

BUDAYA *HOOK-UP* PADA *ONLINE DATING* TINDER

Farahiah Almas Madarina
Magister Sosiologi Universitas Gajah Mada Yogyakarta
farahiahalmas@mail.ugm.ac.id

Abstrak

This paper discusses hook-up as a culture in online dating applications. Tinder, as the most popular dating app in Indonesia, facilitates its users to find partners online. With just one swipe on the phone screen, a person can select a partner in seconds; very practical, easy and fast. This phenomenon has led to the spread of hook-ups as a dating practice that encourages casual sexual encounters without any emotional connection. To review this phenomenon, the writer uses Ritzer's McDonaldization concept applying the principles of fast food restaurants to describe the global homogenization of hook-up culture which also has reached Indonesia. These principles include efficiency, calculating power, predictive power and control applied in modern society.

Keywords: *Hook-up, Online Dating, Tinder*

I. PENDAHULUAN

Tidak bisa dipungkiri, globalisasi membawa banyak dampak di segala lini kehidupan. Salah satu dampak dari masuknya globalisasi adalah perkembangan industri yang semakin cepat tanpa bisa dicegah ke seluruh negara di dunia, termasuk Indonesia. Munculnya *platform-platform* digital khususnya, telah memudahkan masyarakat mengakses kebutuhan dan berinteraksi.

Integrasi teknologi dengan internet ini memudahkan transfer informasi dan proses digitalisasi yang berimbas pada perubahan cara pandang masyarakat dalam bekerja, bertransaksi, berkomunikasi bahkan berperilaku. Mengacu pada data Global Digital Report 2018 yang dibuat oleh WeAreSocial dan Jurnal Asketik: Agama dan Perubahan Sosial Volume 4 Nomor 2, Desember 2020

Hootsuite, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 132 juta orang (setengah dari penduduk Indonesia) (Baskoroadi, 2018). Dari survei tersebut diperoleh hasil bahwa rata-rata masyarakat Indonesia memerlukan waktu selama 9 jam 33 menit tiap harinya untuk mengakses internet. Indonesia bahkan menempati urutan ketiga dunia sebagai negara dengan penggunaan media sosial terlama, yaitu 3 jam 23 menit per hari.

Perilaku masyarakat yang lekat dengan media sosial ini tidak bisa lepas dari adanya revolusi industri. *European Parliamentary Research Service* menyebutkan bahwa dunia telah mengalami revolusi industri sebanyak empat tahap dan kini sedang berada di era revolusi industri 4.0. Istilah revolusi industri

4.0 sendiri pertama kali dikeluarkan secara resmi oleh pemerintah Jerman pada tahun 2011 pada acara *Hannover Trade Fair* dan menjadi bagian dari kebijakan rencana pembangunan yang disebut *High-Tech Strategy 2020* untuk tujuan mempertahankan posisi Jerman sebagai negara yang terdepan dalam industri manufaktur (Ridwana, 2019). Masuknya revolusi industri 4.0 ditandai dengan adanya transfer informasi yang begitu cepat, yaitu sebuah lingkungan industri yang seluruh entitasnya selalu terhubung dan berbagi informasi satu sama lain (Prasetyo & Sutopo, 2018). Mudahnya transfer informasi tersebut disebabkan oleh terintegrasinya teknologi dengan internet dan menghasilkan disrupsi teknologi yang berdampak pada proses digitalisasi ke seluruh aspek kehidupan masyarakat.

