

Afordansi Platform, Privasi, dan Pola Komunikasi Antarpribadi: Studi tentang Pengalaman Romantis Generasi Z di MiChat

Platform Affordances, Privacy, and Interpersonal Communication: Understanding Generation Z's Romantic Encounters on MiChat

 <https://doi.org/10.30598/populis.19.2.229-247>

Ririn Indraswari^{1*}

¹Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Handayani Makassar, Kota Makassar 90231, Indonesia

*ririn.indraswari@handayani.ac.id

Abstract

This study explores the interpersonal communication patterns of Generation Z in forming romantic relationships through the MiChat application in Sidrap Regency, South Sulawesi. Using a qualitative approach that combines surveys, data analysis, and a netnographic research design, the study investigates the experiences of users aged 19–28. Particular attention is given to how platform affordances—especially location-based features—shape interactions while simultaneously raising privacy concerns. The findings reveal that Generation Z's communication on MiChat is characterized by pragmatism, efficiency, and transactional orientation, with relatively low emotional investment. Platform architecture and the social reputation of MiChat significantly influence how users develop communication strategies, manage self-presentation, and negotiate privacy boundaries. Unlike other dating applications, MiChat fosters a distinct communication ecosystem where users adapt interaction patterns to balance relational opportunities with social and personal risks. The novelty of this research lies in demonstrating how technological affordances and privacy issues simultaneously shape romantic communication practices in a socially stigmatized digital space. This study contributes to the fields of social and political sciences by emphasizing the role of platform architecture in understanding interpersonal communication dynamics among youth. The study also recommends more sensitive policy and digital literacy approaches addressing privacy, communication ethics, and the broader social impact of location-based applications on younger generations.

Keywords: *Affordances, Digital Intimacy, Generation Z, Interpersonal Communication, Netnography*

Info Artikel

Naskah diterima: 30/05/2024

Revisi terakhir: 05/07/2024

Disetujui: 05/08/2024

Copyright © by the Authors

This work is licensed under Creative Commons Attribution
License 4.0 CC-BY International license



PENDAHULUAN

Aplikasi kencan daring semakin menjadi bagian dari kehidupan generasi muda, terutama Generasi Z yang tumbuh dalam ekosistem digital (M. Hukunala & Angkotasari, 2022; Latuheru et al., 2024). Salah satu aplikasi yang cukup populer namun juga menuai kontroversi di Indonesia adalah MiChat. Aplikasi ini awalnya dipasarkan sebagai media pesan instan, namun dalam praktiknya sering digunakan sebagai ruang untuk mencari teman kencan atau bahkan hubungan yang lebih transaksional. Fenomena penggunaan MiChat di kalangan Generasi Z, khususnya di Kabupaten Sidrap, Sulawesi Selatan, menghadirkan dilema menarik. Di satu sisi, aplikasi ini memberi peluang komunikasi yang efisien dan praktis untuk membangun relasi baru. Namun di sisi lain, pengguna harus berhadapan dengan persoalan privasi, stigma sosial, dan risiko penyalahgunaan informasi pribadi. Permasalahan ini penting

dibahas bukan hanya karena menyangkut pola komunikasi interpersonal generasi muda, tetapi juga karena memperlihatkan bagaimana desain teknologi digital membentuk cara orang berhubungan secara intim maupun sosial.

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa Generasi Z menggunakan MiChat dengan cara yang berbeda dibandingkan aplikasi kencan lain seperti Tinder atau Bumble (Mahapatra et al., 2024). Fitur berbasis lokasi dalam MiChat, yang memungkinkan pengguna menemukan orang terdekat, justru membuka peluang komunikasi yang sangat instan sekaligus rawan risiko. Banyak kasus pemberitaan yang mengaitkan MiChat dengan praktik prostitusi daring, sehingga reputasi sosial aplikasi ini menjadi beban tersendiri bagi penggunanya. Bagi Generasi Z, yang identitas sosialnya masih dalam tahap pencarian dan seringkali sensitif terhadap penilaian lingkungan, pengalaman berinteraksi melalui MiChat tidak hanya soal menemukan teman kencan, tetapi juga bagaimana mereka bernegosiasi dengan batas-batas privasi dan ekspektasi sosial (Mayndarto, 2025; Nyatsanza et al., 2025). Situasi inilah yang mendorong penelitian ini dilakukan, karena ia tidak hanya mencerminkan dinamika relasi personal, tetapi juga memperlihatkan bagaimana teknologi memengaruhi praktik sosial secara lebih luas.

Dalam ranah akademik, kajian tentang komunikasi digital dan hubungan interpersonal di kalangan generasi muda sudah cukup berkembang. Filice et al. (2022) dan Tanner (2024) misalnya menunjukkan bahwa aplikasi kencan daring telah mengubah pola presentasi diri, di mana individu cenderung menyesuaikan informasi yang ditampilkan sesuai dengan affordances platform. Halversen et al. (2021) dan Sinaga et al. (2024) menekankan bahwa komunikasi dalam konteks kencan online seringkali berfokus pada strategi mengurangi risiko penolakan dan meningkatkan kesesuaian pasangan. Studi lain oleh Pattihua & Manuputty (2022) dan Toma (2022) mengungkapkan bahwa penggunaan media daring untuk membangun hubungan romantis dapat memperkuat keterampilan komunikasi interpersonal, namun juga membuka ruang bagi distorsi identitas. Penelitian-penelitian ini memperlihatkan bahwa teknologi digital tidak sekadar menjadi alat komunikasi, melainkan membentuk dinamika relasi yang lebih kompleks.

Kajian tentang Generasi Z sebagai digital natives juga banyak dilakukan. Seperti yang diungkapkan oleh Peredy et al. (2024), Generasi Z adalah kelompok yang sangat bergantung pada teknologi untuk aktivitas sosial sehari-hari, termasuk dalam hal membangun hubungan romantis. Mereka terbiasa dengan komunikasi instan, visual, dan berbasis aplikasi, sehingga ekspektasi mereka terhadap hubungan pun berbeda dari generasi sebelumnya. Cazan (2024) menekankan bahwa meski terbiasa dengan komunikasi digital, Generasi Z tetap menghadapi dilema dalam menjaga privasi dan mengelola kedekatan emosional. Hal ini menegaskan bahwa hubungan interpersonal generasi muda kini sangat dipengaruhi oleh logika platform yang mereka gunakan.

Studi khusus mengenai aplikasi kencan berbasis lokasi seperti Tinder memberikan gambaran lain yang relevan. Shin et al. (2021) menyoroti bagaimana fitur berbasis lokasi memudahkan pertemuan instan, namun juga membuat hubungan menjadi lebih transaksional. Silveira et al. (2022) memperlihatkan bahwa pengguna aplikasi kencan

seringkali menghadapi kontradiksi antara harapan akan hubungan romantis yang bermakna dengan kenyataan interaksi yang singkat dan dangkal. Temuan ini penting untuk dikaitkan dengan fenomena MiChat, yang tidak hanya berbasis lokasi, tetapi juga memiliki reputasi sosial yang penuh stigma. Artinya, pengalaman pengguna MiChat bisa jadi lebih kompleks dibandingkan pengguna aplikasi kencan populer lainnya.

Penelitian di Indonesia mengenai penggunaan MiChat memang mulai bermunculan. Studi oleh Fan et al. (2022) dan Yanwarin & Rahawarin (2025) menunjukkan bahwa aplikasi ini kerap diasosiasikan dengan praktik prostitusi daring, yang kemudian membentuk stigma negatif terhadap pengguna. Handoyo et al. (2021) dan G. Hukunala & Nahuway (2024) mengungkapkan bahwa pengguna MiChat sering mengembangkan strategi komunikasi yang berbeda untuk menyesuaikan diri dengan stigma tersebut, misalnya dengan menggunakan identitas palsu atau informasi yang sangat terbatas. Sementara itu, penelitian oleh Rai et al. (2021) memperlihatkan bahwa MiChat digunakan tidak hanya untuk hubungan romantis, tetapi juga untuk interaksi sosial yang lebih luas, meskipun selalu dibayangi oleh masalah reputasi. Dari temuan-temuan ini tampak bahwa MiChat memiliki karakteristik unik dibandingkan platform lain, namun kajian tentang pola komunikasi romantis Generasi Z di dalamnya masih relatif jarang dilakukan.

