

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka pada bab ini berisikan tentang uraian kajian yang diperoleh dari hasil penelitian pihak lain dan menjadi tinjauan untuk penelitian yang akan diteliti.

Berikut beberapa judul penelitian terdahulu yang akan menjadi tinjauan peneliti :

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti menyajikan beberapa judul penelitian terdahulu yang memiliki relevansi terhadap penelitian yang akan dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap dan pembanding untuk membuat penelitian yang memadai.

2.1.1.1 Penelitian oleh Nina Gustiyani tentang “Fenomena Pengemis Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Mengenai Interaksi Simbolik Pengemis Di Hadapan Calon Dermawan Di Kota Bandung)”

Penelitian terdahulu ini dimuat oleh elib.unikom.ac.id dan diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia pada tahun 2012.

Diketahui bahwa latar belakang dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Bagaimana Interaksi Simbolik Pengemis di Hadapan Calon Dermawan di Kota Bandung”.

Untuk menjawab masalah diatas, maka diangkat sub fokus-sub fokus penelitian berikut ini : Konsep Diri, Proses Komunikasi, Kepribadian dan Interaksi Simbolik. Sub fokus tersebut untuk mengukur fokus penelitian, yaitu : Interaksi Simbolik pengemis dihadapan calon dermawan. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan studi fenomenologi, Subjek penelitiannya adalah pengemis. Informan dipilih dengan teknik purposive sampling, untuk informan utama penelitian berjumlah 3 (tiga) orang dari pengemis, dan untuk memperjelas serta memperkuat data adanya informan kunci yang berjumlah 2 (dua) orang. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, studi pustaka dan penelusuran data online. Adapun teknik analisis data dengan mereduksi data, mengumpulkan data, menyajikan data, menarik kesimpulan, dan evaluasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

1. Konsep Diri didasari atas faktor baik secara biologis maupun nonbiologis, serta faktor-faktor lingkungan maupun pertemanan sebagai faktor pendorong,
2. Proses Komunikasi dengan gerakan tubuh yang ditunjukkan sebagai makna belas kasihan dan arti status dan kedudukan pengemis,
3. Kepribadian, menampilkan penampilan sebagai identitas diri,
4. Interaksi Simbolik pengemis yang dikelola untuk menciptakan suatu kesan orang-orang yang melihatnya dari simbol-simbol.

Kesimpulan Interaksi Simbolik pengemis menunjukkan suatu penyampaian pesan yang dimaknai bersama dengan tujuan yang spesifik dari pengemis untuk di belas kasihani, diberi bantuan, dan mendapatkan simpati. Saran untuk pengemis

tidak adanya kepura-puraan dan memanfaatkan program pemerintah, untuk masyarakat memberi karena keikhlasan bukan simpati serta mendukung program pemerintah dan mentaati peraturannya, sedangkan untuk pemerintah lebih mempertegas peraturan serta bekerja sama dengan pihak swasta atau pengrajin dan seniman dalam mengurangi pengemis, untuk peneliti selanjutnya lebih spesifik dan kaya akan referensi sebagai literatur.

2.1.1.2 Penelitian oleh Galih Syaeful Bhatni tentang “Fenomena Youtube Sebagai Media Ekspresi penggemar Stand Up Comedy 2013”

Penelitian terdahulu ini dimuat oleh elib.unikom.ac.id dan diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia tahun 2013. Pada penelitian ini penyusun memiliki pemikiran untuk mengetahui

“Bagaimana Fenomena Situs YouTube Sebagai Media Ekspresi Penggemar Stand Up Comedy”. Studi fenomenologi mengenai fenomena YouTube ditinjau dari ekspresi para penggemar stand up comedy di kota Bandung dengan menggunakan media internet. Untuk menjawab penelitian tersebut maka dianalisis proses Perkembangan Stand Up Comedy dan

Ketertarikan penggemar Stand Up Comedy di kota Bandung terhadap situs YouTube sebagai media Ekspresi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan Kualitatif dengan studi Fenomenologi, Tempat penelitian berlangsung di kota Bandung dengan informan Penggemar Stand Up Comedy sebanyak 4 (empat) orang yang diambil dengan teknik purposive sampling. Dan uji keabsahan data dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam

penelitian, triangulasi, diskusi, analisis kasus negative dan membercheck. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Proses perkembangan stand up comedy mengalami peningkatan yang sangat signifikan dan timbulnya ketertarikan penggemar Stand Up Comedy di kota Bandung untuk menggunakan situs YouTube sebagai media ekspresi didapatkan bermacam macam faktor dari para informan dan fenomena situs youtube sebagai media ekspresi. Kesimpulan, para penggemar Stand Up Comedy di Kota Bandung mengaku senang dengan adanya fasilitas gratis dari situs YouTube untuk melihat video Stand Up Comedy. Saran, para penggemar Stand Up Comedy supaya lebih mengetahui fungsi dan manfaat lain dari teknologi internet khususnya situs YouTube. Karena banyak manfaat yang bisa diambil dari situs YouTube selain untuk menunjang kegemaran mereka.

Tabel 2. 1
Matriks Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Yang Dilakukan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Nina Gustiyani	Fenomena Pengemis Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Mengenai Interaksi Simbolik Pengemis Di Hadapan Calon Dermawan Di Kota Bandung)	metode fenomenologi kuantitatif.	Interaksi Simbolik pengemis menunjukkan suatu penyampaian pesan yang dimaknai bersama dengan tujuan yang spesifik dari pengemis untuk di belas kasihani, diberi bantuan, dan mendapatkan simpati.	Membahas tentang interaksi simbolik yang di lakukan pasangan remaja dengan menggunakan sarana media sosial TikTok
2	Galih Syaeful Bhatni	Fenomena Youtube Sebagai Media Ekspresi penggemar Stand Up Comedy 2013	Metode Fenomenologi Kualitatif	Mengulas fenomena YouTube ditinjau dari ekspresi para penggemar stand up comedy di kota Bandung dengan menggunakan media internet. Untuk menjawab penelitian tersebut maka dianalisis proses Perkembangan Stand Up Comedy dan Ketertarikan penggemar Stand Up Comedy di kota Bandung terhadap situs YouTube sebagai media Ekspresi.	Media yang digunakan berbeda, penelitian ini menggunakan media sosial TikTok

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah aktivitas yang berkaitan dengan manusia yang ditakdirkan untuk tidak bisa hidup sendiri dan tak terlepas dari kehidupan yang dijalani sehari-hari dan komunikasi sangat melekat pada kehidupan manusia

Definisi Komunikasi menurut Manap, Melly Maulin P, Oleh Sholihun dalam buku yang berjudul *Interpersonal Skill* (2015) menjelaskan:

“Komunikasi adalah suatu menyamakan persepsi diantara dua pihak. Proyek komunikasi yang baik menghasilkan kesepahaman diantara dua pihak yang mengadakan interaksi” (Manap solihat, Melly Maulin P, Solihin, 2015:11)

Lebih dijelaskan oleh Rismawaty, Desayu Eka dan Sangra Juliano dalam bukunya berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi (2014) yang mengatakan bahwa:

“Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi informasi, dimana masing masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (information sharing) untuk mencapai tujuan bersama.” (oleh Rismawaty, Desayu, Sangra 2014:65)

Dalam “Bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*) dan yang menyampaikan pesan disebut sebagai komunikator sedangkan yang menerima pesan tersebut disebut komunikan. Dapat disimpulkan yang berarti komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan komunikasi yang disampaikan terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan dan yang kedua adalah lambing/symbol yaitu yang mengisyaratkan bahasa. Dalam komunikasi harus mengandung makna yang sama antara dua pihak yang terlibat dalam melakukan komunikasi. Dapat di katakana hal tersebut karena dalam berkomunikasi tidak hanya *informatif* namun agar lain juga dapat mengerti dan tahu, dan harus *persuasif* agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau dalam keyakinan

“Komunikasi ialah suatu bentuk interaksi manusia yang saling membutuhkan satu dengan yang lainnya, komunikasi dengan sengaja atau tidak sengaja dan tidak ada batasnya pada bentuk komunikasi verbal, namun juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi (Shannon dan Weaver dalam Solihat, 2015)”

2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi

Terjadinya suatu proses komunikasi karena didukung oleh beberapa elemen atau unsur. Unsur-unsur komunikasi (Cangcara dalam Solihat,2015) tersebut sebagai berikut:

1. Sumber

Sumber ialah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima pesan. Sumber terdiri dari satu orang, namun bisa saja dalam berbentuk kelompok, partai, organisasi atau lembaga.

2. Pesan

Pada proses komunikasi pesan dapat disampaikan oleh pengirim kepada penerima pesan. Pesan dapat disampaikan melalui secara langsung/tatap muka, media komunikasi yang isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda.

3. Media

Media dapat digunakan sebagai alat untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Ada beberapa pendapat atau menilai mengenai saluran atau media. Seperti bahwa media berbagai macam bentuknya misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indra dianggap sebagai media komunikasi

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang disampaikan oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Dalam proses komunikasi dapat

dipahami bahwa adanya penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak akan ada penerima jika tidak ada sumber yang didapat.

5. Pengaruh

Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dilakukan, oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini dapat terjadi pada sikap dan tingkah laku seseorang maka dari itu pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan.

6. Tanggapan balik

Ada yang menyimpulkan bahwa umpan balik sebenarnya satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima pesan, akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur yang lain. Seperti pesan dan media meskipun yang disampaikan belum sampai kepada penerima pesan.

7. Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan kedalam empat macam yaitu lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis dan lingkungan dimensi waktu.

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang didapat untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu, komunikasi sendiri tentunya memiliki fungsi bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan. Untuk mendalami fungsi komunikasi perlu 4 tipe komunikasi terlebih

dahulu, karena hal tersebut memberi tahu perbedaan fungsinya. Terdapat 4 macam komunikasi antara lain komunikasi diri sendiri, komunikasi antar pribadi, komunikasi public, dan komunikasi massa (Cangara, 55:1998)

1. Komunikasi dengan diri sendiri berfungsi untuk mengembangkan kreativitas imajinasi, memahami dan mengendalikan diri, serta meningkatkan kematangan berpikir sebelum mengambil keputusan.
2. Komunikasi antar pribadi berfungsi untuk meningkatkan hubungan insani (Human relations) menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi dan pengalaman dengan orang lain.
3. Komunikasi Publik berfungsi untuk menumbuhkan semangat kebersamaan (solidaritas), mempengaruhi orang lain, memberi informasi, mendidik dan menghibur.
4. Komunikasi Massa berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang kebutuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang.

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan dari komunikasi itu sendiri menurut buku Onong Uchjana Effendy yang berjudul “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi”, (Effendy, 2003:55) yaitu :

- a. Mengubah sikap (to change the attitude)
- b. Mengubah opini / pendapat / pandangan (to change the opinion)
- c. Mengubah perilaku (to change the behavior)
- d. Mengubah masyarakat (to change the society)

2.1.2.5 Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Menurut Onong Uchjana Effendy, Proses komunikasi dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni :

1. Proses komunikasi secara primer, Proses ini adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.
2. Proses komunikasi secara sekunder, adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seseorang menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. (Effendy, 2004:11&16)

2.1.3 Tinjauan Fenomenologi

Pada dasarnya fenomenologi merupakan suatu tradisi pengkajian yang digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Little John, mengatakan

bahwa fenomenologi merupakan suatu tradisi untuk mengeksplorasi pengalaman manusia.

Dalam konteks ini terdapat asumsi bahwa manusia aktif dalam memahami dunia disekitarnya sebagai sebuah pengalaman hidup dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut.

Asumsi dalam pokok fenomenologi ialah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan sebuah makna atas sesuatu yang dialaminya. Oleh karena itu interpretasi merupakan sebuah proses aktif yang dimana dapat memberikan sebuah makna atas sesuatu yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman merupakan suatu tindakan kreatif menuju pemaknaan.

Fenomenologi menjelaskan mengenai fenomena perilaku manusia yang dialami dalam kesadaran. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman seseorang dalam membangun sebuah makna dan konsep yang bersikap intersubjektif. Penelitian fenomenologi haruslah berupaya untuk menjelaskan makna serta pengalaman hidup sejumlah orang mengenai suatu konsep, motif atau gejala.

Natanson menggunakan istilah fenomenologi sebagai rujukan kepada semua asumsi pandangan sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami sebuah tindakan sosial. Secara etimologis fenomenologi berasal dari Bahasa latin yaitu *phenomenon* yang diartikan sebagai realitas yang tampak. Dan *logos* yang diartikan sebagai ilmu. Jadi fenomenologi merupakan sebuah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan sebuah penjelasan dari realitas yang tampak.

Dalam bukunya Fenomenologi: Metode Penelitian Komunikasi, Kuswarno berpendapat bahwa:

“Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubjektivitas (pemahaman kita melalui dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain).” (Kuswarno, 2009 : 2)

Sedangkan Little John dalam Bukunya Teori Komunikasi berpendapat bahwa:

“Fenomenologi menjadikan sebuah pengalaman sesungguhnya sebagai data dasar dari sebuah realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi dapat diartikan sebagai studi mengenai pengetahuan yang timbul dikarenakan rasa keingintahuan.”

Objek dalam fenomenologi berupa gejala atau kejadian yang dipahami melalui sebuah pengalaman yang dilakukan secara sadar.

Tujuan dari fenomenologi itu sendiri ialah untuk mempelajari bagaimana fenomena di alam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau dapat diterima secara estetis atau juga fenomenologi mencoba untuk mencari pemahaman mengenai bagaimana manusia mengkonstruksikan makna dari sebuah konsep penting dalam kerangka intersubjektif.

Fenomenologi beranggapan bahwa pengalaman yang aktual merupakan sebuah data mengenai realitas yang di pelajari. Kata gejala (*phenomenon*) yang berbentuk jamaknya ialah *phenomena* merupakan sebuah istilah fenomenologi yang di bentuk dan dapat diartikan sebagai suatu tampilan dari sebuah objek. Kejadian atau kondisikondisi menurut persepsi. Penelahaan sebuah masalah dapat dilaksanakan dengan multi perspektif atau multi sudut pandang.

Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya (Creswell dan John, 2009 : 57)

Fenomenologi berupaya untuk mengungkapkan dan memahami sebuah realitas penelitian berdasarkan perspektif subjek penelitian. Hal ini menuntut bersatunya subjek penelitian dengan subjek pendukung objek penelitian. Keterlibatan subjek peneliti di lapangan menghayatinya menjadi salah satu ciri utama dapat penelitian dengan pendekatan fenomenologi.

2.1.4 Tinjauan Tentang Interaksi Simbolik

Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead (1932) sebagai penggagas dan kemudian dilengkapi oleh Herbert Blumer (1969) dalam pemikiran Herbert Blumer konsep dari interaksi simbolik menunjuk kepada sifat khas dari tindakan atau interaksi antar manusia. Kekhasannya bahwa manusia saling menerjemahkan, mendefinisikan tindakannya, bukan hanya reaksi dari tindakan seseorang terhadap orang lain, tanggapan seseorang tidak dibuat secara langsung atas tindakan itu, tetapi didasarkan atas “makna” yang diberikan. Olehnya, interaksi dijembatani oleh penggunaan simbol, penafsiran, dan penemuan makna tindakan orang lain. (Ahmadi, 2005:10)

Teori interaksi simbolik merupakan teori yang memiliki asumsi bahwa manusia membentuk **makna** melalui proses komunikasi.

Menurut Herbert Blumer, terdapat tiga asumsi dari teori ini:

1. Manusia bertindak berdasarkan **makna** yang diberikan orang lain kepada mereka.

2. **Makna** diciptakan dalam interaksi antar manusia.
3. **Makna** dimodifikasi melalui interpretasi.

Interaksi simbolik berakar dan berfokus pada hakekat manusia yang adalah makhluk relasional. Setiap individu pasti terlibat relasi dengan sesamanya. Tidaklah mengherankan apabila kemudian teori interaksi simbolik segera mengedepan apabila dibandingkan dengan teori lainnya. Alasannya ialah diri manusia muncul dalam dan melalui interaksi dengan yang diluar dirinya. Interaksi itu sendiri membutuhkan simbol-simbol tertentu. Simbol itu biasanya disepakati dalam skala kecil maupun skala besar. Simbol misalnya, bahasa, penampilan, tulisan dan simbol lainnya yang dipakai bersifat dinamis dan unik.

