

**KONSTRUKSI IDENTITAS DIRI GENERASI Z DI DALAM
RUANG APLIKASI KENCAN ONLINE : STUDI KASUS
PENGUNAAN TINDER**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Sosiologi**

Disusun Oleh:

**Bilqis Jihan Kamila
NIM 21107020042**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Bilqis Jihan Kamila
NIM : 21107020042
Program Studi : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **Konstruksi Identitas Diri Generasi Z Di Dalam Ruang Aplikasi Kencan Online : Studi Kasus Penggunaan Aplikasi Dating Apps Tinder** ini benar *asli* hasil karya ilmiah yang saya tulis sendiri bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 18 Desember 2025

Yang Menyatakan,



Bilqis Jihan Kamila

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PENGESAHAN TUGAS



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-458/Un.02/DSH/PP.00.9/03/2026

Tugas Akhir dengan judul : KONSTRUKSI IDENTITAS DIRI GENERASI Z DI DALAM RUANG APLIKASI
KENCAN ONLINE : STUDI KASUS PENGGUNAAN TINDER

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : BILQIS JIHAN KAMILA
Nomor Induk Mahasiswa : 21107020042
Telah diujikan pada : Selasa, 03 Maret 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 69aa71018cd77

Ketua Sidang

Dr. Yayan Suryana, M.Ag
SIGNED



Valid ID: 69aa59a0ace42

Penguji I

Agus Saputro, M.Si.
SIGNED



Valid ID: 69aa6f1e1cc6c

Penguji II

Ui Ardaninggar Luhtitianti, M.A.
SIGNED



Valid ID: 69aa76772ff33

Yogyakarta, 03 Maret 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi
Lamp : -

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Bilqis Jihan Kamila
NIM : 21107020042
Prodi : Sosiologi
Judul : Konstruksi Identitas Diri Generasi Z Di Dalam Ruang Aplikasi Kencan Online : Studi Kasus Penggunaan Aplikasi Dating Apps Tinder

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi Sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Sosiologi.

Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam munaqosyah.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 18 Desember 2025
Pembimbing



Dr. Yayan Suryana, M.Ag
NIP: 19701013 199803 1 008

HALAMAN MOTTO

Aku menulis bukan karena aku yakin, jika aku berhenti aku tidak akan tau dimana letak kebenaran itu.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada kedua orang tuaku, yang dengan kesabaran, pengorbanan, dan kasih sayangnya membentuk diriku hingga sampai pada titik ini. Semoga kebahagiaan kalian menjadi alasan setiap pencapaianku.

Terima kasih juga saya sampaikan kepada kedua orang tua atas segala dukungan, dorongan semangat, dan bantuan yang tak pernah putus, baik dalam bentuk perhatian, motivasi, maupun dukungan finansial agar saya dapat menyelesaikan studi ini.

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada Bapak Dr. Yayan Suryana, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap arahan yang diberikan sangat berarti dalam memperbaiki dan memperkuat penelitian saya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, kesehatan, dan kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Konstruksi Identitas Diri Generasi Z di Dalam Ruang Aplikasi Kencan Online: Studi Kasus Penggunaan Aplikasi Tinder” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosiologi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Ibu Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Seluruh dosen Progam Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang senantiasa memberikan ilmu pengetahuan, kesempatan dalam berbagai pengalaman kegiatan dan motivasi pada saat kuliah.
4. Bapak Dr. Yayan Suryana, M. Ag selaku Dosen Pembimbing, atas bimbingan, arahan, dan kesabaran dalam mendampingi penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Teruntuk Bapak Dwi Yanto dan Ibu Milka Farida, terima kasih atas doa,

dukungan moral, motivasi, serta segala bantuan yang tidak pernah putus sejak awal studi hingga terselesaikannya skripsi ini. Berkat mereka juga saya masih bisa berdiri di titik ini

6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, yang telah memberikan ilmu, bantuan, dan pelayanan selama penulis menempuh perkuliahan.
7. Para informan, yang telah bersedia meluangkan waktu, berbagi pengalaman, dan memberikan data yang sangat berarti bagi penelitian ini
8. Teman-teman seperjuangan Angkatan Sosiologi 2021, yang selalu hadir memberi semangat, ruang untuk berbagi keresahan, diskusi tanpa batas, serta tawa yang membuat perjalanan skripsi tidak terasa sendirian. Dukungan mereka menjadi pengingat bahwa setiap perjuangan lebih mudah dijalani ketika dikelilingi orang-orang yang tulus.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan kajian Sosiologi, khususnya dalam memahami dinamika identitas generasi muda di era digital.

Yogyakarta, 27 Januari 2026

Bilqis Jihan Kamila

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah mendorong munculnya ruang-ruang baru bagi individu dalam membangun relasi dan menampilkan identitas dirinya, salah satunya melalui aplikasi kencan online Tinder. Bagi Generasi Z kelompok yang tumbuh bersama kemajuan internet Tinder tidak hanya digunakan sebagai sarana mencari pasangan, tetapi juga menjadi ruang performatif untuk mengonstruksi identitas diri secara strategis melalui foto, bio, dan preferensi profil. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana Generasi Z menampilkan dan membentuk identitas dirinya di dalam aplikasi Tinder, serta mengidentifikasi faktor-faktor sosial dan kultural apa saja yang memengaruhi proses konstruksi tersebut.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Lokasi penelitian berada di Kota Yogyakarta dengan subjek tujuh informan Generasi Z berusia 20–25 tahun yang merupakan pengguna aktif Tinder. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Serta penelitian ini menggunakan teori identitas modern oleh Anthony Giddens sebagai pisau analisis di dalam memetakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi identitas diri Gen Z di Tinder berlangsung melalui tiga strategi utama: authentic self representation (menampilkan diri apa adanya berdasarkan minat dan gaya hidup), self promotion (menonjolkan aspek diri yang dianggap menarik untuk meningkatkan peluang match), serta value based presentation (menggunakan profil sebagai mekanisme seleksi nilai dan preferensi). Temuan lainnya menunjukkan bahwa faktor sosial seperti tren budaya populer, lingkungan pertemanan, media sosial, serta pengalaman romantis sebelumnya berperan besar dalam membentuk cara Gen Z mengelola identitas digitalnya. Selain itu, identitas virtual yang dibentuk di Tinder kerap berbeda dari diri nyata, karena pengguna menyesuaikan citra diri dengan ekspektasi sosial dan dinamika interaksi digital. Proses interaksi melalui fitur swipe dan match juga menciptakan pengalaman validasi sosial yang memengaruhi kepercayaan diri maupun kecemasan pengguna.

Kata Kunci: Konstruksi Identitas Diri, Generasi Z, Tinder, Presentasi Diri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Tinjauan Pustaka.....	9
E. Landasan Teori.....	13
a. Generasi Z.....	13
b. Konstruksi Identitas.....	15
c. Kencan Online.....	16
d. Teori Identitas Modern.....	18
F. Metode Penelitian.....	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Lokasi dan Subjek Penelitian.....	21
3. Sumber Data.....	22
4. Teknik Pengumpulan Data.....	22
5. Teknik Analisis Data.....	23
G. Sistematika Pembahasan.....	24
 BAB II : GAMBARAN UMUM PENELITIAN APLIKASI TINDER.....	 26
A. Sejarah dan Perkembangan Internet.....	26
B. Perkembangan Media Sosial.....	27
C. Perkembangan Aplikasi Kencan Online.....	28
D. Aplikasi Tinder.....	30
E. Fitur Utama Tinder.....	32
F. Profil Informan.....	38
G. Yogyakarta sebagai Public Space dan Ruang Layanan Internet.....	38
 BAB III : KONSTRUKSI IDENTITAS DIRI GENERASI Z DI APLIKASI TINDER.....	 43
A. Proses Konstruksi Identitas Diri Generasi Z di Aplikasi Tinder.....	43
1. Motivasi Awal Penggunaan Tinder.....	43
2. Strategi Menampilkan Diri di Profil Tinder.....	48
3. Representasi Diri Nyata dan Diri Virtual.....	53

