

MOTIF *PUBLIC DISPLAY OF AFFECTION* PADA GENERASI Z
(STUDI FENOMENOLOGI TENTANG MOTIF *PUBLIC DISPLAY OF AFFECTION* PADA
GENERASI Z DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*)

MOTIVE *PUBLIC DISPLAY OF AFFECTION* IN GENERATION Z
(*PHENOMENOLOGY STUDY ABOUT MOTIVE PUBLIC DISPLAY OF AFFECTION IN*
GENERATION Z ON SOCIAL MEDIA INSTAGRAM)

Intan Agustina¹, Novie Susanti Suseno², Zikri Fachrul Nurhadi³
e-mail: intanagustina.ia@gmail.com¹, zikri@fikom.uniga.ac.id³
Fakultas Ilmu Komunikasi/*Public Relations*, Universitas Garut

ABSTRAK

Intan Agustina, 2402714033. Motif *Public Display Of Affection* Pada Generasi Z (Studi Fenomenologi Tentang Motif *Public Display Of Affection* Pada Generasi Z di Media Sosial *Instagram*)

Penelitian ini di latarbelakangi penggunaan *Public Display Of Affection* banyak dilakukan oleh setiap individu khususnya di kalangan remaja, apalagi didukung dengan adanya media sosial. Berbagai cara dapat digunakan dalam berbagi kemesraan kepada publik, tidak hanya dilakukan dengan mengunggah foto bersama pasangan saja. Tetapi dengan berbagi gambar bermuatan cinta yang ditujukan untuk pasangan. Unggahan gambar bermuatan cinta ini tak jarang hanya untuk menyapa “selamat pagi” kepada pasangan, yang tentu juga menautkan nama pasangan dalam unggahan tersebut. Tujuan penelitian ini untuk menemukan dan menjelaskan motif generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* pada media sosial *instagram*, pengalaman generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* pada media sosial *instagram*, makna *Public Display Of Affection* pada kalangan generasi Z di media sosial *instagram*

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Fenomenologi serta menggunakan pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian ini terdapat tujuh informan yang telah peneliti tentukan. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi nonpartisipan, wawancara mendalam, studi pustaka dan internet.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Motif Generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* Di Media Sosial *Instagram* yaitu menghargai pasangan, untuk menunjukkan perasaan, untuk memamerkan hubungan, sebagai sarana berbagi perasaan, untuk kepuasan tersendiri dan sebagai peluang berbisnis (*Endorsment*) (2) Pengalaman Generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* Di Media Sosial *Instagram* yaitu mendapatkan komentar negatif dari *followers*, jumlah *followers* berkurang, memberikan informasi, memberikan kebahagiaan, menarik perhatian *followers*, mendapatkan respon positif dari *followers*, hubungan menjadi Harmonis (3) Makna Generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* Di Media Sosial *Instagram* yaitu sebagai hiburan. Dengan begitu bahwa motif generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* adalah sebagai eksistensi diri agar mereka dikenal oleh banyak orang termasuk *followers*-nya, serta menjadi suatu kebanggaan bagi dirinya karena telah mempunyai pasangan atau kekasih.

Kata Kunci: Fenomenologi, Generasi Z, *Instagram*, Motif

ABSTRACT

Intan Agustina, 2402714033. *Motive Public Display Of Affection in generation z on social media (Phenomenology Study About Motive Public Display Of Affection In Generation Z On Social Media Instagram)*

This research on the background of the use of Public Display Of Affection is mostly done by every individual, especially among teenagers, especially supported by the presence of social media. Various ways can be used in sharing intimacy with the public, not only by uploading photos with a partner. But by sharing images filled with love intended for couples. This upload of images filled with love is not infrequently just to say "good morning" to the couple, which of course also links the name of the couple in the upload. The purpose of this research is to find and explain the motives of generation Z to do Public Display Of Affection on social media instagram, experience of generation Z Public Display Of Affection on social media instagram, meaning Public Display Of Affection for generation Z on Instagram social media.

The research method used in this study is phenomenology and uses a qualitative approach. The subject of the informant in this study were seven informants that the researcher had determined. While the data collection techniques used are nonparticipant observation, interviews, literature studies and the internet.

The results of this study indicate that (1) Generation Z Motives do Public Display Of Affection on Instagram Social Media, namely respecting couples, to show feelings, to show off relationships, as a means of sharing feelings, for individual satisfaction and as a business opportunity (Endorsment) (2) Experience Generation Z conducts Public Display Of Affection on Instagram Social Media which is getting negative comments from followers, reduced followers, giving information, giving happiness, attracting followers' attention, getting positive responses from followers, relationships becoming harmonious (3) Meanings of Generation Z doing Public Display Of Affection on Instagram Social Media, which is entertainment. Thus, the motive of Generation Z to do Public Display Of Affection on Instagram social media is as an existence so that they are known by many people including their followers, and become a pride for themselves because they already have a partner or lover.

Keywords: Phenomenology, Generation Z, Instagram, Motif

1. PENDAHULUAN

Bagi kalangan generasi Z termasuk remaja, media sosial *Instagram* dimanfaatkan sebagai tempat untuk membentuk *image* diri, mengungkapkan perasaan, maupun kritik. Semua aktifitas yang dilakukan wajib di *share* melalui media sosial *Instagram* agar semua orang/*followers* nya mengetahui apa yang sedang dilakukan. *Instagram* sangat fokus pada tujuannya untuk menjadi mediator komunikasi melalui gambar, foto atau video dan komunikasi yang berdasar pada pemaknaan eksplisit orang-orang terhadap foto yang ditampilkan di media sosial.

