

# BAB I

## PENDAHULUAN

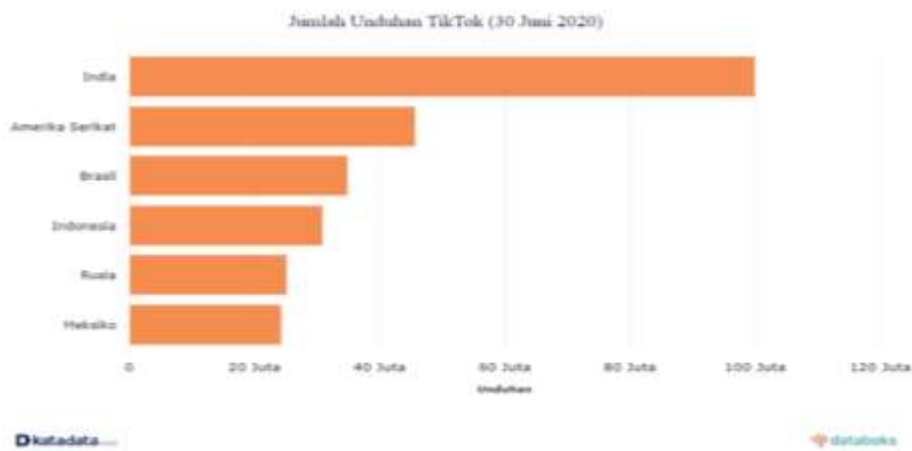
### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, masyarakat Indonesia khususnya para remaja sudah semakin akrab dengan tradisi pacaran. Dampak globalisasi dimana masyarakat dapat leluasa mengkonsumsi tontonan luar negeri seperti Drama Korea dan film internasional serta hadirnya media sosial di sekitar kita telah memberi paparan yang signifikan akan bagaimana aktivitas berpacaran, semakin mewajarkan tradisi tersebut. Bahkan, saat ini masyarakat Indonesia tidak ragu untuk menunjukkan kemesraan atau romantisme mereka di media sosial seperti Tiktok. Mereka biasa menunjukkan romantisme bersama pasangan dalam bentuk konten video yang disebar ke publik dimana siapa saja dapat mengakses video tersebut termasuk remaja bahkan anak-anak.

Tiktok sendiri telah menjadi salah satu media sosial yang popularitasnya mengalami kenaikan signifikan semenjak pandemi COVID-19 tepatnya pada akhir 2019. Hal ini didukung dengan hasil penelitian dari jurnal “Aplikasi Tiktok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19” yang memberi kesimpulan bahwa aplikasi Tiktok dapat menjadi hiburan dan membuang kejenuhan selama PSBB berlangsung di Indonesia (Utami, dkk., 2021; 7). Tiktok merupakan *platform* media sosial yang dapat berbagi video melalui durasi singkat serta didukung dengan adanya fitur seperti musik, filter, stiker, *effect*, *voice changer*, dan *timer*. Video yang diunggah sangat beragam tergantung pada keinginan dan kreativitas penggunanya.

Menurut data App Annie, Tiktok telah memiliki 625 juta pengguna aktif di seluruh dunia (Burhan, 2020). Aplikasi yang berasal dari China ini pada awalnya mendapat respon negatif karena terdapat banyak konten yang di dalamnya mengandung unsur vulgar. Selain itu, kasus *meet and*

*greet* berbayar dari salah satu artis Tiktok yaitu Bowo Alpenliebe memberikan stigma alay pada media sosial ini. Sampai pada akhir 2019, Tiktok populer kembali di Indonesia bahkan akhirnya ikut digunakan oleh artis-artis terkenal serta tokoh publik di Indonesia yang membuat aplikasi ini semakin terkenal. Hal ini dibuktikan dari data negara pengguna Tiktok terbesar dari statista yang diterbitkan katadata.co.id bahwa Indonesia menempati urutan keempat negara pengguna Tiktok terbesar di dunia setelah India, Amerika Serikat, dan Brasil dengan total 30,7 juta pengguna per 30 Juni 2020 (Pusparisa, 2020).



**Gambar 1.1** Data Negara Pengguna Tiktok Terbesar per 30 Juni 2020

(Sumber: databoks.katadata.co.id)

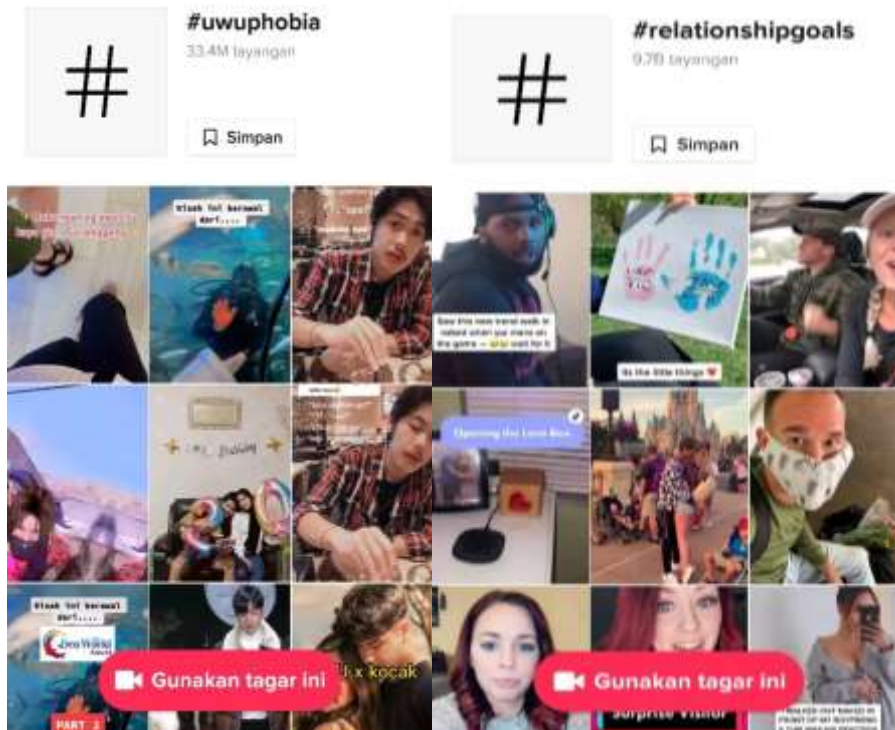
Pada media sosial Tiktok, terdapat banyak sekali konten menarik yang dapat dinikmati atau menjadi referensi pengguna dalam membuat konten. Beberapa diantaranya adalah konten tutorial, konten edukasi-informasi, konten masak, konten *beauty and fashion*, konten racun yang berisi tentang rekomendasi barang atau tempat belanja yang menjual barang-barang menarik, konten humor-receh, konten *story telling*, konten *DIY-life hacks*, dan beragam konten lainnya. Salah satu konten yang juga banyak diminati pengguna Tiktok adalah konten romantis atau yang sering dikenal dengan konten *uwu*.

Kata *uwu* sendiri awalnya berasal dari salah satu *emoticon* yang menunjukkan ekspresi gemes dan imut dimana ekspresi wajah emoticon ini menyerupai huruf U pada bagian mata dan huruf W berada diantara keduanya sebagai mulut. Seiring berjalannya waktu, pengungkapannya berubah dimana bukan lagi berbentuk *emoticon* tetapi berbentuk kata-kata. Namun, arti *uwu* pada awal penggunaan dengan sekarang tidak jauh berbeda (Tysara, 2020). Penggunaan kata *uwu* saat ini sering digunakan untuk mengungkapkan keimutan atau kegemesan pada akun-akun Tiktok yang membuat video-video yang memperlihatkan romantisme mereka bersama pasangan.



**Gambar 1.2** Beberapa Komentar Pengguna Tiktok pada Konten *Uwu*  
(Sumber: Tiktok.com)

Jika melihat penggunaan *hashtag* seperti *#relationshipgoals* yang mencapai 9,7 miliar tayangan serta *#uwuphobia* yang mencapai 33,4 juta tayangan mengindikasikan bahwa konten yang bertemakan percintaan dan romantisme cenderung ditonton dan disukai oleh banyak orang. Untuk itu, konten-konten yang memperlihatkan kedekatan atau romantisme dalam mengekspresikan cinta bisa sangat dekat dan digemari.



**Gambar 1.3** Postingan Tiktok bertagar #uwuphobia dan #relationshipgoals

(Sumber: Tiktok.com)

Konten *uwu* sendiri biasanya berisi tentang momen-momen bersama pasangan seperti *quality time* bersama, melakukan *challenge* atau tren Tiktok bersama, serta pengungkapan rasa sayang dan cinta kepada pasangan. Konten *uwu* tidak hanya dibuat oleh pasangan yang telah menikah dimana terdapat legalitas dalam hubungan tersebut melainkan banyak juga yang dibuat oleh pasangan yang belum menikah atau masih berstatus pacaran. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pacar adalah teman lawan jenis yang tetap dan mempunyai hubungan berdasarkan cinta kasih. Sedangkan, berpacaran adalah bercintaan atau berkasih-kasih.

Pada konten *uwu* sendiri tidak jarang kita dapat melihat perilaku *public display of affection* dalam hubungan seperti melakukan pelukan, mencium tangan atau pipi, dan memperlihatkan isi *chat* pribadi atau rekaman telepon bersama pacar. Konten-konten tersebut dibuat dan disebar ke publik dimana siapapun dapat mengaksesnya. Melihat banyaknya respon

positif yang diberikan seperti keinginan merasakan momen tersebut atau memiliki pacar seperti pada konten tersebut berdampak memberi kewajaran untuk melakukan *public display of affection* dalam menjalin hubungan seperti berpacaran.

Padahal jika dilihat tradisi berpacaran di Indonesia pada zaman dahulu dengan zaman sekarang telah mengalami pergeseran. Pada zaman dahulu, pacaran merupakan suatu hal yang dapat dikatakan “privasi” oleh masyarakat. Banyak orang enggan untuk memperlihatkan kegiatan yang mereka lakukan saat berpacaran. Mereka merasa malu jika rasa cinta kepada kekasihnya dipamerkan dimana-mana. Berbeda dengan sekarang, kehadiran *new media* menimbulkan perbedaan baru di masyarakat dimana mulanya pacaran bertujuan sebagai proses perkenalan lebih jauh antar-individu yang ingin melangsungkan kehidupan yang lebih serius yaitu pernikahan, sekarang menjadi sebuah tren atau gaya hidup di kalangan masyarakat agar dapat dikatakan sebagai remaja yang normal bahkan eksis. Hal ini menjadi penyebab melakukan *public display of affection* dalam hubungan di media sosial menjadi satu hal yang wajar. Hermintoyo (2018; 549) berpendapat bahwa pacaran zaman dahulu dengan sekarang jelas berbeda, apel zaman dahulu cukup bermain di rumah berbincang bersama keluarga jika bepergian atau menonton ditemani dengan saudara, kakak, dan adik sehingga tidak menimbulkan hal yang negatif. Berbeda dengan sekarang berpacaran berarti harus berduaan dan melakukan kedekatan fisik seperti pegang tangan, pegang bagian tubuh, melakukan ciuman bahkan bisa keablasan.

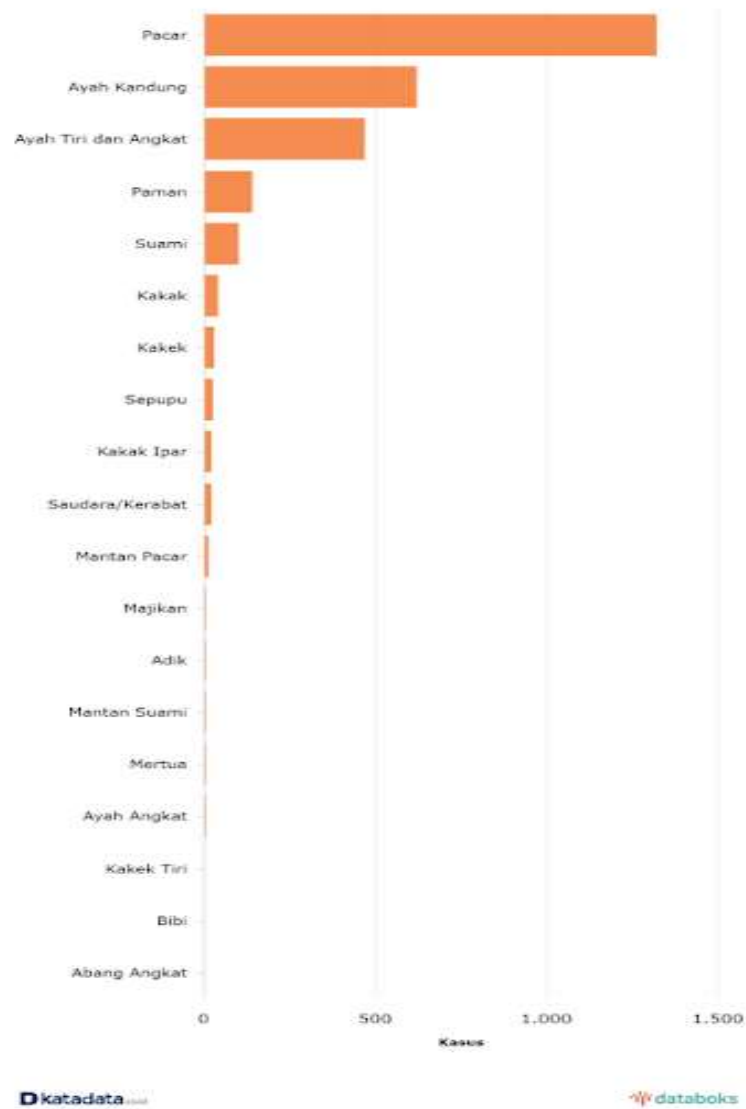
Pada dasarnya perilaku berpacaran sendiri cenderung lebih mengarah ke dampak-dampak negatif seperti menurunkan keimanan kepada Tuhan, berkurangnya produktivitas seperti belajar karena asyik berpacaran, terjadi kekerasan dalam hubungan baik verbal maupun fisik akibat ketidakstabilan emosi, serta mengarah kepada seks bebas yang berujung hamil di luar nikah.

**Gambar 1.4** Berita Tentang Kekerasan dalam Pacaran



(Sumber: <https://www.detik.com>)

Selain itu, data Catatan Kekerasan terhadap Perempuan (CATAHU) 2020 yang diterbitkan katadata.co.id membuktikan bahwa pelaku kekerasan seksual di ranah personal terbanyak yang dilaporkan selama tiga tahun berturut-turut adalah pacar dengan 1.320 kasus (Jayani, 2020).



**Gambar 1.5** Data Pelaku Kekerasan Seksual Ranah Personal

(Sumber: databoks.katadata.co.id)

Hal ini menjadi menarik bagaimana romantisme dalam hubungan seperti berpacaran dipublikasikan di media sosial seperti Tiktok dimana dengan pengaturan secara publik siapapun

yang mengakses Tiktok dapat melihat konten tersebut. Bahkan, konten tersebut banyak mendapat respon positif serta menjadi konten yang dinikmati dan disukai oleh para pengguna Tiktok terlepas dari banyaknya dampak negatif tentang menjalin hubungan seperti berpacaran.

Untuk itu, melihat tradisi pacaran di Indonesia yang semakin lama mengalami pergeseran dari dianggap tabu hingga dianggap wajar bahkan memperlihatkan atau mempublikasikan bagaimana romantisme hubungan mereka di media sosial menjadi suatu hal yang lumrah membuat peneliti ingin mengetahui motivasi pengguna media sosial Tiktok melakukan *public display of affection* di media sosial Tiktok.

Motivasi dapat dikatakan sebagai sebuah gejala psikologis berupa dorongan yang ditimbulkan dalam diri seseorang guna melakukan berbagai upaya untuk tujuan yang telah diharapkan. Motivasi itu juga dapat menyebabkan seseorang melakukan suatu tujuan yang diinginkan guna mendapat kepuasan dari perbuatannya (Prihartanta, 2015; 3).

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi data yang berguna kedepannya untuk menjadi salah satu aspek pertimbangan dalam pengaturan sistemasi media sosial serta berguna sebagai bahan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu: “Bagaimana motivasi remaja melakukan *public display of affection* di media sosial Tiktok?”



### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan motivasi remaja melakukan *public display of affection* di media sosial Tiktok.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menjelaskan secara ilmiah mengenai fenomena *public display of affection* dalam hubungan pacaran di media sosial Tiktok dan motivasi dibaliknya. Serta, dapat berguna sebagai bahan rujukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya dan memberikan kontribusi bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberi informasi, menambah wawasan serta pemahaman terhadap masyarakat khususnya pengguna media sosial Tiktok dalam melihat fenomena *public display of affection* pada hubungan pacaran di media sosial Tiktok dan diharapkan semakin lebih bijak dalam menggunakan media sosial tersebut. Serta, hasil penelitian ini dapat menjadi data yang berguna kedepannya untuk menjadi salah satu aspek pertimbangan dalam pengaturan sistematis media sosial.