

MOTIVASI PENGGUNAAN *DATING APPS*Salsabila Ramadina¹, Meuthia El Luthfia Larasati Ryzque², Anisa Silvina Sari³,
Shofi Athaya⁴, Tessa Rumaita⁵, Rizal Kurniawan⁶¹⁻⁶Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Padang, Indonesia¹slsablrm27@gmail.com**Abstrak**

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam cara individu membangun relasi sosial, salah satunya melalui penggunaan aplikasi kencan daring (*dating apps*). Aplikasi ini tidak hanya digunakan untuk mencari pasangan romantic, tetapi juga untuk berbagi kebutuhan sosial dan emosional lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa motivasi utama seseorang dalam menggunakan *dating apps*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui *open question* yang disebar menggunakan Google Form secara daring. Responden penelitian berjumlah 100 orang Warga Negara Indonesia yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi kencan daring. Data dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola atau tema dari jawaban responden. Hasil penelitian menunjukkan terdapat enam kategori utama motivasi penggunaan *dating apps*, yaitu membuat teman baru (43%), mengisi waktu luang (24%), mencari pasangan (18%), rasa penasaran (8%), mengatasi kesepian (6%), dan ketertarikan kasual (2%). Penelitian ini menegaskan bahwa *dating apps* telah menjadi ruang interaksi sosial yang kompleks dan adaptif terhadap kebutuhan individu modern, namun penggunaannya tetap perlu disertai kesadaran agar tidak menimbulkan dampak negatif terhadap kesejahteraan psikologis.

Kata Kunci: dating apps, motivasi penggunaan, interaksi sosial, kesehatan mental

Article History

Received: June 2026

Reviewed: June 2026

Published: June 2026

Plagirism Checker No 77

Copyright : Author**Publish by :** Liberosis

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstract

Advances in digital technology have transformed the way individuals build social relationships, one example being the use of online dating apps. These apps are used not only to find romantic partners but also to fulfill other social and emotional needs. This study aims to identify the primary motivations behind people's use of dating apps. It employs a descriptive qualitative approach, with data collected through open-ended questions distributed via an online Google Form. The study's respondents consisted of 100 Indonesian citizens who had used or were currently using online dating apps. The data was analyzed using thematic analysis to identify patterns or themes in the respondents' answers. The results of the study indicate that there are six main categories of motivation for using dating apps: making new friends (43%), filling free time (24%), looking for a partner (18%), curiosity (8%), coping with loneliness (6%), and casual interest (2%). This study confirms that dating apps have become complex spaces for social interaction that adapt to the needs of modern individuals; however, their use must still be approached with caution to avoid negative impacts on psychological well-being.

Keywords: *dating apps, motivations for use, social interaction, mental health*

PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, banyak sekali kemudahan yang ditemukan khususnya dalam mencari hubungan baik itu hubungan romantis, teman, ataupun lainnya. Berbagai platform untuk membuat hubungan tersebut diciptakan dengan kemudahan aksesibilitasnya. Salah satu bentuk platform untuk membuat hubungan adalah aplikasi kencan atau *dating apps*. *Dating apps* merupakan aplikasi berbasis ponsel yang memungkinkan pengguna membuat profil, termasuk gambar, dan berkomunikasi dengan pengguna lain berdasarkan lokasi, minat, atau preferensi hubungan. Aplikasi ini memfasilitasi interaksi sosial, intim, dan seksual secara daring dan sering menggunakan fitur pelacakan lokasi untuk memudahkan pencarian pasangan di sekitar pengguna (Iglesias, 2024). Contoh populer dari *dating apps* yaitu Tinder, Bumble, dan Omi yang digunakan untuk berbagai tujuan sosial di masyarakat.