4. Pengalaman Interaksi dan Validasi Sosial di Tinder	55
B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembentukan Identitas Diri	
Generasi Z di Tinder	58
1. Pengaruh Sosial Dan Budaya.....	58
2. Fitur Aplikasi Tinder	62
BAB IV : NEGOSIASI DIRI DI RUANG DIGITAL APLIKASI TINDER.....	68
A. Refleksi Diri Melalui Profil Tinder	68
B. Modernitas dan Pembentukan Identitas Visual Di Tinder.....	73
C. Pencarian Keamanan Diri di Ruang Digital Tinder.....	76
BAB V : PENUTUP	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
CURICULUM VITAE	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Tinder.....	32
-----------------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Profil Informan	38
---------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di zaman sekarang memudahkan individu untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi ruang dan waktu. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih ini, mengubah cara berpikir, bertindak, dan bersosialisasi antar individu. Adapun salah satu dampak dari kemajuan tersebut adalah munculnya jejaring media sosial. Media sosial merupakan sebuah wadah dimana para penggunanya berpartisipasi, berbagi aktivitas mereka untuk bisa mengekspresikan diri. Selain itu juga jejaring media sosial ini dapat membantu penyebaran informasi menjadi cepat dan luas di ranah lingkungan masyarakat.¹¹ Alasan lain mengapa media sosial banyak diminati oleh masyarakat karena pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial sehingga sebisa mungkin mengharuskan mereka untuk berinteraksi dengan orang lain. Jadi dalam hal ini kebutuhan akan berkomunikasi tersebut yang menjadikan media sosial banyak digandrungi oleh masyarakat.

Lahirnya media sosial juga mengubah cara individu dalam membangun hubungan interpersonal, salah satunya yaitu media sosial sering digunakan dalam hal sarana pencarian pasangan. Hal tersebut lah yang kemudian melahirkan beberapa platform aplikasi kencan atau (dating apps) guna

¹ Eka Resti Ningsih Tasya Fajriah, "Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Interaksi Sosial Di Era Digital," *Merdeka Indonesia Journal International* 15,no.1 (2024):37–48, <https://www.merdekaindonesia.com/index.php/MerdekaIndonesiaJournalInternati/article/view/99/71>.

membantu pengguna untuk menemukan teman ataupun partner kencan maupun pasangan hidup. Banyak aplikasi kencan online yang telah menjamur di platform digital online beberapa diantaranya adalah aplikasi Tinder, Bumble, Tantan dll. Menurut survei dari Populix, sekitar 63% responden menggunakan aplikasi kencan online. Diantara aplikasi-aplikasi kencan lainnya Tinder menempati tempat teratas sekitar (38%) sebagai aplikasi kencan yang sering digunakan, kemudian diikuti oleh Tantan (33%) dan Bumble (17%). Aplikasi Tinder merupakan aplikasi kencan terpopuler yang sering digunakan oleh anak muda, karena banyak dari pengguna aplikasi tersebut adalah Generasi Millennial dengan presentase sekitar (52%) dan Generasi Z dengan presentase pengguna sekitar (44%).²

Aplikasi dating apps Tinder merupakan platform aplikasi kencan yang dimana penggunaanya berkenalan dengan mitra kencan nya secara online, dan membantu seseorang dalam memfilter serta mencocokkan pasangan agar nantinya menemukan kriteria pasangan yang serasi. Tinder dirasa lebih simple untuk sarana memilih pasangan karena sistem pendekatan (PDKT) yang dilakukan terhadap pasangan bisa dilakukan lewat via online tidak harus bertemu secara langsung. Alasan lain mengapa anak muda sekarang menggunakan Tinder adalah, fitur yang ditawarkan dianggap lebih menarik dan memudahkan. Seperti halnya fitur (gestur swipe) dimana para pengguna bebas memilih pasangan melalui biodata profil calon pasangan. Adapun fitur (match)

² Populix, "63% Generasi Muda Merupakan Pengguna Aplikasi Kencan Online," Populix, 2024, <https://info.populix.co/articles/generasi-muda-merupakan-pengguna-aplikasi-kencan-online/>.

yaitu kecocokan antara pengguna, sehingga ketika kedua partner tersebut saling menyukai profil satu sama lain maka akan berlanjut pada jenjang saling berkenalan satu sama lain lewat fitur chat yang disediakan oleh Tinder.³ Oleh karena itu biodata profil calon pasangan dan pengguna menjadi penting untuk memungkinkan para pengguna mendapatkan pasangan yang sesuai dengan preferensi kesamaan antara satu sama lain .

Karena profil dan biodata merupakan salah satu hal yang utama dalam aplikasi Tinder ini maka profil serta biodata yang dibuat oleh pengguna pada aplikasi ini menjadi representasi virtual diri identitas bagi para individu. Melalui foto profil dan biodata tersebut individu secara aktif mengkonstruksi dan mengelola identitas mereka, maka dari itu aplikasi kencan online. Aplikasi ini tidak sekadar menjadi perantara dalam proses mencari pasangan, tetapi juga turut membentuk cara individu menampilkan diri dan membangun interaksi di ranah digital. Berbeda dari media sosial lain seperti Instagram atau Twitter, Tinder menawarkan ruang yang lebih personal dan bersifat selektif melalui sistem algoritmanya. Di dalamnya, identitas seseorang tidak hanya ditampilkan, tetapi juga dinegosiasikan layaknya komoditas yang dinilai berdasarkan daya tarik dan kesesuaian dengan pengguna lainnya. Selain itu studi dari Nuryahya (2023) menunjukkan bahwa, biodata dan profil dari pengguna Tinder diibaratkan sebagai panggung depan bagi para pengguna tersebut. Panggung depan yang ditampilkan pada biodata dan profil Tinder

³ Siti Zulaikha Luciandro Gideon Situmorang, "Perubahan Gaya Mencari Pasangan Melalui Aplikasi Tinder Pada Mahasiswa FISI ULM," *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni (JISHS)* 3, no. 2 (2024): 801–7, <https://jurnal.minartis.com/index.php/jishs/article/view/2242/1962>.

tersebut, dibentuk sebaik dan semenarik mungkin. Sehingga menciptakan sebuah kesan dan impresi tertentu untuk menarik perhatian dari calon pasangan.⁴

Dengan demikian Tinder bukan hanya, sebagai sarana mencari pasangan akan tetapi juga dapat digunakan sebagai validasi sosial dan eksistensi digital. Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa seberapa banyaknya jumlah match dengan pasangan dan komentar-komentar positif mengenai profile dan biodata dapat memenuhi ekspektasi sosial bagi para pengguna. Akibatnya identitas diri di aplikasi Tinder sering dipertanyakan keaslian nya seperti pada studi penelitian Kiksen (2023) bahwa banyak dari para pengguna yang mengaburkan kondisi nyata dan fantasi serta penggunaan identitas yang tidak sesuai.⁵ Namun di sisi lain juga adapun dari para pengguna aplikasi yang masih mengutamakan kejujuran melalui keterbukaan diri (self disclosure) walaupun dalam hal ini masih ada batasan dari pengguna tentang memberikan informasi seperti apa yang boleh diungkapkan kepada orang lain.⁶

Identitas merupakan ciri khas dari seseorang individu dan dijadikan sebagai pembeda individu dengan individu lainnya. Dalam konteks sosiologi sendiri, identitas merupakan sesuatu hal yang bisa dikonstruksikan

⁴ Anaberylla Kalila Nuryahya, “Studi Dramaturgi Profil Remaja Pengguna Tinder Di Surabaya,” *The Commercium* 7, no. 2 (2023): 133–40, <https://doi.org/10.26740/tc.v7i2.56253>.

⁵ Rosalia Prismarini Nurdiarti Yosef Aryanto Wicaksono Kiksen, “Konsep Diri Virtual Dalam Komunikasi Hiperpersonal Pengguna Dating App Tinder Untuk Mencari Pasangan Di Yogyakarta,” *Lenvari: Journal of Social Science* 1, no. 2 (2023): 71–105, <https://doi.org/10.61105/jss.v1i2.53>.