Selain itu, literatur tentang privasi dalam komunikasi digital semakin menekankan pentingnya memahami bagaimana pengguna menavigasi risiko. Fuady et al. (2023) menyoroti bahwa privasi di era digital bukan lagi soal menyembunyikan informasi, tetapi soal mengatur konteks audiens dan batas-batas interaksi. Santosa et al. (2024), Sufa et al. (2025), dan Yudha et al. (2024) memperluas pandangan ini dengan menunjukkan bahwa generasi muda mengembangkan strategi kreatif untuk mengelola privasi di media sosial, termasuk melalui bahasa kode atau pengaturan akses. Dalam konteks MiChat, strategi semacam ini tampak lebih menonjol karena aplikasi ini sering dikaitkan dengan risiko sosial tertentu, sehingga pengguna Generasi Z harus lebih berhati-hati dalam mempresentasikan diri mereka.

Dari paparan penelitian sebelumnya, jelas bahwa ada benang merah yang menghubungkan teknologi, pola komunikasi, dan privasi. Namun, penelitian yang menyoroti bagaimana affordances platform tertentu—dalam hal ini MiChat—mempengaruhi pola komunikasi romantis Generasi Z, khususnya di Indonesia, masih terbatas. Kebanyakan studi lebih fokus pada aplikasi kencan populer yang memiliki legitimasi sosial lebih tinggi, sementara fenomena aplikasi yang sarat stigma sosial belum banyak disentuh secara mendalam. Di sinilah letak ruang yang menarik: bagaimana generasi muda membangun hubungan romantis melalui aplikasi yang dipandang problematis, dan bagaimana mereka menavigasi batas-batas privasi serta reputasi sosial yang menyertainya. Pendekatan seperti ini penting untuk memahami dinamika sosial kontemporer, karena ia tidak hanya berbicara tentang komunikasi antarpribadi, tetapi juga memperlihatkan interaksi antara struktur teknologi, ekspektasi sosial, dan pengalaman generasi muda.

Penelitian ini menawarkan cara pandang yang berbeda dengan memusatkan perhatian pada MiChat sebagai ruang komunikasi romantis Generasi Z. Kebaruan penelitian

ini bukan hanya terletak pada objek kajian yang masih jarang disentuh, tetapi juga pada penekanan terhadap relasi antara affordances teknologi, isu privasi, dan pola komunikasi interpersonal dalam konteks sosial yang penuh stigma. Penelitian ini berupaya untuk memahami bagaimana pengguna Generasi Z berstrategi dalam mengelola identitas, menjaga privasi, dan membangun relasi di dalam ekosistem digital yang kompleks dan penuh risiko. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan secara mendalam dinamika komunikasi tersebut, sekaligus memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu sosial dan politik, khususnya dalam memahami bagaimana teknologi digital memengaruhi praktik sosial generasi muda di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena tujuan utama kajian adalah menggali secara mendalam pengalaman, strategi komunikasi, serta tantangan yang dialami Generasi Z dalam menggunakan aplikasi MiChat sebagai ruang membangun hubungan romantis. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengungkap makna subjektif dari tindakan komunikasi, bukan sekadar mengukur frekuensi atau kuantitas interaksi. Seperti dinyatakan Alhazmi & Kaufmann (2022), penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan, sehingga nuansa pengalaman yang kompleks dapat ditangkap secara lebih utuh. Dalam konteks ini, MiChat bukan hanya aplikasi perpesanan, melainkan ruang sosial digital dengan budaya, norma, dan aturan tak tertulis yang membentuk pola komunikasi penggunaannya. Oleh karena itu, metode kualitatif dipandang paling sesuai untuk menggali dinamika yang bersifat halus, kontekstual, dan penuh negosiasi makna.

Lokasi penelitian dipusatkan di Kabupaten Sidrap, Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi ini bukan tanpa alasan. Sidrap mewakili sebuah daerah yang secara geografis bukan metropolitan besar, namun memiliki tingkat penetrasi teknologi komunikasi yang tinggi di kalangan generasi muda. Hal ini memperlihatkan bagaimana aplikasi kencan daring tidak hanya marak di kota-kota besar, tetapi juga menembus lapisan masyarakat di daerah yang lebih kecil. Kondisi sosial budaya Sidrap yang masih menjunjung tinggi norma tradisional menghadirkan tantangan tersendiri bagi generasi muda yang ingin bereksperimen dengan aplikasi kencan. Dengan demikian, Sidrap menjadi arena sosial yang menarik untuk memahami bagaimana generasi muda bernegosiasi dengan stigma sosial sekaligus memanfaatkan affordances teknologi.

Informan penelitian terdiri dari delapan orang pengguna MiChat berusia antara 19 hingga 28 tahun. Jumlah ini dianggap memadai untuk studi kualitatif yang menekankan kedalaman data ketimbang keluasan cakupan. Informan dipilih secara purposive dengan kriteria mereka pernah menggunakan MiChat untuk mencari teman kencan, memiliki pengalaman komunikasi yang relatif intens, dan bersedia berbagi pengalaman personal serta riwayat percakapan tertentu dengan izin penuh. Pemilihan rentang usia ini mencerminkan representasi Generasi Z yang sedang aktif dalam menjalin hubungan romantis. Selain itu, dua

pasangan yang berhasil menjalin relasi dari MiChat juga dilibatkan untuk memperkaya data tentang keberhasilan membangun hubungan melalui platform yang sarat stigma tersebut.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi netnografi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar memungkinkan informan bercerita lepas tentang pengalaman mereka, namun tetap dalam kerangka topik penelitian. Pendekatan ini dipilih karena wawancara semacam itu tidak hanya menggali fakta, tetapi juga mengungkap emosi, motivasi, dan dilema personal dalam menggunakan aplikasi. Di samping wawancara, netnografi dilakukan dengan cara peneliti membenamkan diri ke dalam lingkungan digital MiChat menggunakan akun anonim. Netnografi, sebagaimana dijelaskan Fenton & Parry (2022), adalah adaptasi etnografi untuk konteks daring yang memungkinkan peneliti memahami interaksi digital secara natural tanpa intervensi langsung. Melalui observasi ini, peneliti mengamati percakapan publik, profil pengguna, serta norma-norma komunikasi yang berlaku di komunitas atau grup tertentu dalam MiChat.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan tematik, yakni mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari transkrip wawancara dan catatan observasi. Fokus analisis diarahkan pada strategi komunikasi, gaya bahasa, presentasi diri, serta cara informan menegosiasikan privasi dalam interaksi daring. Pendekatan ini sejalan dengan rekomendasi Lim (2025) yang menekankan pentingnya membangun tema-tema interpretatif untuk memahami pengalaman sosial. Data wawancara kemudian dibandingkan dengan hasil observasi netnografi untuk menemukan konsistensi maupun perbedaan.

Untuk menjaga validitas, penelitian ini menerapkan triangulasi data. Triangulasi dilakukan dengan memadukan wawancara, observasi daring, serta analisis percakapan yang diperoleh dengan izin dari informan. Dengan cara ini, informasi yang dikumpulkan tidak hanya bergantung pada narasi subjektif, tetapi juga diperkuat dengan bukti empiris berupa riwayat komunikasi aktual di dalam aplikasi. Selain itu, triangulasi sumber dilakukan dengan melibatkan informan dari latar belakang berbeda, baik laki-laki maupun perempuan, yang memiliki pengalaman unik dalam menggunakan MiChat.

Pertimbangan etis juga dijunjung tinggi dalam penelitian ini. Identitas informan dijaga kerahasiaannya dengan menggunakan nama samaran, dan setiap informan dimintai persetujuan sebelum data pribadi atau riwayat percakapan dianalisis. Posisi peneliti ditempatkan sebagai pengamat pasif atau “penguping virtual” untuk mengurangi intervensi terhadap interaksi alami yang berlangsung di aplikasi. Pendekatan ini tidak hanya menjaga integritas data, tetapi juga melindungi kenyamanan partisipan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Arsitektur Platform dan Pembentukan Pola Komunikasi

Arsitektur sebuah platform digital sering kali tidak hanya menjadi latar teknis, tetapi juga menjadi kerangka yang mengarahkan pola komunikasi penggunanya. Dalam kasus MiChat, arsitektur yang ditawarkan melalui fitur lokasi dan pencarian kontak sekitar memainkan peran sentral dalam membentuk cara Generasi Z berinteraksi. Aplikasi ini

memungkinkan pengguna melihat siapa saja yang berada di dekat mereka, bahkan dalam radius beberapa ratus meter. Fitur ini memberi kesan instan dan praktis, karena percakapan bisa langsung terjadi dengan seseorang yang secara geografis dekat. Namun, justru karena kedekatan inilah muncul dinamika komunikasi yang khas, termasuk risiko gangguan privasi, rasa rentan, dan kebutuhan untuk menyusun strategi komunikasi yang berbeda dengan platform kencan populer lain.