Kini, dunia serasa berada di dalam genggaman, menjelajahi dunia tidak lagi sesulit seperti dahulu, sebelum mengalami perkembangan zaman. Rumah baru tersebut menjanjikan berbagai fasilitas di mana manusia mampu mereduksi waktu dan memangkas jarak (A Zahid, 2019). Semua ditandai dengan segala hal yang tampak serba cepat, praktis, mudah dan efisien. Pergeseran cara kerja dari *offline* ke *online*, mesin yang terautomatisasi, serta pertukaran data dalam hitungan sepersekian detik semakin memperjelas bahwa

industrialisasi menjadi sebuah keniscayaan. Hadirnya inovasi-inovasi baru seperti *cloud computing*, *Artificial Intelligence (AI)*, *big data*, dan *Internet of Things (IoT)* turut mempermudah proses industrialisasi itu di semua lini kehidupan, termasuk pola perilaku dan interaksi manusia di kehidupan pribadi. Salah satu yang tidak luput adalah industri kencana *online*. Hubungan percintaan yang sangat erat dan tidak lepas dari keseharian masyarakat menjadi peluang bagi para penggiat industri untuk mengemasnya menjadi bentuk baru yang lebih praktis dan menarik bagi masyarakat *modern*.

Dahulu, sebelum aplikasi kencana *online* belum *booming*, orang-orang masih menggunakan cara konvensional untuk mencari pasangan. Jaringan pertemanan menjadi kunci mendapatkan pasangan. Semakin banyak koneksi pertemanan yang dimiliki seseorang, maka semakin besar pula peluang untuk bisa berkenalan dengan orang-orang baru yang berasal dari *circle* milik teman. Di masa-masa itu, teman dan keluarga menjadi mediator paling populer untuk mempertemukan seseorang kepada pasangannya secara tatap muka. Namun setelah memasuki era *modern*, pencarian pasangan melalui teman maupun keluarga mulai menurun dan terus menurun seiring berjalannya waktu. Semenjak aplikasi kencana *online* hadir dan tumbuh subur di

masyarakat, pola pencarian pasangan perlahan-lahan bergeser ke arah virtual; lebih cepat, mudah, praktis dan efisien karena memangkas segala bentuk keterbatasan. Menemukan pasangan semudah menyentuh layar ponsel. Hanya dengan terhubung ke jaringan internet, orang-orang bisa menemukan pasangannya dalam hitungan detik. Sangat menghemat waktu bila dibandingkan dengan harus menunggu jadwal kencan yang dimediasi oleh teman atau keluarga secara konvensional. Melalui aplikasi kencan *online*, perkenalan bisa dilakukan kapan saja tanpa harus bertemu secara langsung—bahkan tanpa harus beranjak dari kursi maupun tempat tidur.

Sama seperti kebanyakan negara di belahan dunia manapun, Indonesia juga menjadi lahan subur bagi industri kencan *online*. Di tahun 2015, CNN Indonesia melaporkan hasil sebuah survei tentang perkenalan *online* yang melibatkan 400 responden usia 18 hingga 35 tahun. Datanya menunjukkan bahwa 8 dari 10 orang Indonesia sudah pernah berkenalan (berkencan) secara *online* (Ramadhani, 2015). Fenomena ini tentunya cukup mampu menggambarkan animo masyarakat yang tinggi terhadap inovasi-inovasi baru di dunia asmara. Apalagi dengan lahirnya aplikasi *online* seperti Tinder, OkCupid, BeeTalk dan Tantan; otomatis membawa warna baru pada model percintaan

modern di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya anak muda.

Tinder misalnya, sebagai aplikasi kencan *online* paling populer di Indonesia, ia memiliki 10 juta pengguna aktif di tahun 2016 (Amalia, 2016). Awalnya Tinder memang dirancang sebagai situs yang memfasilitasi pertemuan dengan orang baru di dunia maya. Dilansir dari situs Tinder, aplikasi tersebut men-*claim* dirinya sendiri sebagai aplikasi kencan terbaik di dunia karena mempertemukan 26 juta lebih pasangan per hari. Apalagi dengan cara kerja Tinder yang mampu menghubungkan pengguna satu dan lainnya berdasarkan jangkauan area (*GPS/Global Positioning System*) menggunakan navigasi berbasis satelit, orang-orang dapat mengatur seberapa jauh jarak lokasi pasangan yang ingin mereka temukan.

