

**Motif Pria Pengguna *Tinder* sebagai Jejaring Sosial Pencarian Jodoh
(Studi Virtual Etnografi Mengenai Motif Pengguna *Tinder*)**

Tessa Novala Putri¹ Iis Kurnia Nurhayati, SS., M.Hum² Indra N. A Pamungkas SS., M.Si³

^{1,2,3}Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹tessanovala@ymail.com, ²iiskurnian@gmail.com, ³indra.skripsitelkom@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dan menemukan informasi. Seperti *Smartphone* yang tidak hanya untuk berkomunikasi namun bisa mengakses informasi di internet. Salah satu aplikasi jejaring sosial yang sering digunakan adalah *Tinder*. Ini merupakan aplikasi yang mempertemukan pengguna dengan pengguna lainnya yang memiliki hobi serupa atau bahkan pasangan idaman, dengan kata lain *Tinder* disebut aplikasi pencari teman kencan. Pengguna dapat memilih lawan jenis yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan dan dapat berkomunikasi pada ruang obrolan jika menekan tombol “like” yang sama. Dari banyaknya pernyataan para pengguna salah satunya adalah untuk hiburan dan cenderung digunakan oleh pria, hal ini menarik diangkat ke dalam penelitian dengan tujuan mengungkap motif yang mendasari para pria pengguna untuk menggunakan *Tinder*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi etnografi virtual yang dilakukan kepada tiga informan kunci dan satu informan pendukung untuk mengetahui motif apa yang mendasari pengguna menggunakan *Tinder*. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi *Tinder* untuk menggunakan aplikasi ini didasari atas meniru orang-orang di lingkungan sosialnya, mengisi kegiatan di waktu kosong dengan aplikasi *Tinder*, menunjukkan eksistensi didepan pengguna lain, keinginan untuk mempertahankan identitas dirinya, mencari perhatian lawan jenis untuk memperoleh suatu hubungan, mencari teman mengobrol untuk mereduksi tegangan, serta keinginan memperoleh penghargaan oleh lingkungan sekitarnya.

Kata Kunci : Jejaring Sosial *Tinder*, Etnografi Virtual, Motif

ABSTRACT

The development of technology make people easy to communicate and to find information. As the smartphone which is not only to communicate but also to access information on the internet. One of the social networking applications that is often to use is Tinder. This is an application that brings users with other users who have similar hobbies or even a dream partner, in other words Tinder as online dating application. Users can choose their partner based on their own criteria and can communicate each other in chatroom if they push same "like" button. From the users opinion they use this applications only for entertainment and tend to be used by male, because of that the the writer is interesting to make research about the motive of male to use this application for finding a partner or a friend. This research used qualitative methods with virtual ethnography methods that use three key informan and one support informan the purpose of this reserach to know what the motives of most users using Tinder. The result of this research we can conclude that the users of tinder using this application because their friend use this application too, to fill activities in their freetime by using this application, to show their existence in front of their friends, a desire to defend their identity, searching for attention from their opposite sex, searching for friend to talk to reduce stress, and the last a desire to get an appreciation from their environment.

Keyword : Social Media *Tinder*, Virtual Ethnography, Motive

1. PENDAHULUAN

Perubahan terbesar di bidang komunikasi (sejak munculnya televisi) adalah penemuan dan pertumbuhan internet. Perke bisa mengakses informasi di internet.

Dalam menggunakan ponsel pintar terdapat banyaknya aplikasi media sosial, dan umumnya para pengguna memiliki mot kata lain, hubungan bisa menjadi lebih menarik dibandingkan dengan hubungan langsung.

Untuk saat ini tidak heran bahwa kebanyakan orang lebih nyaman untuk mencari pasangan atau teman kencan di jejaring sosial. Salah satu jejaring sosial pencarian jodoh atau kencan yaitu *Tinder*. Aplikasi kencan yang diluncurkan sejak musim panas 2012 lalu oleh Sean Rad, Justin Mateen, dan Jonathan Badeen yang berpusat di West Hollywood, California. Ini merupakan aplikasi yang bisa mempertemukan pengguna dengan pengguna lainnya yang memiliki hobi yang serupa atau bahkan pasangan idaman, dengan kata lain *Tinder* disebut dengan aplikasi pencari teman kencan.^[5]

