



HUBUNGAN *REJECTION SENSITIVITY* DENGAN *SELF-ESTEEM* PADA PENGGUNA APLIKASI KENCAN *ONLINE*

Ollin Oliviani¹, Rindang Ayu²

¹Departemen Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Padang

²Departemen Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Padang

e-mail: ollinoliviani2002@gmail.com

Diterima: 15/09/2026; Direvisi: 02/10/2026; Diterbitkan: 25/10/2026

ABSTRAK

Aplikasi kencan online menjadi salah satu ruang yang digunakan individu untuk mencari pasangan dan membangun hubungan interpersonal. Dalam penggunaannya, individu dapat mengalami berbagai bentuk penolakan, seperti tidak mendapatkan *match*, tidak memperoleh respons, *unmatching*, hingga *ghosting* maupun *blocking*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem* pada pengguna aplikasi kencan online. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 402 pengguna aplikasi kencan online berusia 18–24 tahun yang diperoleh menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan skala *Rejection Sensitivity Questionnaire* (RSQ) dan *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES). Data dianalisis menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem* pada pengguna aplikasi kencan online ($r = -0,512$; $p < 0,001$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *rejection sensitivity* yang dimiliki pengguna aplikasi kencan online, semakin rendah *self-esteem*-nya. Sebaliknya, semakin rendah *rejection sensitivity*, semakin tinggi *self-esteem*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami faktor psikologis yang berkaitan dengan *self-esteem* pada pengguna aplikasi kencan online.

Kata kunci: aplikasi kencan online, sensitivitas penolakan, harga diri, dewasa awal

ABSTRACT

Online dating apps are one of the platforms individuals use to find partners and build interpersonal relationships. While using them, individuals may experience various forms of rejection, such as not getting a *match*, not receiving a response, *unmatching*, *ghosting*, or *blocking*. This study aims to examine the relationship between *rejection sensitivity* and *self-esteem* among online dating app users. This study employed a quantitative approach with a correlational design. The participants consisted of 402 online dating app users aged 18–24, selected using *purposive sampling*. Data were collected using the *Rejection Sensitivity Questionnaire* (RSQ) and the *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) and analyzed using the *Pearson Product-Moment* correlation test. The results revealed a significant negative relationship between *rejection sensitivity* and *self-esteem* among online dating app users ($r = -0.512$; $p < 0.001$). These findings indicate that higher *rejection sensitivity* is associated with lower *self-esteem*, while lower *rejection sensitivity* is associated with higher *self-esteem*. This study is expected to contribute to the understanding of psychological factors related to *self-esteem* among online dating app users.

Keywords: online dating apps, rejection sensitivity, self-esteem, young adults





PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara individu membangun relasi interpersonal, termasuk dalam mencari pasangan romantis. Wen (2024) menjelaskan bahwa dunia kencan mengalami perubahan seiring meningkatnya jumlah individu yang mencari pasangan melalui platform daring. Aplikasi kencan *online*, seperti Tinder, Badoo, dan OkCupid, telah menjadi fenomena global yang turut membentuk budaya kencan modern. Data menunjukkan bahwa sekitar 360 juta orang menggunakan aplikasi kencan *online* pada tahun 2025 (Curry, 2026). Di Indonesia, jumlah pengguna aplikasi kencan *online* pada tahun 2024 diperkirakan mencapai 4,6 juta orang, dengan mayoritas pengguna berada pada rentang usia 18–24 tahun, yaitu sebesar 38,8% (Start.io, 2026; Statista Research Department, 2025). Data tersebut menunjukkan bahwa aplikasi kencan *online* telah menjadi ruang sosial baru yang relevan dalam kehidupan masyarakat, khususnya generasi muda.

Sebagai ruang sosial baru, aplikasi kencan *online* memiliki karakteristik interaksi yang berbeda dari proses pencarian pasangan secara konvensional. Finkel et al. (2012) menjelaskan bahwa layanan kencan *online* memiliki tiga fungsi utama, yaitu *access*, *communication*, dan *matching*. Fungsi *access* memberikan kesempatan kepada pengguna untuk menemukan serta mengevaluasi calon pasangan yang mungkin tidak dijumpai dalam lingkungan sosial sehari-hari. Fungsi *communication* memungkinkan pengguna berkomunikasi dengan calon pasangan sebelum melakukan pertemuan langsung. Sementara itu, fungsi *matching* memberikan kesempatan kepada pengguna untuk memilih calon pasangan melalui mekanisme pencocokan yang tersedia pada aplikasi.

Penggunaan aplikasi kencan *online* juga menempatkan individu dalam proses pertukaran dan evaluasi informasi interpersonal. Tong et al. (2019) menjelaskan bahwa pengguna aplikasi kencan *online* memiliki peran ganda sebagai pengirim sekaligus pengamat informasi interpersonal. Pengguna menyusun informasi mengenai dirinya melalui profil pribadi, sekaligus mengamati dan menafsirkan informasi yang ditampilkan oleh calon pasangan. Sejalan dengan hal tersebut, Ward (2017) menemukan bahwa pengguna membangun profil, mengamati cara pengguna lain menampilkan dirinya, serta memilih calon pasangan berdasarkan informasi yang tersedia dalam profil tersebut. Dengan demikian, interaksi dalam aplikasi kencan *online* melibatkan proses saling menilai, yaitu individu mengevaluasi pengguna lain dan pada saat yang sama juga dievaluasi oleh pengguna lain.

