ANALISIS PERAN *LOVE LANGUAGE* DALAM KOMUNIKASI INTRERPERSONAL GENERASI Z PADA APLIKASI *DATTING* BUMBLE

Dina Marcella[1],Novalia[2]

[1,2]*Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta*
E-mail : dinamarcellaaa@gmail.com[1], novalia.nvi@bsi.ac.id[2]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *love language* dalam komunikasi interpersonal generasi z pada aplikasi bumble berdasarkan tahapan perkembangan hubungan menurut Teori Knapp. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Informan penelitian terdiri atas satu orang psikolog dan tiga pengguna aktif bumble dari generasi z. Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi melalui perbandingan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Creswell dengan mengacu pada Teori *Five Love Languages* dari Gary Chapman dan Teori Knapp Relational Development. Hasil penelitian menunjukkan bahwa love language berperan sebagai strategi komunikasi emosional dalam membangun, mempertahankan, dan mengembangkan hubungan interpersonal di ruang digital. Bentuk *love language* yang paling dominan adalah *words of affirmation* dan *quality time*, yang diwujudkan melalui komunikasi intensif, perhatian, serta konsistensi dalam interaksi virtual. Penelitian juga menemukan bahwa kemampuan generasi z dalam mengadaptasi ekspresi kasih sayang ke dalam media digital mampu memperkuat kedekatan emosional. Sebaliknya, perbedaan pemahaman terhadap love language yang tidak dikomunikasikan secara terbuka berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, konflik, hingga menghambat perkembangan hubungan menuju tahap yang lebih intim.

Kata Kunci : *Bumble, Generasi Z, Komunikasi Interpersonal, Love Language.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of love languages in Generation Z's interpersonal communication on the Bumble dating application based on the stages of relationship development proposed in Knapp's Relational Development Theory. This research employs a qualitative approach using a phenomenological method. The participants consisted of one psychologist and three active Generation Z Bumble users. Data validity was established through triangulation by comparing the results of observations, interviews, and documentation. Data were analyzed using Creswell's data analysis model, guided by Gary Chapman's Five Love Languages Theory and Knapp's Relational Development Theory. The findings indicate that love languages serve as an emotional communication strategy in establishing, maintaining, and developing interpersonal relationships in digital spaces. The most dominant love languages identified were words of affirmation and quality time, expressed through intensive communication, attentiveness, and consistency in virtual interactions. The study also found that Generation Z's ability to adapt expressions of affection to digital media strengthens emotional closeness. Conversely, differences in the understanding of love languages that are not communicated openly may lead to misunderstandings, conflicts, and hinder the progression of relationships toward more intimate stages.

Keywords : *Bumble, Generation Z, Interpersonal Communication, Love Language.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi berkembang begitu pesat yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi tanpa batasan ruang dan waktu. Seiring dengan kemajuan teknologi internet ini telah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat dalam perubahan pola interaksi manusia. Sehingga masyarakat mampu mengakses berbagai informasi, berinteraksi dengan lebih efisien dan banyak melakukan aktifitas lain yang membuat kehidupan sehari-hari menjadi lebih praktis serta telah menciptkan cara baru bagi individu dalam menemukan teman baru maupun pasangan di media sosial (Melania & Tjahwulan 2022).

Salah satu bentuk perkembangan tersebut adanya muncul aplikasi kencan berbasis internet seperti bumble. Aplikasi ini memiliki berbagai fitur yang memungkinkan pengguna mencari orang-orang dengan minat dan preferensi yang serupa atau sefreukensi. Fenomena pada aplikasi pencarian jodoh secara *online* semakin diminati terutama dikalangan generasi muda khusus nya generasi z yang telah banyak memanfaatkan fitur aplikasi tersebut tidak hanya untuk mencari pasangan romantis tetapi juga untuk memperluas jaringan sosial bagi individu dalam membangun komunikasi interpersonal secara virtual yang memungkinkan terjadinya interaksi dan pertukaran pesan secara berkelanjutan. Bumble juga menyediakan fitur berbayar seperti Bumble Boost dan Bumble Premium, yang memberikan akses tambahan untuk meningkatkan pengalaman pengguna (Bivens & Hoque, 2018). Misalnya, pengguna dapat mengetahui siapa yang terlebih dahulu menyukai mereka atau menyaring kecocokan berdasarkan minat. Inovasi ini menjadi salah satu alasan mengapa Bumble terus berkembang dan diminati oleh banyak orang termasuk Generasi Z yang cenderung menyukai fleksibilitas dan kontrol dalam interaksi digital mereka.

Bumble adalah aplikasi kencan populer yang dirancang untuk membantu pengguna dalam mencari pasangan, membangun hubungan, atau sekadar mencari teman baru melalui fitur pencocokan (match), chatting, dan kencan (date). Dalam aplikasi ini, pengguna dapat memulai kisah cinta mereka dengan cara yang aman dan terstruktur, di mana aplikasi mengedepankan komunikasi yang jelas dan percaya diri, memungkinkan pengguna untuk menunjukkan sisi unik diri mereka serta menyaring calon pasangan yang sesuai dengan preferensi pribadi.