Namun aplikasi kencan *online* seperti Tinder tak selamanya berjalan lurus sesuai fungsinya (sebatas mempertemukan lelaki lajang dengan perempuan lajang untuk berkencan). Di kenyataan sering sekali terjadi perempuan lajang bertemu dengan laki-laki yang sudah beristri, atau sudah memiliki pacar. Pun sebaliknya, laki-laki bertemu dengan perempuan yang sudah berkeluarga atau sudah memiliki pasangan di dunia nyata. Aplikasi Tinder seringkali dicap sebagai media bagi seseorang yang ingin mencari pasangan

berhubungan seksual semata, atau sering disebut dengan *hook-up*.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini menekankan bahwa desain yang dipilih merupakan desain yang ketat dan kuat dengan melakukan pengecekan secara terperinci. Merriam (2009) menjelaskan proses rancangan penelitian kualitatif secara lebih rinci, dalamnya juga melakukan tinjauan literatur, membangun kerangka teoritis, mengidentifikasi masalah penelitian, menyusun dan mempertajam pertanyaan penelitian dan memilih sampel (*purposive sampling*). Penggalan data dilakukan dengan melakukan pelacakan dari berbagai sumber. Diantaranya dengan melakukan beberapa teknik: (1) pelacakan dokumen sesuai dengan data terkait media kencan Tinder. (2) observasi pada fenomena terkait, yakni melakukan pelacakan pada *hook-up* melalui media Tinder. Serta (3) melacak artefak, berupa bukti fisik lain yang dikumpulkan selama pengambilan data lapangan. Analisis data studi kasus dapat dilakukan dengan mengkategorikan data kemudian mengatur data dengan empat cara, yaitu pencocokan pola, membangun penjelasan, menemukan logika model, dan melakukan analisis *timeseries* (Yin, 2002). Produk akhirnya adalah narasi yang

menceritakan tentang kasus, yang memungkinkan pembaca sepenuhnya menjadi paham pada kasus yang terjadi.

III. PEMBAHASAN

A. Kritik Globalisasi: Aplikasi Kencan *Online* Tinder Mendorong Budaya *Hook-up*

Tinder pertama kali diluncurkan pada tahun 2012 oleh Sean Rad yang tinggal di Los Angeles (Imam, 2016). Tinder merupakan aplikasi pencarian sosial berbasis lokasi yang memungkinkan orang-orang bertemu dan berinteraksi. Jika pada masa lalu proses perkencanan membutuhkan waktu yang lama, kini kehadiran Tinder meringkas segala ketidakefisienan itu melalui jaringan internet yang memudahkan semua penggunaanya dalam mencari pasangan. Kemudahan ini pun dimanfaatkan oleh orang-orang yang lebih tertarik pada aktivitas seks untuk mencari “teman tidur” alias *hook-up* melalui kolom informasi yang ada di profil. Bahkan di Barat, Tinder justru dikenal sebagai aplikasi untuk *hook-up*.

Kultur “*hook-up*” ini memang awalnya muncul di Barat dan berkembang di lingkungan perguruan tinggi Amerika sebab aktivitas seks bebas sudah menjadi fenomena yang biasa terjadi di sana. Ada perbedaan mendasar tentang norma yang mengatur perilaku seks masyarakat di Amerika Serikat (Barat) dengan Indonesia. Di Amerika, seks bebas di luar

pernikahan bukanlah suatu hal yang tabu. Pada tahun 2018, *Department of Health & Human Services* melakukan sebuah survei tentang hubungan seksual yang dilakukan oleh siswa sekolah menengah di Amerika Serikat. Hasilnya menerangkan bahwa sebanyak 41% siswa pernah melakukan hubungan seksual dan hampir 230.000 bayi lahir dari remaja putri yang berusia 15-19 tahun (Ningsih, dkk, 2018). Data tersebut cukup menunjukkan bahwa perilaku seks bebas sudah dilakukan oleh para remaja di Amerika, bahkan akan dicap anek apabila belum pernah berhubungan seksual di usia yang dilegalkan. Pada 1 Agustus 2018, usia persetujuan tentang aktivitas seksual di setiap negara bagian Amerika Serikat adalah 16 tahun, 17 tahun, atau 18 tahun dengan usia persetujuan paling umum yaitu 16 tahun (*ageofconsent.net*).