Proses evaluasi interpersonal tersebut dapat menghasilkan pengalaman penerimaan maupun penolakan. Pengalaman penerimaan dapat berupa *matches*, *likes*, dan *conversations* (Gao et al., 2024; Thomas et al., 2024). Sebaliknya, pengalaman penolakan dapat muncul melalui *ghosting*, *ignoring*, *swiping left*, *unmatching*, dan *blocking* (van de Wiele & Campbell, 2019). Pengalaman tersebut tidak hanya berkaitan dengan keberhasilan atau kegagalan memperoleh pasangan, tetapi juga dapat memberikan informasi sosial mengenai sejauh mana individu merasa diterima, dihargai, atau ditolak oleh orang lain. Informasi sosial tersebut berpotensi berkaitan dengan cara individu mengevaluasi keberhargaan dirinya (Leary & Baumeister, 2000; Leary et al., 1998).

Salah satu konsep psikologis yang relevan untuk memahami evaluasi diri dalam konteks tersebut adalah *self-esteem*. Rosenberg (1965) mendefinisikan *self-esteem* sebagai sikap individu terhadap dirinya secara keseluruhan yang tercermin melalui evaluasi positif atau negatif terhadap diri sendiri. Sementara itu, Mruk (2006) memaknai *self-esteem* sebagai perasaan berharga atau tidak berharga yang dimiliki individu terhadap dirinya. Dengan



demikian, *self-esteem* berkaitan dengan penilaian individu mengenai nilai dan keberhargaan dirinya.

Self-esteem berperan dalam membentuk cara individu memandang diri, berinteraksi dengan orang lain, dan menjalin hubungan romantis (Harris & Orth, 2019). Individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung memiliki pandangan diri yang lebih positif, lebih mampu menghadapi tekanan, dan lebih mudah membangun hubungan interpersonal yang memuaskan. Sebaliknya, individu dengan *self-esteem* rendah cenderung meragukan nilai dirinya, kurang percaya diri, dan lebih bergantung pada validasi eksternal (Forest et al., 2023). Dalam konteks aplikasi kencan *online*, kebutuhan terhadap validasi eksternal dapat terlihat melalui pencarian pengakuan dari *matches*, *likes*, maupun respons pengguna lain (Salsabilla & Rahardjo, 2024).

Hubungan antara pengalaman penerimaan atau penolakan dan *self-esteem* dapat dijelaskan melalui teori sosiometer. Leary et al. (1995) menjelaskan bahwa *self-esteem* berfungsi sebagai indikator internal yang mencerminkan sejauh mana individu merasa diterima atau ditolak dalam lingkungan sosial. Teori tersebut memandang *self-esteem* sebagai sistem yang memantau isyarat sosial, termasuk ketidaksetujuan, penolakan, dan eksklusi sosial. Dalam aplikasi kencan *online*, isyarat tersebut dapat muncul melalui fitur *swipe*, ketiadaan *match*, *unmatching*, maupun *ghosting*. Oleh karena itu, pengalaman penolakan dalam aplikasi kencan *online* berpotensi berkaitan dengan perubahan penilaian individu terhadap dirinya.

Temuan empiris menunjukkan bahwa pengalaman penolakan dalam aplikasi kencan *online* berkaitan dengan kondisi psikologis penggunanya. Timmermans et al. (2021), melalui penelitian terhadap 328 pengguna aplikasi kencan, menemukan bahwa 89 responden melaporkan penurunan *self-esteem* setelah mengalami *ghosting*. Temuan lain ditunjukkan oleh Lutz dan Büttner (2026), yang menemukan bahwa notifikasi *unmatching* secara signifikan mengancam *self-esteem*, kebutuhan untuk merasa dimiliki, keberadaan yang bermakna, dan kontrol. Pengalaman tersebut juga berkaitan dengan peningkatan afek negatif dan pikiran ruminatif. Meskipun demikian, respons individu terhadap penolakan tidak selalu sama karena dipengaruhi oleh karakteristik psikologis masing-masing individu.

Salah satu karakteristik psikologis yang dapat menjelaskan perbedaan respons terhadap penolakan adalah *rejection sensitivity*. Downey dan Feldman (1996) menjelaskan bahwa individu memiliki tingkat kesiapan yang berbeda dalam mempersepsikan dan merespons penolakan. Berdasarkan pandangan tersebut, *rejection sensitivity* dipahami sebagai disposisi yang mendasari perbedaan individual dalam mengantisipasi, mempersepsikan, dan merespons penolakan interpersonal. McLachlan et al. (2010) mendefinisikan *rejection sensitivity* sebagai kecenderungan disposisional untuk mengantisipasi, mempersepsikan, dan bereaksi secara emosional secara berlebihan terhadap penolakan interpersonal. Kecenderungan tersebut dapat berkaitan dengan pengalaman penolakan pada masa lalu, baik dari orang tua, pengasuh, maupun teman sebaya. Selain itu, individu dengan *rejection sensitivity* tinggi cenderung menafsirkan isyarat sosial yang ambigu sebagai bentuk penolakan (Boyce & Parker, 1989).

Perbedaan respons terhadap penolakan berdasarkan tingkat *rejection sensitivity* telah ditunjukkan dalam beberapa penelitian. Ayduk et al. (2008) menemukan bahwa *rejection sensitivity* berperan dalam hubungan antara pengalaman penolakan dan respons agresif. Pada individu dengan *rejection sensitivity* tinggi, pengalaman penolakan dalam interaksi sosial berkaitan dengan respons agresif yang lebih tinggi, sedangkan pola tersebut tidak ditemukan pada individu dengan *rejection sensitivity* rendah. Dalam konteks pengucilan sosial, Lei et al. (2024) pada 1.315 siswa sekolah menengah di Tiongkok menemukan bahwa *rejection sensitivity* memoderasi hubungan antara *ostracism* dan *self-esteem*. Individu dengan *rejection*



sensitivity tinggi mengalami ancaman terhadap *self-esteem* yang lebih besar akibat *ostracism* dibandingkan individu dengan tingkat *rejection sensitivity* yang lebih rendah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan individu dalam mempersepsikan penolakan perlu diperhatikan ketika mengkaji perubahan atau perbedaan *self-esteem*.

Sejumlah penelitian telah mengkaji hubungan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem*. Sariçam (2012) menemukan bahwa mahasiswa dengan *rejection sensitivity* tinggi cenderung memiliki *self-esteem* yang lebih rendah. Temuan tersebut diperkuat oleh Set (2019), yang menemukan adanya korelasi negatif signifikan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem* pada populasi mahasiswa. Kaur dan Anjum (2024) juga menemukan hubungan negatif signifikan antara kedua variabel tersebut pada dewasa muda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan kecenderungan bahwa semakin tinggi *rejection sensitivity*, semakin rendah *self-esteem* individu.

Meskipun demikian, hasil penelitian mengenai hubungan *rejection sensitivity* dan *self-esteem* belum sepenuhnya konsisten. Mahdavifar (2020), dalam penelitian terhadap pengguna aplikasi kencan, justru menemukan hubungan positif antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem*. Temuan tersebut berbeda dari kecenderungan hubungan negatif yang ditemukan dalam penelitian pada konteks interpersonal secara umum. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem* dapat dipengaruhi oleh karakteristik populasi serta konteks interaksi yang diteliti. Oleh karena itu, penelitian yang secara khusus mengkaji kedua variabel tersebut pada pengguna aplikasi kencan *online*, terutama dalam konteks Indonesia, masih diperlukan.

Penelitian pada pengguna aplikasi kencan *online* di Indonesia penting dilakukan karena aplikasi tersebut menjadi salah satu ruang interaksi sosial yang banyak digunakan oleh generasi muda. Interaksi melalui aplikasi kencan *online* memungkinkan individu menerima berbagai bentuk evaluasi sosial secara cepat dan berulang, baik melalui penerimaan maupun penolakan. Kondisi tersebut menjadikan *rejection sensitivity* dan *self-esteem* sebagai dua aspek psikologis yang relevan untuk dikaji secara bersamaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat *rejection sensitivity* dan *self-esteem*, sekaligus memperjelas hubungan antara kedua variabel tersebut pada pengguna aplikasi kencan *online*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *rejection sensitivity* dan *self-esteem* pada pengguna aplikasi kencan *online*, serta menguji hubungan antara kedua variabel tersebut. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat hubungan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem* pada pengguna aplikasi kencan *online* (H1).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data penelitian berbentuk numerik dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Desain korelasional digunakan untuk mengetahui arah, kekuatan, dan signifikansi hubungan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem* pada pengguna aplikasi kencan *online*. Dalam penelitian ini, *rejection sensitivity* diposisikan sebagai variabel X, sedangkan *self-esteem* sebagai variabel Y.

Populasi penelitian adalah pengguna aplikasi kencan *online*. Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria: (1) berusia 18–24 tahun; dan (2) pernah atau sedang menggunakan aplikasi kencan *online*. Jumlah sampel minimal ditentukan menggunakan rumus Lemeshow, yaitu sebanyak 381 responden. Pada pelaksanaannya, penelitian ini melibatkan 402 responden yang memenuhi kriteria dan dapat digunakan dalam



analisis data.

Pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan penyebaran kuesioner secara daring. Instrumen penelitian terdiri atas *Rejection Sensitivity Questionnaire* (RSQ) untuk mengukur *rejection sensitivity* dan *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) untuk mengukur *self-esteem*. RSQ menggunakan konsep *rejection sensitivity* yang dikembangkan oleh Downey dan Feldman (1996). Item RSQ dalam penelitian ini disusun dan dikembangkan oleh Diani Safitri (2023) berdasarkan dua aspek, yaitu *rejection anxiety* dan *rejection expectation*. Sementara itu, pengukuran *self-esteem* menggunakan RSES yang dikembangkan oleh Rosenberg (1965) dan telah diadaptasi oleh Akhwan.

Analisis data dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS Statistics versi 27. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas Kolmogorov–Smirnov digunakan untuk mengetahui distribusi data, sedangkan uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem* bersifat linear. Setelah uji asumsi terpenuhi, hipotesis penelitian diuji menggunakan korelasi Pearson (*Pearson Product-Moment*) untuk mengetahui arah, kekuatan, dan signifikansi hubungan antara kedua variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, dan aplikasi kencan *online* yang digunakan. Berdasarkan Tabel 1, responden didominasi oleh perempuan. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa partisipan penelitian lebih banyak berasal dari kelompok perempuan dibandingkan laki-laki.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik	Kategori	N	%
Jenis kelamin	Perempuan	307	76,37
	Laki-laki	95	23,63
Total		402	100,00

Berdasarkan Tabel 2, responden berusia 22 tahun merupakan kelompok usia yang paling dominan dalam penelitian ini, sedangkan responden berusia 18 tahun merupakan kelompok dengan jumlah paling sedikit. Dominasi responden pada usia 22 tahun menunjukkan bahwa karakteristik sampel lebih banyak merepresentasikan pengguna aplikasi kencan *online* pada kelompok dewasa awal.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik	Kategori	N	%
Usia	18	3	0,75
	19	10	2,49
	20	31	7,71
	21	101	25,12
	22	147	36,57
	23	70	17,41
	24	40	9,95
	Total	402	100,00

Berdasarkan Tabel 3, Bumble dan Tinder merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan oleh responden. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi kencan *online*



dalam sampel penelitian lebih terkonsentrasi pada kedua platform tersebut, meskipun responden juga menggunakan berbagai aplikasi lainnya. Karena responden diperbolehkan memilih lebih dari satu aplikasi, jumlah penggunaan aplikasi tidak merepresentasikan jumlah responden secara tunggal.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Kencan *Online* yang Digunakan

Karakteristik	Kategori	N	%
Aplikasi kencan <i>online</i> yang digunakan	Tinder	194	48,26
	Bumble	229	56,97
	Tantan	55	13,68
	OkCupid	10	2,49
	Litmatch	65	16,17
	Line Nearby	5	1,24
	Leomatch & <i>dating apps</i> di Telegram	9	2,24
	Coffee Meets Bagel	5	1,24
	Omi	3	0,75
	Boo	4	1,00
	Meeff	1	0,25
	Muzz	1	0,25
	Salams	1	0,25
	Hoop	1	0,25

Catatan: pilihan aplikasi dapat lebih dari satu.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif kedua variabel penelitian disajikan pada Tabel 4. Secara umum, skor *rejection sensitivity* menunjukkan variasi yang cukup besar antarpeserta, sedangkan skor *self-esteem* memiliki variasi yang relatif lebih rendah. Nilai rata-rata kedua variabel menjadi dasar untuk melihat kecenderungan umum kondisi responden sebelum dilakukan analisis kategorisasi dan pengujian hubungan antarvariabel.

Tabel 4. Statistik Deskriptif Variabel *Rejection Sensitivity* dan *Self-Esteem*

Variabel	Min	Max	Mean	SD
<i>Rejection Sensitivity</i>	18	71	52,72	11,01
<i>Self-Esteem</i>	13	32	23,14	4,19

Kategorisasi Variabel

Distribusi kategori pada Tabel 5 menunjukkan pola yang berbeda antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem*. Sebagian besar responden berada pada kategori tinggi untuk *rejection sensitivity*, sedangkan *self-esteem* lebih banyak berada pada kategori sedang. Pola tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan sensitif terhadap penolakan relatif menonjol dalam sampel penelitian, sementara penilaian terhadap keberhargaan diri cenderung berada pada tingkat sedang.

Tabel 5. Kategorisasi *Rejection Sensitivity* dan *Self-Esteem*

Variabel	Kategori	N	%
<i>Rejection Sensitivity</i>	Rendah	42	10,4



	Sedang	132	32,8
	Tinggi	228	56,7
<i>Self-Esteem</i>	Rendah	25	6,2
	Sedang	191	47,5
	Tinggi	186	46,3

Uji Asumsi

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas pada Tabel 6 menunjukkan bahwa data penelitian memenuhi asumsi normalitas. Nilai signifikansi yang berada di atas 0,05 menunjukkan bahwa tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari distribusi normal, sehingga data memenuhi salah satu prasyarat untuk analisis korelasi Pearson.