Rating keseluruhan Bumble tercatat sebesar 4,1 dari 5 bintang berdasarkan sekitar 15 ribu ulasan pengguna. Nilai rating ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna merasa puas dengan pengalaman yang ditawarkan oleh Bumble, meski tentu saja masih ada beberapa aspek yang dapat diperbaiki atau disesuaikan untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Salah satu aplikasi kencan terbaik yang berada pada peringkat #2 terlaris di kategori kencan dengan pengguna 100 juta.

Pada tahun 2025 aplikasi bumble banyak di mainkan oleh laki-laki sebanyak 60% sedangkan perempuan sebanyak 40%. Untuk usia 25-34 tahun yang bermain aplikasi bumble sebanyak 38%, usia dibawah 35 tahun sebanyak 72%, dan usia 55 tahun sebanyak 5%. Pengguna bumble yang berpendidikan tinggi sebanyak 91% anggota di atas 22 tahun melaporkan memiliki gelar sarjana atau lebih tinggi. Dalam hal identitas 81% mengidentifikasi diri sebagai heteroseksual dan 19% LGBT. Jadi pada tahun 2025 aplikasi bumble banyak di mainkan oleh laki-laki dengan usia ratarata 25-34 tahun. Sekitar 82– 85% mengatakan mereka menginginkan hubungan serius, sementara sekitar 4% di sana untuk hookup (hubungan santai/kasual). Fitur-fitur seperti first moves (langkah pertama), prompts (pertanyaan pancingan), dan extend (perpanjang waktu) membantu pembukaan percakapan yang lebih cepat dan alami, serta mencegah kecocokan yang bagus hangus (kedaluwarsa). Melalui fitur yang ada seperti penentuan preferensi berdasarkan usia, jarak, dan

minat tertentu sehingga aplikasi tersebut memberikan pengalaman yang lebih personal sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh penggunanya.

Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital dan memiliki kedekatan yang tinggi dengan penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi tersebut membuat generasi z terbiasa memanfaatkan media digital sebagai sarana untuk berkomunikasi, menampilkan identitas diri, membangun relasi, dan memperoleh informasi. Namun, kedekatan dengan teknologi tidak selalu menunjukkan bahwa seluruh generasi z memiliki kemampuan komunikasi interpersonal yang sama. Fadhila dan Hudaniah (2025) mealui penelitian terhadap 387 responden generasi z pengguna media sosial menemukan bahwa 73,6% responden berada pada kategori kemampuan komunikasi interpersonal tinggi, sedangkan 26,4% berada pada kategori kemampuan komunasi interpersonal rendah. Data tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian generasi z yang mengalami keterbatasan dalam kemampuan komunikasi interpersonal. Dengan demikian, permasalahan komunikasi pada generasi z tidak dapat dipahami sebagai ketidakmampuan secara keseluruhan dalam melakukan interaksi langsung, tetapi sebagai adanya perbedaan kemampuan individu dalam membangun dan mempertahankan komunikasi interersonal. Komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran pesan antara individu yang memungkinkan terjadinya penyampaian ide, perasaan, maupun pemikiran kepada orang lain. Dalam Komunikasi interpersonal, keberhasilan interaksi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menyampaikan pesan, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam memahami, menafsirkan, dan memberikan respons terhadap pesan yang diterima. Menurut Rakhmat (2019), komunikasi interpersonal berkaitan dengan proses psikologis individu dalam mempersepsikan diri sendiri dan orang lain. Dalam konteks aplikasi bumble, proses tersebut terlihat ketika pengguna berinteraksi dengan orang yang sebelumnya belum dikenal melalui komunikasi digital. Pengguna perlu memperkenalkan dirinya, membangun keterbukaan, memahami respons lawan bicara, serta menentukan sejauh mana hubungan tersebut akan dikembangkan.

Permasalahan komunikasi menjadi lebih kompleks ketika interaksi interpersonal dilakukan melalui media digital. Komunikasi melalui pesan teks memiliki keterbatasan dalam menyampaikan berbagai isyarat nonverbal, seperti ekspresi wajah, intonasi suara, bahasa tubuh, dan respons spontan. Kondisi tersebut dapat menyebabkan suatu pesan dipahami berbeda oleh penerima karena individu hanya memperoleh informasi berdasarkan pesan yang terlihat pada layar. Dalam interkasi pengguna bumble, misalnya, intensitas membalas pesan, pilihan kata, waktu memberikan respons, maupun perubahan pola komunikasi dapat menimbulkan berbagai penafsiran mengenai perhatian dan ketertarikan seseorang. Oleh karena itu, pengguna tidak hanya dituntut untuk menyampaikan pesan, tetapi juga perlu menyesuaikan cara berkomunikasi dengan karakteristik lawan bicara dan mengelola perbedaan persepsi yang muncul selama proses interaksi.