Budaya seks bebas Amerika ini sering dimulai dari pertemuan di acara-acara pesta maupun kelab malam. Namun semenjak teknologi berkembang pesat, aktivitas seksual turut bergeser ke arah digital. Hadirnya aplikasi kencan *online* seperti Tinder ternyata membawa dampak sosio-kultural bagi masyarakat Amerika melalui akses perkenalan yang lebih luas, singkat dan cepat sehingga sering dimanfaatkan sebagai media untuk melakukan “pertemuan seks bebas” yang lebih praktis. Praktik seks bebas di kalangan pengguna aplikasi Tinder ini populer dengan

istilah “*hook-up*”. *Hook-up* merupakan kencan kasual yang berujung pada aktivitas-aktivitas seksual (Freitas, 2013). Hal yang membedakan istilah *hook-up* dengan kegiatan seks bebas lainnya adalah pasangan *hook-up* memiliki kesepakatan untuk tidak terikat baik secara emosional maupun komitmen jangka panjang sehingga bisa dilakukan dengan siapapun (tidak harus kekasih) dan hanya bertujuan untuk bersenang-senang. Umumnya tidak ada imbalan apapun dari hubungan seksual tersebut selain kepuasan seks semata. Tidak ada jalinan hubungan lebih lanjut maupun kencan-kencan yang melibatkan perasaan setelah *hook-up* usai.

Meminjam Teori McDonaldisasi Masyarakat milik Ritzer, penulis ingin mengulas fenomena *hook-up culture* pada Tinder menggunakan prinsip-prinsip restoran cepat saji ala McDonald sebagai gejala dari modernitas. Prinsip-prinsip tersebut meliputi efisiensi, daya hitung, daya prediksi dan kontrol yang diterapkan di kehidupan masyarakat modern sehingga bisa mempengaruhi dan mendorong perilaku seks bebas ke negara-negara yang menggunakan aplikasi tersebut.

Konsep McDonaldisasi berangkat dari pemikiran Weber mengenai rasionalitas formal. Menurut Weber, rasionalisasi merupakan cara untuk mencapai satu tujuan melalui pemilihan alternatif terbaik dengan meningkatkan perhitungan yang tepat (Christiani, 2018).

Rasionalitas formal ini kemudian dikontekstualisasikan kembali oleh Weber melalui praktik-praktik industri McDonald sebagai restoran cepat saji yang menerapkan sistem rasionalitas tersebut kepada masyarakat untuk menjalankan bisnisnya dan meraup keuntungan. Sistem kerja rasionalitas ini kemudian diterapkan pada industri kencan *online* seperti Tinder.

Hanya dengan satu kali *swipe* (usap) di layar ponsel, seseorang dapat memilih pasangan yang dia inginkan. *Swipe right* (usap kanan) menandakan tertarik untuk berkenalan dan *swipe left* (usap kiri) berarti menolak. Menurut Ritzer, efisiensi pada aplikasi kencan *online* terletak pada pencarian pasangan yang bisa dilakukan dengan cepat dengan menyeleksi ratusan profil kencan potensial yang memenuhi kriteria tertentu. Ketika profil yang menarik ditemukan, satu *swipe* sederhana dapat menentukan apakah seseorang *match* dengan pengguna lain. Bila beruntung, orang yang diincar juga akan men-*swipe right* akun kita sehingga antara satu dengan yang lain menjadi “*match*”. Pengguna Tinder bisa melakukan aktivitas *swipe* berulang kali untuk melihat foto-foto profil yang menarik. Jika *mengupgrade* akun menjadi premium, maka kesempatan untuk men-*swipe* juga menjadi lebih tidak terbatas. Layaknya katalog *online*,

Tinder menyediakan ratusan bahkan ribuan pasangan dalam satu layar genggam.

Aplikasi Tinder ini dikendalikan oleh sistem teknologi melalui pencarian lokasi berbasis GPS (*Global Positioning System*). Terintegrasinya aplikasi dengan jaringan GPS membuat lokasi keberadaan calon pasangan menjadi lebih mudah dideteksi. Pengguna Tinder bisa dengan mudahnya mengatur *setting* jarak lokasi sesuai dengan keinginan penggunanya. Sejauh apa atau sedekat apa pasangan yang ingin dicari. Dengan demikian, kontrol terhadap pencarian pasangan kini diambil alih oleh teknologi nonmanusia sehingga lebih cepat dibanding dengan harus menunggu *mak comblang* mencariken pasangan.

Rasionalitas kencan yang diatur sedemikian cepat dan efisien ini pun menyebabkan orang-orang dengan kebutuhan mencari kepuasan seks juga bertindak secara cepat dalam melakukan aktivitas seksualnya (*one night stand*). Mudah-mudahan seseorang mendapatkan banyak teman kencan dalam sekali waktu mengakibatkan sebuah relasi menjadi sulit dihargai. Para *tinderman* dan *tinderella* (sebutan untuk laki-laki dan perempuan yang menggunakan aplikasi Tinder) cenderung memilih jalan yang lebih efisien untuk mencapai kepuasan seks dengan cara

“hook-up” daripada membangun kedekatan hubungan dengan pasangan secara bertahap.

Tinder memungkinkan penggunanya berinteraksi kapan saja dan dimana saja tanpa perlu khawatir mengganggu jam kerja atau aktivitas lainnya. Orang-orang yang sibuk dan hanya memiliki sedikit waktu di luar pekerjaan lebih memilih penggunaan aplikasi kencan *online* untuk bisa berkenalan dengan orang baru. Begitu pula dengan kultur seks ala *hook-up*. Mencari teman tidur melalui aplikasi kencan *online* jauh lebih mudah, cepat dan praktis daripada harus meluangkan waktu untuk mencari pekerja seks komersial di kelab malam maupun tempat-tempat prostitusi. Kencan *online* memungkinkan para penggunanya mencari pasangan untuk menyalurkan hasrat seksualnya sebanyak mungkin seperti yang dia mau dengan kompensasi yang jauh lebih murah, atau bahkan tanpa perlu memberi imbalan bila didasarkan pada kesepakatan saling bersedia. Seseorang dapat berganti-ganti pasangan dengan mudah tanpa harus menanggung beban moral karena ada “aturan tidak tertulis” untuk tidak melibatkan perasaan apapun. Di Tinder, budaya *hook-up* ini berjalan seefisien “*swipe right, match, having sex*, lalu selesai.” Tidak boleh ada drama sakit hati maupun meminta pertanggungjawaban karena *rules* yang sudah disepakati sejak awal. Prediktabilitas dalam Tinder juga memastikan

pengalaman yang sama dalam setiap aktivitas perkenalan. Tinder memperlihatkan bagaimana perkenalan *online* dilakukan dengan cara yang selalu sama, rutin dan terprediksi, yaitu melalui sistem *swipe* kanan-kiri untuk mencari pasangan yang menarik dan sesuai kriteria.

Standarisasi dalam sistem pencarian ini mengarah pada prediktabilitas yang menjadi sebuah kebiasaan bagi para penggunanya. Prediktabilitas inilah yang membentuk “*hook-up*” menjadi kultur seks baru yang begitu familiar karena dapat dilakukan secara rutin melalui logika *swipe right* dalam pencarian “*partner*” yang cocok.

Sayangnya, nilai-nilai yang terkandung dalam budaya *hook-up* hanya *compatible* dengan norma masyarakat di negara-negara Barat dan bertentangan dengan norma asli masyarakat Indonesia. *Hook-up* sama dengan seks bebas, sedangkan di Indonesia, seks bebas merupakan sebuah bentuk penyimpangan norma sebab dasar norma masyarakat Indonesia tertuang dalam UUD 1945 Pasal 29 ayat 1, yakni: “Negara berdasar atas Ketuhanan Yang Maha Esa”. Pasal tersebut mengandung arti bahwa nilai-nilai agama menjadi dasar atau pedoman dalam penyelenggaraan negara, termasuk dalam hal pembangunan hukum sehingga segala perbuatan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai agama bisa dikategorikan sebagai perbuatan menyimpang.

