

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, cara manusia berinteraksi mengalami berbagai perubahan. Hal tersebut dipengaruhi dengan kebutuhan sosial, serta dinamika kehidupan yang terus berkembang (Gabriela & Rorong, 2020). Pada era digital saat ini, semakin banyak individu yang memilih untuk berinteraksi melalui media sosial, dibandingkan melakukan komunikasi secara langsung (*face to face*). Aktivitas sosial yang sebelumnya berlangsung dalam ruang fisik, kini bergeser menjadi aktivitas virtual, di mana orang-orang merasa lebih nyaman membangun koneksi, berbagi cerita, hingga mencari teman atau pasangan melalui platform digital (Ginting, 2024). Tren ini muncul seiring dengan meningkatnya ketergantungan terhadap media sosial sebagai ruang interaksi yang dinilai lebih praktis, efisien, dan memberikan kontrol bagi penggunanya (Aldyanto & Kristama, 2024). Salah satu bentuk interaksi digital yang berkembang pesat adalah penggunaan aplikasi kencan (*dating apps*) sebagai sarana untuk mencari teman maupun pasangan.

Aplikasi kencan atau *dating apps* merupakan platform digital yang dirancang untuk mempertemukan individu berdasarkan minat, preferensi, atau kecocokan tertentu (Kumparan.com, 2022). Kehadiran aplikasi ini menghadirkan cara baru dalam membangun hubungan, yang sebelumnya bergantung pada interaksi langsung, kini difasilitasi oleh teknologi. Pengguna aplikasi kencan tidak terbatas pada satu negara saja. Individu dari berbagai belahan dunia turut memanfaatkan platform ini, sehingga memungkinkan pertemuan antara orang yang berasal dari negara bahkan benua yang berbeda, serta memperluas lingkaran pertemanan dan peluang dalam mencari pasangan. Dengan jumlah sekitar 381 juta pengguna di seluruh dunia, layanan aplikasi kencan kini menjadi bagian dari pola interaksi digital (Dixon, 2025). Perkembangan tersebut juga terlihat di Indonesia.

Pada tahun 2024, jumlah pengguna aplikasi kencan di Indonesia diperkirakan mencapai 4,6 juta orang (Nurhayati, 2025)

Berdasarkan hasil survei Populix pada tahun 2024, Tinder tercatat sebagai aplikasi kencan paling populer di Indonesia, dan menjadi aplikasi nomor satu. Sementara itu, Bumble menempati posisi ketiga dengan tingkat penggunaan sebesar 17%, yang berada di bawah aplikasi Tantan. Survei ini melibatkan 1.165 responden mayoritas Gen Z dan milenial, dengan pendapatan menengah ke atas, berstatus pekerja, dan berdomisili di Pulau Jawa (Populix, 2024).



Gambar 1.1 Aplikasi Kencan yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia

Sumber: Populix (2024)

Bumble merupakan aplikasi kencan asal Amerika Serikat, yang telah berekspansi ke berbagai negara di dunia. Sejak diluncurkan, aplikasi ini telah diunduh lebih dari 100 juta kali. Bumble merilis data melalui datingzest.com (2025) bahwa di sepanjang tahun 2025, rentang usia para pengguna bervariasi, dengan 38% berusia 20-34 tahun, 72% berusia di bawah 35 tahun, dan 5% berusia 55 tahun ke atas. Sebagian besar pengguna Bumble adalah pria, dengan rasio 60% pria dan 40% wanita (DatingZest, 2025). Berdasarkan informasi dari Psychology Today, terdapat beberapa faktor yang menjelaskan mengapa pria lebih dominan di aplikasi ini, seperti rasa penasaran, mengikuti tren, mencari hiburan, dan meningkatkan kemampuannya untuk menggoda. Di sisi lain, perempuan cenderung berhati-hati, serta memilih hubungan jangka panjang dibanding hiburan semata (PsychologyToday, 2025).

Bumble dibuat dengan tujuan menciptakan platform kencan online yang lebih aman, dan memberdayakan perempuan. Fitur “*Ladies Ask First*” memberikan kontrol kepada perempuan untuk memulai percakapan terlebih dahulu (Chrysantia & Junaidi, 2026). Konsep ini berbeda dari aplikasi kencan lainnya, karena Bumble ingin menciptakan pengalaman lebih setara dalam interaksi online. Selain itu, aplikasi ini dilengkapi dengan pengaturan privasi, sistem verifikasi profil saat registrasi, serta desain yang mudah digunakan (Anggraini, 2025). Bumble juga menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan penggunanya memilih tujuan penggunaan, (*Bumble Date*) untuk mencari pasangan, (*Bumble Bizz*) menemukan partner bisnis, dan (*Bumble BFF*) menjalin pertemanan (Hadi, 2024).



