

VOL. 04 NO. 02 TH. 2025

E-ISSN : 2827 - 8763

KIWARI

VOL. 4 | NO. 2

KIWARI



Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara Jln. S. Parman No. 1 Lantai 11 Gedung Utama Jakarta Barat: 11440
Phone: 021 - 5671747 (hunting)
Fax: 021 - 56958736

FOKUS DAN RUANG LINGKUP

Kiwari merupakan jurnal hasil karya tulis dari mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Jurnal ini menjadi forum publikasi bagi hasil karya mahasiswa. Artikel yang diterbitkan masih jauh dari sempurna dan terbuka untuk saran serta kritik yang membangun. Kiwari menerbitkan artikel hasil karya mahasiswa di bidang ilmu komunikasi. Kiwari diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Kiwari terbit empat kali dalam setahun, pada bulan Maret, Juni, September, Desember.

TIM PENYUNTING

Ketua Penyunting

- Dr. Wulan Purnama Sari, S.I.Kom., M.Si

Dewan Penyunting

- Dr. Riris Loisa, M.Si.
- Dr. Sinta Paramita, S.I.P., M.A.
- Dr. Tria Patrianti, S.Sos., M.I.Kom.
- Sekartaji Anisa Putri, M.Si.
- Sofia Primalisanti Devi, S.I.Kom., M.Si.

Penyunting Pelaksana

- Nigar Pandrianto, S.Sos., M.Si.
- Sisca Aulia, S.I.Kom., M.Si.
- Septia Winduwati, S.Sos., M.Si.

Penyunting Tata Letak

- Lydia Irena, S.I.Kom., M.Si.

Asisten Mahasiswa Pengelola Jurnal

- Felichyta Chrisdiani
- Olivia Laurensa

Sekretariat Administrasi

- Purwanti, S.E.
- Ady Sulistyio

Alamat Redaksi:

Jl. S. Parman No.1 Gedung Utama Lantai 11. Jakarta Barat 11440

Telepon: 021-56960586, Fax : 021-56960584

Email: kiwari@untar.ac.id

Website: <http://journal.untar.ac.id/index.php/kiwari>

DAFTAR ISI

Strategi Komunikasi antara Suplier dengan Retail dalam Membangun Hubungan yang Baik Bryan, Yugih Setyanto.....	207-213
Pengaruh Penggunaan Bumble pada Komunikasi Interpersonal Generasi Z Vanya Adelia Syarif, Farid Rusdi.....	214-224
Peran Markerting Support dalam Meningkatkan Citra Bank Panin Gabriela Janice Kam, Moehamad Gafar Yoedtadi	225-232
Gaya Komunikasi Suster Yunion SCMM Fatima Asni Soares, Doddy Salman.....	233-239
Kepuasan dalam <i>Event Premium Music Experience</i> Sebagai Kunci Kepuasan Nasabah Bank OCBC Keith Prasethio Chang, Nigar Pandrianto.....	240-249
Interaksi Komunikasi Interpersonal oleh Pramusapa di Layanan Transjakarta Elizabeth Surya, Sisca Aulia.....	250-258
Menciptakan Brand Awareness Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Platform Media Sosial Vania Yolanda, Muhammad Adi Pribadi.....	259-264
Efektivitas Penyampaian Pesan Moral dalam Film Siksa Neraka pada Penonton Remaja Laurencia Michelle Setiawan, Gregorius Genep Sukendro.....	265-270
Analisis Konten Edukatif <i>Malaka Project</i> Di Tiktok Thommy, Ahmad Junaidi.....	271-279
Peralihan Pencarian Informasi ke Media Sosial oleh Generasi Z Nola Nurhabibah, Farid Rusdi.....	280-288
Dinamika Hubungan Parasosial Penggemar Karakter Anime: Studi pada Penggemar Karakter Naruto Surya Chandra, Septia Winduwati.....	289-302
Komunikasi Interpersonal dan Motivasi Belajar Mahasiswa Patrick Gabriel, Rezi Erdiansyah.....	303-310
Penyampaian Informasi Kebudayaan Indonesia di Akun Instagram @kemenparekraf.ri Setya Kholifah, Sinta Paramita, Lydia Irena.....	311-319
Studi Persepsi Remaja Terhadap Tren Standarisasi Berpacaran di TikTok Dika Andrea, Wulan Purnama Sari.....	320-327