Di Indonesia, hubungan seksual telah diatur dalam hukum agama dan disahkan melalui perkawinan. Legalitas tersebut diakui oleh negara dalam pasal 7 ayat 1 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan. Selain menyalahi hukum, budaya *hook-up* juga tidak *compatible* diterapkan di Indonesia sebab masyarakat memegang kontrol sosial yang amat kuat terhadap perilaku-perilaku seks di luar nikah. Bila aktivitas seksual tersebut diketahui oleh publik, maka para pelaku *hook-up* bisa mendapatkan sanksi-sanksi sosial yang berat berdasarkan latar budaya masyarakat setempat.

Namun kini agaknya praktik *hook-up* sudah menyebar ke seluruh belahan dunia dengan Tinder sebagai salah satu *platform* yang berperan dalam menyuburkannya. Tinder menjadi aplikasi kencan *online* terlaris yang paling sering di-*download* sejak awal peluncurannya. Peningkatan jumlah pengguna Tinder tidak lain disebabkan oleh arus globalisasi yang berhasil mengembangkan teknologi informasi dan komunikasi ke berbagai belahan dunia. Seperti yang diungkapkan oleh Giddens (1990), globalisasi menyebabkan ketergantungan antar-bangsa dan antar-manusia yang satu dengan lainnya melalui aktivitas perdagangan, perjalanan, pariwisata, budaya, informasi dan interaksi yang luas sehingga batas-batas negara menjadi

sempit. Akibat tipisnya batas kebudayaan antar-bangsa, kini kebanyakan orang sudah tidak menganggap budaya *hook-up* sebagai penyimpangan yang serius. Hal ini dibuktikan dengan data survei yang menunjukkan bahwa 62,7% remaja di Indonesia melakukan hubungan seks di luar nikah (Yusnita, 2019). Bila aplikasi Tinder semakin populer dan semakin banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, maka tidak menutup kemungkinan bahwa praktik *hook-up* akan semakin dilanggengkan dalam *online dating* dan menggeser norma-norma sosial, serta berdampak pada peningkatan risiko penularan penyakit seksual seiring dengan banyaknya orang-orang yang melakukan hubungan seksual di luar pernikahan.

Cita-cita globalisasi sebagai pemersatu keanekaragaman budaya untuk menghargai perbedaan nampaknya kurang mewujudkan dengan adanya realitas yang justru berkebalikan dengan harapan positif pemuja globalisasi. Alih-alih keberagaman, yang terjadi justru penyeragaman serta homogenisasi sebab adanya hegemoni yang terlalu kuat dari negara-negara adikuasa. Sebagai bagian dari komunitas global, lunturnya nilai-nilai asli bangsa merupakan sebuah risiko yang sulit dihindari. Dibutuhkan sikap yang tegas dan bijaksana untuk mempertahankan budaya asli dalam menghadapi era globalisasi, agar

generasi kita mampu menyaring dan menempatkan nilai-nilai baru yang sesuai dengan budaya asli masyarakat Indonesia.

VI. KESIMPULAN

Dari hasil analisis penulis, *hook-up culture* hadir sebagai konsekuensi dari semakin mudahnya akses bagi seseorang untuk berkenalan, bertemu dan berkencan di era *modern* seperti ini. Layaknya McDonald, industri kencan *online* menggunakan prinsip-prinsip restoran cepat saji seperti efisiensi, daya hitung, daya prediksi, dan kontrol untuk memudahkan penggunaanya dalam mencari pasangan. Awalnya kencan terasa lebih mudah dan praktis, namun semakin ke sini ketika orang-orang sudah berjalan sesuai dengan rasionalitas McDonald, risiko lain seperti menyebarnya praktik *hook-up* timbul tanpa bisa dibendung. Budaya *hook-up* yang mulanya dilakukan oleh orang-orang Amerika pada akhirnya dikenal dan berkembang ke seluruh penjuru dunia dengan adanya aplikasi kencan *online* seperti Tinder. Kendati demikian, nilai-nilai yang terkandung dalam praktik *hook-up* ini tidak sesuai (*incompatible*) dengan norma sosial masyarakat di Indonesia yang kontra terhadap seks bebas. Pada akhirnya, orang-orang dihadapkan pada kenyataan bahwa globalisasi yang membawa budaya barat melalui kemajuan teknologi belum tentu

