

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Rizka Aulia Devi
44218120101

Pola Komunikasi Antar Pribadi Dibalik Fenomena *Sugar Dating* Pada Situs Kencan
Online Tinder (Studi Fenomenologi Hubungan Pelaku Sugar Dating)

Jumlah Halaman : 5 Bab + 92 Halaman
Bibliografi : 2 Buku + 18 Jurnal + 3 Sumber Lain

ABSTRAK

Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang berlangsung antara dua individu atau lebih yang dapat berlangsung secara tatap muka (*face to face*). Namun komunikasi antarpribadi ini bisa juga berlangsung dengan menggunakan alat bantu atau media seperti telepon, surat, telegram dan juga media sosial. Komunikasi antarpribadi bisa terjalin melalui media sosial, yaitu salah satunya bisa terjalin melalui aplikasi media sosial *Tinder*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses yang ada dalam pola komunikasi Antar Pribadi pada pelaku *Sugar Babies* dan *Sugar Daddies* di situs kencan khusus *Sugar Dating*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Antar Pribadi, dan beberapa konsep seperti, *Sugar Dating*, Konsep Kencan *Online*, Aplikasi *Tinder*, *CMC*, Fenomenologi, dan Interaksionisme Simbolik.

Penelitian ini, menggunakan paradigma Konstruktivisme, yang digunakan untuk melihat fenomena yang terjadi antara pelaku *sugar daddy* dan *sugar baby* yang terjalin. Dengan metode penelitian kualitatif, pendekatan fenomenologi, fokus penelitian ini akan berpusat pada pelaku *sugar daddy* dan *sugar baby* pada *Tinder*. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi *Tinder* yang memenuhi persyaratan yang telah dibuat yaitu pria usia 40 - 47 tahun ke atas dengan kondisi keuangan cukup mapan atau *Sugar Daddy* dan Wanita berusia 20-24 tahun yang merupakan *Sugar Baby* yang menjadi teman kencan para *Sugar Daddy*.

Hasil penelitian ini mengungkapkan pada proses komunikasi kencan *online*, komunikasi yang mereka lakukan berjalan secara dua arah, mereka tidak terlalu mementingkan komunikasi hal pribadi tetapi berusaha untuk menyenangkan dirinya dengan berkomunikasi dengan para *sugar babies*. Dari hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa komunikasi yang mereka jalin berawal dari sebuah pesan singkat *FWB (Friends With Benefit)* atau hubungan yang saling menguntungkan pada aplikasi *Tinder* yang menghasilkan sebuah hubungan yang *special* yang disebut dengan *Sugar Dating*.

Kata kunci : Komunikasi Antarpribadi, Sugar Dating, Tinder

Mercu Buana University
Faculty of Communication
Field of Study Public
*Relations*Rizka Aulia Devi
44218120101

Interpersonal Communication Pattern Behind Sugar Dating Phenomenon On
Online Dating Site Tinder (Phenomenological Study of Sugar Dating Perpetrators
Relationship)

Total Page : 5 Chapter 92 Page
Bibliography : 2 Book + 18 Journal + 3 Other Source

ABSTRACT

Interpersonal communication is communication that takes place between two or more individuals that can take place face to face (face to face). However, this interpersonal communication can also take place using tools or media such as a telephone, letter, telegram and also social media. Interpersonal communication can be established through social media, one of which can be established through the Tinder social media application. The purpose of this study is to find out the processes that exist in the interpersonal communication patterns of Sugar Babies and Sugar Daddies perpetrators on special dating sites Sugar Dating.

The theory used in this study uses Interpersonal Communication Theory, and several concepts such as Sugar Dating, Online Dating Concepts, Tinder Applications, CMC, Phenomenology, and Symbolic Interactionism.

This study uses the constructivism paradigm, which is used to see the phenomena that occur between intertwined sugar daddy and sugar baby actors. With qualitative research methods, a phenomenological approach, the focus of this research will be on sugar daddy and sugar baby actors on Tinder. The subjects in this study are Tinder application users who meet the requirements that have been made, namely men aged 40-47 years and over with fairly well-established financial conditions or Sugar Daddy and Women aged 20-24 years who are Sugar Babies who are friends with Sugar Daddy's.

The results of this study reveal that in the online dating communication process, the communication they do is two-way, they are not too concerned with personal communication but try to please themselves by communicating with sugar babies. The results of this study reveal that their communication started from a short message such as FWB (Friends With Benefit) message or a mutually beneficial relationship on the Tinder application which resulted in a special relationship called Sugar Dating. on the Tinder application which resulted in a special relationship called Sugar Dating.

Keywords : Interpersonal Communication, Sugar Dating, Tinder.