Generasi Z merupakan generasi yang terlahir ketika internet dan sosial media sudah menjadi keseharian. Terkait ekspektasi, generasi Z memiliki ekspektasi yang lebih tinggi dibanding millennial. Oleh karena itu, generasi ini memiliki ekspektasi sebuah merek akan loyal kepada mereka. Jika mereka merasa tidak diapresiasi, maka mereka akan meninggalkan merek tersebut. Generasi Z juga cenderung lebih global karena terekspos dengan dunia internet sedari kecil. Cara pandang dan berpikrinya juga menjadi lebih global dibanding generasi millennial. (Kompas.com, 2017)

Generasi Z lahir dalam rentang pertengahan tahun 1990-an hingga pertengahan tahun 2000-an dan hadir lebih akrab dengan teknologi. Orang paling tua dari Generasi Z berusia 21 atau 22 tahun. Artinya, sebagian dari mereka sudah memasuki dunia kerja dan siap menginvasi generasi sebelumnya. Generasi Z juga jadi orang-orang terakhir yang lahir di abad 20. Sesuai namanya, huruf Z pada generasi ini membatasi mereka dengan generasi berikutnya: orang-orang abad ke-21 (Adam, 2017)

Penetrasi internet di Indonesia terus meningkat, saat ini jumlah pengguna internet di

Generasi yang lahir di akhir tahun 90 an ini tercatat mengalami penetrasi internet paling tinggi. Berdasarkan riset ini, penetrasi internet pada rentang usia antara 13 sampai 18 tahun mencapai angka 75.50%. Sementara generasi di bawahnya yang dikenal sebagai Generasi Y dengan rentang usia antara 19 hingga 34 tahun mengalami penetrasi 74.23%. Menurut Nielsesn, angka tersebut meningkat dari 7% pada anak-anak dan 9% pada remaja. 93% anak-anak dan 97% remaja menyatakan mereka mengakses internet melalui perangkat mobile mereka seperti *smartphone* atau iPad. Aktifitas yang paling banyak dilakukan oleh Gen Z dengan internet ini adalah berinteraksi melalui media sosial, menjelajah internet, bermain *game* dan mendengarkan musik. Melihat hasil data survei tersebut bahwa perkembangan pengguna internet begitu pesat khususnya pengguna pada kalangan remaja dan aktifitas yang paling banyak dilakukan salah satunya adalah berinteraksi dengan media sosial. (Nuzar, 2018)

Dalam konteks komunikasi, media merupakan alat sarana yang digunakan dalam berlangsungnya proses komunikasi dan merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. (Cangara, 2006). Pendapat yang sama disampaikan oleh Vardiansyah yang menyatakan bahwa media merupakan bentuk jamak dari medium-medium komunikasi yang diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. (Vardiansyah, 2004)

. Banyaknya pengguna media sosial seakan-akan media sosial menjadi salah satu kebutuhan manusia dalam berkomunikasi. Hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi yang digunakan. Beragam dan bebasnya hal yang dapat dilakukan di media sosial membuat para remaja berlomba-lomba mengunggah berbagai hal yang tidak semuanya diinginkan publik. Misalnya saja menunjukkan kemesraan dengan pasangan.

Jejaring Sosial *Instagram* merupakan media yang memfasilitasi kondisi di atas. Fitur-fitur yang disediakan mempermudah pengguna dalam berbagi konten kemesraan dengan pasangan, atau dalam istilah populer disebut dengan *Public Display Affection*. *Public Display Affection* di dunia maya merupakan salah satu bentuk budaya baru dalam komunikasi bermedia. Berbeda budaya masyarakat di suatu daerah atau kelompok, budaya di dunia maya ini tentu lebih mudah meluas karena bantuan dari teknologi komunikasi. Mengumbar kemesraan di depan umum atau sering disebut dengan *Public Display Affection* (PDA). (Ramadhani, 2016)

Berdasarkan paparan yang sudah dijelaskan, maka peneliti memfokuskan untuk mengkaji mengenai *Public Display Affection* (PDA). *Public Display Affection* (PDA) adalah salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang menunjukkan ikatan dengan orang lain dengan cara demonstrasi fisik dari hubungan antar-pasangan di mana ada orang lain yang melihatnya. Berpegangan tangan atau berciuman di muka umum biasanya dianggap sebagai bentuk PDA yang tidak dapat diterima di Indonesia. Namun, PDA dewasa ini tidak hanya dilakukan di ruang publik, melainkan juga di media sosial yang dikenal dengan istilah *Virtual Display Of Affection*. Bentuk VDA tidak hanya berupa visual atau gambar. Kata atau text mesra yang dipamer ke media sosial juga merupakan bentuk VDA. (Ramadhani, 2016)

Melihat dari pengguna *Instagram* yang kebanyakan adalah kalangan remaja, maka tidak dapat terpungkiri jika mereka (remaja) melakukan *Public Display Of Affection* pada media sosial. Berbagai cara dapat digunakan dalam berbagi kemesraan kepada publik, tidak hanya dilakukan dengan mengunggah foto bersama pasangan saja. Misalnya dengan berbagi gambar bermuatan cinta yang ditujukan untuk pasangan. Unggahan gambar bermuatan cinta ini tak jarang hanya untuk menyapa "selamat pagi" kepada pasangan, yang tentu juga menautkan nama pasangan dalam unggahan tersebut. (Swandono, 2015).

Sehubungan dengan tema penelitian, teori yang relevan digunakan oleh peneliti adalah teori fenomenologi. Fenomenologi adalah ilmu mengenai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklasifikasikan fenomena, atau studi tentang fenomena. (Kuswarno, 2009 hal. 1) Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari fenomena yang tampak di depan kita, dan bagaimana penampakkannya. Hal ini juga senada dengan penelitian

terdahulu yaitu tentang *Public Display Affection* Pasangan Mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya Melalui Jejaring Sosial *Path*, pada penelitian terdahulu ini bertemakan tentang *Public Display Of Affection* yang sama dengan penelitian yang peneliti lakukan tetapi berbeda pada media sosial yang digunakan, penelitian terdahulu ini menggunakan media sosial *Path* dan peneliti menggunakan media sosial *Instagram*. Hasil penelitian pada penelitian terdahulu ini yaitu bahwa fitur *path* memfasilitasi mahasiswa dalam mengumbar kemesraan baik secara verbal maupun nonverbal. *Path* juga menjadi alternatif bagi pengguna jejaring sosial yang bosan dengan budaya jejaring sosial lain yang tidak kunjung mengikut.

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, *Public Display Of Affection* sekarang menjadi suatu hal yang fenomena dan banyak dilakukan oleh setiap individu khususnya di kalangan remaja, apalagi di dukung dengan adanya media sosial. Beberapa tahun kebelakang, seorang remaja masih malu dan masih jarang yang melakukan PDA di Media Sosial. Tetapi sekarang hampir setiap hari di beranda akun *Instagram* banyak yang melakukan PDA dan kebanyakan pada generasi Z yang melakukannya.

Alasan peneliti mengambil tema tersebut adalah bahwa saat ini banyak generasi Z yang melakukan PDA bahkan terkadang ada batasan-batasan yang entah sengaja atau tidak dilanggar seperti mengunggah foto mesra bersama pasangan seperti berciuman atau berpelukan di *Instagram*. PDA juga tidak menjamin hubungan semakin harmonis, bisa saja malah menimbulkan cap negatif yang diberikan masyarakat dan berujung pada retaknya suatu hubungan. 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 VDA dianggap wajar atau tidak bahkan mereka tidak mengetahui bagaimana menggunakan media sosial dengan baik dan benar. Hasil observasi sementara, peneliti menemukan tidak sedikit Generasi Z yang mengunggah foto berdua bersama kekasihnya di media sosial *Instagram*.

Berdasarkan konteks penelitian tersebut, maka peneliti tertarik dan merasa perlu untuk mengkaji lebih lanjut tentang “Motif *Public Display Of Affection* Pada Generasi Z Di Media Sosial *Instagram*”

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan hasil data yang disajikan bukanlah data yang diuji secara statistik. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang dialami (Ardial, 2014:249).

Penelitian ini menggunakan teori Fenomenology serta menggunakan metode kualitatif yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*.

Guna mencapai tujuan penelitian, maka metode penelitian ini menggunakan Metode Studi deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan situasi atau peristiwa. Peneliti tidak mencari atau menjelaskan hubungan, serta tidak menguji hipotesis. Penelitian deskriptif yaitu mengumpulkan data berdasarkan factor-faktor yang menjadi pendukung terhadap objek penelitian, kemudian menganalisa factor-faktor tersebut untuk dicari peranannya (Arikunto, 2010).

Metode deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai apa adanya (Sukardi, 2009). Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah pertama sampai ketiga. Data penelitian dikumpulkan, dianalisis dan diproses lebih lanjut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, jadi dari data tersebut akan ditarik kesimpulan.

Teknik pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini dilakukan dengan cara peneliti sudah menentukan jumlah informan secara *purposive* sesuai tujuan yang ingin diperoleh.

Subjek peneliti ini adalah anak remaja (generasi Z). Adapun alasan peneliti, menilai bahwa ke 6 informan ini dianggap memiliki kemampuan dan juga memiliki interpretasi yang baik dalam menjawab setiap pertanyaan. Berikut adalah kriteria yang dibuat oleh peneliti :

1. Pengguna aktif media sosial *Instagram*
2. Usia 15-23 tahun
3. Wanita/ Pria
4. Sudah mengunggah gambar, foto, atau video di bersifat *Public Display Of Affection (PDA)* pada akun *Instagram* miliknya
5. Sering berinteraksi dengan *Followers*

Teknik pengumpulan data berupa sumber data primer yaitu wawancara mendalam (*Depth Interview*) dan observasi, serta sumber data sekunder yaitu studi pustaka dan studi dokumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yaitu dengan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dengan membandingkannya oleh berbagai pendapat dan pandangan menurut narasumber yang ahli dibidangnya.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, peneliti akan membahas mengenai hasil temuan yang peneliti temukan termasuk di dalamnya tahapan wawancara mendalam, observasi, studi pustaka dan dokumentasi. Peneliti akan membahas hasil penelitian dari sudut pandang peneliti dan sudut pandang dari informan. Pembahasan dari sudut pandang peneliti di dapatkan dengan menginterpretasikan hasil wawancara dengan hasil penelitian.

3.1 Motif Generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* Pada Media Sosial *Instagram*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, peneliti mendapatkan hasil mengenai “motif” generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram*. Pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia itu berbuat sesuatu disebut dengan motif. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif, baik itu secara sadar ataupun tidak sadar. Sama halnya dengan banyaknya informan yang berpendapat melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* sebagai sarana untuk memamerkan atau menunjukkan bahwa informan memiliki pasangan serta sebagai kepuasan tersendiri.

Hasil temuan ini sesuai dengan teori (dalam Gerungan, 2010) mengenai “motif” di mana mengacu pada semua penggerak, alasan, atau dorongan yang ada dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Secara etimologis motif atau dalam bahasa inggrisnya motive, berasal dari kata motion, yang berarti gerakan atau sesuatu bergerak. Jadi, istilah motif erat berkaitan dengan gerak, yakni gerakan yang dilakukan oleh manusia atau disebut juga perbuatan atau tingkah laku. Motif dalam psikologi berarti rangsangan, dorongan, pembangkit tenaga bagi terjadi suatu tingkah laku. Banyaknya generasi Z yang melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* dimana pada umumnya generasi Z ini ingin membagikan suatu informasi kepada publik mengenai hubungan pribadinya. Hal ini sesuai dengan teori menurut Nasrullah bahwa kehadiran media sosial sebagai salah satu penanda determinasi dari perkembangan teknologi an internet di tengah kehidupan manusia. Medium ini tidak hanya mentransformasi kehidupan nyata secara virtual, tetapi tidak banyak kasus yang telah menjadi kenunikan dari mediamorfosis. Generasi Z ini dapat memanfaatkan media sosial sebagai tempat atau cara mereka mengungkapkan perasaan mereka terhadap seseorang yang mereka sayangi, banyak juga menegaskan bahwa dengan melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* hubungan mereka dengan pasangannya menjadi lebih baik dan harmonis. Sehingga motif itu menjadi suatu kepuasan tersendiri bagi kalangan Generasi Z ini.

“Motif” generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* dikarenakan adanya dorongan yang timbul dari suatu keadaan atau suatu kondisi yang sedang mereka hadapi. Hal ini membuat generasi Z ini untuk melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* agar dapat merubah suatu keadaan dan rasa penasaran, dimana yang tadinya tidak mengetahui menjadi tahu setelah mencoba. Keinginan generasi Z agar semua orang atau follower yang tadinya tidak tahu menjadi tahu setelah generasi Z mengunggah foto/video bersama

pasangannya yang membuktikan bahwa generasi Z ini sudah memiliki pasangan. Keinginan seperti itu pastinya ada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dimana hal ini secara tidak sadar masuk kedalam dirinya. Selain itu juga, keinginan generasi Z ini juga bisa timbul dikarenakan ada rasa penasaran karena melihat dari lingkungan sekitar yang lebih dulu sering melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial Instagram. Keinginan ini dapat timbul kapan saja, di mana saja, dan kepada siapa saja. Jika ada dorongan yang membuatnya memilih dan membuat keputusan. Hal ini dikarenakan setiap orang dapat dengan mudahnya terpengaruh dengan apa yang dia lihat dan apa yang dia dengar pada masa lalunya dimana hal itu mempengaruhi keputusannya di masa depan seperti yang di paparkan oleh Schutz yang menyimpulkan bahwa tindakan sosial adalah tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang.

Selain itu ada juga “motif” lingkungan. Lingkungan dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk bertindak dan menentukan keputusannya. Yang menjadi faktor generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial Instagram dikarenakan faktor lingkungan yang berawal dari melihat teman-teman yang sering mengunggah sehingga membuat Generasi Z mengikuti teman-temannya yang merupakan pengguna aktif media sosial instagram dan sering melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial Instagram. Lingkungan ini juga dapat mempengaruhi seseorang bagaimana ke depannya seseorang tersebut berperilaku. Lingkungan yang baik akan menimbulkan kepribadian yang baik pula, namun lingkungan yang buruk akan membuat kepribadian yang buruk. Sehingga faktor lingkungan ini sangat berpengaruh bagi keputusan atau tindakan yang akan di ambil oleh seseorang.

Menurut triangulasi sumber meyakini tanggapannya mengenai hal itu, bahwa menurutnya normal saja apabila anak generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial Instagram karena mencintai seseorang adalah naluri, artinya merupakan takdir dari tuhan dan kebutuhan akan kasih sayang merupakan suatu kebutuhan yang dibutuhkan oleh setiap orang, tetapi jangan sampai melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial Instagram secara berlebihan.

3.2 Pengalaman Generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* Pada Media Sosial Instagram

Pengalamannya pada dasarnya melalui suatu proses di mana rangsangan-rangsangan dari luar seperti cahaya untuk mata, bunyi untuk telinga, dan bau untuk hidung melalui alat-alat pengamatan kita (pancaindra) di teruskan ke pusat-pusat tertentu di dalam otak, lalu menafsirkan pengamatan tadi. Kita mengamati sesuatu karena ada minat perhatian yang mengadakan seleksi di antara semua rangsangan yang terdapat di lingkungan kita untuk di amati atau di tafsirkan, kecuali kita kerahkan minat perhatian kita dengan khusus untuk menafsirkan semuanya. Minat perhatian itu ditentukan oleh struktur-struktur kebutuhan atau motif yang terdapat pada seseorang. Jadi, sebenarnya motif-motif melalui minat dan perhatian kita mempunyai peranan besar dalam menentukan apa yang kita lihat, dengar, dan amati di lingkungan kita.

Hasil temuan ini sesuai dengan teori (Effendy, 2007) yang menyebutkan ada empat fungsi utama dalam kegiatan komunikasi, yaitu: (a) Menginformasikan (*to inform*) dimana pada penelitian ini informan memiliki pengalaman untuk memberikan informasi mengenai kesehariannya dengan pasangan, (b) Mendidik (*to educate*) memberikan cerminan kepada khalayak/ *followers* apakah baik atau tidaknya melakukan PDA di media sosial *Instagram*, serta sebagai himbauan agar menggunakan media sosial dengan baik dan benar, (c) Menghibur (*to entertain*) dalam pengalaman yang informan dapatkan dalam melakukan PDA hanya sebagai hiburan untuk kepuasannya tersendiri, (d) Mempengaruhi (*to influence*), melakukan PDA dapat mempengaruhi *followers* atau khalayak sehingga menjadi sesuatu yang dapat di diikuti oleh semua orang karena bisa membuktikan bahwa mereka mengikuti perkembangan zaman saat ini. Triangulasi sumber menyatakan bahwa pengalaman merupakan salah satu faktor utama generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* karena yang mereka *display* kan berdasarkan pengalaman dirinya sendiri.

Adapun pula pengalaman generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* yaitu rata-rata kebanyakan memiliki pengalaman yang positif terhadap dirinya namun ada juga yang mengalami hal-hal negatif yang kurang menyenangkan bagi dirinya.

Pengalaman positif yang pernah dialami oleh generasi Z ini yaitu mendapat respon baik dari para penonton atau *followersnya* lewat foto/video yang di unggah, dan respon baik ini menjadikan generasi Z untuk lebih baik lagi dalam hubungan dengan pasangannya sehingga tidak menunjukkan foto/video yang dapat membuat citra atau identitas mereka menjadi negatif di depan *followersnya*. Dengan mengunggah foto/video bersama pasangan dapat menunjukkan sekaligus memberikan informasi kepada *followersnya* bahwa generasi Z memiliki pasangan serta respon para *followersnya* sangat baik bahkan banyak yang mendoakan hubungan Generasi Z ini agar cepat-cepat ke jenjang hubungan yang lebih serius.

Pengalaman lain yang berkesan bagi generasi Z yaitu mendapatkan dan memberikan kebahagiaan. Pada awalnya sebelum Generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram*, Generasi Z mengalami hal yang tidak menyenangkan, salah satu contohnya yaitu sering bertengkar dengan pasangan dikarenakan ada rasa curiga dan tidak adanya kepercayaan pada suatu hubungan, maka generasi Z ini pun mencoba untuk melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* dengan cara mengunggah foto/video bersama pasangan dan ditandai dengan nama pasangannya, setelah itu dilakukan hubungan generasi Z membaik serta merasakan kebahagiaan karena pasangannya sekarang percaya dan tidak ada kecurigaan lagi di dalam suatu hubungan.

Adapun pengalaman negatif yang dialami oleh Generasi Z ini, bahwa mendapatkan komentar negatif yang kurang menyenangkan dari *followers* ketika mengunggah foto/video bersama pasangan membuat sebagian generasi Z terganggu. Setiap orang pasti menginginkan respon positif dari *followersnya* dikarenakan manusia adalah makhluk sosial, setiap hari membutuhkan orang lain untuk saling berinteraksi dengan sesamanya, tetapi apabila ada orang yang tidak menyukai berarti ada perilaku yang tidak sewajarnya dilakukan, apabila ingin mendapatkan respon positif dari *followers* alangkah baiknya sikap dan perilaku yang dilakukan harus sewajarnya tidak boleh melakukan hal-hal yang kurang menyenangkan *followers*. Pengalaman lain yang didapatkan generasi Z ini yaitu menarik perhatian *followersnya* yang tadinya tidak pernah berkomentar menjadi berkomentar. Sebelumnya ketika mengunggah foto/video sendiri, *followersnya* tidak memberikan respon atau tidak berkomentar, tetapi ketika mengunggah foto/video bersama pasangannya respon dari *followers* berbeda menjadi banyak yang berkomentar, sehingga menurut generasi Z ini, melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* dapat menarik perhatian *followers* sebagai eksistensi tersendiri.

Dari berbagai pengalaman yang telah dipaparkan oleh informan, triangulasi sumber menyatakan bahwa pengalaman baik itu negatif atau positif dalam melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* dapat membuat sikap seseorang berubah, salah satunya menjadikan lebih percaya diri. Akan tetapi dari percaya diri yang tinggi tidak menjadikan ia melakukan *Public Display Of Affection* secara berlebihan karena media sosial saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang, maka menurut triangulasi sumber melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* adalah hal yang wajar selama itu tidak melanggar moral.

Sedangkan menurut triangulasi sumber yang ke-2 mempunyai tanggapan bahwa tidak wajar dan sangat tidak wajar jika anak yang mengumbar kemesraan di publik dikarenakan negara kita adalah negara yang beradab mempunyai Pancasila, tidak boleh kita mengumbar satu kemesraan diluar konteks suami istri, pegangan tangan pun tidak boleh. Makanya, kenapa apabila berpegangan tangan banyak yang bersembunyi karena merupakan perbuatan yang tidak wajar apabila jika mereka tidak menganggap hal yang tidak wajar maka tidak akan disembunyikan. Jadi mempunyai aturan norma sendiri yang tidak tertulis bahwa itu perbuatan tidak wajar, karena budaya kita yang tidak memperbolehkan.

3.3 Makna Generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* Pada Media Sosial *Instagram*

Makna selalu menyangkup banyak aspek-aspek pemahaman yang secara bersama dimiliki para komunikator. Pembentukan makna adalah berpikir, dan setiap individu memiliki kemampuan berpikir sesuai dengan kemampuan serta kapasitas kognitif atau muatan informasi yang dimilikinya. Oleh karena itu, makna tidak akan sama setiap individu walaupun obek yang dihadapinya adalah sama. Pemaknaan terjadi karena cara dan proses berpikir adalah unik pada setiap individu yang akan menghasilkan keragaman dalam kontruksi makna.

Sebuah kata memiliki makna yang berbeda, tergantung pada pembicaraanya, bahkan meskipun benar bahwa makna diturunkan dari konteks yang terdapat dalam sebuah kalimat, namun konteks juga bermacam-macam menurut zaman nya. Istilah-istilah mempunyai makna ganda, dasarnya tradisi dan kebudayaan setempat, maka tidak heran apabila setiap informan memiliki makna melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* berbed-beda sesuai dengan tradisi dan kebudayaan setempatnya.

Hasil temuan ini sesuai dengan teori (Effendy, 2007) yang menyebutkan tujuan-tujuan komunikasi sebagai berikut: (a) Mengubah sikap (*to change a attitude*) dalam melakukan PDA dapat mengubah sikap seseorang yang melakukannya seperti informan pada penelitian ini bahwa menjadikannya lebih percaya diri, (b) Mengubah opini/pendapat/pasangan (*to change a opinion*), melakukan PDA pada media sosial *instagram* tentu akan mendapatkan pandangan negatif dari sudut pandang orang yang mealihatnya, tetapi apabila ingin mengubah *image* yang positif, maka lakukanlah hal yang positif dan bijak saa menggunakan media sosial, contohnya lakukan PDA dengan positif seperti melakukan bakti sosial bersama pasangan, atau kegiatan positif lainnya, (c) Mengubah perilaku (*to change the behavior*), melakukan PDA dapat menjadi suatu perilaku yang menjadikan suatu kebiasaan bagi yang melakukannya, (d) Mengubah masyarakat (*to change the society*) yaitu dengan mengubah pandangan masyarakat tentang PDA dari yang negatif ke arah positif.

Triangulasi sumber nyatakan bahwa melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* memiliki makna sebagai hiburan tetapi bagi sebagian orang juga sebagai suatu kebutuhan. Penting atau tidak nya melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* tergantung kepada pribadinya masing-masing, ada orang yang ingin selalu memamerkan bahwa ia menunjukka mempunyai pasangan tetapi ada juga sebagian orang yang tidak selalu memamerkan dengan pasangan.

Dari hasil wawancara dengan 7 (tujuh) orang informan rata-rata memiliki pemaknaan yang berbeda-beda, dimana informan yang melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* mempunyai makna membuat hubungan dengan pasangan menjadi lebih baik dan harmonis. Makna melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* membuat hubungan dengan pasangan saling percaya, saling menghargai dan semakin harmonis. Hal ini dikarenakan suatu hubungan harus dijaga dengan baik agar tidak adanya permusuhan dan perselisihan antar sesama.

Adapun “makna” sebagai penyimpan momen. Bahwa makna melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* adalah sebagai penyimpan momen, dimana setiap momen yang dirasakan oleh seseorang merupakan kenangan yang tidak akan terlupakan, maka dari itu seseorang harus menyimpan momen itu dengan baik agar dapat di kenang selamanya, salah satu penyimpan momen adalah dengan menunggah foto/video di media sosial *Instagram*.

Melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* memiliki “makna” sebagai pengungkap identitas diri atau untuk mengekspresikan diri. Makna melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* memberikan cara mengekspresikan diri yang berbeda dibandingkan dengan aplikasi media sosial yang lain. Jadi seseorang bisa mengekspresikan dirinya lewan media sosial sesuka hati sesuai keinginannya. Hal ini dikarenakan setiap manusia bisa bebas mengekspresikan dirinya sesuai dengan keinginannya masing-masing.

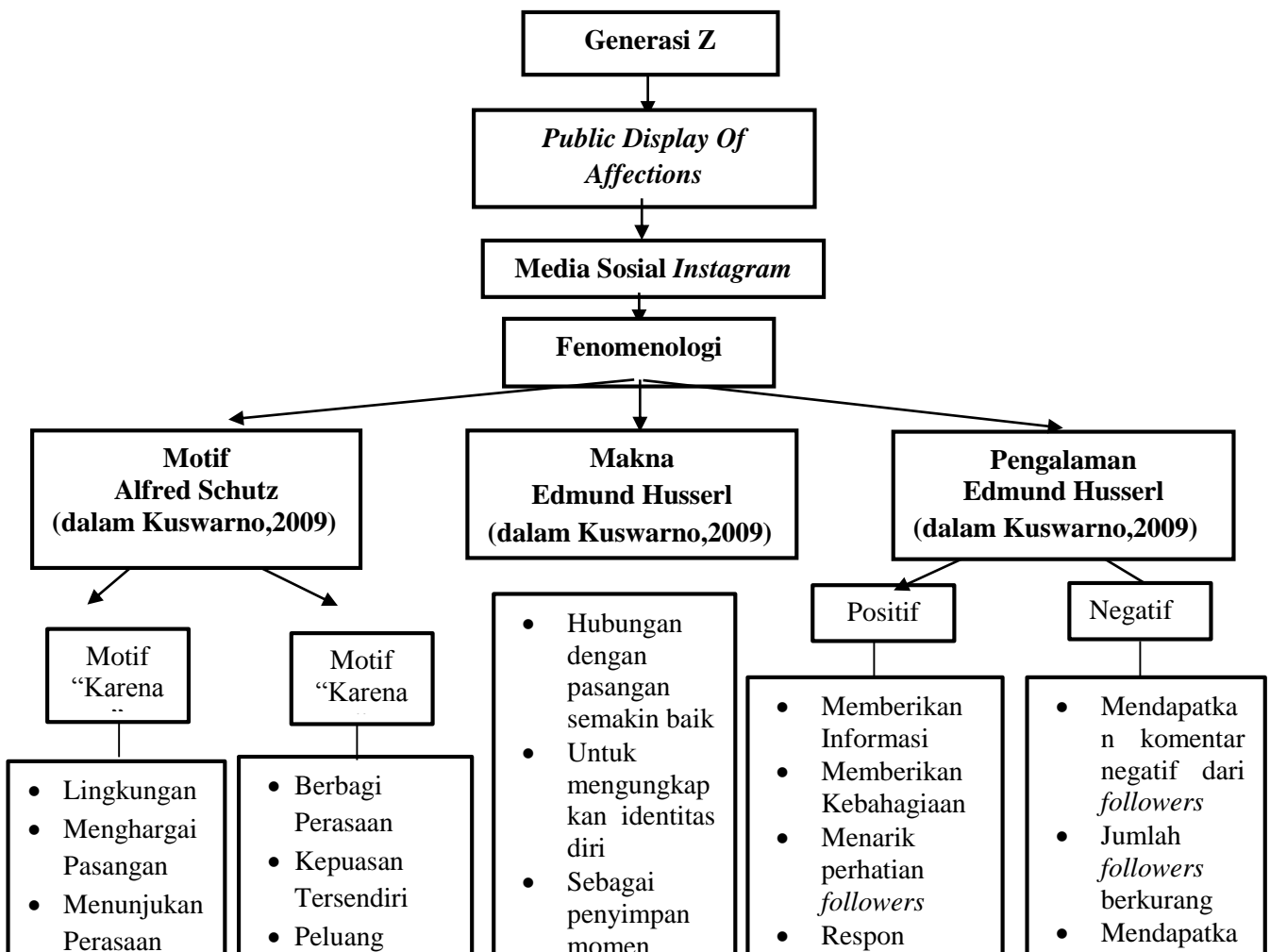
Selain itu, ada juga “makna” hiburan. Bahwa dengan melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* seseorang dapat terhibur dan sebagai hiburan bagi seseorang bahwa makna melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* sebagai hiburan. Hal ini dikarenakan menghibur diri pada dasarnya adalah aktivitas manusia untuk memperoleh kesenangan serta kebahagiaan. Rasa senang dan bahagia tersebut diperlukan sebagai obat terhadap kelelahan,

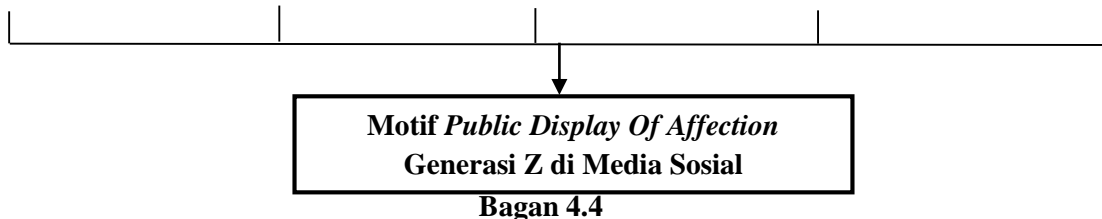
ketegangan, kekecewaan, kedukaan, kesepian, kesia-siaan, yang tengah di derita saat itu. Dengan demikian hiburan memiliki dimensi yang sangat luas.

Dari berbagai makna yang telah dipaparkan oleh informan, triangulasi sumber memberikan tanggapannya bahwa makna melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* adalah sebagai kebutuhan, tetapi kebutuhan kasih sayang wajar apabila kita ingin menunjukkannya kepada public di media sosial, bagaimana pun juga orang butuh menunjukkan diri sebagai eksistensi tetapi yang terpenting jangan *over* (berlebihan) dan tidak melanggar moral.

Adapun makna melakukan *Public Display Of Affection* di berbagai negara memiliki makna yang berbeda-beda, seperti dikutip pada wikipedia bahwa pada negara Prancis yang dikenal sebagai kota paling romantis didunia. Masyarakat negara Prancis melakukan *Public Display Of Affection* salah satu contohnya adalah disaat sedang berpapasan dengan orang yang saling kenal dimanapun itu biasanya akan berciuman dan saling bernesraan tanpa ada rasa malu, dikarenakan hal itu sudah biasa dilakukan. Tidak lain halnya dengan negara Inggris dimana remaja atau kaum menengah ke atas telah mengikuti tren Eropa yang dimana saling memberi ciuman saat bertemu dengan teman. Pasangan berciuman dan membelai di depan umum secara umum ditoleransi tergantung pada waktu, tempat dan tingkat keintiman yang di pamerkan. Di Negara Swiss *Public Display Of Affection* menampilkan kasih sayang lebih umum yang tidak menyarankan bagi pasangan untuk saling meraba-raba satu sama lain di depan umum karena tidak sesuai dengan norma negara ini. Sedangkan pada negara Indonesia, banyak masyarakat yang melakukan *Public Display Of Affection* pada media sosial dengan cara mengunggah foto/ video bersama pasangan mulai dari foto/video yang wajar sampai yang tidak wajar, termasuk kebanyakan adalah pada generasi Z yang melek akan media sosial. Tetapi berbeda dengan negara-negara lain yang terlalu menunjukkan *Public Display Of Affection* secara fisik, di negara Indonesia tidak seperti itu dikarenakan tidak sesuai dengan norma dan agama islam yang menjadi agama kebanyakan masyarakat Indonesia.

Berdasarkan yang telah diuraikan mengenai makna *Public Display Of Affection* dari berbagai negara, memiliki etika sendiri mengenai *Public Display Of Affection* walaupun seperti yang diketahui kebanyakan orang bahwa seseorang dapat berperilaku dengan bebas di negara barat namun kenyataannya stiap negara memiliki etika untuk bernesraan di depan umum.





Model Kerangka Konseptual Hasil Penelitian

Sumber: Schutz, Husserl (dalam Kuswarno, 2009), Modifikasi Peneliti 2018

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Motif *Public Display Of Affection* Pada Generasi Z Di Media Sosial *Instagram*, maka dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Motif Generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* Pada Media Sosial *Instagram* ialah dari hasil wawancara dan observasi peneliti, generasi Z mengatakan bahwa mereka melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* di karenakan mereka ingin publik mengetahui bahwa mereka mempunyai pasangan. Media sosial terutama *instagram* banyak yang menggunakannya terutama generasi Z merupakan pengguna terbanyak media sosial *instgaram*, dan banyak generasi Z yang melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram*. Dari berbagai motif yang telah dipaparkan oleh informan, menurut triangulasi sumber menyatakan bahwa motif generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* adalah sebagai eksistensi diri agar mereka dikenal oleh banyak orang termasuk *followers*-nya, serta menjadi suatu kebanggaan bagi dirinya karena telah mempunyai pasangan atau kekasih.
2. Pengalaman Generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* Pada Media Sosial *Instagram* yaitu berdasarkan pengalaman yang di alami oleh ke tujuh informan selama melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* dapat di simpulkan bahwa dalam melakukan *Public Display Of Affection* terdapat pengalaman positif dan pengalaman negatif. Pengalaman yang di rasakan oleh informan adalah Pengalaman positif yang pernah di alami oleh generasi Z ini yaitu mendapat respon baik dari para penonton atau *followers*nya lewat foto/video yang di unggah, adapun pengalaman negatif yang di alami oleh Generasi Z ini , bahwa mendapatkan komentar negatif yang kurang mengenenakan dari *followers* ketika meunggah foto/video bersama pasangan. Dari berbagai pengalaman yang telah dipaparkan oleh informan, triangulasi sumber menyatakan bahwa pengalaman baik itu negatif atau positif dalam melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* dapat membuat sikap seseorang berubah, salah satunya menjadikan lebih percaya diri tetapi tidak berlebihan.
3. Makna Generasi Z melakukan *Public Display Of Affection* Pada Media Sosial *Instagram* yaitu para informan memiliki pemaknaan sendiri-sendiri mengenai melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram*. Infoman memiliki jawaban yang berbeda-beda, tetapi kebanyakan informan mengatakan bahwa makna melakukan *Public Display Of Affection* di media sosial *Instagram* hanya sebagai hiburan untuk mendapatkan kepuasan tersendiri. Adapun perbedaan *Public Display Of Affection* di berbagai negara salah satunya adalah pada negara

Inggris dimana remaja atau kaum menengah ke atas telah mengikuti tren Eropa yang dimana saling memberi ciuman saat bertemu dengan teman. Berbeda halnya dengan negara Indonesia yang, banyak masyarakat yang melakukan *Public Display Of Affection* pada media sosial dengan cara mengunggah foto/ video bersama pasangan mulai dari foto/video yang wajar sampai yang tidak wajar, termasuk kebanyakan adalah pada generasi Z yang melek akan media sosial.

5. DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cangara, H. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Endarmoko, E. (2006). *Tesaurus Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia.
- Friske, J. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Gerangan, W. (2010). *Psikologi Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Hardjana, A. M. (2003). *Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius.
- Iriantara, Y. (2005). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, Dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media .
- Juliastuti, N. (2000). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Meleong, L. J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosada Karya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurhadi, Z. F. (2015). *Teori Komunikasi Dalam Perspektif Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.
- Sobur, A. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Sobur, A. (2009). *Psikologi Umum*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan, Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Vardiansyah, D. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Vardiansyah, D. (2008). *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: IKAPI.
- Zikri Fachrul Nurhadi, Makbul A.H Din. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabet.
- Sumaryono, E. (1993). *Hermeneutik*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Skripsi :

- Swandono, A. D. (2015, Maret 03). *Public Display Affection di Jejaring Sosial Path*. Retrieved Maret 03, 2015, from Digital Library: <http://digilib.uinsby.ac.id/1259/>
- Rahayu, S. B. (2015). *Penggunaan New Media Sebagai Sarana Virtual Display Of Affection Di Kalangan Mahasiswa*.

Jurnal :

- Agustina. (2016). Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 410-420.
- Ramadhani, R. (2016). Motif Virtual Display Of Affection. *e-Proceeding of Management*, 2483.

Internet :

- Kompas.com. (2017, Kuswarno, E. (2009). *Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajdaran.10 06). *PT. Kompas Cyber Media*. Retrieved 10 06, 2017, from Kompas.com:

<https://biz.kompas.com/read/2017/10/06/190000428/mengenal-karakteristik-gen-z-generasi-setelah-milennial>

Adam, A. (2017, April 29). *Habis Milenial dan Generasi Z, Terbitlah Generasi Alfa*. Retrieved April 29, 2017, from Tirto.id: <https://tirto.id/habis-milenial-dan-generasi-z-terbitlah-generasi-alfa-cnEs>

Nuzar, I. (2018, Februari 19). *Penetrasi Internet Indonesia Didominasi Gen Z*. Retrieved Februari 19, 2018, from TeknoPreneur: <http://teknopreneur.com/2018/02/19/penetrasi-internet-indonesia-didominasi-gen-z/>