



MAKNA KETERBUKAAN DIRI DALAM AKTIVITAS KENCAN DARING**Oleh****Marlena Anisa Rusmayanti¹⁾, Mayasari²⁾, Rastri Kusumaningrum³⁾****^{1,2,3}Univeristas Singaperbangsa Karawang****Jl. HS.Ronggo Waluyo Telukjambe Timur –Karawang 41361****Email: ¹marlena.rusmayanti17089@student.unsika.ac.id,****²mayasari.kurniawan@fisip.unsika.ac.id, ³rastri.kusumaningrum@fisip.unsika.ac.id****Abstrak**

Memasuki era media baru pertumbuhan teknologi saat ini semakin pesat dan perlahan memberikan perubahan dalam perilaku bagi masyarakat. Salah satunya adanya aplikasi kencan buta atau biasa disebut kencan *online*. Salah satu aplikasi kencan *online* yang aktif digunakan saat ini adalah *Bumble*. Penggunaan aplikasi kencan *online* juga melibatkan komunikasi antar pribadi yang termediasi melalui internet. Dalam interaksi yang terjalin terdapat pengungkapan diri yang dilakukan pengguna sebagai proses untuk memulai suatu hubungan. Adanya keterbukaan diri dilakukan untuk mengetahui kecocokan serta ketertarikan antar sesama. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana para pengguna aplikasi kencan *online* dalam memaknai keterbukaan diri selama menggunakan aplikasi *Bumble*. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan tujuan mengungkap permasalahan berdasarkan pengalaman dari informan. Selain itu, penelitian ini menggunakan teori penetrasi sosial. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini, didapati informan setiap informan memiliki lapisan keterbukaan diri yang berbeda, selain itu terdapat faktor yang memengaruhi tingkat keberhasilan keterbukaan diri yang dilalui oleh para pengguna aplikasi *Bumble* berdasarkan faktor jumlah kelompok, perasaan menyukai, efek diadik, dan topik pembicaraan.

Kata Kunci: Kencan Online, Keterbukaan Diri, Bumble**PENDAHULUAN**

Sebelum memasuki era industry 4.0, seseorang dapat mengenal calon teman kencannya diperkenalkan oleh kerabat terdekat seperti orang tua, saudara, ataupun teman dengan cara bertatap muka langsung, lalu dilanjutkan bertukar kontak, dan melanjutkan kejang yang lebih serius. Memasuki era *new media* perkembangan teknologi saat ini semakin pesat dan perlahan memberikan perubahan dalam hidup penggunanya seperti adanya aplikasi kencan buta atau biasa disebut *online dating*. Menurut Finkel, mengungkapkan *Online dating* mengacu pada situs *website* dan aplikasi yang memfasilitasi romantisme hubungan dimulai dengan menawarkan (1) akses kepada pengguna ke profil calon pasangan romantis, (2) saluran komunikasi untuk memulai kontak,

dan (3) algoritma penyesuaian romantisme yang sesuai (Finkel, 2012:1)[1]

Pada umumnya individu menggunakan aplikasi kencan *online* bertujuan untuk menjalin hubungan romantis seperti berpacaran atau pernikahan, atau hanya sekedar menambah hubungan pertemanan dengan memanfaatkan teknologi internet. Kegiatan dalam mencari dan perkenalan untuk mendapatkan pasangan disebut dengan kencan *online*[2]. Trend kencan *online* bukan lah hal baru di Indonesia, dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan aplikasi *online* menjadi pilihan bagi masyarakat sebagai alternatif dalam mencari teman kencan (Widya, 2018:156)[3]. Dalam portal berita *CNNIndonesia.com* menyebutkan di tahun 2020 penggunaan aplikasi *online dating* mengalami peningkatan yang sangat pesat. Adanya kebijakan pembatasan sosial (*social*



distancing) dalam upaya menekan jumlah penyebaran virus *covid-19*[4]. Beragamnya aplikasi kencan *online* saat ini seperti *Tinder*, *Tantan*, *OkCupid*, *Bumble*, maupun aplikasi kencan *online* seperti *Muzmatch* yang menggunakan faktor agama sebagai daya tarik aplikasi kencan. Dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *Bumble* karena aplikasi ini banyak dipakai di Indonesia.