Pada era zaman serba *gadget* saat ini tidak heran bila *Tinder* merupakan salah satu aplikasi kencan yang banyak diminati oleh para pengguna ponsel pintar. Sebelumnya, memang sudah ada media pencarian jodoh yang berbasis web, seperti contoh : *Omegle*. Ini merupakan layanan yang menyediakan *chat* dan *videocall* secara acak dan kita tidak akan pernah tahu akan berkenalan dengan siapa saja. Namun ini tak berlangsung lama dikarenakan layanan ini hanya bisa diakses melalui komputer atau laptop. Karena berbeda dengan zaman sekarang sudah maraknya penggunaan ponsel pintar dan konsumtifnya masyarakat akan pemakaian aplikasi mobile. Masyarakat kurang meminati untuk terikat dengan komputer dan laptop yang harus dibawa kemana saja.^[4]

Dari pra penelitian yang dilakukan menunjukkan responden terdiri dari 22 orang (17 orang laki-laki dan 4 orang perempuan). Sebanyak 11 responden menjawab sebagai hiburan, 10 orang menjawab sebagai teman kencan dan 1 orang menjawab tidak menggunakan. Dari pra penelitian yang dilaksanakan mendapatkan beragam alasan dari pengguna *Tinder*, berbagai motif muncul sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui motif dasar yang mendorong pengguna *Tinder* untuk menggunakan aplikasi ini.

Menurut hasil survey diatas menunjukkan pria lebih cenderung sering menggunakan aplikasi kencan *online Tinder*. Berangkat dari hal tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “ Motif pria pengguna *Tinder* sebagai jejaring sosial pencarian jodoh (Studi Etnografi Virtual mengenai motif pengguna *Tinder*)”.

Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat fokus penelitian yaitu “ Motif apa yang mendorong para pria pengguna menggunakan aplikasi media sosial *Tinder* dalam kategori pencarian jodoh”?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui motif yang mendorong para pemilik akun aplikasi media sosial *Tinder* dalam kategori pencarian jodoh.

Metodologi Penelitian

Peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono^[8] penelitian kualitatif adalah metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Dalam hal penelitian ini yang dilakukan adalah untuk mengetahui motif apa yang mendasari pengguna untuk menggunakan *Tinder*.

Setelah menentukan metode penelitian, peneliti menggunakan pendekatan studi etnografi virtual. Metode etnografi virtual dikembangkan oleh Christine Hine^[3] yang bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai interaksi objek dalam dunia virtual. Penelitian ini menggunakan metode etnografi virtual karena peneliti melakukan penelitian dalam dunia virtual, dengan melakukan wawancara secara *online* dan *offline* mengingat untuk kepastian identitas informan harus benar-benar mendukung penelitian ini dan untuk menghindari ketidakpastian identitas di dunia maya.

2. DASAR TEORI

Komunikasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori komunikasi sebagai salah satu landasan dalam melakukan penelitian ini. Seperti yang kita ketahui bahwa komunikasi merupakan salah satu kegiatan yang terlepas dari kehidupan manusia. Untuk saling berinteraksi manusia pun membutuhkan adanya komunikasi.

Ada banyak definisi komunikasi menurut para Ahli menurut Devito, “ Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan, terjadi dalam suatu konteks tertentu mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik” (Devito: 1997:23).^[1]

Pengertian tersebut juga didukung oleh Everet M. Ross yang mendefinisikan komunikasi sebagai proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam (Wiryanto, 2004:6).^[11]

Computer Mediated Communication (CMC)

Media sosial adalah dimensi baru berkomunikasi bermedia. Media sosial pun merupakan turunan dari perkembangan komunikasi bermedia komputer atau *Computer Mediated Communication* (CMC). John December (1997) mendefinisikan komunikasi bermedia komputer sebagai proses komunikasi manusia dengan menggunakan komputer yang melibatkan sejumlah orang, dalam situasi dengan beragam konteks, yang terjadi dalam proses untuk membentuk media dengan berbagai tujuan (Thurlow dkk., 2004;15).^[9]

Pada pendekatan model ini kemudian muncul istilah Komunikasi Imperatif atau komunikasi yang sungguh-sungguh. Bahwa pada dasarnya manusia selalu didorong hasrat berkomunikasi dengan melampaui rintangan teknologi dan bahkan memanfaatkan teknologi untuk memaksimalkan kepuasan berkomunikasi dan berinteraksi.