Dalam proses membangun hubungan interpersonal, pengguna juga menghadapi kebutuhan untuk melakukan penyesuaian dan negosiasi dalam interaksi sosial. Negosiasi dalam konteks ini tidak hanya berkaitan dengan penyelesaian konflik, tetapi juga mencakup proses menyampaikan kebutuhan, memahami keinginan lawan bicara, mengelola ekpektasi, menentukan batas kedekatan, serta menyesuaikan bentuk komunikasi yang digunakan. Pada generasi z yang terbiasa memanfaatkan media digital sebagai ruang interaksi, proses tersebut dapat berlangsung melalui komunikasi virtual sebelum hubungan berkembang ke tahap interaksi yang lebih dekat. Dengan demikian, persoalan yang muncul bukan semata-mata mengenai kemampuan generasi z dalam melakukan interaksi langsung, tetapi bagaimana individu menyesuaikan diri dan mengelola proses komunikasi ketika membangun hubungan dengan orang lain melalui media digital.

Salah satu aspek yang berkaitan dengan proses penyampaian kebutuhan emosional dalam hubungan interpersonal adalah love language atau bahasa cinta. Konsep love language yang diperkenalkan oleh Gary Chapman melalui The Five Love Languages menjelaskan bahwa individu memiliki cara yang berbeda dalam mengeskpresikan dan menerima kasih sayang, yaitu words of affirmation, quality time, receiving gifts, acts of service, dan pyhsical touch. Dalam komunikasi interpersonal, perbedaan cara tersebut dapat mempengaruhi bagaimana seseorang memberikan perhatian dan bagaimana perhatian tersebut dipahami oleh lawan bicara. Oleh karena itu, love language tidak hanya dapat dipandang sebagai bentuk ekspresi kasih sayang, tetapi juga sebagai bagian dari proses komunikasi emosinal antara individu.

Pada aplikasi bumble, ekspresi love language mengalami penyesuaian karena interaksi awal sebagian besar berlangsung melalui media digital. Bentuk words of affirmation dapat disampaikan melalui pujian, dukungan, perhatian, atau ungkapan penghargaan melalui pesan. Sementara itu, quality time dapat terlihat dari kesediaan seseorang meluangkan waktu untuk berkomunkasi secara konsisten, melakukan percakapan dalam waktu yang cukup lama, maupun menjaga keberlangsungan interaksi. Bentuk-bentuk tersebut menunjukkan bahwa pengguna perlu menyesuaikan eksperesi kasih sayang dengan karakteristik komunkasi digital. Penyesuaian tersebut menjadi penting karena cara seseorang menunjukkan perhatian belum tentu dimaknai dengan cara yang sama oleh lawan bicara.

Perbedaan dalam memahami dan mengekspresikan love language dapat menjadi salah satu sumber permasalahan dalam komunikasi interpersonal. Seseorang dapat menganggap intensitas komunikasi sebagai bentuk perhatian, sementara orang lain belum tentu memberikan makna yang sama terhadap tindakan tersebut. Perbedaan penafsiran tersebut dapat menimbulkan kesalahpahaman mengenai tingkat perhatian, ketertarikan, maupun keseriusan seseorang dalam membangun hubungan. Dalam komunikasi digital, kondisi tersebut dapat menjadi lebih sulit karena pengguna tidak selalu memperoleh isyarat nonverbal yang dapat membantu memperjelas maksud pesan. Oleh sebab itu, individu perlu melakukan komunikasi secara terbuka, memahami kebutuhan emosional lawan bicara, serta menyesuaikan bentuk perhatian yang diberikan agar pesan yang disampaikan dapat diterima sesuai dengan maksudnya.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan Bumble pada Generasi Z berkaitan dengan proses komunikasi dan pembentukan hubungan interpersonal. Syarif dan Farid (2025) menemukan adanya pengaruh penggunaan aplikasi Bumble terhadap perilaku komunikasi interpersonal Generasi Z. Sementara itu, penelitian Kautsara dan Rahmadina (2024) membahas komunikasi interpersonal pengguna aplikasi Bumble dalam menjalani hubungan pertemanan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa Bumble tidak hanya menjadi media untuk menemukan pasangan, tetapi juga menjadi ruang berlangsungnya komunikasi interpersonal antara individu yang sebelumnya belum saling mengenal. Namun, penelitian tersebut belum secara khusus membahas bagaimana individu menggunakan bentuk-bentuk love language untuk menyampaikan kebutuhan emosional serta melakukan penyesuaian dalam proses membangun hubungan melalui aplikasi Bumble.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, masih terdapat ruang untuk mengkaji komunikasi interpersonal Generasi Z pada aplikasi Bumble dari sisi penggunaan love language. Permasalahan yang menjadi perhatian dalam penelitian ini bukan hanya mengenai penggunaan aplikasi kencan atau kemampuan Generasi Z dalam melakukan komunikasi, tetapi mengenai bagaimana individu memahami dan menyesuaikan pesan emosional dalam proses membangun hubungan. Perbedaan cara mengekspresikan kasih sayang, perbedaan persepsi terhadap perhatian,

serta perbedaan ekspektasi terhadap hubungan dapat memengaruhi proses komunikasi interpersonal. Dalam kondisi tersebut, love language menjadi penting untuk dikaji karena dapat menjadi salah satu cara individu menyampaikan kebutuhan emosional sekaligus memahami bentuk perhatian yang diberikan oleh lawan bicara. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengalaman Generasi Z dalam memahami, mengekspresikan, dan menyesuaikan love language dalam komunikasi interpersonal pada aplikasi bumble.