Tabel 6. Uji Normalitas

N	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
402	0,130	Normal

Uji Linearitas

Hasil uji linearitas pada Tabel 7 menunjukkan bahwa hubungan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem* memenuhi asumsi linearitas. Nilai signifikansi pada *Linearity* sebesar 0,000 menunjukkan adanya hubungan linear yang signifikan, sedangkan nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,672 menunjukkan tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari pola linear. Dengan demikian, hubungan kedua variabel memenuhi prasyarat untuk dilakukan analisis korelasi Pearson.

Tabel 7. Uji Linearitas

Variabel	<i>Linearity</i>	<i>Deviation from Linearity</i>	Keterangan
<i>Rejection Sensitivity dan Self-Esteem</i>	0,000	0,672	Linear

Uji Hipotesis

Hasil uji korelasi Pearson pada Tabel 8 menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem*. Koefisien korelasi sebesar $r = -0,512$ menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel berada pada arah negatif dengan kekuatan hubungan yang cukup berarti. Dengan demikian, skor *rejection sensitivity* yang lebih tinggi cenderung disertai skor *self-esteem* yang lebih rendah pada responden penelitian.

Tabel 8. Hasil Uji Korelasi Pearson antara *Rejection Sensitivity* dan *Self-Esteem*

Variabel	N	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)
<i>Rejection Sensitivity dengan Self-Esteem</i>	402	-0,512	<0,01

Hasil tersebut mendukung hipotesis penelitian yang menyatakan adanya hubungan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem* pada pengguna aplikasi kencan *online*. Arah hubungan yang negatif menunjukkan kecenderungan bahwa semakin tinggi *rejection sensitivity*, semakin rendah *self-esteem*, dan sebaliknya.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem* pada pengguna aplikasi kencan *online*. Hasil analisis korelasi Pearson menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kedua variabel, dengan koefisien korelasi sebesar $r = -0,512$ dan nilai signifikansi $p < 0,01$. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengguna dengan tingkat *rejection sensitivity* yang lebih tinggi cenderung memiliki *self-esteem* yang lebih rendah. Sebaliknya, pengguna dengan *rejection sensitivity* yang lebih rendah



cenderung memiliki *self-esteem* yang lebih tinggi. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan adanya hubungan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem* pada pengguna aplikasi kencan *online* didukung oleh hasil penelitian.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Sariçam et al. (2012) terhadap 1.149 mahasiswa yang menemukan hubungan negatif dan signifikan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem*. Hasil serupa ditemukan oleh Set (2019), yang menunjukkan adanya hubungan negatif antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem*, terutama pada individu dengan gaya kelekatan cemas (*anxious attachment*). Kesamaan pola hasil tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan individu untuk mengantisipasi dan mempersepsikan penolakan berkaitan dengan cara individu menilai keberhargaan dirinya. Namun, hasil penelitian ini perlu dipahami sebagai hubungan antarkedua variabel, bukan sebagai bukti bahwa *rejection sensitivity* secara langsung menyebabkan rendahnya *self-esteem*.

Hubungan tersebut dapat dijelaskan melalui konsep *rejection sensitivity* yang dikemukakan oleh Downey dan Feldman (1996). Individu dengan *rejection sensitivity* tinggi cenderung mengantisipasi, mempersepsikan, dan merespons penolakan secara lebih kuat, termasuk ketika situasi sosial masih bersifat ambigu. Kecenderungan tersebut dapat membuat individu lebih waspada terhadap kemungkinan penolakan dan lebih mudah memberikan interpretasi negatif terhadap informasi sosial. Dalam konteks aplikasi kencan *online*, kondisi tersebut menjadi relevan karena interaksi pengguna banyak berlangsung melalui isyarat digital yang terbatas, seperti ada atau tidaknya *match*, respons pesan, *unmatching*, maupun *ghosting*. Dengan demikian, isyarat sosial yang ambigu dapat lebih mudah dipersepsikan sebagai penolakan oleh individu yang memiliki *rejection sensitivity* tinggi.

Temuan tersebut juga dapat dipahami melalui teori sosiometer. Leary et al. (1995) menjelaskan bahwa *self-esteem* berfungsi sebagai indikator internal yang memantau sejauh mana individu merasa diterima atau ditolak oleh lingkungan sosial. Ketika individu mempersepsikan adanya penolakan, sistem tersebut dapat memberikan sinyal bahwa penerimaan sosialnya sedang terancam. Pada individu dengan *rejection sensitivity* tinggi, kepekaan terhadap sinyal penolakan dapat membuat evaluasi terhadap pengalaman interpersonal menjadi lebih negatif. Dalam konteks aplikasi kencan *online*, pengalaman seperti tidak memperoleh *match*, tidak mendapatkan balasan, mengalami *unmatching*, atau *ghosting* dapat menjadi sumber informasi sosial yang kemudian berkaitan dengan evaluasi individu terhadap dirinya. Oleh karena itu, tingginya *rejection sensitivity* dapat berjalan seiring dengan rendahnya *self-esteem*, sebagaimana tercermin dalam hubungan negatif yang ditemukan pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil kategorisasi, *self-esteem* responden secara umum berada pada kategori sedang hingga tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih memiliki penilaian terhadap keberhargaan diri yang relatif positif meskipun mereka menggunakan aplikasi kencan *online* yang memungkinkan munculnya berbagai pengalaman penerimaan dan penolakan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Monika et al. (2025) pada pengguna aplikasi Bumble yang menunjukkan kecenderungan *self-esteem* responden berada pada kategori tinggi. Kondisi tersebut dapat menunjukkan bahwa pengalaman evaluasi interpersonal dalam aplikasi kencan *online* tidak selalu berkaitan dengan rendahnya *self-esteem*, karena individu dapat memiliki sumber evaluasi diri lain di luar respons yang diperoleh melalui aplikasi.

Berbeda dengan pola *self-esteem*, hasil kategorisasi menunjukkan bahwa *rejection sensitivity* responden cenderung berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa



sebagian besar responden memiliki kecenderungan yang cukup kuat untuk mengantisipasi atau mempersepsikan kemungkinan penolakan dalam interaksi interpersonal. Hasil tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian Blackhart et al. (2014) serta Hance et al. (2018) yang menunjukkan adanya hubungan antara karakteristik *rejection sensitivity* dan penggunaan situs atau aplikasi kencan *online*. Hance et al. (2018), misalnya, menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi tentang diri yang sebenarnya (*true self*), *rejection sensitivity*, dan penggunaan situs kencan *online* perlu dipahami dalam konteks kebutuhan individu untuk menampilkan diri dan membangun interaksi secara daring. Dengan demikian, penggunaan aplikasi kencan *online* dapat menjadi konteks interaksi yang relevan bagi individu yang memiliki kepekaan terhadap penerimaan dan penolakan sosial.

Hasil penelitian ini berbeda dari penelitian Safitri dan Tarigan (2023) yang menemukan bahwa *rejection sensitivity* pada pengguna aplikasi *dating online* di Indonesia mayoritas berada pada kategori sedang. Perbedaan tersebut dapat berkaitan dengan karakteristik sampel penelitian. Safitri dan Tarigan (2023) melibatkan responden dengan rentang usia 18–55 tahun, sedangkan penelitian ini secara khusus melibatkan individu berusia 18–24 tahun. Perbedaan rentang usia tersebut perlu diperhatikan karena kedua penelitian memiliki karakteristik sampel yang berbeda. Oleh karena itu, perbedaan kategori *rejection sensitivity* tidak dapat secara langsung dianggap sebagai pertentangan hasil, melainkan dapat mencerminkan perbedaan karakteristik responden dan konteks penelitian.

Ditinjau berdasarkan aspek *rejection sensitivity*, *rejection anxiety* menunjukkan kecenderungan yang tinggi pada responden. Temuan ini menggambarkan adanya kecenderungan kekhawatiran terhadap kemungkinan mengalami penolakan dalam interaksi interpersonal. Karakteristik aplikasi kencan *online* dapat menjadi konteks yang relevan karena komunikasi melalui aplikasi memungkinkan munculnya ketidakpastian mengenai respons calon pasangan. Jeda dalam membalas pesan, perubahan intensitas komunikasi, atau terhentinya interaksi tanpa penjelasan dapat menjadi situasi yang memungkinkan munculnya kekhawatiran terhadap penolakan. Downey dan Feldman (1996) menjelaskan bahwa individu dengan *rejection sensitivity* tinggi cenderung lebih waspada terhadap kemungkinan penolakan, termasuk ketika informasi sosial yang tersedia masih ambigu.

Sementara itu, aspek *rejection expectation* juga berada pada kategori tinggi. Temuan tersebut menunjukkan adanya kecenderungan responden untuk memperkirakan kemungkinan terjadinya penolakan dalam interaksi interpersonal. Dalam penggunaan aplikasi kencan *online*, pengguna dapat mengalami berbagai bentuk penolakan, seperti tidak memperoleh *match*, tidak mendapatkan balasan, *unmatching*, *ghosting*, maupun *blocking*. Pengalaman tersebut dapat menjadi bagian dari pengalaman interpersonal yang membentuk ekspektasi individu terhadap kemungkinan penolakan berikutnya. Downey et al. (1998) menjelaskan bahwa *rejection sensitivity* dapat berkaitan dengan mekanisme *self-fulfilling prophecy*, yaitu ekspektasi terhadap penolakan dapat memengaruhi cara individu berperilaku dalam hubungan sehingga berpotensi memunculkan respons interpersonal yang sesuai dengan ekspektasi tersebut. Dalam konteks penelitian ini, mekanisme tersebut memberikan salah satu penjelasan mengenai bagaimana ekspektasi penolakan dapat tetap muncul dalam interaksi pengguna aplikasi kencan *online*.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem* pada pengguna aplikasi kencan *online*. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa dua karakteristik psikologis tersebut berkaitan dalam konteks interaksi digital yang memungkinkan individu menerima berbagai bentuk evaluasi interpersonal. Tingginya *rejection sensitivity* pada sebagian besar responden berjalan



bersamaan dengan *self-esteem* yang cenderung berada pada kategori sedang hingga tinggi, sehingga hubungan kedua variabel tidak berarti bahwa seluruh individu dengan *rejection sensitivity* tinggi memiliki *self-esteem* rendah. Hasil penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai kecenderungan hubungan antarkedua variabel pada kelompok responden yang diteliti.