Peran Komunikasi Artifaktual dalam Membangun Identitas Visual dan Budaya Mahasiswa Fashion di Burgo Indonesia Yessica, Lusia Savitri Setyo Utami.....	328-335
Pengaruh Promosi Video Pendek di Instagram Buddy Pool terhadap FOMO Billiard Generasi Z Joshua Edward, Diah Ayu Candraningrum.....	336-341
Mempertahankan Citra Perusahaan dengan Menerapkan Strategi Komunikasi Pemasaran pada Pusat Pembinaan Pelatihan dan Sertifikasi Mandiri (P3SM) Kevina Cecilia Putri, Yugih Setyanto.....	342-350
Pengaruh Konten Somethinc terhadap Perilaku Konsumtif Chelvi Angelie, Sisca Aulia.....	351-358
Makna Kritik Sosial dalam Lirik Lagu "5" Karya .Feast Dimas Maulana Putra, Nigar Pandrianto.....	359-366
Perkembangan Komunikasi Pemain dalam Menganalisis Genshin Impact di Industri Games Yogi Vernando Pranata, Muhammad Adi Pribadi.....	367-372
Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Produk Kaos <i>Oversize</i> dalam Meningkatkan Kesadaran Merek Scenic Apparel Katherine Ou, Doddy Salman.....	373-383
Perilaku Fanatisme pada Konsumen Martabak Manis di Jakarta Fahrandiva Al Muhtada Yogatama, Gregorius Genep Sukendro.....	384-390
Representasi Peran Ayah Domestik: Kajian Semiotika Roland Barthes pada Film Dua Hati Biru Calvin Wijaya, Septia Winduwati.....	391-401
Dampak Desain dan Pilihan Diksi dalam Meningkatkan Efektivitas Iklan <i>Billboard</i> Ryan Tirta Kusuma, Rezi Erdiansyah.....	402-410
Komunikasi Interpersonal Generasi Z dalam Mencapai Kesepahaman pada Aplikasi Kencan Zevanya Sherren Ivanka, Riris Loisa.....	411-418

Pengaruh Penggunaan Bumble pada Komunikasi Interpersonal Generasi Z

Vanya Adelia Syarif¹, Farid^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: vanya.915200081@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta *
Email: farid@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 20-12-2024, revisi tanggal : 25-01-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 21-02-2025

Abstract

The rise in users of online dating applications has made the applications in circulation increasingly popular, each application has its own uniqueness which is an attraction, such as the online dating application Bumble, Bumble has a characteristic that has not been done by other applications, namely making a dating application that is friendly to people. female users. The rise in users of online dating applications can influence the way users interact with their interpersonal communication behavior. Therefore, the researcher chose the topic of the Influence of Using the Bumble Online Dating Application on Interpersonal Communication Behavior Among Generation Z, using Interpersonal Communication Theory. The concept used is Using a Dating Application Online Bumble and Interpersonal Communication Behavior. The approach used is quantitative. The sampling technique in the research used purposive sampling. Data collection method through questionnaires. The total number of respondents in the study was 30 respondents for the pre-test and 100 respondents for the post-test. The regression coefficient for the Interpersonal Communication Behavior variable was 0.610: meaning that if self-disclosure and interaction (X) increased by 1, then Interpersonal Communication Behavior (Y) would increase of 0.610, the more self-disclosure and interaction (X) increases, the more interpersonal communication behavior increases. Thus, a conclusion can be drawn that the use of the Bumble online dating application has quite an influence on interpersonal communication behavior.

Keywords: Bumble, generation Z, interpersonal communication

Abstrak

Maraknya pengguna aplikasi kencan *online* membuat aplikasi – aplikasi yang beredar semakin digemari, setiap aplikasi memiliki keunikan masing – masing yang menjadi daya tarik seperti halnya aplikasi kencan *online* Bumble, Bumble memiliki ciri khas yang belum dilakukan oleh aplikasi aplikasi lainnya yaitu membuat aplikasi kencan yang ramah untuk pengguna wanita. Maraknya pengguna aplikasi kencan *online* ini dapat memengaruhi cara penggunaannya terhadap perilaku komunikasi interpersonal yang penggunaannya jalani. Oleh karena itu peneliti memilih topik pengaruh penggunaan aplikasi kencan *online* Bumble terhadap perilaku komunikasi interpersonal di kalangan generasi z, dengan menggunakan Teori Komunikasi Interpersonal. Konsep yang digunakan yaitu penggunaan aplikasi kencan *online* Bumble dan perilaku komunikasi interpersonal. Pendekatan yang digunakan yaitu kuantitatif. Teknik pengambilan *sampel* dalam penelitian menggunakan *purposive sampling*. Metode pengambilan data melalui kuesioner. Total responden dalam penelitian berjumlah 30 responden untuk *pre-test* dan 100 responden untuk *post-test* Koefisien regresi variabel Perilaku Komunikasi Interpersonal sebesar 0,610: artinya jika pengungkapan diri dan interaksi (X) mengalami kenaikan 1, maka Perilaku Komunikasi Interpersonal (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,610, semakin naik pengungkapan diri dan interaksi (X) maka semakin

meningkat perilaku komunikasi interpersonal. Dengan demikian dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa Penggunaan Aplikasi Kencan *online* Bumble cukup memengaruhi Perilaku Komunikasi Interpersonal.