Gambar 1.2 Aplikasi Bumble

Sumber: Website Bumble (November, 2025)

Di tengah intensitas penggunaan aplikasi kencan, proses membangun hubungan romantis pun mengalami perubahan karena pengguna memiliki banyak pilihan serta kebebasan untuk memulai dan mengakhiri interaksi (Aldyanto & Kristama, 2024). Fleksibilitas ini memungkinkan komunikasi dihentikan secara sepihak hanya dengan tidak merespons pesan, sehingga memunculkan fenomena *ghosting*, yaitu tindakan menghilang tanpa penjelasan yang menyebabkan pihak lain kehilangan kepastian (Aribowo, 2023). *Ghosting* terbagi menjadi 2 peran, inisiator (*ghoster*) dan non-inisiator (*ghostee*). Inisiator dapat menghilang atau

menghentikan hubungan secara mendadak, yang berdampak pada non-inisiator (Addawiyah et al., 2023).

Fenomena *ghosting* semakin mudah terjadi pada pengguna aplikasi kencan seperti Bumble, yang memungkinkan komunikasi berlangsung secara cepat dan fleksibel. Dalam praktiknya, *ghosting* sering diawali oleh perubahan pola komunikasi, seperti jeda respons yang semakin lama hingga akhirnya tidak ada balasan sama sekali. Hal tersebut sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Buttner & Lutz (2025) menyebutkan bahwa *ghosting* berkaitan erat dengan keterlambatan respons (*delay response*) dalam percakapan online, bahkan prosesnya dapat dimulai sejak seseorang tidak membalas pesan pada tahap awal komunikasi (Buttner & Lutz, 2025). Selain itu, menurut Anamarija Sisa (2024), *ghosting* dapat terjadi pada berbagai tahap interaksi dalam aplikasi kencan, mulai dari tidak membalas pesan setelah *match*, berhenti membalas saat percakapan berlangsung, menghilang setelah beberapa kali percakapan, hingga bahkan setelah pertemuan secara langsung (Sisa, 2024).

Kondisi ini menjadi semakin relevan bagi Generasi Z, di mana sekitar 62% dari mereka tercatat sebagai pengguna digital paling aktif dalam aplikasi kencan (Gitnux, 2026). Sebagai kelompok *digital natives*, mereka cenderung mengutamakan efisiensi dan kenyamanan instan, sehingga interaksi melalui layar sering kali dianggap lebih praktis dibandingkan pertemuan langsung (Genzyeers.com, 2025). Namun, ketergantungan pada teknologi ini turut memengaruhi cara mereka membangun maupun mengakhiri hubungan, termasuk dalam praktik *ghosting*. Melansir dari artikel Majalah Jakarta (2024), dominasi Generasi Z di ruang digital menjadikan kelompok ini paling rentan mengalami, maupun melakukan *ghosting* (Majalah Jakarta, 2024).

Berdasarkan data dari Forbes (2025) yang dilakukan di Amerika Serikat, sebanyak 79% Generasi Z mengalami kelelahan (*dating app burnout*) di mana pengalaman *ghosting* dialami oleh sekitar 41% pengguna aplikasi kencan (Forbes, 2025). Fenomena serupa juga ditemukan di Indonesia, di mana berdasarkan penelitian terhadap 712 responden, sekitar 60,4% responden mengaku pernah

mengalami *ghosting*, sementara 39,6% lainnya pernah melakukan *ghosting* (Masitoh et al., 2024). Pengguna usia 18-25 tahun memiliki kecenderungan perilaku *ghosting*, bahkan individu yang pernah menjadi korban juga dapat melakukan tindakan serupa (Widiastuti et al. 2025). Hal ini selaras dengan pengakuan informan Tata sebagai pelaku *ghosting*, yang mengungkapkan bahwa *ghosting* sebagai hal wajar dalam aplikasi kencan “Kalau jujur saya nggak merasa bersalah sih setelah melakukan *ghosting*. Soalnya dari awal emang masih tahap kenalan dan belum ada komitmen apa-apa. Jadi menurut saya, itu masih wajar kalau salah satu pihak memilih berhenti.” (Hasil Wawancara dengan Tata, 13 Februari 2026).

Di Daerah Istimewa Yogyakarta, jumlah penduduk usia produktif mendominasi struktur demografi wilayah ini (BPSYogyakarta, 2024). Data GoodStats (2026) mencatat terdapat sekitar 439.236 mahasiswa yang tersebar di berbagai perguruan tinggi di Yogyakarta, sebagian besarnya termasuk dalam kategori Generasi Z dengan rentang kelahiran 1997-2012 (GoodStats, 2026). Hal tersebut juga diperkuat dengan tingginya akses dan penggunaan internet di Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah mencapai lebih dari 91,18%, sehingga mendukung intensitas interaksi digital dalam kehidupan sehari-hari (GoodStats, 2026). Dalam praktiknya, Generasi Z di Yogyakarta memanfaatkan platform digital, termasuk aplikasi kencan seperti Bumble, sebagai sarana membangun relasi dan mengenal orang baru dalam lingkungan digital (Mahendra, 2024). Namun, komunikasi dalam ruang digital tersebut tetap dipengaruhi oleh nilai budaya lokal yang membentuk cara individu merespons interaksi.

Dalam budaya Jawa, dikenal konsep *ewuh pekuwuh*, yaitu perasaan sungkan atau enggan untuk menyampaikan pendapat secara terbuka demi menjaga harmoni sosial (Rahmawati et al., 2026). Nilai ini mendorong individu untuk menghindari perilaku yang berpotensi menimbulkan konflik, termasuk dalam situasi interpersonal. Kecenderungan untuk tidak bersikap asertif dan menghindari penolakan secara langsung dapat memengaruhi cara individu merespons interaksi, termasuk dalam komunikasi digital (Sari et al., 2025). Meskipun Yogyakarta

kental dengan nilai budaya Jawa, perilaku seperti menghentikan komunikasi secara sepihak dapat dipahami sebagai salah satu bentuk penghindaran konflik dengan upaya menjaga harmoni sosial, meskipun berpotensi menimbulkan ketidakpastian bagi pihak lain. Hal ini menjelaskan mengapa informan Hanif lebih memilih *ghosting* daripada memberikan penjelasan langsung "Menurut saya *ghosting* itu cara paling gampang untuk berhenti komunikasi, jadi tidak perlu menjelaskan apa pun lagi. Saya sendiri pernah ada di posisi itu, bingung mau jelasin bagaimana karena takut malah jadi panjang. Akhirnya saya memilih diam saja." (Hasil Wawancara dengan Hanif, 13 Februari 2026).

Penelitian mengenai fenomena *ghosting* dalam penggunaan aplikasi kencan digital, telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sri Wulandari Tayani (2025) menunjukkan bahwa terjadinya *ghosting* dimulai dari percakapan awal hingga kedekatan emosional, sebelum salah satu pihak menghilang tanpa penjelasan (Tayani, 2025). Namun, penelitian tersebut berfokus pada aplikasi Tinder dan berfokus pada aspek komunikasi interpersonal. Sementara itu, penelitian yang sejenis juga dilakukan oleh Desiana Santi dan Angel Purwanti (2024) menemukan bahwa *ghosting* kerap terjadi baik pada tahap awal pengenalan maupun ketika komunikasi menunjukkan emosional. Penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada dampak psikologis korban setelah terjadi *ghosting* (Santi & Purwanti, 2024).

Berdasarkan pemaparan di atas, terlihat adanya kesenjangan dalam interaksi digital Generasi Z di Yogyakarta. Di satu sisi, aplikasi Bumble menawarkan efisiensi dan pemberdayaan bagi penggunanya, namun di sisi lain, normalisasi *ghosting* menciptakan ketidakpastian dalam hubungan interpersonal. Keunikan sosiografis Yogyakarta sebagai kota pelajar yang didominasi Generasi Z, berpadu dengan nilai budaya *ewuh pekewuh* yang cenderung menghindari konfrontasi langsung yang menjadi faktor memperkuat perilaku mengabaikan pesan. Meskipun penelitian terdahulu telah membahas *ghosting* secara umum dan dampak psikologisnya, masih terdapat keterbatasan kajian yang secara spesifik menjelaskan bagaimana interaksi tersebut terbentuk, dimaknai, dan berkembang

hingga berujung pada praktik *ghosting*, khususnya pada pengguna Bumble di kalangan Generasi Z di Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah penulis jelaskan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana pola dan proses interaksi digital yang berlangsung dalam fenomena *ghosting* pengguna Bumble pada Generasi Z di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk menganalisis bagaimana interaksi digital berlangsung serta pola terjadinya fenomena *ghosting* pada pengguna Bumble di kalangan Generasi Z di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam memahami dinamika interaksi digital pada aplikasi kencan daring. Penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai fenomena *ghosting* dengan menghadirkan perspektif yang lebih spesifik, yaitu pada pengguna Bumble di kalangan Generasi Z.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi pengguna aplikasi kencan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pengguna aplikasi kencan khususnya Generasi Z, mengenai pola interaksi digital dalam proses komunikasi antarindividu. Pemahaman ini dapat membantu pengguna aplikasi membangun komunikasi yang lebih bijak, serta menyadari potensi terjadinya fenomena *ghosting* dalam interaksi digital.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, agar penelitian lebih berfokus, maka penulis membatasi fokus pada fenomena *ghosting* yang dialami oleh pengguna Generasi Z di Yogyakarta yang diawali melalui aplikasi Bumble sebagai media awal. Fokus penelitian mencakup tahapan interaksi mulai dari proses *match*, pertukaran pesan, hingga keberlanjutan komunikasi ke platform lain, yang dianalisis dalam kaitannya dengan terjadinya *ghosting*, baik sebelum maupun setelah pertemuan secara langsung.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dan menjaga struktur penulisan, sistematika metodologi penelitian kualitatif ini disusun ke beberapa bab sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini memuat landasan dasar teori yang relevan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran.

3. BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengambilan data, waktu penelitian, teknik analisis data, serta teknik keabsahan penelitian.

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh di lapangan dan pembahasan yang dikaitkan dengan landasan teori.

5. Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan, serta saran yang ditujukan bagi peneliti selanjutnya.