Media Sosial

Media sosial menjadi sebuah fenomena media yang sulit ditandingi perkembangannya oleh media-media konvensional dan tradisional seperti media massa. Belum ada satu pun peneliti, akademis, dan praktisi yang bisa memperkirakan kapan media sosial ini akan memudar (Widjayanto, 2013: 149).^[6]

Coordinated Management of Meaning (CMM)

Coordinated Management of Meaning (CMM) adalah teori yang diciptakan oleh Barnett Pearce^[10]. Dasar dari pemikiran teori ini adalah bahwa kualitas kehidupan personal manusia dan kualitas dunia sosial terhubung secara langsung dengan kualitas komunikasi di mana ia terlibat.

1. Manusia hidup dalam komunikasi

Pearce berpendapat bahwa, “Komunikasi adalah, dan akan selalu, menjadi lebih penting bagi manusia yang seharusnya.” Hal ini berarti bahwa manusia hidup dalam komunikasi, dengan menciptakan realitas dalam suatu interaksi, setiap interaksi memiliki potensi untuk menjadi unik.

2. Manusia saling menciptakan realitas sosial

Realitas sosial mengacu pada pandangan seseorang mengenai bagaimana makna dan tindakan sesuai dengan interaksi interpersonalnya. Ketika dua orang terlibat dalam pembicaraan, masing-masing telah memiliki banyak sekali pengalaman bercakap-cakap dimasa lalu dari realitas sosial sebelumnya. Dan percakapan yang terjadi akan memunculkan realitas baru karena dua orang datang dari sudut pandang berbeda dan akan menciptakan realitas sosial yang baru.

3. Transaksi informasi tergantung pada makna pribadi dan makna interpersonal

Ketika dua orang sepakat mengenai interpretasi satu sama lain, hal ini akan mencapai makna pribadi yakni makna yang dicapai ketika seseorang berinteraksi dengan orang lain sambil membawa pengalamannya yang unik kedalam interaksi. Dan makna interpersonal yakni dua orang yang sepakat mengenai interpretasi satu sama lain.

4. Hierarki dari makna yang terorganisasi

Hierarki dari makna yang terorganisasi merupakan salah satu ciri dari CMM, hal ini terdapat enam level makna, yakni :

- 1) *Content*, merupakan langkah awal dimana data mentah dikonversikan menjadi makna.

- 2) *Speech Act*, tindakan-tindakan yang dilakukan dengan berbicara, termasuk memuji, berjanji, mengancam, menyatakan dan bertanya.
- 3) *Episodes*, rutinitas komunikasi yang memiliki awal, pertengahan dan akhir yang jelas.
- 4) *Relationship*, suatu hubungan dimana dua orang menyadari potensi dan keterbatasan mereka sebagai mitra dalam sebuah hubungan. Level hubungan menyatakan bahwa batasan-batasan hubungan dalam parameter tersebut diciptakan untuk tindakan dan perilaku.
- 5) *Life Script*, merupakan kelompok-kelompok episode masa lalu dan masa kini.
- 6) *Cultural Pattern*, manusia mengidentifikasi diri mereka dengan kelompok tertentu dalam kebudayaan tertentu. (Richard&Turner, 2008: 243-251).^[10]

Motif

Motif menurut (Soeganda : 2009-47)^[7] secara etimologis, motif dalam bahasa Inggrisnya *motive*, berasal dari kata motion artinya gerakan/ sesuatu yang bergerak, dengan begitu istilah motif erat kaitannya dengan gerak yaitu gerakan yang dilakukan oleh manusia/ perbuatan/ tingkah laku. Motif dalam psikologi berarti rangsangan, dorongan/ pembangkit tenaga bagi terjadinya suatu tingkah laku.

Motif afektif ditandai oleh kondisi perasaan atau dinamika menggerakkan manusia mencapai tingkat perasaan tertentu. McGuire mengkategorikan delapan motif-motif yang ditujukan untuk memelihara stabilitas psikologis dan motif-motif mengembangkan kondisi psikologis. Pada kelompok pertama terdapat empat teori motif yaitu :

1. Teori Reduksi Tegangan yaitu manusia sebagai sistem tegangan yang memperoleh kepuasan pada pengurangan ketegangan. Manusia berusaha menghilangkan atau mengurangi tegangan dengan mengungkapkannya.
2. Teori ekspresif menyatakan bahwa orang memperoleh kepuasan dalam mengungkapkan eksistensi dirinya.
3. Teori ego defensif memandang manusia mengembangkan citra diri yang tertentu dan berusaha untuk mempertahankan citra diri ini serta berusaha hidup sesuai dengan diri dan dunianya.
4. Teori peneguhan memandang bahwa manusia dalam situasi tertentu akan bertingkah laku dengan suatu cara yang membawanya kepada ganjaran (informasi, hiburan, dan hubungan dengan orang lain).
5. Teori penonjolan yakni manusia sebagai makhluk yang selalu mengembangkan seluruh potensinya untuk memperoleh penghargaan dirinya dari orang lain.
6. Teori afiliasi memandang manusia sebagai makhluk yang mencari kasih sayang dan penerimaan orang lain. Ingin memelihara hubungan baik dalam hubungan interpersonal dengan saling membantu dan saling mencintai.
7. Teori Identifikasi melihat manusia sebagai pemain peranan yang berusaha memuaskan egonya dengan menambahkan peranan yang memuaskan pada konsep dirinya.
8. Teori peniruan memandang manusia secara otomatis cenderung berempati dengan orang di sekitarnya, mengamati dan meniru perilakunya.

3. PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data wawancara dan observasi secara *online* dan *offline*, pengumpulan data secara *online* yaitu dengan mewawancarai informan melalui aplikasi jejaring sosial *Tinder* dengan melakukan *chatting* kepada informan dan observasi *online* dimana peneliti menggunggah lalu menggunakan aplikasi *Tinder* untuk melihat aktivitas di dalam aplikasi tersebut, dan untuk melengkapi data mengenai aktivitas pengguna *Tinder* dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan wawancara terhadap Bapak Awan Rimbawan selaku ahli mengenai kultural siber.

Selain itu, untuk pengumpulan data secara *offline* yaitu wawancara dengan bertatap muka langsung kepada ketiga informan pada saat wawancara dan melakukan hal yang sama yaitu observasi bagaimana aktivitas informan saat bertemu secara langsung.

Informan dalam penelitian berjumlah tiga orang, ketiga orang informan ini tidak mengizinkan data aslinya untuk di sebutkan didalam penelitian ini, oleh karena itu peneliti menggunakan nama panggilan sesuai kesepakatan dari para informan, yaitu :

1. Willy (23 tahun, Entrepreneur)
2. Zein (24 tahun, Barrista)
3. Alvin (23 tahun, Mahasiswa).

Selain itu, jika dikaitkan dengan teori yang peneliti gunakan yakni motif afektif setelah melalui proses observasi dan juga hasil wawancara, peneliti menemukan bahwa cerita awal yang terjadi pada pengguna aplikasi *Tinder* dapat dikatakan sebagai suatu motif dengan melihat syarat motif pengguna sebagai patokannya.

Menurut Bapak Ambar Rimbawan yang merupakan ahli kultural siber, menyatakan bahwa *Tinder* adalah teknologi untuk sebuah pemasaran sosial mempertemukan orang-orang baru berdasarkan lokasi, dan hal ini cukup membantu orang-orang untuk menemukan pasangan, karena adanya *ads* ini yang pada saat ini kurang berani untuk berkenalan secara nyata.

Tak hanya itu, Pak Awan menyatakan bahwa di dalam sosial media kemungkinan besar memang dipengaruhi oleh orang-orang lingkungan sosialnya. Dan faktor paling besar berasal dari lingkungan, dan faktor lainnya untuk melakukan sesuatu hal yang baru dari awal adopter dan setelah hal tersebut akan menyebarkan kepada teman, tetangga, famili layaknya kondisi spiralnya. Seperti mengenai latar belakang pengguna untuk menggunakan *Tinder*, menurut Pak Awan Rimbawan hal ini dikarenakan memang untuk bertemu dengan orang baru, mencari jodoh, bahkan misalkan jika sedang bersantai ke suatu tempat atau travelling, cukup membantu untuk mendekati seseorang.

Motif pertama yang peneliti temukan pada hasil penelitian ini yaitu motif peniruan. Hal ini menjadi patokan utama oleh peneliti disebabkan dimana situasi ini merupakan tolak ukur informan mulai menggunakan *Tinder*. Menurut (Rakhmat, 2009 : 211), motif peniruan adalah bagaimana seseorang dipandang secara otomatis cenderung berempati dengan perasaan orang-orang yang diamatinya dan meniru perilaku individu lain atau orang-orang di sekitarnya.

Termasuk halnya, dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada tiga informan dalam penelitian ini, peneliti menemukan adanya rasa peniruan yang muncul dalam diri informan dikarenakan faktor dari penggunaan media sosial yang dilakukan informan. Selain dikarenakan meniru perilaku orang-orang di sekitar informan, adapun aplikasi *Tinder* yang menjadi *Top Aplikasi* dan maraknya penggunaan *Tinder* di luar negeri seperti Amerika menjadi salah satu faktor informan dalam menggunakan *Tinder*.

Kedua, berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada informan pada penelitian ini, ketiga informan sepakat menyatakan bahwa alasan mereka menggunakan *Tinder* adalah untuk mencari pengisi waktu kosong bagi dirinya sendiri yang menjadi kebutuhan untuk mereka mencari hiburan.

Adanya keinginan mencari hiburan dari *Tinder* tersebut dengan hasil wawancara dengan mereka menyatakan “*iseng mengisi waktu kosong atau ketika jenuh*” atau adanya bentuk “*seru-seruan*” yang menunjukkan untuk hiburan. Hal ini dimana mereka membutuhkan hiburan dikala mereka bosan ketika beraktivitas dan mengisi kegiatan lain dengan menggunakan *Tinder* saat mengisi waktu luang. Disamping hal tersebut adanya bentuk kebutuhan para informan untuk berbagi informasi dengan orang lain melalui komunikasi saat berinteraksi dengan beberapa orang yang telah *match* dengan lawan jenis di *Tinder*. Tak hanya itu, untuk keinginan para informan menemukan lawan jenis untuk membentuk suatu hubungan baik sebagai teman, sahabat atau pacar dalam menggunakan *Tinder*.

Ketiga, informan juga menunjukkan bahwa mereka menggunakan *Tinder* disebabkan oleh adanya bentuk eksistensi yang di atas dan dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada tiga informan dalam penelitian ini mengenai hal apa yang menjadi alasan mereka menggunakan *Tinder* adalah karena mereka ingin mengekspresikan dirinya kepada orang lain seperti para informan menunjukkan keeksistensianya kepada khalayak pun yaitu melalui tampilan *profil picture* atau foto-foto yang menunjukkan suatu hobi dan kegiatan yang menjadi *interest* pengguna. Hal ini terlihat bagaimana mereka menunjukkan foto terbaik mereka, memperlihatkan hobi mereka melalui foto di Instagram yang terhubung dengan *Tinder*, serta *caption* pada *bio profile* pada *Tinder* hal ini juga dilakukan oleh para informan.

Keempat, hal selanjutnya yaitu dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada tiga informan pada penelitian ini, peneliti menemukan adanya motif ego defensif. Motif ini muncul dan dirasakan oleh informan ketika menggunakan *Tinder* yaitu ketika informan menunjukkan citra dirinya bahkan dalam memilih lawan jenis pun informan memiliki kriteria tersendiri yang sesuai dengan diri dan dunia informan. Motif ego defensif dalam (Rakhmat, 211-212), merupakan manusia dalam hidup mengembangkan citra diri yang tertentu dan berusaha untuk mempertahankan citra diri dan hidup sesuai dengan diri dan dunianya.

Dalam hal ini, informan merasa bahwa dirinya akan selektif dalam menentukan siapa yang ia sukai di *Tinder* berdasarkan atas kriteria yang dimiliki oleh informan untuk memilih seseorang yang akan ia dekati. Berdasarkan hasil wawancara, apabila ada pengguna lain yang menurutnya memenuhi kriterianya, ia akan mencoba mendekati dengan memberikan “*like*” terlebih dahulu hingga suatu saat nanti target akan memberikan

hal yang sama dan mereka bisa *match* untuk memasuki ruang obrol. Sehingga semakin membuat informan ingin terus meningkatkan kualitas dirinya melalui foto atau foto profil untuk menarik perhatian pengguna lain.

Kelima, Tak hanya itu, ketiga informan mencoba mendapatkan seseorang di *Tinder* melalui proses interaksi, baik itu di ruang obrol hingga akhirnya mereka bertemu secara nyata atau *face to face*. Interaksi yang tak mudah karena tidak hanya sekedar berkomunikasi sebatas perkenalan, ketika mereka membuat sebuah obrolan yang seru dan hingga akhirnya menemukan kecocokan sehingga bisa bertemu di dunia nyata. Pada akhirnya mereka menyatakan dirinya dengan pengguna lain tadi sebagai awal pendekatan yang mengarah kepada hubungan serius. Dari hal tersebut tak heran para pengguna ada yang memiliki hubungan spesial bahkan pacaran. Secara tidak langsung motif ini dapat termasuk ke dalam motif afiliasi.

Motif afiliasi menurut (Rakhmat, 2009 : 213), memandang manusia sebagai makhluk yang mencari kasih sayang dan penerimaan orang lain. Secara individu ia ingin memelihara hubungan baik dalam hubungan interpersonal dengan saling membantu dan saling mencintai. Motif ini muncul dan dirasakan oleh informan karena ingin diterima oleh pengguna lain hingga akhirnya "*match*", dan adanya interaksi yang terjadi antara diri informan dengan pengguna lain yang sudah "*match*" dan bahkan yang telah mengalami peningkatan hubungan yang tidak sekedar jadi teman saja. Dan bahkan pada akhirnya bisa bertemu satu sama lainnya di dunia nyata membuat informan merasa disukai dan diterima oleh orang lain serta memberikan efek hubungan.

Keenam, Keempat, setiap manusia pasti memiliki rasa keinginan untuk menyampaikan apa yang menjadi *uneg-uneg-nya* kepada seseorang termasuk lawan jenis. Motif reduksi tegangan termasuk dalam hal motif afeksi dalam (Rakhmat, 2009 :211), motif ini timbul dari aktivitas pengguna *Tinder* yang melakukan interaksi dimana mereka mengungkapkan ketegangannya masing-masing lewat cerita satu sama lainnya seperti halnya *curhat*. Menurut situs *bahasakita.com*, *curhat* didefinisikan sebagai sikap seseorang yang sedang membutuhkan teman bicara. Baik untuk hal yang menyedihkan, menyenangkan atau pun sesuatu yang dirahasiakan tetapi tidak mampu untuk menyimpannya sendiri (<http://www.bahasakita.com/curhat/> diakses pada tanggal 19 September 2015).

Berdasarkan definisi diatas dan dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada tiga informan dalam penelitian ini mengenai apa yang menjadi alasan mereka menggunakan *Tinder* yaitu dimana mereka membutuhkan teman mengobrol. Informan merasa bahwa ia tidak bisa hidup monoton dengan menyimpan sendiri sehingga mereka membutuhkan seseorang atau lawan jenis sebagai wadah dimana bisa mengekspresikan sesuatu agar mereka terkesan tidak membosankan.

Ketujuh, hal selanjutnya dari hasil wawancara yang dilakukan, peneliti menemukan adanya hal yang memotivasi pengguna *Tinder* yaitu informan senang akan pujian dari orang lain atau dianggap *kekinian* dikarenakan aktivitas nya menggunakan *Tinder*, adanya rasa pengalaman yang sama dengan dirinya dan lingkungan sosialnya serta adanya aktivitas saat menggunakan *Tinder* untuk diberi pujian oleh orang-orang di sekelilingnya.. Tak hanya itu, informan juga merasa senang dan bangga karena mendapatkan pengalaman baru dari aplikasi yang menjadi *top* di dunia.

Dalam hal ini, sesuai yang diungkapkan oleh ketiga informan, bahwa mereka merasa bahwa dari mengunduh bahkan menggunakan aplikasi *Tinder* merupakan suatu hal yang bersifat *modern* dan bahkan terlihat keren karena mengikuti gaya hidup orang luar dan setara dengan orang-orang di lingkungannya. Dan hal tersebut termasuk dalam hal motif penonjolan.

Dalam (Rakhmat, 2009: 212), menerangkan bahwa motif penonjolan memandang manusia sebagai makhluk yang selalu mengembangkan seluruh potensinya untuk memperoleh penghargaan atas dirinya dari orang lain. Karena manusia ingin mencapai prestasi, sukses dan kehormatan.

Dengan adanya rasa penghargaan ataupun pujian dikarenakan informan bisa menemukan seseorang di *Tinder* yang tergolong bagus, bahkan berlomba untuk mendapatkan jumlah *match* yang banyak dengan pengguna lain, membuat kesenangan tersendiri bagi informan dan mendapatkan penghargaan ketika informan mampu menaklukkan hati salah seorang pengguna lain di *Tinder* hal ini mendapat suatu kehormatan bagi dirinya di mata teman-teman di lingkungannya bahkan didepan orang lain. Tidak hanya itu, informan merasa adanya sifat kekinian dan *modern* yang timbul karena informan meniru perilaku orang luar negeri menggunakan aplikasi yang tergolong terkenal di Amerika. Lalu informan membagikan informasi serta mempengaruhi lingkungan sosialnya untuk bergabung menggunakan seperti yang dilakukannya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah diuraikan dan dianalisa dengan menggunakan beberapa teori yang relevan pada Bab IV maka peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai apa yang menjadi motif pria pengguna *Tinder* sebagai jejaring sosial pencarian jodoh.

Pertama, motif peniruan, artinya motif ini muncul karena adanya tindakan meniru dan mengamati teman-teman di lingkungan informan untuk menggunakan *Tinder*. Kedua motif peneguhan, artinya adanya keinginan dalam diri informan untuk mencari hiburan atau menghabiskan waktu luangnya bahkan mengurangi rasa jenuhnya. Tak hanya itu dengan menggunakan *Tinder*, adanya keinginan informan untuk memperoleh informasi dan secara tidak langsung adanya keinginan membangun suatu hubungan dengan pengguna lain di *Tinder*. Ketiga, motif ekspresif, artinya adanya keinginan informan untuk menunjukkan keeksistensianya dengan menunjukkan kepada orang-orang atau pengguna lain melalui foto-foto yang ditunjukkan dalam konten aplikasi *Tinder*. Keempat, motif ego defensif, artinya adanya keinginan informan mempertahankan identitas dirinya sendiri dengan menunjukkan jati dirinya yang tidak sembarangan serta memilih dan mempertimbangkan lawan jenis yang *match* sebelum di *chat*. Kelima, motif afiliasi, artinya adanya keinginan informan untuk diterima oleh pengguna lain di *Tinder* dan mencari perhatian dan kasih sayang dari yang telah berinteraksi dengan pengguna. Keenam, motif reduksi tegangan, artinya adanya keinginan informan untuk mencari teman mengobrol dan berbagi cerita kehidupan seperti *curhat* (curahan hati) dalam interaksi para pengguna *Tinder*. Dan yang terakhir, motif penonjolan, artinya dengan menggunakan *Tinder*, informan merasa adanya penghargaan jika ia mendapatkan pengguna lain yang *match* dan terbilang bagus sehingga dipuji oleh teman-teman disekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Devito, Joseph A. (1997). *Komunikasi Antarmanusia Edisi Kelima*. Jakarta: Professional Books
- [2] Griffin, Em. (2003). *A First Look at Communication Theory*. New York : McGraw Hill
- [3] Hine, Christine. (2000). *Virtual Ethnography*. SAGE PublicatIOns Ltd
- [4] [Http://aitonesia.com/](http://aitonesia.com/) diakses tanggal 12 Mei 2015 pukul 23:42 WIB.
- [5] [Http://blog.goTinder.com/](http://blog.goTinder.com/), diakses 6 Mei 2015 pukul 1:16 WIB.
- [6] Kenmada Widjajanto dan Atwar Bajari. (2013). “Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi”
- [7] Priyatna, Soeganda. (2009). “ *Motivasi, Partisipasi & Pembangunan*”. Jakarta: Press Jakarta
- [8] Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- [9] Thurlow, C., Lengel, L. and Tomic, A. (2004). *Computer-mediated Communication: Social Interaction and the Internet*. London: Sage Publication
- [10] West, Richard., Turner, Lynn H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi (Analisis dan Aplikasi)*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika
- [11] Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo