

## KUESIONER STUDI MEDIA SOSIAL KENCAN (VERSI 11-3-2020)

Yth. Bapak/Ibu/Sdr. Responden

Perkenalkan kami dari Kelas E-Marketing Prodi S1/IUP FEB-UGM memohon kesediaan anda untuk berpartisipasi pada kegiatan survei yang kami selenggarakan untuk memotret profil perilaku pengguna media sosial kencan di Indonesia. Materi isian kuesioner hanya dipergunakan sepenuhnya untuk tujuan akademik, kemudian alamat kontak anda akan kami rahasiakan sepenuhnya.

Yogyakarta, 3 March 2020

Dosen Pengampu

Dr. Sahid S. Nugroho, M.Sc.

### Profil Responden

1. Nama: .....
2. Email: .....
3. Asal Domisili:
  - ☐ Bali
  - ☐ Jawa Timur
  - ☐ DI Yogyakarta
  - ☐ Jawa Tengah
  - ☐ Jawa Barat
  - ☐ Banten
  - ☐ DKI Jakarta
  - ☐ Di luar Pulau Jawa dan Bali
4. Jenis Kelamin:
  - ☐ Pria
  - ☐ Wanita
5. Usia:
  - ☐ 16-20 tahun
  - ☐ 21-25
  - ☐ 26-30
  - ☐ 31-35
  - ☐ 36-40
  - ☐ 41-45
  - ☐ 46-50
  - ☐ 51-55
  - ☐ 56-60
  - ☐ 61-65
  - ☐ >65

6. Pekerjaan:

- ☐ Siswa SMA
- ☐ Mahasiswa
- ☐ Pegawai Operasional
- ☐ Pegawai Manajerial
- ☐ Pengusaha
- ☐ Professional (Atlit, Pengacara, Konsultan, Artis)
- ☐ Ibu RT
- ☐ Lainnya

7. Pengeluaran rutin bulanan pribadi di luar urusan cicilan kredit atau investasi:

- ☐ Rp 0 s.d. Rp 500.000
- ☐ Rp 500.001 s.d. Rp 1.000.000
- ☐ Rp 1.000.001 s.d. Rp 1.500.000
- ☐ Rp 1.500.001 s.d. Rp 2.500.000
- ☐ Rp 2.500.001 s.d. Rp 5.000.000
- ☐ Rp 5.000.001 s.d. Rp 7.500.000
- ☐ Rp 7.500.001 s.d. Rp 10.000.000
- ☐ Di atas Rp 10.000.000

8. Status pernikahan:

- ☐ Belum menikah tanpa pacar
- ☐ Belum menikah dan sudah ada pacar
- ☐ Menikah dan ada anak
- ☐ Menikah belum punya anak
- ☐ Cerai dan ada anak
- ☐ Cerai dan belum ada anak

**PERTANYAAN SURVEI**

9. Apakah anda menjadi anggota dari salah satu media sosial kencan?

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

10. Bila ya, sudah berapa lama anda menjadi anggota media social kencan:

- ☐ 0-6 bulan
- ☐ 7-12 bulan
- ☐ 13-18 bulan
- ☐ 18-24 bulan
- ☐ Lebih dari 24 bulan

11. Media sosial kencan mana yang sering anda ikuti selama ini **(boleh pilih lebih dari satu)**:

- ☐ Tinder
- ☐ OKCupid
- ☐ Badoo
- ☐ Setipe
- ☐ Tantan
- ☐ YoCutie
- ☐ Hppn
- ☐ Tagged
- ☐ Hi5
- ☐ Bumble
- ☐ BeeTalk
- ☐ Hinge
- ☐ Match
- ☐ Meo Chat
- ☐ Kepo
- ☐ TaarufNikah
- ☐ CariJodoh
- ☐ Woman Radar
- ☐ Hot or Not
- ☐ Miss Travel
- ☐ Wooplus
- ☐ Muz Match
- ☐ Meet me Outside
- ☐ Coffee meet bagel
- ☐ Happn
- ☐ Plenty of Fish
- ☐ Lainnya, yakni .....

12. Apa tujuan utama anda bergabung dengan media sosial kencan

- ☐ Mencari jejaring pertemanan untuk bisnis
- ☐ Mencari teman biasa
- ☐ Mencari pacar untuk tujuan jangka pendek (semisal senang-senang)
- ☐ Mencari pacar untuk tujuan jangka panjang (semisal pernikahan)
- ☐ Mencari pasangan untuk segera menikah (suami atau istri)
- ☐ Lainnya, yakni .....

13. Alasan yang anda miliki sehingga mengandalkan media sosial kencan untuk mencari teman atau pasangan:

- Sulit bertemu dengan orang lain karena tinggal di lokasi terpencil
- Sulit bertemu dengan orang lain karena keterbatasan pergaulan
- Sulit bertemu dengan orang lain karena kesibukan pekerjaan
- Kurang percaya diri dalam pergaulan
- Malu untuk berkenalan secara langsung
- Lainnya, yakni .....

14. Sejauhmana keseriusan yang anda lakukan dalam menjalin hubungan di media sosial kencan:

- Sangat serius
- Serius
- Netral
- Tidak serius
- Sangat tidak serius

15. Berapa rata-rata nilai uang yang anda keluarkan per bulan untuk biaya berlangganan atau biaya layanan tertentu berbayar pada media sosial kencan:

- Tidak ada karena hanya menggunakan layanan yang gratis saja
- Rp 1 - 50.000
- Rp 50.001 – 100.000
- Rp 100.001 – 150.000
- Rp 150.001 – 200.000
- Rp 200.001 – 250.000
- Rp 250.001 – 500.000
- Di atas Rp 500.000

16. Seberapa sering rata-rata dalam seminggu untuk mengunjungi media sosial kencan:

- Setiap hari
- 5-6 kali
- 3-4 kali
- 1-2 kali
- Hanya pada saat akhir minggu atau hari libur
- Tidak tentu

17. Seberapa lama waktu rata-rata anda sediakan untuk mengakses media sosial kencan pada satu kesempatan kunjungan:

- Kurang dari 1 jam
- 1-2 jam
- 3-4 jam
- 5-6 jam
- Lebih dari 6 jam

18. Bagaimana persepsi anda mengenai kepatutan secara norma budaya mengenai orang mencari pasangan melalui media sosial kencan:

- Tidak patut sekali
- Tidak patut
- Netral
- Patut
- Patut sekali

19. Apa hal yang anda takutkan ketika menggunakan layanan media sosial kencan **(boleh memilih lebih dari satu)**:

- Bertemu dengan orang jahat dengan motif pemerasan uang
- Bertemu dengan orang jahat dengan motif kekerasan seksual
- Bertemu dengan orang iseng yang sudah menikah
- Bertemu dengan orang bujangan yang suka berganti pasangan untuk motif kesenangan belaka.
- Bertemu dengan orang dengan niat poligami
- Dianggap sebagai orang gagal bergaul.
- Dianggap sebagai orang putus asa.
- Dianggap sebagai pelaku prostitusi.
- Lainnya, yakni .....

20. Bagaimana cara anda melakukan evaluasi pada target pasangan yang diminati **(boleh memilih lebih dari satu)**:

- Melihat potret wajah pemilik akun
- Melihat potret postur tubuh pemilik akun
- Melihat gaya berpakaian pemilik akun
- Mempertimbangkan usia pemilik akun
- Mempertimbangkan kota domisili pemilik akun
- Mempertimbangkan identitas agama
- Mempertimbangkan latarbelakang pendidikan
- Mempertimbangkan informasi profesi pemilik akun
- Memperkirakan sosok karakter pemilik akun dari opini atau potret pada profil (bila tersedia)
- Mempertimbangkan komentar-komentar unik pada profil pemilik akun
- Lainnya, yakni.....

**21. Bagaimana cara anda melakukan proses pengenalan awal dengan anggota lainnya (boleh memilih lebih dari satu):**

- Menunggu saja bilamana ada pesan pengenalan masuk.
- Aktif merespon penawaran dari media sosial kencan tentang akun anggota yang populer dengan menanda tanda suka.
- Aktif menandai tanda suka pada akun anggota yang anda sukai saat ditampilkan pada katalog.
- Aktif mengirim pesan pengenalan pada anggota yang disukai.
- Mencari akun anggota yang disukai di sosial media lainnya untuk dihubungi lebih lanjut.
- Lainnya, yakni.....

**22. Apa langkah awal yang biasanya atau mungkin anda lakukan, ketika mulai bisa berkomunikasi dengan anggota yang disukai :**

- Berbincang dulu melalui fitur komunikasi yang ada pada media sosial kencan ybs.
- Berbincang dulu di email
- Berbincang dulu di messenger seperti WA atau Line
- Berbincang dulu di telpon
- Bertemu langsung di suatu tempat umum
- Berkunjung langsung ke rumah orang ybs.
- Lainnya, yakni.....

**23. Masalah-masalah yang sering anda jumpai sebagai pengguna media sosial kencan adalah (boleh pilih lebih dari satu):**

- Biaya langganan yang mahal
- Biaya layanan fitur tertentu yang mahal
- Keberadaan akun yang tidak ada pemiliknya
- Keberadaan akun yang sengaja dipalsukan guna menutupi identitas sesungguhnya
- Potret wajah tidak jelas karena pose potret yang tidak mendukung
- Potret wajah tidak jelas karena sengaja ditutup dengan kacamata, masker atau cadar
- Potret wajah dipalsukan tidak sesuai dengan pemilik akun aslinya
- Tidak mendapatkan respon sama sekali atas pesan yang sudah dikirim pada orang yang diminati
- Tidak mendapatkan respon yang cepat atas pesan yang sudah dikirim pada orang yang diminati
- Orang yang baru dikenal berkomunikasi secara kasar atau tidak sopan.
- Orang yang baru dikenal langsung mengajak kencan.
- Penyalahgunaan akun untuk penawaran jasa prostitusi
- Lainnya, yakni .....

Mohon anda memberikan penilaian ini berdasarkan pertimbangan yang anda miliki saat memilih papan pasar daring (PPD) sebagai PEMBELI. Pilih tingkat kepentingan yang paling sesuai untuk atribut-atribut papan pasar daring berikut, dengan pedoman:

5: sangat penting

4: penting

3: netral

2: tidak penting

1: sangat tidak penting

| No.                                       | Pernyataan   | SP | P | N | TP | STP |
|---|--|----|---|---|----|-----|
| <b>KEANGGOTAAN</b>                        |  |    |   |   |    |     |
| 24  | Jaminan keaslian pemilik akun (bukan akun palsu).  | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 25  | Jumlah anggota yang cukup besar.   | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 26  | Cakupan keanggotaan secara internasional   |    |   |   |    |     |
| <b>KUALITAS LAYANAN</b>                   |  |    |   |   |    |     |
| 27  | Kemudahan proses registrasi  | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 28  | Fasilitas analisis perkiraan kecocokan bila berpasangan  | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 29  | Filter pengaturan katalog anggota berbasis aspek tertentu semisal usia atau domisili.                              | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 30  | Kelengkapan keterangan profil pemilik akun.  | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 31  | Kejelasan potret pemilik akun.   | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| <b>HARGA BERLANGGANAN</b>                 |  |    |   |   |    |     |
| 32  | Biaya berlangganan gratis untuk status keanggotaan biasa (umum).   | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 33  | Keterjangkauan biaya berlangganan untuk status keanggotaan premium.  | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 34  | Keterjangkauan biaya atas layanan fitur tertentu   |    |   |   |    |     |
| <b>KUALITAS LAMAN ATAU APP</b>            |  |    |   |   |    |     |
| 35  | Layout display papan pasar daring yang mudah dipahami.   | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 36  | Fasilitas dasbor anggota yang lengkap.   | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 37  | Kemudahan navigasi dari halaman ke halaman selanjutnya sesuai informasi yang dicari.                               | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 38  | Kecepatan perpindahan dari halaman ke halaman (unduhan data)   | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 39  | Fasilitas arsip anggota yang diminati (like atau superlike)  | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 40  | Fasilitas komunikasi pesan antar anggota   | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 41  | Fasilitas notifikasi melalui email atau SMS untuk informasi penting terkait inisiasi komunikasi dari anggota lain. | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| <b>PROTEKSI PRIVASI DATA</b>              |  |    |   |   |    |     |
| 42  | Jaminan perlindungan data privasi anggota.   | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| <b>LAYANAN PELANGGAN</b>                  |  |    |   |   |    |     |
| 43  | Kemudahan menghubungi petugas layanan pelanggan.   | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 44  | Layanan yang responsif dari petugas layanan pelanggan.   | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| <b>PROMOSI PENJUALAN &amp; PERIKLANAN</b> |  |    |   |   |    |     |
| 45  | Penawaran promosi penjualan dalam bentuk diskon biaya keanggotaan premium atau fitur layanan tertentu.             | 5  | 4 | 3 | 2  | 1   |