Kata Kunci: Bumble, generasi z, komunikasi interpersonal

1. Pendahuluan

Komunikasi merupakan salah satu alat yang digunakan manusia sedari lahir, komunikasi juga dapat dilakukan dengan berbagai cara (Pohan & Fitria, 2021) komunikasi tidak dibatasi pada kalimat atau percakapan yang terucap, bisa tercipta dari interaksi yang dijalankan, senyuman yang diberikan, juga pada anggukan kepala yang menjadi alternatif interaksi, sikap yang ditunjukkan badan, minat yang dimiliki, sikap dan juga perasaan yang sama. Diterimanya pesan yang sama merupakan salah satu pencapaian yang didapatkan dalam berkomunikasi. komunikasi juga menjadi fundamental yang kuat didalam kehidupan manusia, komunikasi juga memiliki dua bentuk seperti komunikasi secara verbal, maupun nonverbal yang diberikan komunikator kepada komunikan untuk bisa menyampaikan sebuah pesan.

Menurut Agus M.Hardjana (dalam Yolanda & Aruan, 2024) “Komunikasi merupakan kegiatan di mana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan kemudian memberikan tanggapan kepada pengirim pesan”. Tentu saja sebagai makhluk yang dilahirkan untuk bersosialisasi manusia akan selalu melakukan proses komunikasi selama mereka berinteraksi satu dengan yang lain baik secara sengaja ataupun tidak disengaja dengan tujuan untuk memiliki kesepakatan. (Setiawan & Azeharie, 2017)

Pengertian komunikasi jika dilihat secara *etimologi* (bahasa), komunikasi itu berkembang dari bahasa latin yaitu “*communicare*” artinya menyampaikan, yang dimaksud adalah alat komunikasi dalam proses untuk menyampaikan suatu makna dari satu pribadi atau kelompok ke kelompok lainnya dengan menggunakan suatu simbol, atau peraturan yang dapat disepakati bersama. Sedangkan jika dilihat pengertian komunikasi menurut terminologis yaitu komunikasi adalah suatu cara untuk menyampaikan pernyataan seseorang kepada orang lain, yang dimaksud adalah komunikasi merupakan alat yang melibatkan sejumlah orang atau manusia untuk dapat dan bisa menyampaikan suatu pesan.

Komunikasi interpersonal menurut Effendy (Khotimah, 2019) merupakan komunikasi antara satu komunikan dengan komunikator secara pribadi yang memungkinkan untuk bisa menangkap suatu reaksi baik secara verbal maupun nonverbal, juga kualitas atau intimasi dari komunikasi itu sendiri dapat ditentukan oleh peserta komunikasi itu sendiri. Komunikasi interpersonal dapat disebut dengan komunikasi antarpribadi mengarah pada komunikasi yang terjadi diantara dua komunikator untuk menciptakan komunikasi. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dijalankan oleh dua pelaku komunikasi dengan harapan dapat saling bertukar sebuah ide maupun pemikiran kepada individu lain (Anggraini et al., 2022).

Menurut DeVito dalam (Saifulloh & Bhagaskara, 2024) komunikasi interpersonal didefinisikan sebagai interaksi yang terjadi secara tatap muka atau melalui teknologi yang memungkinkan hubungan sosial dan emosional. Dalam konteks penelitian ini, komunikasi interpersonal mengacu pada bagaimana pengguna Bumble berinteraksi secara personal dengan individu lain melalui platform digital, baik sebelum maupun sesudah pertemuan tatap muka.

Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh besar dengan adanya pengaruh teknologi, generasi Z merupakan generasi yang lahir dari tahun 1997 sampai 2012, menurut Berkup dalam (Hastini et al., 2020) memberikan pemaparan tentang beberapa kriteria pada Generasi Z yang berhubungan dengan penggunaan teknologi. Kriteria yang dipaparkan adalah dapat bercengkrama melalui internet, dengan mudah mencerna hal baru dalam internet dengan cepat, bersama dengan teknologi generasi Z lebih cenderung efisien dan inovatif, generasi Z juga dapat memanfaatkan teknologi tersebut dengan sangat baik.

