

PENGARUH APLIKASI KENCAN ONLINE BUMBLE TERHADAP KETERBUKAAN DIRI (*SELF DISCLOURE*) DI MASYARAKAT BANDUNG

Ira Nurfadilah¹, Muhammad Sufyan Abdurrahman²

^{1,2} Program Studi Digital Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Sukapura, Kecamatan Dayeuhkolot, Kota Bandung, 40257, Indonesia

E-Mail:

[iranurfadilah@student.telkomuniversity¹](mailto:iranurfadilah@student.telkomuniversity), [mumammadsufyan@telkomuniversity.ac.id²](mailto:mumammadsufyan@telkomuniversity.ac.id)

ABSTRACT

The Bumble online dating app has become one of the most widely used platforms for finding a partner, friends, or shared hobbies. This study aims to measure the impact of using the Bumble online dating app on self-disclosure in the community of Bandung. The more active users are in interacting through this app, the greater their tendency to openly share personal information. This process of sharing information leads to increased emotional closeness between users, which in turn accelerates the formation of more intimate relationships and impacts the seriousness of those relationships. The method used in this study is descriptive quantitative with a survey approach and non-probability sampling technique, specifically purposive sampling, involving 100 active Bumble users in the Bandung community. Data were collected through a questionnaire that measured the level of self-disclosure formed through the Bumble app. The results of this study show that the Bumble online dating app has a significant positive effect on self-disclosure. This means that the Bumble online dating app variable contributes 71.8% to the self-disclosure variable, while the remaining 28.2% is attributed to factors not examined in this study.

Keywords: Online dating app, Bumble, Self-Disclosure, App Impact, Bandung Community.

ABSTRAK

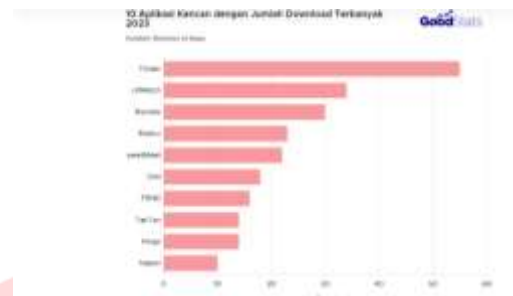
Aplikasi kencan online Bumble telah menjadi salah satu platform yang banyak digunakan untuk mencari pasangan, teman, atau hobi yang sama. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh penggunaan aplikasi kencan online Bumble terhadap keterbukaan diri (*self disclosure*) di masyarakat Bandung. Semakin aktif pengguna berinteraksi melalui aplikasi ini, semakin besar kecenderungannya untuk berbagi informasi pribadi secara terbuka. Proses berbagi informasi ini memungkinkan terjadinya peningkatan kedekatan emosional antar pengguna, yang pada akhirnya mempercepat terjalannya hubungan yang lebih intim dan berdampak pada keseriusan dalam hubungan tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan pendekatan survei dan teknik non-probability sampling yaitu *purposive sampling*, kepada 100 responden pengguna aktif aplikasi Bumble di masyarakat Bandung. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur tingkat keterbukaan diri yang terbentuk melalui aplikasi Bumble. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi kencan online Bumble memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap keterbukaan diri (*self disclosure*). Hal ini berarti bahwa variabel aplikasi kencan online Bumble memberikan pengaruh sebesar 71,8% terhadap variabel keterbukaan diri (*self disclosure*), sedangkan sisanya sebesar 28,2% merupakan faktor yang tidak diteliti oleh peneliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: Aplikasi kencan online, Bumble, Keterbukaan Diri, Pengaruh Aplikasi, Masyarakat Bandung.

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi, terutama media sosial, telah mengubah banyak aspek kehidupan, khususnya di kalangan generasi muda. Media sosial memberikan manfaat seperti memperluas jaringan sosial dan mendukung pengembangan diri, namun juga memiliki dampak negatif, seperti berkurangnya motivasi belajar, menurunnya interaksi langsung, dan meningkatnya kecenderungan mementingkan diri sendiri. Selain itu, media sosial juga sering disalahgunakan untuk penipuan. Di Indonesia, 79,5% pengguna internet dan sekitar 63% responden menggunakan aplikasi kencan online, sebagian besar berasal dari generasi Z dan milenial, yang menunjukkan pengaruh besar teknologi dalam membentuk cara orang menjalin hubungan, termasuk mencari pasangan hidup.

Di era digital, aplikasi kencan semakin populer untuk membangun hubungan sosial. Salah satunya adalah Bumble, yang meskipun berada di peringkat ketiga dalam popularitas global, tetap menarik perhatian banyak pengguna. Menurut penelitian Agnes Z Yonatan (2023), Tinder tetap menjadi aplikasi kencan terpopuler di kalangan generasi milenial dan Z dengan 55% pengguna, diikuti LitMatch dengan 35%. Meskipun tidak sepopuler Tinder atau LitMatch, Bumble tetap diminati berkat fitur uniknya, seperti memberi perempuan peran lebih dalam memulai percakapan.