METODE

Penelitian menggunakan pendekatan fenomenologis dalam penelitian kualitatif Ini. Menurut Creswell dalam Murdiyanto (2020), penelitian kualitatif adalah cara untuk meneliti masalah sosial dan manusia. Ini juga dapat dianggap sebagai cara untuk menemukan makna, pemahaman, konsep, karakteristik, gejala, simbol, dan deskripsi dari suatu fenomena. Metode ini terfokus, menggunakan berbagai pendekatan, bersifat alami dan menyeluruh, menekankan kualitas, menggunakan berbagai cara, dan disajikan dalam bentuk naratif dalam studi ilmiah. (Sidiq & Choiron, 2020).

Oleh sebab itu, kita dapat mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah cara menggunakan cerita atau kata-kata untuk menggambarkan dan menjelaskan signifikansi dari berbagai peristiwa, gejala, dan keadaan sosial.

Menurut (Maleong et al., 2020), penelitian kualitatif dengan metode fenomenologis adalah semacam penelitian ilmiah yang meneliti suatu peristiwa yang telah dialami oleh orang-orang, kelompok orang, atau sekelompok makhluk hidup. Sebuah hal yang menakjubkan terjadi yang menjadi bagian dari kehidupan orang-orang yang sedang diteliti. Dalam pengkajian fenomelogi, pengalaman dipahami sebagai apa yang dirasakan oleh seseorang, sekelompok orang, atau sekelompok hewan hidup dengan kesadaran *(conscious experience).* Pengalaman manusia diteliti dalam studi fenomelogis melalui deskripsi yang mendalam mengenai individu yang diteliti. (Yusanto et al., 2020).

Berdasarkan definisi tersebut maka peneliti menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomelogi untuk menggambarkan dan meneliti fenomena secara mendalam dan terperinci mengenai *"Analisis Peran Love Language Dalam Komunikasi Interpersonal Generasi Z Pada Aplikasi Datting Bumble".*

Penelitian dilaksanakan di FamilyMart Elang Laut yang berlokasikan di Jl. Pantai Indah Selatan No.28 3, Rt.3 / Rw.3, Kamal Muara, Kec. Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta 14470.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih jenis unit analisis individu, yaitu bagaimana satu individu generasi z memahami bahasa cintanya sendiri dan bagaimana ia menjelaskan pesan (*love language*) dari match (pasangan cocok) mereka di bumble. Pemilihan fokus analisis ini bertujuan untuk mengetahui bahasa cinta yang digunakan pada aplikasi bumble tersebut sukses menurunkan kecemasan ketidakpastian atau justru menimbulkan kesalahpahaman karena perbedaan love language.

Dalam penelitian ini yang dijadikan subjek adalah seorang psikologi dan tiga orang generasi z yang menggunakan aplikasi bumble. Pemilihan ini berdasarkan atas lamanya pengalaman bekerja dan penguasaan pengetahuan terhadap peningkatan *love language* dengan *aplikasi bumble* melalui *Model Knapp Relational Development.*

Tabel 1. Data Informan

Nama Informan	Jabatan
Ahadini Rahmi Zulardi, S. Psi	Psikologi
Ismiyati Kamaliah	Generasi Z Pengguna Bumble
Nitia Salsabila	Generasi Z Pengguna Bumble
Silvi Julia Rachmawati	Generasi Z Pengguna Bumble