menghasilkan sebuah tatanan sosial baru yang bisa diterima oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ageofconsent.net*, diakses pada tanggal 17 Januari 2020 pukul 20:19 WIB.
- Amalia. 2016. *Pengguna Internet dan Smartphone di Indonesia menuju 100%*. <http://metrotv.news.com> diakses pada tanggal 12 Desember 2019.
- Baskoroadi, Luthfi. 2018. *Big Data dan Revolusi Strategi Kampanye*. *nasional.sindonews.com* diakses pada tanggal 17 Januari 2020 pukul 13:57 WIB.
- Christiani, Lintang Citra. 2018. *Dimensi McDonalikasi Lazada Online Mall: Sebuah Model Modernisasi Sistem Belanja*. Jurnal Komunikasi dan Kajian Media. Jurnal UNTIDAR.
- Giddens, A. 1990. *The Consequences of Modernity*. Standford, Calif.: Standford University Press.
- Freitas, Donna. 2013. *The End of Sex: How Hookup Culture is Leaving a Generation Unhappy, Sexually Unfulfilled, and Confused About Intimacy*. New York: Basic Books.
- Imam. 2016. *Kisah Sean Rad, CEO Tinder yang Penuh Kontroversi*. <http://www.sinyalmagz.com/kisah-sean->

- [rad-ceo-tinder-yang-penuh-kontroversi/](#) diakses pada tanggal 17 Januari 2020 pukul 15:01 WIB.
- Merriam, S. B.. 2009. *Qualitative research: A guide to design and implementation*. San Francisco, CA: Jossey-Bass. doi: 10.12691/rpbs-2-1-4.
- Ningsih, dkk. 2018. *Pengaruh Pendidikan Kesehatan Metode Permainan REDI (Roda Edukasi dan Inspirasi) terhadap Pengetahuan Remaja Putri untuk Mencegah Seks Pranikah*. Jurnal Online Mahasiswa FKp Vol. 5 No.2 (diakses pada tanggal 15 Januari 2020 pukul 15:13 WIB).
- Prasetyo, Hoedi & Sutopo, Wahyudi. 2018. *Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek dan Arah Perkembangan Riset*. J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri, Vol. 13, No. 1 Januari 2018.
- Ramadhani, Rahmi Suci. 2015. *Pengguna Aplikasi Kencan di Indonesia Makin Aktif Cari Cinta*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150214162343-277-32148/pengguna-aplikasi-kencan-di-indonesia-makin-aktif-cari-cinta> diakses pada tanggal 17 Januari 2020 pukul 14:36 WIB.
- Ridwana, Rifan. 2019. *Hubungan Industri 4.0 terhadap Perkembangan Teknologi Perumahan*. Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA), Vol 2, Februari 2019.
- Undang-Undang Dasar Tahun 1945 Pasal 29 ayat 1.
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan.
- Yin, R. K.. 2002. *Case study research: Design and methods (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Yusnita, Ariyanti. 2018. *Darurat Seks Bebas pada Generasi Muda*. <https://www.kompasiana.com/ariyantiyusnita8217/5b02794bbde5752fda0f56c3/darurat-seks-bebas-pada-generasi-muda?page=all> diakses pada tanggal 17 Januari 2020 pukul 20:27 WIB.
- Zahid, A. (2019). Sensualitas Media Sosial di Era Globalisasi (Kajian Sosiologi Media McLuhan sebagai Analisis Media Masa Kini). *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(1), 1-15.