

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang sudah peneliti lakukan didapatkan temuan data yang diperoleh melalui *in depth interview* atau wawancara mendalam terhadap pengguna *dating apps Bumble* khususnya generasi z Jabodetabek. Maka dari itu, peneliti dapat menyimpulkan bahwa hasil temuan pada penelitian ini bahwa persepsi yang dimiliki generasi Z Jabodetabek dalam pencarian jodoh secara daring yaitu *dating apps Bumble*, merupakan persepsi yang baik, dimana mereka menganggap ini ialah suatu hal yang wajar dilakukan dimasa kini. Mereka memaknai penggunaan *dating apps* menjadi sebuah cara seseorang untuk berusaha mendapatkan pasangan dengan lebih mudah. Meskipun seluruh generasi Z Jabodetabek memiliki kesamaan dalam memaknai fenomena pencarian jodoh secara daring ini, akan tetapi mereka dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal masing-masing serta proses seleksi stimulus berdasarkan latar belakang masing-masing. Para generasi z memaknai fenomena penggunaan *dating apps Bumble* untuk mencari pasangan ini tidak terlepas dari interaksi sosial, dirinya sendiri dan juga pengalaman pribadi yang telah dialaminya. Konsep masyarakat, diri dan pikiran berperan penting dalam membentuk makna para generasi Z Jabodetabek karena dengan lingkungan sekitarnya, diri sendiri yang membentuk “saya sebagai objek” yang baru dan pikiran akhirnya membentuk persepsi bahwa pencarian jodoh secara daring ialah hal yang wajar dan menjadi sebuah cara dalam mempermudah mendapatkan pasangan. Generasi Z Jabodetabek memandang

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data serta kesimpulan perihal penelitian yang berjudul “Persepsi Generasi Z Jabodetabek Dalam Pencarian Jodoh Secara Daring

(Studi Fenomenologi: Penggunaan *Dating Apps Bumble* Untuk Mencari Pasangan) terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, baik saran akademis maupun praktis, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

- a. Untuk memperkaya pengetahuan ilmu komunikasi, penelitian selanjutnya dapat menggali secara mendalam perihal hubungan keterkaitan antara komunikasi antarpribadi dengan persepsi yang dimiliki oleh generasi z dalam penggunaan *dating apps* dalam mencari pasangan.

5.2.2 Saran Praktis

- a. Bagi perusahaan *dating apps* baik *Bumble* ataupun sejenisnya, dapat melakukan pemasaran secara interaktif dengan memberikan informasi lebih mengenai penggunaan *dating apps* bukan suatu hal yang negatif dan memiliki kemudahan dalam mencari pasangan kepada masyarakat lebih luas. Mengingat target pasar pada ranah ini sudah terlihat cukup jelas dan besar. Dengan itu, perusahaan dapat menjaring lebih banyak pengguna.
- b. Bagi pengguna *dating apps Bumble* dapat terus menggunakan *dating apps* secara hati-hati dan bersikap jujur sehingga kepercayaan yang telah dimiliki oleh para pengguna *Bumble* lainnya mengenai kualitas pengguna di dalamnya bertahan dan tidak menurun.
- c. Bagi masyarakat yang ingin mendapatkan pasangan namun merasa kesulitan untuk mendapatkannya secara langsung dapat mencoba untuk mencari pasangan di aplikasi kencan online khususnya *Bumble* dan tidak perlu takut dipandang negatif oleh masyarakat luar.