Melihat kegiatan yang dilakukan para pengguna aplikasi kencan *online* berkaitan dengan prinsip komunikasi antarpribadi, dimana seseorang melakukan pertukaran informasi dengan pengguna lainnya yang sebelumnya kedua pengguna ini tidak saling mengenal satu dengan lainnya. Namun, dengan pertumbuhan teknologi yang sangat pesat juga memengaruhi perilaku pengguna aplikasi kencan *online*, dimana seluruh kegiatan yang dilakukan termediasi dengan internet. Hal ini, dapat memberikan implikasi bagi komunikasi antarpribadi yang dikenal dengan istilah *Electronically Mediated Interpersonal Communication* (EMIC). Pada konsep ini mematahkan salah satu sifat komunikasi antarpribadi yaitu yang harus dilakukan secara bertatap wajah (*face to face*) (Jenny, 2012:20)[5]. Melihat penerapan cara kerja dari kencan *online* menggunakan pola CMC dimana para penggunanya yang termediasi dengan *smartphone*.

Keberhasilan tren kencan *online* sudah banyak diungkapkan melalui media baru atau dari ide layanan kencan *online* yang praktis karena dapat diakses melalui perangkat pribadi dan dapat dengan mudah tersebar luas. Berdasarkan fenomena ini permasalahan yang ditimbulkan berfokus pada presentasi diri, keterbukaan diri atau kecemasan sosial (Arias, 2019:457)[6]. Dalam penelitian ini berfokus pada keterbukaan diri dari pengguna aplikasi kencan *online*. Menurut Karina dan Suryanto, keterbukaan diri merupakan sebuah kesiapan bagi seorang individu dalam membagi informasi yang bersifat pribadi mengenai dirinya tanpa paksaan dengan tujuan

pendekatan (*Intimacy*) kepada lawan bicaranya (Karina, 2012:4)[7]. Selain itu, keterbukaan diri (*self-disclosure*) merupakan komunikasi yang dilakukan seseorang dalam mengungkap dirinya yang bersifat rahasia.

Morissian berpendapat apabila sepasangan individu yang baru saling mengenal, melakukan percakapan personal dengan membagikan informasi mengenai diri kepada orang lain sebagai satu-satunya cara untuk saling mengenal untuk dapat lebih memahami satu sama lain (Morissan, 2010)[8]. Selain itu, proses dari keterbukaan diri menunjukkan pergerakan suatu hubungan yang awalnya saling tidak mengenal, hingga menjadi akrab. Menurut Altman dan Taylor proses ini dapat dianalogikan seperti irisan bagian pada kulit bawang. Dimana pada bagian terluar berisikan informasi umum, hingga pada bagian terdalam yang bersifat personal (West & Turner, 2008)[9]

Dengan adanya media perantara seperti aplikasi *Bumble* memberikan sebuah pengalaman baru bagi penggunanya dalam melakukan keterbukaan diri. Seperti yang kita ketahui penggunaan aplikasi *Bumble* ini termediasi dengan internet, sehingga seseorang akan lebih berhati-hati dan memilih informasi yang akan ia bagikan kepada pasangannya. Berdasarkan dari penjabaran permasalahan di atas, peneliti ingin mengetahui bagaimana para pengguna aplikasi *Bumble* dalam memakani keterbukaan diri yang mereka alami selama menggunakan aplikasi.

LANDASAN TEORI

Teori Penetrasi Sosial

Teori penetrasi sosial pertama kali dicetuskan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor, teori ini membahas mengenai proses terjadinya komunikasi antarpribadi yang berkaitan dengan keterbukaan dan kedekatan hubungan individu dengan lainnya. Teori mereka mengilustrasikan sebuah pola kemajuan suatu hubungan, evolusi yang mereka maksud dalam suatu hubungan ini yang disebut dengan



penetrasi sosial. Penetrasi sosial mengacu kepada proses ikatan sebuah hubungan dimana individu berubah dari informasi luaran hingga yang lebih intim atau mendalam.

