

BAB I

PENDAHULUAN

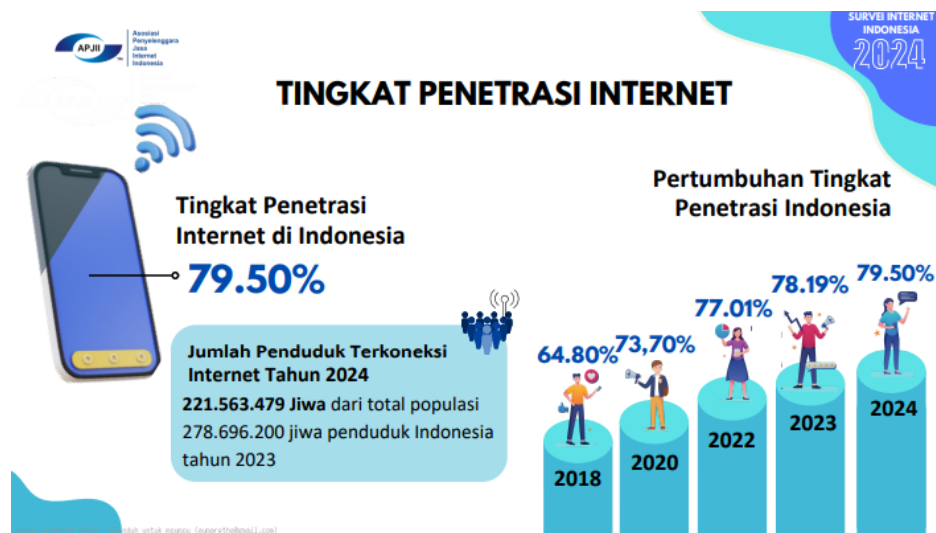
1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan aspek penting dalam menjalin hubungan, terutama dengan pasangan, karena dapat memberikan kepuasan tersendiri dibandingkan dengan komunikasi dengan orang lain. Menurut (Astuti et al., 2019), seseorang yang merasa nyaman dalam berkomunikasi memiliki tujuan untuk membangun hubungan demi mendapatkan kesenangan. Kepuasan komunikasi sendiri merupakan respons afektif terhadap pemenuhan harapan dalam interaksi komunikasi (Hecht, 1978). Dalam hubungan pasangan, kepuasan komunikasi dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti intensitas, pola, dan gaya komunikasi. Intensitas komunikasi berkaitan dengan seberapa sering interaksi terjadi, yang kemudian membentuk pola komunikasi secara berkala dan berkembang seiring dengan kualitas hubungan. Pola komunikasi ini mencerminkan cara pasangan menyampaikan pesan, menghadapi konflik, serta menanggapi pesan satu sama lain. Selain itu gaya komunikasi juga berperan dalam kepuasan komunikasi dengan pasangan. Pemilihan kata, cara menyampaikan pesan, serta pengelolaan emosi saat menghadapi konflik menentukan efektivitas komunikasi. Gaya komunikasi anak muda saat ini cenderung beragam, dengan penggunaan bahasa yang lebih gaul dan unik, termasuk humor atau sarkasme, yang berbeda dari komunikasi yang lebih serius. Penyampaian pesan yang santai, kaku, atau bersahabat juga dapat membentuk gaya komunikasi masing-masing pasangan. Dengan memahami intensitas, pola, dan gaya komunikasi, pasangan dapat meningkatkan kepuasan dalam berkomunikasi dan mempererat hubungan mereka.

Pernyataan ini juga selaras dengan teori ketertarikan yang dijelaskan oleh Baxter & Braithwaite, 2008 dalam (DeVito, 2007) bahwa suatu individu cenderung membangun hubungan dengan orang-orang yang memiliki kesamaan dengannya, yang berada dalam jarak dan fisik yang dekat, memberikan penguatan positif (seperti dukungan atau apresiasi), yang dianggap dapat menarik secara fisik maupun kepribadian, serta yang memiliki tingkat sosial ekonomi dan pendidikan yang sesuai dengan harapan. Teori ketertarikan memaparkan bagaimana kedekatan fisik dan interaksi yang sering terjadi mendukung intensitas komunikasi yang baik. Kesamaan nilai atau preferensi komunikasi yang dijelaskan dalam teori tersebut juga mendukung terbentuknya pola komunikasi yang sehat, seperti kemampuan menghadapi konflik.

Daya tarik kepribadian atau preferensi terhadap humor yang disebutkan juga sejalan dengan teori tersebut, karena pasangan cenderung lebih nyaman dan puas dengan gaya komunikasi yang menarik bagi mereka.

Kebiasaan hidup manusia kini mengalami banyak perubahan seiring dengan perkembangan teknologi. Kebutuhan informasi yang cepat dan juga pesat kian memberikan dampak pada beberapa aspek kehidupan yang menjadikannya bukan lagi barang mewah, melainkan dinilai sebagai kebutuhan primer (Fikri et al., 2024). Menurut survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa, dari total populasi sebanyak 278.696.200 jiwa berdasarkan data tahun 2023. Data ini menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 79,5%. Angka tersebut mencerminkan peningkatan sebesar 1,4% dibandingkan dengan periode sebelumnya. Berdasarkan data yang diperoleh, secara keseluruhan menunjukkan bahwa mengakses media sosial menjadi alasan penggunaan internet paling tinggi dengan perolehan skor 3,31 (skor maksimum 4) di tahun 2024. Beberapa platform yang paling populer di kalangan pengguna internet yakni, Instagram, TikTok, WhatsApp, X, Facebook, Youtube, dan lain-lain.

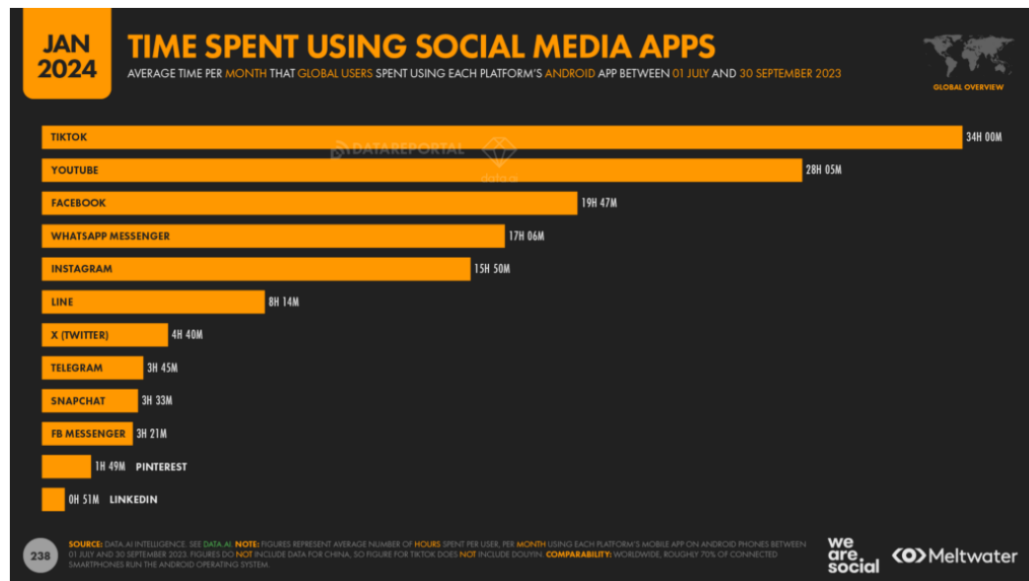


Gambar 1.1 Tingkat penetrasi di Indonesia 2024

Sumber: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

Penggunaan media sosial di Indonesia melampaui rata-rata penggunaan media sosial secara global. Salah satu contohnya, adalah TikTok, yang belakangan ini ramai digunakan. Berdasarkan data dari *We Are Social* tahun 2024, TikTok menempati

peringkat pertama sebagai aplikasi dengan rata-rata waktu penggunaan tertinggi secara global, yakni mencapai 34 jam per bulan.



Gambar 1.2 Waktu yang dihabiskan menggunakan media sosial

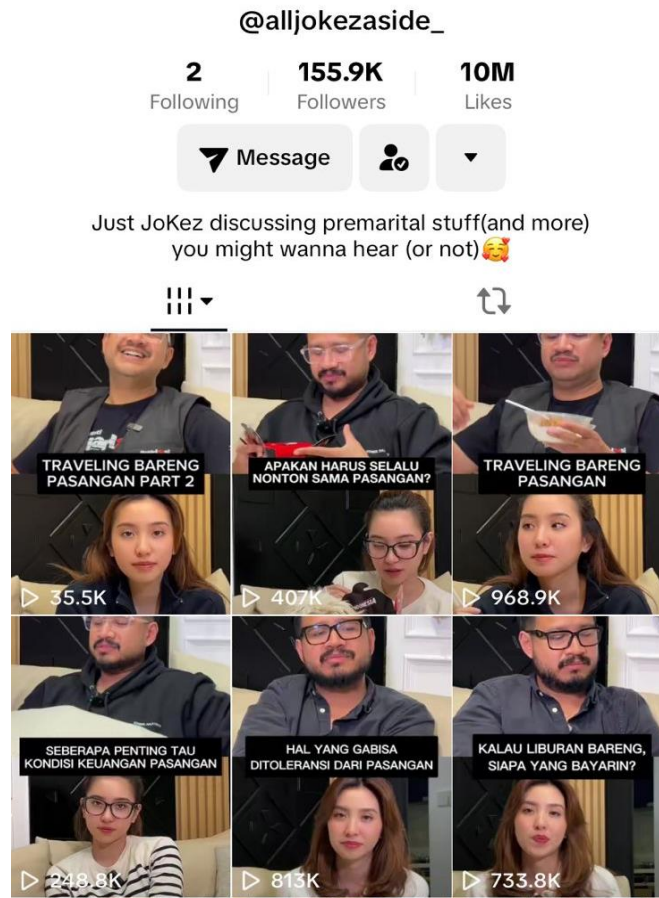
Sumber: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>