Seorang informan, R (22 tahun), menjelaskan bahwa ia merasa penggunaan MiChat lebih “langsung” dibandingkan aplikasi lain seperti Tinder. Menurutnya, jarak yang dekat membuat percakapan lebih cepat mengarah pada pertemuan. Namun, di balik efisiensi itu, ia juga merasa perlu berhati-hati karena tidak jarang orang yang ia temui ternyata memiliki maksud lain, bahkan terkadang membuatnya merasa diawasi. Pengalaman R memperlihatkan bahwa affordances teknologi, seperti yang dijelaskan oleh Henningsson et al. (2021), bukan hanya memberi kemungkinan baru bagi pengguna, tetapi juga menciptakan kondisi yang memaksa individu untuk menyesuaikan pola komunikasinya. Desain teknis sebuah platform, dalam hal ini fitur lokasi, berperan sebagai aktor yang “mengatur” jalannya interaksi.

Observasi lapangan di Sidrap memperlihatkan bagaimana fitur lokasi ini digunakan secara intens oleh generasi muda. Ketika peneliti mencoba masuk dengan akun anonim, daftar pengguna yang muncul sebagian besar menggunakan foto profil generik—seperti bunga, pemandangan, atau gambar animasi—dan jarang menampilkan wajah asli. Hal ini memperlihatkan upaya mengelola privasi sekaligus tetap membuka peluang interaksi. Dalam percakapan publik di beberapa ruang obrolan lokal, peneliti menemukan pola komunikasi yang singkat, langsung pada tujuan, dan menggunakan bahasa sehari-hari bercampur dengan singkatan khas digital. Situasi ini memperlihatkan bahwa MiChat tidak sekadar media komunikasi, melainkan ruang yang membentuk norma komunikasi baru yang bersifat pragmatis.

Informan lain, A (25 tahun), menuturkan bahwa ia sering menggunakan MiChat saat berada di kafe di sekitar pusat kota. Ia mengaku bahwa posisi geografis tertentu memengaruhi siapa saja yang muncul di daftar pencarian. Misalnya, ketika ia berada di kawasan kampus, daftar pengguna yang muncul didominasi mahasiswa dengan gaya komunikasi yang lebih santai. Namun, saat ia mencoba masuk dari wilayah terminal bus, yang muncul lebih banyak pengguna dengan gaya komunikasi lebih transaksional. Dari sini terlihat bagaimana affordances lokasi tidak hanya memengaruhi siapa yang ditemui, tetapi juga membentuk pola percakapan yang berkembang. Hal ini sejalan dengan gagasan Meurer et al. (2022) tentang digital affordances, bahwa fitur teknis platform bekerja sebagai “struktur peluang” yang memungkinkan praktik tertentu sekaligus membatasi praktik lainnya.

Risiko gangguan privasi menjadi sisi lain dari arsitektur MiChat. Fitur lokasi yang menampilkan kedekatan geografis dapat memicu rasa rentan, terutama bagi perempuan muda. Seorang informan, L (21 tahun), mengaku pernah merasa tidak nyaman karena setelah berbincang sebentar, lawan bicaranya tiba-tiba muncul di sekitar rumahnya. Meski tidak terjadi hal yang membahayakan, pengalaman itu membuatnya lebih berhati-hati, seperti

memilih menggunakan foto profil abstrak dan tidak membagikan informasi detail dalam percakapan awal. Cerita L memperlihatkan bahwa pengguna tidak hanya memanfaatkan affordances, tetapi juga aktif melakukan strategi proteksi. Dalam hal ini, desain teknis platform menciptakan arena negosiasi di mana komunikasi harus selalu mempertimbangkan risiko sosial maupun personal.

Dalam observasi lain, peneliti menemukan bahwa banyak percakapan di MiChat berlangsung dalam tempo singkat, seakan-akan pengguna tidak ingin menginvestasikan terlalu banyak energi emosional. Percakapan biasanya dimulai dengan salam singkat, kemudian langsung menuju tujuan—apakah mencari teman ngobrol, teman jalan, atau bahkan ajakan bertemu. Hal ini berbeda dengan aplikasi kencan lain di mana percakapan cenderung panjang dan penuh dengan pertukaran identitas personal. Fenomena ini menegaskan bahwa affordances MiChat mendorong komunikasi yang pragmatis dan efisien. Platform seolah mengajarkan penggunanya untuk tidak berlama-lama dalam membangun kedekatan, melainkan segera menguji apakah hubungan tersebut layak dilanjutkan ke tahap berikutnya atau tidak.

Analisis lebih lanjut memperlihatkan bahwa pola komunikasi yang terbentuk di MiChat bukanlah hasil dari pilihan bebas sepenuhnya, melainkan akibat interaksi antara desain teknis aplikasi dengan kondisi sosial yang menyertainya. MiChat memiliki reputasi sosial yang sarat stigma, terutama karena sering dikaitkan dengan praktik prostitusi daring. Stigma ini membuat pengguna harus menyeimbangkan keinginan untuk menemukan teman kencan dengan risiko mendapat label negatif. Hasilnya, komunikasi yang terjadi menjadi semacam “jalan tengah”: cukup singkat dan efisien untuk meminimalisasi risiko, tetapi juga cukup personal agar peluang relasi tetap terbuka. Seperti dikemukakan Meurer et al. (2022), affordances bukan sekadar fitur teknis, tetapi juga memiliki dimensi sosial yang melekat pada cara platform dipersepsikan di masyarakat.

Dari perspektif teori affordances, pola komunikasi di MiChat dapat dipahami sebagai hasil “ko-produksi” antara manusia dan teknologi. Generasi Z di Sidrap tidak hanya menggunakan fitur lokasi untuk mencari teman kencan, tetapi juga membentuk gaya komunikasi tertentu yang berakar pada affordances tersebut. Mereka mengadaptasi cara berbicara, memilih kata-kata, bahkan menentukan seberapa jauh informasi pribadi yang diungkapkan. Semua ini dilakukan dalam kerangka interaksi yang didorong oleh arsitektur platform. Dengan kata lain, MiChat bukan hanya alat komunikasi, melainkan struktur yang memengaruhi dinamika komunikasi itu sendiri.

Kehadiran fitur lokasi dalam MiChat memang memberi kemudahan, tetapi juga menghadirkan paradoks. Kemudahan berhubungan dengan orang yang dekat secara geografis membuat interaksi lebih instan, tetapi justru membuka risiko baru yang tidak selalu dihadapi dalam aplikasi lain. Generasi Z tampak menyadari paradoks ini, sehingga strategi komunikasi yang mereka kembangkan selalu melibatkan kalkulasi antara peluang dan risiko. Fakta ini menunjukkan bahwa pola komunikasi interpersonal di ruang digital tidak bisa dipahami hanya sebagai keputusan individu, melainkan sebagai hasil dari relasi kompleks

antara affordances platform, reputasi sosial, dan strategi personal.

Privasi sebagai Negosiasi Sosial

Privasi dalam konteks penggunaan MiChat oleh Generasi Z di Sidrap tidak dapat dipahami hanya sebagai sekat kaku antara ranah publik dan privat. Justru, privasi lebih tepat dipahami sebagai sebuah proses negosiasi sosial yang berlangsung dinamis, di mana individu secara sadar mengelola batas-batas keterlihatannya di ruang digital. Aplikasi MiChat, dengan fitur lokasi dan kemudahan menemukan pengguna terdekat, menghadirkan tantangan tersendiri bagi mereka yang ingin berinteraksi namun pada saat yang sama tetap menjaga identitas dan keamanan personal. Situasi ini membuat pengguna tidak bisa serta-merta menutup diri sepenuhnya, karena keterlibatan dalam platform justru menuntut adanya keterbukaan tertentu. Namun, keterbukaan itu selalu dikendalikan melalui strategi yang variatif—dari penggunaan identitas palsu, menyembunyian informasi pribadi, hingga memilih gaya komunikasi singkat yang tidak memberikan ruang terlalu besar bagi eksplorasi diri.