Bagi Altman dan Taylor, sebuah keintiman bukan hanya soal hubungan fisik saja, melainkan terdapat intelektual dan emosional, dan sejauh kedua individu tersebut membagi aktivitasnya. Pada proses penetrasi sosial juga melibatkan perilaku verbal (tata bahasa, tulisan, yang kita gunakan, dan lain-lain), Non-verbal (gestur tubuh, ekspresi, dan lain-lain), dan perilaku yang berorientasi pada lingkungan (ruang antara komunikator, objek fisik yang ada, dan lain-lain) [10]

Dalam teori penetrasi sosial Altman dan Taylor (1973) menjelaskan mengenai perkembangan kedekatan suatu hubungan, menurut pendapat mereka seorang individu dapat melalui proses pendekatan terhadap seseorang dengan bertahap dan teratur dari tingkat hubungan luar atau umum hingga menjadi intim atau akrab sebagai fungsi secara langsung dan perkiraan. Altman dan Taylor juga menganalogikan hubungan manusia seperti bawang merah dimana manusia memiliki lapisan kepribadian atau informasi [11].

Selain itu, Alamant dan Taylor membagi lapisan ini berdasarkan analogi lapisan bawang dari kondisi terluar hingga paling dalam seperti [12]:

1. Lapisan terluar: citra publik (public image), lapisan ini yang dapat dilihat oleh khalayak umum.
2. Lapisan ke dua: Resiprositas (*reciprocity*), proses keterbukaan diri yang membawa orang lain turut terbuka mengenai dirinya
3. Lapisan ketiga: keleluasaan (*breadth*), mulai menunjukkan adanya beragam topik obrolan pada saat menjalin hubungan.
4. Lapisan keempat: waktu keleluasaan (*breadth time*). Durasi lamanya waktu yang dihabiskan pasangan dalam melakukan pertukaran komunikasi mengenai beragam macam topik, semakin luas topik obrolannya semakin terbuka bagi kedua pihak untuk membuka dirinya.

5. Lapisan terakhir atau intim: kedalaman (*depth*), lapisan ini mengarah pada tingkat kedalaman sebuah hubungan kepada diskusi mengenai sebuah topik. Mulanya, hubungan dapat dikatakan memiliki keleluasaan yang sempit dengan kedalaman yang dalam, namun ketika hubungan menuju ke arah yang lebih intim, seseorang akan mengharapkan topik yang lebih luas dan mendalam.

Teori Self-Disclosure (Keterbukaan Diri)

Self disclosure atau keterbukaan diri merupakan pengungkapan informasi yang dilakukan oleh individu mengenai dirinya bersifat rahasia (tersembunyi) dari orang lain. Informasi ini biasanya berisikan tentang (1) nilai, keyakinan, keinginan, (2) Perilaku sehari-hari, (3) Karakteristik dari seorang individu. Terbukanya mengenai informasi mengenai diri melalui percakapan dengan individu lainnya memudahkan untuk meningkatkan komunikasi, sekaligus meningkatkan pemahaman akan diri kita.

Banyak faktor yang mempengaruhi apakah seseorang dapat mengungkapkan atau tidak mengungkapkan dirinya, dan kepada siapa ia mengungkapkan hal tersebut. Diantara faktor tersebut yang terpenting adalah kepada siapa, budaya, jenis kelamin, siapa yang mendengarkan, topik apa yang dibawakan orang tersebut [13] Berikut faktor-faktor mempengaruhi *self disclosure*:

- a) **Besaran kelompok**, jumlah kelompok atau *audience* maksimal 4 orang. Keterbukaan diri cenderung terjadi pada kelompok kecil daripada jumlah kelompok yang besar. Diad (kumpulan yang tercipta lebih dari dua orang) sebuah lingkungan yang tepat untuk melakukan keterbukaan diri. Jika terdapat lebih dari satu orang pendengar, maka pengamatan akan menjadi lebih sulit, karena muncul banyak persepsi dari pendengar yang berbeda.
- b) **Perasaan menyukai**, keterbukaan diri akan lebih efektif dilakukan oleh individu yang kita sukai atau cintai dan akan lebih sulit



atau tidak membuka diri kepada mereka yang tidak kita sukai.

- c) **Efek diadik**, individu akan melancarkan keterbukaan diri kepada mereka yang melakukan hal yang sama. Efek diadik menciptakan seseorang akan jauh lebih nyaman, aman, dan memperkuat tindakan untuk keterbukaan diri.
- d) **Kompetensi**, orang yang berpengalaman akan lebih mudah melakukan keterbukaan diri daripada orang yang kurang pengalaman.
- e) **Kepribadian**, individu yang lebih mudah bergaul dan *ekstrovert* lebih banyak melakukan keterbukaan diri dari pada mereka yang kurang bergaul dan lebih *introvert*. Seseorang yang kurang berani berbicara biasanya kurang dalam mengutarakan keterbukaan diri dari mereka yang lebih mudah berbicara.
- f) **Topik**, peminatan dalam pemilihan topik obrolan. Seorang individu lebih tertarik membuka diri tentang bahasan pekerjaan atau hobi dibandingkan dengan kehidupan pribadi mereka seperti seks dan keuangan. Semakin intim dan negative suatu topik, maka kecil seseorang mengungkapkannya.
- g) **Jenis kelamin**, Hal yang paling berpengaruh terhadap keterbukaan diri adalah jenis kelamin. Wanita cenderung lebih mudah terbuka dari pada pria. Wanita cenderung terbuka kepada orang yang mereka sukai. Sementara itu, pria terbuka kepada orang yang mereka percayai.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini berupaya untuk mengungkapkan apa yang sebenarnya mejadi kenyataan dan pengalaman yang dirasakan oleh seseorang, menjabarkan dan memahami hal yang tak tampak dari pengalaman subjektif seseorang [14]. Penelitian ini dilakukan di Bekasi, Jawa Barat dengan subjek penelitian empat orang informan yang telah aktif menggunakan aplikasi Bumble

dengan durasi dua bulan lebih. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keterbukaan diri merupakan sebuah informasi yang umumnya tidak dapat dibagikan dan berusaha untuk tetap menjaga privasinya [15]. Penelitian ini menggunakan empat orang informan yang terdiri dari dua orang pria (F dan K) dan dua orang wanita (O dan W) berusia diatas 20 tahun, dengan durasi penggunaan aplikasi Bumble selama lebih dari dua bulan. Penelitian ini mengambil dari sudut pandang pria dan wanita agar memiliki hasil yang lebih subjektif. Hasil dari temuan yang didapat peneliti melalui wawancara dengan keempat informan pengguna aplikasi Bumble memiliki tujuan dan latar belakang yang beragam dalam menggunakan aplikasi kencan *online*.

Berdasarkan temuan, didapati para informan membagikan informasi mengenai diri mereka pada saat menggunakan *Bumble* dengan kedalaman lapisan yang berbeda. Semakin privasi informasi tersebut semakin dalam informan dalam membuka diri mereka kepada pasangannya. Seperti, pada lapisan pertama (*public image*) yang dapat dibagikan oleh keempat informan melalui profil Bumble mereka yang terdiri dari foto, nama, usia, *interest* (music, tinggi badan, hobi), dan bio yang menggambarkan kepribadian mereka. Selain itu, didapati seluruh informan tidak mencantumkan pekerjaan dalam profil mereka karena bagi keempat informan lebih baik topik tersebut dibicarakan pada saat *chatting*. Seperti pada informan W dan K mereka sudah sampai lapisan keempat (*breadth time*). Pada informan O hanya sampai pada lapisan ketiga (*breadth*). Sedangkan pada informan F hanya samapai pada lapisan kedua (*reciprocity*). Namun dari keempat informan tidak ada yang berlanjut sampai lapisan ke lima (*depth*).



CMC Mempermudah Proses Keterbukaan diri

Penggunaan aplikasi kencan *online* memudahkan bagi para penggunanya dalam melakukan interaksi kepada orang lain yang sebelumnya tidak dikenal, cukup menggunakan *smartphone* yang terkoneksi dengan internet, pengguna dengan praktis dapat terhubung dengan pengguna lainnya, tanpa harus melakukan secara bertatap muka, ini memberikan pengalaman tersendiri bagi penggunanya dalam melakukan keterbukaan diri. Begitupun, keempat informan memiliki caranya masing-masing dalam menyampaikan hal tersebut. Berdasarkan temuan dari wawancara keempat informan didapati keempat informan membagi secara acak mengenai informasi tentang diri mereka. Adapun lapisan yang mereka bagikan berdasarkan analogi irisan bawang Altman dan Taylor yang terdiri dari 1) Citra Publik (*publik image*) yang dapat dilihat khalayak umum, 2) Resiprositas (*reciprocity*) terdapat timbal balik atas keterbukaan yang dilakukan, 3) Keleluasaan (*breadth*) munculnya beragam topik obrolan pada saat menjalin hubungan, 4) Waktu Keleluasaan (*breadth time*) durasi lamanya waktu yang dihabiskan pengguna dalam melakukan pertukaran komunikasi mengenai beragam topik obrolan, 5) kedalaman (*depth*), tingkat kedalaman sebuah hubungan kepada diskusi mengenai sebuah topik, yang bermula interaksi yang ditimbulkan memiliki keleluasaan yang sempit, seseorang akan mengharapkan topik yang lebih luas dan mendalam[16]

Pada lapisan pertama (*image public*) yang diperlihatkan melalui profile Bumble, dimana hal tersebut dengan memudahkan pengguna lainnya untuk melihat citra umum informan pada saat melakukan seleksi pencarian teman kencan. Sebelum memulai percakapan, pengguna aplikasi kencan *online* akan memilih pasangannya sesuai dengan kriteria mereka. Begitupun dengan keempat informan akan *swipe right* kepada profil pengguna yang memiliki penampilan yang

menarik dan sesuai dengan minat mereka. Pada lapisan ini juga memudahkan mereka untuk dapat berkenalan dengan seseorang yang sesuai dengan kriteria mereka, daripada diterapkan di kehidupan nyata. Meskipun melewatkan beberapa konsep non-verbal seperti suara, gestur tubuh, maupun, ekspresi wajah. Namun, hal ini dapat terwakilkan melalui foto pengguna Bumble[17].

Pada lapisan kedua (*reciprocity*) pada lapisan ini informan mulai melakukan percakapan yang memicu keterbukaan kepada lawan bicaranya. Pada keempat informan mereka memulai percakapan mengenai informasi yang bersifat umum, seperti menanyakan pekerjaan, tempat pekerjaan, dan tempat tinggal. Namun pada lapisan ini bisa juga terdapat percakapan mengenai tujuan penggunaan aplikasi Bumble, seperti pada informan F ia memberi tahu mengenai tujuannya menggunakan aplikasi ini kepada pasangannya. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan pasangan yang memiliki tujuan yang sama. Sehingga, ia sulit untuk dapat melanjutkan ke lapisan berikutnya dikarenakan banyaknya pasangannya tidak terbuka mengenai tujuannya menggunakan aplikasi tersebut. Selain itu, pada lapisan ini bisa juga membicarakan topik mengenai selera music atau *interest* lainnya yang ditunjukkan para informan melalui profil Bumble. Pada lapisan ini juga para informan mendapatkan pertanyaan sepeut media sosial seperti Instagram atau twitter, dimana mereka mulai bertukar akun Instagram sebagai tanda pertemanan. Hal ini bisa terjadi pada percakapan hari pertama sampai hari ketiga.

Pada lapisan ketiga (*breadth*) pada lapisan ini dilalui oleh ketiga informan (O, K, dan W) dimana mulai adanya pengembangan topik pembicaraan. Setelah melalui tahap perkenalan, para informan akan mulai mencari topik diluar bahasan yang telah disajikan dari profil Bumble. Seperti menanyakan mengenai berita yang sedang *trending* atau bercerita seputar kehidupan pribadi (latar belakang pekerjaan atau pendidikan). Melalui topik



obrolan yang ringan, memudahkan informan untuk terbuka mengenai diri mereka. Namun, sering dialami informan O tidak dapat melanjutkan percakapan yang lebih lama dengan pasangannya melalui aplikasi *Bumble*, ia jauh lebih nyama membicarakan topik yang lebih luas dan mendalam jika diluar aplikasi, ketika ia menemukan kecocokan obrolan dengan pasangannya ia akan menawarkan untuk bertukar kontak yang lebih pribadi seperti whatsapp atau line. Lapisan ini terjadi pada hari ketiga sampai seminggu informan menggunakan aplikasi.

Pada lapisan keempat (*breadth time*) merupakan waktu yang dihabiskan pasangan dalam melakukan pertukaran komunikasi mengenai beragam macam topik, semakin luas topik obrolannya semakin terbuka bagi kedua pihak untuk membuka dirinya. Pada lapisan ini dilalui informan K dan W, ketika bertemu dengan pasangan *Bumble* yang memiliki pemikiran yang sama dengan mereka akan terdaat topik-topik baru yang bisa dibicarakan setiap harinya. Mereka juga bercerita mengenai pengalaman tentang masa lalu mereka. Ketika semakin lama percakapan yang terjalin, mereka tidak segan untuk menunjukkan sedikit pandangan mereka maupun memberikan pujian kepada pasangannya. Setelah dirasa mereka sudah nyaman dengan rutinitas bertukar pesan dengan pasangannya, keduanya akan memberikan kontak personal seperti Whatsapp atau Line. Hal ini terjadi pada seminggu sampai dua minggu penggunaan aplikasi *Bumble*.

Pada lapisan kelima (*depth*) mengarah pada tingkat kedalaman sebuah hubungan kepada diskusi mengenai sebuah topik. Mulanya, hubungan dapat dikatakan memiliki keleluasaan yang sempit dengan kedalaman yang dalam, namun ketika hubungan menuju ke arah yang lebih intim, seseorang akan mengharapkan topik yang lebih luas dan mendalam. Tidak ada informan yang sampai pada tahap ini. Selama menggunakan aplikasi *Bumble* tidak mengharapkan suatu hubungan yang terlalu serius.

Latar Belakang Pengguna Memengaruhi dalam Keterbukaan Diri

Keterbukaan diri yang dilakukan para pengguna aplikasi *Bumble* dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam melanjutkan komunikasi yang berawal dari aplikasi menjadi bertemu secara langsung atau bertukar kontak yang lebih pribadi seperti nomor ponsel[18]. Dari hasil temuan yang didapat, keempat informan (O, K, F, dan W) sudah melakukan pertukaran kontak seperti instagram, whatsapp, maupun line. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, ada beberapa faktor yang mempengaruhi para pengguna *Bumble* dapat melakukan *self disclosure* (Devito, 2012:212):

- a. Besaran kelompok, jumlah kelompok atau audience maksimal 4 orang.
- b. Perasaan menyukai, keterbukaan diri akan lebih efektif dilakukan oleh individu yang kita sukai.
- c. Efek diadik, individu akan melancarkan keterbukaan diri kepada mereka yang melakukan hal yang sama.
- d. Kompetensi, orang yang berpengalaman akan lebih mudah melakukan keterbukaan diri daripada orang yang kurang pengalaman.
- e. Kepribadian, individu yang lebih mudah bergaul dan *extrovert* lebih banyak melakukan keterbukaan diri dari pada mereka yang kurang bergaul dan lebih *introvert*.
- f. Topik, peminatan dalam pemilihan topik obrolan.
- g. Jenis kelamin, Hal yang paling berpengaruh terhadap keterbukaan diri adalah jenis kelamin. Wanita cenderung lebih mudah terbuka dari pada pria.

Hasil temuan dari keempat infoman didapat jika faktor pertama samai ketiga merupakan faktor utama yang diperhatikan informan dalam melakukan ketebukaan diri dengan pasangan *Bumble*. Pada faktor keempat (kompetensi) dimana pengguna lama akan lebih mudah melakukan keterbukaan



daripada pengguna baru, hal tersebut dimiliki informan F, K, dan O, ketiga informan ini sudah lebih lama menggunakan aplikasi Bumble dibandingkan dengan informan W. Mereka juga mengungkapkan bahwa tidak terlalu sulit untuk memulai percakapan kepada pasangan bumble mereka.

Hal ini menunjukkan jika faktor kompetensi memang berpengaruh dalam seseorang melakukan keterbukaan diri. Adapun pemilihan topik pembicaraan merupakan menjadi faktor kunci bagi keempat informan dalam melakukan keterbukaan dengan pasangannya. Pada keempat informan menggunakan topik tentang kesibukan atau kegiatan sehari-hari menjadi jalan bagi mereka dalam melakukan keterbukaan diri.

Terutama jika mereka memiliki latar belakang yang sama, seperti pada informan F yang telah memiliki kesibukan bekerja di sebuah perusahaan swasta, ia akan merasa lebih nyaman jika pasangan Bumble membuka topik obrolan seputar pekerjaan. Begitupun dengan informan W selaku mahasiswa tingkat akhir di salah satu perguruan tinggi negeri, lebih mudah menceritakan tentang dirinya dengan pasangan yang memiliki latar pendidikan yang sama. Pada informan O dan K yang merupakan *freelancer* memiliki pasangan yang sudah bekerja atau sama-sama *freelancer* memudahkan mereka untuk membagi cerita dengan topik seputar pekerjaan.

Sedangkan pada faktor ketujuh dan kelima yaitu kepribadian dan jenis kelamin, melalui penelitian ini tidak ditemukan faktor tersebut ambil andil dari penyebab informan dapat melakukan keterbukaan diri. Seperti informan W yang merupakan wanita cenderung pasif pada saat awal berinteraksi kepada pasangannya di aplikasi Bumble. Begitupun dengan informan F dan K yang merupakan lelaki justru cukup aktif dalam melakukan keterbukaan kepada pasangannya di aplikasi Bumble. Lalu pada faktor

kepribadian, tiga dari empat informan (O, K, dan W) memiliki kepribadian *introvert*. O dan K merupakan pemilik keribadian *introvert*, keduanya mengungkapkan tidak sulit untuk membagikan informasi tentang diri mereka kepada pasangannya.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan kepada empat informan pengguna aplikasi *online dating* Bumble dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan temuan, didapati dari keempat informan memiliki kedalaman lapisan informasi yang berbeda yang dibagikan pada saat menggunakan *Bumble*. Hal tersebut dipengaruhi oleh pemilihan topik maupun perbedaan tujuan penggunaan aplikasi yang antara informan dengan pasangannya.
2. Selama menggunakan aplikasi *Bumble* informan melakukan pertukaran interaksi dengan pasangannya. Namun, berdasarkan dari keempat informan tidak dapat melakukan keterbukaan sampai pada lapisan kelima (*depth*) karena pada saat menggunakan aplikasi ini, keempatnya tidak mengharapkan hubungan yang serius. Lapisan yang paling dalam yang dapat dilalui informan hanya sampai lapisan *breadth time* yang dilalui oleh informan K dan W.
3. Selain itu, pada penelitian ini didapati beragam faktor yang memengaruhi para informan dalam melakukan keterbukaan diri. Terdapat tiga faktor yang menjadi kesamaan keempat informan yaitu, jumlah kelompok, perasaan menyukai, dan efek diadik. Ketiga faktor ini yang menjadi faktor utama informan dalam memulai interaksi dengan pasangannya. Adapun pada faktor keempat (kompetensi) dimana para pengguna aplikasi Bumble dengan durasi yang lebih lama (O, K,



dan F) lebih mudah membuka sebuah obrolan dibandingkan dengan pengguna yang belum terlalu lama (W). Lalu yang menjadi kunci dalam melakukan keterbukaan bagi keempat informan adalah faktor topik, dimana keempat informan akan lebih mudah melakukan keterbukaan apabila memiliki topik pembicaraan yang sesuai. Selain itu, topik obrolan yang dipilih informan berdasarkan latar belakang pendidikan maupun pekerjaan atau yang menjadi minat bagi mereka.

Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, terdapat saran yang dapat diberikan kepada para pengguna *Bumble* maupun aplikasi kencan serta para peneliti yang ingin melakukan penelitian serupa, yaitu:

1. Bagi calon pengguna maupun pengguna aktif aplikasi *Bumble*, sebaiknya mencantumkan informasi diri yang singkat dan jelas. Hal ini memudahkan para pengguna lainnya untuk tertarik.
2. Bagi para pengguna aktif *Bumble*, gunakan aplikasi kencan secara bijak. Lalu, penting bagi para pengguna untuk menanyakan tujuan pasangannya dalam menggunakan aplikasi tersebut sebelum interaksi yang terjalin semakin jauh.
3. Bagi para pengguna aplikasi *Bumble*, disarankan memabgika informasi diri seperlunya dan bersifat positif, serta berhati-hati dalam membagikan informasi yang bersifat personal karena beragamnya tujuan penggunaan aplikasi kencan.
4. Bagi para peneliti yang ingin melakukan penelitian serupa, disarankan untuk meneliti mengenai citra diri dalam pengguna aktif aplikasi *online dating*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] 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. *In Psychological Science in the Public Interest, Supplement* (Vol. 13, Issue 1). Hal 3 – 66 diakses <https://doi.org/10.1177/1529100612436522> diakses pada 14 April 2021
- [2] Cessia, Kinasih Dwi, Sri Budi Lestari. Pemahaman Pengguna Media Sosial Tinder terhadap Fenomena Kencan Online untuk Menjalin Hubungan Romantis Bagi Penggunanya. *Jurnal Komunikasi*. Universitas Diponegoro. Hal 1-10 diakses <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/19116>. Pada 14 April 2021
- [3] Sari, Widya Permata, Rina Sari Kusuma. Presentasi Diri dalam Kencan Online pada Situs Setipe dan Tinder. *Jurnal Komunikasi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta hal 15 – 164 diakses pada <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/3829> pada 14 April 2021
- [4] CNN Indonesia.2020.Wabah Corona Bikin Aplikasi Kencan Laris Manis. Pada <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200402144747-185-489624/wabah-corona-bikin-aplikasi-kencan-online-laris-manis>. Berita diakses pada 18 April 2021
- [5] Suminar, Jenny Ratna.2012. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: UNPAD Press.
- [6] Arias, Valdimir Santiago, Narissra Maria Punyanunt Carter. 2019. Advanced Methodologies and Technologies in Media. *International Resources Management Association*. Diakses melalui <https://www.irma-international.org/chapter/online->



- [datingdating-apps/214574/](#) pada 19 April 2021
- [7] Karina, Septalia Meta, Suryatno. 2012. Pengaruh Keterbukaan Diri terhadap Penerimaan Sosial pada Anggota Komunitas Backpacker Indonesia Regional Surabaya dengan Kepercayaan terhadap Dunia Maya sebagai Intervening Variabel. *Jurnal Psikologi*. Universitas Airlangga. Vol.1 No.2 Hal 1-8 Diakses pada http://journal.unair.ac.id/filerPDF/110810053_5v.pdf . Pada 19 April 2021
- [8] Andiani, Iin, Diana Imawati, Siti Khumaidatul Umaroh. Pengaruh Harga Diri dan Kepercayaan Terhadap Pengungkapan Diri pada Pengguna Aplikasi Kencan Online. *Jurnal Ilmu Psikologi*. Universitas 17 Agustus 1945. Vol. 2 hal 66 – 73
- [9] West, Richard, Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan. Aplikasi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [10] DeVito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book 13th Edition*. New York: Pearson.
- [11] Suminar, Jenny Ratna. 2012. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: UNPAD Press.
- [12] West, Richard, Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan. Aplikasi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [13] Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang-Tangerang. Selatan: Karisma Publishing Group.
- [14] Creswell, John W. 2014. *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- [15] Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang-Tangerang. Selatan: Karisma Publishing Group.
- [16] West, Richard, Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan. Aplikasi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [17] Putu, N., Manu, C., Ayu, I. D., Joni, S., Luh, N., Purnawan, R., & Mateen, J. (2017). Self disclosure pengguna aplikasi kencan online (Studi pada Tinder). *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Universitas Udayana. Vol.1. hal 1-9 diakses <https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/35447/21392/>. Pada 23 Mei 2021



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN