



BAB I

PENDAHULUAN



Hak cipta dimiliki IBI Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Latar Belakang Masalah

Social networking merupakan sebuah bentuk layanan internet yang ditujukan sebagai komunitas online bagi orang yang memiliki kesamaan aktivitas, pranata sosial yang terdiri dari beberapa elemen baik individu maupun organisasi. Jejaring ini merupakan suatu jalan dimana setiap individu maupun organisai berhubungan baik kesamaan hobi dan sosial, jejaring sosial ini diperkenalkan oleh Prof. Barnes pada tahun 1954. Menurut Barnes (1954), jejaring sosial “Suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan”.

Kemajuan teknologi dan informasi semakin canggihnya dengan menggunakan perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan ”dunia dalam genggamannya”. Istilah ini sejajar dengan apa yang diutarakan oleh Thomas L. Friedman (2007) yang diambil dari buku Dr.Rulli Nasrullah M.Si. (2015) sebagai *the world is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang dapat mengakses apa pun dari sumber mana pun . Sebagaimana diulas Richard Hunter (2002) dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media/cybermedia*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definis yang selama ini diketahui (Laughey, 2007; McQuail, 2003) yang diambil dari buku Dr.Rulli Nasrullah M.Si. (2015). Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa.

Hak Cipta dilindungi Undang-undang.
1. Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan tindakan yang sejenis tanpa menuliskan sumbernya dan dalam bentuk apapun.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Jejaring Sosial muncul atas dasar ide untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia. Berdasarkan informasi dari halaman Forbes yaitu Facebook telah resmi mempunyai 2 miliar pengguna bulanannya, Hal ini memperkuat posisi perusahaan sebagai jejaring sosial terbesar dan paling berpengaruh di dunia.

CEO Facebook Mark Zuckerberg mengumumkan bahwa sejarah di jejaring sosial tersebut mempunyai komunitas Facebook yang resmi dengan 2 miliar orang penggunanya. Mark Zuckerberg mengatakan bahwa "Kami membuat kemajuan yang menghubungkan dunia, dan sekarang mari kita mendekatkan dunia bersama". Pengumuman tersebut muncul beberapa hari setelah Pertemuan Tingkat Tinggi komunitas Facebook yang pertama di Chicago, di mana Zuckerberg meluncurkan sejumlah alat baru untuk memudahkan admin kelompok Facebook besar untuk tumbuh dan mengatur komunitas mereka. Lebih dari 1 miliar orang menggunakan grup Facebook setiap bulannya, menjadikannya komponen inti jaringan sosial. Pada acara tersebut, Zuckerberg juga mengungkapkan misi baru perusahaan tersebut, "Memberikan orang kekuatan untuk membangun masyarakat dan mendekatkan dunia ke seluruh dunia." Zuckerberg menyebut pernyataan "perpanjangan" misi awal perusahaan untuk membuat dunia "lebih terbuka dan terhubung". (sumber: www.forbes.com)

Facebook telah menetapkan tujuan untuk membantu 1 miliar pengguna menjadi bagian dari apa yang Zuckerberg sebutkan sebagai "kelompok yang bermakna," dalam dorongan untuk membalikkan apa yang telah menjadi penurunan keanggotaan masyarakat yang nyata di seluruh dunia. Keterlibatan masyarakat yang lebih kuat dan offline akan menjadi kunci untuk memecahkan masalah global yang kritis seperti perubahan iklim dan masalah kesehatan masyarakat, kata Zuckerberg.



Ditandai senilai 2 miliar tersebut merupakan bukti kemampuan Facebook untuk mengadiri dan mempertahankan pengguna di pasar yang berkembang dan semakin pesat berkembang. Meskipun skala besar Facebook, perusahaan telah berhasil mempertahankan pertumbuhan pengguna yang mengesankan. Di kuartal yang dilaporkan baru-baru ini dilaporkan yang berakhir pada tanggal 31 Maret, jumlah pengguna bulanan tumbuh 17% dari tahun ke tahun menjadi 1,94 miliar orang, dari periode yang sama tahun sebelumnya. Dan tahun ke tahun, pengguna aktif harian di kuartal tersebut meningkat sebesar 18% menjadi 1,28 miliar. Aktivitas pengguna di rangkaian aplikasi Facebook terus bertambah. Aplikasi pesan yang dimiliki Facebook WhatsApp dan Messenger memiliki lebih dari 1,2 miliar pengguna aktif bulanan, dan Instagram memiliki lebih dari 700 juta pengguna aktif bulanan.

