

Komunikasi Interpersonal dan Kepercayaan Diri Pengguna *Dating Apps*

Afifah Haura Hasna¹, Lusia Savitri Setyo Utami^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: afifah.915190191@stu.untar.ac.id

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

Masuk tanggal: 09-12-2022, revisi tanggal : 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 05-02-2023

Abstract

Some people have difficulties communicating when they are with other people. Difficulties in communicating can be caused by anxiety and fear of receiving responses from communicants or people who receive messages. A medium that can be used in exchanging messages and information is the online dating app Bumble. The Bumble app specializes in women opening the chat first. This research aims to find out and describe the use of interpersonal communication by female users of the Bumble application to increase self-confidence. Interpersonal communication is communication between two or more people that allows participants to capture other people's reactions directly, both verbally and non-verbally. The author uses a qualitative approach with a case study method. Data collection was obtained through observation, documentation, and in-depth interviews with five informants and expert sources. The results showed that Bumble app users feel confident when communicating if they have something in common. Self-confidence also arises if Bumble app users are used to doing interpersonal communication with a positive self-concept.

Keywords: *interpersonal communication, non-verbally and verbally communication, self-confidence*

Abstrak

Beberapa orang kesulitan berkomunikasi saat sedang bersama dengan orang lain. Kesulitan dalam berkomunikasi dapat disebabkan rasa cemas dan takut dalam menerima tanggapan dari komunikan atau orang yang menerima pesan. Media yang dapat digunakan dalam bertukar pesan dan informasi adalah aplikasi kencan *online* Bumble. Aplikasi Bumble mengkhususkan perempuan untuk membuka obrolan terlebih dahulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pemanfaatan komunikasi interpersonal oleh perempuan pengguna aplikasi Bumble dalam meningkatkan kepercayaan diri. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antar dua orang atau lebih yang memungkinkan pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non-verbal. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi, dokumentasi, wawancara mendalam dengan lima informan dan narasumber ahli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna aplikasi Bumble merasa percaya diri saat berkomunikasi jika memiliki kesamaan dalam beberapa hal. Kepercayaan diri juga muncul, jika pengguna aplikasi Bumble sudah terbiasa melakukan komunikasi interpersonal dengan konsep diri yang positif.

Kata Kunci: kepercayaan diri, komunikasi interpersonal, komunikasi non-verbal dan verbal

1. Pendahuluan

Menurut DeVito, tujuan orang berkomunikasi adalah mengenal diri sendiri dan orang lain, mengenal dunia luar, menciptakan dan memelihara hubungan antar manusia, memengaruhi sikap dan perilaku, serta bermain dan mencari hiburan (Wijaya, 2013). Manusia menggunakan dan memanfaatkan sarana untuk melakukan komunikasi interpersonal dan membuka diri kepada orang lain.

Pada kenyataannya tidak sedikit orang yang mengalami kesulitan dalam berkomunikasi dengan orang lain. Penyebab kesulitan komunikasi interpersonal adalah rasa takut menerima tanggapan atau penilaian negatif dari komunikator atau penerima pesan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan diri seseorang. Kepercayaan diri akan datang dari kesadaran oleh masing-masing individu bahwa individu tersebut memiliki tekad untuk melakukan sesuatu hingga mencapai tujuan yang diinginkan (Ifdil et al., 2017). Terdapat perbedaan kepercayaan diri antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki memiliki kecenderungan lebih percaya diri daripada perempuan. Salah satu faktor internal utama yang bisa memengaruhi kepercayaan diri seorang perempuan adalah faktor fisik (Wirata, 2018) yang kemudian berpengaruh pada proses komunikasi.

Salah satu aplikasi *online* untuk bertukar informasi dan komunikasi adalah Bumble yang didirikan oleh Whitney Wolfe Herd pada tahun 2014. Bumble adalah aplikasi kencan *online* yang memberikan kesempatan bagi perempuan untuk lebih aktif dalam membuka percakapan atau berkenalan terlebih dahulu. Menurut data dari *businessofapps.com*, jumlah pengguna aplikasi *online* di seluruh dunia mencapai 323,9 juta pada tahun 2021. Jumlah ini meningkat 10,3% dibandingkan tahun lalu, sehingga menjadi 293,7 juta pengguna (Rizaty, 2022). Pandemi Covid-19 membuat pengguna memanfaatkan aplikasi kencan *online* sebagai alternatif untuk bersosialisasi dan mencari pasangan.

Aplikasi Bumble memiliki sistem bagi perempuan untuk melakukan pendekatan terlebih dahulu, sedangkan di beberapa kasus tidak semua perempuan memiliki kepercayaan diri baik secara fisik maupun untuk berkomunikasi terhadap lawan jenis. Beberapa perempuan merasa mendapatkan *validation* atau pengakuan dari beberapa jumlah lawan jenis yang berhasil *match* dengan mereka. Dengan sistem *feminist* yang Bumble miliki, perempuan merasa tingkat kepercayaan dirinya meningkat dengan adanya komunikasi awal terutama melalui non-verbal yaitu lewat teks atau *chatting*.

Dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses komunikasi interpersonal pada perempuan yang menggunakan aplikasi kencan *online* Bumble dalam meningkatkan kepercayaan diri berkomunikasi dengan lawan jenis. Maka dari itu penulis mengangkat penelitian yang berjudul “Analisis Pemanfaatan Komunikasi Interpersonal Pada Perempuan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri (Studi Kasus Penggunaan Aplikasi Kencan *Online* Bumble)”.

Tujuan peneliti adalah mengetahui dan mendeskripsikan pemanfaatan komunikasi interpersonal yang terjadi pada perempuan pengguna aplikasi kencan *online* Bumble dalam meningkatkan kepercayaan diri. Dengan rumusan masalah pemanfaatan komunikasi interpersonal pada perempuan pengguna aplikasi kencan *online* Bumble dalam meningkatkan kepercayaan diri. Manfaat praktisnya adalah penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi untuk memanfaatkan komunikasi interpersonal yang dapat diterapkan secara langsung oleh pembaca terkait meningkatkan kepercayaan diri khususnya pada perempuan. Serta manfaat akademis

adalah penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya untuk menambah wawasan lebih dalam mengenai proses komunikasi interpersonal.

2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini pendekatan yang akan digunakan adalah pendekatan kualitatif, bertujuan untuk bisa fokus pada pengalaman dari partisipan atau informan dalam pengalaman yang dimiliki sehingga dapat berfokus mengenai pengalaman langsung dari seseorang. Pada metode penelitian ini, penulis menggunakan metode studi kasus yang dikutip dari pendapat Yin, Van Wynsberghe dan Khan (Harjianto, 2020). Studi kasus mempunyai karakteristik yaitu menempatkan obyek penelitian sebagai kasus. Menurut Creswell pengertian kasus adalah sebuah masalah untuk dipelajari yang akan menyingkapkan pengertian mendalam tentang kasus atau sistem terikat tersebut.

Memandang kasus sebagai fenomena kontemporer. Maksud dari kontemporer pada konteks ini berarti sedang atau sudah terjadi tetapi dampaknya masih dapat dirasakan saat penelitian dilaksanakan atau menunjukkan perbedaan dengan fenomena yang biasanya terjadi. Penelitian studi kasus hanya terfokus pada hal-hal dalam batasan-batasan yang telah ditentukan, bisa sebagai *bounded system*.

Seperti penelitian kualitatif pada umumnya, studi kasus menggunakan metode penelitian naturalistik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap dan menjelaskan segala sesuatu yang berhubungan dengan obyek penelitian sebagaimana adanya. Menggunakan beberapa sumber data, penggunaan sumber data yang berbeda bertujuan untuk memberikan informasi yang lebih detail dan lengkap. Kemudian, hal ini juga dimaksudkan untuk memperoleh kredibilitas (validitas dalam penelitian kuantitatif) dan konsistensi (reliabilitas dalam penelitian kuantitatif).

Menggunakan teori sebagai acuan penelitian. Studi kasus VanWynsberghe dan Khan menggunakan teori penelitian untuk menentukan arah, konteks dan status temuan penelitian. Kajian teori dapat dilakukan sebelum, di tengah dan di belakang proses penelitian. Dengan adanya teori di awal penelitian dapat dibangun pedoman dan arah penelitian.