Perkembangan teknologi sudah masuk ke dalam berbagai aspek kehidupan salah satunya yaitu aplikasi dan sosial media, aplikasi yang saat ini sedang meningkat popularitasnya yaitu dating apps, dating apps sendiri menjadi marak di Indonesia pada tahun 2012 dan menjadi alternatif penggunaannya untuk mencari pasangan maupun teman. Salah satu aplikasi yang sedang marak yaitu Bumble setiap perusahaan berusaha untuk membuat aplikasi yang mereka buat menjadi aplikasi yang unik atau memiliki ciri khasnya sendiri begitu juga pada Bumble. (Hasna & Utami, 2023) Bumble menjadi sangat diminati di masyarakat dikarenakan Bumble merupakan aplikasi yang dilabeli 100% feminis. Whitney Wolfe Herd, pendiri dan CEO Bumble, memberikan pengertian mengapa Whitney mendirikan perusahaan tersebut pada tahun 2014 setelah melihat dan sadar bahwa banyak wanita yang masih saja menunggu pria untuk memulai percakapan dengan mereka di aplikasi kencan.

Berdasarkan data dari Databoks seribu orang Indonesia 63% di antaranya menggunakan aplikasi kencan *online* per 2024, aplikasi dengan pengguna terbanyak diduduki oleh Tinder sebanyak 38% disusul dengan posisi kedua oleh Tantan dengan 33% dan pada posisi ketiga oleh Bumble sebanyak 17%. Kemudahan yang diberikan oleh aplikasi kencan *online* ini dalam membantu penggunaannya untuk mendapatkan pasangan, teman maupun relasi membuat aplikasi kencan *online* semakin diminati terutama pada generasi Z, data dari *forbes health* (Prendergast, 2024) sebanyak 56% pengguna aplikasi kencan *online* dikuasai oleh generasi Z, fitur yang dibuat oleh aplikasi kencan *online* ini membuat banyak penggunaannya tertarik hanya dengan satu jari penggunaannya bisa dengan mudah menemukan pasangan yang sesuai dengan algoritma yang telah mereka buat.

Menurut (Baym, 2015) dalam bukunya *Personal Connections in the Digital Age* beliau menjelaskan bahwa teknologi, termasuk aplikasi kencan *online*, telah mengubah cara orang berkomunikasi, di mana interaksi yang dimediasi oleh teknologi cenderung mengurangi elemen-elemen nonverbal seperti memperhatikan ekspresi wajah, bahasa dari tubuh, dan intonasi pada suara yang sering kali menjadi komponen penting dalam komunikasi tatap muka. Meskipun sebagian Generasi Z lahir saat internet dan *smartphone* sudah merajalela tetapi sebagian dari generasi Z tumbuh sebelum internet dan *smartphone* menjadi hal yang besar, sehingga sebagian dari generasi Z masih memiliki pengalaman di mana mereka bertemu secara tatap muka untuk bisa berkomunikasi, hal ini menjadi sebuah keterhalangan yang dirasakan bagi sebagian generasi Z.

Selain itu, dalam (Nugroho, 2019) memberikan pengertian bahwa interaksi melalui media digital seperti Bumble, yang dapat dikategorikan sebagai *lean media* karena keterbatasannya dalam menyampaikan isyarat nonverbal, dapat memengaruhi keintiman dan dinamika dalam hubungan interpersonal. Komunikasi yang dilakukan melalui Bumble memungkinkan terjadinya keterbukaan diri atau *self-disclosure* yang lebih cepat dibandingkan dengan interaksi langsung, di mana pengguna mungkin merasa lebih nyaman untuk mengungkapkan informasi pribadi melalui media digital.

Fenomena ini menunjukkan bahwa aplikasi kencan *online* tidak hanya memfasilitasi komunikasi, tetapi juga dapat mengubah cara individu mengekspresikan diri dan membangun kepercayaan dalam hubungan interpersonal.

Penelitian ini dibuat dengan adanya tujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi kencan *online* Bumble terhadap perilaku komunikasi interpersonal di kalangan Generasi Z. Penelitian ini menjadi penting karena Generasi Z adalah kelompok usia yang paling aktif dalam menggunakan teknologi digital dan aplikasi kencan *online*, dan pola komunikasi mereka dapat berbeda secara signifikan dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Dengan memahami pengaruh penggunaan Bumble terhadap komunikasi interpersonal di kalangan Generasi Z, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sebuah pemahaman baru dalam memahami bagaimana teknologi memengaruhi interaksi sosial di era digital yang semakin kompleks.

Teori yang dijadikan acuan dalam penelitian ini merupakan teori *Social Penetration* dari (Braithwaite & Schrodt, 2022)) dalam buku *engaging theories in interpersonal communication*, menggambarkan proses bagaimana sebuah hubungan interpersonal berkembang melalui komunikasi yang semakin dalam, kemudian Teori *Social Information Processing* (SIP) diperkenalkan oleh (Rosen et al., 2015) dalam buku *The Wiley handbooks of Psychology, Technology and society* Rosen menjelaskan bahwa pengguna media berbasis komputer dapat mengembangkan hubungan interpersonal yang bermakna meskipun ada keterbatasan dalam isyarat nonverbal, Teori *Uncertainty Reduction* yang dikembangkan oleh Berger dalam (Nugrahadi, 2019) berfokus pada bagaimana individu mencoba mengurangi ketidakpastian dalam pertemuan awal dengan orang baru dan Teori *Action Assembly* yang diperkenalkan oleh John Greene dalam (Mutmainnah & Saleh, 2024) menyatakan bahwa pikiran kita membentuk tindakan yang apa dan bagaimana kita berpikir untuk membentuk sikap apa yang dapat dilakukan dan bagaimana kita melakukannya.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan mengumpulkan data melalui survei, yang merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian sosial. Survei ini dilaksanakan dengan penyebaran kuesioner yang dirancang untuk mengumpulkan informasi mengenai penggunaan aplikasi kencan *online* dan perilaku komunikasi interpersonal Drew dalam (Mustafa et al., 2022) Penelitian kuantitatif menggunakan cara seperti pengumpulan data dalam bentuk angka dan merencanakan dalam rincian operasi statistik sering dengan hasil untuk menentukan apa yang terjadi.

Metode survei dipilih karena efisiensinya dalam mengumpulkan data dari responden dalam waktu yang sudah ditentukan dan relatif singkat. Dengan membuat kuesioner yang terstruktur, peneliti melakukan pengumpulan data yang konsisten dan mudah diolah secara statistik. Selain itu, survei juga memungkinkan peneliti untuk menjangkau responden di berbagai lokasi, meningkatkan variasi dan representativitas data yang dikumpulkan.

Populasi menurut Sugiyono (Fransisca & Wijoyo, 2020) populasi adalah wilayah yang disamaratakan terdiri dari sasaran dan poin yang mempunyai suatu karakteristik yang unik yang ditentukan oleh peneliti untuk dapat diteliti yang kemudian nanti dapat ditarik kesimpulannya. Populasi yang ditunjuk dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi kencan *online* Bumble berusia antara 18 hingga 27 tahun

di kalangan Generasi Z yang tinggal di Indonesia. Populasi pada penelitian diambil dengan penggunaan teknik *purposive sampling* menurut Dana P. Turner (Ksanjaya & Rahayu, 2022) *Purposive Sampling* merupakan teknik pengumpulan sampel yang nantinya dijadikan acuan ketika peneliti sudah mempunyai target yang sesuai karakteristik dari penelitian.

Untuk penentuan pada banyaknya jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* untuk dapat melihat juga dapat menentukan jumlah sampel. Menurut Riyanto dan Hermawan dalam (Siahaan, 2021) menghitung sampel menggunakan rumus *Lemeshow* dapat dipergunakan jika total populasi tidak dapat diketahui dengan pasti.

Rumus *Lemeshow* :

$$n = \frac{z \cdot p^2 \cdot (1 - p)}{d^2}$$

n = Jumlah Sampel

z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal Estimasi = 50% = 0,5

d = Tingkat Kesalahan 10%

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

n = 96,04 dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan hasil di atas, banyak sampel yang didapatkan sebanyak 96,04 yang peneliti bulatkan menjadi 100 sampel atau responden.

Teknik analisis data yang penulis gunakan yaitu uji validitas dilakukan untuk dapat mengetahui hasil dari kelayakan dari tiap – tiap butir pertanyaan dalam mendefinisikan variabel, kemudian uji reliabilitas yang digunakan agar dapat mengukur stabilitas dan konsisten setiap responden dalam memberikan menjawab pada tiap pertanyaan dalam kuesioner yang sudah disebarkan. Pengujian reliabilitas yang dilakukan yaitu, peneliti menggunakan *cronbach's alpha* dengan nilai pada *alpha* 0,60. Jika nilai pada *alpha* lebih besar daripada hasil *output* maka hasil tersebut dapat dikatakan reliabel. Uji normalitas juga penulis gunakan untuk mendapatkan hasil apakah populasi data terdistribusikan secara normal atau tidak normal. Uji normalitas yang dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah uji *One sample Kolmogorov-smirnov* dengan penggunaan taraf signifikansi 0,05. Data akan dinyatakan berdistribusi secara normal jika nilai signifikansi ditemukan lebih besar dari 5% atau 0,05. Lalu menggunakan uji linieritas ditunjukkan agar dapat diketahui hasil antara dua variabel ini memiliki hubungan yang sejalan atau tidak.