Seorang informan, B (20 tahun), menjelaskan bahwa dirinya sengaja tidak menampilkan wajah jelas di foto profil MiChat. Ia menggunakan gambar karakter fiksi yang menurutnya aman dan netral. Baginya, reputasi MiChat yang kerap dikaitkan dengan relasi instan membuat pengguna harus ekstra hati-hati. Ia menambahkan bahwa foto asli hanya akan dibagikan setelah ia merasa cukup percaya dengan lawan bicara, biasanya setelah percakapan menunjukkan keseriusan atau setelah mereka bertukar akun media sosial lain. Pernyataan B menegaskan bahwa privasi di sini bukanlah upaya menutup diri total, melainkan strategi bertahap untuk mengendalikan sejauh mana dirinya dapat diakses oleh orang lain (Qin, 2023).

Dalam observasi lapangan di sebuah warung kopi yang sering dijadikan tempat berkumpul anak muda Sidrap, terlihat bagaimana MiChat digunakan dengan pola yang cukup khas. Beberapa pengguna membuka aplikasi, lalu mengecek daftar orang di sekitar radius tertentu. Dari layar ponsel yang berhasil diamati secara sekilas, tampak banyak profil yang minim informasi: foto profil buram, nama pengguna menggunakan inisial atau kata acak, serta bio kosong. Percakapan yang muncul pun biasanya diawali dengan sapaan singkat seperti “hai” atau “lagi di mana?”. Ketika peneliti mencoba masuk ke dalam interaksi melalui akun observasi, respons yang diterima umumnya ringkas dan penuh kalkulasi. Misalnya, ketika ditanya tentang identitas, lawan bicara justru balik bertanya untuk memastikan terlebih dahulu siapa yang menghubungi. Observasi ini memperlihatkan bahwa privasi dalam MiChat dijalankan secara performatif: pengguna menyembunyikan sebagian dirinya, namun tetap tampil secukupnya untuk tidak sepenuhnya hilang dari radar sosial.

Strategi privasi ini juga dapat dijelaskan melalui pandangan Dunne et al. (2021) bahwa pada MiChat, pengguna menampilkan “panggung depan” yang penuh ambiguitas. Foto profil dengan masker, gambar dari jauh, atau bahkan tokoh fiksi berfungsi sebagai mekanisme proteksi sekaligus menciptakan misteri. Bio yang kosong atau hanya berisi kutipan samar memperkuat kesan ini. Informan lain, S (23 tahun), mengaku sengaja membiarkan bio-nya kosong karena menurutnya semakin sedikit informasi yang diberikan, semakin besar peluang

menyaring orang yang benar-benar serius. Strategi ini bersifat defensif sekaligus ofensif: defensif karena melindungi privasi dari potensi risiko seperti pelecehan atau penguntitan, ofensif karena memunculkan daya tarik berupa rasa penasaran. Goffman menekankan bahwa panggung depan adalah area di mana individu mengatur citra dirinya untuk audiens tertentu, dan di MiChat, citra itu sengaja dibiarkan samar agar tidak langsung terbaca.

Pengguna juga tampak mengembangkan pola komunikasi singkat sebagai bentuk lain dari negosiasi privasi. Informan L (21 tahun) menuturkan bahwa dirinya tidak suka membalas pesan panjang di MiChat. Menurutnya, semakin banyak informasi yang diberikan, semakin besar risiko lawan bicara bisa menyalahgunakannya. Ia lebih nyaman menjawab dengan singkat, lalu memindahkan percakapan ke platform lain seperti Instagram atau WhatsApp jika suasana dirasa aman. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol privasi bukan dilakukan dengan menutup pintu interaksi, melainkan dengan mengatur tempo dan ruang percakapan. Privasi di sini menjadi proses mengendalikan aliran informasi, di mana individu memilih kapan, di mana, dan dengan siapa dirinya bisa lebih terbuka.

Observasi lain memperlihatkan bahwa banyak pengguna MiChat di Sidrap tampak waspada terhadap potensi stigma sosial. Dalam percakapan publik yang muncul di beberapa ruang obrolan, terlihat bahwa identitas lokal seperti nama desa atau kampung jarang diungkapkan. Alih-alih, pengguna menggunakan istilah geografis yang lebih luas seperti “dekat kota” atau “wilayah barat Sidrap”. Hal ini menunjukkan kesadaran bahwa mengungkap lokasi spesifik dapat menimbulkan risiko lebih besar. Di sini terlihat jelas bahwa privasi bersifat kontekstual, sebagaimana ditekankan oleh Aryani et al. (2025): individu menegosiasikan batas informasi yang diungkap berdasarkan siapa audiensnya dan sejauh mana potensi risiko yang melekat pada percakapan tersebut.

Keterampilan dalam bernegosiasi dengan privasi ini menjadi semacam literasi digital tersendiri bagi Generasi Z di Sidrap. Mereka menyadari bahwa MiChat bukanlah ruang yang sepenuhnya aman, tetapi juga tidak bisa ditinggalkan begitu saja karena memiliki fungsi sosial yang penting—baik untuk mencari teman, hiburan, maupun hubungan romantis. Karena itu, strategi seperti menyembunyikan wajah, menggunakan identitas palsu, dan komunikasi singkat menjadi bagian dari keseharian yang dianggap wajar. Dengan kata lain, privasi dipraktikkan bukan sebagai isolasi, melainkan sebagai seni mengendalikan keterlibatan.

Fenomena ini juga memperlihatkan paradoks yang menarik. Di satu sisi, pengguna ingin terlihat agar dapat menjalin interaksi. Di sisi lain, mereka ingin tetap tidak terlihat sepenuhnya demi menjaga keamanan dan reputasi. Paradoks inilah yang menjadikan privasi sebagai negosiasi sosial yang terus berlangsung, bukan sekadar garis pemisah antara ranah publik dan privat. Privasi adalah proses dinamis, penuh strategi, dan sangat kontekstual. Seperti ditunjukkan dalam teori *privacy as boundary negotiation*, batas-batas privasi tidak pernah permanen, melainkan selalu dinegosiasikan ulang sesuai situasi, lawan bicara, dan reputasi sosial platform itu sendiri.

Komunikasi yang Pragmatis, Efisien, dan Transaksional

Komunikasi yang terjalin di MiChat dalam pengalaman Generasi Z di Sidrap menunjukkan kecenderungan yang sangat berbeda dibandingkan aplikasi kencan populer lainnya. Jika pada aplikasi seperti Tinder atau Bumble pengguna sering menekankan pada narasi panjang di profil, membangun percakapan untuk mengenal lebih jauh, atau bahkan mencari hubungan yang lebih mendalam, maka di MiChat komunikasi lebih diarahkan pada kepraktisan dan efisiensi. Interaksi berlangsung cepat, langsung ke tujuan, dan tidak jarang bersifat transaksional. Investasi emosional yang diberikan pun relatif rendah. Generasi Z di Sidrap lebih banyak menggunakan MiChat sebagai ruang interaksi instan yang sifatnya situasional, bukan arena untuk membangun romansa mendalam atau relasi jangka panjang.

Dalam wawancara dengan salah satu informan, F (22 tahun), ia menyebutkan bahwa dirinya jarang sekali melanjutkan percakapan lebih dari satu atau dua hari dengan orang yang ditemuinya di MiChat. Baginya, aplikasi tersebut bukanlah tempat untuk “curhat panjang” atau menjalin relasi serius. Lebih dari itu, ia memandang MiChat sebagai sarana cepat untuk menemukan teman ngobrol singkat atau sekadar pengisi waktu. Hal ini memperlihatkan bagaimana komunikasi yang terjadi di MiChat berlangsung dalam kerangka pragmatis: tujuan utamanya adalah memenuhi kebutuhan interaksi singkat, efisien, dan sesuai situasi.

Temuan ini sejalan dengan temuan Lee & Furukawa (2025) bahwa interaksi digital di platform tertentu mendorong hubungan yang lebih dangkal, namun fungsional. MiChat dengan arsitektur platform yang sederhana, fitur lokasi, serta reputasi sosialnya justru memfasilitasi bentuk komunikasi minimalis tersebut. Relasi yang terjalin tidak memerlukan elaborasi panjang, melainkan cukup dengan isyarat-isyarat praktis yang bisa langsung dipahami kedua belah pihak. Dengan kata lain, relasi di MiChat bukanlah tentang membangun kedalaman emosional, melainkan tentang meminimalisir kerumitan komunikasi agar tujuan dapat tercapai dengan cepat.