Dating Apps tidak semata-mata menjadi solusi membuat suatu hubungan bagi penggunanya. melainkan juga menjadi arena psikologis yang kompleks. Interaksi di dalamnya mengubah perilaku manusia serta memicu rangsangan emosional dengan cepat lewat mekanisme "swipe" dan "match" saat menggunakan aplikasi. Berdasarkan penelitian Gao (2023), pengguna dating apps lebih rentan mengalami masalah emosional seperti kecemasan dan stres dari pada non-pengguna. Berbagai studi global menunjukkan bahwa di balik kesan praktis dan menyenangkan, ada sisi gelap yang menyertai penggunaan *dating apps*. Berdasarkan hasil penelitian Li dan Han (2024), *Dating Apps* didesain layaknya mesin slot yakni memberikan hadiah acak berupa kecocokan dengan pengguna lain yang secara psikologis dapat mendorong perilaku adiktif. Pengguna merasa terdorong untuk terus menerus mencari validasi dengan memberikan informasi pribadi secara berlebihan. kemudian dengan menggeser profil pengguna lain, menunggu "kemenangan" berupa match, lalu memulai percakapan. Siklus ini berpotensi menimbulkan kelelahan emosional dan kecanduan pada penggunanya.

Tidak sesuai dengan namanya, motivasi seseorang menggunakan *Dating Apps* tidak selalu untuk membuat hubungan romantis. Fen dan Wang (2022) menemukan bahwa keinginan untuk mendapatkan validasi sosial dan keinginan bersosialisasi menjadi motivasi dominan yang mendorong penggunaan *dating apps*. Selain itu, ditemukan juga motif lainnya seperti ingin mendapatkan hiburan, mengisi waktu luang, serta rasa dan rasa penasaran. Di kalangan mahasiswa, penelitian dari Amany (2024) menunjukkan bahwa motivasi penggunaan *dating apps* juga untuk mengisi rasa kesepian. Kondisi ini menimbulkan dinamika psikologis pada penggunanya. Pengguna menggunakan *dating apps* untuk mengurangi kesepian dan meningkatkan kecocokan sosial. Namun interaksi digital yang dilakukan secara berlebihan justru berpotensi memicu efek negatif seperti perasaan kelelahan, kecemasan, dan penurunan kesejahteraan mental.

Meski penetrasi *dating apps* semakin tinggi di Indonesia, masih minim kajian lokal yang menyelidiki bagaimana motivasi beragam ini berpadu dengan dampak kesehatan mental—seperti kecemasan, stres, citra tubuh, dan kesepian. Kesenjangan ini menjadi urgensi penelitian, mengingat tren penggunaan *dating apps* yang kuat di kalangan dewasa muda dan mahasiswa. Mengisi celah ini, penelitian bertajuk “Motivasi Menggunakan Dating Apps” bertujuan untuk mendalami apa yang sebenarnya mendorong individu menggunakan *dating apps* dan bagaimana motivasi tersebut berkaitan dengan kesejahteraan psikologis mereka.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui Open Question. Pertanyaan yang diberikan disusun dalam bentuk Google Form dan disebarakan secara daring melalui berbagai platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan X (Twitter). Kuesioner ini terdiri dari pertanyaan terbuka yang bertujuan untuk menggali secara lebih dalam motivasi individu dalam menggunakan aplikasi kencan daring (*dating apps*). Pendekatan ini memungkinkan responden menjelaskan pengalaman dan persepsi mereka secara lebih bebas sekaligus memberikan penilaian terhadap alasan-alasan tertentu yang mendorong mereka menggunakan aplikasi tersebut.

Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Warga Negara Indonesia (WNI) yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi kencan daring dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Total responden yang terlibat sebanyak 100 orang dengan karakteristik demografis yang beragam namun didominasi oleh mahasiswa, yaitu sebanyak 89%. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 71%, sedangkan laki-laki berjumlah 29%. Dari segi usia, responden sebagian besar berada dalam rentang usia 19-24 tahun, dengan konsentrasi tertinggi pada usia 22 tahun (28%), diikuti oleh usia 21 tahun (23%) dan 20 tahun (21%).

Dari sisi pekerjaan, mayoritas responden berstatus sebagai mahasiswa, yaitu sebanyak 89%. Sisanya terdiri dari pegawai swasta (8%), pelajar (1%), investor (1%), dan individu yang tidak bekerja (1%). Data ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya berasal dari kalangan yang aktif secara akademik dan sosial di lingkungan digital. Dan terkait penggunaan aplikasi kencan daring, sebanyak 32% responden masih aktif menggunakannya saat pengisian kuesioner, sedangkan 68% lainnya menyatakan bahwa mereka sudah tidak lagi menggunakan aplikasi kencan daring tersebut.

