

PUBLIC DISPLAY OF AFFECTION PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

**(Studi Deskriptif Kualitatif Motivasi Pengguna Media Sosial Tiktok dalam
Melakukan *Public Display of Affection*)**

SKRIPSI



OLEH:

AINAYA PRADINA PUTRI

NPM. 17043010133

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2022

PUBLIC DISPLAY OF AFFECTION PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

**(Studi Deskriptif Kualitatif Motivasi Pengguna Media Sosial Tiktok dalam Melakukan
Public Display of Affection)**

Disusun oleh:

Ainaya Pradina Putri

17043010133

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Svifa Svarifah A. S. Sos. M. Commun

NPT. 3 8403 10 02991

MENGETAHUI,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA

NIP. 195907011987031001

PUBLIC DISPLAY OF AFFECTION PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK
(Studi Deskriptif Kualitatif Motivasi Pengguna Media Sosial Tiktok dalam Melakukan
***Public Display of Affection*)**

Oleh:

AINAYA PRADINA PUTRI
NPM: 17043010133

Telah di pertahankan dihadapan dan diterima oleh Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 5 Januari 2022

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Syifa Syarifah A, S.Sos, M.Commun
NPT. 3 8403 10 02991

TIM PENGUJI




Syifa Syarifah A, S.Sos, M.Commun
NPT. 3 8403 100 299 1



Ade Kusuma, S.Sos, M.Med.Kom

NIP. 198501082018032001



Aulia Rahmawati, PH.D.

NPT. 3 8207 06 0216 1

MENGETAHUI,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA

NIP. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun dengan baik skripsi yang berjudul **“PUBLIC DISPLAY OF AFFECTION PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK (Studi Deskriptif Kualitatif Motivasi Pengguna Media Sosial Tiktok dalam Melakukan *Public Display of Affection*)”**.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini, masih terdapat banyak kekurangan. Namun, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik atas dukungan dan bimbingan dosen pembimbing saya, Ibu Syifa Syarifah A, S.Sos, M. Commun yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan koreksi, arahan serta semangat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, M.Si. CHRA sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Yuli Candrasari, M.Si sebagai Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

4. Ainaya Pradina Putri yang terus berusaha dengan baik untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Papah Pardi, Mamah Cicik Rahayu, Mas Rengga Pradana Putra, Adik Kyerin Pradina Putri yang terus memberi semangat dan doa untuk penyelesaian skripsi ini.
6. Ezra Wira Omega yang telah sabar dalam memberikan dukungan dan bantuan terhadap pengerjaan skripsi ini.
7. Sahabat saya Yuke Yustikasari dan Anindya Nur Ramadhani yang telah memberi semangat dan doa untuk penyelesaian skripsi ini.
8. Ayu, Fita, Nabila, Navi, dan Endah selaku teman suka dan duka selama masa perkuliahan.
9. Eling, Dina, dan Ana selaku teman SMA yang telah memberi semangat dan menemani penulis mengerjakan skripsi bersama di Perpustakaan Nasional RI.
10. Teman-teman Badan Pengurus Harian UPN Televisi angkatan '16 UPN "Veteran" Jawa Timur yang menjadi rumah kedua penulis selama masa perkuliahan.
11. Teman-teman Ilmu Komunikasi UPN "Veteran" Jawa Timur angkatan 2017, yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat penulis.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.
Segala bentuk kritik dan saran sangat penulis harapkan.

Surabaya, 5 Januari 2022

Ainaya Pradina Putri

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 New Media Sebagai Media Komunikasi.....	15
2.2.1.1 Karakteristik New Media	18
2.2.2 Motivasi.....	20
2.2.3 Media Sosial.....	26

2.2.3.1 Karakteristik Media Sosial	28
2.2.3.2 Jenis-Jenis Media Sosial	30
2.2.3.3 Peranan Media Sosial	32
2.2.4 Tiktok	34
2.2.4.1 Fitur Media Sosial Tiktok	36
2.2.5 Hubungan Romantis	40
2.2.6 <i>Public Display of Affection</i>	41
2.2.7 Remaja.....	43
2.2.8 Kerangka Berpikir	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian	48
3.2 Definisi Konseptual.....	49
3.2.1 Motivasi.....	49
3.2.2 <i>Public Display of Affection</i>	50
3.2.3 Media Sosial Tiktok	50
3.2.4 Remaja.....	51
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	51
3.4 Teknik Penentuan Informan.....	52
3.5 Teknik Pengumpulan Data	53
3.5.1 Wawancara Mendalam.....	53
3.5.2 Dokumentasi	53
3.6 Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.2 Identitas Informan	59
4.3 Penyajian dan Analisis Data.....	62

4.3.1 Penggunaan Medsos Tiktok sebagai Media PDA.....	62
4.3.1.1 Konten Tiktok yang dilihat dan dibuat Informan ..	65
4.3.1.2 Perbedaan Tiktok dengan Media Sosial lainnya	67
4.3.2 Memaknai Perilaku <i>Public Display of Affection</i>	71
4.3.3 Motivasi Melakukan PDA di Media Sosial Tiktok.....	75
4.4 Pembahasan.....	97
4.4.1 Penggunaan Medsos Tiktok sebagai Media PDA.....	99
4.4.2 Memaknai Perilaku <i>Public Display of Affection</i>	106
4.4.3 Motivasi Melakukan PDA di Media Sosial Tiktok.....	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	122
5.1 Kesimpulan	122
5.2 Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN.....	130

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir	47
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Negara Pengguna Tiktok Terbesar per 30 Juni 2020	2
Gambar 1.2 Beberapa Komentar Pengguna Tiktok pada Konten Uwu.	4
Gambar 1.3 Postingan Tiktok bertagar #uwuphobia dan #relationshipgoals.....	4
Gambar 1.4 Berita Tentang Kekerasan dalam Pacaran.....	6
Gambar 1.5 Data Pelaku Kekerasan Seksual Ranah Personal.....	7
Gambar 2.1 Perbedaan Antara Era Media Pertama dan Kedua.....	17
Gambar 2.2 Hierarki Kebutuhan Maslow.....	24
Gambar 2.3 Data Pengguna Internet dan Pemanfaatan Terbesar	27
Gambar 2.4 Pengelompokan Media Sosial.....	32
Gambar 2.5 Jumlah Unduhan Tiktok di Dunia per Kuartal	36
Gambar 4.1 Tampilan Halaman Profil Akun Tiktok Informan	67
Gambar 4.2 Respon Pengguna Tiktok & Instagram Pada Konten Informan 1 ...	70
Gambar 4.3 Tampilan Halaman 'For You' Page	84
Gambar 4.4 Konten Endorsement Dengan Produk Kecantikan	88
Gambar 4.5 Perilaku PDA di Media Sosial Tiktok Informan	109

DAFTAR LAMPIRAN

Interview Guide	130
Transkripsi Wawancara	133
Bukti Wawancara Informan	175

ABSTRAK

AINAYA PRADINA PUTRI, PUBLIC DISPLAY OF AFFECTION PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK (Studi Deskriptif Kualitatif Motivasi Pengguna Media Sosial Tiktok dalam Melakukan *Public Display of Affection*).

Masyarakat Indonesia khususnya para remaja sudah semakin akrab dengan perilaku pacaran. Bahkan, saat ini mereka tidak ragu untuk menunjukkan kemesraan atau romantisme mereka di media sosial seperti Tiktok. Romantisme ditunjukkan dalam konten video yang dibuat dan disebarluaskan secara publik dimana siapa saja dapat mengakses video tersebut termasuk remaja bahkan anak-anak. Sementara catatan kekerasan di Indonesia memiliki persentase yang tinggi akibat perilaku pacaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan motivasi remaja melakukan *public display of affection* di media sosial Tiktok menggunakan teori kebutuhan dan motivasi dari Clayton Alderfer. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi terhadap empat informan yang telah peneliti tentukan. Hasil penelitian menunjukkan informan melakukan PDA di Tiktok untuk memenuhi kebutuhan akan hubungan (*relatedness's needs*) yaitu mendapat penerimaan positif dari pengguna Tiktok lainnya dan penerimaan positif dari orang-orang disekitar informan seperti keluarga dan teman-teman. Selain itu, informan juga berhasil memenuhi kebutuhan akan keberadaan (*existence's needs*) yaitu mendapatkan penghasilan dari tawaran *endorsement* produk, menghilangkan rasa takut akan kehadiran orang ketiga dalam hubungan informan serta menghilangkan rasa takut pasangan tidak mau mengakui atau merasa malu memiliki pacar seperti diri informan, dan kebutuhan akan pertumbuhan (*growth's needs*) yaitu keinginan informan untuk terus belajar dan mengembangkan kreativitas dan ide-ide untuk dituangkan dalam konten-konten informan.

Kata Kunci: Motivasi, Public Display of Affection, Tiktok

ABSTRACT

AINAYA PRADINA PUTRI, PUBLIC DISPLAY OF AFFECTION PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK (Studi Deskriptif Kualitatif Motivasi Pengguna Media Sosial Tiktok dalam Melakukan *Public Display of Affection*).

Indonesian people, especially teenagers, are increasingly familiar with relationship behavior. Even now they don't hesitate to show their affection or romanticism on social media like Tiktok. Romanticism is shown in video content that is created and distributed in public where anyone can access the video including teenagers and even children. Meanwhile, the record of violence in Indonesia has a high percentage due to relationship behavior. This study aims to determine and describe the

motivation of teenagers to do public display of affection on social media Tiktok using the theory of needs and motivation from Clayton Alderfer. This research uses a qualitative descriptive method and data collection was carried out through in-depth interviews and documentation of the four informants that the researchers had determined. The results showed that the informants did PDA on Tiktok to fulfill their relatedness needs that is to get positive acceptance from other Tiktok users and positive reception from people around the informants such as family and friends. In addition, the informant also succeeded in fulfilling the existence's needs that is got the income from product endorsement offers, eliminating the fear of the presence of a 'third person' in the informant's relationship, and eliminating the fear of his or her beloved not wanting to admit or feeling ashamed to have a boyfriend or girlfriend like an informant, and the need for growth (growth's needs) that is the informant's desire to continue to learn and develop creativity and ideas to be poured into the informant's content.

Keywords: *Motivation, Public Display of Affection, Tiktok*