⁶ Elisa Ravella Nadine And Maulana Rezi Ramadhana, “Keterbukaan Diri Remaja Perempuan Pengguna Aplikasi Kencan Online Tinder Di Bandung” 8, No. 2 (2021): 1701–10, <https://Openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14839/14616>.

secara sosial dan dapat berubah seiring berjalannya waktu. Pembentukan identitas ini sendiri juga tak luput dari faktor internal dan faktor eksternal seperti lingkungan, budaya hingga pengaruh media massa. Menurut studi penelitian dari Sitinjak (2024), bahwa penggunaan teknologi digital dapat mempengaruhi psikologis dan sosial bagi individu. Serta hasil penelitian menunjukkan bahwa di dalam ruang digital juga turut merancang pembentukan identitas bagi seseorang individu, interaksi sosial yang terjadi pada ruang digital memungkinkan pembentukan serta modifikasi identitas pada individu tersebut.⁷

Bagi Generasi Z atau yang biasa disebut Gen Z, mereka merupakan salah satu generasi yang lahir saat perkembangan teknologi dan komunikasi sudah berkembang dengan maju. Jadi tidak heran jikalau generasi tersebut sudah akrab dengan berbagai kemajuan teknologi yang sudah maju. Penggunaan teknologi komunikasi oleh Gen Z yang massif ini, mengakibatkan mereka lebih senang untuk suka berkomunikasi di dunia maya. Gen Z juga lebih aktif di beberapa platform seperti Instagram, Tiktok, dan bahkan aplikasi dating apps juga. Survei dari Goodstats mengungkapkan bahwa Gen Z termasuk dalam pengguna terbanyak aplikasi dating apps sebanyak (44%) setelah Generasi Millenial.⁸ Penggunaan platform media sosial yang massif ini juga mempengaruhi bagaimana Gen Z mengelola identitas pribadi mereka di dalam

⁷ Yudith Sitinjak, "Pembentukan Identitas Individu Dalam Budaya Digital (Studi Kualitatif Tentang Identitas Gender Di Media Sosial)," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 1 (2024): 1461–67, <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/8020>.

⁸ Ucy Sugiarti, "Aplikasi Kencan Populer Di Kalangan Milenial, Ini Alasannya," GoodStats, 2024, <https://goodstats.id/article/aplikasi-kencan-populer-di-kalangan-milenial-ini-alasannya-wBS37>.

dunia maya. Oleh karena itu penelitian ini berfokus mengkaji bagaimana Gen Z mengelola dan mengkonstruksi identitas pada ruang digital khususnya platform aplikasi dating apps Tinder.

Perkembangan aplikasi kencan daring seperti Tinder telah banyak dikaji dalam berbagai penelitian sebelumnya. Sejumlah studi yang dipaparkan pada paragraf sebelumnya lebih banyak menyoroti dampak penggunaan Tinder terhadap hubungan romantis, motif individu dalam menggunakan aplikasi kencan online, serta pola perilaku komunikasi daring yang terbentuk di dalamnya. Penelitian lain juga cenderung membahas fenomena personal branding, dinamika pencarian pasangan, hingga risiko manipulasi identitas dalam interaksi digital. Dengan demikian, fokus kajian yang berkembang selama ini masih berfokus pada aspek relasi interpersonal, motif instrumental penggunaan, serta konsekuensi sosial dari interaksi daring.

Namun demikian, masih terdapat keterbatasan dalam penelitian yang secara khusus menempatkan Tinder bukan sekadar sebagai media perantara pencarian pasangan, melainkan sebagai ruang sosial tempat berlangsungnya proses konstruksi identitas diri. Karena di dalam konteks masyarakat modern yang semakin terdigitalisasi, ruang digital bukan hanya arena komunikasi, tetapi juga arena refleksi dan negosiasi diri. Selain itu, kajian yang secara eksplisit memfokuskan Generasi Z sebagai subjek utama dalam melihat dinamika pembentukan identitas di aplikasi kencan daring juga masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks lokal seperti Kota Yogyakarta.

Lebih lanjut, belum banyak penelitian yang menganalisis strategi

presentasi diri pengguna Tinder dengan menggunakan perspektif teori identitas modern, terutama gagasan reflektivitas diri yang dikemukakan oleh Anthony Giddens. Dalam kerangka ini, identitas dipahami sebagai proyek refleksif yang terus dikelola, dinegosiasikan, dan disesuaikan dengan perubahan sosial. Perspektif tersebut relevan untuk melihat bagaimana Generasi Z, sebagai generasi yang tumbuh bersama teknologi digital, secara sadar mengelola citra diri mereka dalam ruang aplikasi kencan.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, studi ini tidak hanya memandang Tinder sebagai sarana mencari pasangan, tetapi sebagai ruang konstruksi identitas yang memperlihatkan bagaimana individu memilih, menyusun, dan menampilkan versi diri tertentu. Dalam penelitian ini, konstruksi identitas diri Generasi Z di aplikasi Tinder akan dianalisis melalui tiga kecenderungan strategi representasi diri yang muncul dari temuan lapangan, yaitu authentic self representation, self promotion, dan value based presentation. Ketiga strategi ini menjadi fokus untuk memahami bagaimana identitas digital dibentuk, dinegosiasikan, serta dikaitkan dengan nilai, pengalaman, dan ekspektasi sosial pengguna.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Generasi Z mengonstruksi dan menampilkan identitas dirinya melalui fitur profil di aplikasi kencan online Tinder?
2. Apa saja aktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan identitas diri Gen Z di dalam aplikasi kencan online?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi Generasi Z dalam mengelola dan menampilkan identitas diri pada platform digital Tinder melalui biodata dan profil, serta menganalisis faktor-faktor sosial yang memengaruhi proses konstruksi identitas diri tersebut.

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat berkontribusi untuk studi pengembangan kajian sosiologi, khususnya pada sosiologi komunikasi dalam bidang digital dan bidang media sosial. Dengan mengkaji fenomena bagaimana perilaku Gen Z dalam membentuk identitas dirinya di dalam ruang aplikasi kencan serta memperkaya wacana sekitar bagaimana dinamika interaksi sosial di era digital ini dapat mengalami perubahan karena teknologi informasi, dan teknologi informasi ini dapat mengubah norma-norma aspek di dalam kehidupan masyarakat.

2. Manfaat Praktik

A. Bagi Pengguna Aplikasi Kencan Daring (khususnya Generasi Z)

Memberikan pemahaman agar lebih mawas diri dalam mengelola identitas digital, lebih selektif dalam membangun relasi di ruang virtual, serta memahami potensi risiko seperti manipulasi identitas, ekspektasi semu, dan kerentanan psikososial dalam penggunaan aplikasi kencan daring.

B. Bagi Pemerintah

Menjadi bahan pertimbangan dalam memperkuat kebijakan

literasi digital, perlindungan data pribadi, serta pengawasan terhadap praktik interaksi di platform digital yang berpotensi menimbulkan risiko sosial bagi generasi muda.

C. Bagi Lembaga Pendidikan dan Pengelola Platform Digital

Memberikan rujukan bagi lembaga pendidikan untuk mengembangkan edukasi mengenai etika digital dan kesadaran identitas daring, serta bagi pengelola platform aplikasi kencan seperti Tinder dalam meningkatkan fitur keamanan dan perlindungan pengguna.

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian terdahulu yang dibagi menjadi beberapa kategori yaitu:

Kategori pertama adalah mengkaji tentang konstruksi identitas diri di dalam ruang media sosial yang telah dibahas oleh Kertamukti, Nugroho dan Wahyono⁹, dan Lailiyah¹⁰ dari kedua penelitian tersebut menjelaskan bahwa konstruksi identitas diri di dalam media sosial bukan hanya menampilkan tentang bagaimana diri kita di dalam identitas virtual akan tetapi ada citra diri yang ingin mereka bangun lewat foto video yang mereka unggah guna sebagai personal branding, serta konstruksi identitas diri ini juga berkaitan dengan

⁹ Rama Kertamukti, Heru Nugroho, and Sugeng Bayu Wahyono, "Kontruksi Identitas Melalui Stories Highlight Instagram Kalangan Kelas Menengah," *Jurnal ASPIKOM* 4, no. 1 (2019): 26, <https://doi.org/10.24329/aspikom.v4i1.502>.