Dari konteks aplikasi yang digunakan oleh responden, aplikasi yang paling banyak digunakan adalah Bumble (44%). Kemudian disusul oleh Tinder (25%), dan Limatch (13%). Lalu terdapat aplikasi lain yang cukup banyak digunakan yaitu Tantan (7%) dan Anonymous Telegram (3%). Selanjutnya, terdapat beberapa aplikasi yang hanya digunakan oleh beberapa orang saja yaitu Line People Nearby, Coffee Meet Bagel, Ok Cupid, Hoop, Leomatch, Meef, Omi, dan Stranger Chat yang masing-masingnya terdapat sebanyak 1-2% dari total sampel.

METODE PENELITIAN

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, alat yang digunakan untuk mengumpulkan data ialah kuesioner online yang disusun menggunakan platform Google Form. Kuesioner disebarikan secara daring melalui berbagai sosial media, antara lain WhatsApp, X, Instagram, dan Litmatch. Kuesioner ini terdiri dari dua bagian utama, yaitu informasi demografis responden dan pertanyaan yang dirancang untuk menggali motivasi individu dalam menggunakan *dating apps*.

Bagian informasi demografis memuat informasi dasar responden untuk memahami latar belakang responden secara umum. Bagian ini terdiri dari 4 pertanyaan, yaitu: (1) jenis kelamin, (2) usia, (3) pekerjaan saat ini, (4) apakah anda pernah/sedang menggunakan *dating apps*. Bagian kedua dalam kuesioner membahas mengenai motivasi di balik penggunaan *dating apps* oleh responden. Bagian ini terdiri dari 2 pertanyaan sebagai berikut:

1. *Dating apps* apa saja yang anda gunakan? (*close-ended question*)
2. Apa yang memotivasi anda untuk menggunakan *dating apps*? (*open-ended question*)

Prosedur

Pelaksanaan penelitian ini diawali dengan proses diskusi kelompok untuk menentukan topik yang relevan dengan ruang lingkup psikologi dunia maya. Setelah mempertimbangkan berbagai fenomena digital yang marak terjadi, kelompok memutuskan untuk mengangkat topik mengenai motivasi penggunaan aplikasi kencan daring (*dating apps*), mengingat meningkatnya penggunaan aplikasi semacam ini di kalangan remaja dan dewasa muda. Topik tersebut dipilih karena dianggap memiliki keterkaitan erat dengan dinamika psikologis individu dalam konteks relasi sosial di dunia digital. Setelah topik ditetapkan, kelompok melakukan bimbingan awal dengan dosen pengampu untuk mendapatkan arahan mengenai batasan fokus penelitian dan metode yang tepat untuk digunakan. Tahap selanjutnya adalah penyusunan instrumen penelitian. Kelompok mempelajari literatur terkait motivasi penggunaan *dating apps* dan merujuk pada teori-teori psikologi yang relevan sebagai dasar penyusunan pertanyaan. Berdasarkan hal tersebut, disusunlah kuesioner yang memuat kombinasi pertanyaan tertutup dan terbuka untuk menggali alasan dan tujuan individu menggunakan aplikasi kencan. Setelah kuesioner final disepakati, instrumen disebarikan secara daring selama kurang lebih dua minggu kepada partisipan yang memenuhi kriteria, terutama pengguna aktif aplikasi kencan.

Selama masa pengumpulan data berlangsung, penulis mulai menyusun bagian awal laporan, seperti pendahuluan, rumusan masalah, dan tinjauan pustaka. Setelah data terkumpul, dilakukan pengolahan dan analisis data, baik secara kuantitatif deskriptif maupun kualitatif tematik untuk menjelaskan kecenderungan motivasi yang ditemukan. Proses pelaporan dilanjutkan hingga tahap akhir, kemudian dilakukan bimbingan akhir untuk revisi dan penyempurnaan laporan. Setelah seluruh tahapan diselesaikan, laporan dinyatakan final dan siap untuk dikumpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti melakukan analisis data terhadap jawaban-jawaban responden yang telah didapatkan melalui *gform*. Data-data dalam penelitian ini didapatkan dari kuesioner yang disebarikan melalui sosial media yaitu Instagram, Whatsapp, dan TikTok. Pada penelitian ini pula, analisis data dilakukan yaitu dengan cara analisis tematik. Analisis tematik adalah Analisis tematik ini digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengorganisasi pola-pola atau tema yang muncul dari data yang dikumpulkan (Braun dan Clarke, 2006).

Pada proses analisis data, analisis ini diawali dengan proses pengelompokan data yaitu berupa jawaban-jawaban yang memiliki kemiripan. Lalu, dilakukan penetapan kata kunci yang cocok pada masing-masing kelompok jawaban. Selanjutnya, jawaban dikelompokkan lagi berdasarkan kemiripan makna. Kemudian, dilakukan pengecekan terhadap kesesuaian isi

jawaban responden terhadap nama kategori yang telah dibuat. Selanjutnya, dilakukan verifikasi terhadap kategorisasi untuk menghasilkan kategorisasi yang benar-benar sesuai.

Hasil

Peneliti telah mengumpulkan data dari 100 responden yang sedang dan pernah menggunakan *dating app*. Berdasarkan data yang dikumpulkan tersebut, ditemukan enam kategori utama yang menggambarkan alasan individu menggunakan aplikasi dating. Total 124 alasan yang disebutkan menunjukkan bahwa sebagian responden memberikan lebih dari satu jawaban, yang menandakan bahwa motivasi penggunaan aplikasi ini tidak hanya satu alasan namun bersifat kompleks.

Alasan paling dominan adalah keinginan untuk membuat teman baru (*making new friends*) yang disebutkan oleh 53 responden (43%). Temuan ini menunjukkan bahwa aplikasi dating tidak semata-mata digunakan untuk mencari pasangan romantis, tetapi juga dimanfaatkan sebagai ruang untuk memperluas jejaring sosial dan membangun relasi baru.

“ingin mencari teman ngobrol”

“sebenarnya menggunakan dating apps bukan untuk mencari pasangan tapi teman baru segender dari daerah lain atau negara lain”

“sekedar mencari teman chattingan “

Selanjutnya, sebanyak 30 responden (24%) menggunakan aplikasi dating sebagai sarana mengisi waktu luang (*killing time*). Motif ini mencerminkan penggunaan aplikasi secara kasual untuk mengatasi kebosanan atau mencari hiburan, tanpa adanya ekspektasi relasional yang spesifik.

“Untuk mengisi kekosongan waktu saat bosan”

“Motivasi saya menggunakan dating apps adalah untuk memperluas pergaulan dan mengenal orang-orang baru dari berbagai latar belakang. Selain itu, saya juga sering gunain aplikasi ini buat mengisi waktu luang, sekedar ngobrol santai atau cari teman ngobrol yang asik.”

Motif mencari pasangan atau cinta (*looking for love*) juga menempati porsi yang cukup besar, yaitu 22 responden (18%). Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun tidak menjadi motif utama, masih banyak pengguna yang melihat aplikasi dating sebagai media potensial untuk menjalin hubungan romantis yang serius.

“Ingin menemukan pasangan yang sekiranya cocok dengan saya”

“Mencari jodoh”

“Sy ngrasa ga prnah ketemu yg cocok kl di rl, jd sy mau coba dating apa siapa tau ktmu jodohnya”

Sebanyak 10 responden (8%) menyatakan bahwa mereka menggunakan aplikasi dating karena penasaran (*just curious*). Ini menunjukkan adanya keingintahuan terhadap pengalaman menggunakan aplikasi tersebut, baik dalam konteks fitur, interaksi, maupun kemungkinan pertemuan.

“Penasaran dengan aplikasi tersebut dan dinamika pacaran dengan orang yang belum pernah ditemui sebelumnya. Selain itu juga karena saya merasa kesepian dan tidak ada teman untuk chattingan dan call”

“Penasaran aja sih”

“penasaran karena banyak teman-teman yang pakai”

Motif merasa kesepian (*feeling lonely*) disebutkan oleh 7 responden (6%). Ini menggambarkan peran aplikasi dating sebagai alat bantu emosional, khususnya dalam mengatasi perasaan sepi atau kebutuhan akan perhatian sosial.

“Kesepian aja sih, mau nyari temen ngobrol. Kalo cocok ngobrolnya baru mengarah ke hubungan yang lebih serius”

“Ingin menghilangkan rasa kesepian “

Terakhir, 2 responden (2%) menyebut ketertarikan kasual (*casual attraction*) sebagai alasan mereka menggunakan aplikasi. Kategori ini mencerminkan minat spontan dan ringan terhadap lawan jenis, tanpa tujuan relasi jangka panjang.

“iseng dan disarankan teman”

“Mau aja”

“awalnya nyoba-nyoba aja sih dan tau bumble juga dari teman”

“iseng² aja sih, cuman pengen tau kayak gimana cara kerja aplikasinya”

Tabel 1. Alasan Penggunaan *Dating Apps*

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Ketertarikan Kasual (<i>Casual Attraction</i>)	2	2%
2	Kesepian (<i>Feeling Lonely</i>)	7	6%
3	Penasaran (<i>Just Curious</i>)	10	8%
4	Mengisi Waktu Luang (<i>Killing Time</i>)	30	24%
5	Membuat Teman Baru (<i>Making new friends</i>)	53	43%
6	Mencari Pasangan (<i>Looking for love</i>)	22	18%
Total		124	100%

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa alasan penggunaan aplikasi dating bersifat multifaset, mencerminkan kebutuhan sosial, emosional, dan relasional yang beragam. Variasi motivasi ini menegaskan bahwa platform dating tidak hanya berfungsi sebagai media pencarian pasangan, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang adaptif terhadap kondisi dan preferensi individu masa kini.

KESIMPULAN

Penggunaan aplikasi dating didasari oleh motivasi yang cukup beragam. Banyak pengguna dari aplikasi dating memanfaatkan aplikasi ini tidak hanya untuk mencari pasangan romantis, tetapi juga sebagai sarana untuk memperluas jejaring sosial, mengisi waktu luang, maupun mengatasi rasa kesepian. Meskipun demikian, di balik kemudahan dan manfaatnya, terdapat risiko psikologis seperti kecemasan, stres, dan kelelahan emosional yang dapat timbul akibat

interaksi digital yang berlebihan. Aplikasi ini tidak hanya menjadi alat untuk membangun hubungan sosial, tetapi juga memicu dinamika psikologis yang perlu diperhatikan, terutama dalam konteks kesehatan mental pengguna. Oleh karena itu, pengguna perlu meningkatkan kesadaran akan penggunaan yang sehat dan bertanggung jawab terhadap platform dating. Hal ini bertujuan agar manfaatnya dapat dirasakan secara positif tanpa menimbulkan dampak negatif bagi kesejahteraan psikologis pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Amany, LR. dkk. 2024. Kebutuhan Afiliasi Dengan Loneliness Pengguna Aplikasi Dating Online Pada Mahasiswa Mercu Buana Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*. 3(3).
- Gao, H. dkk. 2023. Online Dating Apps And The Association With Emotional Reactions: A Survey On The Motivations, Compulsive Use, And Subjective Online Success Of Chinese Young Adults In Online Dating. *Cyberpsychology : Journal Of Psychology Research On Cyberspace*. 18(3).
- Iglesias, JG., dkk. 2024. Dating Apps As Health Allies? Examining The Opportunities And Challenges Of Dating Apps As Partners In Public Health. *Med Humanities*. 0(0). 1-4.
- Li, YH., & Han, EK. 2024. From Anxiety To Contentment: The Role Of Multiple Mediations And Privacy Concerns In The Transition From The FOMO To The FOMO Among Dating App Users. *Behavioral Sciences*. 15(2). 168-185.
- Ren, F., & Wang, K. 2022. Modeling Of Chinese Dating App Use Motivation Scale According To Item Response Theory And Classical Test Theory. *International Journal Of Enviromental Research And Public Health*. 19.