Sumber : Hasil Peneliti, 2026

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati proses komunikasi interpersonal dan penggunaan love language oleh Generasi Z dalam berinteraksi melalui aplikasi Bumble. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada empat informan yang terdiri atas satu orang psikolog dan tiga pengguna aktif aplikasi Bumble dari Generasi Z untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, pemaknaan, serta bentuk ekspresi love language dalam komunikasi interpersonal. Wawancara digunakan sebagai sumber data utama untuk memahami bagaimana love language berperan dalam perkembangan hubungan interpersonal berdasarkan tahapan Knapp Relational Development. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan tangkapan layar percakapan di aplikasi Bumble serta catatan atau dokumen pendukung yang berkaitan dengan penggunaan love language. Dokumentasi digunakan untuk memperkuat data hasil wawancara dan observasi.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus hingga data yang diperoleh dianggap memadai. Teknik analisis data meliputi tiga tahap. Pertama, reduksi data, yaitu menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengelompokkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan fokus penelitian. Data kemudian dikelompokkan berdasarkan lima bentuk *love language*, yaitu *words of affirmation*, *quality time*, *receiving gifts, acts of service,* dan *physical touch*. Kedua, penyajian data, yaitu menyusun data yang telah direduksi dalam bentuk uraian deskriptif secara sistematis untuk melihat pola komunikasi, bentuk ekspresi *love language*, respons informan, serta perkembangan hubungan interpersonal pengguna Bumble. Ketiga, penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data mengenai peran *love language* dalam komunikasi interpersonal Generasi Z pada aplikasi Bumble. Kesimpulan kemudian diverifikasi dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan kesesuaian antara temuan penelitian dan data yang diperoleh.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Bumble merupakan aplikasi kencan berbasis digital yang menjadi salah satu media bagi individu untuk membangun komunikasi dan menemukan hubungan interpersonal. Dalam penelitian ini, Bumble menjadi ruang interaksi bagi Generasi Z untuk memulai komunikasi, mengenal karakter lawan bicara, membangun kedekatan emosional, hingga mengembangkan hubungan ke tahap yang lebih serius. Proses komunikasi yang berlangsung melalui Bumble tidak hanya berupa

pertukaran informasi, tetapi juga menjadi sarana bagi pengguna untuk mengekspresikan dan menerima perhatian melalui berbagai bentuk *love language*.

Penelitian ini berfokus pada pengalaman Generasi Z dalam menggunakan *love language* pada komunikasi interpersonal melalui aplikasi Bumble. Berdasarkan hasil wawancara dengan satu orang psikolog dan tiga pengguna aktif Bumble dari Generasi Z, ditemukan bahwa penggunaan *love language* muncul dalam berbagai bentuk komunikasi, baik melalui pesan teks, telepon, video call, maupun pertemuan secara langsung. Bentuk *love language* yang ditemukan meliputi *words of affirmation, quality time, receiving gifts, acts of service*, dan *physical touch*. Kelima bentuk tersebut memiliki peran yang berbeda dalam proses perkembangan hubungan interpersonal.

Pelaksanaan Wawancara

Untuk memperoleh gambaran yang mendalam mengenai peran *love language* dalam komunikasi interpersonal Generasi Z pada aplikasi Bumble, peneliti menyusun pedoman wawancara berdasarkan lima kategori *love language* Gary Chapman dan tahapan perkembangan hubungan dalam teori *Knapp Relational Development*. Wawancara dilakukan kepada empat informan yang terdiri atas satu orang psikolog sebagai informan ahli dan tiga pengguna aktif aplikasi Bumble dari Generasi Z. Data hasil wawancara kemudian dianalisis bersama dengan hasil observasi dan dokumentasi untuk memperoleh gambaran mengenai pengalaman informan dalam menggunakan *love language* pada proses perkembangan hubungan interpersonal.

Tabel 2. Jadwal Wawancara

Nama Informan	Tanggal Wawancara	Tempat Wawancara
Ahadini Rahmi Zulardi, S. Psi	13 Juni 2026	Zoom Meeting
Ismiyati Kamaliah	13 Juni 2026	FamilyMart Elang Laut
Nitia Salsabila	13 Juni 2026	FamilyMart Elang Laut
Silvi Julia Rachmawati	16 Juni 2026	FamilyMart Elang Laut

Sumber: Hasil peneliti, 2026

***Words of Affirmation* dalam Komunikasi Interpersonal di Bumble**

Berdasarkan hasil wawancara, *words of affirmation* menjadi salah satu bentuk *love language* yang paling mudah ditemukan dalam komunikasi pengguna Bumble. Bentuk perhatian ini ditunjukkan melalui pujian, apresiasi, dukungan, respons positif, serta ungkapan perhatian yang disampaikan melalui pesan. Penggunaan kata-kata positif terutama terlihat pada tahap awal interaksi ketika individu masih berusaha membangun kesan pertama dan menciptakan rasa nyaman dengan lawan bicara. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kata-kata positif dapat memberikan rasa dihargai dan diperhatikan sehingga mendorong pengguna untuk melanjutkan komunikasi. Dalam konteks Bumble yang sebagian besar interaksinya berlangsung melalui komunikasi digital, kata-kata menjadi salah satu media utama untuk menyampaikan ketertarikan dan perhatian. Pernyataan tersebut diperkuat oleh perspektif psikolog yang menjelaskan bahwa individu membutuhkan validasi dalam proses membangun hubungan. Karena interaksi awal dilakukan melalui media digital, pemilihan kata yang tepat menjadi penting untuk menunjukkan perhatian tanpa menimbulkan kesalahpahaman. Berdasarkan temuan tersebut, *words of affirmation* dapat dipahami sebagai salah satu bentuk komunikasi emosional yang berperan dalam membangun kesan positif pada tahap awal hubungan. Pujian, dukungan, dan apresiasi tidak hanya

berfungsi sebagai ungkapan perhatian, tetapi juga membantu menciptakan rasa nyaman yang menjadi dasar untuk melanjutkan komunikasi.

