

Pengguna Tinder Gen Z Indonesia Punya Cara Tersendiri Menikmati 2020

Kuat menghadapi kenyataan, tetap gaul, dan menikmati tahun ini dengan cara baru



Jakarta, 8 Desember 2020 - Tahun 2020 adalah tahun yang penuh tantangan, tetapi pengguna Tinder dari kalangan Gen Z di Indonesia ternyata tidak tinggal diam. Ketika dihadapkan pada tantangan yang belum pernah terjadi sebelumnya seperti tahun ini, mereka cepat beradaptasi dan justru menjadi lebih kreatif dengan cara mereka bersosialisasi di Tinder. Faktanya, pendapatan Match Group (pemilik Tinder), tingkat penggunaan fitur pesan dan jumlah Swipe di Tinder pada kuartal ketiga tahun ini justru mengalami kenaikan hingga dua digit dibandingkan akhir bulan Februari di tahun yang sama.

Ketika kehidupan sosial di dunia nyata atau *In Real Life* terpaksa harus berhenti sejenak, para Gen Z di Indonesia memanfaatkan aplikasi Tinder untuk berbagi momen terbaik di tahun 2020. Mereka menggunakan Tinder untuk ngobrol, *hangout*, bertukar akun TikTok, atau bersosialisasi di Animal Crossing, tentunya sambil tetap menjaga jarak sosial dan fisik. Bio di profil Tinder menjadi salah satu cara pengguna Tinder untuk menunjukkan jati diri dan berbagi hal-hal yang mereka anggap penting. Hasilnya, di tahun 2020 ini, malahan bio-bio yang ditulis pengguna di Tinder belum pernah sekreatif, sedinamis, dan seblak-blakan sekarang. Walaupun tahun ini mereka harus mengalami tantangan berat, pengguna Tinder Gen Z di Indonesia ternyata masih tetap menjadi diri mereka sendiri.

Looking at a year's worth of Tinder bios, the themes of creativity and resilience stand out. Here are the 10 most essential trends that happened on Tinder in 2020:

Mengintip bio-bio pengguna Tinder selama satu tahun terakhir, kreativitas dan ketangguhan menjadi tema yang paling menonjol. Berikut ini adalah 10 tren paling penting yang terjadi di Tinder di tahun 2020:

10 Tren Penting di Tinder di tahun 2020

- 2020 adalah tahun yang sangat .** Setidaknya begitulah yang dirasakan pengguna Tinder, karena pengguna menggunakan emoji hampir 3x lebih sering di tahun 2020 dibandingkan tahun sebelumnya. Kelihatannya semua memang syok akibat perubahan yang terjadi di seluruh dunia di tahun 2020 ini. Misalnya, perubahan drastis pada sistem kuliah atau bagaimana tahun ini mereka semua terpaksa jadi anak rumahan.
- Tinder adalah tempat untuk berbagi 'kebingungan'.** Salah satu emoji yang paling banyak digunakan oleh pengguna Tinder di Indonesia adalah, yang melambangkan 'kebingungan' atau sikap 'pasif-agresif' terhadap segala hal. Emoji dipakai juga untuk membuka percakapan, seperti: *Gimana kita tetap bisa bersikap positif jika masalah terus berdatangan? ngobrol yuk!* Emoji ini juga banyak digunakan untuk saling memberikan semangat: *Apapun yang terjadi, tetap tenang dan swipe right.*
- Gen Z di Indonesia tetap positif, dan enjoy kumpul-kumpul virtual.** Apakah dengan berbagi satu atau dua gelas atau tetap gaya dengan segelas, niat pengguna Tinder muda untuk bersosialisasi tetap kuat. Di tahun 2020 ini, "Zoom" disebut 9x lebih banyak daripada tahun kemarin, umumnya untuk virtual *hangout* seperti: menemani seseorang datang ke pernikahan sepupu di Zoom atau ngobrol santai dengan teman dari berbagai negara dan budaya pakai Tinder Passport.
- Masker menjadi benda yang paling wajib dipakai ketika ketemuan.** Pada saat pemerintah Indonesia mengumumkan penerapan PSBB, Gen Z di Indonesia dengan cepat menambahkan himbauan di bio Tinder mereka dengan menuliskan "Masker", di mana penyebutan kata ini meningkat 14x dibandingkan tahun 2019. Dan gak jarang juga ditulis dalam huruf besar seperti: *CUCI TANGAN. PAKAI MASKER. JAGA JARAK SOSIAL. Sekarang, aku udah dapat perhatian kamu! Nih resep bikin dalgona.* atau banyak juga yang menuliskan dengan sedikit menggoda seperti: *Kalo Corona gak bisa bikin kamu keluar rumah, aku bisa gak? Aku pakai masker kok kalo pergi.*

5. **Berjarak sosial, tetapi tidak terpisah, malahan Gen Z tetap aktif bersosialisasi dengan orang dari penjuru dunia.** Ketika periode #DiRumahAja sedang ketat-ketatnya di tanggal 12 April 2020, pengguna Tinder di Indonesia kelihatan lebih aktif dan cerewet di Tinder. Mereka berbagi status “*Work from Home*” di bio mereka dan kata-kata ini disebutkan 14x lebih banyak pada tahun 2020 daripada 2019. Selain itu, pengguna Tinder Indonesia juga senang bisa terhubung dengan orang-orang dari berbagai penjuru dunia seperti dari Seoul, Tokyo, dan Singapura melalui fitur Passport selama periode tersebut.
6. **Tinder adalah pasangan yang tepat untuk TikTok dan begitu juga sebaliknya.** TikTok disebut di bio Tinder sebanyak 21x lebih banyak di 2020 dibandingkan tahun lalu. Sepertinya pengguna Tinder dari kalangan Gen Z serius mencari seseorang untuk mengajari mereka nge-*dance* di TikTok (kalau kamu memang jago) atau TikTok yang meracuni mereka untuk *download* Tinder. Jadi, *It's a Match...* untuk Tinder dan TikTok.
7. **Animal Crossing dan Among Us jadi tempat kumpul-kumpul virtual.** Meskipun pandemi menahan mereka untuk ketemuan fisik, tapi para pengguna Gen Z di Tinder menemukan cara kreatif sebagai solusinya. Dari Maret hingga Mei 2020, Tinder melihat peningkatan sebanyak 5x penyebutan Animal Crossing di bio dan pengguna Gen Z menyebutkannya 2x lebih banyak daripada pengguna Milenial. Sementara itu, mereka juga aktif menggunakan Tinder untuk mencari teman bermain Among Us.
8. **Tinder semakin mendekatkan para K-popers dan pecinta Drakor (Drama Korea).** Fandom sudah seperti hobi baru, dan dapat menemukan *match* yang mengidolakan bintang K-pop yang sama atau menyukai drama korea yang sama adalah suatu hal yang sempurna. Pengguna Tinder aktif menggunakan bio mereka untuk menunjukkan siapa bintang K-pop idola atau K-drama favorit mereka, terlihat dari penyebutan kata “Drama Korea” 5x lebih tinggi dan “K-popers” 2x lebih tinggi di tahun ini dibandingkan tahun lalu. Sepertinya banyak penggemar BTS atau Army nih di Tinder.
9. **Gowes di masa Corona. Tatanan Baru, Kebiasaan Baru. Aktivitas luar ruangan menjadi favorit.** Dalam keadaan adaptasi ke kebiasaan baru, seperti halnya Gen Z Indonesia telah menemukan hobi baru yaitu bersepeda sebagai olahraga *outdoor* favorit mereka di tahun 2020. Tinder menemukan bahwa mereka menyebutkan kata “bersepeda” 2x lebih tinggi dibandingkan tahun lalu dan terang-terangan di bio kalau mereka ingin mengajak *match* mereka gowes bareng.
10. **“Sunday Best” membawa nuansa chill dan positif di bio pengguna Tinder.** Sebagai salah satu lagu paling populer di Tinder, lagu dari grup musik Surfaces ini diam-diam menjadi aspirasi pengguna Tinder untuk tidak stres selama mereka harus di rumah aja. Sama seperti lirik lagu tersebut: *Feeling blessed, never stressed. Got that sunshine on my Sunday best.*

###

TENTANG TINDER

Tinder diperkenalkan di sebuah kampus pada tahun 2012 dan merupakan aplikasi terpopuler di dunia untuk bertemu orang baru. Dapat diakses di 190 negara dengan 40+ bahasa, aplikasi Tinder telah diunduh lebih dari 400 juta kali dan telah menghasilkan 55 miliar match. Saat ini, Tinder memiliki 6,6 juta subscribers dan merupakan aplikasi non-gaming dengan penghasilan tertinggi di dunia.

Untuk informasi media, hubungi:

Weber Shandwick Indonesia

wswjktinder@webershandwick.com

Papri Dev, Senior Director Communications APAC

papri.dev@gotinder.com

Additional assets available online:  [Photos \(1\)](#)

<https://id.tinderpressroom.com/berita?item=122518>