

## DAFTAR ISI

|                                          | Hal      |
|------------------------------------------|----------|
| Prakata                                  | v        |
| Daftar Isi                               | viii     |
| Daftar Tabel                             | xii      |
| Daftar Gambar                            | xiii     |
| Daftar Lampiran                          | xvi      |
| Intisari                                 | xvii     |
| Abstract                                 | xviii    |
| Glossarium                               | xix      |
| <b>BAB I <u>PENDAHULUAN</u></b>          | <b>1</b> |
| A. Latar Belakang                        | 1        |
| B. Permasalahan                          | 12       |
| 1. Rumusan masalah                       | 12       |
| 2. Pertanyaan penelitian.                | 13       |
| C. Keaslian Penelitian                   | 13       |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian         | 14       |
| 1. Tujuan penelitian.                    | 14       |
| 2. Manfaat penelitian                    | 14       |
| E. Urgensi dan Kebaruan Penelitian       | 15       |
| 1. Urgensi                               | 15       |
| 2. Kebaruan                              | 17       |
| F. Teorisasi                             | 23       |
| 1. Tinjauan Pustaka/penelitian terdahulu | 23       |
| 2. Landasan Teori                        | 27       |
| 3. Konseptualisasi                       | 43       |
| 4. Asumsi penelitian                     | 48       |
| 5. Metodologi Penelitian                 | 51       |
| a. Pendekatan                            | 51       |
|                                          | viii     |

|                |                                                                          |            |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------|------------|
|                | b. Metode                                                                | 56         |
|                | c. Unit Analisis                                                         | 61         |
|                | d. Teknik Pengumpulan Data                                               | 65         |
|                | e. Teknik Analisis Data                                                  | 67         |
|                | f. Limitasi Penelitian                                                   | 70         |
| <b>BAB II</b>  | <b>PENGEMBANGAN DISKUSI TEORI</b>                                        | <b>72</b>  |
|                | A. Praktik Sosial Dalam Ekosistem Digital                                | 72         |
|                | B. Kencan Daring di Tengah Era Modern                                    | 73         |
|                | C. Teknologi yang berperan dalam Industri Intimasi                       | 75         |
|                | D. Segmentasi Fitur dalam Ruang Perkencanan                              | 77         |
|                | E. Praktik Sosial dalam Aplikasi Kencan                                  | 80         |
|                | 1. Habitus sebagai Pola Tindakan dalam Aplikasi Kencan                   | 81         |
|                | 2. Arena Persaingan dalam Ruang Perkencanan                              | 82         |
|                | 3. Peran Modal dalam Perkencanan daring                                  | 84         |
|                | 4. Struggle dan <i>Doxa</i> Digital dalam Kapitalisme tingkat Lanjut     | 101        |
|                | F. Memahami Pengelolaan Komunikasi Privasi dalam Aplikasi Kencan         | 109        |
|                | 1. Pemilik privasi                                                       | 111        |
|                | 2. Manajemen Batas atau Privasi Kontrol                                  | 113        |
|                | 3. Privasi <i>Turbulence</i>                                             | 114        |
|                | G. Habitus ke Batas Informasi: Interseksi Teori Praktik Sosial dan CPM   | 118        |
|                | H. Intimasi dalam Aplikasi Kencan                                        | 122        |
|                | I. Relasi Modern sebagai Dampak Kapitalisme tingkat Lanjut               | 125        |
|                | 1. <i>Relationship Fluidity</i>                                          | 128        |
|                | 2. Jenis-Jenis Hubungan Modern                                           | 130        |
| <b>BAB III</b> | <b>STRUKTUR DAN FITUR APLIKASI KENCAN DALAM MEMBENTUK PRAKTIK SOSIAL</b> | <b>132</b> |

|                                                                                                 |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| A. Perjalanan Industri Intimasi                                                                 | 133 |
| B. Jenis -jenis layanan platform aplikasi kencan                                                | 142 |
| 1. <i>Tinder</i>                                                                                | 143 |
| 2. <i>Badoo</i>                                                                                 | 150 |
| 3. <i>Tantan</i>                                                                                | 154 |
| 4. <i>Luxy</i>                                                                                  | 158 |
| 5. <i>Eharmony (Matchmaking)</i>                                                                | 161 |
| 6. Kencan dewasa/ <i>Casual date / Adult date</i>                                               | 168 |
| C. Peta Industri Aplikasi Kencan di Dunia                                                       | 172 |
| D. Jenis Karakteristik Pengguna Berbasis Segmentasi Pasar                                       | 180 |
| E. Struktur dan Mekanisme Aplikasi Kencan: Reproduksi Kelas Sosial dalam Paradox Agensi Digital | 186 |
| F. Membayar untuk Cinta: Transformasi Modal Ekonomi dalam Praktik Sosial Perkencanan Digital    | 189 |
| G. Log Aktivitas Sebagai Interaksi Sosial yang Menciptakan Habitus                              | 198 |
| H. Reproduksi Arena dalam Menciptakan Algoritma                                                 | 203 |
| I. <i>Struggle</i> dalam Proses Interaksi Sosial di Dalam Aplikasi Kencan                       | 216 |

#### **BAB IV        KONSTRUKSI KOMUNIKASI PRIVASI BERDASARKAN**

|                                                                             |            |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>JENIS APLIKASI KENCAN</b>                                                | <b>232</b> |
| A. Pengelolaan Privasi Dalam Proses Komunikasi Pengguna                     | 234        |
| 1. Pemilik privasi dalam aplikasi kencan                                    | 234        |
| 2. Representasi Diri yang Diperjuangkan                                     | 236        |
| 3. Kompetensi di dalam Praktik Pengguna Aplikasi Kencan                     | 239        |
| 4. Menentukan Batas Privasi dalam Proses Komunikasi                         | 256        |
| 5. Privasi turbulence dalam Proses Membangun Kepercayaan di Aplikasi Kencan | 273        |
| B. Peta CPM Berdasarkan Aplikasi Kencan                                     | 285        |

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| C. Algoritma Sebagai Hasil Praktik Sosial dalam Ruang Virtual | 296 |
|---------------------------------------------------------------|-----|

**BAB V PRAKTIK SOSIAL DALAM APLIKASI KENCAN: INTERAKSI DIGITAL, PRIVASI, SEBAGAI MANIFESTASI KAPITALISME TINGKAT LANJUT DI INDONESIA 304**

|                                                                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| A. Ilusi Relasi Kuasa Dalam Privasi                                                                         | 307 |
| B. Industri Menjual Kuasa Privasi Berbasis Kelas                                                            | 309 |
| C. Teknologi menciptakan jenis-jenis relasi modern                                                          | 322 |
| D. Industri aplikasi kencan menciptakan kapitalisasi tingkat lanjut                                         | 337 |
| E. Kapitalisasi Tubuh dalam Perencanaan Daring                                                              | 342 |
| F. Kapitalisme tingkat <i>Surveillance</i> dalam aplikasi kencan                                            | 354 |
| G. Kelindan Interaksi Pengguna, Pengelolaan Privasi, dan Struktur Aplikasi dalam Menciptakan Praktik sosial | 357 |
| H. Negosiasi Norma Budaya dalam Praktik Sosial Anak Muda Indonesia pada Aplikasi Kencan Digital             | 361 |

**BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI 366**

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| A. Kesimpulan                      | 366 |
| B. Kontribusi Penelitian           | 367 |
| C. Implikasi Praktis & Kebijakan   | 368 |
| D. Keterbatasan Penelitian         | 371 |
| E. Rekomendasi Penelitian Lanjutan | 371 |
| F. Penutup                         | 371 |

**DAFTAR PUSTAKA 373**

## DAFTAR TABEL

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| Tabel 1 Data Informan laki-laki .....              | 63  |
| Tabel 2 Data Informan Perempuan .....              | 64  |
| Tabel 3 Peta CPM berdasarkan aplikasi kencan ..... | 285 |
| Tabel 4 Strategi CPM Informan .....                | 289 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                      |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 1 Jumlah pengguna aplikasi kencan daring seluruh dunia .....                                  | 3   |
| Gambar 2 Aplikasi kencan <i>penetration rate by age group in</i> Indonesia 2022 .....                | 4   |
| Gambar 3 Data aplikasi kencan populer Indonesia.....                                                 | 5   |
| Gambar 4 Perolehan penghasilan aplikasi kencan .....                                                 | 6   |
| Gambar 5 Daring Kencan <i>Market, By Service</i> .....                                               | 6   |
| Gambar 6 Konstelasi Jurnal .....                                                                     | 19  |
| Gambar 7 Kerangka Teori.....                                                                         | 45  |
| Gambar 8 Kerangka Konseptual .....                                                                   | 47  |
| Gambar 9 Komponen dalam analisis data (flow model) Sumber: Miles & Huberman<br>(1994) .....          | 68  |
| Gambar 10 Logo aplikasi <i>Tinder</i> .....                                                          | 144 |
| Gambar 11 Logo aplikasi <i>Badoo</i> Sumber : <a href="http://www.badoo.com">www.badoo.com</a> ..... | 150 |
| Gambar 12 <i>Badoo Traffic</i> .....                                                                 | 152 |
| Gambar 13 Logo aplikasi kencan <i>Tantan</i> .....                                                   | 155 |
| Gambar 14 Logo aplikasi kencan <i>Luxy</i> .....                                                     | 158 |
| Gambar 15 Country ranking .....                                                                      | 160 |
| Gambar 16 Logo aplikasi <i>eharmony</i> .....                                                        | 163 |
| Gambar 17 Sebaran Pengguna <i>Eharmony</i> .....                                                     | 166 |
| Gambar 18 19 Demografi Pengguna <i>Eharmony</i> .....                                                | 167 |
| Gambar 19 Logo aplikasi <i>Sugarbook</i> .....                                                       | 169 |
| Gambar 20 Pengguna dan Sebaran SB.....                                                               | 171 |
| Gambar 21 Daring Kencan <i>Market, By Service</i> .....                                              | 174 |
| Gambar 22 Share pengguna aplikasi kencan dunia.....                                                  | 175 |
| Gambar 23 Data aplikasi kencan populer Indonesia.....                                                | 176 |
| Gambar 24 Perolehan penghasilan aplikasi kencan .....                                                | 177 |
| Gambar 25 Penetrasi pengguna aplikasi kencan .....                                                   | 179 |
| Gambar 26 Data penggunaan aplikasi kencan informan.....                                              | 183 |
| Gambar 27 Preferensi aplikasi berdasarkan kelas sosial.....                                          | 184 |
| Gambar 28 <i>Wordcloud</i> hasil wawancara .....                                                     | 186 |

|                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 29 profil yang menunjukkan pekerjaan .....                             | 199 |
| Gambar 30 Verifikasi centang biru, .....                                      | 200 |
| Gambar 31 Eksklusivitas <i>Luxy</i> .....                                     | 204 |
| Gambar 32 Profil dan Bio pengguna <i>Luxy</i> .....                           | 204 |
| Gambar 33 Aplikasi yang digunakan informan penelitian .....                   | 233 |
| Gambar 34 Profil informan dalam aplikasi <i>Tinder</i> dan <i>Badoo</i> ..... | 237 |
| Gambar 35 Profil Bio Informan perempuan .....                                 | 241 |
| Gambar 36 Detail pribadi informan perempuan .....                             | 244 |
| Gambar 37 37 Cara memberi tautan dari <i>Tinder</i> ke Spotify .....          | 251 |
| Gambar 38 Penggunaan aplikasi berdasarkan jenis kelamin informan .....        | 254 |
| Gambar 39 Ruang obrolan informan dalam <i>Tinder</i> dan <i>Badoo</i> .....   | 257 |
| Gambar 40 Ketika geolocation aktif .....                                      | 258 |
| Gambar 41 Flowchart Tahapan bertukar informasi dalam aplikasi kencan.....     | 266 |
| Gambar 42 Pengaturan jarak oleh informan dalam <i>Tantan</i> .....            | 280 |
| Gambar 43 Faktor Pengurang Privasi Turbulance .....                           | 284 |
| Gambar 44 pola algoritma.....                                                 | 300 |
| Gambar 45 Pola algoritma .....                                                | 300 |
| Gambar 46 <i>The Gale Shapley Proposal Algorithm</i> .....                    | 301 |
| Gambar 47 ilustrasi log aktivitas menjadi algoritma .....                     | 302 |
| Gambar 48 siaran langsung dalam aplikasi.....                                 | 314 |
| Gambar 49 eksklusivitas <i>Luxy</i> .....                                     | 316 |
| Gambar 50 Untuk benar benar kaum eli .....                                    | 317 |
| Gambar 51 Member terbatas <i>Luxy</i> disetiap kota.....                      | 317 |
| Gambar 52 quiz yang wajib saat pendaftaran awal <i>eHarmony</i> .....         | 318 |
| Gambar 53 Pilihan hubungan informan .....                                     | 331 |
| Gambar 54 Tujuan penggunaan aplikasi.....                                     | 335 |
| Gambar 55 Kompetisi " <i>sexy party</i> " dalam aplikasi SB .....             | 343 |
| Gambar 56 baju minim siaran langsung aplikasi kencan.....                     | 343 |
| Gambar 57 Pemenang kompetisi <i>Sexy Party</i> SB .....                       | 345 |
| Gambar 58 mayoritas perempuan siaran langsung dengan busana minim .....       | 345 |
| Gambar 59 Program beasiswa dari SD untuk SB .....                             | 346 |



Gambar 60 Penawaran admin SB untuk menjadi caller..... 347

Gambar 61 Ajakan admin SB untuk siaran langsung berbayar ..... 348