Hasil observasi lapangan menguatkan hal ini. Ketika peneliti berada di sebuah kafe di kawasan Rappang, terlihat beberapa anak muda membuka MiChat dan melakukan percakapan dengan nada singkat. Dari layar ponsel yang sempat terlihat, percakapan yang berlangsung hanya berupa pertukaran sapaan, menanyakan lokasi, dan kemudian berujung pada kesepakatan bertemu atau berhenti tanpa penjelasan panjang. Tidak ada percakapan panjang tentang hobi, latar belakang keluarga, atau aspirasi hidup sebagaimana sering ditemukan di platform lain. Interaksi terasa ringkas, seolah komunikasi diposisikan sebagai alat tukar informasi praktis, bukan sarana untuk membangun keterikatan emosional.

Dalam wawancara lain, R (20 tahun) mengaku bahwa dirinya tidak pernah merasa perlu menuliskan banyak hal di profil MiChat karena menurutnya “yang penting ngobrol langsung aja, kalau nyambung ya lanjut, kalau enggak ya udahan.” Pendekatan ini memperlihatkan bahwa Generasi Z tidak meletakkan MiChat sebagai ruang ekspektasi relasi jangka panjang, melainkan arena singkat yang orientasinya lebih pada fungsi dibanding perasaan. Relasi di sini lebih mirip transaksi sosial, di mana percakapan singkat menjadi jalan untuk menegosiasikan apakah interaksi layak diteruskan atau dihentikan.

Fenomena komunikasi yang pragmatis dan efisien ini juga tampak dari gaya bahasa yang digunakan. Banyak pengguna memilih balasan yang singkat, kadang hanya satu atau dua kata, atau bahkan sekadar emoji. Hal ini memperkuat pandangan Essig (2024) bahwa dalam relasi digital minimalis, kedalaman bukanlah tujuan, melainkan kecukupan informasi untuk memenuhi kebutuhan situasional. Kecepatan dalam mengakses informasi atau menilai kecocokan dianggap jauh lebih penting dibanding membangun narasi panjang.

Dominasi isyarat kontekstual dalam komunikasi nonverbal digital semakin memperjelas karakteristik ini. Meskipun komunikasi di MiChat didominasi teks, tanda-tanda nonverbal seperti emoji, stiker, serta kecepatan membalas pesan memainkan peran yang sangat krusial. Informan C (21 tahun) menjelaskan bahwa ketika lawan bicara membalas pesan dengan cepat dan menggunakan stiker-stiker lucu, itu dianggap sebagai sinyal positif bahwa orang tersebut tertarik. Sebaliknya, jika balasan hanya berupa satu kata seperti "ok" atau "ya," ditambah dengan jeda waktu yang lama, maka itu terbaca sebagai tanda ketidakminatan.

Praktik ini dapat dijelaskan melalui Social Information Processing (SIP) Theory yang menekankan bahwa meskipun interaksi digital miskin isyarat nonverbal konvensional seperti ekspresi wajah atau intonasi suara, pengguna tetap mampu mencari dan memaknai tanda-tanda alternatif untuk mengurangi ketidakpastian. Emoji, stiker, hingga tempo balasan menjadi semacam bahasa baru yang hanya dapat dipahami oleh mereka yang terbiasa berinteraksi dalam platform digital. Generasi Z, sebagai digital natives, telah mengembangkan literasi digital yang memungkinkan mereka membaca "kode" komunikasi tersebut dengan cermat.

Observasi tambahan juga menemukan pola serupa. Dalam ruang obrolan grup terbuka di MiChat, terlihat bagaimana emoji sering digunakan untuk menggantikan perasaan yang sebenarnya sulit diungkapkan dengan kata-kata. Misalnya, emoji senyum atau hati digunakan bukan sekadar hiasan, melainkan sinyal keterbukaan untuk melanjutkan interaksi. Sebaliknya, pengguna yang membalas dengan tanda titik atau balasan standar dianggap tidak antusias, sehingga interaksi biasanya berhenti dengan cepat. Hal ini menunjukkan bahwa dalam ekosistem komunikasi yang efisien, tanda-tanda kecil menjadi indikator penting bagi kelanjutan hubungan.

Pola komunikasi Generasi Z di MiChat dapat dipahami sebagai praktik yang berakar pada prinsip pragmatisme. Relasi yang dibangun bukan tentang investasi emosional, melainkan tentang efektivitas interaksi. Efisiensi ditunjukkan dalam bentuk balasan singkat, percakapan yang langsung menuju tujuan, serta penggunaan tanda nonverbal digital sebagai alat untuk menyingkat proses negosiasi relasi. Transaksionalitas hadir dalam cara hubungan dievaluasi dengan cepat: jika ada kecocokan langsung maka dilanjutkan, jika tidak ada maka segera dihentikan tanpa beban emosional.

Fenomena ini memperlihatkan transformasi penting dalam cara Generasi Z mengelola komunikasi romantis. Mereka tidak lagi memandang aplikasi kencan sebagai ruang eksklusif untuk membangun kedalaman emosional, melainkan sebagai arena interaksi cepat yang

memfasilitasi kebutuhan situasional. MiChat, dengan affordances-nya, menjadi platform yang justru memperkuat kecenderungan relational minimalism ini, di mana relasi yang dibangun adalah tipis tetapi fungsional. Dalam konteks ini, pragmatisme, efisiensi, dan transaksionalitas bukanlah tanda dangkalnya komunikasi, melainkan bentuk adaptasi terhadap logika platform dan kondisi sosial yang menyertainya.

Presentasi Diri dan Strategi Adaptasi Pengguna

Generasi Z tumbuh dalam ekosistem digital yang cair, di mana identitas dapat dinegosiasikan, dimodifikasi, bahkan disembunyikan sesuai kebutuhan ruang dan audiensnya. Dalam konteks MiChat, aplikasi yang lekat dengan stigma sosial sebagai ruang interaksi “abu-abu”, presentasi diri menjadi arena strategis yang sarat dengan perhitungan sosial. Banyak pengguna tidak secara terang-terangan menampilkan identitas asli mereka. Sebaliknya, mereka memilih foto profil netral, menggunakan bahasa singkat, atau membentuk persona alternatif sebagai tameng. Praktik ini tidak semata-mata lahir dari pilihan teknis, melainkan juga sebagai respons adaptif terhadap reputasi negatif MiChat di masyarakat. Seorang informan, misalnya, menyampaikan bahwa dirinya lebih nyaman memakai foto pemandangan daripada foto pribadi, karena khawatir dinilai “ikut-ikutan” stigma yang melekat pada aplikasi ini. Hal ini menunjukkan bahwa presentasi diri di MiChat bukan sekadar soal ekspresi, melainkan bentuk manajemen kesan (*impression management*) yang dijalankan secara hati-hati.

Dunne et al. (2021) dalam kajiannya tentang *impression management* di platform yang terstigma menekankan bahwa ruang digital bukanlah ruang netral, melainkan arena yang sarat nilai dan konotasi. Di platform yang dicap negatif, pengguna cenderung memunculkan identitas cair yang memungkinkan mereka hadir tanpa harus menanggung risiko reputasional di dunia nyata. Temuan di lapangan memperlihatkan bahwa strategi ini banyak digunakan Generasi Z di Sidrap. Mereka cenderung menyamarkan diri, bukan hanya karena ingin melindungi privasi, tetapi juga karena menyadari adanya konsekuensi sosial jika diketahui menggunakan aplikasi yang sering diberitakan media sebagai medium prostitusi daring. Dalam observasi lapangan, penulis menemukan bahwa meski pengguna aktif terlihat sering online, sebagian besar profil menampilkan foto-foto generik: pemandangan laut, hewan peliharaan, atau gambar animasi. Jarang sekali ditemukan foto asli, dan jika pun ada, biasanya hanya menampilkan potongan wajah atau pose samar. Pola ini memperkuat argumentasi bahwa presentasi diri di MiChat merupakan strategi adaptasi atas ruang komunikasi yang rentan stigma.

Strategi lain yang muncul adalah penggunaan bahasa singkat dan efisien dalam interaksi awal. Komunikasi di MiChat cenderung tidak bertele-tele; sapaan sederhana seperti “hai”, “lagi apa?”, atau bahkan hanya emoji sudah cukup untuk membuka percakapan. Menurut salah satu informan, E (laki-laki, 20 tahun), gaya ini dipilih karena “gak mau terlalu kelihatan berharap” dan untuk menghindari kesan serius. Hal ini memperlihatkan bagaimana Generasi Z mengadaptasi gaya komunikasi yang selaras dengan ekspektasi di dalam platform—ringan, cepat, dan tidak menuntut komitmen emosional yang dalam. Dengan kata

lain, strategi komunikasi ini adalah bagian dari cara menjaga impresi agar tetap sesuai dengan norma interaksi khas MiChat, sekaligus menghindari penilaian negatif dari pengguna lain.

Observasi lapangan memperkuat gambaran ini. Ketika penulis mencoba berinteraksi dengan beberapa akun, respons awal hampir selalu singkat dan dingin. Hanya setelah ada rasa aman yang dibangun barulah percakapan berkembang lebih panjang. Ini mengindikasikan bahwa manajemen kesan di MiChat bukan hanya tentang bagaimana pengguna menampilkan diri di profil, tetapi juga bagaimana mereka mengatur intensitas komunikasi sesuai dengan tingkat kepercayaan. Kehati-hatian ini sekaligus menunjukkan adanya kesadaran risiko dalam menggunakan platform dengan reputasi negatif. Di satu sisi, MiChat memberi *affordance* berupa kemudahan akses ke pengguna sekitar; di sisi lain, *affordance* ini juga menciptakan kondisi di mana impresi harus dikelola ketat agar tidak salah dipahami.

Dalam kerangka teori *impression management*, strategi-strategi ini dapat dibaca sebagai upaya Generasi Z untuk menegosiasikan identitas dalam ruang yang penuh ambiguitas. Identitas mereka di MiChat bukan representasi utuh dari diri, melainkan representasi yang sudah disaring, dikalkulasi, bahkan dimanipulasi. Goffman (2020) dalam teori dramaturginya menjelaskan bahwa individu selalu menampilkan diri berbeda tergantung panggung sosialnya. Dalam MiChat, panggung ini unik karena sudah ditandai stigma sejak awal. Oleh karena itu, adaptasi yang muncul pun lebih protektif dibandingkan dengan platform lain yang dianggap lebih “normal” atau netral, seperti Instagram atau WhatsApp. Dengan demikian, presentasi diri di MiChat mencerminkan strategi sosial yang khas: membentuk persona cair untuk bisa hadir, tetapi tetap aman dari risiko sosial.

Lebih jauh, motivasi cair Generasi Z dalam menggunakan MiChat juga berkelindan dengan strategi presentasi diri tersebut. Informan D (perempuan, 19 tahun) menyebut bahwa dirinya awalnya hanya “iseng doang karena gabut,” lalu menggunakan aplikasi ini untuk sekadar melihat siapa saja yang ada di sekitar. Ia menambahkan bahwa kadang pengalaman itu hanya digunakan untuk “naikin self-esteem aja kalau ada yang ngajak kenalan.” Pernyataan ini menunjukkan bahwa motivasi penggunaan MiChat tidaklah kaku, melainkan cair: dari sekadar mengisi waktu luang, mencari teman ngobrol, hingga validasi diri. Sangat sedikit yang benar-benar secara eksplisit menyatakan ingin mencari hubungan serius. Temuan ini selaras dengan gagasan Wei et al. (2024), di mana pengguna media secara aktif memilih platform untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosialnya. Dalam konteks MiChat, gratifikasi instan yang diperoleh bukan hanya hiburan dan pengusir kebosanan, melainkan juga validasi ego dan interaksi sosial tanpa komitmen tinggi.

Motivasi cair ini juga menjadi penjelasan mengapa presentasi diri di MiChat cenderung sederhana dan fleksibel. Karena tujuannya bukan membangun citra jangka panjang atau mencari pasangan serius, banyak pengguna merasa tidak perlu menginvestasikan identitas asli mereka secara penuh. Mereka lebih memilih strategi minimalis: profil singkat, foto netral, interaksi seperlunya. Hal ini sejalan dengan penjelasan Aryani et al. (2025) tentang bagaimana pengguna di platform yang terstigma cenderung mengelola impresi agar tidak terlalu dalam,

menjaga jarak tertentu, sekaligus tetap memenuhi kebutuhan akan keterhubungan sosial.

Observasi di Sidrap menunjukkan tingginya penggunaan MiChat di kalangan remaja, yang ironisnya berbanding lurus dengan laporan Kepolisian Polres Sidrap terkait maraknya kasus prostitusi online yang difasilitasi aplikasi ini. Fakta tersebut memperlihatkan paradoks: di satu sisi MiChat diposisikan sebagai ruang santai untuk ngobrol dan mencari hiburan, namun di sisi lain keberadaannya dibayangi konotasi negatif. Kondisi ini membuat presentasi diri dan strategi adaptasi pengguna menjadi semakin kompleks, karena mereka harus terus menyeimbangkan antara kebutuhan gratifikasi pribadi dan ancaman stigma sosial yang melekat.

MiChat sebagai Ekosistem Komunikasi yang Distinktif

MiChat dalam praktiknya tumbuh menjadi ekosistem komunikasi yang sangat distinktif, terutama ketika diamati dalam konteks Generasi Z di Sidrap. Tidak seperti aplikasi kencan arus utama semisal Tinder atau Bumble yang dipoles dengan citra modern dan relatif “aman” secara sosial, MiChat justru dibayangi stigma negatif yang kental—dari asosiasi dengan prostitusi online hingga penipuan digital. Stigma inilah yang secara paradoks membentuk pola komunikasi unik. Para pengguna tidak semata-mata membangun relasi romantis, melainkan harus bernegosiasi dengan reputasi buruk aplikasi tersebut dan meramu strategi komunikasi yang bisa menjaga peluang relasi tanpa kehilangan muka di dunia sosial. Dengan kata lain, MiChat menjadi ruang yang bukan sekadar tempat mencari teman atau pasangan, melainkan juga arena survival sosial, di mana reputasi dan keselamatan pribadi dipertaruhkan dalam setiap interaksi.

Seorang informan, R (perempuan, 21 tahun), mengaku bahwa ia menggunakan foto profil pemandangan agar tidak langsung dikenali orang sekitar. Menurutnya, memakai foto asli akan mengundang risiko jika akun MiChat-nya diketahui teman kuliah atau keluarganya. Dari sisi komunikasi, R juga menambahkan bahwa percakapan di MiChat seringkali lebih singkat, langsung pada tujuan, bahkan terkadang cenderung pragmatis. Observasi lapangan memperlihatkan hal yang sama: profil-profil pengguna di Sidrap lebih sering dihiasi gambar random, deskripsi singkat tanpa banyak detail, dan percakapan yang berjalan cepat. Fenomena ini sejalan dengan gagasan Márton (2021) yang menekankan bahwa platform digital menciptakan ekosistem dengan aturan dan norma internal yang berbeda dari dunia offline. Dalam kasus MiChat, aturan tak tertulis itu adalah menjaga jarak identitas sekaligus mengantisipasi potensi bahaya.

Tantangan komunikasi dalam ekosistem ini muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari miskomunikasi, ghosting, hingga isu keamanan. Hampir semua informan menyatakan pernah mengalami ghosting, baik sebagai pelaku maupun korban. E (laki-laki, 23 tahun) bercerita bahwa ghosting sudah menjadi hal biasa, bahkan dianggap bagian dari dinamika MiChat. “Kemarin ngobrol asik, besoknya hilang,” katanya, sambil menambahkan bahwa ia sendiri terkadang melakukan hal yang sama jika merasa bosan atau menemukan orang lain yang lebih cocok. Observasi interaksi memperlihatkan bahwa fenomena ghosting ini terkait erat dengan pola komunikasi MiChat yang pragmatis dan minim investasi emosional. Karena interaksi

tidak menuntut komitmen tinggi, menghilang begitu saja dianggap sebagai strategi keluar paling efisien. Teori komunikasi berbasis teks juga menunjukkan keterbatasan ekspresi emosional, yang menyebabkan niat pengirim seringkali disalahartikan oleh penerima (Turnbull et al., 2022). Akibatnya, miskomunikasi menjadi risiko inheren dalam aplikasi ini, diperparah oleh hilangnya isyarat non-verbal seperti intonasi atau ekspresi wajah.