Temuan penelitian juga memberikan gambaran bahwa pengalaman penerimaan dan penolakan dalam aplikasi kencan *online* perlu dipahami bersama dengan karakteristik psikologis individu. Fitur seperti *match*, komunikasi, *unmatching*, dan *ghosting* menyediakan berbagai bentuk umpan balik sosial yang dapat dipersepsikan secara berbeda oleh setiap pengguna. Dalam konteks tersebut, *rejection sensitivity* berkaitan dengan kecenderungan individu dalam mempersepsikan dan merespons kemungkinan penolakan, sedangkan *self-esteem* berkaitan dengan evaluasi individu terhadap keberhargaan dirinya. Hubungan negatif yang ditemukan dalam penelitian ini memperluas temuan penelitian sebelumnya dengan menunjukkan bahwa keterkaitan kedua variabel juga ditemukan pada pengguna aplikasi kencan *online* dalam rentang usia 18–24 tahun.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *rejection sensitivity* dan *self-esteem* pada pengguna aplikasi kencan *online*. Individu dengan tingkat *rejection sensitivity* yang lebih tinggi cenderung memiliki tingkat *self-esteem* yang lebih rendah. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa *rejection sensitivity* berkaitan dengan kondisi *self-esteem* pengguna aplikasi kencan *online*, khususnya pada individu dalam rentang usia dewasa awal.

Secara praktis, temuan penelitian memberikan gambaran mengenai pentingnya memperhatikan respons psikologis terhadap pengalaman penolakan dalam interaksi melalui aplikasi kencan *online*. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan karakteristik responden dan pengguna aplikasi yang lebih beragam serta mempertimbangkan faktor lain yang berkaitan dengan *self-esteem*, seperti dukungan sosial, *self-efficacy*, *social comparison*, kualitas hubungan interpersonal, dan pengalaman penggunaan aplikasi kencan *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, M. A., & Razak, A. (2022). Adaptasi Rosenberg's Self-Esteem di Indonesia. Dalam *Seminar Nasional Hasil Penelitian 2022: Membangun Negeri dengan Inovasi Tiada Henti Melalui Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*. LP2M-Universitas Negeri Makassar.
<https://ojs.unm.ac.id/semnaslemlit/article/view/39885>
- Ayduk, Ö., Gyurak, A., & Luerksen, A. (2008). Individual differences in the rejection-aggression link in the hot sauce paradigm: The case of rejection sensitivity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(3), 775–782.
<https://doi.org/10.1016/j.jesp.2007.07.004>
- Blackhart, G. C., Fitzpatrick, J., & Williamson, J. (2014). Dispositional factors predicting use of online dating sites and behaviors related to online dating. *Computers in Human Behavior*, 33, 113–118. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.022>
- Boyce, P., & Parker, G. (1989). Development of a scale to measure interpersonal sensitivity. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, 23(3), 341–351.
<https://doi.org/10.1177/000486748902300320>
- Curry, D. (2026, May 7). Dating app report 2026: Revenues, market share & app usage.



- Business of Apps*. <https://www.businessofapps.com/data/dating-app-report/>
- de Wiele, C. V., & Campbell, J. F. (2019). From swiping to ghosting: Conceptualizing rejection in mobile dating. Dalam A. Hetsroni & M. Tuncer (Eds.), *It Happened on Tinder: Reflections and Studies on Internet-Infused Dating* (hlm. 158–175). Institute of Network Cultures. <https://networkcultures.org/blog/publication/it-happened-on-tinder/>
- Downey, G., & Feldman, S. I. (1996). Implications of rejection sensitivity for intimate relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(6), 1327–1343. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.6.1327>
- Downey, G., Freitas, A. L., Michaelis, B., & Khouri, H. (1998). The self-fulfilling prophecy in close relationships: Rejection sensitivity and rejection by romantic partners. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(2), 545–560. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.75.2.545>
- Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(1), 3–66. <https://doi.org/10.1177/1529100612436522>
- Forest, A. L., Sigler, K. N., Bain, K. S., O'Brien, E. R., & Wood, J. V. (2023). Self-esteem's impacts on intimacy-building: Pathways through self-disclosure and responsiveness. *Current Opinion in Psychology*, 52, 101596. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101596>
- Gao, H., Yin, H., Zheng, Z., & Wang, H. (2024). Online dating apps and the association with emotional reactions: A survey on the motivations, compulsive use, and subjective online success of Chinese young adults in online dating. *Cyberpsychology*, 18(3). <https://doi.org/10.5817/CP2024-3-3>
- Hance, M. A., Blackhart, G. C., & Dew, M. (2018). Free to be me: The relationship between the true self, rejection sensitivity, and use of online dating sites. *The Journal of Social Psychology*, 158(4), 421–429. <https://doi.org/10.1080/00224545.2017.1389684>
- Harris, M. A., & Orth, U. (2020). The link between self-esteem and social relationships: A meta-analysis of longitudinal studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 119(6), 1459–1477. <https://doi.org/10.1037/pspp0000265>
- Kaur, A., & Anjum, R. (2024). A correlational study of rejection sensitivity on self-esteem among young adults. *International Journal of Innovation in Engineering Research & Management*, 11(Special Issue 05), 32–36. <https://journal.ijierm.co.in/index.php/ijierm/article/download/2083/1560/>
- Leary, M. R., & Baumeister, R. F. (2000). The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. Dalam *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 32, hlm. 1–62). Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(00\)80003-9](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(00)80003-9)
- Leary, M. R., Haupt, A. L., Strausser, K. S., & Chokel, J. T. (1998). Calibrating the sociometer: The relationship between interpersonal appraisals and state self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(5), 1290–1299. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.5.1290>
- Leary, M. R., Tambor, E. S., Terdal, S. K., & Downs, D. L. (1995). Self-esteem as an interpersonal monitor: The sociometer hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(3), 518–530. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.68.3.518>



- Lei, Y., Li, M., Lin, C., Zhang, C., & Yu, Z. (2024). The effect of ostracism on social withdrawal behavior: The mediating role of self-esteem and the moderating role of rejection sensitivity. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1411697>
- Lutz, S., & Büttner, C. M. (2026). Swipe, chat, unmatched: The psychological consequences of being rejected on dating apps. *Media Psychology*. <https://doi.org/10.1080/15213269.2026.2633228>
- Mahdavifar, S. (2020). *The relationship between rejection sensitivity of online dating app users' mental well-being and self-esteem* [Bachelor's thesis, University of Twente]. https://essay.utwente.nl/fileshare/file/82721/Mahdavifar_BA_psychology.pdf
- McLachlan, J., Zimmer-Gembeck, M. J., & McGregor, L. (2010). Rejection sensitivity in childhood and early adolescence: Peer rejection and protective effects of parents and friends. *Journal of Relationships Research*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.1375/jrr.1.1.31>
- Monika, A., Hariadi, L., & Widyastuti, R. (2025). Subjective well-being of Bumble application users: Viewed from self-esteem and self-disclosure. *Jurnal Psikologi Tabularasa*. <https://doi.org/10.26905/jpt.v20i2.15767>
- Mruk, C. J. (2006). *Self-esteem research, theory, and practice: Toward a positive psychology of self-esteem*. Springer Publishing Company.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400876136>
- Safitri, D. T., & Tarigan, A. H. Z. (2023). Rejection sensitivity pada pengguna aplikasi dating online. *Psychology Journal of Mental Health*, 4(2), 110–123. <https://doi.org/10.32539/pjmh.v4i2.78>
- Salsabilla, R. A. N., & Rahardjo, W. (2024). Harga diri, trust dan online self-disclosure pada pengguna media aplikasi dating online Tinder. *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Psikologi*, 4(2), 128–135. <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v4i2.2915>
- Saricam, H., Gencdogan, B., & Erozkhan, A. (2012). The examination of the relationship between the university students' rejection sensitivities, self-esteem and loneliness levels. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46, 2716–2720. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.553>
- Set, Z. (2019). Potential regulatory elements between attachment styles and psychopathology: Rejection sensitivity and self-esteem. *Noropsikiyatri Arsivi*, 56(3), 205–212. <https://doi.org/10.29399/npa.23451>
- Start.io. (2026, July). Dating app users in Indonesia audience. <https://www.start.io/audience/dating-app-users-in-indonesia>
- Statista Research Department. (2025, January 30). Number of users of online dating in Indonesia 2017–2029. *Statista*. <https://www.statista.com/forecasts/1366926/indonesia-online-dating-users/>
- Thomas, M. F., Binder, A., & Matthes, J. (2024). The psychological influence of dating app matches: The more matches the merrier? *New Media & Society*, 26(12), 6995–7019. <https://doi.org/10.1177/14614448231161598>
- Timmermans, E., Hermans, A. M., & Oprea, S. J. (2021). Gone with the wind: Exploring mobile daters' ghosting experiences. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(2), 783–801. <https://doi.org/10.1177/0265407520970287>



- Tong, S. T., Corriero, E. F., Wibowo, K. A., Makki, T. W., & Slatcher, R. B. (2020). Self-presentation and impressions of personality through text-based online dating profiles: A lens model analysis. *New Media & Society*, 22(5), 875–895. <https://doi.org/10.1177/1461444819872678>
- Ward, J. (2017). What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app. *Information, Communication & Society*, 20(11), 1644–1659. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1252412>
- Wen, Y. (2024). Love in the digital age: Exploring the transformation impact of the internet on romantic relationships. *Highlights in Business, Economics and Management*, 41, 59–66. <https://doi.org/10.54097/tw465p97>