

tidak lagi semata sebagai aplikasi untuk mencari jodoh, tetapi aplikasi untuk menemukan orang baru dengan ketertarikan yang sama. Persepsi mengenai kecocokan ini dibangun melalui informasi yang ditampilkan melalui aplikasi yang terfokus pada foto profil dan tambahan akun instagra, yang memberikan gambaran mengenai ketertarikan pengguna lain (visual) serta pilihan lagu yang terhubung dengan akun Spotify yang ditampilkan pada profil pengguna. Persepsi bahwa Tinder bukan hanya untuk pengguna yang ingin mencari jodoh dan lebih terbuka inilah yang mendorong pengguna tak lagi malu untuk menggunakan Tinder bahkan merekomendasikan pada lingkaran pertemanannya untuk turut menggunakan Tinder.

Desain aplikasi Tinder berhasil membangun persepsi penggunanya mengenai aplikasi ini. Persepsi yang terbentuk kemudian memengaruhi perilaku penggunanya. Pengguna Tinder dalam penelitian ini mengakui kemudahan yang ditampilkan Tinder melalui desain dan tawaran fiturnya menjadi alasan utama dalam memilih aplikasi ini yang tanpa disadari aplikasi ini menjadi bagian dari pengguna bahkan kebiasaan. Kedekatan ini kemudian menjadikan Tinder tidak lagi sebagai sebuah aplikasi, tetapi juga berkembang menjadi sebuah istilah baru bahkan sebagai kata kerja dalam keseharian penggunanya.

B. Saran

Melalui penelitian ini, bila diperkenankan untuk memberikan saran, dalam melakukan perancangan aplikasi, ada baiknya bila memahami benar target penggunanya. Selain itu, melihat bagaimana desain dapat memengaruhi perilaku penggunanya, ada baiknya bila rancangan aplikasi ditujukan untuk kepentingan yang positif. Cara penyampaian nilai dan tujuan yang diwujudkan dalam desain aplikasi juga ada baiknya dibuat secara spesifik untuk meminimalisir penyalahgunaan produk rancangan yang dibuat.

Dan bila ingin melakukan perancangan aplikasi ataupun situs ada baiknya untuk memerhatikan elemen-elemen dalam perancangan *user interface* dan *user experience*. Karena hubungan keduanya yang saling

keterkaitan, ada baiknya tidak melihat *user interface* dan *user experience* sebagai satu hal yang bertolak belakang. Menggabungkannya dengan pemahaman akan target pengguna akan membantu desainer untuk membuat aplikasi yang ‘ramah’ kepada pengguna.

Terkait dengan penulisan ini, penulis sadar masih banyak kekurangan yang dilakukan oleh penulis, seperti analisis yang kurang tajam, fokus yang terlalu luas, dan jangkauan yang kurang luas. Meskipun penelitian ini jauh dari kata layak – maupun baik, namun, penulisan ini adalah usaha sungguh-sungguh penulis dalam menganalisa desain aplikasi dengan pengaruhnya pada fenomena Tinder. Dalam proses penulisan yang bermula dari rasa penasaran penulis, telah membantu untuk melihat bagaimana desain dapat menjadi suatu pengaruh.

Semoga karya tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang menekuni dunia desain komunikasi visual dan dapat menjadi kontribusi pengetahuan baik secara praktik maupun teori. Selain itu, semoga karya tugas akhir ini dapat menjadi pacuan untuk penelitian selanjutnya mengenai desain *user interface* dan *user experience*.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Purnomo Setiady & Husaini Usman. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Borrow, Benjamin. 2016. *More Than Just A Pretty Profile*. Utrecht: Utrecht University.
- Eyal, Nir. 2016. *Hooked: Bagaimana Aplikasi Membentuk Kebiasaan Kita*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Frandsen, Emil. M., Martin Wendel. 2015. Thesis tidak diterbitkan. *An Analysis of the Online Dating Industry and How Startups Can Compete*. Denmark: Copenhagen University.
- Garret, Jesse James. 2011. *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. Berkley: Peachpit.
- Heidegger, Martin. 1962. *Being and Time*. Southampton: The Camelot Ptness, Ltd.
- James, Jessica L. 2015. Thesis tidak diterbitkan. *Mobile Dating in the Digital Age: Computer-Mediated Communication and Relationship Building on Tinder*. Texas: Texas University.
- Jhonson, Jeff. 2008. *GUI Bloopers 2.0: Common User Interface Design Don'ts and Dos*. San Fransisco: Morgan Kaufman Publishers.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsep, Pedoman, dan Contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Meda, Jhon. 2006. *The Laws of Simplicity*. Massachusettes: MIT Press.

McQuail, Denis. 2009. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE.

Schüll, Natasha Dow. 2012. *Addicted by Design*. New Jersey: Princeton University Press.

Shneiderman, Ben & Catherine Plaisant. 2004. *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Interaction*. New Jersey: Pearson Education.

Soren, Lauesen. 2005. *User Interface Design: A Software Engineering Perspective*. Edinburch: Addison Wesley.

Sundar, S. Shyam. 2008. *The MAIN Model: A Heuristic Approach to Understanding Technology Effects on Credibility*. Dalam Metzger, M. J. & Andrew. J. Flangin (ed.) *Digital Media, Youth, and Credibility*. Cambridge: MIT Press.

Supelli, Karlina. 2010. *Ruang Publik Dunia Maya*, dalam F. Budi Hardiman (ed.). *Ruang Publik: Melacak Partisipasi Demokratid dari Polis hingga Cyberspace*. Yogyakarta: Kanisius. Hal: 329-345.

Walker, Jhon. A. 2010. *Desain, Sejarah, Budaya: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.

Zhao, H. Vicky . 2011. *Behavior Dynamics in Media-Sharing Social Networks*. New York: Cambridge University Press.

Webtografi

AppAnnie. 2017. www.appannie.com/apps/google-play/app/com.tinder/rank-history. Diakses pada: 27 Desember 2017 pukul 19.50

Eler, Alicia, Eve Peyser. 2016. *Tinderization of Feelings*.
<https://thenewinquiry.com/tinderization-of-feeling/>

Jajak Pendapat. 2017. <http://jajakpendapat.net/pdf/7363/tinder-users>. Diakses pada: 3 Juni 2017 pukul 01.10.

Kemp, Simon. 2016. <http://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2016>. Diakses pada: 16 Februari 2017 pukul 22.50.

<https://www.gotinder.com/press>

<https://blogs.lib.unc.edu/hill/index.php/2016/05/25/operation-match-computer-dating-at-unc-in-the-1960s/>

<https://www.swipehelper.com/2016/11/16/tinder-algorithm/>