Aspek keamanan juga menjadi perhatian utama. Banyak informan menyebut bahwa mereka berhati-hati karena takut ditipu oleh akun palsu. Pengalaman serupa tercatat dalam observasi, di mana beberapa akun meminta transfer uang “DP” sebelum bertemu, lalu menghilang setelah dana diterima. Fenomena scam ini mempertegas sisi gelap MiChat sebagai ekosistem digital yang rentan terhadap manipulasi. Menariknya, alih-alih menghentikan penggunaan aplikasi, para pengguna justru mengembangkan strategi defensif: menggunakan identitas samar, menolak permintaan finansial, dan hanya bertemu di tempat yang dianggap aman. Ini menunjukkan bahwa ekosistem komunikasi MiChat membentuk budaya kehati-hatian kolektif di antara para penggunanya.

Stigma negatif menjadi dimensi lain yang memberi warna pada ekosistem MiChat. Tidak bisa dipungkiri, aplikasi ini sering diberitakan media sebagai ruang transaksi seksual terselubung atau “open BO”. Percakapan di dalamnya pun sering kali mencerminkan pola komunikasi transaksional: singkat, to the point, dan berfokus pada negosiasi harga atau layanan. Misalnya, observasi penulis menemukan dialog langsung semacam “Posisi di mana? Rate berapa? ST/LT?”, yang jelas-jelas memperlihatkan orientasi transaksi, bukan interaksi personal. Di sisi lain, terdapat juga percakapan ambigu yang mencoba mengelabui dengan meminta uang muka terlebih dahulu. Stigma ini membuat pengguna yang tidak terkait dengan praktik tersebut harus melakukan adaptasi lebih jauh agar tidak disalahartikan.

Namun menariknya, tidak semua interaksi di MiChat jatuh ke dalam ranah transaksional. Beberapa informan mengaku menggunakan aplikasi ini sekadar untuk mengisi waktu luang, mencari teman ngobrol, atau bahkan mengejar validasi sosial. Hal ini memperlihatkan bahwa meskipun ekosistem MiChat sarat stigma, pengguna tetap menemukan ruang untuk kebutuhan psikologis mereka. Motivasi cair inilah yang justru membentuk ekosistem komunikasi yang unik: pengguna menavigasi antara stigma, risiko, dan kebutuhan personal. Dalam perspektif Márton (2021), MiChat dapat dilihat sebagai ekosistem digital yang otonom, di mana aturan sosial yang berlaku berbeda dari norma offline. Jika di dunia nyata percakapan langsung bersifat penuh kode etik dan norma sopan santun, maka di MiChat komunikasi cenderung pragmatis, efisien, dan penuh strategi defensif.

Stigma juga membentuk lapisan simbolik dalam ekosistem MiChat. Pengguna yang memilih tetap bertahan di platform ini menunjukkan kemampuan untuk menyeimbangkan antara peluang relasi dan ancaman reputasi. Dalam banyak kasus, hal ini dilakukan dengan cara mengadopsi persona alternatif, membatasi informasi pribadi, dan menjaga jarak emosional. Ketika ditanya apakah ia khawatir identitasnya diketahui, seorang informan lain, L (laki-laki, 22 tahun), menjawab bahwa ia “sudah biasa main di platform yang agak rawan” dan tahu bagaimana menjaga diri. Pernyataan ini menegaskan bahwa bagi sebagian Generasi

Z, MiChat bukan sekadar aplikasi kencan, melainkan ekosistem komunikasi yang menuntut keterampilan adaptasi sosial.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi kolaboratif yang berbasis pada partisipasi pemuda mampu menjawab tantangan pembangunan citra destinasi secara kontekstual dan berkelanjutan, sebagaimana ditunjukkan dalam kasus Pantai Nam Indah di Desa Ohoitahit, Maluku. Melalui pendekatan yang menempatkan pemuda sebagai aktor utama, bukan sekadar pelengkap, komunikasi wisata tumbuh sebagai proses sosial yang transformatif—menggabungkan kekuatan digital dengan narasi lokal yang autentik. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi ini tidak hanya efektif dalam memperluas jangkauan promosi melalui media sosial, tetapi juga memperkuat legitimasi sosial dan memperdalam ikatan antara pariwisata dan nilai-nilai budaya serta ekologi lokal. Kolaborasi antara pemuda, pemerintah desa, dan tokoh masyarakat membentuk ruang komunikasi yang saling percaya, yang tidak hanya memperkuat citra destinasi, tetapi juga mendorong pemberdayaan komunitas di tengah keterbatasan infrastruktur dan tantangan global. Kebaruan dari studi ini terletak pada model keterlibatan pemuda berbasis komunitas yang tidak hanya meningkatkan daya saing destinasi, tetapi juga membuka peluang baru dalam kajian komunikasi pembangunan dan pariwisata berbasis masyarakat, khususnya di wilayah-wilayah pinggiran yang sering kali diabaikan dalam wacana pengembangan pariwisata nasional.

PERNYATAAN ETIKA PENELITIAN

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa pengalaman romantis Generasi Z di Sidrap melalui MiChat tidak dapat dilepaskan dari cara platform ini membentuk ekosistem komunikasi yang khas, di mana afordansi teknologis dan reputasi sosialnya saling bertautan dalam menentukan pola interaksi. Fitur berbasis lokasi yang menjadi inti aplikasi justru menempatkan pengguna pada posisi ambivalen: memberi peluang keterhubungan yang cepat sekaligus memperbesar risiko pelanggaran privasi. Hal ini mendorong Generasi Z mengembangkan strategi komunikasi yang pragmatis, efisien, dan cenderung transaksional, serta menampilkan diri dengan cara yang ambigu sebagai bentuk perlindungan diri di ruang digital yang sarat stigma. Privasi, dalam konteks ini, dipraktikkan bukan sekadar sebagai penutupan diri, melainkan sebagai proses negosiasi sosial yang dinamis, di mana pengguna secara aktif menata batas keterlihatannya kepada orang lain. Dengan demikian, penelitian ini memperlihatkan kebaruan dalam menunjukkan bagaimana afordansi teknologi dan isu privasi berkelindan dalam membentuk praktik komunikasi romantis di platform yang distigmatisasi, serta menegaskan pentingnya memahami arsitektur platform sebagai variabel kunci dalam studi komunikasi antarpribadi generasi muda di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhazmi, A. A., & Kaufmann, A. (2022). Phenomenological Qualitative Methods Applied to the Analysis of Cross-Cultural Experience in Novel Educational Social Contexts. *Frontiers in Psychology*, 13(12), 1230. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.785134>
- Aryani, Y. A., Santoso, A., Gantjowati, E., Setiawan, D., & Susanto, K. P. (2025). Does educational background of chief executive officers influence impression management? *Cogent Business & Management*, 12(1), 2442094. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2442094>
- Cazan, I.-R. (2024). Generation Z And Their Personal Relationships. *Cactus*, 6(1). <https://doi.org/10.24818/CTS/6/2024/1.06>
- Dunne, N. J., Brennan, N. M., & Kirwan, C. E. (2021). Impression management and Big Four auditors: Scrutiny at a public inquiry. *Accounting, Organizations and Society*, 88, 101170. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.aos.2020.101170>
- Essig, E. (2024). What do you own if you have nothing? Psychological ownership in the context of institutional minimalism in the armed forces. *Journal of Business Research*, 183(12), 114866. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114866>
- Fan, Alei, Shin, Hhye Won, Shi, Jieyu (Jade), & Wu, Laurie. (2022). Young People Share, But Do So Differently: An Empirical Comparison of Peer-to-Peer Accommodation Consumption Between Millennials and Generation Z. *Cornell Hospitality Quarterly*, 64(3), 322–337. <https://doi.org/10.1177/19389655221119463>
- Fenton, A., & Parry, K. D. (2022). Netnography: An Approach to Ethnography in the Digital Age. In *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods* (pp. 214–227). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781529782943.n17>
- Filice, E., Johnson, C. W., Parry, D. C., & Oakes, H. (2022). Shades of digital deception: Self-presentation among men seeking men on locative dating apps. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 28(6), 1598–1620. <https://doi.org/10.1177/13548565221102714>
- Fuady, A., Arifin, B., Yunita, F., Rauf, S., Fitriangga, A., Sugiharto, A., Yani, F. F., Nasution, H. S., Putra, Iw. G. A. E., Mansyur, M., & Wingfield, T. (2023). Stigma towards people with tuberculosis: a cross-cultural adaptation and validation of a scale in Indonesia. *BMC Psychology*, 11(1), 112. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01161-y>
- Goffman, E. (2020). The Arts of Impression Management. In *Organizational Identity* (pp. 35–55). Oxford University PressOxford. <https://doi.org/10.1093/oso/9780199269464.003.0004>
- Halversen, Audrey, King, Jesse, & Silva, Lauren. (2021). Reciprocal self-disclosure and rejection strategies on bumble. *Journal of Social and Personal Relationships*, 39(5), 1324–1343. <https://doi.org/10.1177/02654075211055759>
- Handoyo, Restu, Ali, Afia, Scior, Katrina, & Hassiotis, Angela. (2021). A qualitative exploration of stigma experience and inclusion among adults with mild to moderate intellectual disability in an Indonesian context. *Journal of Intellectual Disabilities*, 26(2), 293–306. <https://doi.org/10.1177/17446295211002349>
- Henningsson, S., Kettinger, W. J., Zhang, C., & Vaidyanathan, N. (2021). Transformative rare events: Leveraging digital affordance actualisation. *European Journal of Information Systems*, 30(2), 137–156. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2020.1860656>
- Hukunala, G., & Nahuway, J. (2024). Dari Tatap Muka ke Tatap Layar: Transformasi Interaksi

- Sosial Remaja di Era Digital. *Populis: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 17(1 SE-Articles). <https://doi.org/10.30598/populisvol17iss1pp110-124>
- Hukunala, M., & Angkotasan, S. (2022). Aspirasi Afektif dan Hasrat yang Dimediasi: Peran Media Sosial dan Drama Korea dalam Membentuk Idealisme Romantis Kalangan Mahasiswa di Ambon. *Populis: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 17(1), 105–120. <https://doi.org/10.30598/populisvol17iss1pp105-120>
- Latuheru, M. S., Manuputty, F., & Angkotasan, S. (2024). Interactions Between Generations in Digital Literacy Education: A Case of Millennial Families in Suli, Central Maluku. *Baileo : Jurnal Sosial Humaniora*, 1(2), 141–154. <https://doi.org/10.30598/baileofisipvol1iss2pp141-154>
- Lee, K.-T., & Furukawa, H. (2025). Simplifying and Sharing: A Cross-Cultural Study on Promotion-Focused Minimalism. *Journal of International Consumer Marketing*, 8(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/08961530.2025.2509253>
- Lim, W. M. (2025). What Is Qualitative Research? An Overview and Guidelines. *Australasian Marketing Journal*, 33(2), 199–229. <https://doi.org/10.1177/14413582241264619>
- Mahapatra, B. P., Banerjee, V., & Kaur, G. (2024). Assessment of Gen Z's Behaviors and Preferences on Online Dating App OKCupid. In *Pioneering Approaches in Data Management* (pp. 285–318). <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-5563-3.ch014>
- Márton, Attila. (2021). Steps toward a digital ecology: ecological principles for the study of digital ecosystems. *Journal of Information Technology*, 37(3), 250–265. <https://doi.org/10.1177/02683962211043222>
- Mayndarto, E. C. (2025). Big Data Analytics Capabilities and Firm Competitiveness in The Digital Age: A Socio-Economic Perspective from Emerging Markets. *Baileo: Jurnal Sosial Humaniora*, 2(3), 382–399. <https://doi.org/10.30598/baileofisipvol2iss3pp382-399>
- Meurer, M. M., Waldkirch, M., Schou, P. K., Bucher, E. L., & Burmeister-Lamp, K. (2022). Digital affordances: how entrepreneurs access support in online communities during the COVID-19 pandemic. *Small Business Economics*, 58(2), 637–663. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00540-2>
- Nyatsanza, R., Nyoni, F. T., & Chiremba, T. (2025). Crisis, Identity, and Intoxication: Youth Drug Abuse and Socio-Economic Marginalization in Post-2000s Zimbabwe. *Baileo: Jurnal Sosial Humaniora*, 2(3), 400–415. <https://doi.org/10.30598/baileofisipvol2iss3pp400-415>
- Pattihua, M., & Manuputty, F. (2022). Intimasi Digital dan Keterbukaan Diri pada Dewasa Awal: Perspektif Sosiokultural dari Pengguna Litmatch di Kota Ambon. *Populis: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 17(1 SE-Articles). <https://doi.org/10.30598/populis.17.1.52-68>
- Peredy, Z., Vigh, L., Quingyu, W., & Muiy, J. (2024). Analysing Generation Z Communication Attitudes, Values and Norms. *Acta Periodica*, 30, 4–19. <https://doi.org/10.47273/AP.2024.30.4-19>
- Qin, R. (2023). Overcoming the digital transformation paradoxes: a digital affordance perspective. *Management Decision*, 63(6), 1985–2007. <https://doi.org/10.1108/MD-05-2022-0576>
- Rai, Sarju Sing, Syurina, Elena V, Peters, Ruth M H, Putri, Annisa Ika, Irwanto, Irwanto, & Zweekhorst, Marjolein B M. (2021). How do Positive Deviants Overcome Health-Related Stigma? An Exploration of Development of Positive Deviance Among People With Stigmatized Health Conditions in Indonesia. *Qualitative Health Research*, 32(4), 622–634.

- <https://doi.org/10.1177/10497323211058164>
- Santosa, A., Sopamena, Y., Visser, M., Dadun, D., Damayanti, R., Yang, L., Zweekhorst, M., & Peters, R. (2024). Interdisciplinary perspectives on “what matters most” in the cultural shaping of health-related stigma in Indonesia. *BMJ Global Health*, 9(9), e012394. <https://doi.org/10.1136/bmjgh-2023-012394>
- Shin, H., Eastman, J., & Li, Y. (2021). Is it love or just like? Generation Z’s brand relationship with luxury. *Journal of Product & Brand Management*, 31(3), 394–414. <https://doi.org/10.1108/JPBM-08-2020-3049>
- Silveira, P., Morais, R., & Petrella, S. (2022). A Communication Study of Young Adults and Online Dependency during the COVID-19 Pandemic. *Societies*, 12(4), 109. <https://doi.org/10.3390/soc12040109>
- Sinaga, C. Y., Watloly, A., & Litaay, S. C. H. (2024). The Communication Patterns Between Parents And Migrant Children in The Digital Era: Strengthening Emotional Connections Through Technology. *Baileo: Jurnal Sosial Humaniora*, 2(1), 27–38. <https://doi.org/10.30598/baileofisipvol2iss1pp27-38>
- Sufa, S. A., Sumartias, S., Zubair, F., Perbawasari, S., & Aristi, N. (2025). Government Communications to Address Online Prostitution: Social Strategies for Awareness. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 19(2), 1266. <https://doi.org/10.35931/aq.v19i2.4113>
- Tanner, M. (2024). The actualisation of mobile dating application affordances to support racial digital dating intentions: the case of tinder. *Behaviour & Information Technology*, 43(5), 831–844. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2023.2190417>
- Toma, C. L. (2022). Online dating and psychological wellbeing: A social compensation perspective. *Current Opinion in Psychology*, 46, 101331. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101331>
- Turnbull, Jonathon, Searle, Adam, Hartman Davies, Oscar, Dodsworth, Jennifer, Chasseray-Peraldi, Pauline, von Essen, Erica, & Anderson-Elliott, Henry. (2022). Digital ecologies: Materialities, encounters, governance. *Progress in Environmental Geography*, 2(1–2), 3–32. <https://doi.org/10.1177/27539687221145698>
- Wei, D., Chan, L.-S., Du, N., Hu, X., & Huang, Y.-T. (2024). Gratification and its associations with problematic internet use: A systematic review and meta-analysis using Use and Gratification theory. *Addictive Behaviors*, 155, 108044. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2024.108044>
- Yanwarin, B., & Rahawarin, Y. (2025). Perangkat Digital dan Kapital Simbolik: Pembentukan Identitas dan Eksklusi Sosial di Kalangan Remaja Kota dan Pinggiran di Ambon. *Populis: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 17(2 SE-Articles). <https://doi.org/10.30598/populis.17.2.231-246>
- Yudha, T., Rahmatunnisa, M., & Setiabudi Sumadinata, W. (2024). Unearthing Stigma About Prostitution Among Indonesian State Actors: A Critical Narrative Analysis. *Deviant Behavior*, 12(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/01639625.2024.2385927>