas, I., & Blanch, A. (2018). Startle reflex modulation by affective face “Emoji” pictographs. *Psychological Research*, 84(1), 15–22. <https://doi.org/10.1007/s00426-018-0991-x>
- Andhika, R., & Julianti, J. (2020). FENOMENA KEBERHASILAN HUBUNGAN ASMAR MELALUI APLIKASI KENCAN ONLINE TINDER: DARI JARI, TURUN KE HATI. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal*

- Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v6i1.15536>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Cessia, K. D., & Lestari, S. B. (2017). PEMAHAMAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL TINDER TERHADAP FENOMENA KENCAN ONLINE UNTUK MENJALIN HUBUNGAN ROMANTIS BAGI PENGGUNANYA. *Interaksi Online*, 6(1).
- Darmawan, R. (2013). Pengalaman, Usability, dan Antarmuka Grafis: Sebuah Penelusuran Teoritis. *ITB Journal of Visual Art and Design*, 4(2), 95–102.
- Erevik, E. K., Kristensen, J. H., Torsheim, T., Vedaa, Y., & Pallesen, S. (2020). Tinder Use and Romantic Relationship Formations: A Large-Scale Longitudinal Study. *Frontiers in Psychology*, 11.
- F, A. R., & Naryoso, A. (2018). PENGELOLAAN KONFLIK PASANGAN ASMARA YANG BERKENALAN DAN BERKOMITMEN MELALUI SOSIAL MEDIA TINDER. *Interaksi Online*, 7(4), 12–23. <http://eprints.undip.ac.id/75087/>
- Faizana, A. S. (2018). KONSTRUKSI MAKNA KENCAN PADA APLIKASI PENCARIAN JODOH TINDER (Studi Fenomenologi pada Wanita Pengguna Tinder di Jakarta). *Thesis, Univeritas Bakrie*.
- Fridha, M., & Octavianti, M. (2016). KONSTRUKSI MAKNA KENCAN DI SITUS PENCARIAN JODOH TINDER (Studi Fenomenologi Pada Pria Pengguna Tinder Di Jakarta). *Jurnal Nomosleca*, 2(2). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v2i2.625>
- Hariadi, R. D., & Sulistiono, S. (2021). Pengaruh Kualitas Situs Website, Kepercayaan Konsumen, Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Di Situs Jual Beli Online OLX. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 1–12.
- Karman, K. (2014). RISET PENGGUNAAN MEDIA DAN

- PERKEMBANGANNYA KINI. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17(1), 93. <https://doi.org/10.31445/jskm.2013.170106>
- Kralj Novak, P., Smailović, J., Sluban, B., & Mozetič, I. (2015). Sentiment of Emojis. *PLOS ONE*, 10(12), e0144296. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0144296>
- Mallen, M. J., Day, S. X., & Green, M. A. (2003). Online versus face-to-face conversation: An examination of relational and discourse variables. *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*, 40(1–2), 155–163. <https://doi.org/10.1037/0033-3204.40.1-2.155>
- Portolan, L., & McAlister, J. (2021). Jagged Love: Narratives of Romance on Dating Apps during COVID-19. *Sexuality & Culture*, 26(1), 354–372.
- WALTHER, J. B. (1992). Interpersonal Effects in Computer-Mediated Interaction: A Relational Perspective. *Communication Research*, 19(1), 52–90.
- WEBSITE**
- Bikfalvi, R. (2022, June 6). *Bumble vs. OkCupid – Which one should you settle on in 2022?* Her Norm. <https://hernorm.com/Bumble-vs-okcupid/>
- Boxall, A. (2018, October 31). *Bumble to use notifications to help stop 'ghosting.'* Business of Apps. <https://www.businessofapps.com/news/Bumble-to-use-notifications-to-help-stop-ghosting>
- Bumble - Date, Meet, Network Better.* (n.d.). *Bumble.* <https://Bumble.com/>
- Bumble Revenue and Usage Statistics (2022).* (2022, September 6). Business of Apps. <https://www.businessofapps.com/data/Bumble-statistics/>
- Curry, D. (2022, July 22). *Dating App Revenue and Usage Statistics (2022).* Business of Apps. <https://www.businessofapps.com/data/dating-app-market/#Topdatingapps>
- Download Hinge, the dating app designed to be deleted.* (n.d.). Hinge. <https://hinge.co/>
- Dr. Madeleine Mason Roantree – *Psychologist, Dating Coach & Relationship Expert.* (n.d.). <https://madeleinemasonroantree.com/>
- H. (2018, December 31). *Kencan Online Tak Bisa Bantu Wanita Sukses Dapat Jodoh di 2019, Ini Alasannya.* wolipop. <https://wolipop.detik.com/love/d-4365963/kencan-online-tak-bisa->

- [bantu-wanita-sukses-dapat-jodoh-di-2019-ini-alasannya](https://www.wolipop.com/love/d-5524001/survei-pandemi-bikin-orang-bisa-jatuh-cinta-duluan-sebelum-bertemu-langsung)
- H. (2021a, April 8). *Survei: Pandemi Bikin Orang Bisa Jatuh Cinta Duluan Sebelum Bertemu Langsung*. wolipop.
<https://wolipop.detik.com/love/d-5524001/survei-pandemi-bikin-orang-bisa-jatuh-cinta-duluan-sebelum-bertemu-langsung>
- Hapus Aplikasi Kencan Online, Cara Ampuh Tunjukkan Komitmen*. (2018, August 3). KOMPAS.com.
<https://pemilu.kompas.com/read/2018/08/03/101624720/hapus-aplikasi-kencan-online-cara-ampuh-tunjukkan-komitmen>
- <https://eddie-hernandez.com/author/eddie/#author>. (2022, October 14). *Bumble vs Tinder vs Hinge: Dating App Comparison, Pros, Cons*. San Francisco Photographer: Headshots, Portraits, Dating Coach | Headshots, Portraits & Lifestyle Photography | Dating Coach for Men, Women. <https://eddie-hernandez.com/Bumble-vs-hinge-vs-tinder/>
- N. (n.d.2020). *Alumni Bumble nih bos*. Tik Tok.
<https://vt.tiktok.com/ZSRL993uw/?k=1>
- OkCupid*. (n.d.).
<https://www.okcupid.com/>
- Review Match.com - Aplikasi Cari Jodoh Luar Negeri*. (2022, August 22). TerasKaltim.com.
<https://teraskaltim.com/8884/review-match-com-aplikasi-cari-jodoh-luar-negeri.html>
- Rizaty, M. A. (2022, June 3). *Pengguna Aplikasi Kencan Bumble Tembus 42 Juta Orang*. katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/03/pengguna-aplikasi-kencan-Bumble-tembus-42-juta-orang>
- S. (2021b, November 19). *shidee*. on. Twitter.
https://twitter.com/r_shidee/status/1461638393645846529?s=21&t=VdsP5IDS6VLrAryLGJKUSw
- SETIPE - Online Dating in Indonesia - Find your Match through a Safe & Private Experience*. (n.d.).
<https://setipe.com/homepage>
- Stampler, L. (2014, February 6). *Inside Tinder: Meet the Guys Who Turned Dating Into an Addiction*. Time.
<https://time.com/4837/tinder-meet-the-guys-who-turned-dating-into-an-addiction/>
- Tinder. (n.d.). *Tinder | Dating, Make Friends & Meet New People*.
<https://tinder.com/>

Usman, M. U. (2011). MENJADI GURU PROFESIONAL. *Remaja Rosdakarya EBooks*.

[jodoh-dari-iklan-cetak-hingga-tinder?page=all](https://www.tinder.com/jodoh-dari-iklan-cetak-hingga-tinder?page=all)

Utama, A. (2016, February 14). *Kembang Kempis Bisnis Yasco, Biro Jodoh Tertua di Jakarta*. Gaya Hidup. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160214051056-277-110753/kembang-kempis-bisnis-yasco-biro-jodoh-tertua-di-jakarta>

Versus. (n.d.-a). *Bumble vs OkCupid: What is the difference?* VERSUS. <https://versus.com/en/Bumble-vs-okcupid>

Versus. (n.d.-b). *Bumble vs Tinder: Apakah perbedaannya?* VERSUS. <https://versus.com/id/Bumble-vs-tinder>

Yusuf, O. (2020a, February 14). *Ini 10 Aplikasi "Online Dating" yang Bisa Membantu Cari Jodoh*. Halaman all - Kompas.com. KOMPAS.com. <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/14/13150067/ini-10-aplikasi-online-dating-yang-bisa-membantu-cari-jodoh?page=all>

Yusuf, O. (2020, February 14). *Sejarah Medium Pencarian Jodoh, dari Iklan Cetak hingga Tinder*. Halaman all - Kompas.com. KOMPAS.com. <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/14/10350087/sejarah-medium-pencarian->