Gambar 1.1 Data Statistik Aplikasi Kencan Online di dunia

Bumble telah menjadi pilihan efektif bagi sebagian orang dalam menemukan pasangan hidup, dengan kemampuan mencocokkan individu berdasarkan kesamaan. Aplikasi ini tidak hanya untuk berkencan, tetapi juga mendukung pembentukan hubungan yang lebih serius dan berkelanjutan melalui pengungkapan diri yang saling memberi umpan balik (Perdana, 2022; Puspitasari, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh aplikasi kencan Bumble terhadap kualitas dan keseriusan hubungan interpersonal pengguna di masyarakat Bandung.

2. Kajian Pustaka

2.1 Teori *Social Information Processing*

Menurut Joseph Watzler dalam (Bodomo, 2010) *Social information processing* merupakan cara untuk membangun hubungan melalui interaksi yang terjadi dalam *Computer Mediated Communication* (CMC). Istilah CMC kini lebih dikenal sebagai *Internet Mediated Communication* (IMC), karena komunikasi tidak terbatas hanya pada komputer, tetapi juga mencakup perangkat internet lainnya (Catherina, 2020). Maka dapat disimpulkan bahwa *Social information processing* menjelaskan bagaimana membangun

hubungan berdasarkan interaksi yang dilakukan pada CMC.

Menurut (Em Griffin, 2022) dalam bukunya *A First Look at Communication Theory* terdapat dua aspek komunikasi online yang menjadi dasar pemikiran utama dalam teori SIP :

1. **Verbal Cues:** Isyarat Verbal, Pengguna CMC dapat menciptakan kesan utuh terhadap orang lain hanya berdasarkan isi pesan linguistik.
2. **Extended Time:** Perpanjangan Waktu, Meskipun pertukaran informasi sosial lebih lambat secara online dibandingkan tatap muka, seiring berjalannya waktu hubungan yang terbentuk tidak menjadi lebih lemah atau lebih rapuh.
3. **Hyperpersonal Perspective:** Perspektif Hiperpersonal, menggambarkan hubungan online yang lebih intim dan mendalam dibandingkan hubungan tatap muka, karena adanya kontrol lebih besar atas pesan yang disampaikan, meskipun tanpa isyarat nonverbal.
4. **The Warranting Value Of Information:** Nilai pembenaran informasi, mengacu pada seberapa dipercaya informasi di media sosial. Informasi dari teman lebih dipercaya daripada yang dikendalikan pemilik profil karena dianggap lebih jujur dan tidak bisa dimanipulasi.

Dalam proses komunikasi setiap pesan yang saling bertukar tidak hanya sekadar untuk mengenal satu sama lain, tetapi juga membuka peluang untuk berbagi pengalaman, nilai-nilai, dan harapan pribadi. Semakin banyak informasi yang dibagikan, semakin besar kesempatan untuk menciptakan kedekatan emosional yang lebih mendalam.

2.2 Teori Self-Disclosure

Secara etimologis, istilah “*self*” berarti diri sendiri, sedangkan “*closure*” diartikan sebagai penutupan atau akhir. Dengan demikian, “*disclosure*” dapat diartikan sebagai proses keterbukaan. Oleh karena itu, self-disclosure dapat dimaknai sebagai pengungkapan diri atau keterbukaan pribadi. (Bariah, 2018). Fungsi komunikasi interpersonal diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan hubungan yang lebih signifikan dengan orang lain. Hubungan yang berarti ini sangat terkait dengan *self-disclosure*, yaitu pengungkapan diri, yang merupakan bentuk komunikasi di mana kita berbagi informasi pribadi tentang diri kita. (Syaminingtias, Keterbukaan Diri (Self Disclosure) Pada Remaja Dengan Teman Online, 2022).

Menurut DeVito (2011) menyatakan bahwa self disclosure atau keterbukaan diri adalah jenis komunikasi dimana individu mengungkapkan informasi tentang dirinya yang biasanya disembunyikan atau tidak diceritakan kepada orang lain. Menurut Rime (dalam Almawati, 2021) self disclosure adalah ketika seseorang mengungkapkan informasi mengenai dirinya kepada orang lain, salah satu

manfaatnya adalah untuk mendapatkan bantuan dan dukungan atau mencapai kontrol social.

Self disclosure berbeda bagi setiap individu dalam hal kelima dimensi di bawah ini Devito, 2011 dalam (Ratih Ratnasari, 2021):

1. *Amount*

Kuantitas dari pengungkapan diri dapat diukur dengan mengetahui frekuensi dengan siapa individu mengungkapkan diri dan durasi dari pesan self-disclosing atau waktu yang diperlukan untuk mengutarakan statemen self disclosure individu tersebut terhadap orang lain.

2. *Valence*

Valensi merupakan hal yang positif atau negatif dari penyingkapan diri. Individu dapat menyingkapkan diri mengenai hal-hal yang menyenangkan atau tidak menyenangkan mengenai dirinya, memuji hal-hal yang ada dalam dirinya atau menjelek-jelekkan diri individu sendiri. Faktor nilai juga mempengaruhi sifat dasar dan tingkat dari pengungkapandiri.

3. *Honesty*

Ketepatan dan kejujuran individu dalam mengungkapkan diri. Ketepatan dari pengungkapan diri individu dibatasi oleh tingkat dimana individu mengetahui dirinya sendiri. Pengungkapan diri dapat berbeda dalam hal kejujuran. Individu dapatsaja jujur secara total

atau dilebih-lebihkan, melewati bagian penting atau berbohong.

4. *Intention*

Seluas apa individu mengungkapkan tentang apa yang ingin diungkapkan, seberapa besar kesadaran individu untuk mengontrol informasi-informasi yang akan dikatakan pada orang lain.

5. *Intimacy*

Individu dapat mengungkapkan detail yang paling intim dari hidupnya, hal-hal yang dirasa sebagai periperal atau impersonal atau hal yang hanya bohong.

Ketika kita berbicara tentang diri kita secara terbuka, orang lain dapat lebih memahami siapa kita dan apa yang kita alami. Pearson menambahkan bahwa *self disclosure* adalah tindakan sukarela yang dilakukan seseorang untuk memberikan informasi pribadi yang akurat tentang dirinya (Wood, 2015). Ini berarti bahwa kita secara sengaja memilih untuk berbagi informasi tertentu, yang dapat mencakup cerita hidup, pengalaman, atau bahkan ketakutan dan harapan kita.

2.3 Aplikasi Kencan Online

Aplikasi kencan dirancang untuk mendukung aktivitas kencan online melalui smartphone dan menawarkan kesempatan untuk mencari pasangan dengan cara yang lebih praktis (Sumter & Vandebosch, 2017). Aplikasi ini semakin populer karena memberikan banyak opsi dalam mencari pasangan dan mempermudah proses interaksi (Anazani et al., 2018). Finkel (Andriani, 2019)

menyebutkan bahwa aplikasi kencan meningkatkan peluang bertemu calon pasangan dan mempercepat pencarian pasangan. Kasali (2018) juga menyoroti bahwa pengalaman negatif dalam mencari pasangan dapat mendorong individu untuk beralih ke platform digital.

2.4 Bumble

Bumble, yang diluncurkan oleh Whitney Wolfe Herd pada Desember 2014, adalah aplikasi kencan yang memungkinkan pengguna untuk terhubung berdasarkan minat dan kriteria pasangan yang serupa. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk saling menyukai dengan menggeser ke kanan dan terhubung jika kedua pihak menyukai profil satu sama lain. Keunikan Bumble terletak pada pemberian hak kepada perempuan untuk memulai percakapan terlebih dahulu (Galih, 2022).

2.5 New Media

New Media, diperkenalkan oleh Pierre Levy pada 1990, merujuk pada media digital yang menggantikan media tradisional seperti televisi dan surat kabar. Karakteristik utamanya adalah keterhubungan antar pengguna, interaktivitas tinggi, dan penyebaran luas. New Media mencakup media online, media sosial, e-mail, dan chat room, yang memanfaatkan digitalisasi untuk akses informasi secara cepat (McQuail, 2011). Dalam konteks hubungan asmara, New Media mempertemukan individu dengan minat serupa, menciptakan hubungan yang lebih terbuka dan fleksibel (Paramitha, 2021).

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan aliran positivisme untuk menganalisis data dari populasi atau sampel yang ditentukan. Pengumpulan data dilakukan melalui instrumen yang telah disiapkan, kemudian dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini berfokus pada kedua variabel yaitu aplikasi kencan *online* Bumble (X) terhadap keterbukaan diri (*self disclosure*) (Y) (Nurfazri, 2023). Dengan analisis statistik, penelitian ini memberikan gambaran pola penggunaan Bumble dan perkembangan keterbukaan diri pengguna. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi kencan online Bumble di masyarakat Bandung, yang dihitung berdasarkan 30 juta pengguna global, dengan 17% di Indonesia, 36% di Jawa Barat, dan 84,39% di Bandung, menghasilkan estimasi 1.549.400 pengguna ($30 \times 17\% \times 36\% \times 84,39\% = 1.549.400$). Sampel penelitian terdiri dari masyarakat Bandung yang memiliki pengalaman menggunakan Bumble, karena mereka dianggap dapat memberikan wawasan tentang penggunaan aplikasi tersebut dalam membangun hubungan (Sugiyono, 2016; Sudaryono, 2017).

Untuk mengetahui jumlah sampel dalam penelitian ini, digunakan rumus Slovin, yang juga berpengaruh pada representasi populasi dalam proses penelitian. Penentuan jumlah sampel yang tepat akan memastikan hasil yang lebih valid dan dapat diandalkan. Berikut adalah rumus Slovin yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel:

$$\frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

E = Persentase Toleransi Ketidaktelitian
(Toleransi Ketidaktelitian sebesar 10%)

Menurut Sugiyono 2016 dalam Fauziyah (2023), beberapa teknik pengumpulan data meliputi wawancara, kuesioner, observasi, atau gabungan dari ketiganya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data karena dianggap efisien, terutama ketika variabel dan data yang diinginkan sudah jelas. Kuesioner dapat disebarkan secara langsung, melalui pos, atau online.