Quality Time dalam Komunikasi Interpersonal di Bumble

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *quality time* memiliki peran penting dalam membangun kedekatan emosional antara pengguna Bumble. Dalam konteks komunikasi digital, *quality time* tidak hanya diwujudkan melalui pertemuan secara langsung, tetapi juga melalui konsistensi berkomunikasi, intensitas percakapan, telepon, dan video call. Silvi Julia Rachmawati menjelaskan bahwa komunikasi menjadi bagian penting dalam membangun kedekatan karena hubungan yang berasal dari Bumble pada awalnya tidak diawali dengan pertemuan langsung. Semakin sering individu berkomunikasi, semakin banyak informasi mengenai karakter, kebiasaan, dan pandangan lawan bicara yang dapat diketahui. Ismiyati Kamaliah juga menunjukkan bahwa intensitas komunikasi dapat membuat pembahasan berkembang menjadi lebih personal dan mendalam. Sementara itu, Nitia Salsabilla menjelaskan bahwa komunikasi yang konsisten membuat dirinya lebih memahami kepribadian dan kebiasaan pasangan sehingga menumbuhkan rasa nyaman. Dari perspektif psikologis, kondisi tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z dapat memaknai *quality time* melalui ruang digital. Kualitas interaksi tidak hanya ditentukan oleh lamanya komunikasi, tetapi juga oleh perhatian, konsistensi, dan kedalaman pembicaraan yang diberikan selama berinteraksi. Dengan demikian, *quality time* berperan dalam memperkuat kedekatan emosional karena memberikan ruang bagi individu untuk saling mengenal secara lebih mendalam. Temuan ini menunjukkan bahwa waktu berkualitas dalam hubungan yang berawal dari Bumble dapat terbentuk meskipun pada awalnya tidak melalui kehadiran fisik.

Receiving Gifts dalam Komunikasi Interpersonal di Bumble

Receiving gifts merupakan bentuk *love language* yang muncul sebagai simbol perhatian dalam perkembangan hubungan. Berdasarkan hasil penelitian, pemberian tidak selalu berkaitan dengan nilai material, tetapi lebih menekankan pada makna personal dari sesuatu yang diberikan kepada pasangan. Dalam konteks hubungan yang berawal dari Bumble, pemberian dapat menjadi bentuk perhatian terhadap kebutuhan maupun kesukaan pasangan. Hal-hal kecil yang diberikan dengan mempertimbangkan kebutuhan atau preferensi pasangan menunjukkan bahwa individu memperhatikan dan mengingat hal-hal yang berkaitan dengan lawan bicaranya. Dari perspektif psikologis, *receiving gifts* memiliki nilai emosional karena penerima dapat memaknai pemberian sebagai bentuk bahwa dirinya dipikirkan dan diperhatikan. Oleh karena itu, nilai sebuah pemberian tidak hanya ditentukan oleh harga atau bentuk barang, tetapi oleh perhatian yang terdapat di balik pemberian tersebut. Berdasarkan temuan tersebut, *receiving gifts* berperan sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang dapat memperkuat kedekatan emosional. Pemberian menjadi simbol bahwa individu memahami kebutuhan dan preferensi pasangan, terutama ketika hubungan telah berkembang menuju interaksi yang lebih personal.

Acts of Service dalam Komunikasi Interpersonal di Bumble

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *acts of service* diwujudkan melalui berbagai tindakan sederhana yang menunjukkan kepedulian terhadap pasangan. Bentuk perhatian tersebut antara lain mengingatkan makan, menanyakan kabar, memberikan dukungan ketika menghadapi masalah, membantu menyelesaikan kesulitan, serta menawarkan bantuan dalam aktivitas sehari-hari. Silvi Julia Rachmawati menjelaskan bahwa ketika hubungan mulai berkembang, tindakan nyata menjadi semakin penting. Perhatian sederhana seperti mengingat jadwal penting, memberikan semangat, dan memastikan pasangan dalam kondisi baik dapat memberikan perasaan bahwa

dirinya diperhatikan. Nitia Salsabilla juga menunjukkan bahwa tindakan sederhana seperti mengingatkan makan, menanyakan keadaan, atau membantu ketika menghadapi kesulitan dapat memperkuat kedekatan dalam hubungan. Sementara itu, psikolog menjelaskan bahwa tindakan konkret seperti menawarkan bantuan atau menanyakan kebutuhan sehari-hari dapat memberikan pengaruh terhadap kualitas hubungan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa *acts of service* menjadi bentuk komunikasi interpersonal yang tidak hanya disampaikan melalui kata-kata, tetapi juga melalui tindakan nyata. Perhatian yang dilakukan secara konsisten dapat memberikan pengalaman emosional bahwa pasangan benar-benar peduli terhadap kondisi dan kebutuhan dirinya. Dengan demikian, *acts of service* memiliki peran dalam memperkuat hubungan ketika komunikasi mulai berkembang dari sekadar percakapan menuju bentuk perhatian yang lebih nyata.