¹⁰ Nuriyatul Lailiyah, "Presentasi Diri Netizen Dalam Konstruksi Identitas Di Media Sosial Dan Kehidupan Nyata," *Jurnal Ilmu Sosial* 15, No. 2 (2016): 103, <https://doi.org/10.14710/Jis.15.2.2016.103-110>.

pengalaman sosial mereka seperti melakukan aktivitas maupun melakukan hobby yang mereka unggah di media sosial, sehingga hal itu juga menentukan bagaimana mereka dipandang oleh individu lainnya di dalam dunia maya.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Kevin Pramudya, Sujarwo, dan Desy Safitri¹¹ juga mengkaji tentang pembentukan identitas sosial digital Generasi Z di media sosial. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ruang digital menjadi arena bagi generasi Z untuk menegosiasikan identitas diri melalui interaksi, tren, serta representasi yang dibangun secara sadar guna memperoleh pengakuan sosial. Sejalan dengan itu, penelitian Mutya Ananda, Ahmad Suriansyah, dan Wahdah Refia Rafianti¹² menjelaskan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap pembentukan konsep diri generasi Z, baik dalam membangun citra diri yang positif maupun dalam menghadapi tekanan sosial yang muncul akibat ekspektasi di ruang digital.

Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis adalah penelitian terdahulu lebih membahas tentang kajian konstruksi identitas di dalam penggunaan sosial media sementara penelitian penulis lebih mengkaji tentang konstruksi identitas diri di dalam platform digital aplikasi kencan akan tetapi sama-sama membahas tentang konstruksi identitas diri.

Kategori kedua adalah mengkaji tentang profil pengguna aplikasi tinder

¹¹ Kevin Pramudya, "Media Sosial X Dalam Membentuk Identitas Sosial Digital Generasi Z" 3, no. 2 (2025): 178–83.

¹² Mutya Ananda, Ahmad Suriansyah, and Wardah Refia Rafianti, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembentukan Identitas Diri Pada Generasi Z," 2024, 2279–89.

yang telah dibahas oleh Asri¹³, dan Nuryahya¹⁴ dari kedua penelitian tersebut menjelaskan bahwa dari sebagian profil para pengguna tinder ada yang terkesan dilebih-lebihkan guna personal branding mereka di dalam dunia maya, hal ini diwujudkan melalui sesuatu yang menonjolkan keunikan mereka yang mereka tunjukkan pada profil pengguna, hal ini dapat dilihat melalui tampilan konten profil serta interaksi pada percakapan antara pengguna tinder lainnya, dan juga terkadang apa yang ditampilkan pada profil pengguna di aplikasi tidak seperti apa yang ditampilkan kenyataan dirinya di kehidupan nyata. Penelitian penulis dan penelitian terdahulu sama-sama ingin melihat bagaimana individu pengguna aplikasi dating apps mengelola akun untuk branding diri dalam mendapatkan partner namun adapun perbedaan penelitian penulis dan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian penulis ingin menjelaskan apa saja faktor sosial yang membangun sebuah proses personal branding sebagai konstruksi identitas diri.

Kategori ketiga adalah mengkaji tentang identitas virtual pada aplikasi tinder yang telah dibahas oleh Kiksen, Nurdianti¹⁵ dan Gunawan, Mony¹⁶, dari kedua penelitian tersebut menjelaskan bahwa ada sebagian pengguna aplikasi yang tidak menjadi dirinya sendiri di aplikasi tersebut terkadang sampai kepada hiperealitas dimana mengaburkan kondisi realita yang ada, selain itu juga

¹³ Ispawati Asri, "Personal Branding Wanita Indonesia Di Dalam Media Sosial Tinder," *Ikon - Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 27, No. 2 (2022): 155–77, <https://doi.org/10.37817/Ikon.V27i2.1902>.

¹⁴ Nuryahya, "Studi Dramaturgi Profil Remaja Pengguna Tinder Di Surabaya."

¹⁵ Yosef Aryanto Wicaksono Kiksen, "Konsep Diri Virtual Dalam Komunikasi Hiperpersonal Pengguna Dating App Tinder Untuk Mencari Pasangan Di Yogyakarta."

¹⁶ Natasya Gunawan¹ and Husen Mony, "Interpersonal Deception Pengguna Dating Apps Bumble," *Jurnal* 9, no. 02 (2023): 1–13, <https://doi.org/10.30996/representamen.v9i02.8124>.

adapun identitas diri yang ditampilkan pada bio profil pengguna terkadang cenderung tidak lengkap dan lebih menjaga privasi mereka. Di dalam penggunaan bio profile pun mereka ada yang melakukan catfishing yaitu kecenderungan memanipulasi foto diri mereka sendiri. Penelitian penulis dan penelitian terdahulu sama-sama ingin meneliti bagaimana proses lawan jenis dalam mencari pasangan di aplikasi Tinder, namun adapun yang membedakan penelitian penulis dengan terdahulu adalah pada fokus penelitian di penelitian terdahulu lebih mengutamakan konsep diri yaitu pandangan dan keyakinan mengenai konsep diri mereka sendiri lalu fokus penelitian penulis lebih mengutamakan kepada konstruksi sosial bagaimana individu mendefinisikan diri mereka di dalam lingkungan sosial melalui interaksi sosial yang dihasilkan antar pengguna.

Kategori keempat adalah mengkaji tentang bagaimana tahapan interaksi individu di dalam aplikasi ruang kencan online yang telah dibahas oleh Hirpa Aulia, Jaka Farih Agustian¹⁷ dan Ita Puspitasari, Aprilia¹⁸ dari kedua penelitian tersebut memfokuskan pada keterbukaan diri pada individu dalam fenomena penggunaan aplikasi dating apps sebagai aplikasi pencari jodoh dan menjelaskan tahapan bagaimana pada pengguna wanita aplikasi kencan sebagai pemegang kendali dalam membentuk sebuah hubungan. Adapun penelitian

¹⁷ Hirpa Aulia and Jaka Farih Agustian, "Analisis Fenomena Pencarian Jodoh Melalui Aplikasi Kencan Tinder Dalam Keterbukaan Diri Pengguna Di Kota Samarinda," *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi* 5, no. 1 (2024): 308–24, <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.451>.

¹⁸ Ita Puspitasari and Monika Pretty Aprilia, "Penetrasi Sosial Dalam Mencari Pasangan Pada Aplikasi Kencan Online Bumble," *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 3 (2022): 196–211, <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i3.986>.

peneliti dan penelitian penulis sama-sama ingin meneliti bagaimana proses pencarian jodoh di aplikasi dating apps namun penelitian memiliki perbedaan yaitu lebih mengarah pada pertukaran informasi antar pengguna dan penelitian penulis menekankan pada aspek pembangunan diri di aplikasi dating apps.

Berdasarkan kajian studi literatur terdahulu yang sudah dipaparkan, diketahui bahwa sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada konstruksi identitas di media sosial umum, analisis citra diri, serta dinamika komunikasi dalam aplikasi kencan online. Maka dari itu penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan mengkaji pada Generasi Z sebagai pengguna platform digital aplikasi Tinder, yang secara sosiologis memiliki pola berbeda dengan generasi terdahulu. Selain itu juga penelitian ini memadukan pendekatan sosiologi komunikasi digital dengan berfokus pada konstruksi identitas yang tidak hanya dipresentasikan pada ruang digital akan tetapi dapat dilihat sebagai sesuatu yang bisa dinegosiasikan pada aplikasi Tinder.