Dalam penelitian studi kasus, penulis memerlukan narasumber yang dapat diwawancarai pada waktu kosong. Menurut Yin, subjek penelitian dalam penelitian studi kasus sangat berbeda dengan penelitian laboratorium (eksperimen) (Harjianto, 2020). Pada penelitian studi kasus, peneliti harus mengikuti kesediaan dan jadwal dari narasumber kunci yang ingin diwawancarai. Menurut Sugiyono, objek penelitian adalah atribut atau kualitas atau nilai manusia (Laiyenes, 2021). Oleh karena itu, penulis menarik kesimpulan tentang objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu. Objek dari penelitian ini adalah komunikasi interpersonal pada perempuan dengan lawan jenis yang saling berhubungan di dalam *dating app* Bumble. Penulis mengamati seperti apa komunikasi interpersonal yang terjadi dari sisi perempuan.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Salah satu bentuk media yang dapat menyalurkan interaksi antara satu sama lainnya adalah aplikasi kencan *online* “Bumble” yang dapat digunakan pada ponsel. O’Brien mengatakan bahwa kencan *online* didefinisikan sebagai menciptakan hubungan romantis melalui internet. Bryn dan Lenton juga menyatakan bahwa motif

pengguna kencan *online* juga bervariasi dari tujuan mencari pasangan untuk hubungan yang serius, seperti pernikahan, menemukan seseorang dari *online* untuk diajak mengobrol atau sekadar menggoda rasa ingin tahu dan keinginan untuk bersenang-senang tanpa ada niat untuk bertemu langsung dengan pasangan (Sari & Kusuma, 2018).

Menurut Castro dkk., popularitas aplikasi kencan telah meningkat selama beberapa tahun terakhir karena penggunaan *smartphone* dan internet di mana-mana untuk sebagian besar orang dewasa yang muncul saat ini (Hawkins, 2022). Seperti aplikasi kencan *online* lainnya, Bumble memungkinkan pembuatan profil, tempat pengguna menambahkan informasi tentang diri mereka sendiri, seperti biografi singkat, minat, tinggi, berat badan, agama, foto, lokasi geografis, dan jenis kelamin. Selain itu, dimungkinkan untuk memasukkan aktivitas yang dilakukan pengguna, seperti apakah seseorang perokok, memiliki kebiasaan minum, praktek olahraga, antara lain (Barros et al., 2022)

Pemanfaatan Komunikasi Interpersonal dalam Aplikasi Kencan *Online* Bumble

DeVito menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang atau lebih yang memiliki pengaruh dan umpan balik. Keterampilan komunikasi yang efektif dan baik merupakan modal yang harus dimiliki manusia untuk melakukan segala aktivitas manusia (Kurniawan et al., 2021). Dalam penelitian ini, proses komunikasi dilakukan melalui media aplikasi kencan *online* Bumble yang dapat memberikan informasi antara satu orang ke orang lainnya. Menurut Djoko tujuan komunikasi antar manusia adalah untuk menyampaikan informasi, berbagi pengalaman, meningkatkan simpati, kerja sama, membicarakan frustrasi dan kekhawatiran, serta meningkatkan motivasi (Setiawan & Winduwati, 2020).

Menurut Septia, salah satu narasumber, aplikasi kencan *online* Bumble merupakan sarana atau wadah yang dapat menunjang kebutuhan dalam komunikasi interpersonal. Proses komunikasi interpersonal yang terjadi antara dua orang di aplikasi kencan *online* Bumble bisa dikatakan sukses tergantung dari bagaimana pengguna aplikasi Bumble tersebut. Komunikasi interpersonal bisa dilakukan dengan mencari tahu kesamaan satu sama lain yang nantinya akan menjadi penunjang obrolan satu dengan yang lainnya.

Sebagaimana nama aplikasi kencan *online* Bumble, membebaskan pengguna dalam mendapatkan serta mengungkapkan semua informasi, gagasan dan ide yang ingin disampaikan oleh lawan bicara atau *match* yang sedang berbicara dengan pengguna. Dalam penggunaan sebuah aplikasi yaitu teori komunikasi yang dimediasi komputer (CMC), yang merupakan komunikasi yang dimediasi komputer yang mencerminkan perspektif analisis jaringan pada hubungan antara kelompok dan anggotanya, terkait dengan kemampuan internet untuk menghubungkan orang-orang dalam jarak jauh (Talika, 2016). Selayaknya menggunakan aplikasi lainnya dalam berkomunikasi, aplikasi kencan *online* Bumble juga dapat digunakan untuk bertukar pesan dengan lebih mudah dalam mencari teman khususnya mencari jodoh. Suatu komunikasi interpersonal akan berkembang di dalamnya jika di antara satu sama lain mempunyai kesamaan yang bisa menjadi suatu bahasan percakapan dalam prosesnya komunikasi berlangsung yang dapat membuat hubungan dapat lebih berkembang.

Menurut DeVito, ciri khas komunikasi interpersonal adalah mereka juga dapat menciptakan, mempertahankan, meningkatkan dan menghancurkan suatu hubungan (Kurniawan et al., 2021). Berdasarkan dari hasil wawancara penulis dengan informan, dalam melakukan komunikasi interpersonal mereka lebih sering melihat profil laki-

laki dalam pencarian bahan obrolan. Dengan cara tersebut dapat dijadikan topik pembicaraan dalam mencari kesamaan dan mencari tujuan dalam hubungan mereka.

Komunikasi Verbal dan Komunikasi Non-Verbal dalam Aplikasi Kencan *Online Bumble*

Komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang dikomunikasikan dari satu orang ke orang lain, baik secara tertulis maupun lisan. Bahasa lisan adalah sarana yang paling penting untuk mengungkapkan perasaan, pikiran dan juga apa yang kita pikirkan (Khotimah, 2019). Dalam aplikasi kencan *online Bumble* terdapat komunikasi verbal di dalamnya, yaitu sebagai tempat bertukar pesan baik secara tertulis atau dapat menggunakan fitur *video call* dan *voice note*. Selain itu terdapat juga melalui profil pengguna, di dalamnya terdapat banyak fitur yang dapat digunakan, yaitu deskripsi diri, data singkat (tinggi, agama, zodiak, pendidikan, dan lain-lain), fitur *interest* (kesukaan) atau lima hobi yang kemungkinan akan di arahkan ke lawan bicara yang sesuai dengan *interest* yang dipilih.

Dari kelima informan pada penelitian ini mereka memanfaatkan komunikasi verbal khususnya melalui profil. Dengan cara menaruh deskripsi diri yang menarik serta menggunakan fitur lainnya dalam menyampaikan komunikasi atau pesan secara verbal kepada lawan bicaranya. Begitu juga mereka dalam mencari *match* yang dilihat adalah profil, dari deskripsi diri, fitur *interest*, data singkat dan lain-lain. Dari kelima informan juga bisa mencari topik atau bahan obrolan melalui profil *match* mereka.

Menurut Septia, semua yang ada di profil yang masih memiliki unsur kata termasuk ke dalam komunikasi verbal, yang termasuk komunikasi non verbal jika mengandung simbol saja atau foto yang ada di profil kita juga bisa disebut sebagai komunikasi non verbal. Melalui foto, orang lain akan menilai dari penampilan yang ada, misalnya dengan memasang foto pemandangan maka bisa saja pendapat orang lain bahwa melalui foto tersebut tandanya menyukai *travelling* atau jalan-jalan. Menurut Blake dan Haroldsen, komunikasi non verbal adalah transmisi informasi atau pesan yang tidak hanya melibatkan simbol atau bentuk suara. Komunikasi non verbal adalah kontak mata, ekspresi wajah, gerak tubuh, kedekatan dan pakaian (Khotimah, 2019).

Melalui pesan non verbal seperti foto kita juga bisa menilai orang secara penampilannya, dari cara berpakaian, *background* fotonya seperti foto di luar negeri. Menurut kelima informan memasang foto yang menurut informan adalah foto terbaik yang mereka punya atau foto yang cantik, hal ini termasuk ke dalam upaya dalam mendapatkan *match*. Komunikasi non verbal juga penting dalam proses komunikasi interpersonal karena hal yang pertama kali dilihat adalah foto, kemudian akan *scroll* ke bawah untuk melihat informasi lainnya yang ada di profil.

Kepercayaan Diri Muncul dalam Proses Komunikasi pada Aplikasi Kencan *Online Bumble*

Percaya diri merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peranan penting dalam kehidupan seseorang. Menurut Dewi, Nani, dan Wahidaturrahmi, kepercayaan diri adalah keyakinan jiwa manusia bahwa tantangan hidup harus dihadapi dengan melakukan sesuatu. Sementara itu, menurut Rahmat, jika seseorang merasa rencah diri, ia kesulitan mengkomunikasikan gagasannya kepada orang lain yang ia hormati, dan takut berbicara di depan umum karena takut disalahkan oleh orang lain (Erayani et al., 2022).

Kepercayaan diri adalah sikap di mana seseorang yakin terhadap kemampuan diri sendiri dalam mengatasi segala keadaan dan tantangan yang berasal dari luar. Kepercayaan diri juga berpengaruh dari cara bagaimana seseorang berkomunikasi, orang yang percaya diri cenderung berbicara tanpa ragu dan yakin dengan apa yang mereka obrolkan. Kelima informan pada penelitian ini mengatakan mereka akan percaya diri jika mendapatkan banyak *match* tandanya adalah laki-laki tertarik dengan profil baik secara dari foto yang mereka pasang di profil mereka maupun deskripsi diri dan data singkat lainnya. Kelima informan pada penelitian ini juga mempunyai pendapat berbeda-beda. Tiga di antaranya akan merasa sedih jika di-*ghosting* atau ditinggal secara sepihak tanpa alasan yang jelas. *Ghosting* adalah suatu peristiwa ketika satu pihak mengabaikan orang lain bahkan meninggalkan seseorang tanpa alasan yang jelas atau tanpa keterangan sama sekali. Peristiwa ini sering digambarkan sebagai pemutusan suatu komunikasi antara sepasang kekasih dan teman. Hal tersebut membuat informan juga bertanya-tanya, tapi tidak menjadikannya sebagai tolok ukur kegagalan atau menurunkan rasa percaya diri dalam suatu hubungan melainkan ada di dalam tahap seleksi karena masih mempunyai pilihan yang lain.

Hal ini dikomentari oleh Septia dalam wawancaranya yaitu kita harus paham bahwa kita tidak bisa berharap lebih melalui orang-orang dari aplikasi Bumble dan harus tahu tujuannya apa. Selain itu beliau juga berpendapat pengguna aplikasi kencan *online* Bumble dalam meningkatkan kepercayaan diri seseorang itu bersifat relatif karena aplikasi Bumble merupakan sarana dan wadah berkomunikasi saja. Namun bisa juga dilihat dari pengalaman komunikasi interpersonalnya atau seringnya berkomunikasi maka mereka akan lebih percaya diri karena terbiasa akan hal itu. Rata-rata pengalaman menggunakan aplikasi kencan *online* Bumble dari kelima informan adalah lebih dari lima bulan hingga satu tahun.

Kelima informan mengatakan dalam penggunaan aplikasi kencan *online* Bumble sudah tergolong lama dan tujuan awal mereka menggunakan aplikasi Bumble adalah mencari teman dan kenalan atau relasi di luar lingkungan yang sudah ada. Sehingga empat dari lima informan juga lebih nyaman jika menggunakan aplikasi Bumble dalam meningkatkan kepercayaan diri, beberapa dari informan juga mengakui lebih nyaman menggunakan aplikasi Bumble karena dapat berkomunikasi melalui *chat* atau pesan tertulis. Karena hal tersebut membuat informan bisa memikirkan harus membalas pesan yang diterima tanpa harus langsung menjawab pertanyaan atau topik yang diterima. Namun hal ini juga tidak menjadi pilihan utama informan, beberapa pendapat dari informan mereka tetap lebih menyukai berbicara langsung agar mendapatkan suasananya.

Selain itu, kelima informan juga setuju jika tingkat kepercayaan diri seseorang akan berpengaruh dalam gaya berkomunikasi serta gaya berpenampilan. Hal ini dikomentari oleh Septia dalam wawancaranya bahwa ada hubungannya dengan seseorang yang mempunyai *self concept* atau konsep diri, bagaimana dia memandang dirinya sendiri atau bagaimana pandangan terhadap dirinya sendiri. Misalnya seseorang sudah mengatakan hal-hal positif kepada dirinya sendiri jika mendapatkan kalimat negatif seperti “kamu itu jelek” jika konsep diri yang dipercaya mudah goyah maka orang tersebut akan mempercayai perkataan orang lain. Beberapa dari informan akan merasa cantik dan percaya diri jika mendapatkan *match* hingga mendapatkan teman obrolan yang berjangka panjang. Jika mempunyai konsep diri yang baik maka komunikasi interpersonal yang terlibat dengan orang lain akan lebih mudah dan rasa percaya diri akan tetap meningkat.

4. Simpulan

Pengguna aplikasi Bumble menggunakan foto terbaik mereka serta menaruh deskripsi diri yang menarik agar mendapat perhatian sehingga mendapatkan banyak kecocokan (*match*). Pengguna juga akan percaya diri jika memiliki kesamaan dalam beberapa hal selama berkomunikasi. Dengan demikian, rasa percaya diri akan meningkat, terlebih lagi dapat berkomunikasi jangka panjang. Kepercayaan diri juga muncul jika pengguna aplikasi Bumble sudah terbiasa untuk melakukan komunikasi interpersonal dengan konsep diri yang positif.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Erayani, F. N., Sridana, N., Arjudin, A. & Baidowi, B. (2022). Hubungan Kepercayaan Diri dan Kemampuan Komunikasi Matematis dengan Hasil Belajar Matematika. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 7(3c), 1875-1884. <https://doi.org/10.29303/jipp.v7i3c.845>
- Harjianto, D. K., & Sari, W. P. (2020). Komunikasi Interpersonal Anak dan Orangtua yang Berbeda Agama. *Koneksi*, 4(1), 147-154. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i1.6687>
- Hawkins, S. (2022). *Dating App Motivations in Emerging Adulthood: Differences Across Tinder, Bumble, and Hinge*. (Tesis S2, California State University San Marcos). <http://hdl.handle.net/20.500.12680/jm214v948>
- Ifdil, I., Denich, A. U., & Ilyas, A. (2017). Hubungan Body Image dengan Kepercayaan Diri Remaja Putri. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 2(3), 107–113. <http://dx.doi.org/10.17977/um001v2i32017p107>
- Khotimah, I. H. (2019). *Komunikasi Verbal dan Non Verbal dalam Diklat*. (STAIN Pamekasan). https://www.researchgate.net/publication/337208719_KOMUNIKASI_VERBAL_DAN_NON_VERBAL_DALAM_DIKLAT
- Kurniawan, M. R., Arif, E., & Asmawi, A. (2021). Hubungan antara Konsep Diri, Kepercayaan Diri dengan Kemampuan Komunikasi Interpersonal dalam Proses Pembelajaran pada Mahasiswa. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(1), 485-493. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i1.683>
- Laiyenes, J. (2022). *Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar K-pop Melalui Penggunaan Media Sosial Lysn*. (Tesis Skripsi, Universitas Tarumanagara). <http://repository.untar.ac.id/id/eprint/34623>
- Rizaty, M. A. (2022, Februari 14). Pengguna Aplikasi Kencan Online Tembus 323 Juta Orang pada 2021. *Katadata.co.id*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/pengguna-aplikasi-kencan-online-tembus-323-juta-orang-pada-2021>

- Sari, W. P., & Kusuma, R. S. (2018). Presentasi Diri dalam Kencan Online pada Situs dan Aplikasi Setipe dan Tinder. *MediaTor*, 11(2), 155-164. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i2.3829>
- Setiawan, I., & Winduwati, S. (2020). Aktivitas Komunikasi Interpersonal Barista dalam Mempertahankan Citra Starbucks Chinatown. *Koneksi*, 4(2), 224-229. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8095>
- Talika, F. T. (2016). Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmahera Selatan. *E-Journal Acta Diurna*, 5(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/10933/10522>
- Wijaya, I. S. (2013). Komunikasi Interpersonal dan Iklim Komunikasi dalam Organisasi. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 14(1), 115-126. <https://doi.org/10.24252/jdt.v14i1.318>
- Wirata, M. I. D. (2018). *Perancangan Kampanye Meningkatkan Kepercayaan Diri Perempuan Terhadap Pengaruh Beauty Standarts*. (Skripsi S1, Universitas Telkom). <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/144953/perancangan-kampanye-meningkatkan-kepercayaan-diri-perempuan-terhadap-pengaruh-beauty-standards.html>