Physical Touch dalam Komunikasi Interpersonal di Bumble

Physical touch merupakan bentuk *love language* yang memiliki keterbatasan dalam komunikasi digital karena membutuhkan kehadiran fisik. Pada tahap awal hubungan melalui Bumble, bentuk ini belum dapat dilakukan secara langsung karena komunikasi lebih banyak berlangsung melalui pesan, telepon, atau video call. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap kedekatan fisik mulai terlihat ketika hubungan berkembang menuju pertemuan secara langsung. Ismiyati Kamaliah menunjukkan bahwa dirinya lebih merasakan kedekatan melalui *quality time* yang dilakukan secara langsung dibandingkan hanya melalui chat atau telepon. Silvi Julia Rachmawati juga menunjukkan bahwa peningkatan kedekatan dapat terlihat dari kesediaan pasangan untuk melakukan telepon, video call, hingga bertemu secara langsung meskipun memiliki kesibukan masing-masing. Dari perspektif psikologis, kondisi tersebut menunjukkan bahwa keterbatasan komunikasi digital membuat individu melakukan penyesuaian untuk memenuhi kebutuhan kedekatan. Peralihan dari chat menuju telepon, video call, dan pertemuan tatap muka menjadi bagian dari proses membangun keintiman.Dengan demikian, *physical touch* menjadi bentuk *love language* yang lebih memungkinkan muncul ketika hubungan telah berkembang dan terdapat kepercayaan yang cukup antara kedua individu. Karakteristik Bumble sebagai media digital turut memengaruhi kapan dan bagaimana bentuk *love language* tersebut dapat diwujudkan.

Pembahasan

Love Language dalam Tahap *Coming Together* pada Komunikasi Interpersonal Generasi Z

Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi interpersonal Generasi Z melalui aplikasi Bumble berkembang secara bertahap melalui tahap *initiating, experimenting, intensifying, integrating,* hingga *bonding*. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *love language* tidak muncul dalam bentuk yang sama pada setiap tahap, tetapi mengalami perubahan sesuai dengan tingkat kedekatan hubungan. Pada tahap *initiating*, *words of affirmation* menjadi bentuk *love language* yang paling mudah digunakan. Pengguna membangun kesan pertama melalui komunikasi yang sopan, respons positif, pujian, dan ungkapan ketertarikan. Bentuk komunikasi tersebut membantu menciptakan rasa nyaman dan mengurangi ketidakpastian ketika dua individu baru mulai berinteraksi. Memasuki tahap *experimenting*, komunikasi mulai berkembang melalui pertukaran informasi mengenai hobi, aktivitas, pengalaman, dan kehidupan pribadi. Pada tahap ini, *quality time* mulai terlihat melalui kesediaan individu meluangkan waktu untuk berkomunikasi. Semakin konsisten komunikasi dilakukan, semakin besar kesempatan bagi kedua individu untuk menemukan kesamaan dan memahami karakter masing-masing. Pada tahap *intensifying*, hubungan mulai berkembang menjadi lebih personal. *Quality time* dan *acts of service*

semakin terlihat melalui komunikasi yang lebih intens, telepon, video call, dukungan emosional, serta tindakan sederhana untuk menunjukkan perhatian. Bentuk-bentuk tersebut menunjukkan bahwa komunikasi mulai bergerak dari sekadar pertukaran informasi menuju komunikasi yang memiliki kedekatan emosional. Selanjutnya, pada tahap *integrating* dan *bonding*, hubungan berkembang menuju tingkat kedekatan dan komitmen yang lebih kuat. Individu mulai terbuka mengenai kehidupan pribadi, melakukan pertemuan secara langsung, mengenalkan pasangan kepada lingkungan sosial, serta mulai membangun rencana hubungan. Pada tahap ini, *quality time*, *receiving gifts,* dan *acts of service* dapat menjadi bentuk perhatian yang semakin nyata, sedangkan *physical touch* mulai memungkinkan melalui interaksi tatap muka. Temuan tersebut menunjukkan bahwa *love language* memiliki peran dalam setiap tahapan perkembangan hubungan. Bentuknya menyesuaikan dengan media komunikasi dan tingkat kedekatan yang telah terbentuk antara kedua individu.