E. Landasan Teori

a. Generasi Z

Generasi menurut Mannheim adalah suatu konstruksi sosial dimana didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama,¹⁹ hal ini juga dikemukakan oleh Ryder yang mengatakan bahwa generasi adalah agregat dari sekelompok individu yang mengalami peristiwa – peristiwa yang sama dalam kurun

¹⁹ Karl Mannheim, *The Problem Of Generations I.*, ed. Routledge and Kegan Paul., *Colloquia Communia*, vol. 1 (London, 1992), <https://marcuse.faculty.history.ucsb.edu/classes/201/articles/27MannheimGenerations.pdf>.

waktu yang sama pula,²⁰ sementara menurut menurut Kupperschmidt yang mengatakan bahwa generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran umur, lokasi, dan kejadian – kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka.²¹

Jadi dalam hal ini, generasi merupakan pengklasifikasian sekelompok individu melalui kesamaan tahun lahir dan memiliki pengalaman historis yang sama seperti peristiwa sosial budaya yang sama. Salah satunya adalah Generasi Z atau yang biasa disebut Gen Z, Menurut Dimock dari Pew Research Center,²² Generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1997 dan berakhir pada tahun 2012 dimana fase ini menunjukkan kemajuan sosio ekonomi yang lebih stabil dan perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat, hal lain dikemukakan oleh Gabrielova dan Buchko bahwa Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada pertengahan 1990an sampai dengan akhir tahun 2000-an,²³ Berkup juga menjelaskan bahwasannya Generasi Z merupakan

²⁰ N. B. Ryder, "The Cohort as a Concept in the Study of Social Change.," *American Sociological Review* 30, no. 6 (1965): 843–61, <https://doi.org/10.2307/2090964>.

²¹ B.R Kupperschmidt, "Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management," *Healt Care Manager*, 2000, 65–76, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/11183655/>.

²² Michael Dimock, "Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins," Pew Reasearch Center, 2019, <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>.

²³ Aaron a Buchko Karina Gabriella, "Here Comes Generation Z: Millennials as Managers," *Business Horizon* 64 (2021): 489–99, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S000768132100015X>.

generasi yang telah berinteraksi dengan teknologi dari lahir,²⁴ jadi bisa disimpulkan dari beberapa pengertian diatas bahwa Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada era perkembangan teknologi informasi yang sudah maju meskipun ada sedikit perbedaan dalam rentang tahun kelahiran Generasi Z berdasarkan sumber yang disebutkan namun pada dasarnya Gen Z mempunyai ciri khas sudah terbiasa berinteraksi dengan teknologi, menjadikannya lebih adaptif terhadap perubahan digital.

b. Konstruksi Identitas

Identitas merupakan sesuatu yang tak terpisahkan dan melekat pada individu melalui identitas tersebut individu berusaha untuk menunjukkan siapa jati diri mereka, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), identitas berarti ciri-ciri atau keadaan khusus seseorang atau jati diri, jadi dalam hal ini identitas merupakan merujuk kepada ciri dari seorang individu yang dapat membedakan individu dengan individu lainnya, seiring berjalannya waktu identitas dapat berubah perubahan ini bisa dikarenakan melalui faktor internal dari diri maupun faktor eksternal sial dan budaya. Sementara itu hal ini berlanjut kepada konstruksi identitas, kontruksi identitas merupakan penyajian diri terkait identitas dimana

²⁴ Sezin Baysal Berkup, "Working With Generations X And Y In Generation Z Period: Management Of Different Generations In Business Life," *Mediterranean Journal of Social Sciences* 5 (2014), https://www.researchgate.net/publication/272708404_Working_With_Generations_X_And_Y_In_Generation_Z_Period_Management_Of_Different_Generations_In_Business_Life.

individu aktif secara mengelola dan membentuk citra diri mereka terhadap orang lain.

Menurut Barker konstruksi identitas adalah bangunan atas identitas diri yang memperlihatkan siapa dan bagaimana diri kita sebenarnya, tentang kesamaan yang ada pada diri kita dengan sejumlah orang, serta perbedaan yang membedakan diri kita dengan orang lain,²⁵ merujuk kepada beberapa pengertian diatas maka bisa disimpulkan bahwasannya konstruksi identitas merupakan sebuah bangunan atas identitas diri yang dimana identitas tersebut digunakan untuk menampilkan siapa diri kita serta guna sebagai pembeda ciri antara individu dengan individu lainnya.

c. Kencan Online

Tahapan pacaran atau kencan merupakan interaksi timbal balik antara dua individu, dalam menjalin hubungan pacaran, pasangan melakukan aktivitas bersama yang bertujuan untuk melanjutkan hubungan,²⁶ disatu sisi juga kencan merupakan aspek yang terpenting dalam hubungan sosial para remaja, remaja yang tidak berkencan merasa tertinggal dengan teman-teman sekolahnya dan lingkungannya, sementara menurut Erikson, pengalaman romantis pada masa remaja dipercaya memainkan peranan

²⁵ Chris Barker, *Cultural Studies; Teori Dan Praktik*, ed. SS Petrus B J Krismanto (Yogyakarta: Kreasi Wacana Bantul, 2008), <https://media.neliti.com/media/publications/218276-cultural-studies-teori-dan-praktik.pdf>.

²⁶ M Girsang And N Ningsih, "Dukungan Sosial : Informasi Melalui Media Modul Terhadap Pengenalan Dating Violence Pada Remaja Di Program Studi Ilmu Keperawatan Universitas Sriwijaya Inderalaya," *Bidang Ilmu Kesehatan*, 2015,1–41, https://repository.unsri.ac.id/20677/1/Dukungan_Sosial_%28makalah%29.pdf.

yang penting dalam perkembangan identitas dan keakraban,²⁷ menurut data yang dilansir dari GoodStats adapun Survei dari Populix dengan judul Indonesia Usage Behavior and Online Security on Dating Apps mengungkapkan bahwa penggunaan aplikasi kencan sangat populer di kalangan generasi muda. Data menunjukkan bahwa 52% pengguna dating apps adalah generasi milenial, 44% generasi Z, dan selebihnya 4% pada generasi.²⁸ Fenomena ini menjelaskan bahwa generasi muda lebih nyaman menggunakan teknologi untuk membangun hubungan dengan orang lain .

Menurut Kamus Online Cambridge, pengertian online dating ialah suatu cara memulai hubungan romantis di internet, dengan memberikan informasi tentang diri atau membalas informasi orang lain. Sementara oleh Kamus Online Oxford, Online dating merupakan suatu cara praktis mencari pasangan romantis atau seksual di Internet, biasanya melalui situs khusus yang disediakan khusus untuk online dating. Adapun Menurut DeGenova,²⁹ manfaat menggunakan online dating adalah memberikan kesempatan pada setiap individu untuk berkomunikasi dan juga memberikan kesempatan untuk menyaring kembali karakter mereka melalui komunikasi tidak langsung sebelum bertatap muka .Jadi bisa

²⁷ John W. Santrock, *Seventeenth Edition, Adolescence* (New York: McGraw Hill Education, 2019), https://repository.unsri.ac.id/20677/1/Dukungan_Sosial_%28makalah%29.pdf.

²⁸ Populix, “63% Generasi Muda Merupakan Pengguna Aplikasi Kencan Online.”