Hal ini disebabkan oleh popularitas TikTok sebagai media sosial yang menyajikan fitur-fitur yang lebih menarik, platform ini memberikan pengguna kemampuan untuk membuat video pendek berdurasi 15 detik hingga 10 menit, dilengkapi dengan music, filter, serta beragam fitur tambahan lainnya (Melly Septia Pardianti, 2022). Selain itu, aplikasi TikTok memudahkan pengguna melihat video-video tanpa memiliki akun. Pada aplikasi TikTok disajikan beberapa video-video pada halaman beranda pengguna atau biasa dikenal dengan FYP (*for your page*) menampilkan video-video berdasarkan hasil kurasi algoritma sehingga TikTok menampilkan rekomendasi video untuk setiap pengguna sesuai minat dan juga ketertarikan pengguna. Menurut @iben_ma selaku *content creator* di TikTok dalam (Pardianti & S, 2022) menyampaikan bahwa video yang muncul pada halaman FYP (*for your page*) ini bukan berdasarkan dari yang berbasis kreator melainkan dari yang berbasis konten. Hal ini dilihat dari seberapa menarik konten yang disampaikan bukan dilihat dari kreator siapa yang menyampaikan. Sehingga setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk mengunggah konten mereka (Putri et al., 2023). Namun, di samping itu media sosial memiliki dampak yang beragam, tidak hanya memberikan manfaat positif tetapi juga berpotensi menimbulkan efek negatif. Menurut Ibrahim dan

Akhmad dalam (Rani Sandora, 2023), konten-konten yang diakses melalui media sosial memiliki kapasitas memengaruhi tidak hanya efek psikologis saja, tetapi juga perilaku dan pengetahuan seseorang. TikTok tentu memiliki dampak yang cukup besar terhadap perilaku dan wawasan seseorang, selain itu juga mampu memengaruhi pola pikir *audiens*.

Indonesia menjadi negara dengan pengguna TikTok terbesar di dunia berdasarkan laporan Statista pada Agustus 2024 yang dilansir dari [cnnindonesia.com](https://www.cnnindonesia.com) dengan perolehan angka hampir mencapai 157,6 juta pengguna. Pengguna aktif TikTok di dominasi dari kalangan remaja rentang usia 18-24 tahun dengan jumlah persentase 33,9%. Selain dari kalangan anak muda (Gen Z), pengguna aktif TikTok juga di dominasi oleh perempuan dibandingkan dengan laki-laki (Endarwati & Ekawarti, n.d.). Tiktok digunakan kalangan anak muda karena memiliki konten yang beragam. Di dukung perkembangan teknologi yang pesat, TikTok sudah banyak sekali melahirkan *influencer-influencer* yang berkembang dari akun kecil. Salah satu akun TikTok yang berkembang dari akun kecil adalah @alljokezaside_.

Akun @alljokezaside_ diinisiasi oleh pasangan *influencer* Jovial Da Lopez dan Kezia Aletheia yang sudah lama menjalin hubungan. Jovial Da Lopez pertama kali dikenal publik melalui keseruan yang diunggah di Youtube bersama adiknya Andovi Da Lopez dengan kanal Youtube bernama @SkinnyIndonesian24 dan kini beralih menjadi produser dan sutradara. Sedangkan Kezia Aletheia dikenal sebagai seorang model dan aktris. Kezia Aletheia mengawali bakat aktrisnya dengan membintangi sebuah FTV, serial televisi, *serial web*, dan juga film. Jovial Da Lopez dan Kezia Aletheia juga pernah berada dalam satu proyek film berjudul Bucin yang tayang tahun 2020 lalu yang membuat nama pasangan ini naik daun karena dielu-elukan oleh pengikut mereka yang saat itu didominasi oleh perempuan. Tidak sampai disana, pasangan ini kerap kali membagikan kesehariannya seperti jalan-jalan ke luar negeri, membuat beberapa konten dari tren di TikTok, dan sebagainya.



Gambar 1.3 Akun TikTok @alljokezaside_

Sumber: <https://www.tiktok.com/@alljokezaside?t=8rFZnr2uSXZ&r=1>

Konten pada akun TikTok @alljokezaside_ berupa *podcast* singkat tentang bagaimana sudut pandang pasangan ini tentang obrolan-obrolan seputar pranikah dan hubungan interpersonal. Akun tersebut sudah resmi terkonfirmasi, memiliki 155,9K pengikut, 2 mengikuti, dan 106 postingan terhitung dari 2 November 2023. Salah satu konten yang menarik perhatian pengguna TikTok adalah pandangan pasangan ini terkait tinggal bersama mertua setelah menikah dengan total *views* mencapai 2,5juta, *likes* 179 ribu, 880 komentar, dan telah dibagikan 3.226 kali. Konten ini mendapatkan respons yang positif dari para pengguna TikTok karena rata-rata *audiens* sependapat dengan pandangan dari pasangan ini.

Konten lainnya dari akun @alljokezaside_ yang mendapatkan perhatian dari pengguna TikTok adalah konten terkait Keluarga Berencana (KB) yang membahas tentang penggunaan KB pada perempuan dan Vasektomi pada laki-laki setelah menikah dengan perolehan total *views* mencapai 3,4 juta, *likes* 196 ribu, 1.573 komentar, dan telah dibagikan sebanyak 4.900 kali. Konten ini mendapatkan antusias

pengguna TikTok dengan berbagai macam sudut pandang, banyak *audiens* yang tidak setuju tentang vasektomi pada laki-laki karena bersifat permanen dan memiliki ketakutan tidak bisa merasakan kepuasan secara seksual. Namun, banyak juga *audiens* yang merasakan ketidakadilan dari pandangan sebelumnya, karena dinilai lebih banyak merugikan pihak perempuan dilihat dari perjuangan secara fisik dan psikologisnya seperti melahirkan dan pasca melahirkan. Dalam hal ini, individu yang memilih @alljokezaside_ di TikTok relevan dengan *Teori Uses and Gratifications*.. Teori ini menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih dan mengonsumsi media berdasarkan kebutuhan dan motivasi yang ingin mereka capai, seperti informasi, hiburan, interaksi sosial, atau validasi emosi (Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, 1973). Dapat disimpulkan bahwa *Teori Uses and Gratifications* relevan dengan fenomena ini dalam hal memahami bagaimana individu menggunakan konten media sosial TikTok dan apa yang diperoleh dari konsumsi tersebut.



**Gambar 1.4 Konten Keluarga Berencana
pada akun @alljokezaside_**

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSjSE4w2A/>



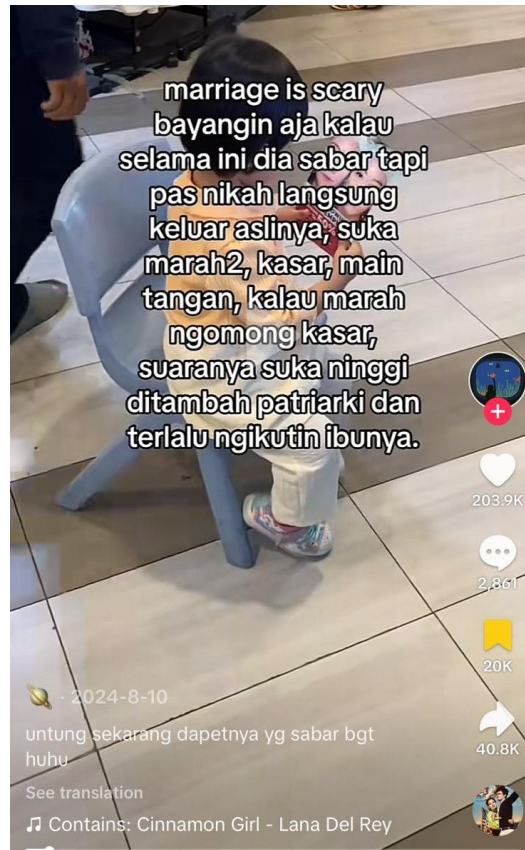
**Gambar 1.5 Komentar pada Konten Keluarga Berencana
pada akun @alljokezaside_**

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSjSE4w2A/>

Relasi hubungan pada remaja, terutama Generasi Z, saat ini sangat dipengaruhi oleh arus teknologi dan juga media sosial. Isu-isu Generasi Z sering kali terjebak dalam ekspektasi yang tidak realistis terkait hubungan, yang dipengaruhi oleh konten yang mereka konsumsi di media sosial, salah satunya TikTok. Mereka cenderung membandingkan hubungan mereka dengan apa yang ditampilkan di media sosial, yang kerap kali hanya menampilkan sisi ideal dari sebuah hubungan. Generasi Z cenderung memiliki gaya hidup konsumtif dan mudah dipengaruhi oleh tren yang berkembang di TikTok (Putra et al., 2024). Hal ini tentunya dapat menimbulkan ketidakpuasan dan tekanan sosial. Sehingga, masalah lain yang timbul adalah kurangnya pemahaman tentang isu pranikah. Pernikahan harus didasarkan pada hubungan timbal balik antar pasangan serta memberikan manfaat bagi kedua belah pihak (Afrida & Andromeda, 2017). Para remaja memandang pernikahan sebagai hubungan timbal balik yang tidak seimbang. Hal ini juga sejalan dengan temuan di lapangan bahwa jumlah pernikahan di Indonesia terus menunjukkan penurunan. Berdasarkan Laporan Statistik Indonesia 2024 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), tercatat bahwa pada tahun 2023

terdapat 1.577.255 pernikahan. Angka ini mengalami penurunan sebesar 128.093 dibandingkan dengan tahun sebelumnya, di mana pada 2022 jumlah pernikahan mencapai 1.705.348. Saat ini, banyak anak muda di Indonesia yang tidak lagi menganggap pernikahan sebagai bagian utama dalam prioritas hidup mereka. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), keputusan generasi muda untuk menunda pernikahan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keinginan untuk meraih kesuksesan dalam pendidikan karier, pengembangan diri, serta berkurangnya tekanan dari lingkungan sosial. Penurunan angka pernikahan di Indonesia juga dapat dikaitkan dengan tren “*marriage is scary*” yang semakin ramai dibicarakan, terutama di kalangan Generasi Z. Tren ini mencerminkan kekhawatiran terhadap pernikahan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ketidakstabilan ekonomi, ketakutan akan komitmen jangka panjang, perselingkuhan, kekerasan dalam rumah tangga, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya kesehatan mental dan kebebasan individu.

Seiring dengan perubahan pola pikir masyarakat, banyak orang mulai mempertimbangkan ulang keputusan untuk menikah, terutama jika mereka merasa belum siap secara finansial maupun emosional. Kurangnya persiapan menjadi pemicu munculnya masalah ketika remaja memasuki masa dewasa. Pernikahan di usia remaja cenderung menimbulkan tekanan emosional yang berujung pada perpisahan, dengan faktor utama penyebabnya adalah minimnya pengalaman serta ketidaksiapan dalam menghadapi kehidupan pernikahan (Hayu et al., 2024). Selain itu, terpaan informasi mengenai pernikahan yang penuh konflik di media sosial dapat memperkuat ketakutan terhadap pernikahan. Beberapa akun menyuarakan akan tren “*marriage is scary*” yang pada saat ini ramai dibicarakan, salah satunya yakni, pemilik akun TikTok dengan nama pengguna @yourspecialpoem yang mengunggah konten berisikan ketakutan perbedaan tingkah laku pasangannya setelah menikah. Konten ini mendapatkan perhatian publik dengan mencapai jumlah 1,5 juta penonton, 203 ribu disukai, dan 2.861 komentar. Rata-rata komentar publik setuju dan berharap tidak akan mengalami hal yang dikhawatirkan dalam konten tersebut.



Gambar 1.6 Pemilik Akun TikTok @yourspecialpoem

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZS6vt5mAS/>

Banyak remaja Generasi Z yang kurang memahami pentingnya komunikasi yang sehat, pengelolaan konflik, dan bagaimana menyiapkan diri untuk hubungan yang lebih serius. Remaja generasi Z rentan terjerumus dalam hubungan toxic karena emosi yang masih labil dan pemikiran yang belum sepenuhnya kritis. Akibatnya, mereka sering kali tidak menyadari bahwa mereka telah menjadi korban atau bahkan pelaku dalam hubungan tersebut (Ulya et al., 2016). Konten yang membahas isu pranikah sering kali dianggap membosankan dan tidak penting. Akun TikTok seperti @alljokezaside_ memiliki potensi untuk bisa menjadi sarana yang efektif membantu dan mengubah perspektif Generasi Z terhadap hubungan dan isu pranikah. Melalui konten yang humoris dan mudah dipahami, akun ini dapat meningkatkan pemahaman tentang pentingnya komunikasi yang efektif dalam suatu hubungan. Menggunakan humor dalam komunikasi adalah strategi penting untuk menyampaikan pesan kepada audiens di media sosial. Pesan persuasif yang dikemas dengan humor cenderung lebih mudah dipahami dan diterima audiens (Hafidz et al., 2024). Dengan cara yang ringan dan menghibur, akun @alljokezaside_ menyampaikan bahwa hubungan yang sehat

memerlukan lebih dari sekedar kebahagiaan, tetapi juga pengelolaan konflik dan komunikasi yang baik. Akun ini mampu mengubah perspektif Generasi Z tentang isu pranikah dengan menghadirkan topik tersebut secara menarik dan realistis, serta menekankan bahwa hubungan tidak sempurna, namun dapat lebih dipahami melalui komunikasi yang baik antara pasangan. Selain itu, yang menjadi penguat adalah akun @alljokezaside_ menjadi satu-satunya akun yang membahas topik pranikah di TikTok. Dalam teori 7C atau *The Seven C's Theory* yang dikemukakan oleh (Solis, 2010) menjelaskan bahwa tujuh elemen utama, yaitu *clear* (jelas), *concise* (ringkas), *concrete* (konkrit), *correct* (benar), *coherent* (koheren), *complete* (lengkap), dan *courteous* (santun). Teori ini menekankan bahwa pesan yang harus disampaikan dengan jelas langsung pada inti, masuk akal, serta menggunakan tata bahasa yang baik dan sederhana. Selain itu, menyesuaikan penyampaian pesan dengan karakteristik audiens juga dapat meningkatkan kualitas dan efektivitas komunikasi. Akun @alljokezaside_ mampu menyampaikan pesan dengan tetap menerapkan prinsip 7C, yang dikemas dalam konten video singkat secara menarik, sehingga audiens dapat dengan mudah memahami makna dari pesan yang disampaikan.

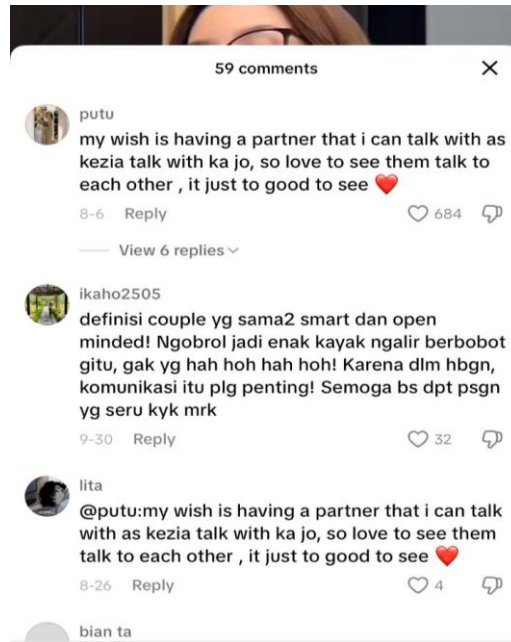
Konten-konten yang diunggah oleh akun @alljokezaside_ membuka pikiran anak-anak muda tentang apa saja yang akan dihadapi di pernikahan nanti. Pada hal ini, contohnya pada konten yang membahas memiliki pasangan dengan idealismenya yang berbeda, banyak pengikutnya yang memberikan komentar terkait cara pandang dan rata-rata komentar pengikut mereka setuju dengan apa yang mereka katakan. Salah satu akun dengan nama pengguna @mozarella memberikan tanggapan atas konten tersebut, dengan menyebutkan bahwa sepakat dan menyukai pemikiran dua pasangan ini dan menjadikan gambaran untuk memiliki pasangan dengan pola pikir dan tujuan kedepannya. Dari konten yang diunggah pasangan ini juga memberikan cerminan pentingnya komunikasi yang sehat untuk keharmonisan hubungan dan bagaimana media sosial dapat meningkatkan kualitas komunikasi pada pasangan. Salah satu akun dengan nama pengguna @ikaho2505 juga memberikan komentar terkait hal serupa dengan menyebutkan bahwa memiliki pasangan yang pintar dan pikiran yang terbuka membuat percakapan menjadi lebih enak dan masuk akal serta berbobot karena dalam hubungan, komunikasi adalah hal paling penting. Dalam hubungan berpasangan, pola komunikasi yang terbentuk kerap kali dipengaruhi oleh beberapa konten dan acuan dari media sosial. Konten-konten yang diunggah oleh akun TikTok @alljokezaside_,

contohnya, dapat memberikan pandangan baru atau bahkan memunculkan gaya komunikasi tertentu. Konten yang dibagikan oleh akun @alljokezaside_ membicarakan hal-hal yang berkaitan dengan hubungan, seperti menyelesaikan perselisihan, menyikapi perbedaan pendapat, cara berinteraksi secara efektif, dan pandangan tentang hal-hal yang sering kali terjadi dalam hubungan. Dalam hal ini berguna untuk membangun hubungan yang lebih terbuka dan menyampaikan sesuatu yang sensitif dibicarakan secara langsung.



**Gambar 1.7 Komentar akun @mozarella
pada postingan @alljokezaside_**

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSjgtrbye/>



**Gambar 1.8 Komentar akun @ikaho2505
pada postingan @alljokezaside_**

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSjgtrbye/>

Studi sebelumnya yang dilakukan oleh (Astuti et al., 2019) menyatakan bahwa kepuasan komunikasi bisa terwujud jika ekspektasi dari pelaku komunikasi sudah terpenuhi. Ekspektasi ini bisa terpenuhi dengan diisi oleh apresiasi yang dilakukan oleh pelaku komunikasi dalam bentuk afirmasi positif dan validasi perasaan. (Putri et al., 2023). Hal ini berkontribusi langsung pada kepuasan hubungan, yang menggambarkan perasaan seseorang terhadap kualitas dan kebahagiaan dalam menjalani suatu hubungan. Menurut Hendrick (1988) kepuasan hubungan didefinisikan sebagai evaluasi subjektif yang dilakukan oleh masing-masing individu terhadap kualitas hubungan yang sedang dijalani. Kepuasan ini tercapai ketika harapan atau tujuan yang diinginkan dalam hubungan tersebut berhasil terpenuhi. Kepuasan ini tercapai ketika harapan atau tujuan yang diinginkan dalam hubungan tersebut berhasil terpenuhi. Tingkat kenyamanan, kebahagiaan, dan kepuasan yang dialami seseorang dalam hubungan interpersonal mencerminkan kualitas relasi yang dibangun (Norton, 1983).

Menurut Regan (2003) dalam (Chrisnatalia & Ramadhan, 2022) menyatakan bahwa suatu individu akan merasa puas selama menjalani suatu hubungan jika dalam kondisi setara untuk masing-masing individu, dalam konteks ini yakni setiap individu memiliki keuntungan yang sama dalam menjalani hubungan. Pandangan ini juga

diperkuat oleh (Astuti et al., 2019) yang menyatakan bahwa individu yang merasa puas dengan dirinya sendiri cenderung memiliki tingkat percaya diri yang lebih tinggi dalam membina hubungan interpersonal dengan orang lain. Hal ini didukung oleh salah satu pengalaman seseorang, yakni aktris Faby Marcelia. Faby Marcelia mengungkapkan alasan perceraian dengan suaminya, lantaran kebiasaan buruk suaminya yang melakukan *silent treatment*. *Silent treatment* merupakan sikap diam atau mengabaikan seseorang saat menghadapi masalah sehingga bisa berdampak buruk pada kondisi psikologis dan kesejahteraan penerima. Pada penelitian sebelumnya, *silent treatment* merupakan bentuk komunikasi yang negatif dan sering kali mengarah pada ke retakkan suatu hubungan. Perasaan diabaikan ini sering kali menimbulkan kurangnya rasa percaya dan kedekatan emosional, yang merupakan aspek penting dalam menjalin hubungan yang memuaskan (Fikri et al., 2024). Hal ini juga dapat memicu ketidakpastian, membuat keraguan pasangan akan hubungan, sehingga pada akhirnya menurunkan tingkat kepuasan secara keseluruhan.

Selain itu, peneliti mengobservasi adanya fenomena *sex before marriage* atau seks sebelum menikah kerap marak terjadi. Saat ini, hubungan seksual sebelum menikah di kalangan remaja semakin dianggap sebagai sesuatu yang lumrah dan terjadi secara nyata di berbagai negara, termasuk Indonesia (Linda & Izkandar, 2015). Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) menyebutkan bahwa peningkatan kasus hubungan seksual di luar pernikahan dapat dikaitkan dengan penundaan usia pernikahan yang semakin mundur, sementara aktivitas seksual justru terjadi di usia yang lebih dini. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan pola dalam hubungan interpersonal di kalangan generasi muda, di mana keterbukaan terhadap seksualitas meningkat seiring dengan pergeseran nilai budaya. Hasto selaku Kepala Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional juga menyatakan bahwa tingginya tingkat paparan media berkontribusi terhadap meningkatnya jumlah remaja yang terlibat dalam hubungan seksual.

Penelitian ini menjadi penting karena adanya tren di kalangan Gen Z yang cenderung semakin terbuka terhadap *sex before marriage*, seolah-olah perilaku tersebut telah mengalami normalisasi dalam budaya mereka. Dengan fenomena ini, diperlukan pemahaman lebih dalam mengenai bagaimana konten di media sosial seperti yang disajikan oleh @alljokezaside_, dapat berperan dalam membentuk pola pikir serta perilaku mereka dalam hubungan. Akun ini menghadirkan perspektif yang

lebih sehat tentang komunikasi dan dinamika pasangan, yang dapat memberikan edukasi serta wawasan bagi Gen Z dalam membangun hubungan yang berkualitas.

Fenomena pada penelitian ini adalah media dapat berdampak pada pola pikir dan perilaku audiensnya. Dalam ranah *public relations* pengaruh media terhadap pola pikir dan perilaku berkaitan erat dengan bagaimana media termasuk media sosial seperti TikTok dapat digunakan untuk membentuk persepsi publik terhadap suatu isu atau konsep. Pada akun @alljokezaside_ sebagai *influencer* yang membahas tentang obrolan seputar hubungan interpersonal dan pranikah, sehingga dalam hal ini kontennya dapat memengaruhi cara individu memandang hubungan dan komunikasi. Oleh karena itu, dari perspektif PR, fenomena yang secara tidak langsung diciptakan oleh @alljokezaside_ menggambarkan tentang bagaimana media sosial dalam hal ini TikTok, bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sarana untuk menciptakan perubahan persepsi dan perilaku dalam konteks hubungan interpersonal dan pranikah.

Meskipun banyak penelitian yang membahas mengenai pengaruh media sosial terhadap dinamika hubungan interpersonal, masih terbatas penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh konten berbasis hubungan di TikTok terhadap kepuasan komunikasi dan hubungan pasangan. Alasan peneliti memilih akun @alljokezaside_ sebagai objek kajian adalah karena akun ini konsisten menghadirkan konten yang relevan dengan dinamika hubungan dan obrolan seputar pranikah termasuk humor, komunikasi, dan isu keseharian pasangan. Konten tersebut banyak menarik perhatian pengguna TikTok, khususnya pasangan muda, yang sering kali menjadikannya referensi atau bahan diskusi.

Selain itu, hingga dengan saat ini, penelitian yang membahas pengaruh konten TikTok terhadap kepuasan komunikasi dan hubungan masih terbatas. Peneliti akan menganalisis pengaruh konten dari akun TikTok @alljokezaside_ berdasarkan dimensi konten media sosial, yakni *clear, concise, concrete, correct, coherent, complete*, dan *corteous*, serta kaitannya dengan kepuasan komunikasi dan hubungan berdasarkan aspek kepuasan emosional umum, substansi dan kepentingan isi komunikasi, interaksi bebas, dan kepuasan hubungan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti berminat untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Konten Media Sosial TikTok @alljokezaside_ terhadap Kepuasan Komunikasi dan Hubungan pada Pasangan Pranikah”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang tersebut, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh konten media sosial TikTok @alljokezaside_ terhadap kepuasan komunikasi dan hubungan pada pasangan pranikah.

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah mengidentifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui besaran pengaruh yang dihasilkan oleh konten media sosial TikTok @alljokezaside_ terhadap kepuasan komunikasi dan hubungan pada pasangan pranikah.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap temuan dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan mengembangkan ilmu *public relations* dengan mengeksplorasi pemahaman tentang pengaruh konten dari akun TikTok @alljokezaside_ terhadap kepuasan komunikasi dan hubungan pada pasangan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti juga berharap agar penelitian ini memiliki manfaat praktis yang bisa memberikan wawasan baru untuk para praktisi *digital public relations* dalam merancang strategi konten yang efektif dalam meningkatkan kepuasan komunikasi dan hubungan audiens.

1.5 Waktu dan Periode penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2024, dibawah ini merupakan tabel tahapan penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

JENIS KEGIATAN	BULAN							
	10	11	12	1	2	3	4	5
Menentukan topik, judul, dan objek penelitian								
Proses Penyusunan BAB I								
Proses Penyusunan Bab II								
Proses Penyusunan BAB III								
Desk Evaluation								
Pengumpulan data melalui kuesioner								
Pendaftaran Sidang								

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran dan panduan mengenai penelitian ini, maka sistematika disusun dengan urutan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.2 Identifikasi Masalah

1.3 Tujuan Penelitian

1.4 Manfaat Penelitian

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

1.6 Sistematika Penelitian

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1 Landasan Teori
- 2.2 Penelitian Terdahulu
- 2.3 Tujuan Penelitian
- 2.4 Hipotesis Penelitian
- 2.5 Ruang Lingkup Penelitian

BAB 3

- 3.1 Jenis Penelitian
- 3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran
- 3.3 Populasi dan Sampel
- 3.4 Teknik Pengumpulan Data
- 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas
- 3.6 Teknik Analisis Data

BAB IV

- 4.1 Karakteristik Responden
- 4.2 Hasil Penelitian
- 4.3 Pembahasan Penelitian

BAB V

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran