

**STUDI META-ANALISIS PENGURANGAN KETIDAKPASTIAN DI ERA DIGITAL:  
PENCARIAN INFORMASI DI MEDIA SOSIAL SEBELUM PERTEMUAN TATAP  
MUKA PERTAMA**

**Eric Fernando<sup>1</sup>, Astrid Rahardaya<sup>2</sup>, Irwansyah<sup>3\*</sup>**

**<sup>1</sup>eric.fernardo01@ui.ac.id, <sup>2</sup>astrid.k01@ui.ac.id, <sup>3</sup>irwansyah09@ui.ac.id**

Ilmu Komunikasi  
Universitas Indonesia

**ABSTRAK**

Saat akan bertemu tatap muka dengan seseorang yang belum pernah ditemui, berbagai ketidakpastian dapat muncul dalam benak. Salah satu upaya untuk mengurangi ketidakpastian adalah melakukan pencarian informasi di media sosial bahkan, media sosial mampu memberikan informasi intim yang sulit diketahui saat pertemuan pertama seperti preferensi politik dan ideologi. Penelitian ini melakukan studi meta-analisis terhadap artikel jurnal yang menggunakan teori yang digagas oleh Charles R. Berger dan Richard J. Calabrese yaitu teori pengurangan ketidakpastian dalam menerapkan strategi pencarian informasi pasif, aktif dan interaktif di era digital. Ada beberapa faktor yang mendasari pencarian informasi di era digital antara lain adalah keamanan dan menghindari salah persepsi. Pencarian informasi di media sosial juga meningkatkan keinginan untuk berkomunikasi dan keterbukaan. Hasilnya ditemukan bahwa sebelum melakukan pertemuan pertama strategi pasif paling banyak dilakukan namun, strategi interaktif paling efektif untuk mengurangi ketidakpastian.

**Kata Kunci: Pengurangan Ketidakpastian, Pencarian Informasi, Media Sosial, Pertemuan Pertama.**

## A. PENDAHULUAN

Manusia disebut sebagai makhluk sosial yang ditakdirkan hidup dalam masyarakat untuk saling berinteraksi satu sama lain. Meskipun manusia bertanggung jawab terhadap dirinya sendiri, namun manusia juga membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhan sosialnya (Puspitasari, 2017). Tidak dapat dipungkiri, setiap individu memerlukan kehadiran orang lain oleh karenanya kehadiran orang lain dapat memberikan pengaruh besar dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. Sebagai makhluk sosial, manusia berinteraksi bukan saja terjadi pertukaran pesan, namun juga membentuk hubungan satu sama lain. Dalam proses berinteraksi, antar individu dapat melakukannya dengan berbagai macam cara, antara lain berinteraksi tatap muka dan berinteraksi melalui sarana media, seperti telepon, surat, dan lain sebagainya.

Perlu dipahami bahwasannya komunikasi merupakan sesuatu yang sulit didefinisikan (Littlejohn, 2017). Perbedaan ini dapat terjadi karena observasi yang dilakukan dalam proses komunikasi dapat berbeda-beda, kita dapat mengkaji komunikasi dari aspek-aspek yang berbeda mulai dari pengirim pesan (*sender*), pesan (*message*), kanal (*channel*), penerima pesan (*receiver*). Komunikasi juga

bagaikan gunung es dimana manusia cenderung mengamati hal-hal yang terlihat secara kasat mata seperti aktor komunikasi, simbol dan media, padahal terdapat juga hal-hal tidak terlihat yang dapat mempengaruhi komunikasi seperti kepentingan ekonomi, sosial-politik hingga faktor budaya.

Frank Dance dalam risetnya mengemukakan ada tiga titik kritis dalam mendefinisikan komunikasi antara lain pertama, level observasi yakni Komunikasi dapat dinilai sebagai sesuatu yang sangat luas dan sebaliknya juga sebagai hal yang sangat spesifik; kedua, intensionalitas/niat dimana beberapa ahli menilai komunikasi terjadi ketika terdapat keniatan dari pengirim pesan untuk mencapai kesepahaman dengan penerima pesan, di sisi yang lain terdapat juga ahli yang menilai hanya dengan tersenyum pun sudah termasuk bagian dari komunikasi; ketiga, penilaian dimana terdapat para ahli yang mendefinisikan komunikasi terjadi ketika pertukaran pesan telah diterima dari pengirim pesan kepada penerima pesan, sebaliknya ada juga yang menilai meskipun penerima pesan belum sepenuhnya memahami apa yang disampaikan sang pengirim pesan dalam prosesnya telah terjadi komunikasi itu sendiri (Littlejohn, 2017). Sementara itu, dalam karyanya Dainton & Zelle

menjelaskan bahwa komunikasi merupakan sesuatu yang kompleks dan sangat terkait dengan pengiriman, penerimaan dan interpretasi pesan sehingga komunikasi dapat berbeda makna bagi penerima dan situasinya (Dainton & Zelley, 2019).

Akademisi lain menyebutkan dalam Griffin (2018) bahwa komunikasi adalah proses menciptakan dan memahami pesan serta efeknya (*communication is the relational process of creating and interpreting messages that elicit a response*). Dalam definisi ini, kita dapat mengamati terdapat konsep-konsep penting yakni pertama, pesan yang merupakan kunci dalam kajian komunikasi, dimana para ahli meyakini bahwa pesan dapat dipelajari dalam medium apapun; kedua, penciptaan pesan dimana konsep ini meyakini bahwa konten pesan biasanya dikonstruksi, ditemukan, direncanakan dan dipilih oleh pengirim pesan. Ada alasan tertentu jika seseorang mengirimkan pesan melalui telepon dibandingkan pesan pendek atau sebaliknya; ketiga adalah interpretasi pesan karena pesan tidak dapat diartikan begitu saja, melainkan perlu pemaknaan ketika penerima pesan mendapatkan pesan tersebut; keempat yakni proses relasional dimana proses komunikasi bagaikan aliran sungai yang tidak pernah sama, sehingga

penerima pesan perlu memahami apa yang terjadi sebelum pesan tersebut dan yang akan terjadi; kelima, pesan yang menimbulkan respons yakni efek atau respons penerima pesan (Griffin, 2018).

Seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi, dahulu yang hanya bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan cara tatap muka atau media tradisional, sekarang sudah semakin mudah yaitu melalui internet. Berbagai macam sarana dan cara dapat didapatkan dengan mudah melalui internet. Melalui internet, antar individu juga dapat berinteraksi dengan orang lain yang tidak dikenal, hal ini berguna untuk memperluas jangkauan pertemanan atau *networking*. Selain itu, internet juga banyak dimanfaatkan untuk sarana mencari jodoh. Berbagai platform tersedia untuk memfasilitasi hal tersebut, seperti Facebook, Twitter, Instagram, Messenger, Whatsapp, Line dan lain sebagainya. Melalui platform tersebut, kita dapat bertemu dan berkenalan dengan orang baru. Bahkan, beberapa tahun terakhir, muncul berbagai macam situs dan aplikasi pencari jodoh untuk semakin mempermudah orang-orang berkenalan, mencari jodoh sampai berkenan.

Saat ini penggunaan internet menjadi salah satu kebutuhan setiap orang. Internet mampu menghasilkan interaksi tanpa membatasi ruang dan waktu. Hal tersebut menjadi salah satu alasan banyak orang yang menggunakan dan mengakses internet dalam kegiatan sehari-hari, khususnya mengakses media sosial. Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh We Are Social, sebuah perusahaan yang melakukan kajian pemanfaatan digital asal Inggris, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia dan sejumlah 160 juta penduduk merupakan pengguna media sosial dari total 272,1 juta jumlah keseluruhan penduduk di Indonesia. Artinya, ada sekitar 59% jumlah penduduk Indonesia yang aktif menggunakan media sosial (Putra, 2020).

Media sosial adalah sebuah media atau platform berbasis internet yang memungkinkan para pengguna untuk membuat serta berbagi konten berupa informasi, minat, dan opini dalam berbagai macam konteks misalnya seperti konteks informasi, konteks pendidikan, kritik, sindiran dan lain sebagainya. Selain itu, media sosial digunakan untuk berbagai macam aktivitas (Khan, 2017). Aktivitas tersebut antara lain seperti pencarian informasi, identitas pribadi, interaksi dan integrasi sosial serta dapat digunakan

untuk hiburan (Kim, et al., 2013). Media sosial juga memainkan peran penting dalam pencarian informasi, salah satunya sebagai langkah awal yang seseorang lakukan sebelum melakukan pertemuan tatap muka pertama.

Sebelum melakukan pertemuan tatap muka pertama, seseorang cenderung untuk melakukan pencarian informasi untuk mengurangi ketidakpastian. Rasa ketidakpastian ini biasanya dirasakan pada pertemuan pertama karena kurangnya pengetahuan akan informasi satu sama lain. Maka dari itu sebelum dua individu memutuskan untuk bertemu, salah satu cara untuk mengurangi ketidakpastian tersebut adalah dengan mencari informasi tentang orang yang akan ditemui melalui media sosial (Courtois, 2012). Charles Berger mengatakan bahwa pengumpulan informasi yang kita lakukan merupakan hal yang alami dilakukan dan hal tersebut merupakan upaya dari diri sendiri untuk mengetahui lebih lanjut mengenai orang yang akan kita temui. Sehingga nantinya dapat membantu mengurangi rasa ketidakpastian dan dapat terjadi komunikasi yang efektif. Adapun, dalam pencarian informasi, terdapat tiga strategi yang dapat dilakukan yaitu strategi pasif, strategi aktif, dan strategi interaktif (Littlejohn, 2017).

Berkaitan dengan hal diatas, penelitian ini akan mengkaji penerapan strategi pencarian informasi aktif, pasif dan interaktif di era digital melalui pencarian informasi untuk mengurangi ketidakpastian sebelum melakukan pertemuan tatap muka pertama. Penelitian ini akan membandingkan temuan dari para peneliti terdahulu yang dilakukan di berbagai negara dan responden yang berbeda dalam menerapkan implementasi teori pengurangan ketidakpastian yang dicetuskan Berger & Calabrese dalam melihat strategi pencarian informasi di era digital. Riset ini akan membahas lebih jauh faktor-faktor yang mendasari seseorang dalam melakukan pencarian informasi, bagaimana pencarian informasi memberikan manfaat, serta strategi pencarian informasi apa yang dianggap paling efektif guna mengurangi ketidakpastian. Penelitian ini juga turut mengkaji penerapan strategi pencarian informasi di era digital dalam konteks yang terjadi di Indonesia.

## **B. TINJAUAN TEORITIS**

### **1. Teori Pengurangan**

#### **Ketidakpastian**

Penelitian ini berangkat dari teori yang dikemukakan oleh Charles R. Berger dan Richard J. Calabrese dalam jurnal *Some Explorations in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Interpersonal Communication* yang dipublikasikan pada tahun 1975. Teori pengurangan ketidakpastian berawal dari asumsi dasar bahwa ketika seseorang bertemu dengan orang asing, maka akan timbul ketidakpastian dan perlu berbagai tahapan untuk mengurangi ketidakpastian. Semakin sering seseorang bertemu maka ketidakpastian akan semakin berkurang karena ada pertukaran opini, kepercayaan dan perilaku antar orang tersebut. Ketika dua orang yang sudah lama berpisah kemudian bertemu lagi, maka diperlukan proses mencari kesamaan biografis-demografis untuk memperbaharui pengetahuan satu sama lain guna mengurangi ketidakpastian (Berger & Calabrese, 1975).

Charles Berger (dalam Dainton, 2019) menyebutkan bahwa terdapat tiga asumsi dari teori pengurangan ketidakpastian, asumsi yang pertama yaitu tujuan utama komunikasi adalah untuk meminimalisir ketidakpastian seseorang tentang dunia atau orang disekitarnya. Kemudian asumsi yang kedua yakni individu mengalami ketidakpastian dalam kehidupan sehari-hari dan merasa tidak nyaman karena hal tersebut. Sedangkan asumsi yang terakhir, yaitu asumsi ketiga menyebutkan bahwa komunikasi adalah landasan utama untuk mengurangi ketidakpastian.

## **2. Kondisi Pemicu Pengurangan Ketidakpastian**

Charles Berger (dalam Dainton & Zelle, 2019) mengemukakan seseorang termotivasi untuk mengurangi rasa ketidakpastian, didasari oleh 3 kondisi pemicu, antara lain kondisi pertama adalah antisipasi pada interaksi mendatang (*Anticipation of Future Interaction*), yang mana seseorang termotivasi untuk mengurangi ketidakpastian tentang seseorang yang akan sering ditemui karena mengantisipasi akan terjadinya interaksi lanjutan di kemudian hari. Interaksi ini dilakukan karena mengetahui bahwa akan bertemu kembali dengan orang tersebut. Kedua adalah nilai insentif (*Incentive Value*) dimana seseorang termotivasi untuk

mengurangi ketidakpastian dengan munculnya keinginan untuk mencari tahu lebih lanjut tentang seseorang apabila orang tersebut memiliki potensi untuk memberikan sesuatu yang kita inginkan atau penghargaan dan bahkan hukuman. Selanjutnya yang ketiga adalah penyimpangan (*Deviance*), seseorang termotivasi untuk mengurangi ketidakpastian ketika berhadapan dengan seseorang yang dianggap unik, aneh atau tidak biasa dan bertentangan dengan harapan pribadi. Hal tersebut akan mempengaruhi ekspektasi dan munculnya keinginan untuk mencari tahu lebih lanjut.

## **3. Jenis Ketidakpastian**

Berger dan Bradag (dalam Dainton & Zelle, 2019) menyatakan bahwa terdapat 2 variasi atau jenis ketidakpastian, antara lain ketidakpastian perilaku (*behavioral uncertainty*) dan ketidakpastian kognitif (*cognitive uncertainty*). Adapun ketidakpastian perilaku mempengaruhi kegelisahan diri atau ketidakpastian perilaku tentang tindakan mana yang tepat dan pantas untuk dilakukan dalam situasi tertentu. Sedangkan ketidakpastian kognitif adalah ketika seseorang merasa tidak yakin untuk menilai orang lain dan mengalami ketidakpastian kognitif bagaimana harus bersikap. Dengan kata lain, ketidakpastian kognitif menekankan pada keraguan akan kemampuan diri untuk menilai dan

menunjukkan sikap serta kepercayaan pada orang lain.

#### 4. Aksioma Teori Pengurang Ketidakpastian

Terdapat 7 kaidah atau aksioma yang ditawarkan Berger dan Calabrese (1975) untuk mengurangi ketidakpastian. Aksioma pertama adalah komunikasi verbal (*Verbal Communication*) yaitu meningkatkan percakapan antar individu. Dengan meningkatnya jumlah komunikasi verbal, maka tingkat kepastian untuk setiap orang akan menurun. Ketika ketidakpastian semakin berkurang, maka jumlah komunikasi verbal akan meningkat. Aksioma kedua, komunikasi non-verbal (*Non Verbal Communication*), yang mana pengurangan ketidakpastian semakin terlihat ketika individu menunjukkan ekspresi kedekatan non-verbal seperti jarak yang semakin dekat. Dapat dikatakan, ketika non-verbal meningkat, maka ketidakpastian menurun, begitu pula sebaliknya. Aksioma ketiga, pencarian informasi (*Information Seeking*), dalam mengurangi ketidakpastian, individu akan mencari informasi satu sama lain seperti menanyakan pekerjaan, tempat tinggal, daerah asal dan lainnya. Semakin besar ketidakpastian, semakin kita mencari tahu informasi satu sama lain. Begitu pula sebaliknya, jika ketidakpastian rendah, cenderung sedikit mencari tahu informasi.

Kemudian, aksioma keempat adalah keintiman percakapan (*Intimacy Communication*) yang mana semakin yakin seseorang terhadap orang lain maka pembicaraannya akan semakin intim, sebaliknya jika seseorang masih kurang yakin terhadap orang lain maka keintiman pembicaraannya belum terlalu dalam. Di sisi lain, dapat dikatakan bahwa ketika ketidakpastian dalam hubungan tinggi, level keintiman dalam komunikasi rendah. Aksioma kelima, pertukaran informasi timbal balik (*Reciprocity*), semakin tinggi ketidakpastian maka akan meningkatkan kebutuhan pertukaran informasi timbal balik dan semakin rendah ketidakpastian akan menurunkan kebutuhan pertukaran informasi timbal balik. Hal ini terjadi karena semakin yakin seseorang terhadap orang lain maka kebutuhan akan pertukaran informasi timbal balik akan berkurang. Aksioma keenam, kesamaan (*Similarity*) yaitu jika individu memiliki kesamaan dengan individu lain maka ketidakpastian akan berkurang. Namun, semakin sedikit kesamaan antar individu maka ketidakpastian akan meningkat. Aksioma terakhir, yaitu aksioma ketujuh adalah tingkat kesukaan (*Liking*) dimana semakin yakin seseorang terhadap orang lain maka meningkatkan kesukaan dan semakin tidak yakin seseorang terhadap orang lain maka menurunkan kesukaan.

Dapat juga dikatakan, ketika rasa ketidakpastian menurun, maka perasaan suka atau tingkat kesukaan akan naik. Ketika rasa ketidakpastian tinggi, maka perasaan suka kepada orang tersebut menurun (Dainton & Zelle, 2019).

### 5. Strategi Pencarian Informasi

Di awal memulai suatu hubungan, disarikan dari buku Griffin, *A First Look at Communication Theory* (2018) Charles Berger mengidentifikasikan tiga strategi pencarian informasi untuk mengurangi ketidakpastian antar individu, yaitu strategi pasif, strategi aktif dan strategi interaktif. Strategi yang pertama adalah strategi pasif, strategi pasif adalah strategi yang dilakukan melalui observasi terhadap individu, misalnya memperhatikan tingkah-laku seseorang dalam percakapan dan tindakannya. Strategi pasif dapat dikatakan seperti perlakuan detektif, yang mana pencarian informasi dilakukan secara diam-diam tanpa sepengetahuan target informasi (Dainton & Zelle, 2019). Dalam strategi pasif, disebutkan dalam Littlejohn (2017) bahwa terdapat dua jenis strategi pasif yaitu pencarian reaktifitas (*reactivity searching*) yang mana pencarian informasi dilakukan dengan mengamati orang lain secara diam-diam selama beberapa waktu tertentu dan pencarian hambatan (*disinhibition searching*) yaitu strategi pasif lain dimana pencarian

informasi dilakukan dengan mengamati perilaku orang lain dalam situasi informal, dimana dalam situasi tersebut orang akan cenderung berperilaku dengan cara alami. Kemudian, strategi kedua adalah strategi aktif yakni mencari informasi dari pihak ketiga. Strategi tersebut dapat dilakukan misalnya dengan cara meminta pendapat orang lain atas kinerja seseorang atau dapat dilakukan dengan cara mencari informasi tentang seseorang melalui internet atau bantuan pihak ketiga yang mengenal target informasi. Strategi ketiga adalah strategi interaktif yaitu strategi pencarian informasi dilakukan dengan cara interaksi secara langsung kepada orang yang ingin diketahui dengan memberikan pertanyaan ataupun pengungkapan diri satu sama lain (Littlejohn, 2017).

### 6. Pencarian Informasi di Era Media Sosial

Sebelum kehadiran internet maupun media sosial, pencarian informasi harus dilakukan secara *offline*. Perubahan medium komunikasi turut mengubah strategi pencarian informasi karena terdapat perbedaan antara pencarian informasi antara media sosial dengan media internet lain seperti *email* (Paul, 2019). Di era media sosial, sebelum bertemu secara tatap muka manusia dapat melakukan pencarian terhadap profil orang lain. Saat menggunakan media sosial,

pengguna diminta untuk memasukkan sejumlah informasi awal seperti nama, foto profil, usia, pekerjaan, status hubungan, tempat menempuh studi (sekolah dan/atau universitas). Seiring berjalannya waktu, para pengguna biasanya akan mengungkapkan ketertarikan, hobi, pernah berkeliling ke daerah atau negara apa saja, pernah berkunjung ke restoran apa saja dan tak jarang ada yang memasukkan informasi yang sulit diketahui seseorang di pertemuan pertama misalkan pilihan politik, ideologi, preferensi pasangan (normal atau homoseksual) dan yang lainnya (Rosenfeld, 2017).

Hal ini tentunya berbeda dengan pertemuan tanpa profil media sosial, karena pengurangan ketidakpastian sudah terjadi sebelum adanya interaksi tatap muka antara dua individu (Sharabi, 2020). Strategi pencarian informasi di media sosial dalam bentuk pasif dapat berupa melihat foto profil, melihat status namun tidak memberikan tanggapan seperti *like* atau *comment* (Antheunis, 2010). Sementara strategi pencarian informasi dalam bentuk semakin dimungkinkan dengan tersedianya data temannya-teman (*mutual friends*) sehingga untuk mengetahui tentang orang lain dapat bertanya melalui *mutual friends* tersebut (Paul, 2019). Strategi dalam bentuk interaktif berupa percakapan langsung

melalui media sosial semakin dimudahkan dengan keberadaan fitur *messenger* ataupun *direct message* untuk berinteraksi langsung dengan orang yang ingin diketahui (Antheunis, 2010).

Salah satu keunggulan besar dari media sosial adalah dapat melakukan penelusuran tentang orang lain secara pasif tanpa diketahui oleh orang tersebut, melihat profil media sosial orang lain sebelum memulai percakapan dapat menjadi jembatan untuk membangun keakraban dan keintiman dibandingkan melakukan percakapan tanpa mengetahui profil orang tersebut terlebih dahulu (Paul, 2019).

### C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi meta-analisis yang digunakan untuk membuat tinjauan literatur berbagai riset sebelumnya. Studi meta-analisis merupakan metode penelitian yang menggunakan beberapa studi penelitian terdahulu yang dilakukan secara sistematis untuk mendapatkan kesimpulan yang akurat (Retnawati, dkk. 2018). Dalam kesempatan ini, peneliti akan memfokuskan pada tinjauan teoritis dari berbagai riset terdahulu yang menggunakan teori reduksi ketidakpastian. Peneliti akan membandingkan asumsi

dasar yang digunakan, konsistensi logika dan jangkauan penjelasan dari teori tersebut. Adapun langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam studi meta-analisis antara lain adalah sebagai berikut; langkah pertama yaitu mengumpulkan berbagai jurnal ilmiah yang menggunakan teori pengurangan ketidakpastian, kedua yakni mengembangkan kriteria yang konsisten untuk digunakan dalam meninjau berbagai jurnal. Salah satu kriteria yang digunakan adalah jurnal yang ditinjau dalam analisis merupakan jurnal terpublikasi sepuluh tahun terakhir, langkah ketiga adalah mengidentifikasi berbagai temuan dari berbagai jurnal, keempat menganalisis temuan dari berbagai jurnal tersebut, dan langkah yang kelima adalah melakukan penarikan kesimpulan berdasarkan temuan dan analisis dari jurnal yang ditinjau (Neuman, 2014).

#### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Fokus pada penelitian ini adalah menganalisa penerapan asumsi dasar dari teori pengurangan ketidakpastian khususnya penerapan strategi pencarian informasi di era digital. Dalam penelitian yang dilakukan di Australia oleh Whiteside tahun 2018, terdapat empat tipe pengguna media sosial dalam konteks facebook yang pertama adalah *disconnectors* (pemisah)

yakni orang-orang yang memiliki akun media sosial namun jarang menggunakan, kedua adalah *light users* (pengguna ringan) merupakan pengguna yang menggunakan media sosial untuk terhubung dengan teman dan keluarga, ketiga adalah *heavy users* (pengguna berat) yakni orang-orang yang aktif menggunakan media sosial selain untuk terhubung dengan teman dan keluarga juga untuk aktivitas lain, keempat adalah *connectors* (penghubung) yakni pengguna sangat aktif, hasilnya semakin aktif seseorang menggunakan media sosial maka tingkat kepuasan dalam hubungan akan semakin tinggi (Whiteside et al, 2018).

Sebelum melakukan pertemuan tatap muka pertama, ada banyak manfaat yang akan dirasakan jika melakukan pencarian informasi terlebih dahulu seperti persepsi positif yang meningkat dalam pertukaran pesan seperti lebih hangat, intim dan terarah. Dengan melihat dan membaca profil media sosial orang lain, informasi tersebut dapat digunakan untuk mengetahui siapa sebenarnya identitas orang yang akan ditemui dalam kehidupan nyata (Ramirez et al, 2014). Dalam konteks berkenalan dengan seseorang di kencana online, penerapan pengurangan ketidakpastian dapat membuat seseorang melakukan konfirmasi terhadap identitas yang diklaim oleh orang lain, ada tiga

faktor yang mendasari seseorang dalam melakukan pencarian informasi antara lain pertama keamanan pribadi untuk menghindari kejahatan yang merupakan faktor paling mempengaruhi seseorang dalam melakukan pengurangan ketidakpastian karena tidak ada orang yang ingin mengorbankan keamanan dirinya, kedua adalah menghindari kesalahan persepsi tentang orang lain, ketiga adalah menghindari bertemu orang yang dapat mengenal teman sepergaulan seperti seperti temannya teman (Gibbs et al, 2011). Dalam risetnya, Gibbs juga menemukan bahwasannya pengurangan ketidakpastian berperan dalam menjembatani seseorang untuk semakin terbuka dan percaya diri membahas informasi intim dengan orang lain yang dikenal melalui online (Gibbs et al, 2011).

Studi lain menemukan bahwa melihat profil media sosial orang lain sebelum bertemu tatap muka secara langsung meningkatkan keinginan untuk berinteraksi, meningkatkan keterbukaan, mengurangi ketidakpastian serta mencari kesamaan (Sharabi, 2020). Melihat profil media sosial juga akan mengurangi keraguan terhadap orang lain dan menjadi jembatan untuk mengenal lebih dekat tentang orang lain bukan hanya kepada orang yang belum dikenal termasuk orang yang pernah ditemui secara tatap muka

serta mempengaruhi keterbukaan (Courtois, 2012).

Keintiman dan meningkatkan rasa percaya juga lebih cepat terjadi dengan melihat profil media sosial sehingga pertanyaan yang diajukan dalam percakapan akan semakin intim dan terbuka dibandingkan seseorang yang melakukan percakapan tanpa melihat profil media sosial terlebih dahulu, bentuk keintiman dan keterbukaan yakni seseorang yang melihat profil media sosial orang lain sebelum percakapan akan membagikan informasi di banyak topik, memberikan lebih banyak informasi lebih dalam yang bukan kulit-kulitnya, membagikan lebih banyak pikiran, penilaian dan perasaan dibandingkan informasi faktual tentang dirinya, hal ini secara kontras berbeda dengan seseorang yang tidak melihat profil media sosial orang lain sebelum percakapan cenderung memberikan informasi faktual dan kulit-kulitnya saja (Paul, 2019).

Riset yang dilakukan terhadap pengguna hyves (media sosial asal Belanda) menemukan bahwa strategi interaktif dalam bentuk *chatting* langsung paling efektif dalam mengurangi ketidakpastian, merasakan kesamaan serta meningkatkan ketertarikan dan dilakukan oleh 83,9% responden, namun strategi yang paling banyak digunakan adalah

strategi pasif sebanyak 98,9% responden misalnya melihat profil tanpa memberikan *like/comment* sementara hanya 19,7% responden yang menggunakan strategi aktif yakni bertanya melalui orang lain (Antheunis, 2010). Sebelum memulai suatu hubungan, strategi pasif dengan melihat profil seseorang dianggap mampu menjadi seleksi awal menilai kecocokan dengan seseorang dan dianggap lebih sopan dibandingkan bertanya langsung, sementara strategi aktif dengan bertanya melalui pihak ketiga dianggap kurang layak dilakukan sebelum pertemuan (Fox & Anderegg, 2014).

Sementara penelitian masyarakat latin di Amerika Serikat, teknologi memberi ruang baru untuk berinteraksi seperti media sosial, penerapan strategi interaktif akan digunakan di tahap pendekatan dan lebih memuaskan untuk mencari informasi terlebih menggunakan media sosial interaktif seperti *facetime*, *skype*, *snapchat* karena meningkatkan pengetahuan yang ingin digali dari calon pasangan, strategi interaktif juga kerap digunakan saat pasangan tidak bisa ditemui karena liburan/pindah, sementara strategi pasif dilakukan saat hubungan mulai renggang dan penggunaan strategi ini semakin meningkatkan ketidakpastian (Maria et al, 2016). Pencarian informasi juga dapat dilakukan dalam hubungan

antara calon pemberi kerja dengan calon pencari kerja. Calon pemberi kerja dapat mencocokkan informasi yang didapat dari internet dengan surat lamaran, resume dari calon pencari kerja. Studi menemukan bahwa calon pencari kerja dengan *postingan* negatif dianggap kurang layak untuk dipekerjakan dibandingkan calon pencari kerja dengan *postingan* positif (Carr & Walther, 2014).

Di Indonesia pencarian informasi sebelum melakukan pertemuan pertama didasari oleh berbagai faktor, dalam konteks mencari pasangan menurut peneliti strategi pasif dalam bentuk melihat profil media sosial orang lain digunakan untuk mengetahui informasi awal seperti umur, daerah kelahiran, daerah tempat tinggal, status pernikahan, suku dan agama. Hal ini dilakukan karena masyarakat Indonesia terdiri dari beragam budaya serta norma sosial yang berbeda, misalnya di budaya Minang sebagai salah satu kelompok etnik yang menganut paham matrilineal dimana peran dan posisi perempuan menentukan garis keturunan serta kepemilikan dan pemeliharaan harta bersama hingga pewarisan jabatan adat, penetapan garis keturunan dari seorang perempuan mendorong orang-tua akan menganjurkan anak laki-lakinya untuk menikah dengan perempuan berdarah Minang karena suku

dan marga seorang anak ditentukan dari garis ibu alias matrilineal (Zainal, 2014).

Selain melihat suku, agama seseorang juga dianggap penting untuk diketahui. Seperti yang diungkapkan oleh Fox & Anderegg di tahun 2014 bahwa strategi pasif dalam pencarian informasi akan dilakukan sebagai seleksi awal, hal tersebut juga sama terjadi di Indonesia jika ternyata orang tersebut berbeda agama atau berbeda suku maka pendekatan cenderung dihindari. Menjalinkan hubungan beda agama hingga jenjang pernikahan selain akan mendapatkan pertentangan secara agama, secara hukum dan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku, proses pernikahan beda agama juga lebih sulit dilakukan (Nurchahaya et al, 2018). Pernikahan beda agama seringkali dianggap tidak sah dan tidak mendapatkan tempat secara hukum, sulitnya pernikahan beda agama memunculkan praktik penyelesaian yang disiasati oleh masyarakat misalnya pasangan yang berbeda agama akan masuk ke agama salah satu pasangan agar pernikahan dapat tercatat mengingat bagi yang beragama Islam biasanya akan melangsungkan pencatatan di kantor urusan agama (KUA) sementara pasangan yang beragama bukan Islam melaksanakan pencatatan pernikahannya di kantor catatan sipil (Wahyuni, 2017). Perpindahan agama

tersebut juga ditandai dengan merubah identitas di kartu tanda penduduk, hal ini tentunya menyulitkan pasangan beda agama yang hendak melakukan pernikahan beda agama (Wahyuni, 2017).

Strategi lainnya dalam pencarian informasi adalah dengan melakukan strategi aktif yaitu dengan mencari informasi melalui orang lain atau pihak ketiga. Strategi ini dilakukan tanpa berhubungan secara langsung dengan target informasi (Paramita, 2019). Di Indonesia, strategi aktif yang mana pencarian informasi dilakukan melalui perantara pihak ketiga, umumnya terjadi pada masyarakat muslim konservatif yang menghindari terjalinnya hubungan berpacaran. Hal ini dipengaruhi oleh konsep ta'aruf yang mana merupakan proses perkenalan ataupun komunikasi antara laki-laki dan perempuan untuk saling mengenal lebih serius dan difasilitasi oleh perantara pihak ketiga untuk menuju pernikahan secara islami. Peran mediator atau perantara disini juga untuk mengatur atau memantau jalannya proses ta'aruf agar berjalan sesuai syariat Islam (Supratman & Mardianti, 2016). Pada era digital ini, pola ta'aruf yang dahulunya berlangsung secara konvensional dan mengandalkan pertemuan tatap muka secara langsung, sekarang tersedia dan beralih menjadi

berbasis online (Fathorrahman & Zulhaqqi, 2020).

Dalam perkembangannya, strategi aktif melalui perantara pihak ketiga pada era digital difasilitasi melalui platform ta'aruf online, yang mana pihak ketiga membuat berbagai persyaratan untuk siapapun yang ingin mendaftarkan dirinya melalui aplikasi atau website ta'aruf online. Adapun website untuk melakukan ta'aruf online beberapa diantaranya yaitu [rumahtaaruf.com](http://rumahtaaruf.com), [mawaddahindonesia.com](http://mawaddahindonesia.com), dan adapula melalui platform Instagram salah satunya akun @semangatmenikah. Pihak yang ingin mengikuti ta'aruf online juga diseleksi melalui serangkaian proses yang ketat sesuai dengan syariat agama islam. Salah satu serangkaian proses yang dijalankan meliputi pengiriman CV pribadi atau pengisian biodata secara rinci, termasuk foto diri, usia, pendidikan, pekerjaan, latar belakang keluarga, budaya, ciri fisik, status finansial dan lain sebagainya. Namun dalam beberapa platform ta'aruf online, data personal secara rinci tidak dipublikasikan di akun platform mereka, hanya tampilan yang bersifat umum yang dipublikasikan.

Kehadiran perantara dalam ta'aruf online ini akan memfasilitasi dan memberikan data secara lebih rinci untuk kedua belah pihak memutuskan kepada

jenjang yang lebih serius. Sebagai admin yang berfungsi menjadi perantara dalam proses ta'aruf online langkah awalnya adalah dengan membentuk whatsapp group (WAG) yang berisikan dua orang peserta ta'aruf dengan satu orang admin. Komunikasi antara dua orang peserta ta'aruf tersebut hanya boleh dilaksanakan melalui whatsapp group (WAG) sehingga jika melakukan komunikasi melalui personal chat secara langsung dianggap berpotensi menyebabkan timbulnya fitnah karena laki-laki yang terlibat dalam proses ta'aruf online ini bukanlah mahram dari perempuan (Hildawati & Lestari, 2019). Jika dalam proses komunikasi secara online ini ingin diteruskan, kedua peserta dapat melangsungkan nadzar yakni pertemuan secara langsung yang melibatkan anggota keluarga dari peserta ta'aruf untuk dimasukkan ke dalam whatsapp group (WAG) guna membahas waktu dan tempat pertemuan tersebut, hingga tahap ini maka peran admin sebagai perantara antara dua peserta ta'aruf telah berhenti yang selanjutnya perantara akan diteruskan perannya oleh anggota keluarga peserta ta'aruf. Dalam proses ta'aruf ada penekanan bahwa masing-masing calon agar tidak terlalu larut perasaannya secara mendalam agar terhindar dari kekecewaan jika proses ta'aruf tidak berlanjut ke langkah yang lebih jauh karena salah satu

pihak merasa tidak cocok untuk melangsungkan hubungan hingga jenjang pernikahan (Hildawati & Lestari, 2019).

Selain strategi pasif dan strategi aktif, pencarian informasi dapat dilakukan dengan strategi interaktif yaitu dengan cara berhubungan langsung dengan target informasi. Pada tahap ini, interaksi dilakukan secara langsung kepada orang yang dituju tanpa adanya perantara atau pihak ketiga. Komunikasi yang dilakukan melalui strategi interaktif meliputi percakapan dan pertanyaan secara langsung serta pengungkapan diri sehingga menarik lawan bicara untuk melakukan hal yang sama. Hal tersebut dapat memprediksi sikap dan perilaku satu sama lain (Paul, 2019). Sebelum pertemuan tatap muka terjadi, seperti yang diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Aditi Paul pada tahun 2019 dan Antheunis pada tahun 2010 bahwa strategi interaktif dalam bentuk *direct message* atau *chatting* secara langsung pada sosial media lawan bicara merupakan strategi yang dinilai paling efektif untuk mengetahui lebih jauh mengenai orang yang dituju dan mengurangi ketidakpastian sebelum bertemu langsung satu sama lain. Dalam konteks yang terjadi di Indonesia, terdapat penelitian yang mengungkapkan proses awal terjalinnya hubungan antara dua orang melalui aplikasi kencan online yakni

tinder. Kedua orang tersebut saling berkenalan melalui fitur *match* setelah saling berinteraksi di aplikasi tinder, tahapan selanjutnya adalah meneruskan *chatting* di aplikasi *instant messaging* seperti *line* dan kedekatan semakin terjalin karena memiliki ketertarikan pada isu yang sama, proses pencarian informasi ini dilakukan secara interaktif dan saling bertanya secara langsung (Paramita, 2019).

Di era digital, muncul pula fenomena dan istilah baru yaitu “*gatsbying*”, yang dipopulerkan oleh Matilda Dots, seorang model dari Australia yang mengartikan istilah tersebut sebagai istilah dimana perempuan akan mengunggah konten seperti status atau foto terbaiknya dengan harapan agar dilihat oleh laki-laki untuk menarik perhatian dan memancing laki-laki memulai interaksi (Ellora, 2018). Dalam konteks Indonesia, salah satu contohnya adalah seperti membalas *instagram story* sebagai pembuka topik pembicaraan, kemudian berlanjut dengan saling bertukar pesan secara langsung melalui *direct message* Instagram. Hal tersebut seperti yang terjadi pada salah seorang pasangan informan dari penelitian Paramita di tahun 2019, pada mulanya dua orang pasangan yang saling berkenalan di instagram ini diawali dari membalas pesan melalui *instagram story* yang berlanjut dengan pembahasan dan keduanya

memiliki ketertarikan pada isu-isu yang sama. Perkenalan melalui instagram ini menimbulkan ketidakpastian karena dua orang tersebut saling tidak mengenali perilaku satu sama lain. Fenomena ini memunculkan perilaku adaptasi berupa penyesuaian diri dengan perilaku pasangan, karena perilaku laki-laki yang dianggap kaku dan tidak terlalu banyak bicara maka perempuan menyesuaikan dirinya agar tidak terkesan terlalu ‘ramai’ dimana hal ini berlangsung hingga keduanya saling terbuka dan mengungkapkan diri melalui pernyataan apa yang diinginkan satu sama lain termasuk harapan untuk menjalin hubungan dengan lawan jenis, preferensi dalam menjalin hubungan seperti apa hingga rencana masa depan seperti hal-hal yang ingin dikerjakan setelah menyelesaikan studi, cita-cita yang semua diungkapkan melalui strategi interaktif dengan bertanya dan mencari informasi satu sama lain (Paramita, 2019).

## **E. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Sebelum melakukan pertemuan tatap muka pertama kalinya dengan seseorang, ketidakpastian akan muncul dalam pikiran. Upaya untuk mengurangi ketidakpastian adalah dengan melakukan pencarian informasi sebagaimana dirumuskan oleh

Berger dan Calabrese dalam teori pengurangan ketidakpastian bahwa ada tiga strategi yakni strategi aktif, pasif dan interaktif. Di era digital, pencarian informasi semakin berkembang terlebih dengan kemunculan media sosial karena saat ini setiap orang dapat memiliki akun dan mempublikasikan profilnya untuk dilihat oleh orang lain. Strategi pasif di era digital dilakukan dengan melihat profil orang lain seperti foto-foto, status, aktivitas yang dibagikan tanpa memberikan tanggapan (*like, comment*). Strategi aktif di era digital yakni mengetahui tentang orang tersebut lewat pihak ketiga seperti bertanya dengan *mutual-friends*. Strategi interaktif di era digital dilakukan dengan melakukan bertanya dan melakukan percakapan secara langsung lewat fitur *chatting* atau *direct message* dan sejenisnya. Terdapat beberapa faktor yang mendasari orang untuk melakukan pencarian informasi seperti keamanan pribadi guna menghindari tindakan kriminal, menghindari kesalahan persepsi terhadap orang lain serta seleksi awal kecocokan. Melakukan pencarian informasi dapat memperkuat keinginan berinteraksi, meningkatkan rasa percaya dan keintiman, serta menjadi jembatan untuk mengenal lebih dekat.

## Saran

Penelitian ini menunjukkan perkembangan dari teori pengurangan ketidakpastian khususnya di pencarian informasi dengan strategi aktif, pasif dan interaktif di era digital. Riset ini menjelaskan faktor-faktor yang mendasari seseorang melakukan pencarian informasi serta dampak yang ditimbulkan. Keterbatasan dari riset ini adalah belum menjelaskan lebih rinci pencarian informasi dan kaitannya dengan tingkat keintiman, riset ini juga belum menjabarkan secara spesifik bagaimana seseorang membentuk ekspektasi tentang orang lain melalui pencarian informasi di media sosial. Penelitian selanjutnya dapat mengaitkan temuan dengan teori penetrasi sosial untuk pencarian informasi dan tingkat keintiman serta menggunakan teori pelanggaran harapan dalam menjelaskan bagaimana ekspektasi sebelum pertemuan tatap muka terbentuk melalui pencarian informasi di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

### Artikel Jurnal

- Antheunis, M.L., et al. (2010). *Getting acquainted through social network sites: Testing a model of online uncertainty reduction and social attraction*. Computers in Human Behavior, 26, 100–109
- Berger, C.R., & Calabrese, R.J. (1975). *Some Explorations in Initial Interaction and Beyond: Toward a*

*Developmental Theory of Interpersonal Communication*. Journal Human Communication Research, 1 (2), 99-112

- Carr, C.T. & Walther, J.B. (2014). *Increasing Attributional Certainty via Social Media: Learning About Others One Bit at a Time*. Journal of Computer-Mediated Communication, Vol 19, 922–937.
- Courtois, et al. (2012). *Social Network Profiles as Information Sources for Adolescents' Offline Relations*. Cyberpsychology Behavior and Social Networking, 15(6), 290-295
- Fathorrahman & Zulhaqqi, G.L. (2020). *Fenomena Ta'aruf Online dan Praktik Komodifikasi Dunia Digital*. Kafa'ah Journal, 10 (1).
- Fox, J. & Warber, K. M. (2014). *Romantic Relationship Stages and Social Networking Sites: Uncertainty Reduction Strategies and Perceived Relational Norms on Facebook*. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. 17 (1).
- Gibbs, J.L., Ellison, B.N. & Lai, C.H. (2011). *First Comes Love, Then Comes Google: An Investigation of Uncertainty Reduction Strategies and Self-Disclosure in Online Dating*. Journal of Communication Research, 70-100.
- Hamid, S., et al. (2016). *Role of social media in information-seeking behaviour of international students: a systematic literature review*. Aslib Journal of Information Management, 68(5), 643-666.
- Hildawati & Lestari, A. (2019). *Taaruf Online dan Offline: Menjemput Jodoh Menuju Pernikahan*. Emik: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial, 2(2), 128-148.
- Kim, et al. (2014). *Information Seeking through Social Media: Impact of User Characteristics on Social*

- Media Use*. The Journal of Academic Librarianship, 40(2), 171–178.
- Maria E.L., et al. (2016). *US Latino adolescents' use of mass media and mediated communication in romantic relationships*. Journal of Children and Media, 10(4), 395-410
- Montoya, R.M., Faiella, C.M., Lynch, B.P., Thomas, S., & Deluca, H.K. (2015). *Further Exploring The Relation Between Uncertainty and Attraction*. Psychologia: An International Journal of Psychological Sciences, 58(2), 84–97.
- Nurchahaya, Dalimunthe, Srimuharyati. (2018). *Perkawinan Beda Agama Dalam Perspektif Hukum Islam*. Jurnal Hukum Islam Vol. XVIII (2).
- Paramita, P.A. (2019). *Pengurangan Ketidakpastian Pengungkapan Perasaan Pasangan yang Terlibat dalam Cyber Romantic Relationship (CRR)*. Jurnal Repository Universitas Airlangga.
- Paul, A. (2019). *How Are we Really Getting to Know One Another? Effect of Viewing Facebook Profile Information on Initial Conversational Behaviors between Strangers*. The Journal of Social Media in Society, Vol. 8 (1), 249-270.
- Ramirez, A., et al. (2014). *When Online Dating Partners Meet Offline: The Effect of Modality Switching on Relational Communication Between Online Daters*. Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 20, 99-114
- Rustiana. (2018). *Persepsi Digital Dependent terhadap Pemanfaatan Media Sosial dan Dampak Sosial Ekonominya*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 15 (1), 17-32
- Rosenfeld, M. J. (2017). *Marriage, choice, and couplehood in the age of the Internet*. Sociological Science, 4(20), 490–510
- Sharabi, L.L. (2020). *Online dating profiles, first-date interactions, and the enhancement of communication satisfaction and desires for future interaction*. Journal Communication Monographs.
- Supratman, L.P. & Mardianti, P. (2016). *Komunikasi Interpersonal Pasangan Suami Istri Melalui Taaruf Online Dating*. Jurnal Penelitian Komunikasi, Vol. 19(2), 165-178
- Wahyuni, Sri. (2017). *Perkawinan Beda Agama di Indonesia dan Hak Asasi Manusia*. Jurnal Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Whiteside, N., et al. (2018). *Helpful or harmful? Exploring the impact of social media usage on intimate relationships*. Australasian Journal of Information Systems Vol. 22
- Zainal, A. (2013). *Bundo Kanduang: Hanya Pemimpin di Rumah*. Indonesian Journal of Social and Cultural Anthropology, Vol. 34 (2), 124-133.

#### Buku

- Dainton, Marianne & Zelle, Elaine D. (2019). *Applying Communication Theory for Professional Life: a Practical Introduction. 4<sup>th</sup> Edition*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc
- Griffin, Em. (2018). *A First Look at Communication Theory. 10<sup>th</sup> Edition*. Boston: McGraw Hill.
- Khan, G. F. (2017). *Social Media for Government*. Singapore: Springer
- Littlejohn, Stephen; Karen, A. Foss; John G. Oetzel. (2017). *Theories of Human Communication. 11<sup>th</sup> Edition*. Belmont, CA: Thomson Wadsworth
- Neuman, W.L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches 7<sup>th</sup> Edition*. Pearson.

Retnawati, H. dkk. (2018). *Pengantar Analisis*.  
*Meta*. Yogyakarta: Parama Publishing.

#### Website

Ellora, D. (2018). *Gatsbying, Istilah Kekinian dalam Hubungan yang Mungkin Pernah Anda Lakukan. Apa Artinya, Ya?*. Diperoleh dari situs: <https://journal.sociolla.com/lifestyle/gatsbying/>.

Puspitasari, R. (2017). *Manusia Sebagai Makhluk Sosial*. Diperoleh dari situs: [https://sc.syekhnurjati.ac.id/esscamp/files\\_dosen/modul/Pertemuan\\_6CD0500350.pdf](https://sc.syekhnurjati.ac.id/esscamp/files_dosen/modul/Pertemuan_6CD0500350.pdf).

Putra, W. P. (2020). *Menjadi Pengguna Media Sosial yang Bijak*. Diperoleh dari situs: <https://mediaindonesia.com/read/detail/335946-menjadi-pengguna-media-sosial-yang-bijak>