²⁹ Mary Kay DeGenova, *Intimate Relationships, Marriages & Families* (New York United States: New York Mc Graw Hill, 2005), <https://archive.org/details/intimaterelation00mary>.

disimpulkan kencan online merupakan aktivitas mencari, berkomunikasi, membangun sebuah hubungan yang romantis di internet seperti melalui platform digital situs kencan, di dalam prosesnya individu dapat membuat identitas diri sebagai profil pribadi dan dapat memilih partner kencan yang diinginkan hanya lewat aplikasi dating apps.

d. Teori Identitas Modern

Teori identitas modern merupakan teori yang dikemukakan oleh Anthony Giddens, lewat karyanya pada buku *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age* (1991). Secara lanjut di dalam buku tersebut Anthony menjelaskan lebih lanjut mengenai teori identitas modern. Di dalam karyanya tersebut dijelaskan bahwa identitas yang melekat pada diri manusia tersebut bukanlah bersifat statis dan tidak hanya ditentukan oleh faktor lingkungan keluarga, tradisional atau agama saja. Melainkan Giddens menganggap bahwasanya identitas dalam masyarakat modern merupakan proyek refleksif diri, yang mana individu terus menerus menilai, merevisi dan membentuk identitas pada dirinya sendiri seiring dengan perubahan sosial yang ada di sekitarnya. Adapun unsur-unsur di dalam teori identitas modern :

1. Reflexive Project of the Self (Proyek Refleksif Diri)

Proyek refleksi diri ini merupakan inti dari teori identitas modern, identitas merupakan sebuah proyek yang terus dikelola dan dirancang secara terus menerus seiring berjalannya waktu sesuai dengan perubahan sosial. Setiap orang membangun narasi diri mengenai

identitas nya berdasarkan dengan berdasarkan pengalaman, gaya hidup, dan nilai-nilai yang diyakini. Jadi identitas diri bukanlah hal yang bisa diwariskan atau dianggap tetap akan tetapi individu bebas menentukan siapa dirinya, apa yang ia percayai, serta bagaimana ia ingin dipersepsikan oleh orang lain.

2. Reflexivity of Modernity (Refleksivitas dalam Modernitas)

Perubahan zaman yang sudah maju ini menuntut masyarakat modern untuk bersifat reflektif. Apalagi pada era globalisasi ini banyak informasi-informasi baru yang masuk pada masyarakat modern. Hal itu yang membuat individu untuk selalu menilai ulang tindakan serta pilihannya melalui informasi yang massif masuk secara terus menerus. Arus informasi yang massif dan cepat membuat identitas tidak bersifat statis lagi, mulai dari gaya hidup sampai dengan hubungan sosial menjadi hal yang terus dikonstruksikan dan menjadi objek refleksi diri. Individu terus mencocokkan apa yang bagus dan apa yang terlihat cocok untuk dirinya.

3. Keamanan Ontologis (Ontological Security)

Konsep ini memberikan pemahaman bahwa pada zaman yang modern ini, meskipun identitas bersifat cair namun individu tetap membutuhkan kestabilan dan rasa aman eksistensial. Zaman yang modern penuh dengan ketidakpastian dan serba cepat membuat masyarakat modern cemas oleh karena itu mereka berusaha menjalin hubungan sosial personal, untuk menciptakan rasa stabilitas dan

keamanan dalam kehidupannya.³⁰

Secara keseluruhan teori identitas modern yang dikemukakan oleh Giddens, menyatakan bahwa identitas bukan hasil secara bawaan melainkan sesuatu yang dikonstruksikan secara terus menerus. Identitas itu sendiri merupakan sebuah proses refleksi proses refleksi, pilihan gaya hidup, dan konstruksi narasi diri yang berlangsung terus-menerus. Di dalam konteks digital penggunaan aplikasi dating apps Tinder, teori identitas modern sangat relevan untuk menggambarkan bagaimana Gen Z membentuk, mengelola dan menampilkan identitas mereka di dalam penggunaan profil identitasnya di ruang virtual sebagai bentuk proyek reflektif diri di era modernitas.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam melalui data deskriptif berupa kata-kata, perilaku, serta pengalaman subjek penelitian dalam konteks yang alamiah. Menurut Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah serta dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini berupaya memahami bagaimana

³⁰ Anthony Giddens, *Self and Society in the Late Modern Age* (Stanford University Press, 1991).

Generasi Z mengonstruksi identitas dirinya dalam penggunaan aplikasi kencan daring Tinder melalui pengalaman dan perspektif para pengguna secara langsung³¹.

2. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di ruang digital, yaitu pada aplikasi kencan daring Tinder sebagai media interaksi sosial yang menjadi fokus kajian. Meskipun penelitian ini berlangsung di ruang virtual, subjek penelitian dibatasi pada Generasi Z yang berdomisili di Kota Yogyakarta. Pembatasan wilayah tersebut dilakukan untuk memperjelas konteks sosial dan karakteristik informan, sehingga data yang diperoleh lebih terarah dan sesuai dengan fokus penelitian.

Adapun dalam hal ini penulis mengambil lokasi yang terletak pada Kota Yogyakarta, alasan penulis mengambil penelitian di Kota Yogyakarta adalah yang pertama Kota Yogyakarta yang digambarkan sebagai kota multikultural banyak para pemuda-pemudi yang mengemban ilmu dari berbagai penjuru daerah merantau ke daerah Kota Yogyakarta jadi tidak heran jika Kota Yogyakarta mendapatkan julukan kota multikultural, dari hal tersebut maka banyak berbagai budaya masuk dikarenakan pada pendatang dari luar Yogyakarta tersebut maka dari fenomena tersebut berkorelasi dengan fenomena sosial yang peneliti teliti. Subjek penelitian ini yaitu mahasiswa di Kota Yogyakarta ataupun para

³¹ H Nazar Naamy and M Si, *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF DASAR-DASAR & APLIKASINYA* (Penerbit: Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah LP2M UIN Mataram, 2019).

pemuda dengan rentan usia 20-25 tahun yang tinggal di Kota Yogyakarta dan menggunakan aplikasi dating apps (tinder).

3. Sumber Data

Dalam hal ini peneliti menggunakan sumber data primer dan sekunder untuk penelitian ini. Pertama, data primer yang merupakan data pokok dimana diperoleh melalui sumbernya secara langsung, adapun data primer tersebut berupa wawancara yang didapat dari informan-informan tersebut, informan tersebut meliputi mahasiswa di Kota Yogyakarta ataupun para pemuda di Kota Yogyakarta baik asli yang berdomisili di Kota Yogyakarta atau pun non-domisili Kota Yogyakarta, adapun kriteria dari informan adalah mereka merupakan pengguna aktif dating apps khususnya dating apps tinder dan termasuk ke dalam Generasi Z. Kedua data sekunder data pendukung setelah data primer didapat melalui buku, jurnal, dokumen, dll yang relevan dengan penelitian fenomena tersebut.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian untuk memperoleh data yang relevan dengan fokus penelitian. Menurut Sugiyono, teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi³². Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam dan dokumentasi untuk memperoleh data mengenai pengalaman serta cara Generasi Z menampilkan identitas dirinya dalam

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (ALFABETA, 2013).

penggunaan aplikasi Tinder.

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara berbicara langsung melakukan tanya-jawab secara langsung dengan para responden guna memperoleh informasi yang diperlukan untuk penelitian tersebut, adapun wawancara berupa dua jenis yaitu wawancara terbuka dan wawancara tertutup, selain itu wawancara ini berguna untuk mendapatkan data yang mendalam karena kita dapat terhubung serta melakukan klarifikasi terhadap sumbernya.

b. Dokumentasi

Penelitian ini juga menggunakan teknik dokumentasi sebagai bahan pendukung data sekunder, berupa dokumen sekunder seperti artikel, jurnal, dan studi sebelumnya mengenai penggunaan aplikasi Tinder. Dokumentasi ini berfungsi sebagai pelengkap data hasil wawancara untuk memperkuat proses analisis.

5. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam analisis data di dalam penelitian ini menggunakan model teknik analisis data dari Miles dan Huberman, model analisis interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan yaitu: reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Alasan peneliti menggunakan teknik analisis data tersebut dikarenakan tahapan- tahapan di dalam analisis data tersebut sangat lengkap dan kompleks lebih

memudahkan peneliti untuk mengambil kesimpulan atas penelitian.

a. Reduksi data

Dalam proses reduksi data peneliti memilah-milah data terlebih dulu yang sekiranya berkaitan dengan topik penelitian, lalu disusun secara sistematis, dalam hal ini peneliti menggunakan sistem coding guna memilih data yang biasa menjawab akan permasalahan padaa fenomena yang diteliti.

b. Penyajian data

Setelah mereduksi data kini data disajikan berupa deskriptif naratif guna menggambarkan keadaan yang terjadi di dalam penelitian,

c. Penarikan Kesimpulan

Setelah semua proses tahapan sudah dilakukan maka bisa melakukan penarikan kesimpulan, dari mengumpulkan beberapa informasi data yang semulanya bersifat kabur kini menjadi jelas sehingga dapat ditarik kesimpulan³³.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini dibagi secara runtut ke dalam lima bab. Bab I berisi seluruh bagian pendahuluan, mulai dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat teoritis dan praktis, hingga tinjauan pustaka, kerangka teori, metode yang digunakan, serta penjelasan mengenai susunan penulisan. Bagian ini menjadi pijakan awal untuk melihat

³³ Matthew Miles, Michael Huberman, and Saldanan, *Qualitative Data Analysis* (SAGE Publication, 2014).

arah penelitian dan alasan pentingnya mengkaji bagaimana Generasi Z membentuk identitas dirinya melalui aplikasi kencan daring Tinder. Bab II berisikan tentang gambaran umum mengenai topik penelitian, dimulai dari perkembangan internet dan media sosial hingga kemunculan platform kencan online, dengan fokus utama pada Tinder sebagai objek kajian.

Kemudian pada bab III, disajikan uraian deskriptif mengenai dan temuan lapangan, khususnya proses bagaimana Generasi Z membangun identitas dirinya saat menggunakan Tinder, sekaligus berbagai faktor sosial, budaya, dan teknis yang ikut membentuk proses tersebut. Bab IV menjadi bagian analisis yang mengaitkan temuan empiris dengan teori identitas dalam modernitas, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara identitas digital dibangun, dinegosiasikan, dan dipahami oleh para pengguna. Terakhir, Bab V berisi penutup yang memuat rangkuman hasil penelitian serta rekomendasi yang dapat dijadikan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data dan analisis di bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa pertama, di dalam menyusun profil dan memilih foto, yang kemudian membentuk tiga pola utama strategi self presentation: authentic self presentation, self promotion, dan value based presentation. Ada informan yang memilih tampil sederhana sebagaimana dirinya, ada yang menonjolkan aspek tertentu untuk terlihat lebih menarik, dan ada yang menyusun profil sesuai nilai atau prinsip yang mereka prioritaskan. Ketiga pendekatan ini menunjukkan bahwa identitas digital yang muncul bukan sesuatu yang tetap, melainkan hasil dari penyesuaian dan refleksi diri yang terus berlangsung. Penelitian juga menemukan adanya pergeseran batas antara diri nyata dan diri virtual. Banyak informan mengaku lebih percaya diri, lebih terbuka, atau menampilkan versi diri yang lebih “ideal” ketika berada di Tinder dibandingkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini memperlihatkan bahwa identitas di ruang digital bersifat fleksibel dan bergantung pada konteks interaksi, kebutuhan pribadi, respons audiens, serta tuntutan platform itu sendiri.

Dan juga temuan yang kedua menunjukkan bahwa konstruksi identitas diri Generasi Z di Tinder tidak terjadi secara spontan atau individual semata, tetapi merupakan hasil dari proses adaptasi terhadap nilai sosial, budaya populer, dan dinamika lingkungan pertemanan. Budaya populer yang berkembang melalui Instagram, TikTok, dan YouTube memperkuat penyebaran nilai estetika

digital, seperti gaya coffee shop aesthetic, mirror selfie, streetwear, skena, hingga gaya

coquette. Visual-visual ini menjadi rujukan bagi banyak anak muda mengenai bagaimana seharusnya seseorang terlihat menarik di ruang digital. Tren tersebut kemudian membentuk standar visual baru yang tidak hanya diikuti dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga dibawa ke profil Tinder sebagai cara membangun citra diri. Dari sisi fitur di aplikasi Tinder, seperti sistem swipe, proses match, algoritma rekomendasi, serta tampilan profil berbasis visual turut memengaruhi cara Gen Z memahami relasi dan membentuk kesan terhadap orang lain. Mekanisme seleksi yang cepat dan visual tersebut menciptakan pola interaksi yang instan, tetapi di saat yang sama dapat memicu kecemasan sosial, keraguan dalam membangun kepercayaan, atau tekanan untuk menjaga citra tertentu. Dengan demikian, Tinder tidak hanya menjadi wadah bertemu dengan orang baru, melainkan juga ruang yang turut membentuk cara Gen Z menilai dirinya apakah mereka dianggap menarik, diterima oleh lingkungan digital, dan sesuai standar visual yang berkembang.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan bahwa konstruksi identitas diri Generasi Z di Tinder merupakan proses tawar-menawar antara keaslian diri, tuntutan estetika digital, nilai dan tujuan pribadi, serta pengaruh budaya populer dan teknologi aplikasi. Identitas digital bagi Gen Z bukan sekadar cerminan diri mereka, tetapi juga strategi sosial untuk mendapatkan validasi, membangun hubungan, serta menemukan kecocokan nilai dalam ruang interaksi modern yang dibentuk oleh platform digital.

B. Saran

Pengguna Tinder khususnya Gen Z diharapkan dapat lebih menyadari bahwa representasi diri di ruang digital selalu melalui proses seleksi dan kurasi tertentu. Dengan memahami hal ini, pengguna dapat lebih reflektif dalam membedakan aspek identitas yang benar-benar mencerminkan diri mereka dengan bagian yang dibentuk untuk mengikuti tuntutan visual di platform. Kesadaran tersebut juga penting agar aplikasi dapat digunakan secara lebih bijak, terutama terkait keamanan digital, perlindungan privasi, dan potensi risiko berinteraksi dengan pihak yang tidak dapat dipercaya. Di samping itu, pengguna perlu menjaga keseimbangan antara keinginan untuk tampil menarik dan nilai-nilai personal yang ingin tetap dipertahankan, sehingga penggunaan aplikasi tidak hanya berorientasi pada pencitraan, tetapi juga tetap sejalan dengan identitas diri yang mereka anggap autentik.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, Ispawati. "Personal Branding Wanita Indonesia Di Dalam Media Sosial Tinder." *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 27, no. 2 (2022): 155–77. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i2.1902>.
- Aulia, Hirpa, and Jaka Farih Agustian. "Analisis Fenomena Pencarian Jodoh Melalui Aplikasi Kencan Tinder Dalam Keterbukaan Diri Pengguna Di Kota Samarinda." *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi* 5, no. 1 (2024): 308–24. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.451>.
- Barker, Chris. *Cultural Studies; Teori Dan Praktik*. Edited by SS Petrus B J Krismanto. Yogyakarta: Kreasi Wacana Bantul, 2008. <https://media.neliti.com/media/publications/218276-cultural-studies-teori-dan-praktik.pdf>.
- DeGenova, Mary Kay. *Intimate Relationships, Marriages & Families*. New York United States: New York Mc Graw Hill, 2005. <https://archive.org/details/intimaterelation00mary>.
- Dimock, Michael. "Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins." Pew Research Center, 2019. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>.
- Ellison, Nicole B, and Danah Boyd. "Social Network Sites : Definition , History , and Scholarship" 13 (2008): 210–30. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.
- Finfolk. "Laris Di Indonesia, Tinder Raup Rp358 Miliar." Finfolk, n.d. <https://finfolk.co/article/money/laris-di-indonesia-tinder-raup-rp358-miliar>.
- Giddens, Anthony. *Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford University Press, 1991.
- Girsang, Bina M, and N Ningsih. "Dukungan Sosial : Informasi Melalui Media Modul Terhadap Pengenalan Dating Violence Pada Remaja Di Program Studi Ilmu Keperawatan Universitas Sriwijaya Inderalaya." *Bidang Ilmu Kesehatan*, 2015, 1–41. https://repository.unsri.ac.id/20677/1/Dukungan_Sosial_%28makalah%29.pdf.
- Gunawan¹, Natasya, and Husen Mony. "Interpersonal Deception Pengguna Dating Apps Bumble." *Jurnal* 9, no. 02 (2023): 1–13. <https://doi.org/10.30996/representamen.v9i02.8124>.
- Hasfi, Nurul. "Sejarah Perkembangan Internet Sebagai Wadah Keberadaan Cyber Media." *Universitas Tebuka*, 2014, 1–40. <https://core.ac.uk/reader/198234250>.
- Karina Gabriella, Aaron a Buchko. "Here Comes Generation Z: Millennials as Managers." *Business Horizon* 64 (2021): 489–99. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S000768132100015X>.