Untuk menguji hipotesis penulis memakai Analisis Regresi Linier Sederhana merupakan suatu cara agar dapat melihat hubungan agar berjalan segaris antara satu variabel (X) dan variabel (Y). Analisis ini digunakan agar dapat melihat ke arah mana hubungan antara variabel, Kriteria ini dapat ditetapkan yang didasari dengan uji pada nilai signifikansi (Sig), menggunakan ketetapan nilai jika Sig < 0,05. Berdasarkan

tabel di atas, diperoleh nilai Sig. = 0,01 berarti Sig.< dari signifikan (0,05). Dengan kemudian pada persamaan regresi yang didasari dengan data dari penelitian yang hasilnya signifikan, atau dapat disimpulkan bahwa hasil regresi ini memenuhi kriteria. Uji Parsial atau Uji T merupakan uji statistik yang sering sekali dapat dilihat masalah dalam hasil penelitian statistika. Uji ini dipakai untuk menguji korelasi yang terjadi pada variabel bebas atau independen secara parsial. Fungsi dari pengujian T yaitu ditujukan untuk dapat menilai kemampuan dari hasil penelitian yang menjadi perbandingan antara dua rata – rata sampel.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Untuk mengetahui garis besar dari hasil penelitian ini maka lihat terlebih dahulu profil responden berdasarkan jenis kelamin ini:

Tabel 1
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
Laki-laki	29	29%
Perempuan	71	71%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Dapat dilihat berdasarkan tabel 1 responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 71 responden atau sebesar 71%. Mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan dengan persentase 71%. perempuan lebih banyak menggunakan aplikasi Bumble hal ini dapat dilihat dari visi dan misi aplikasi Bumble yaitu membuat lingkungan yang aman untuk pada perempuan untuk bisa mengambil control. Menurut Chan dalam (Castro & Barrada, 2020) perempuan menggunakan aplikasi kencan *online* untuk mendapatkan kendali besar atas hubungan mereka, sehingga melawan ketidaksetaraan gender struktural.

Uji Validasi pada penelitian ini dilakukan atas butir – butir pertanyaan pada kuesioner dan disebarkan kepada 100 responden, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Kuesioner

Variabel	Hasil Uji Validitas Kuesioner				Kondisi
	Pertanyaan Kesimpulan	RHitung	RTabel		
Pengungkapan Diri dan Interaksi (X)	X1.1	0,659	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	X1.2	0,523	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	X1.3	0,399	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	X1.4	0,546	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	X2.1	0,638	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	X2.2	0,561	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	X2.3	0,484	0,196	RHitung > RTabel	Valid

Perilaku Komunikasi Interpersonal (Y)	X3.1	0,534	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	X3.2	0,520	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	X3.3	0,576	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	X3.4	0,624	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	X3.5	0,575	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	Y1.1	0,688	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	Y1.2	0,764	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	Y1.3	0,763	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	Y1.4	0,794	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	Y2.1	0,753	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	Y2.2	0,653	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	Y2.3	0,587	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	Y3.1	0,785	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	Y3.2	0,693	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	Y3.3	0,684	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	Y3.4	0,658	0,196	RHitung > RTabel	Valid
	Y3.5	0,617	0,196	RHitung > RTabel	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Dapat dilihat pada tabel 2 hasil pada uji validitas dalam variabel pengungkapan diri dan interaksi (X) dengan memaparkan seluruh *item-item* pernyataan mengenai pengungkapan diri dan interaksi. Perolehan yang ditemukan yaitu hasil pada r hitung > r tabel, yang didapatkan pada nilai r hitung yang cukup besar yaitu 0,659 dan nilai yang cukup rendah adalah sebesar 0,399 yang dapat diambil keputusan bahwa seluruh *item* dapat dikatakan valid. Berdasarkan tabel 2 kesimpulan dari uji validitas variabel Perilaku Komunikasi Interpersonal (Y) Hasil pada r hitung > r tabel, yang didalam hasil r hitung yang paling besar yaitu 0,794 dan dengan nilai yang cukup rendah sebesar 0,587. Dengan hasil ini dapat *disimpulkan* bahwa seluruh *item* dinyatakan valid.

Pada uji reliabilitas untuk penelitian ini, peneliti menerapkan *cronbach's alpha* dengan nilai *alpha* 0,60. Jika nilai *alpha* lebih tinggi dari hasil *output* maka dapat ditarik Kesimpulan hasil menjadi reliabel. Hasil yang didapatkan dari uji reliabilitas setelah dilakukan uji dengan adanya koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3
Hasil Uji Realibilitas
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Koefisien Alpha Cronbach's	Batas	Kesimpulan
Pengungkapan Diri dan Interaksi (X)	0,778	0,600	Reliable
Perilaku Komunikasi Interpersonal (Y)	0,907	0,600	Reliable

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Berdasarkan olahan data yang diterapkan pada uji reliabilitas pada tabel 3 nilai *cronbach's alpha* untuk variabel pengungkapan diri dan interaksi (X) sebesar 0,788 dengan hasil pada reliabel yang dapat disimpulkan memiliki nilai yang signifikan, dan pada variabel Perilaku Komunikasi Interpersonal (Y) didapati memiliki hasil pada *cronbach's alpha* sebesar 0,907 yang dapat diartikan uji reliabel yang dihasilkan sangat tinggi.

Uji normalitas dipergunakan untuk dapat melihat apakah hasil dari populasi data yang dibagikan kepada responden menyalur secara normal atau tidak. Uji normalitas yang dipergunakan peneliti merupakan uji *One sample Kolmogrov-smirnov* dengan melihat taraf signifikansi 0,05. Data dapat dinyatakan tersalur dengan normal jika penerimaan yang didapatkan lebih besar dari 5% atau 0,05. Berdasarkan kesimpulan bahwa uji normalitas dapat dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Parameters ^{a,b}	.0000000
	7.10193858
	.070
Most Extreme Differences	.046
	-.070
Test Statistic	.070
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.200 ^d

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Dari tabel 4 One sample Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-smirnov diperoleh angka kemungkinan atau Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang berarti hasil tersebut lebih tinggi dari 0,05. Berdasarkan dari data yang dipaparkan dapat disimpulkan bahwa data yang dipaparkan dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

Uji linieritas ditunjukkan untuk dapat melihat antara dua variabel memiliki keterkaitan secara linier atau tidak. Penggunaan *test for linearity* mengambil taraf signifikan 0,05. Dua variabel dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05:

Tabel 5
Hasil Uji Linieritas

Perilaku Komunikasi Interpersonl, Between Groups	(Combinate)	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Penggunaan Aplikais Kencan Bumble Wtihin Groups	Linearity	2009.145	21	95.674	1.910	.021
		923.594	1	923.594	18.435	<,001
Penggunaan Aplikais Kencan Bumble Wtihin Groups	Deviation from Linearity	1085.550	20	54.278	1.083	.383
		3907.765	78	50.100		
Total		5916.10	99			

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Dari tabel uji linieritas di atas, didapatkan hasil yang cukup relevan = 0,001 yang artinya lebih kecil dari 0,05, karena signifikansi yang cukup kurang dari 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa diantara variabel Perilaku Komunikasi Interpersonal dan pengungkapan diri dan interaksi terdapat hubungan yang linear secara signifikan.

Analisis Regresi Linier Sederhana adalah hubungan yang berjalan segaris antara satu variabel (X) dan variabel (Y). Analisi ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel:

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	12.783	7.140		1.790	.076
Penggunaan Aplikasi Kencan Bumble	.610	.143	.395	4.258	<,001

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Hasil olahan data koefisien regresi sederhana yang dipaparkan dapat diambil kesimpulan nilai koefisien konstanta dengan hasil sebesar 12.783 koefisien variabel bebas pengungkapan diri dan interaksi (X) sebesar 0,610. Dari hasil ini dapat diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 12.783 + 0,610X$. Berdasarkan persamaan yang diberikan dapat ditelaah hasil dari konstantanya sebesar 12.783. Secara matematis, nilai konstanta ini memberikan pernyataan kepada Penggunaan Aplikasi Kencan Bumble 0, hal ini membuat Perilaku Komunikasi Interpersonal memiliki nilai 12.783. Selanjutnya pada nilai positif (0,610) yang tertera pada hasil olahan data bahwa koefisien regresi variabel bebas (Pengungkapan Diri dan Interaksi) memberikan arahan pada hubungan antara variabel bebas (Pengungkapan Diri dan Interaksi) dengan variabel terikat (Perilaku Komunikasi Interpersonal) searah, yang hasilnya pada kenaikan satuan variabel Pengungkapan Diri dan Interaksi akan menyebabkan kenaikan Perilaku Komunikasi Interpersonal 0,610.

Uji T pada penelitian ini diharapkan dapat membantu mengetahui pengaruh yang diberikan pada variabel independen terhadap variabel dependen secara individual yang diharapkan dapat memberikan hasil agar dapat dilihat sejauh mana pengaruh suatu variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikat. Membandingkan nilai t hitung dan t tabel dengan tingkat kepercayaan 95% dan $\alpha = 0,05$. Dengan perumusan hipotesis adalah sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Output Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	12.783	7.140		1.790	.076
Penggunaan Aplikasi Kencan Bumble	.610	.143	.395	4.258	<,001

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Jika nilai t hitung ditemukan lebih besar dari pada t tabel maka Hipotesis a dapat diterima dan Hipotesis Ho ditolak. Pada perhitungan t hitung yaitu sebesar 4.258 hasil pada t tabel ($df = 98$) yaitu dengan 1.660 taraf signifikan yang dihasilkan yaitu sebesar 5%, jadi hasil pada t hitung $>$ t tabel. Dengan hasil yaitu hipotesis nol (H_0) menolak dan menerima hipotesis a (H_a) untuk hasil dari pengujian kedua variabel. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pada variabel X mendapatkan pengaruh yang cukup signifikan terhadap variabel Y. Dari hasil pengujian hipotesis ini bisa disimpulkan bahwa “Penggunaan aplikasi kencan *online* Bumble memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku komunikasi interpersonal di kalangan Generasi Z”.

4. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan pemaparan hasil yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini meliputi semua variabel dan dimensi Penggunaan Pengungkapan Diri dan Interaksi (X) dan Perilaku Komunikasi Interpersonal (Y). Terdapat pengaruh antara Pengungkapan Diri dan Interaksi (X) secara signifikan terhadap Perilaku Komunikasi Interpersonal (Y) dikarenakan nilai r hitung $>$ r tabel yaitu $4.258 > 1.660$. dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga (H_0) ditolak dan (H_a) diterima. Ditemukan pengaruh positif dari daya tarik antara dua variabel yaitu Pengungkapan Diri dan Interaksi dan Perilaku Komunikasi Interpersonal.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, responden, para pengajar dan keluarga serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

Baym, N. K. (2015). *Personal Connections in the Digital Age* (2nd ed.). Polity Press.
Braithwaite, D. O., & Schrod, P. (2022). *Engaging Theories In Interpersonal*

- Communication* (T. E. Adams, T. D. Afif, W. A. Afif, & C. F. Alvarez, Eds.; Third edition). Routledge.
- Castro, Á., & Barrada, J. R. (2020). Dating Apps and Their Sociodemographic and Psychosocial Correlates: A Systematic Review. *Internasional Journal of Environmental Research and Public Health*, 1–25.
- Fransisca, A., & Wijoyo, H. (2020). Implementasi Metta Sutta Terhadap Metode Pembelajaran di Kelas Virya Sekolah Minggu Sariputta Buddhies. *Jurnal Ilmu Agama Dan Pendidikan Agama Buddha*, Vol.2.
- Hasna, A. H., & Utami, L. S. S. (2023). Komunikasi Interpersonal dan Kepercayaan Diri Pengguna Dating Apps. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 7, 274–281.
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, Vol. 10, 12–28.
- Khotimah, I. H. (2019). *Komunikasi Verbal dan Non Verbal Dalam Diklat*. Institut Agama Islam Negeri Madura.
- Ksanjaya, R., & Rahayu, E. T. (2022). Motivasi Siswa Dalam Kegiatan Ekstrakurikuler Futsal Di SMANegeri 1 Blanakan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, vol 2, 60–96.
- Mustafa, P. S., Gusdiyanto, H., Victoria, A., Masgumelar, N. K., Lestariningsih, N. D., Maslacha, H., Ardiyanto, D., Utama, H. A., Boru, M. J., Fachrozi, I., Rodriguez, E. I. S., Prasetyo, T. B., & Romadhana, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga* (1st ed.). Insight Mediatama.
- Mutmainnah, & Saleh, R. (2024). Analisis Komunikasi Pendidikan Pada Pengembangan Konten Pembelajaran Smart School Dinas Pendidikan Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 17(1), 37–46.
- Nugrahadi, A. (2019). Uncertainty Reduction Theory dalam Pola Komunikasi Pemain dan Pelatih Sepakbola Usia Dini di PFA (Pasoepati Football Academy). *Channel Jurnal Komunikasi*, Vol.7, 137–146.
- Nugroho, F. (2019). Strategi Pengelolaan Kesan Dalam Komunikasi Hyperpersonal Pengguna Tinder. *Interaksi Online*, 7, 54–68.
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, Vol. 2(3), 29–37.
- Rosen, L. D., Cheever, N. A., & Carrier, L. M. (2015). *The Wiley handbook of Psychology, Technology and society*. John Wiley & Sons.
- Saifulloh, M., & Bhagaskara, J. (2024). Komunikasi Interpersonal Antar LGBT Dalam Menjalinkan Hubungan Melalui Aplikasi Bumble di Kota Jakarta. *Jurnal Cyber PR*, Volume 4, 40–52.
- Setiawan, C., & Azeharie, S. (2017). Studi Komunikasi Antarpribadi Anak Dengan Orang Tua Tiri. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 9, 74–80.
- Siahaan, R. (2021). *Pengaruh Stres, Motivasi Kerja, Dan Kepuasan Terhadap Kinerja Driver Online GRABBIKE Di Masa Covid-19 (Studi Pada Driver GrabBike di Jakarta Timur)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Yolanda, A., & Aruan, R. R. (2024). Peningkatan Kinerja Karyawan PT Smartfren Sumbagut Adam Malik Melalui Optimalisasi Komunikasi Organisasi Internal. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 12(Issue 2), 102–107.