Love Language dalam Tahap *Coming Apart*

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa perkembangan hubungan tidak selalu bergerak menuju hubungan yang semakin dekat. Perbedaan kebutuhan emosional dan cara individu mengekspresikan *love language* dapat memengaruhi kualitas komunikasi interpersonal. Pada tahap *differentiating*, individu mulai menyadari adanya perbedaan karakter, kebutuhan, maupun harapan terhadap hubungan. Perbedaan *love language* dapat menimbulkan kesalahpahaman apabila masing-masing individu tidak memahami cara pasangan dalam memberikan dan menerima perhatian. Tahap *circumscribing* ditandai dengan berkurangnya intensitas komunikasi. Individu mulai membatasi topik pembicaraan dan memberikan respons yang lebih singkat. Kondisi tersebut dapat terjadi ketika kebutuhan emosional tidak lagi terpenuhi atau terdapat perbedaan cara dalam memberikan perhatian. Pada tahap *stagnating*, komunikasi mulai berjalan secara monoton tanpa perkembangan yang berarti. Apabila kondisi tersebut berlanjut, individu dapat memasuki tahap *avoiding*, yaitu mulai menghindari komunikasi dengan pasangan. Pada akhirnya, apabila perbedaan dan permasalahan tidak dapat diselesaikan melalui komunikasi terbuka, hubungan dapat memasuki tahap *terminating*. Dengan demikian, pemahaman terhadap *love language* menjadi penting bukan hanya ketika membangun hubungan, tetapi juga ketika menghadapi perbedaan dalam hubungan. Komunikasi yang terbuka mengenai kebutuhan emosional dapat membantu mencegah kesalahpahaman dan mempertahankan kualitas hubungan.

Peran *Love Language* dalam Komunikasi Interpersonal Generasi Z pada Aplikasi Bumble

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, *love language* memiliki peran dalam membangun, mengembangkan, dan mempertahankan komunikasi interpersonal Generasi Z pada aplikasi Bumble. *Words of affirmation* dan *quality time* menjadi bentuk yang paling dominan karena sesuai dengan karakteristik komunikasi digital yang mengutamakan pesan, konsistensi komunikasi, serta kesediaan meluangkan waktu untuk berinteraksi. Penggunaan *love language* membantu individu menyampaikan perhatian, membangun rasa nyaman, meningkatkan kedekatan emosional, serta memahami kebutuhan pasangan. Dalam prosesnya, bentuk *love language* mengalami penyesuaian terhadap perkembangan hubungan. Pada tahap awal, perhatian lebih banyak disampaikan melalui kata-kata, sedangkan ketika hubungan semakin dekat, perhatian mulai diwujudkan melalui waktu, tindakan, pemberian, dan interaksi secara langsung. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa perbedaan *love language* dapat menjadi sumber kesalahpahaman apabila tidak dikomunikasikan dengan baik. Individu dapat merasa tidak diperhatikan meskipun pasangan sebenarnya telah memberikan perhatian melalui cara yang

berbeda. Oleh karena itu, kemampuan untuk mengenali dan memahami *love language* pasangan menjadi bagian penting dalam membangun komunikasi interpersonal yang efektif. Dengan demikian, *love language* tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ekspresi kasih sayang, tetapi juga menjadi bagian dari proses komunikasi interpersonal yang membantu Generasi Z membangun hubungan dari tahap perkenalan hingga hubungan yang lebih dekat. Penggunaan *love language* yang disertai komunikasi terbuka dapat mendukung terciptanya hubungan yang lebih nyaman, saling memahami, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *love language* memiliki peran dalam membangun dan mengembangkan komunikasi interpersonal Generasi Z pada aplikasi Bumble. Lima bentuk *love language* yang ditemukan adalah *words of affirmation, quality time, receiving gifts, acts of service,* dan *physical touch*, dengan *words of affirmation* dan *quality time* sebagai bentuk yang paling dominan.

Penggunaan *love language* berkembang mengikuti tahapan *Knapp Relational Development*. Pada tahap awal, *words of affirmation* membantu membangun kenyamanan dan ketertarikan, sedangkan pada tahap hubungan yang semakin dekat, *quality time* dan *acts of service* lebih terlihat melalui komunikasi intensif dan perhatian nyata. Perbedaan *love language* juga dapat menimbulkan kesalahpahaman apabila tidak disertai komunikasi yang terbuka.

Dengan demikian, pemahaman terhadap *love language* menjadi bagian penting dalam menciptakan komunikasi yang nyaman, saling memahami, dan mendukung perkembangan hubungan interpersonal Generasi Z pada aplikasi Bumble.

DAFTAR PUSTAKA

Annur, C. M. (2021). Komunikasi interpersonal dalam interaksi melalui media digital.

Bivens, R., & Hoque, S. (2018). Programming for love: The Bumble dating application and the negotiation of gendered digital spaces.

Chapman, G., & Thomas, J. (2022). *The Five Love Languages*. Northfield Publishing.

Knapp, M. L., & Vangelisti, A. L. (2020). *Interpersonal Communication and Human Relationships*. Pearson.

Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta.

Pamungkas, A., & Khotimah, K. (2022). Komunikasi interpersonal dalam interaksi sosial.

Priani, D. A., & Bantam, D. J. (2022). Love language dalam hubungan interpersonal.

Prihantoro, E., & Anisah, N. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi komunikasi interpersonal.

Rakhmat, J. (2020). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.

Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Nata Karya.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
Suwatno. (2023). *Komunikasi Interpersonal*.
Syah, M., et al. (2022). Kajian mengenai cinta dan hubungan interpersonal.
Wood, J. T. (2020). *Interpersonal Communication: Everyday Encounters*. Cengage Learning.