- Kertamukti, Rama, Heru Nugroho, and Sugeng Bayu Wahyono. "Kontruksi Identitas Melalui Stories Highlight Instagram Kalangan Kelas Menengah." *Jurnal ASPIKOM* 4, no. 1 (2019): 26.
<https://doi.org/10.24329/aspikom.v4i1.502>.
- Kupperschmidt, B.R. "Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management." *Health Care Manager*, 2000, 65–76.
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/11183655/>.
- Lash, Scott. "Reflexive Modernization: The Aesthetic Dimension." *Sage Journal Theory, Culture & Society* Volume 10 (1993).
<https://doi.org/10.1177/026327693010001001>.
- Lidwina, Andrea. "Tinder, Aplikasi Kencan Daring Paling Banyak Digunakan Di Indonesia." *databoks*, 2021. ataboks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/b07d2313ced133a/tinder-aplikasi-kencan-daring-paling-banyak-digunakan-di-indonesia.
- LOGOS-WORLD. "Tinder Logo," n.d. https://logos-world.net/tinder-logo/#google_vignette.
- Luciandro Gideon Situmorang, Siti Zulaikha. "Perubahan Gaya Mencari Pasangan Melalui Aplikasi Tinder Pada Mahasiswa FISI ULM." *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni (JISHS)* 3, no. 2 (2024): 801–7.
<https://jurnal.minartis.com/index.php/jishs/article/view/2242/1962>.
- Mannheim, Karl. *The Problem Of Generations I*. Edited by Routledge and Kegan Paul. *Colloquia Communia*. Vol. 1. London, 1992.
<https://marcuse.faculty.history.ucsb.edu/classes/201/articles/27MannheimGenerations.pdf>.
- Mellania, Carrollie, and Tjahjawan Indah. "Pencarian Jodoh Daring Masyarakat Urban Indonesia." *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)* 8, no. 1 (2020): 19–37.
<https://doi.org/10.36806/JSRW>.
- Nasution, Ramadhan Muhammad, Subhani, and Arifin Awaluddin. "DATING ONLINE: POLA KOMUNIKASI PADA PENGGUNA APLIKASI TINDER." *JURNAL JURNALISME* 11 (2022): 1–10.
<https://ojs.unimal.ac.id/jurnalisme/article/view/6637>.
- Naveen, Kumar. "Tinder Statistics 2025 (Users, Revenue & Demographics)." *Deman sage*, n.d. <https://www.demandsage.com/tinder-statistics/>.
- Nazarudin, N, and M Afiansyah. "Etika Komunikasi Islami Di Media Sosial dalam Perspektif Alqurandan Pengaruhnya Terhadap Keutuhan Negara." *Jurnal Puerawi : Media Kajian Komunikasi Islam*, no. 1 (2021).
<https://doi.org/10.22373/jp.v4i1.8935>.
- Nuriyatul Lailiyah. "Presentasi Diri Netizen Dalam Konstruksi Identitas Di Media Sosial Dan Kehidupan Nyata." *Jurnal Ilmu Sosial* 15, no. 2 (2016): 103.

- <https://doi.org/10.14710/jis.15.2.2016.103-110>.
- Nuryahya, Anaberylla Kalila. "Studi Dramaturgi Profil Remaja Pengguna Tinder Di Surabaya." *The Commercium* 7, no. 2 (2023): 133–40.
<https://doi.org/10.26740/tc.v7i2.56253>.
- Populix. "63% Generasi Muda Merupakan Pengguna Aplikasi Kencan Online." Populix, 2024. <https://info.populix.co/articles/generasi-muda-merupakan-pengguna-aplikasi-kencan-online/>.
- Priori data. "Statistik Tinder | Pendapatan, Pengguna & Demografi 2025." Priori data, n.d. <https://prioridata.com/data/tinder-statistics/>.
- Puspitasari, Ita, and Monika Pretty Aprilia. "Penetrasi Sosial Dalam Mencari Pasangan Pada Aplikasi Kencan Online Bumble." *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 3 (2022): 196–211.
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i3.986>.
- Ravella Nadine, Elisa, and Maulana Rezi Ramadhana. "Keterbukaan Diri Remaja Perempuan Pengguna Aplikasi Kencan Online Tinder Di Bandung" 8, no. 2 (2021): 1701–10.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14839/14616>.
- Robertson, Roland. "Globality and Modernity." *Sage Journal Theory, Culture & Society* Volume 9 E (2014). <https://doi.org/10.1177/026327692009002010>.
- Rosidi, Mohd Harifadilah, Ahmad Wifaq, Bin Mokhtar, Mohd Nasir, Bin Abdul, Mohd Harifadilah Rosidi, Ahmad Wifaq, and Bin Mokhtar. "The Role of Maqasid Al- Shari ' Ah as a Fundamental Ethics in Social Media Use The Role of Maqasid Al- Shari ' Ah as a Fundamental Ethics in Social Media Use" 12, no. 4 (2022): 1285–1301. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v12-i4/13044>.
- Ryder, N. B. "The Cohort as a Concept in the Study of Social Change." *American Sociological Review* 30, no. 6 (1965): 843–61.
<https://doi.org/10.2307/2090964>.
- Santrock, John W. *Seventeenth Edition. Adolescence*. New York: McGraw Hill Education, 2019.
https://repository.unsri.ac.id/20677/1/Dukungan_Sosial_%28makalah%29.pdf.
- Sezin Baysal Berkup. "Working With Generations X And Y In Generation Z Period: Management Of Different Generations In Business Life." *Mediterranean Journal of Social Sciences* 5 (2014).
https://www.researchgate.net/publication/272708404_Working_With_Generations_X_And_Y_In_Generation_Z_Period_Management_Of_Different_Generations_In_Business_Life.
- Sitinjak, Yudith. "Pembentukan Identitas Individu Dalam Budaya Digital (Studi

- Kualitatif Tentang Identitas Gender Di Media Sosial).” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 1 (2024): 1461–67. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/8020>.
- Starts.io. “Dating Users - Tinder in Indonesia.” Starts.io, n.d. <https://www.start.io/audience/dating-users-tinder-in-indonesia>.
- Sugiarti, Ucy. “Aplikasi Kencan Populer Di Kalangan Milenial, Ini Alasannya.” GoodStats, 2024. <https://goodstats.id/article/aplikasi-kencan-populer-di-kalangan-milenial-ini-alasannya-wBS37>.
- Tasya Fajriah, Eka Resti Ningsih. “Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Interaksi Sosial Di Era Digital.” *Merdeka Indonesia Journal International* 15, no. 1 (2024): 37–48. <https://www.merdekaindonesia.com/index.php/MerdekaIndonesiaJournalInternati/article/view/99/71>.
- Varkočková, Martina. “Konceptuální Analýza Ontologické Bezpečnosti.” *Czech Journal of International Relations*, 2012, 75–92.
- Yonatan, Agnes Z. “Tinder Jadi Aplikasi Kencan Terpopuler 2024.” GoodStats, n.d. https://data.goodstats.id/statistic/tinder-jadi-aplikasi-kencan-online-terpopuler-2024-jVOzx?utm_.
- Yosef Aryanto Wicaksono Kiksen, Rosalia Prismarini Nurdiarti. “Konsep Diri Virtual Dalam Komunikasi Hiperpersonal Pengguna Dating App Tinder Untuk Mencari Pasangan Di Yogyakarta.” *Lenvari: Journal of Social Science* 1, no. 2 (2023): 71–105. <https://doi.org/10.61105/jss.v1i2.53>.
- Zlatar, Jelena. “Anthony Giddens : Refleksivna Projekcija Osobnosti.” *Revija Za Sociologiju*, 2008, 161–82.