1. **Data Primer:** Data yang diperoleh langsung dari sumbernya tanpa perantara, dianggap asli dan belum dianalisis statistik. Pengumpulan data primer dilakukan dengan angket atau kuesioner (Sugiyono, 2022).
2. **Data Sekunder:** Data yang diperoleh tidak langsung dari objek penelitian, misalnya melalui situs web atau referensi lain. Validitas data sangat penting untuk memastikan keakuratan dan kesesuaian kuesioner yang digunakan (Siti Nurhasanah, 2016).

Sugiharto dan Sitinjak (2006) menjelaskan bahwa validitas mengukur sejauh mana alat ukur mencerminkan apa yang seharusnya diukur. Uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi keabsahan kuesioner, yang dianggap valid jika dapat menggali

informasi dengan akurat (Ghozali, 2009).

Uji validitas menggunakan Pearson Product Moment, di mana:

- a. Jika nilai r hitung $> r$ tabel maka instrumen dianggap valid
- b. Jika nilai r hitung $< r$ tabel maka item tidak dianggap valid.

Uji ini dilakukan dengan 30 responden pertama, dan nilai r tabel pada signifikansi 5% adalah 0,197 (Sugiyono, 2022).

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X 1	0,688	0,361	Valid
X 2	0,394	0,361	Valid
X 3	0,563	0,361	Valid
X 4	0,463	0,361	Valid
X 5	0,722	0,361	Valid
X 6	0,413	0,361	Valid
X 7	0,616	0,361	Valid
X 8	0,434	0,361	Valid
X 9	0,664	0,361	Valid
X 10	0,386	0,361	Valid
X 11	0,539	0,361	Valid
X 12	0,442	0,361	Valid
X 13	0,550	0,361	Valid
X 14	0,427	0,361	Valid
X 15	0,648	0,361	Valid
X 16	0,463	0,361	Valid
X 17	0,641	0,361	Valid
X 18	0,385	0,361	Valid
X 19	0,508	0,361	Valid
X 20	0,421	0,361	Valid
X 21	0,632	0,361	Valid
X 22	0,408	0,361	Valid
X 23	0,549	0,361	Valid
X 24	0,362	0,361	Valid

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Aplikasi Kencan Online Bumble (X)

Dari hasil uji validitas pada variabel aplikasi kencan *online* Bumble (X) pada tabel diatas menggunakan software IBM SPSS 22 terlihat bahwa r hitung $> r$ tabel yang artinya data tersebut valid. Berikut adalah hasil uji validitas dari variabel keseriusan hubungan interpersonal (Y) :

Variabel Y			
Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y 1	0,664	0,361	Valid
Y 2	0,547	0,361	Valid
Y 3	0,379	0,361	Valid
Y 4	0,607	0,361	Valid
Y 5	0,483	0,361	Valid
Y 6	0,675	0,361	Valid
Y 7	0,606	0,361	Valid
Y 8	0,533	0,361	Valid
Y 9	0,525	0,361	Valid
Y 10	0,631	0,361	Valid
Y 11	0,373	0,361	Valid
Y 12	0,439	0,361	Valid
Y 13	0,737	0,361	Valid
Y 14	0,635	0,361	Valid
Y 15	0,520	0,361	Valid
Y 16	0,475	0,361	Valid
Y 17	0,796	0,361	Valid
Y 18	0,581	0,361	Valid
Y 19	0,480	0,361	Valid
Y 20	0,457	0,361	Valid
Y 21	0,604	0,361	Valid
Y 22	0,672	0,361	Valid
Y 23	0,666	0,361	Valid
Y 24	0,698	0,361	Valid
Y 25	0,737	0,361	Valid
Y 26	0,693	0,361	Valid
Y 27	0,737	0,361	Valid
Y 28	0,609	0,361	Valid
Y 29	0,480	0,361	Valid
Y 30	0,773	0,361	Valid

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel keterbukaan diri (*self disclosure*) (Y)

Dalam penelitian penulis menggunakan uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach menurut Adamson & Prion (Yusup, 2018) sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Dalam Alpha Cronbach suatu instrument dinyatakan reliabel jika $r_i > 0,6$ (Rukajat, 2018). Uji reliabilitas Alpha Cronbach yang terdapat di penelitian dilakukan melalui IBM SPSS 22 menghasilkan hasil uji:

<i>Cronbach's alpha</i>	<i>N of items</i>
0,941	30

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Aplikasi Kencan Online Bumble (X)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas kencan online Bumble (X) , diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,263 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent dapat dinyatakan reliabel. Berikut hasil uji

validitas variable keseriusan hubungan interpersonal (Y)

<i>Cronbach's alpha</i>	<i>N of items</i>
0,941	30

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas keterbukaan diri (*self disclosure*) (Y)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas keterbukaan diri (*self disclosure*) (Y) , diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,941 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel dependent dapat dinyatakan reliabel.

4. Hasil Dan Pembahasan

4.1 Deskriptif Aplikasi Kencan

Online Bumble (X)

Berdasarkan dari perhitungan jumlah rata-rata skor total pada tabel diatas dengan total 24 pernyataan pada variabel Aplikasi kencan online Bumble (X) bahwa *Verbal Cues*, *Extended time*, *Hypersonal perspective*, *The Warranting value of information* menunjukkan angka persentase 74,95%. Responden mengungkapkan bahwa pesan teks memungkinkan mereka mengenal pasangan dengan lebih baik meskipun terbatas pada teks. Mereka merasa lebih nyaman membuka diri setelah berinteraksi dalam waktu yang lebih lama.

A. *Verbal Cues*

Verbal cues mengacu pada isyarat yang diberikan melalui kata-kata dan cara berkomunikasi dalam aplikasi kencan online. Dengan persentase 76,91%, ini menunjukkan

bahwa penggunaan kata-kata dan nada pesan yang tepat sangat mempengaruhi tingkat keterbukaan diri pengguna dalam berbagi informasi pribadi.

B. *Extended time*

Extended time berarti memberikan lebih banyak waktu untuk merespons atau berpikir sebelum berbagi informasi. Persentase 74,87% menunjukkan bahwa dengan waktu yang lebih lama untuk merespons pesan, pengguna merasa lebih nyaman dan terbuka dalam mengungkapkan diri mereka.

C. *Hyperpersonal perspective*

Hyperpersonal perspective mengacu pada kecenderungan komunikasi online untuk menjadi lebih pribadi dan intens. Angka 75,33% menunjukkan bahwa pengguna cenderung lebih terbuka dan lebih pribadi dalam aplikasi kencan karena mereka merasa memiliki kontrol lebih atas informasi yang mereka bagikan.

D. *The Warranting value of information*

Warranting value of information mengukur sejauh mana informasi yang dibagikan dianggap dapat dipercaya. Dengan persentase 76,87%, ini menunjukkan bahwa kredibilitas informasi yang dibagikan dalam aplikasi kencan sangat mempengaruhi tingkat keterbukaan diri pengguna dalam berbagi data pribadi.

4.2 Keterbukaan Diri (*Self Disclosure*)

(Y)

Berdasarkan perhitungan rata-rata skor total dari 30 pernyataan pada variabel keterbukaan diri (*Self Disclosure*) (Y), diperoleh persentase sebesar 75,17% bahwa *Amount*, *Valence*, *Honesty*, *Intention*, *Intimacy* menunjukkan dalam berinteraksi dengan pasangan yang match melalui aplikasi Bumble, pengguna memiliki tingkat keterbukaan diri yang tinggi. Mereka cenderung berbagi informasi pribadi dalam jumlah yang cukup banyak, dengan fokus pada informasi positif yang mempererat hubungan.

A. *Amount*

Amount merujuk pada seberapa banyak informasi pribadi yang dibagikan dalam komunikasi. Dengan persentase 73,70%, ini menunjukkan bahwa jumlah informasi yang dibagikan dalam aplikasi kencan online berpengaruh signifikan terhadap tingkat keterbukaan diri, di mana pengguna cenderung membagikan cukup banyak informasi untuk membangun hubungan.

B. *Valence*

Valence mengacu pada sifat positif atau negatif dari informasi yang dibagikan. Persentase 77,83% menunjukkan bahwa tipe informasi yang dibagikan (positif atau negatif) sangat mempengaruhi keterbukaan diri, di mana pengguna cenderung lebih terbuka dalam berbagi informasi yang lebih positif atau menyenangkan tentang diri mereka.

C. *Honesty*

Honesty berkaitan dengan sejauh mana pengguna berbagi informasi yang jujur dan transparan. Dengan persentase 71,16%, ini menunjukkan bahwa tingkat kejujuran dalam berbagi informasi di aplikasi kencan online mempengaruhi keterbukaan diri, di mana semakin jujur seseorang, semakin terbuka mereka dalam berbagi informasi pribadi.

D. *Intention*

Intention merujuk pada tujuan atau niat seseorang dalam berbagi informasi pribadi. Dengan persentase 44,21%, ini menunjukkan bahwa meskipun niat untuk berbagi informasi mempengaruhi keterbukaan diri, namun pengaruhnya relatif lebih rendah dibandingkan dengan faktor lainnya. Pengguna mungkin memiliki niat tertentu, seperti mencari hubungan serius atau sekadar bersenang-senang.

E. *Intimacy*

Intimacy berkaitan dengan kedalaman atau tingkat keintiman dari informasi yang dibagikan. Persentase 75,79% menunjukkan bahwa semakin intim atau pribadi informasi yang dibagikan, semakin tinggi tingkat keterbukaan diri yang ditunjukkan oleh pengguna aplikasi kencan online. Pengguna yang lebih nyaman membagikan informasi pribadi cenderung lebih terbuka dalam berkomunikasi.

4.3 Methode of Successive Interval (MSI)

Data ordinal dalam penelitian ini diubah menjadi data interval menggunakan metode Successive Interval (MSI) dengan Microsoft

Excel. Hasilnya dapat dilihat pada lampiran penelitian.

4.5 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Data yang dianalisis harus berdistribusi normal sesuai dengan konsep statistik parametrik atau regresi (Sugiyono, 2019). Oleh karena itu, uji normalitas diperlukan untuk memastikan apakah variabel bebas dan terikat serta residu memiliki distribusi normal (Ningsih & Dukalang, 2019). Pengujian normalitas dilakukan menggunakan software IBM SPSS 22.

Dalam uji normalitas terdapat kriteria perhitungan menurut Sugiyono dan Susanto (2017) yaitu jika terdapat signifikan $< 0,05$ artinya data tersebut tidak normal, dan sebaliknya jika $> 0,05$ maka data tersebut dikatakan data yang normal (Fazri, 2023). Hasil data uji normalitas berdasarkan tabel diatas bernilai 750 di mana lebih dari nilai 0,05, maka data tersebut dapat dikatakan terdistribusi secara normal dan dapat melanjutkan penelitian menggunakan uji statistik parametrik lainnya.

b. Heteroskedastisitas

Dalam uji heteroskedastisitas terdapat kriteria perhitungan menurut Sugiyono dan Susanto (2017) yaitu apabila hasil pengujian signifikan lebih besar dari 0,05, jadi tidak terdapatnya suatu gejala heteroskedastisitas dan model penelitian yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastisitas (Nurfazri, 2023). Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Glejser* dalam penelitian ini menghasilkan nilai signifikan sebesar 0,729. Hasil data uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini bernilai lebih dari 0,05 maka data

tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas sehingga dapat dilanjutkan dengan uji statistik parametrik lainnya.

4.6 Uji Koefisien Korelasi

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara aplikasi kencan online Bumble dan keterbukaan diri (*self-disclosure*). Hasil uji koefisien korelasi menunjukkan nilai signifikansi (Sig 2-tailed) sebesar 0,000, yang berarti ada hubungan signifikan antara kedua variabel. Nilai korelasi Pearson sebesar 0,848 menunjukkan hubungan yang sedang dan positif antara aplikasi kencan online Bumble dengan keterbukaan diri. Artinya, semakin sering menggunakan Bumble, semakin terbuka pengguna dalam berbagi informasi pribadi.

4.7 Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh aplikasi kencan online Bumble terhadap keterbukaan diri (*self-disclosure*). Dari hasil uji koefisien determinasi, nilai korelasi (R) adalah 0,848. Dengan mengkuadratkan nilai tersebut, diperoleh angka 0,718 (pada tabel R Square), yang kemudian dikalikan 100%, menghasilkan 71,8%. Artinya, aplikasi kencan online Bumble memiliki pengaruh sebesar 71,8% terhadap keterbukaan diri pengguna.

4.8 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi difungsikan untuk mengetahui ada tidaknya ketergantungan variabel terikat Aplikasi Kencan Online Bumble terhadap Keterbukaan Diri (*Self Disclosure*). Persamaan regresi sederhana yang diaplikasikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2022):

$$Y' = a + bX$$

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, persamaan regresi linier sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 3,968 + 0,011X$$

- a. Nilai konstanta (a) positif menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari Aplikasi Kencan Online Bumble terhadap Keterbukaan Diri (*Self Disclosure*)
- b. Nilai konstanta (a) bernilai 3,968 dapat diartikan bahwa jika variabel Aplikasi Kencan Online Bumble dianggap konstan (nol) atau Keterbukaan Diri (*Self Disclosure*) tidak dipengaruhi Aplikasi Kencan Online Bumble, maka Keterbukaan Diri (*Self Disclosure*) bernilai 0,011X. Angka tersebut mengandung makna bahwa setiap penambahan 1% makan variabel Keterbukaan Diri (*Self Disclosure*) akan bertambah sebesar 0,011
- c. Karena nilai koefisien regresinya positif, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Aplikasi Kencan Online Bumble berpengaruh positif terhadap variabel Keterbukaan Diri (*Self Disclosure*).

4.9 Uji Hipotesis

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah aplikasi kencan online Bumble berpengaruh signifikan terhadap keterbukaan diri (*self-disclosure*). Berdasarkan hasil uji

hipotesis, nilai t hitung sebesar 15,813 lebih besar dari t tabel 1,984, dan nilai Sig sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa aplikasi kencan online Bumble berpengaruh signifikan terhadap keterbukaan diri pengguna.

4.10 Pembahasan Aplikasi Kencan Online Bumble Terhadap Keterbukaan Diri (Self Disclosure)

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa aplikasi kencan online Bumble memperoleh persentase 74,95%, yang dapat diartikan sebagai kategori baik, dan 100 responden menilai aplikasi ini positif. Aplikasi ini memiliki pengaruh besar terhadap keterbukaan diri (*self-disclosure*), memungkinkan pengguna membangun hubungan yang lebih dekat melalui fitur-fitur interaktif. Berdasarkan teori Social Information Processing oleh Joseph Walther, penelitian ini mengidentifikasi empat dimensi komunikasi dalam aplikasi Bumble: *Verbal Cues* (76,91%), *Extended Time* (74,87%), *Hyperpersonal Perspective* (75,33%), dan *The Warranting Value of Information* (76,87%), yang semuanya menunjukkan pentingnya komunikasi yang mendalam meskipun terbatas pada teks dan interaksi digital.

Keterbukaan diri dalam penelitian ini memperoleh skor 75,17%, yang juga tergolong baik, dan menunjukkan pentingnya pertukaran informasi pribadi dalam membangun hubungan. Dimensi *self-disclosure*, seperti *Amount* (73,70%), *Valence*

(77,83%), *Honesty* (71,16%), *Intention* (44,21%), dan *Intimacy* (75,79%), mempengaruhi seberapa terbuka individu dalam komunikasi melalui aplikasi. Meskipun *Intention* memiliki skor rendah, yang menunjukkan kurangnya niat jelas dalam beberapa komunikasi, kedekatan emosional dan kejujuran tetap menjadi faktor penting dalam membangun hubungan yang lebih dalam.

Penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Cindy Tias Saputri dkk. (2023) dan Julianti & Rifky Andhika (2021), yang menekankan bahwa keberhasilan hubungan di aplikasi kencan online dipengaruhi oleh keterbukaan diri, minat bersama, dan kedekatan emosional antara pengguna.

4.11 Pengaruh Aplikasi Kencan Online Bumble Terhadap Keterbukaan Diri (Self Disclosure)

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh aplikasi kencan online Bumble terhadap keterbukaan diri (*self-disclosure*). Setelah melalui uji normalitas, hasil menunjukkan data berdistribusi normal dengan nilai signifikansi 0,200. Uji korelasi menghasilkan nilai 0,729, yang menunjukkan hubungan positif yang kuat antara kedua variabel, sejalan dengan penelitian sebelumnya. Koefisien determinasi menunjukkan aplikasi Bumble mempengaruhi keterbukaan diri sebesar 71,8%, dengan 84,4% perubahan dipengaruhi oleh faktor lain.

Model regresi yang dihasilkan adalah $Y = 3,968 + 1,011X$, yang menunjukkan bahwa

setiap peningkatan penggunaan aplikasi Bumble akan meningkatkan keterbukaan diri sebesar 1,011 unit. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi kencan online meningkatkan tingkat self-disclosure, terutama dalam berbagi informasi pribadi yang lebih mendalam dan jujur. Temuan ini sejalan dengan teori Devito (1986), yang menyatakan bahwa self-disclosure berkembang melalui jumlah, kejujuran, dan kedalaman informasi yang dibagikan, sehingga aplikasi Bumble memfasilitasi hubungan yang lebih intim dan serius antara penggunanya.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi kencan online Bumble memiliki pengaruh signifikan terhadap keterbukaan diri (self-disclosure) di masyarakat Bandung. Hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis yang menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai Sig yang lebih kecil dari 0,05. Aplikasi Bumble tidak hanya berfungsi sebagai media perkenalan, tetapi juga berperan dalam membangun hubungan yang lebih serius dan mendalam. Meski demikian, tantangan seperti ketidakpastian dalam mengenal karakter perlu diwaspadai, sehingga pengguna harus bijak dalam membangun hubungan dan menjaga komunikasi yang sehat serta keterbukaan.

5.2 Saran Akademisi

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk menggunakan kualitatif guna mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai pengalaman, motivasi, dan persepsi

individu dalam membangun hubungan pendekatan melalui aplikasi Bumble, serta mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi keterbukaan diri, tujuan dalam hubungan, serta bagaimana tujuan tersebut berdampak pada kualitas, keberlanjutan, dan kedalaman hubungan yang terbentuk melalui aplikasi kencan online.

5.2 Saran Praktis

Saran praktis dari penelitian ini adalah agar aplikasi kencan online Bumble menambahkan fitur penyaringan berdasarkan tujuan hubungan untuk membantu pengguna menemukan pasangan yang serupa, serta mendorong pengguna untuk menjaga komunikasi yang terbuka dan jelas, dan mengevaluasi pengalaman mereka jika tujuan hubungan tidak tercapai, dengan mempertimbangkan alternatif lain yang lebih sesuai dengan harapan pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, I. (2020). *Junal Empati, Volume 8* (Nomor 3), Halaman 123-137 123 Perjalanan Cintaku : Sebuah Studifenomenologis Tentang Pengalaman Pencarian Jodoh Pada Pria Pengguna Aplikasi Ta'arufonline Indonesia. *Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro*.
- Andhika, R. (2020). Fenomena Keberhasilan Hubungan Asmara Melalui Aplikasi Kencan Online Tinder: Dari Jari, Turun Ke Hati. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*.
- Andriani, I. (2019). Pengaruh Harga Diri dan Kepercayaan Terhadap Pengungkapan Diri Pada Pengguna Aplikasi Kencan Online The Effect Of Self Esteem and Trust In Self Disclosure Online Dating Application User. *Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda*.
- Annisarizki, A. (2018). Makna Tinder sebagai Tempat Mendapatkan Teman Hidup. *Universitas serang raya*.
- Aprilia, A. S. (2022). Keterbukaan Diri (Self Disclosure) Penggunaan Aplikasi Kencan Online Tinder Di Kalangan Mahasiswa Di Jakarta. *Universitas Komputer Indonesia*.
- Galih, M. W. (2022). Proses Penetrasi Sosial Pada Perempuan Dalam Membangun Hubungan Romantis Melalui Aplikasi Kencan Online Bumble di Surabaya. *Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya*.
- Gani, A. G. (2015). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak Remaja. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jmm/article/view/533>.
- Hanifah, W. (2020). Efektivitas Komunikasi Google Classroom Sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2018. *Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta*.
- Ivana, K. S. (2024). Persepsi Laki - Laki Dewasa Muda Dalam Memanfaatkan Aplikasi Bumble . *Fikom Universitas Persada Indonesia YAI*.
- Karman. (2014). Media Sosial: Antara Kebebasan dan Eksploitasi Social Media : Between Freedom and Exploitation. *Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Jakarta, Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Kementerian Komunikasi dan Informatika*.
- Kudadiri, A. P. (2023). Teknik Komunikasi Da'i Dalam Mengatasi Perilaku Animistik Masyarakat Islam di Kecamatan Berampu Kabupaten Dairi. *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia*.
- Londa, B. N. (2014). Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi. <https://ejournal.uin->

suska.ac.id/index.php/risalah/article/download/5887/3388.

- Meiliani, A. P. (2023). PENGARUH MOTIVASI PENGGUNA APLIKASI KENCAN TERHADAP KESEHATAN MENTAL PADA MAHASISWA. *Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran*.
- Nurfazri, V. (2023). Pengaruh Konten Review Skin Virtual Mobile Legends di Youtube Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Karakter Skin Pada Komunitas Gamers di Kota Bandung. *Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom Bandung*.
- Oktavia, F. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. *Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*.
- Okta Wirawan, D. H. (2023). Mendekatkan yang Jauh: Peluang dan Tantangan Kencan Online. *Universitas Diponegoro, Institut Teknologi Sepuluh Nopember*.
- Pangestika, C. H. (2023). Pola Komunikasi Antar Pribadi Pengguna Aplikasi Kencan Bumble Dalam Menjalin Hubungan Romantis Pada Perempuan di Jakarta. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional*.
- Paramitha, A. (2021). Analisis Motif dan Dampak Penggunaan Aplikasi Tinder. *London School Public Relation Jakarta*.
- Perdana, M. W. (2022). Proses Penetrasi Sosial Pada Perempuan Dalam Membangun Hubungan Romantis Melalui Aplikasi Kencan Online Bumble di Surabaya. *Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya*.
- Pohan, F. A. (2017). Hubungan Intimate Friendship Dengan Self Disclosure Pada Mahasiswa Psikologi Pengguna Media Sosial Facebook di Universitas Medan Area. *Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Medan*.
- Puspitasari, I. (2022). Penetrasi Sosial dalam Mencari Pasangan Pada Aplikasi Kencan Online Bumble. *Universitas Amikom Yogyakarta*.
- Ratih Ratnasari, E. N. (2021). Self Disclosure Media Sosial pada Fase Kehidupan Dewasa Awal. *Jurnal Diversita*.
- Sabarua, J. O. (2019). Komunikasi Keluarga dalam Membentuk Karakter Anak. *Prodi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Halmahera, Indonesia*.
- Saputri, C. T. (2023). Proses Keberhasilan Hubungan Pengguna Aplikasi Kencan Online Tinder Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Tambusai Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*.
- Saragih, R. B. (2024). Literasi Digital Berbasis Sekolah dalam Mencegah Tindakan Cyberbullying Pada Remaja. *Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bengkulu*.

- Sari, A. C. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Fakultas Sastra, Universitas Muslim Indonesia*.
- Septiani, D. (2019). Self Disclosure Dalam Komunikasi Interpersonal: Kesetiaan, Cinta, dan Kasih Sayang. *Program Studi Bimbingan dan Konseling*.
- Siagian, I. (2018). Peranan Komunikasi Interpersonal Pusat Pelayanan Terpadu Pemberdayaan Perempuan dan Anak Povsu Dalam Melakukan Mediasi Terhadap Anak Korban Kekerasan Dalam Rumah Tangga. *Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Medan*.
- Syaminingtias, Z. R. (2022). Keterbukaan Diri (Self Disclosure) Pada Remaja Dengan Teman Online . *Universita Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta*.
- Talalu, T. R. (2022). Seputar Teori Pemrosesan Informasi Sosial (Social Information Processing). *Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.