Keunikan dan dinamika simbol dalam proses interaksi sosial menuntut manusia harus lebih kritis, peka, aktif dan kreatif dalam meng-interpretasiikan simbol-simbol yang muncul dalam interaksi sosial. Penafsiran yang tepat atas simbol tersebut turut menentukan arah perkembangan manusia dan lingkungan. Sebaliknya, penafsiran yang keliru atas simbol dapat menjadi petaka bagi hidup manusia dan lingkungannya. Interaksi simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia. Bagi perspektif ini, individu bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. (Mulyana, 2008: 3)

Interaksi simbolik menolak bahwa individu adalah organisme pasif yang perilakunya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur yang ada diluar dirinya. Oleh karena individu terus berubah maka masyarakat pun berubah melalui interaksi. Jadi interaksilah yang dianggap variabel penting yang menentukan

perilaku manusia, bukan struktur masyarakat. Struktur itu sendiri tercipta dan berubah karena interaksi manusia, yakni ketika individu individu berpikir dan bertindak secara stabil terhadap objek yang sama.

Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka (Mulyana, 2010:68-70).

Menurut teoritis interaksi simbolik yang di kutip dari buku Dr. Deddy Mulyana, M.A yang berjudul Metodologi Penelitian Kualitatif (2018:109) adalah “Kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol. Mereka tertarik pada cara manusia menggunakan simbol-simbol yang mempresentasikan apa yang mereka maksudkan atau **motif** mereka untuk berkomunikasi dengan sesamanya dan juga pengaruh yang ditimbulkan **Makna** atas simbol-simbol ini terhadap perilaku **Tindakan** pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi sosial”. Jadi bisa di tarik kesimpulan bahwa simbol-simbol mempresentasikan **motif** untuk berkomunikasi dengan sesama manusia. (2018:109)

Menurut Deddy Mulyana dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif Secara ringkas interaksi simbolik didasarkan pada premis-premis berikut:

1. Individu merespon suatu situasi simbolik. Mereka merespon lingkungan, termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia)

berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. Ketika mereka menghadapi suatu situasi, respon mereka tidak bersifat mekanis. Tidak pula ditentukan oleh faktor-faktor eksternal. Respon mereka bergantung pada bagaimana mereka mendefinisikan situasi yang dihadapi dalam interaksi sosial. Jadi individu adalah yang dipandang aktif untuk menentukan lingkungan mereka sendiri.

2. Makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu menamai segala sesuatu, bukan hanya objek fisik, tindakan atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran objek fisik, tindakan atau peristiwa itu), namun juga gagasan yang abstrak.
3. Makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial. Perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Manusia membayangkan atau merencanakan apa yang akan mereka lakukan.
(Mulyana, 2008: 71)

Interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Interaksi simbolik ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka.

Teori interaksi simbolik mengajarkan bahwa makna muncul sebagai hasil interaksi diantara manusia baik secara verbal maupun nonverbal. Melalui aksi dan respons yang terjadi, kita memberikan **makna** ke dalam kata-kata atau **tindakan**, dan karenanya kita dapat memahami suatu peristiwa dengan cara cara tertentu (Morissan, 2013: 110).

2.1.5 Tinjauan tentang Media Baru

2.1.5.1 Pengertian Media Baru

Media baru adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer dan telepon genggam canggih. Dua kekuatan utama perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur, Carey dalam (McQuail, 2011:43).

2.1.5.2 Karakteristik Media Baru

Media baru disebut juga new media digital. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008:2-3). Ciri-ciri utama internet sebagai media adalah :

- a. Teknologi berbasis komputer
- b. Karakteristiknya hibrida, tidak berdedikasi, fleksibel
- c. Potensi interaktif
- d. Fungsi publik dan privat

- e. Peraturan yang tidak ketat
- f. Kesalingterhubungan
- g. Ada dimana-mana/tidak tergantung lokasi
- h. Dapat diakses individu sebagai komunikator
- i. Media komunikasi massa dan pribadi

2.1.5.3 Fungsi Media Baru

Media baru memiliki fungsi sebagai berikut:

- 1) Berfungsi menyajikan arus informasi yang dapat dengan mudah dan cepat diakses dimana saja dan kapan saja. Sehingga memudahkan seseorang memperoleh sesuatu yang dicari atau dibutuhkan yang biasanya harus mencari langsung dari tempat sumber informasinya.
- 2) Sebagai media transaksi jual beli. Kemudahan memesan produk melalui fasilitas internet ataupun menghubungi customer service.
- 3) Sebagai media hiburan. Contohnya: game online, jejaring sosial, streaming video, dan lain sebagainya
- 4) Sebagai media komunikasi yang efisien. Penggunaanya dapat berkomunikasi dengan siapapun tanpa terkendala jarak dan waktu, bahkan dapat melakukan video conference.
- 5) Sebagai sarana pendidikan dengan adanya e-book yang mudah dan praktis. Bagi mahasiswa dan pelajar penyampaian materi pembelajaran dapat diseragamkan, proses pembelajaran menjadi jelas dan menarik, lebih interaktif, efisiensi waktu dan tenaga, memungkinkan proses belajar bisa

dilakukan dimana saja dan mengubah peran guru ke arah yang lebih positif dan produktif

2.1.6 Tinjauan Tentang Jejaring Sosial

Diawali dengan internet yang bisa diakses oleh siapapun dikutip dari Dr. Melly Maulin P., S.Sos., M.Si. dalam jurnalnya tahun 2011 yang mengatakan bahwa

“Internet adalah jaringan komputer yang saling terhubung ke seluruh dunia tanpa mengenal batas teritorial, hukum, dan budaya. Internet adalah jaringan komputer yang saling terhubung ke seluruh dunia tanpa mengenal batas teritorial, hukum, dan budaya.”

Jadi internet membuat semua orang seluruh dunia dapat terhubung tanpa ada batasan tertentu dan internet adalah dasar dari jejaring sosial online. F.P William dalam bukunya *Social Networking Sites: How to Stay Safe Sites: MultiStates Information Sharing & Analysis Center (MS-ISAC)* yang dikutip oleh Adam Mahamat Helou dan Nor Zairah Ab.Rahim dalam jurnal yang berjudul *The Influence of Social Networking Sites on Students Academic Performance in Malaysia* mengemukakan, *Social Networking Sites is an online community of internet users who want to communicate with other users about areas of mutual interest*, mengemukakan bahwa jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh professor J.A Barnes di tahun 1954 (Muhammad Ridwan Nawawi, 2008).

“Situs jejaring sosial merupakan sebuah situs berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat profil, melihat *list* pengguna yang tersedia serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung

dalam situs tersebut. Tampilan dasar situs jejaring sosial ini menampilkan halaman profil pengguna, yang di dalamnya terdiri dari identitas diri dan foto pengguna (Aditya Firmansyah, 2010:10).”

Dalam buku “*Literasi Media*”, Jejaring sosial (*social network*) adalah bentuk struktur sosial yang terdiri dari simpul-simpul yang saling terkait dan terikat oleh satu tipe atau lebih dalam hubungan yang spesifik. Jejaring sosial merupakan sebuah media yang digunakan untuk aktivitas sosial di dunia maya (Apriadi, 2013:78).

Dalam buku “*Implikasi Media Sosial pada Perkembangan Ilmu Komunikasi*” dijelaskan meskipun banyak perdebatan tentang posisi dan fungsi jejaring sosial atau sering disebut media sosial, akan tetapi sebagian besar pengamat komunikasi sepakat dan sependapat bahwa berdasarkan perangkat yang digunakan media sosial yaitu teknologi komunikasi terutama internet, maka media sosial termasuk ke dalam katagori *new media*.

Media sosial turut menyebabkan perubahan pada media massa. Hal ini dapat dilihat dari esensi isi pesan media sosial yang bersifat personal dan privat berada pada media global (Santosa, 2011:44).

Media sosial atau jejaring sosial menurut Utari dalam bukunya “*Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi*” (2011:51) adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya dapat mudah berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seseorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten, atau isi yang ingin disampaikan kepada orang lain, memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya. Semua dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas.

Penggunaan media sosial tidak dapat terlepas dari motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukannya. Secara teori terdapat beberapa motivasi yang mendorong seseorang untuk menggunakan media sosial seperti yang disebutkan oleh McQuail (2000) yang dikutip oleh Ratu (2011 : 44-45), yakni :

1. Faktor informasi
2. Konsep *hyperlink* dan *meme* di internet memudahkan penggunaannya dalam pencarian informasi. Melalui internet pengguna akan dihadapkan pada gelombang informasi yang sangat banyak dan diperlukan bagi orang yang pertama kali menggunakan internet untuk dapat difungsikan secara optimal.
3. Identitas personal
4. Pengguna menggunakan media sosial dalam rangka mengasosiasikan aktor media dengan karakter tertentu pada dirinya sendiri.
5. Faktor integratif dan interaksi sosial
6. Internet telah berhasil selangkah meninggalkan media konvensional.
7. Faktor hiburan
8. Orang banyak menggunakan media sosial dengan tujuan untuk memperoleh kesenangan dan hiburan.

Menurut majalah *Marketing Mix* edisi Januari 2012, dengan penggunaan media sosial kita dapat berinteraksi, berbagi informasi, dan berdiskusi satu sama lain.

2.1.6.1 Karakteristik Jejaring Sosial

Berdasarkan data penelitian yang dikeluarkan oleh *Rice University, the University of Maryland, and Max Planck Institute* yang berjudul "*Software Systems*

analyzed what characteristics of very large online social networks made them so successful” pada tahun 2007, menyebutkan bahwa terdapat lima karakteristik dasar yang membedakan jejaring sosial dari sebuah situs web biasa. Karakteristik tersebut adalah :

1. *User-based*

Jaringan sosial online dibangun dan di arahkan oleh pengguna sendiri. Tanpa pengguna, jaringan akan menjadi ruang kosong diisi dengan forum kosong, aplikasi dan *chat room*. Pengguna mengisi jaringan dengan percakapan dan konten. Arah konten ditentukan oleh *user* yang terlibat dalam diskusi. Inilah yang membuat jaringan sosial jauh lebih menarik dan dinamis bagi pengguna internet.

2. *Interactive*

Karakteristik lain dari jaringan sosial modern adalah kenyataan bahwa mereka begitu interaktif. Ini berarti bahwa jaringan sosial bukan hanya kumpulan *chat room* dan forum lagi. Mereka bisa berbagi foto dan video melalui media sosial ini. Jaringan sosial ini dengan cepat menjadi hobi karena lebih dari sekedar hiburan.

3. *Community-driven*

Jaringan sosial yang dibangun dan berkembang dari konsep-konsep komunitas. Ini berarti bahwa sama seperti komunitas atau kelompok sosial di seluruh dunia yang didirikan pada kenyataan bahwa anggota memegang keyakinan atau hobi yang sama, dan memiliki banyak kesamaan diantara komunitas tersebut.

4. *Relationships*

Tidak seperti *website* terdahulu, media sosial berkembang pesat dengan menitikberatkan pada *relationship*. Hubungan yang lebih kuat terjalin dalam jaringan. Bila kita melakukan *post* atau *update* pada halaman tersebut, maka penyebaran konten diseluruh jaringan kontak dan sub-kontak yang jauh lebih besar dari yang kita sadari.

5. *Emotion over content*

Karakteristik lain yang unik dari jaringan sosial adalah faktor emosional. Sementara *website* dari masa lalu difokuskan terutama pada penyediaan informasi kepada pengunjung, jaringan sosial benar-benar membuat pengguna terlibat secara emosional tentang konten yang terdapat dalam media sosial.

2.1.6.2 Peran Jejaring Sosial

Peranan jejaring sosial pada aspek kehidupan sosial cukup signifikan. Menurut McQuail dalam bukunya *Mass Communication Theories*, ada enam perspektif dalam hal melihat peran jejaring sosial, yakni:

Pertama, media sosial dilihat sebagai *window on event and experience*. Sosial media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi diluar sana atau merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.

Kedua, media sosial juga sering dianggap sebagai *a mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection*. Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang di refleksikan apa adanya. Karenanya para

pengguna media sosial sering merasa tidak “bersalah” jika kontennya penuh dengan kekerasan, konflik, pornografi, dan berbagai keburukan lain, karena memang menurut mereka faktanya demikian, media hanya sebagai refleksi fakta, terlepas dari suka atau tidak suka.

Ketiga, memandang media sosial sebagai filter, atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Disini khalayak “dipilihkan” oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui dan mendapat perhatian.

Keempat, media sosial acapkali pula dipandang sebagai *guide*, penunjuk jalan atau *interpreter*, yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian, atau alternatif yang beragam.

Kelima, media sosial dilihat sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik.

Keenam, media sosial dipandang sebagai *interlocutor*, yang tidak hanya sekedar tempat berlalu lalangny informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.

Dari paparan diatas, ditunjukkan bahwa peran media sosial dalam kehidupan bukan sekedar sarana pelepas ketegangan atau hiburan. Akan tetapi, isi dan informasi yang disajikan mempunyai peran yang signifikan dalam proses sosial. Konten dari media sosial merupakan konsumsi otak bagi khalayaknya, sehingga apa yang ada disana akan mempengaruhi realitas subjektif pelaku interaksi sosial.

Gambaran tentang realitas yang dibentuk oleh konten-konten yang beredar pada media sosial inilah yang nantinya mendasari respon dan sikap khalayak terhadap berbagai objek sosial. Informasi yang salah memunculkan gambaran yang salah pula terhadap objek sosial itu. Karenanya, pengguna media sosial diharapkan untuk turut menyampaikan informasi secara akurat dan berkualitas. Kualitas informasi inilah yang merupakan tuntutan etis dan moral bagi pengguna media sosial.

2.1.6.3 Jejaring Sosial “TikTok”

Setiap situs jejaring sosial memiliki daya tarik yang berbeda. Namun, pada dasarnya tujuannya sama yaitu untuk berkomunikasi dengan mudah dan lebih menarik karena ditambah fitur-fitur yang memanjakan penggunanya. Dengan beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa situs jejaring sosial merupakan layanan berbasis web dimana digunakan untuk bersosialisasi dan berkomunikasi dengan pihak lain baik dengan teman, keluarga, maupun suatu komunitas yang memiliki tujuan yang sama.

Salah satu jejaring sosial yang dikenal dan sedang booming saat ini adalah TikTok. TikTok, juga dikenal sebagai Douyin, adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Aplikasi tersebut membolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. (<https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yangkini-mendunia-1ss18QadAEN/full> diakses 7 April 2021 Pukul 12.13 WIB).

2.1.6.4 Fitur Jejaring Sosial “TikTok”

TikTok memiliki fitur-fitur yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya, diantaranya adalah :

1. Tambahkan Musik

Dalam aplikasi TikTok musik jadi salah satu fitur utama untuk mendukung pengguna memproduksi konten video. Judul-judul musik pun terbagi menjadi sejumlah kategori seperti Valentine, Dangdut, Back to 90s dan lain sebagainya. Musik yang tersedia dapat disesuaikan dengan jenis video. Jika ingin memproduksi video bertema komedi, musik yang relevan dengan tema komedi bisa dipilih sebagai latar suara.

2. Voice Changer Function

Bukan hanya stiker dan filter, sekarang pengguna juga dapat mengubah suaranya dengan fitur Voice Changer Function ini. Dengan beragam efek suara berbeda, termasuk suara tupai, suara pria, suara vibra, elektronik, echo, mic, elf and raksasa, pengguna kini dapat menambahkan keseruan dan kreativitas ke dalam video mereka dengan mudah.

3. Pakai *Sticker* dan *Effect*

Setelah pengguna TikTok menentukan konsep dan tema video yang akan dibuat, ini saatnya menambahkan stiker. Fitur ini fungsinya tak lain adalah menjadikan video variatif. Salah satu stiker yang boleh dicoba adalah stiker horor yang dapat disesuaikan dengan ekspresi wajah pengguna serta latar belakang atau kondisi sekitar pengguna. Para pengguna pun bisa mengeksplor diri dengan ekspresi wajah seram untuk menjadi sosok seram.

4. Filter

Setelah ada fitur stiker dan musik, anda juga dapat memperindah tampilan fisik dengan filter yang telah disediakan oleh TikTok. Banyak sekali filter yang ditawarkan dengan berbagai kategori. Contohnya, jika obyeknya adalah pemandangan maka tona dan rona akan disesuaikan dengan konsep pemandangan sehingga tampak lebih segar dan natural. Bila obyeknya dalam bentuk makanan, maka tona dan rona akan disesuaikan sehingga obyek tersebut tampak lebih menggugah selera.

5. Timer

Fitur ini satu ini tentunya tak lain berfungsi sebagai asisten pribadi untuk membidik obyek. Bila pengguna TikTok tak memiliki rekan yang bisa membantu mengambil gambar atau video, dengan adanya fitur ini pengguna dapat melakukannya sendiri berkat fitur timer

6. Beauty

TikTok menyediakan berbagai filter agar wajah pengguna tampak berbeda. Dengan fitur ini para pengguna akan terlihat jadi jauh lebih cantik atau lebih tampan, bahkan terlihat lebih keren dan unik. Fitur ini juga bisa mengatur bentuk wajah, warna mata, dan memperhalus wajah sehingga tampak lebih cantik dan tampan dan lebih menarik.

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200221163748-37-139654/deretan-fiturtiktok-yang-wajib-kamu-coba-simak-nih>

diakses 7 April 2021 pukul 12.40 WIB)

2.1.6.5 Dampak Positif dan Negatif TikTok

Menurut artikel yang dimuat pada Kompasiana.com memberikan beberapa dampak positif dan negatif akan adanya fenomena munculnya aplikasi yang bernama TikTok.

1. Dampak positif

- Sebagai salah satu aplikasi yang dapat mendorong kreativitas seseorang dalam membuat suatu karya.
- Aplikasi untuk mengekspresikan kreativitas khususnya dalam pembuatan video, Aplikasi Tik Tok sendiri merupakan platform untuk membuat video dengan efek spesial dan unik dengan mudah. Tik Tok juga menyuguhkan berbagai macam musik untuk latar video, sehingga penggunaanya dapat menciptakan video yang lebih menarik.
- Aplikasi tiktok ini juga berbasis video dan musik, dan dapat melatih diri remaja atau anak-anak untuk mengasah skill editing video, untuk konten-konten yang lebih bermanfaat

2. Dampak negatif

- Secara tidak langsung, tiktok menjadi penyebab generasi remaja untuk suka bergoyang ria, Apabila anda termasuk seseorang yang sering aktif di TikTok, pastinya anda akan menjumpai beberapa netizen dengan berbagai video yang dibuat dengan menggunakan aplikasi tiktok ini. Ada yang biasa saja, dan ada yang Luar Biasa, luar biasa keterlaluan. Bahkan ada beberapa remaja dan anak-anak bergoyang ria yang tidak wajar.

- Membuat video yang tidak sewajarnya, bahkan tidak hanya remaja saja mereka melibatkan anak-anak kecil dalam pembuatan video tiktok demi respon yang banyak dari netizen , berani bernyanyi lagu dan berakting orang dewasa.
- Apabila ini dianggap sebagai media hiburan, maka Youtube lebih baik. Memang benar, tujuan aplikasi ini plure untuk hiburan, tapi hiburan yang berlebihan juga tidaklah benar. Kita mungkin sudah akrab dengan berbagai berita viral, yang mengheboh alias miris melibatkan aplikasi ini. Sebenarnya kita dapat mengasah kemampuan menjadi video creator langsung dengan aplikasi-aplikasi yang lebih memadai
- Terdapat banyak video yang tidak pantas menjadi contoh yang tidak baik bagi perilaku remaja dan anak jaman sekarang. Mungkin kita juga sudah sama-sama tahu banyaknya video dengan aksi-aksi yang tidak pantas dilakukan penggunaanya yang melecehng kepada penistaan agama seperti membuat video berjoged bersama saat melaksanakan sholat. Ironisnya banyak akun yang mengunggah video sejenis tanpa mereka bisa menyadari bahwa video yang mereka tiru itu bukanlah hal yang pantas untuk di tiru yang dapat membuat kenakalan anak jaman sekarang semakin beragam. Dalam hal ini diperlukan peran keluarga dan peran orang tua dalam mendidik anak-anaknya dengan memberikan pengarahan pada anak yang kecanduan tik tok. Belum lagi adanya kasus-kasus lain yang memberikan dampak negatif pada penggunaanya

karena melakukan aksi yang kurang baik yang pada akhirnya merugikan diri sendiri.

- Seseorang menjadi terlalu kreatif demi video yang lucu dan menarik sehingga tidak mampu menilai mana yang pantas dan mana yang tidak. Banyak remaja yang memang kreatif dalam membuat video agar bisa mendapat banyak respon dari orang lain. Tapi mereka menjadi seperti tidak berpikir dahulu sebelum merekam apa yang mereka lakukan. Mungkin mereka hanya berpikir bagaimana cara membuat video yang ok, bagus, menarik dan banyak respon dari penonton tanpa peduli dengan apa yang mereka tampilkan itu baik atau buruk untuk orang lain maupun dirinya sendiri.

2.1.7 Tinjauan Tentang Remaja

Pengertian Remaja Remaja merupakan masa dimana peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa, yang telah meliputi semua perkembangan yang dialami sebagai persiapan memasuki masa dewasa. Perubahan perkembangan tersebut meliputi aspek fisik, psikis dan psikososial. Masa remaja merupakan salah satu periode dari perkembangan manusia. Remaja ialah masa perubahan atau peralihan dari anak-anak ke masa dewasa yang meliputi perubahan biologis, perubahan psikologis, dan perubahan sosial (Sofia & Adiyanti, 2013)

Menurut King (2012) Remaja merupakan perkembangan yang merupakan masa transisi dari anak-anak menuju dewasa. Masa ini dimulai sekitar pada usia 12 tahun dan berakhir pada usia 18 sampai 21 tahun. Menurut Monks (2008) remaja merupakan masa transisi dari anak-anak hingga dewasa, Fase remaja tersebut

mencerminkan cara berfikir remaja masih dalam koridor berpikir konkret, kondisi ini disebabkan pada masa ini terjadi suatu proses pendewasaan pada diri remaja. Masa tersebut berlangsung dari usia 12 sampai 21 tahun, dengan pembagian sebagai berikut:

- a. Masa remaja awal (Early adolescent) umur 12-15 tahun.
- b. Masa remaja pertengahan (middle adolescent)umur 15-18 tahun
- c. Remaja terakhir umur (late adolescent 18-21 tahun.

Tahap - tahap Perkembangan dan Batasan Remaja Berdasarkan proses penyesuaian menuju kedewasaan, ada 3 tahap perkembangan remaja yaitu: Soetjiningsih (2010)

- a. Remaja awal (Early adolescent) umur 12-15 tahun Seorang remaja untuk tahap ini akan terjadi perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnya sendiri dan yang akan menyertai perubahan-perubahan itu, mereka mengembangkan pikiran-pikiran baru sehingga, cepat tertarik pada lawan jenis, mudah terangsang secara erotis, dengan dipegang bahunya saja oleh lawan jenis ia sudah akan berfantasi erotik.
- b. Remaja madya (middle adolescent) berumur 15-18 tahun Tahap ini remaja membutuhkan kawan-kawan, remaja senang jika banyak teman yang mengakuinya. Ada kecenderungan mencintai pada diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang sama dengan dirinya, selain itu ia berada dalam kondisi kebingungan karena tidak tahu memilih yang mana peka atau tidak peduli, ramai-ramai atau sendiri, optimis atau pesimistis, idealitas atau materialis, dan sebagainya.

c. Remaja akhir (late adolescent) berumur 18-21 tahun Tahap ini merupakan dimana masa konsolidasi menuju periode dewasa dan ditandai dengan pencapaian 5 hal yaitu:

- 1) Minat makin yang akan mantap terhadap fungsi intelek.
- 2) Egonya akan mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang lain dan dalam pengalaman-pengalaman baru
- 3) Terbentuk identitas seksual yang tidak berubah lagi.
- 4) Egosentrisme (terlalu mencari perhatian pada diri sendiri) diganti dengan keseimbangan dan kepentingan diri sendiri dengan orang lain.
- 5) Tumbuh “dinding” yang memisahkan diri pribadinya (private self) masyarakat umum (Sarwono, 2010).

Perubahan Sosial pada Masa Remaja Tugas perkembangan remaja yang tersulit ialah berhubungan dengan penyesuaian sosial. Remaja yang harus menyesuaikan diri dengan lawan jenis hubungan yang sebelumnya belum pernah ada sehingga menyesuaikan diri dengan orang dewasa diluar lingkungan keluarga dan sekolah. Remaja lebih banyak se menghabiskan waktunya bersama dengan teman-teman, maka pengaruh teman-teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku lebih besar dari pada pengaruh keluarga. Misalnya, sebagian besar remaja mengetahui bahwa mereka telah memakai model pakaian yang sama dengan anggota kelompok yang populer, maka kesempatan untuk diterima menjadi anggota kelompok lebih besar (Nasution, 2007).

Kelompok sosial yang sering terjadi pada remaja (Hurlock, 1999 dalam Nasution, 2007):

a. Teman dekat

Remaja yang mempunyai beberapa teman dekat atau sahabat karib. Mereka yang terdiri dari jenis kelamin yang sama sehingga mempunyai minat dan kemampuan yang sama. Sehingga Teman dekat yang saling mempengaruhi satu sama lain.

b. Kelompok kecil

Kelompok ini yang terdiri dari kelompok teman-teman dekat. jenis kelamin yang sama, tetapi kemudian meliputi kedua jenis kelamin.

c. Kelompok besar

Kelompok ini terdiri atas beberapa kelompok kecil dan kelompok teman dekat, berkembang dengan meningkatnya minat pesta dan berkencan. Kelompok ini besar sehingga penyesuaian minat berkurang anggotaanggotanya. Terdapat jarak antara sosial yang lebih besar di antara mereka.

d. Kelompok yang terorganisasi

Kelompok ini adalah kelompok yang dibina oleh orang dewasa, dibentuk oleh sekolah dan organisasi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sosial para remaja yang tidak mempunyai klik atau kelompok besar.

e. Kelompok geng Remaja yang tidak termasuk kelompok atau kelompok besar dan merasa tidak puas dengan kelompok yang terorganisasi akan

mengikuti kelompok geng. Anggotanya biasanya terdiri dari anak-anak sejenis dan minat utama mereka adalah untuk menghadapi penolakan teman-teman melalui perilaku anti sosial.

2.1.8 Public Display Of Affection

Public Display of Affection atau biasa disingkat PDA. *Public Display of Affection* pada dasarnya adalah memperlihatkan emosi antara dua orang yang saling menyayangi dalam ranah publik. Namun, Sebenarnya PDA bisa berbentuk apa saja yang berawal dari bermacam-macam konsep PDA. Tapi, PDA lebih sering diidentikan dengan kelakuan pasangan kekasih. PDA bagi pasangan yang telah menikah adalah suatu hal yang dianggap perlu, seperti dalam kutipan buku yang berjudul *Super Husband, Super Dad* mengatakan bahwa,

“Public Display Of Affection when you’re married... you need to show a little PDA. I’m not talking about the types of things that make people suggest you get a room. Showing appropriate affection even around your kids or others, is more than okay. It’s essential. (Tim Shoemaker, 2014:39)”

Public Display Of Affection pada pasangan yang telah menikah dianggap perlu, walaupun hanya dimunculkan sedikit, namun bukan tipe PDA yang dapat membuat risih orang lain. Menunjukkan kasih sayang yang tepat, bahkan ketika dekat dengan anak-anak atau dengan konteks orang yang disayang lainnya. Ini sangat penting.

“Public Display Of Affection says good things to your mate... it’s shows you love your spouse, which beats just telling your wife you love her. It’s all about the way you look at your mate, the way you find opportunities to smile at her. To get close. To touch her. Showing affection says things like.. I’m glad you’re mine, I like being with you, I’m happy I married you..think that will strengthen your marriage, with a little PDA. You’re protecting your wife from predators. Actually PDA protect both of you .(Tim Shoemaker, 2014:39)”

Public Display Of Affection dalam hal berbicara baik kepada pasangan, hal tersebut menunjukkan bahwa kita mencintainya, walau hanya dengan mengucapkan anda mencintai istri anda atau hanya dengan menatapnya dan tersenyum, mengatakan hal-hal indah, merupakan bentuk sederhana dari *Public Display Of Affection* yang tidak berbentuk sebuah sentuhan fisik dan memperkuat hubungan perkawinan serta menjaga kedua belah pihak. “*Public Display Of Affection says good things to your kids. Kids need to see Mom and Dad love each other. A rock-solid marriage is a source of security for them. And the more secure home feels, the better off they are.*”

Public Display Of Affection kepada anak-anak juga diperlukan, mereka perlu mengetahui bahwa orang tua mereka saling mencintai dan dapat menjadi contoh yang baik untuk mereka, melalui PDA yang sewajarnya. “*Public Display Of Affection says good things to others, somebody needs to model a healthy relationship to them. For a better marriage that also benefits your kids.*”

Public Display Of Affection dalam hal berbicara baik dan menjadi contoh yang baik bagi pasangan yang lain, dan keuntungan bagi anak-anak yang mencontoh kasih sayang yang baik dan wajar dari sebuah PDA.

“Public display of affection or PDA, had a low acceptance rate but can be conditional on what is displayed. Cohabitation is not acceptable for most of the participants but is qualified for the minority, then again divided, as to cohabitation with sex or none. Parent’s approval is deemed necessary for the majority, but for the minority, as not badly needed and not needed at all. My findings suggest that students’ view on sexual morality is dynamic. There are a lot of factors and considerations as to how moral is moral to them, their decisions were based but not limited to their family upbringing, cultural environment and society’s norm. I cannot conclude whether the participant’s beliefs and moral values are moral or otherwise. There are no concrete bases as to what is moral or not.” (Glynn I. Pasigon, Lawrence C.

Caranto, Juan Jose T. David, *Price Tag of Sex*, American Journal of Sociological Research 2015: 23).

Public Display Of Affection atau PDA, memiliki tingkat penerimaan yang rendah di masyarakat tetapi dapat tergantung pada apa yang ditampilkan. Kohabitasi (tinggal satu rumah tanpa ikatan perkawinan) baik dengan sex maupun tidak, tidak dapat diterima bagi sebagian besar masyarakat tertentu, tetapi memenuhi syarat untuk minoritas tertentu (di Eropa, misalnya). Persetujuan orang tua dipandang perlu untuk kaum mayoritas, tapi untuk minoritas, tidak sangat dibutuhkan. Berdasarkan temuan, menunjukkan bahwa pandangan pelajar pada moralitas seksual adalah dinamis. Dalam arti masih dengan pandangan bahwa PDA masih bersifat klasik. Ada banyak faktor dan pertimbangan bagaimana moral-moral, keputusan tersebut berdasarkan pada pengasuhan oleh keluarga, lingkungan budaya dan norma masyarakat. Jadi, *Public Display Of Affection* dinilai masih mengikuti lingkungan budaya dimana seseorang tersebut tinggal, bagaimana pengasuhan oleh keluarganya, dan norma masyarakat setempat, seperti agama yang mengatur dan peraturan pemerintahannya. Indonesia adalah contohnya, karena mayoritas negara dengan masyarakat beragama Islam. Maka, PDA untuk pasangan yang sudah menikah pun ada hukumnya, sesuai dengan beberapa pertimbangan dari ulama-ulama, yakni pertama adalah “*Iman itu ada tujuh puluh sekian cabang. Dan rasa malu salah satu cabang dari iman.*” (HR. Ahmad 9361, Muslim 161). Dan bagian dari rasa malu adalah tidak menampakkan perbuatan yang tidak selayaknya dilakukan di depan umum. Kedua, islam juga mengajarkan agar seorang muslim menghindari khawarim al-muru’ah. Apa itu khawarim al-muru’ah? Itu adalah semua perbuatan yang bisa menjatuhkan martabat dan

wibawa seseorang. Dia menjaga adab dan akhlak yang mulia. Juhur ulama hadis dan fiqh sepakat, orang yang riwayatnya boleh dijadikan hujjah disyaratkan harus orang yang adil dan kuat hafalan (penjagaan)-nya terhadap apa yang dia riwayatkan. Dan rinciannya, dia harus muslim, baligh, berakal sehat, dan bersih dari sebab-sebab karakter fasik dan yang menjatuhkan wibawanya. (Muqadimah Ibnu Sholah, hlm. 61). Dan bagian dari menjaga wibawa adalah tidak menampakkan kemesraan di depan umum. Lain halnya dengan konteks pasangan muda mudi saat ini yang belum menikah.

Profesor Christopher Carpenter dalam jurnalnya yang berjudul “*Exploring romantic relationships on social networking sites using the self-expansion model*” mengatakan bahwa mereka yang lebih sering mengunggah foto bersama pasangan dan menandai foto satu sama lain dilaporkan memiliki hubungan yang lebih dekat. Namun, seperti yang dikatakan Amy Muise dalam jurnalnya “*Facebook Images and Relationship Satisfaction*”, kepuasan atau kebahagiaan sebuah hubungan tidak dapat dinilai hanya melalui status atau foto di media sosialnya saja, banyak juga aspek yang menentukan.

Rabbi Efrem Goldberg dalam bukunya “*Enough with the public displays of affection in person and online.*” juga berpendapat bahwa,

“Expression of a person’s feelings towards someone else had previously been limited to written letters, phone calls, or in person. In the modern world, social mediasites such as Facebook and Twitter are growing, with 1.3 billion users on Facebook¹ and over half a billion Twitter users. However, many people now feel uncomfortable or irritated seeing public displays of affection through social media. Studies on relationships through Facebook found that, when two individuals who are interested in one another both use Facebook regularly, their relationship progresses in different increments than how it would without social media. After two people meet and form an interest, one or both individuals will go onto the other person’s Facebook

page and get information such as relationship status, pictures, and interests. Once a relationship begins, some couples broadcast their relationship with posts, such as pictures and changing the relationship status."

Ia berpendapat bahwa ekspresi perasaan seseorang terhadap orang lain sebelumnya hanya terbatas pada surat yang ditulis, panggilan telepon, atau secara pribadi. Dalam dunia modern saat ini, situs Social Media seperti Facebook dan Twitter mulai tumbuh, dengan 1,3 miliar pengguna di Facebook dan lebih dari setengah miliar pengguna Twitter. Namun, banyak orang yang sekarang merasa tidak nyaman atau jengkel melihat bentuk *Public Display Of Affection* di muka umum bahkan melalui media sosial. Studi tentang hubungan melalui Facebook menemukan bahwa, ketika dua individu yang tertarik satu sama lain yang menggunakan Facebook secara teratur, hubungan mereka berlangsung secara bertahap, berbeda dari bagaimana hal itu tanpa media sosial. Setelah dua orang bertemu dan membentuk minat atau saling menyukai, salah satu atau kedua orang akan mencari Facebook satu sama lain dan mendapatkan informasi seperti status hubungan, gambar, dan kepentingan atau ketertarikan mereka. Setelah hubungan dimulai, beberapa pasangan menyiarkan atau mengunggah hubungan mereka dengan tulisan, seperti gambar dan mengubah status hubungan mereka di media sosial.

Buku yang berjudul "*Private and Public Displays of Affection Among Interracial and Intra-Racial Adolescent Couples.*" (2005, 484–508) menjelaskan dengan tabel kualitas dan konteks menampilkan kasih sayang di masa remaja dalam bentuk persentase, sebagai berikut:

Tabel 2. 2
Persentase Public Display of Affection

Behavior	Percentage
Held hands (berpegangan tangan)	89.90
Said to others they were a couple (mengatakan kepada orang lain bahwa mereka pasangan)	85.76
Went out together alone (berpergian hanya berdua)	78.00
Went out together in a group (berpergian berdua bersama kelompok teman)	78.40
Met partner's parents (bertemu orang tua pasangan)	75.91
Gave partner a present (memberikan hadiah kepada pasangan)	72.08
Received present from partner (menerima hadiah dari pasangan)	76.25
Told partner that he/she loved her/him (mengatakan kepada pasangan bahwa ia mencintainya)	82.05
Partner said that loved him/her (pasangan mengatakan bahwa ia mencintai kita)	79.69
They thought of themselves as a couple (mereka menganggap diri mereka sebagai pasangan)	90.88
Kissed (berciuman)	91.56
Touched under clothing or with no clothes on (menyentuh di bawah pakaian atau tanpa busana)	62.78
Touched each other's genitals (menyentuh alat kelamin masing-masing)	53.68
Had sexual intercourse (berhubungan seksual)	42.40

Sumber: Elizabeth Vaquera and Grace Kao, (2005:484–508)

Tabel tersebut menjelaskan persentase yang diukur dari 100% bentuk-bentuk *Public Display Of Affection* yang sering ditampilkan oleh remaja baik di muka umum atau di media sosial.

“Falling in love is wonderful and when it happens, we want the world to know. However, being too showy in public isn't exactly the best way to do this, because it shows a lack of general etiquette. When you and your main squeeze make out in front of people, they are likely to feel extremely uncomfortable.”(Glynn I. Pasigon, Lawrence C. Caranto, Juan Jose T. David, *Price Tag of Sex*, American Journal of Sociological Research 2015, 5(2): 23-29).

Jatuh cinta itu indah, dan ketika itu terjadi, kita menginginkan dunia tahu. Namun, menunjukkannya kepada publik bukan merupakan cara yang terbaik, karena adanya etika.

Ketika pasangan menunjukkan sesuatu diluar batas kepada publik, pasti publik akan merasa tidak nyaman. Maka *Public Display Affection* sebenarnya dapat dilihat dari berbagai macam konsep dan konteks. Namun tetap pada intinya bahwa semua dinilai dari bagaimana orang lain menyikapi dan lingkungan, budaya serta norma adat, agama dan pemerintahan dimana seseorang itu berada.

2.1.8.1 Public Display Of Affection Pada Media Sosial TikTok

Pasangan yang berpacaran umumnya ingin tampil di muka umum dan menunjukkan hubungan di antara keduanya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Rudolph F. Verderber dalam Mulyana (2005:4) yang mengemukakan salah satu fungsi komunikasi adalah fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Terkadang ada batasan-batasan yang entah sengaja atau tidak dilanggar seperti mengunggah konten mesra bersama pasangan seperti berciuman atau berpelukan di

TikTok. *Public Display Of Affection* (PDA) juga tidak menjamin hubungan semakin harmonis, bisa saja malah menimbulkan cap negatif yang diberikan masyarakat dan berujung pada retaknya suatu hubungan. Namun demikian, peneliti menyadari batasan PDA masih belum jelas. PDA berkaitan dengan kebudayaan yang berlaku di suatu daerah sehingga setiap orang dalam daerah tertentu memiliki persepsi sendiri tentang PDA dan batasan yang berbeda dalam mentolerir apakah PDA dianggap wajar atau tidak. Peneliti juga belum menemukan penelitian ilmiah yang mengkaji PDA secara mendalam di media sosial TikTok, namun dapat dilihat pada media sosial TikTok kini hampir disetiap akun penggunaanya pasti terdapat satu atau lebih konten atau video yang mencerminkan PDA.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini sebagai ranah pemikiran yang mendasari peneliti tersusunlah kerangka pemikiran baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kerangka pemikiran secara teoritis dan praktis, sebagai berikut :

Dari website www.eharmony.co.uk mengatakan bahwa *Public Display Of Affection* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan segala bentuk kontak fisik atau mengumbar kemesraan antara pasangan dalam lingkungan publik. Ini mencakup segala hal mulai dari bertukar sentuhan ringan, berpegangan tangan, berpelukan dan bahkan berciuman.

Setiap orang memiliki definisi yang berbeda tentang apa yang dapat diterima saat berhubungan dengan tampilan kasih sayang publik. Beberapa pasangan tidak akan pernah bermimpi untuk melampaui memegang tangan atau

merangkul pasangan di luar rumah, sementara yang lain merasa nyaman berada di tempat yang berbeda di manapun mereka berada.

Meski begitu, reaksi orang lain yang melihat sangat penting. Sementara ada yang terbungkus dalam percintaan itu semua, orang lain yang akan merasa jijik atau menikmati apa yang dilakukan orang – orang yang melakukan *Public Display Of Affection* (PDA) ini. Ini semua tentang konteks. Orang yang keberatan dengan PDA sering bertanya-tanya mengapa pasangan melakukannya. Apa arti PDA dalam suatu hubungan? Mengapa mereka merasa perlu melibatkan setiap orang daripada bersikap mesra di balik pintu tertutup? Ini lebih mudah dipahami pada hari-hari awal yang penuh gairah saat orang tidak dapat saling menjaga tangan, namun dalam hubungan yang mantap, penampilan kasih sayang tampak lebih baik daripada perasaan asli. Jika ada seseorang yang ingin melakukan PDA dalam hidupnya, hal ini dapat memberi sinyal bahwa orang tersebut merasa tidak aman terhadap pasangannya. Entah secara sadar melakukannya atau tidak, orang – orang yang melakukan PDA memproyeksikan citra ideal tentang hubungannya. Sayangnya, semakin intim tampilan publik kasih sayang, semakin intimnya bisa kurang di kehidupan aslinya atau realita.

Berbagai bentuk – bentuk yang termasuk dalam golongan *Public Display Of Affection* atau PDA, yang sering dilakukan oleh pasangan remaja yang berpacaran, antara lain :

1. Bergandengan tangan – Ini adalah salah satu cara klasik yang dilakukan sejak lama untuk menunjukkan perhatian
2. Menyatakan cinta

3. Mencium secara cepat – Ciuman cepat di dahi, pipi, atau bahkan bibir masih dapat diterima publik, khususnya di negara-negara Barat. Sedangkan di negara-negara Timur, bentuk PDA semacam ini, terutama ciuman dibibir, dianggap tidak sopan untuk dipertontonkan di depan khalayak ramai.
4. Memainkan rambut pasangan
5. Memeluk pasangan
6. Bercumbu

Dalam sebuah kehidupan terdapatlah sesuatu yang tampak dari realitas sosial. Menurut Littlejohn dan Foss (2005:38), fenomenologi berkaitan dengan penampakan suatu objek, peristiwa, atau suatu kondisi dalam persepsi kita. Pengetahuan berasal dari pengalaman yang disadari, dalam persepsi kita. Dalam hal ini, fenomenologi berarti membiarkan sesuatu datang mewujudkan dirinya sebagaimana adanya. Dengan demikian, di satu sisi, makna itu muncul dengan cara membiarkan realitas/fenomena/pengalaman itu membuka dirinya. Di sisi lain, makna itu muncul sebagai hasil interaksi antara subjek dengan fenomena yang dialaminya.

Adapun menurut Stephen W. Little Jhon dalam bukunya *Theories of Human Communication*, menurutnya :

“Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif mengintrepretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya.” (Little Jhon & Foss, 2009:57)

Pengertian fenomenologi menjelaskan akan apa yang terjadi dan tampak dalam kehidupan dengan mengintrepretasikan sesuatu yang dilihatnya. Dengan

demikian fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan interaksi simbolik (*symbolic interaction approach*) dimana pendekatan ini didasari atas pandangan dan asumsi bahwa pengalaman manusia diperoleh melalui hasil interpretasi. Interpretasi tidak bersifat otonom, melainkan membentuk arti sesuai dengan konteks subjek atau objek yang di interpretasikan.

Deddy Mulyana mengemukakan teori interaksi simbolik adalah “Kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol. Mereka tertarik pada cara manusia menggunakan simbol- simbol yang mempresentasikan apa yang mereka maksudkan atau **motif** mereka untuk berkomunikasi dengan sesamanya dan juga pengaruh yang ditimbulkan penafsiran atas simbol-simbol ini terhadap perilaku pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi sosial.

Menurut Littlejohn, interaksi simbolik mengandung inti dasar premis tentang komunikasi dan masyarakat (*core of common premises about communication and society*) (Littlejohn, 1996: 159) perspektif interaksi simbolik memandang bahwa individu bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Paham ini menolak gagasan bahwa individu adalah organisme pasif yang perilakunya di tentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur diluar dirinya.

Oleh karena individu terus berubah, maka masyarakat pun berubah melalui interaksi. Jadi interaksilah yang di anggap sebagai variabel penting dalam

menentukan perilaku manusia, bukan struktur masyarakat. Struktur ini sendiri tercipta dan berubah karena interaksi manusia, yakni ketika individu- individu berfikir dan bertindak secara stabil terhadap seperangkat objek yang sama (Mulyana, 2001: 62)

Interaksi simbolik didasarkan pada premis-premis berikut:

- 1) Individu merespon suatu situasi simbolik. Mereka merespon lingkungan, termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. Respon yang diberikan saat menghadapi situasi tersebut tidak bersifat mekanis, tidak pula ditentukan oleh faktor- faktor eksternal. Respon mereka bergantung pada bagaimana mereka mendefinisikan situasi yang dihadapi dalam interaksi sosial. Jadi individu adalah yang dipandang aktif untuk menentukan lingkungan mereka sendiri.
- 2) Makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu menamai segala sesuatu, bukan hanya objek fisik, tindakan atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran objek fisik, tindakan atau peristiwa itu), namun juga gagasan yang abstrak.
- 3) Makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial. Perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Manusia

membayangkan atau merencanakan apa yang akan mereka lakukan.
(Mulyana, 2008: 71).

Teori interaksi simbolik mengajarkan bahwa **makna** muncul sebagai hasil interaksi diantara manusia baik secara verbal maupun nonverbal. Melalui aksi dan respons yang terjadi, kita memberikan makna ke dalam kata-kata atau tindakan, dan karenanya kita dapat memahami suatu peristiwa dengan cara cara tertentu (Morissan, 2013: 110).

Motif menurut Kuswarno (2013:192) pada jurnal OC Nugroho 2016 mengatakan bahwa motif merupakan

“Dorongan untuk menetapkan suatu pilihan perilaku yang secara konsisten dijalani oleh seseorang sedangkan alasan adalah keputusan yang pertama kali keluar pada diri seseorang ketika dirinya mengambil suatu tindakan tertentu”

Motif mempengaruhi tindakan seseorang yang berorientasi terhadap tujuan tertentu. Dengan motif seseorang melakukan tindakan atas tujuan yang diinginkan agar tujuan itu terpenuhi, seperti yang dikatakan oleh R.S Woodworth dalam Alex Sobur (2006:267) mengartikan motif adalah sebagai suatu yang dapat menyebabkan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu (berbuat sesuatu) dan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu

Dapat disimpulkan bahwa kondisi seseorang yang mendorong untuk mencari sesuatu kepuasan atau mencapai suatu tujuan, motif juga merupakan alasan seseorang berbuat sesuatu, melakukan tindakan, atau bersikap tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang mencakupi semua penggerak, alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Tingkah laku juga disebut

tingkah laku secara refleks dan berlangsung secara otomatis dan mempunyai maksud-maksud tertentu walaupun maksud itu tidak senantiasa sadar bagi manusia. Motif timbul karena adanya kebutuhan.

Terkait Interaksionisme simbolik, Mead mengungkapkan didalam buku Teori Sosiologi Modeern karangan George Ritzer tahun 2004 ada beberapa konsep yang mendasari, dan diantaranya adalah **Tindakan**. Tindakan dalam pandangan Mead, memberikan gambaran perilaku yang dilakukan dengan pendekatan behavioris dengan melihat stimulus dan respon dalam berbagai perilaku. Stimulus bukan menjadi hal yang selalu menghasilkan respon, karena stimulus yang muncul dengan keadaan alami tanpa adanya suatu paksaan. Dalam hal ini, ada empat tahapan yang masing-masing berkaitan dengan suatu tindakan. Adapun tahapanya diantaranya adalah

- Impuls, merupakan tahap awal yang melibatkan stimulus indera individu secara langsung
- Persepsi, adalah pertimbangan yang muncul karena adanya impuls,
- Manipulasi, merupakan tindakan yang dilakukan sesuai dengan persepsi sebelumnya
- Konsumsi, berarti bahwa upaya terakhir dalam merespon impuls dengan tindakan yang bertujuan memuaskan dari impuls di awal.

Dibawah ini peneliti akan menjelaskan konseptualisasi dari penelitian dan pengamatan yang telah dilakukan. Hasil konseptualisasi peneliti dengan judul *“PUBLIC DISPLAY OF AFFECTION (PDA) PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK*

(Studi Fenomenologi Kualitatif *Public Display Of Affection* (PDA) Pada Media Sosial TikTok di Kalangan Remaja Kota Bandung)”

Interaksi simbolik remaja pengguna media sosial TikTok di Kota Bandung memandang bahwa *Public Display Of Affection* mempunyai makna atas simbol-simbol yang remaja pahami dan pikirkan (motif) menentukan tindakan mereka. Makna atas simbol yang mereka pahami akan semakin sempurna oleh karena interaksi diantara sesama remaja pengguna media sosial TikTok yang melakukan *Public Display Of Affection* atau antara remaja pengguna media sosial TikTok yang tidak melakukan *Public Display Of Affection* atau bahkan dengan individu atau kelompok lain yang bukan remaja, namun tetap menggunakan media sosial TikTok.

Motif remaja pengguna media sosial TikTok dalam melakukan *Public Display Of Affection* yaitu bagaimana dorongan atau alasan seorang remaja melakukan sebuah komunikasi berupa “*Public Display Of Affection*” yakni mengumbar kemesraan pada media sosial TikTok. Baik motif dari dalam diri yang ia buat atau melihat pandangan orang lain yaitu pengguna media sosial TikTok lainnya, atau karena dorongan ekonomi dan lingkungan.

Makna remaja pengguna media sosial TikTok dalam melakukan *Public Display Of Affection* bagaimana remaja membentuk responsi dari stimulus yang diperoleh remaja dalam komunikasi sesuai dengan asosiasi maupun hasil dari *Public Display Of Affection* yang dilakukan.

Tindakan remaja pengguna media sosial TikTok dalam melakukan *Public Display Of Affection* yaitu bagaimana desakan dorongan hati, persepsi dan penyelesaian setelah munculnya Motif *Public Display Of Affection* tersebut, serta

bagaimana pasangan menerima respon setelah menerima tindakan *Public Display Of Affection* tersebut.

Dengan adanya kerangka pemikiran yang telah dipaparkan oleh penulis diatas, maka muncullah model kerangka pemikiran yang menggambarkan alur pikir peneliti :

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