(sumber: www.forbes.com/companies)

Facebook mengumumkan bahwa pengguna aktif bulanannya kini sudah menembus 1,79 miliar, naik 16 persen dibandingkan akhir tahun lalu. Dalam hitungan sederhana menunjukkan ada sekitar 52 persen populasi di seluruh dunia yang menggunakan internet memiliki akun Facebook, dan mereka mengecek akunnya (setidaknya) bulanan.

Jumlah pengguna internet dilaporkan terus berkembang setiap hari, berkat peningkatan akses internet melalui *smartphone* terjangkau dan akses internet ke sejumlah daerah yang sulit dijangkau yang kian meningkat. Untuk mendapatkan sisanya (48 persen dari pengguna internet),

Facebook tengah mencoba untuk membawa akses internet lebih cepat ke lokasi terpencil menggunakan *drone*, satelit, dan sistem komunikasi nirkabel. (sumber: www.wearesocial.com).



Facebook sebagai suatu trend terbaru di masyarakat modern telah mendapatkan tempat yang istimewa bagi para penggunanya, karena kemudahan dan keunggulan-keunggulan lainnya.

Di satu sisi, masyarakat modern yang tampil dikatakan mengungguli masyarakat tradisional, ternyata memilih untuk meninggalkan rasionya dan menggunakan emosinya dalam ber-*facebook*.

Facebook sebagai fenomena telah dengan cepat mengungguli beberapa situs-situs pertemanan global seperti *friendster*, *myspace*, *hi5*, dsb. Situs-situs pertemanan tersebut, tidak lain dan tidak bukan, bertujuan mempromosikan diri dan teman-teman yang dimilikinya ataupun orang lain yang dapat menjadi teman, baik dalam dunia nyata maupun dunia *cyber*.

Kepopuleran *facebook* antara lain didukung oleh tampilannya yang sederhana namun menggugah, yaitu berisikan informasi-informasi tentang teman-teman kita, hal-hal yang mereka pikirkan, foto-foto dan kemampuan untuk melakukan pembicaraan secara langsung.

Facebook memiliki berbagai fitur-fitur yang ditujukan untuk pengguna dengan maksud agar pengguna tidak merasa bosan pada saat menggunakan *Facebook*. Para pengguna *Facebook* dapat dimanjakan dengan adanya fitur-fitur ini. Beragam fitur yang ada dalam *Facebook* yaitu kita dapat mengupdate status kita yang terkini dan terbaru untuk menuliskan segala perasaan yang kita rasakan dalam senang maupun dalam keadaan sedih dan untuk mengungkapkan keinginan kita.

Dapat juga mengirimkan pesan kepada pengguna *facebook* lainnya untuk saling berbincang atau berkenalan lebih jauh dengan chat atau obrolan chit chat melalui fitur *facebook* secara online atau real time. Kita juga dapat meng-upload foto-foto yang diinginkan, serta juga dapat meng-upload video yang dapat menambah jumlah teman atau relasi di dalam *facebook*, karena banyaknya fitur-fitur menarik dan aplikasi yang tersedia untuk dapat menghibur anda.



Adanya banyak jenis permainan yang dapat dimainkan di *facebook* yang juga bisa di *share* atau *connect* terhadap *facebook* teman kita yang memainkan jenis permainan yang sama. Kita juga

dapat menuliskan catatan untuk kemudian di share dengan pengguna facebook lainnya. ruang tempat sesama pengguna facebook dalam mengirimkan pesan-pesan terbuka. Dan yang terakhir yaitu fitur untuk saling berkiriman hadiah.

Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Profesor Wilbur Schramm menyebutnya bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi (Schramm, 1988). Apa yang mendorong manusia sehingga ingin berkomunikasi dengan manusia lainnya? Teori dasar Biologi menyebutnya adanya dua kebutuhan, yakni kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

Harold D. Laswell salah seorang peletak dasar ilmu komunikasi lewat ilmu politik menyebut tiga fungsi dasar yang menjadi penyebab, mengapa manusia perlu berkomunikasi. Pertama, adalah hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui peluang yang ada untuk dimanfaatkan, dipelihara dan menghindar pada hal-hal yang mengancam alam sekitarnya.



Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui suatu kejadian atau peristiwa. Bahkan melalui komunikasi manusia dapat mengembangkan pengetahuannya, yakni belajar dari

pengalamannya, maupun melalui informasi yang mereka terima dari lingkungan sekitarnya.

Kedua, adalah upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Proses kelanjutan

suatu masyarakat sesungguhnya tergantung bagaimana masyarakat itu bisa beradaptasi dengan lingkungannya. Penyesuaian disini bukan saja terletak pada kemampuan manusia memberi

tanggapan terhadap gejala alam seperti banjir, gempa bumi dan musim yang mempengaruhi perilaku manusia, tetapi juga lingkungan masyarakat tempat manusia hidup dalam tantangan.

Dalam lingkungan seperti ini diperlukan penyesuaian, agar manusia dapat hidup dalam suasana yang harmonis.

Ketiga, adalah upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Suatu masyarakat yang ingin mempertahankan keberadaannya, maka anggota masyarakatnya dituntut

untuk melakukan pertukaran nilai, perilaku, dan peranan. Misalnya bagaimana orangtua mengajarkan tatakrama bermasyarakat yang baik kepada anak-anaknya. Bagaimana sekolah

difungsikan untuk mendidik warga negara. Bagaimana media massa menyalurkan hati nurani khalayaknya, dan bagaimana pemerintah dengan kebijaksanaan yang dibuatnya untuk

mengayomi kepentingan anggota masyarakat yang dilayaninya.

Ketiga fungsi menjadi patokan dasar bagi setiap individu dalam berhubungan dengan sesama anggota masyarakat. Prof David K. Berlo dari Michigan State University menyebut

secara ringkas bahwa komunikasi sebagai instrumen dari interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri

dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat.



Dengan demikian bahwa komunikasi jelas tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Ia diperlukan untuk mengatur tatakrama pergaulan antar manusia, sebab berkomunikasi dengan baik akan memberi pengaruh langsung pada struktur keseimbangan seseorang dalam bermasyarakat, apakah ia seorang dokter, dosen, manajer, pedagang, pramugari, pemuka agama, penyuluh lapangan, pramuniaga, dan lain sebagainya. Sehingga, keberhasilan dan kegagalan seseorang dalam mencapai sesuatu yang diinginkan termasuk karir mereka, banyak ditentukan oleh kemampuannya berkomunikasi.

Sifat manusia untuk menyampaikan keinginannya dan untuk mengetahui hasrat orang lain, merupakan awal keterampilan manusia berkomunikasi secara otomatis melalui lambang isyarat, kemudian disusul dengan kemampuan untuk memberi arti setiap lambang itu dalam bentuk bahasa verbal (Cangara Hafied : 2006).

Secara konstektual komunikasi Interpersonal digambarkan sebagai suatu komunikasi antara dua individu atau sedikit individu, yang mana saling berinteraksi dan saling memberikan umpan balik satu sama lain. Namun, memberikan definisi konstektual saja tidak cukup untuk menggambarkan komunikasi interpersonal karena setiap interaksi antara satu individu dengan individu lainnya berbeda-beda.

Anni Muhammad (2005 : 159) menyatakan bahwa “komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi antara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya”. Mulyana (2000:73) menyatakan bahwa “komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid dan sebagainya”.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian informasi, pikiran dan sifat tertentu antara dua orang atau lebih yang terjadi pergantian pesan baik sebagai komunikan maupun komunikator dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian mengenai masalah yang akan dibicarakan yang akhirnya diharapkan sebagai perubahan perilaku.

Persepsi Interpersonal didefinisikan sebagai "*memberikan makna terhadap stimuli inderawi yang berasal dari seseorang (komunikan), yang berupa pesan verbal dan nonverbal*" (Jalaludin Rakhmat, 2013) kita pun bisa menyadari bahwa ternyata kita pun *hidup* dalam persepsi orang lain. Dan orang lain pun *hidup* dalam persepsi kita. Agar tidak mengkaburi antara antara persepsi interpersonal dengan persepsi objek.

Jalaludin Rahmat memberikan empat perbedaan antara persepsi interpersonal dengan persepsi objek : "Pertama, pada persepsi objek, stimuli ditangkap oleh alat indera kita melalui benda-benda fisik; gelombang, cahaya, gelombang suara, temperature, dan sebagainya; pada persepsi interpersonal, hal ini mungkin sampai kepada kita melalui lambang-lambang verbal atau grafis yang disampaikan pihak ketiga.

Kedua, bila kita menanggapi objek, kita hanya menanggapi sifat-sifat luar obyek itu; kita tidak meneliti sifat-sifat batiniyah obyek itu. Pada persepsi interpersonal kita mencoba memahami apa yang tampak pada alat indera kita.

Ketiga, ketika kita mempersepsi objek, objek tidak bereaksi kepada kita; kita pun tidak memberikan reaksi emosional padanya. Dalam persepsi interpersonal, faktor-faktor personal anda, dan karakteristik orang yang ditanggapi serta hubungan anda dengan orang tersebut, menyebabkan persepsi interpersonal sampai cenderung untuk keliru. *Keempat*, objek relatif



tetap, sedangkan manusia berubah-ubah. Persepsi interpersonal yang berobjekkan manusia kemudian menjadi mudah salah (Jalaludin Rakhmat, 2013:79-81).

Semakin tertarik kita kepada seseorang, maka semakin besar kecenderungan kita berkomunikasi dengan dia. Oleh karena itu, atraksi interpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang. Adanya daya tarik ini membentuk rasa suka. Rasa suka pada seseorang umumnya membuat orang yang kita sukai menjadi signifikan bagi kita.

Dalam hubungan interpersonal terdapat tipe-tipe hubungan interpersonal yaitu tipe cinta, pernikahan, dan perselingkuhan. Tipe cinta yang juga dapat mendatangkan segala jenis emosi, baik yang menyenangkan maupun yang menyakitkan. Tipe hasrat yaitu dimensi yang menekankan pada intensnya perasaan yang muncul dari daya tarik fisik dan daya tarik seksual. Tipe keintiman ini tertuju pada kedekatan perasaan antara dua orang dan kekuatan yang mengikat mereka untuk bersama. Terakhir yaitu tipe komitmen/keputusan, seseorang berkeputusan untuk tetap bersama dengan seorang pasangan dalam hidupnya. (Jalaludin Rakhmat, 2013)

Petrovic (2013) menyatakan bahwa media sosial sebagai media komunikasi yang sangat penting untuk menjaga kelangsungan hubungan interpersonal. Karena dengan adanya media sosial sebagai salah satu alat dalam kecenderungan kiat berkomunikasi untuk makin tertarik kita kepada seseorang, makin besar rasa kecenderungan kita berkomunikasi dengan dia.

Karena pentingnya peranan atraksi interpersonal, kita ingin membicarakan faktor-faktor yang menyebabkan mengapa persona stimuli menarik kita. Sebagaimana sering kita bicarakan dalam bagian-bagian lain, di sini pun faktor personal dan situasional menentukan siapa tertarik



pada siapa. Yang menyebabkan saya tertarik kepada anda boleh jadi sifat-sifat yang anda miliki (misalnya, anda cantik), atau suasana emosional saya (misalnya, saya sedang kesepian).

Sebenarnya kedua faktor ini dalam kenyataan sering tumpang tindih, sehingga pembagian di bawah ini hanyalah untuk memudahkan penjelasan saja.

Dalam mempersepsi seseorang kita dapat melihatnya dari faktor faktor Situasional. Faktor situasional yaitu situasi yang bisa kita amati saat kita berjumpa dengan orang lain. Dimana kita cenderung secara spontan telah memberi makna terhadap faktor faktor tersebut, yang antara lain adalah Deskripsi Verbal, Petunjuk kinesik, Petunjuk Wajah, dan Petunjuk Artifaktual.

Dean C. Barlund, ahli komunikasi interpersonal menulis, “Mengetahui garis-garis atraksi dan penghindaran dalam sistem sosial artinya mampu meramalkan dari mana pesan akan muncul, kepada siapa pesan itu akan mengalir, dan lebih-lebih lagi bagaimana pesan akan diterima (Barlund, 1968 : 71).

Teori Pengurangan Ketidakpastian (*Uncertainty Reduction Theory-URT*) dipelopori oleh Charles Berger dan Richard Calabrese pada tahun 1975. Tujuan mereka dalam menyusun teori ini adalah untuk menjelaskan bagaimana komunikasi digunakan untuk mengurangi ketidakpastian di antara orang asing yang terlibat dalam pembicaraan satu sama lain untuk pertama kalinya

Berger dan Calabrese yakin bahwa ketika orang asing pertama kali bertemu, utamanya mereka tertarik untuk meningkatkan prediktabilitas dalam usaha untuk memahami pemahaman komunikasi mereka.



Berger (1995) menyatakan bahwa orang dalam usaha untuk mengurangi ketidakpastian menggunakan taktik-taktik dari tiga kategori strategi yaitu strategi pasif yang merupakan proses pengamatan yang dilakukan seseorang tanpa mengganggu atau bahkan tidak diketahui oleh objeknya.

Yang kedua yaitu strategi aktif merupakan pengamat dalam mengumpulkan informasi. Dan yang ketiga ialah strategi interaktif yaitu mencoba untuk kontak langsung dan melakukan pengungkapan diri.

Mereka mungkin tidak yakin akan bagaimana harus berperilaku (atau bagaimana orang lain berperilaku), dan mereka mungkin tidak yakin apa yang mereka pikirkan mengenai orang lain dan apa yang orang lain pikirkan mengenai mereka

Selain itu, Berger dan Calabrese menyatakan bahwa ketidakpastian berhubungan dengan tujuh konsep lain yang berakar pada komunikasi dan pengembangan hubungan: output verbal, kehangatan nonverbal (seperti nada suara yang menyenangkan dan mencondongkan tubuh kearah depan), pencarian informasi (bertanya), pembukaan diri, resiprositas pembukaan diri, kesamaan dan kesukaan.

Berger (1987) berbicara mengenai ketidakpastian perilaku dalam kalimat berikut ini: Untuk berinteraksi dalam cara yang relatif lancar, terkoordinasi, dan dapat dipahami, seseorang harus mampu memprediksi bagaimana mitra interaksi akan berperilaku, maupun, berdasarkan prediksi ini, mampu memilih dari perbendaharaannya respons-respons yang akan mengoptimalkan hasil akhir dari sebuah perjumpaan”.



Pada jaman modern sekarang ini, seiring dengan perkembangan teknologi dan kemunculan berbagai macam alat komunikasi dapat semakin memudahkan manusia dalam berinteraksi dengan orang lain. Komunikasi dapat dilakukan dengan cara bertatap muka secara langsung maupun komunikasi secara tidak langsung, yaitu menggunakan perantara. Misalnya komunikasi melalui telepon atau internet dalam berhubungan dengan orang lain yang berada di wilayah berbeda.

Penggunaan teknologi ini sangatlah membantu orang-orang untuk saling terhubung dan berkomunikasi karena maraknya penggunaan facebook sebagai salah satu media sosial yang sangat penting dalam hubungan interpersonal.

Tidak hanya sekedar berbentuk tatap muka melainkan sudah menjadi fenomena umum bahwa komunikasi yang terjalin tidak hanya ada di dunia nyata tetapi juga di dunia maya yang sering disebut dengan media sosial.

Sebagian orang beranggapan, mencari jodoh bukan saja dalam hal mencari pasangan hidup tetapi juga menemukan pendamping melalui kriteria-kriteria yang sesuai dengan keinginan hati. Hal ini tentu saja berhubungan dengan konsep atraksi interpersonal yang dikemukakan oleh Jalaludin Rahmat bahwa semakin tertarik kita kepada seseorang, maka semakin besar kecenderungan kita berkomunikasi dengan dia.

Untuk menemukan kriteria-kriteria tersebut tentu tidak mudah sehingga ketika menjadi pengguna layanan jejaring sosial, biasanya memilih untuk berinteraksi dengan orang-orang yang menurutnya mendekati pada kriteria-kriteria yang sesuai dengan konsep interpersonal

1. Elarab
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang dilihatnya melalui fitur-fitur di dalam facebook antara lain biodata, foto, dan informasi lainnya.

Hal ini berhubungan dengan konsep ketidakpastian yang muncul dalam komunikasi dari media sosial tersebut karena tidak adanya tatap muka secara langsung. Berger (1995) menyatakan bahwa orang dalam usaha untuk mengurangi ketidakpastian menggunakan taktik-taktik dari tiga kategori strategi yaitu strategi pasif yang merupakan proses pengamatan yang dilakukan seseorang tanpa mengganggu atau bahkan tidak diketahui oleh objeknya.

Yang kedua yaitu strategi aktif merupakan pengamat dalam mengumpulkan informasi. Dan yang ketiga ialah strategi interaktif yaitu mencoba untuk kontak langsung dan melakukan pengungkapan diri.

Berdasarkan uraian diatas Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie mayoritas adalah pengguna media sosial. Didukung dengan adanya suasana kampus yang dilengkapi oleh *wifi*, hal inilah yang menyebabkan mahasiswa Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dekat dan terbiasa menggunakan internet, karena rata-rata mahasiswa Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie merupakan generasi jaman sekarang yang tidak lepas dalam menggunakan internet terutama media sosial. Oleh karena itu peneliti berusaha melihat fenomena penggunaan media sosial Facebook oleh mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business dalam proses pencarian jodoh.

Hak Cipta milik IBIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip atau mengarang ulang sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Rumusan Masalah

C Hak Cipta milik IBKKG (Insitut Binislar Informatika Kwik Kian Gie)
 Facebook sebagai sosial media yang mempunyai pengguna terbanyak seperti yang dilansir oleh Forbes yaitu CEO Facebook Mark Zuckerberg mengumumkan bahwa sejarah di jejaring sosial tersebut mempunyai komunitas Facebook yang resmi dengan 2 miliar orang penggunaanya. Mark Zuckerberg mengatakan bahwa “Kami membuat kemajuan yang menghubungkan dunia, dan sekarang mari kita mendekatkan dunia bersama”. Seiring perkembangan sosial media yang saat ini sedang marak ada diantara mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business salah satunya adalah Facebook. Karena adanya fasilitas *wifi* yang diberikan oleh kampus dalam mahasiwa dengan mudahnya dalam mengakses facebook.

Dengan pengguna 2 miliar orang dan melalui fenomena facebook sebagai salah satu tempat untuk berkomunikasi secara interpersonal yang terjadi saat ini dan menjelaskan bagaimana komunikasi digunakan untuk mengurangi ketidakpastian di antara orang asing yang terlibat dalam pembicaraan satu sama lain untuk pertama kalinya. Hal ini berlaku juga dalam proses pencarian jodoh sebagai salah satu tipe hubungan interpersonal. Fenomena ini terjadi bagi siapapun termasuk mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business yaitu semakin tertarik kita kepada seseorang, maka semakin besar kecenderungan kita berkomunikasi dengan dia. Oleh karena itu, atraksi interpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang. Adanya daya tarik ini membentuk rasa suka pada seseorang umumnya membuat orang yang kita sukai menjadi signifikan bagi kita. Atraksi ini dibangun melalui fitur-fitur yang ada di dalam facebook.

1. Dilarang menyalin atau menjiplak isi makalah ini untuk tujuan lain tanpa izin IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Penelitian ini merumuskan masalah, yakni: “Analisis Pengaruh Penggunaan Social

Media Facebook Terhadap Tingkat Ketidakpastian Pencarian Jodoh Pada Mahasiswa Institut

Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta”

C. Identifikasi Masalah

1. Apakah fitur-fitur di dalam media sosial Facebook berhubungan dengan atraksi interpersonal para penggunanya?
2. Bagaimanakah proses pengurangan ketidakpastian pada komunikasi interpersonal pengguna Facebook dalam proses pencarian jodoh?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan mengenai fitur-fitur di dalam sosial media Facebook yang berhubungan dengan komunikasi atraksi interpersonal.
2. Untuk menjelaskan proses pengurangan ketidakpastian oleh pengguna Facebook dalam proses pencarian jodoh.



E. Manfaat Penelitian

● Manfaat Akademis

Dalam manfaat secara akademis, penulis harapan bahwa penelitian ini secara teoritis mampu bermanfaat dalam memperkaya wacana mengenai teori komunikasi interpersonal, atraksi interpersonal dan teori pengurangan ketidakpastian sebagai suatu alat dalam menghubungkan pengguna sosial media *facebook* sebagai media pencarian jodoh didalam studi Ilmu Komunikasi.

● Manfaat Praktis

Sebagai suatu penelitian terapan, penelitian ini dapat berguna dalam penerapan praktek hubungan antara lawan jenis yang bertemu dalam media sosial *Facebook* untuk melalui proses tatap muka secara langsung dalam pencarian jodoh. Sehingga penelitian ini dapat mendeskripsikan secara mendalam mengenai langkah-langkah atau tahapan proses berkomunikasi dengan pengguna lainnya yang berlawanan jenis kemudian akan berlanjut kepada komunikasi yang lebih dekat dan bahkan berakhir pada kesempatan untuk berhubungan spesial. Selain itu juga, penelitian ini diharapkan agar mampu memberikan sumbangsi positif dalam menjalin hubungan antara lawan jenis dalam media sosial *Facebook* untuk proses pencarian jodoh.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.