

**SKRIPSI**

**Tren *Love Language* Dalam Media Sosial TikTok**

**Pada Mahasiswa Universitas Hasanuddin di Kota Makassar**



**Disusun Oleh :**

**FITRI YULIANTY NASRIN. A**

**E071191039**

**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI SOSIAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2024**

**HALAMAN JUDUL**

**Tren *Love Language* Dalam Media Sosial TikTok Pada Mahasiswa Universitas  
Hasanuddin di Kota Makassar**



**Skripsi ini diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar  
Sarjana Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin**

**Disusun oleh:**

**Fitri Yulianty Nasrin.A**

**E071191039**

**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI SOSIAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitri Yulianty Nasrin.A

NIM : E071191039

Program Studi : Antropologi Sosial

Jenjang : S1

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul "**Tren *Love Language* Dalam Media Sosial TikTok Pada Mahasiswa Universitas Hasanuddin di Kota Makassar**" adalah karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 17 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan



*Fitri Yulianty Nasrin.A*  
Fitri Yulianty Nasrin.A

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Tren Love Language Dalam Media Sosial TikTok Pada  
Mahasiswa Universitas Hasanuddin di Kota Makassar

Nama : Fitri Yulianty Nasrin.A

NIM : E071191039

Program Studi : Antropologi Sosial

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

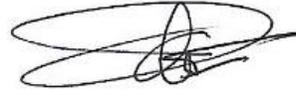
Disetujui :

Pembimbing I



Dr. Safriadi, S.IP., M.Si.  
NIP. 19740605 200812 1 001

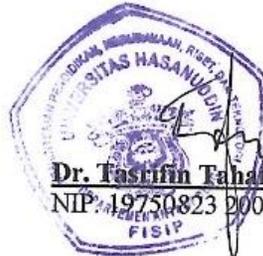
Pembimbing II



Icha Musywirah Hamka, S.Sos., M.Si  
NIP. 19890412 201404 2003

Mengetahui,

Ketua Departemen Antropologi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Tasfifin Tahara, M.Si.  
NIP. 19750823 200212 1 002

## HALAMAN PENERIMAAN

Nama : Fitri Yulianty Nasrin.A

NIM : E071191039

Judul Skripsi : *Tren Love Language* Dalam Media Sosial TikTok Pada Mahasiswa  
Universitas Hasanuddin di Kota Makassar

Telah diterima oleh panitia ujian skripsi Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, dan memenuhi syarat untuk  
memperoleh gelar sarjana (S1).

Makassar, 17 Januari 2024

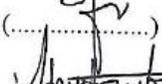
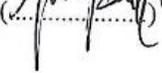
### Panitia Ujian

Ketua : **Dr. Safriadi, S.IP., M.Si.**  
NIP. 19740605 200812 1 001

Sekretaris : **Icha Musywirah Hamka, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 19890412 201404 2003

Anggota : 1. **Dr. Tasrifin Tahara, M.Si.**  
NIP. 19750823 200212 1 002

2. **Dr. Ahmad Ismail, M.Si.**  
NIP. 19870620 2021073001

()  
()  
()  
()

Mengetahui,

Ketua Departemen Antropologi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
**Dr. Tasrifin Tahara, M.Si.**  
NIP. 19750823 200212 1 002

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas berkah, rahmat dan hidayah Allah SWT, atas kesempatan, kesehatan dan keselamatan, serta kemampuan untuk dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini. Dan tak lupa pula penulis kirimkan shalawat dan salam atas junjungan kami baginda Nabiullah Muhammad SAW yang telah menuntun kami kejalan yang lurus, dari jalan yang gelap menuju jalan yang terang benderang, yaitu jalan yang diridhoi dan dikehendaki oleh Allah SWT.

Rasa haru dan bahagia karena bisa menyelesaikan skripsi dengan judul **“Tren *Love Language* Dalam Media Sosial TikTok Pada Mahasiswa Universitas Hasanuddin di Kota Makassar”** dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Adapun penulis skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat guna memporeleh gelar sarjana pada Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Namun, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik atas dukungan dan bimbingan dosen pembimbing saya, Bapak Dr. Safriadi, S.Sos, M.Si dan Ibu Icha Musywirah Hamka, S.Sos., M.Si yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan koreksi, arahan serta semangat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin

## UCAPAN TERIMAKASIH

Skripsi ini adalah karya penulis sebagai manusia biasa, dan mustahil dapat terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa doa, dukungan, bantuan dan uluran tangan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan setulus hati dan segala kerendahan hati penulis menyampaikan banyak terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Allah SWT atas karena izin-Nya segingga penulis dapat menyelesaikan karya ini, dan juga kepada keluargaku tercinta dan semua pihak yang telah berperan serta dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua penulis, yang sejatinya menjadi sumber kekuatan dan ketabahan penulis selama menjalankan studi. Gelar dan karya ini penulis persembahkan kepada Ayahanda tercinta **Muh. Wahyu Agus Wiarto** dan Ibunda **Titin Asnarti** atas kasih sayang, perhatian, dukungan, doa-doa yang selalu dipanjatkan, dorongan baik moril maupun materi kepada penulis, terimakasih banyak karena selalu memberikan support, membantu, mengerti, dan selalu memperhatikan dan mengusahakan apa yang dibutuhkan oleh anaknya meskipun tidak mudah tapi bisa melewati semua suka dan duka selama memberikan pendidikan yang layak untuk anaknya. Terimakasih juga kepada saudara kandung penulis **Salsadilla Nurul Juwita** dan **Fabiana Anita Irine**, yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta doa-doanya. Nenek Penulis Alm. **Hj. Muh Kamil Dg.**

**Rani** dan Alm. **Hj Nurawal Kamil**, yang juga tak henti-hentinya memberikan dukungan dan doa sampai akhir hidupnya sehingga penulis selalu kuat dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta Om dan tante penulis **Drs, Hj. Rusdi Syah** dan **Hj. Widyawati Kamil**, yang memberikan saya dukungan kenyamanan tempat tinggal selama berada di perantauan

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini ada banyak kendala dan hambatan yang dihadapi, maka dari itu penulis haturkan banyak terima kasih yang setulus-tulusnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya karena dalam pembuatan skripsi ini tentunya tidak luput dari bantuan berbagai pihak yang diberikan secara langsung ataupun tidak langsung kepada penulis. Oleh karena itu melalui kesempatan ini penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada pihak yang telah memberikan bantuan, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan kepada:

1. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M. Sc.** Selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta para Wakil Rektor, staf, dan jajarannya yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
2. **Dr. Phil. Sukri, M.Si.** Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, beserta para staf dan jajarannya yang telah

memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi pada Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

3. **Dr. Tasrifin Tahara, M.Si.** dan **Icha Musywirah Hamka, S.Sos, M.Si** yang terhormat. Selaku Ketua dan Sekertaris Departemen Antropologi Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.
4. Terima kasih kepada **Dr. Tasrifin Tahara, M.Si** dan **Dr. Ahmad Ismail, S.Sos, M.Si** selaku Dosen penguji yang telah memberikan kritik serta saran kepada penulis.
5. Seluruh Dosen Pengajar Departemen Antropologi Sosial **Prof. Dr. Mahmud Tang, MA, Prof. Nurul Ilmi Idrus, Ph.D, MA, Alm. Prof. Dr. Supriadi Hamdat, MA, Prof. Dr. Mungsi Lampe, MA, Dr. Yahya, MA, Dr. Muhammad Basir, MA, Muhammad Neil, S.Sos., M.Si dan Jayana Suryana Kembara, S.Sos, M.Si** yang telah berbagi ilmu dan pengalaman selama penulis belajar di Kampus Universitas Hasanuddin.
6. Seluruh **Staf akademik dan perpustakaan Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik** (Ibu Anni, Ibu Darma, Kak Shinta, dan Kak Aan) dan Staf **FISIP UNHAS** yang senang hati membantu dalam proses kelengkapan berkas selama menjadi mahasiswa.

7. Terimakasih kepada Sahabat **KOCBUTKU** yang selalu mendengarkan keluh kesahku (**Raisha Aprilia Iman, Nurul Aliza MZ, dan Hajrul Farawansya**) yang telah menjadi penyemangat kehidupan yang rumit ini. Terima kasih telah kebersamai suka dan duka meskipun sedikit menangis tapi alhamdulillah tertampar selalu dengan kata-kata mereka yang kenyataan, tentunya juga selalu kebersamai dari awal hingga akhir masa studi semoga Allah membalas segala kebaikan mu **ISTIQOMAHKI'** sahabat dunia akhiratku “jaya selalu **KAPODANG**”.
8. Kepada sahabat baruku (**Sri Maharani Pra Utami NF**) yang selalu mendukung setiap langkah ku jadi teman makan, jalan, nongki, saat kepala ini ingin meledak karena duniawi. Sehat-sehat terus biar bisa bermain lagi semangat dalam perantauan nanti love you.
9. Terimakasih untuk **Muhammad Resa Pahlevi** atau yang akrab saya sebut **Eca** atas segala dukungan, semangat disaat saya jatuh-jatuhnya, memberikan motivasi yang luar biasa untuk perjalanan hidup saya, maaf karena belum memberikan dan menjadi yang terbaik untuk perjalanan hidupmu. Terimakasih telah kebersamai hingga hari ini hingga penyelesaian skripsi ini.
10. Terimakasih Kepada keluarga **MINDMAP** terkhusus kepada (**kak nyoleh, kak Hesty**) yang telah menjadi pengganti orang tua saat tinggal

diperantauan dan tak lupa pula (**kak Natas**) yang selalu mengerti kehidupan anak kost ini sehat-sehat terus. Terimakasih atas semua bantuan yang telah diberikan juga terimakasih untuk rasa kekeluargaan yang diberikan selama saya tinggal jauh dari keluarga.

11. Terimakasih juga kepada keluarga **Langga Monar Mamuju**, mengingat bahwa karena band ini membawa saya pada jenjang pendidikan seperti saat ini, serta terimakasih juga kepada keluarga **DCM (Drum Corps Makassar)** yang menjadi penyemangat dan alasan penulis untuk tetap tinggal di Makassar dan menyelesaikan skripsinya. Jaya selalu **“We Are One”, “Go Fight Win”, “Ewako Paentengi Siri’nu”**.

12. Sangat tidak lupa berterimakasih kepada keluarga rumah **RPC (kak Adum, kak Aril, kak Bass, kak Adit, kak Firman, Mela, Musda)** yang selalu saling mendukung, membantu, mendengarkan dan memotivasi dalam penyelesaian skripsi penulis. Terimakasih atas perjuangan menjadi anak rantau tambah anak kost.

13. Kepada Seluruh **Informan Penelitian** yang senang hati meluangkan waktunya dan membantu penulis selama penelitian berlangsung. Tanpa kalian skripsi ini tak akan pernah ada. Terimakasih atas kebaikan dan ketulusan dalam memberikan informasi kepada penulis semoga senantiasa diberikan kesehatan.

14. Kepada Teman-Teman Kampus yang juga setia menemani dari Maba (**Pute, Tasha, Ima, Tini, Abel, Salsa, Ain, Adi, Amel, Lili, Arif, Dev, Fajrul, Fiah, Fadlan, Ijah, Hilma, Coy, Marsela, Nanda, Nida, Odie, Rhika, Sari, Tri, Vio, Inri, Rani, Marsela**) Terkhusus kepada (**Rani, Marsella, Tri, dan Fiah**) yang selalu menemani dalam pengurusan skripsi ini, mendengar selalu keluh kesahku didunia perkuliahan. Terima kasih sudah menjadi teman yang baik untuk anak rantau yang jauh dari rumah.
15. Kepada teman-teman angkatan penulis **ANTROPOLOGI 2019 (Barong19)** yang penulis tidak dapat sebutkan namanya satu-satu. Teman seperjuangan selama perkuliahan di kampus. Terima kasih banyak atas segala bantuan dan kebaikan kalian selama proses perkuliahan, terimakasih telah mengukir cerita suka dan duka yang diberikan kepada penulis selama ini.
16. Kepada teman-teman Seperjuangan se-PA penulis (**Alfandi Idris dan Dorsila**) terimakasih atas segala bantuan, dukungan dan motivasi yang diberikan selama ini. Semangat kalian semoga diberi kelancaran oleh Allah SWT
17. Kepada Seluruh teman-teman **KKNT KAKAO BULKUM 108 POSKO 2** terimakasih atas pengalaman tak terlupakan dan motivasinya. Dan khususnya untuk (**Fira**) yang telah kebersamai selama kurang lebih 3

bulan lamanya, serta semangat dan bantuan yang diberikan kepada penulis, sayang untuk **Fira**. Terimakasih untuk waktu dan kasih sayang yang tidak henti untuk sobat mu ini tetap kebersamai meskipun semua orang menganggap hidup ini jahat.

18. Terimakasih kepada **Himpunan Mahasiswa Antropologi FISIP UNHAS**, telah menjadi tempat belajar dan tempat mengukir banyak cerita. Terimakasih telah membuat banyak pengalaman yang penulis tidak bisa lupakan selama berstatus sebagai warga **HUMAN** dan Mahasiswa Antropologi, dan terimakasih untuk uluran tangan saat bencana alam Mamuju 2021.

19. Terima kasih kepada **UKM Seni Tari Fisip Unhas (SODEC)** membuat perjalanan karir penulis dalam hal menari dapat berkembang dan salah satu hobby penulis dapat tersalurkan dengan baik selama berjalan bersama untuk memajukan **SODEC**. Terimakasih untuk pengalaman serta amanah yang pernah diberikan dalam memimpin **SODEC** selama 1 tahun.

20. Terima kasih kepada seluruh **Mahasiswa Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**.

21. Kepada siapapun yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak disebutkan satu persatu.

22. Untuk yang terakhir dan yang terpenting terima kasih kepada diri sendiri karena telah kuat dan mampu bertahan untuk berjuang sampai detik ini meskipun terombang-ambing dalam masalah-masalah dan musibah yang menimpah semoga tetap kuat. **For myself, I Proud of you. I've been fighting up to this point. I love you!**

Semoga Allah SWT membalas kebaikan-kebaikan semua yang penulis sebutkan diatas. Aamiin

**Fitri Yulianty Nasrin.A (Nim. E071191039)** “*Tren Love Language Dalam Media Sosial TikTok Pada Mahasiswa Universitas Hasanuddin di Kota Makassar*” S.1, Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Di bawah bimbingan oleh Dr. Safriadi S.Sos, M. Si dan Icha Musywirah Hamkah, S.Sos, M.Si.

## ABSTRAK

Penelitian membahas tentang pandangan mahasiswa Universitas Hasanuddin terhadap tren *love language*, serta pemanfaatan media sosial TikTok dalam mengekspresikan cinta serta faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Hasanuddin dalam mengungkapkan cinta melalui tren *love language*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan Etnografi. Teknik penentuan informan yang digunakan adalah karakteristik informan yang perlu dipertimbangkan dimana pertimbangan karakteristik yang dimaksud adalah informan yang dipilih harus memiliki pola pikir yang dewasa, mahasiswa Universitas Hasanuddin serta mengikuti tren *love language* pada akun media sosial TikTok yang informan miliki. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan observasi terhadap akun media sosial Tiktok Informan dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing mahasiswa Universitas Hasanuddin memiliki bahasa cinta, serta alasan masing-masing dalam mengungkapkan cinta dengan cara yang berbeda-beda. Dimana faktor percaya diri juga perlu dalam proses pengungkapan bahasa cinta kepada orang terkasih, mahasiswa Universitas Hasanuddin juga memiliki pengetahuan yang terbaru tentang apa saja yang sedang viral atau sedang tren pada media sosial TikTok. Sebagian mahasiswa Universitas Hasanuddin juga senang menggunakan media sosial TikTok tidak hanya sebagai ungkapan kasih sayang dan rasa cinta tetapi juga sebagai media dalam mendapatkan informasi terbaru yang mereka anggap lebih update daripada media sosial lainnya. *Love language* dianggap sebagai ekspresi budaya karena diikuti oleh lebih dari individu.

**Kata Kunci :** *Love Language*, Media Sosial, Universitas Hasanuddin.

**Fitri Yulianty Nasrin.A (Nim. E071191039)** “*Tren Love Language Dalam Media Sosial TikTok Pada Mahasiswa Universitas Hasanuddin di Kota Makassar*” S.1, Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Di bawah bimbingan oleh Dr. Safriadi S.Sos, M. Si dan Icha Musywirah Hamkah, S.Sos, M.Si.

## **ABSTRAC**

*The research discusses the views of Hasanuddin University students regarding the love language trend, as well as the use of social media TikTok in expressing love and the factors that influence Hasanuddin University students in expressing love through the love language trend. The type of research used in this research is qualitative research using an ethnographic approach. The technique for determining the informant used is the characteristics of the informant that need to be considered, where the consideration of the characteristics in question is that the selected informant must have a mature mindset, be a student at Hasanuddin University and follow the love language trend on the TikTok social media account that the informant has. The data collection technique used in this research is observation of the informant's Tiktok social media account and in-depth interviews. The results of the research show that each Hasanuddin University student has a love language, as well as their own reasons for expressing love in different ways. Where the confidence factor is also necessary in the process of expressing love language to loved ones, Hasanuddin University students also have the latest knowledge about what is currently viral or trending on TikTok social media. Some Hasanuddin University students also like to use TikTok social media not only as an expression of affection and love but also as a medium for getting the latest information which they consider to be more updated than other social media. Love language is considered a cultural expression because it is followed by more than individuals.*

**Keywords:** *Love Language, Social Media, Hasanuddin University.*

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENERIMAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Khusus Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2. Teknologi dan Media Sosial.....	14
2.3 <i>Love Language</i> dalam Aplikasi TikTok.....	17
2.4 Ekspresi Budaya Media Sosial dalam Perspektif Antropologi.....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
3.1 Tipe Penelitian .....	24
3.2 Tahapan Penelitian.....	24
3.3 Lokasi Penelitian.....	25
3.4 Informan Penelitian.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Teknik Analisis Data .....	28
3.7 Etika Penelitian .....	29

<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Gambaran Umum Pengguna TikTok di Kota Makassar.....	31
4.2 Kondisi Geografis dan Demografis Kota Makassar .....	34
4.3 Profil Singkat Universitas Hasanuddin.....	35
4.4 Pemaknaan <i>Love Language</i> .....	38
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
5.1 Interpretasi Mahasiswa UNHAS Terhadap <i>Love Language</i> .....	42
1. Pengetahuan Tentang <i>Love Language</i> .....	44
2. Makna <i>Love Language</i> .....	48
3. Dampak Yang Dirasakan Dari Tren <i>Love Language</i> .....	53
5.2 Pemanfaatan Media Sosial TikTok Pada Mahasiswa UNHAS	
Dalam Mengekspresikan Cinta Melalui Tren <i>Love Language</i> .....	69
1. Kreativitas Visual .....	70
2. Berbagi Cerita Pribadi .....	73
3. Pemilihan Jenis Konten Tren <i>Love Language</i> .....	76
5.3 Faktor Yang Menyebabkan Mahasiswa UNHAS Mengekspresikan	
Cinta Pada Media Sosial TikTok Melalui Tren <i>Love Language</i> .....	78
1. Faktor Internal .....	79
2. Faktor Eksternal .....	84
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>91</b>
6.1 Kesimpulan.....	91
6.2 Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>97</b>
<b>Dokumentasi .....</b>	<b>97</b>
<b>Tabel Nama-Nama Informan.....</b>	<b>105</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Setiap kebudayaan mengandung unsur pengetahuan dan teknologi. Keduanya merupakan unsur yang berbeda namun terkait satu sama lain. Pengetahuan cenderung kepada suatu bentuk kerangka berpikir, sedangkan teknologi merupakan buah pemikiran hasil suatu pengetahuan. Pengetahuan lebih mengarah ke hal-hal yang bersifat teoritis, sedangkan teknologi lebih mengarah kepada penerapan praktis. Menurut Wahyudi (2016) terminologi ilmu tidak lepas dengan suatu institusi kebudayaan yaitu, mencakup suatu kegiatan manusia untuk mengetahui diri dan alam sekitarnya. Tujuannya, manusia dapat membuat perubahan-perubahan yang dialami sekaligus mencegah kerusakan, mendorong ataupun mengarahkan untuk menjadi lebih baik.

Kebudayaan menurut Koentjaraningrat (2015:144) adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia melalui proses belajar yang terbagi kedalam tiga wujud; *cultural idea*, *cultural activities*, dan *cultural artifact*. Salah satu unsur penting dalam mempertahankan sebuah kebudayaan ialah sistem pengetahuan (*knowledge*) (Koentjaraningrat, 2015). Manusia dapat menciptakan sesuatu melalui pengetahuan yang ada, salah satu hasil

dari pengetahuan itu sendiri adalah berkembangnya teknologi seperti pada saat ini.

Teknologi sebagai artefak yang lahir dari hasil pengetahuan atau pemikiran manusia yang kemudian digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Teknologi informasi dan komunikasi merupakan sesuatu yang berguna untuk mempermudah segala hal kehidupan manusia. Dunia informasi sekarang ini seakan tidak bisa lepas dari teknologi, seiring majunya teknologi, komunikasi antar-manusia semakin lama terus berkembang. Jika sebelumnya manusia berkomunikasi secara lisan, kini mulai dapat dilakukan dengan telegraf, telepon, faksimili, email, sms, telekonferensi, dan sebagainya. Semakin kekinian, proses komunikasi menjadi lebih praktis.<sup>1</sup>

Menurut Ninik (2010:50), fokus Antropologi pada karakteristik khas populasi manusia, maka dalam memandang komunikasi pun akan difokuskan pada mengapa sistem komunikasi yang satu berbeda dengan sistem komunikasi lainnya. Dengan penjelasan holistik, dikaitkan dengan sistem-sistem lainnya akan dapat dijelaskan perbedaan tersebut. Dalam pengertian yang terbatas, komunikasi adalah sarana untuk mengirim pesan. Dalam pandangan Antropologi, sarana untuk mengirim pesan ini eksis dalam konteksnya. Oleh karena itu makna pesan juga akan berhubungan dengan konteksnya.

---

<sup>1</sup> <https://teknik-informatika-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Perkembangan-Teknologi-Informasi-dan-Komunikasi/23a0538f53ccbf131a1f79874d3805ac4ed108fc> (diakses pada tanggal 29 Oktober 2023)

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat dipisahkan dari komunikasi mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali, segala unsur kehidupan manusia berkaitan dengan komunikasi baik komunikasi dengan diri sendiri (intrapersonal) maupun komunikasi dengan orang lain (antarpersonal). Menurut Kurniati (2016) Komunikasi itu sendiri terbagi atas komunikasi verbal dan non verbal. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata baik secara lisan maupun tulisan, sedangkan komunikasi non verbal ialah komunikasi yang dilakukan selain menggunakan bahasa dan tulisan seperti menggerakkan bagian tubuh, menggunakan isyarat, mimik, dan intonasi gaya bahasa.

Berbagai macam media untuk berkomunikasi pun hadir untuk memudahkan manusia berinteraksi. Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi internet sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Berkembangnya internet juga memudahkan manusia dalam berkomunikasi atau mendapatkan informasi melalui media sosial. Media sosial merupakan media online, yaitu media yang menggunakan internet dimana para penggunanya bisa menuangkan ide, mengekspresikan diri, dan menggunakan sesuai dengan kebutuhannya. Kehadiran media sosial memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan bersosialisasi. Menurut Kusuma dan Oktavianti (2020:373) aplikasi media sosial saat ini memberikan wadah bagi masyarakat untuk saling bersosialisasi tanpa harus bertemu dan efisien waktu dalam berkomunikasi, sehingga internet merupakan media yang saat ini banyak digunakan untuk

memuaskan kebutuhan manusia. Media sosial menyajikan banyak sekali kemudahan beberapa aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan oleh dalam kehidupan sehari-hari antara lain (WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Telegram, Line, dan terakhir ada TikTok).

Salah satu bagian dari aplikasi media sosial berbasis video yaitu TikTok. Saat ini TikTok adalah trend baru dan budaya populer di Indonesia. Berdasarkan data Business of Apps, ada 1,53 miliar pengguna aktif setiap bulannya.<sup>2</sup> Bahkan pada tahun 2021 menurut *Sensor Tower* TikTok mendapatkan jumlah unduhan yang fantastis yakni 3 miliar unduhan di seluruh dunia di IOS dan Android. Data *Sensor Tower Store Intelligence* mengungkap, adalah aplikasi non-game yang paling banyak diunduh di dunia. Fitur-fitur Tiktok sangat menarik sehingga menjadi daya tarik sendiri. TikTok menyediakan fitur musik, sehingga saat pengambilan video terdapat *background*, fitur *effect* yang akan mendeteksi wajah dan meletakkan *effect* sesuai dan tepat pada wajah. Lalu fitur merubah suara asli menjadi suara orang lain atau disebut dengan *lip sync*.

Dalam beberapa waktu ini, media sosial TikTok menjadi viral di kalangan milenial fitur yang menarik pada TikTok membuat seseorang lebih percaya diri dalam menuangkan ekspresi mereka melalui konten yang berisi video maupun gambar-gambar. Aplikasi ini pun membuat penggunanya berlomba-lomba

---

<sup>2</sup> <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-tiktok-dunia-capai-153-miliar-pada-kuartal-iii2022> (diakses pada tanggal 25 September 2023)

untuk menjadi *viral*, bahkan demi mendapatkan respon dan *likes* yang banyak. Mereka rela melakukan hal apa saja melalui konten-konten berupa gambar dan juga video selain itu terdapat juga fitur *live* yang juga digunakan untuk mendapatkan jumlah *likes* yang banyak serta menjadi sumber penghasilan. Aplikasi TikTok tidak hanya menarik perhatian anak remaja melainkan orang dewasa.

Aplikasi TikTok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya (Wuwungan, dkk 2022:5). Dalam media sosial TikTok sudah banyak jenis konten video yang diunggah serta yang ditonton pengguna sehingga ada beberapa konten yang langsung mempengaruhi perasaan pengguna, seperti termotivasi atau terinspirasi setelah menonton konten video tersebut. Emosi pengguna TikTok pada konten video yang ditonton, menunjukkan adanya perubahan, baik secara positif atau negatif, antara lain pengguna TikTok mulai merasakan tenang, memiliki motivasi dan senang ketika menonton konten hiburan, seperti video lucu atau sering dikenal *stand up comedy*, ini *talkshow*, ada juga konten video tentang kata-kata motivasi, rekomendasi barang-barang atau hal apa saja, serta resep-resep masakan dan masih banyak lagi.

Dalam konten-konten video tersebut pengguna merasa emosinya berubah tergantung dengan konten video seperti apa yang ditonton. Selain itu, pengguna TikTok juga merasakan emosi yang negatif, seperti konten video tentang berita atau informasi kasus pembunuhan, pelecehan, kekerasan atau ketidakadilan dan

masih banyak lagi yang membuat emosi pengguna terpengaruh. Hal ini membuktikan bahwa konten-konten yang terdapat pada media sosial TikTok dapat membuat seseorang mudah untuk terpengaruh sehingga menimbulkan keinginan untuk membuat konten yang sama dengan mengikutinya. Kelebihan aplikasi TikTok ini terdapat pada fitur-fitur yang menarik sehingga konten kreator lebih mudah membungkus sebuah pembelajaran/edukasi menjadi lebih menarik dan tidak membosankan sehingga masyarakat dapat menikmati sebuah konten dan mendapatkan sebuah edukasi juga. Edukasi di TikTok tidak hanya edukasi yang bersifat formal saja ada juga kreator yang membahas konten konten edukasi bersifat informal.

Penggunaan TikTok dalam kehidupan keseharian masyarakat saat ini sangat tinggi. TikTok tidak hanya digunakan untuk mencari konten hiburan, informasi dan bisnis, tetapi juga sebagai ajang untuk mengekspresikan diri. Melalui media sosial TikTok seseorang juga dapat mengeskpresikan cintanya melalui konten-konten yang tersedia. Salah satu konten yang menjadi sangat trending media sosial TikTok saat ini adalah tren *love language*. Tren tersebut merupakan konten yang berisi video dan gambar yang menunjukkan perilaku-perilaku romantis kepada pasangan. Orang-orang yang mengikuti tren ini menunjukkan bagaimana cara mereka mengekspresikan cintanya melalui perilaku dan tindakan sehingga orang-orang terkasih dapat merasa bahwa mereka dicintai.

Konsep *Love language* pertama kali dikemukakan oleh Gary Chapman (1992) konsep ini lahir dari sebuah perjalanan etnografi Gary Chapman di Amerika Tengah yang saat itu sedang mempelajari pola-pola kebudayaan dalam konteks cinta dan perkawinan, dalam perjalanannya dia mulai menulis dan menemukan sebuah konsep yang di sebut *five love language* yang kemudian menjadi sebuah buku.

Pengekspresian cinta melalui perilaku ataupun sikap yang dilakukan oleh individu kepada pasangannya sangatlah penting karena pada dasarnya cinta tidak bisa dipisahkan dari ekspresi (Utami 2022:30). Ekspresi adalah hal penting, karena melalui ekspresi esensi dari cinta dapat dirasakan dan dapat dinikmati, dengan adanya tren *love language* seseorang lebih mudah menunjukkan atau memberikan perilaku yang disukai oleh orang terkasih secara sederhana.

B. Malinowski dalam jurnal kodiran yang berjudul Antropologi dan Psikologi (1995:47) mengaitkan kebudayaan dan hasrat-hasrat naluri manusia. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh psikologi seseorang dengan hasrat atau keinginan seseorang untuk mengeskspresikan *love language* mereka melalui video dan foto.

Media sosial yang pertama kali mempopularkan tren *love language* adalah aplikasi Tiktok, Menurut Agustya, dkk (2023) TikTok memungkinkan pengguna membuat video pendek yang unik dengan berbagai macam ide konten. Mulai dalam bentuk tarian, sebagaimana fungsi awal TikTok untuk

mensinkronisasikan gerakan tubuh dengan musik dan special effect yang ditawarkan olehnya. Tidak hanya itu, TikTok juga menjadi wadah informasi, bercerita, dan bertukar pendapat yang dikemas dalam berbagai ide konten. TikTok mendorong para penggunanya untuk memberikan kreatifitas tanpa batas dengan berbagai segmen yang ada, yang melahirkan berbagai tren sehingga menjadi sangat populer. Salah satu konten yang sangat populer adalah tren *love language*, media sosial TikTok membawa dampak yang sangat besar bagi popularitas tren *love language*.

Berdasarkan fenomena yang ada, peneliti tertarik untuk mengangkat tentang bagaimana mahasiswa Universitas Hasanuddin melihat fenomena tren *love language* pada media sosial TikTok, serta bagaimana pemanfaatan media sosial TikTok dalam mengekspresikan cinta melalui tren *love language*, dan bagian terakhir faktor apa yang menyebabkan orang mengekspresikan cinta pada media sosial TikTok melalui tren *love language*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah berdasarkan latar belakang diatas adalah :

1. Bagaimana mahasiswa Universitas Hasanuddin menginterpretasikan *love language* ?
2. Bagaimana *love language* di TikTok dimanfaatkan mahasiswa dalam mengekspresikan perasaan cinta ?
3. Faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa menggunakan *love language* sebagai pengekspresian cinta pada media sosial TikTok ?

### **1.3 Tujuan Khusus Penelitian**

Pada hakikatnya, sebuah penelitian yang dilakukan oleh seseorang selalu didasarkan pada tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menggambarkan mahasiswa Universitas Hasanuddin terhadap fenomena tren *love language* pada media sosial TikTok
2. Mendeskripsikan pemanfaatan media sosial TikTok dalam mengekspresikan cinta melalui tren *love language*
3. Menganalisis penyebab seseorang mengekspresikan cinta pada media sosial TikTok melalui tren *love language*

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai tren *love language* dalam media sosial TikTok.

2. Secara praktis

Penelitian ini dapat dijadikan referensi rujukan khususnya bagi pembaca agar mengetahui tren *love language* dalam media sosial TikTok.

3. Secara akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menyumbang di bidang akademik mengenai tren *love language* dalam media sosial TikTok pada mahasiswa

Universitas Hasanuddin di Kota Makassar sebagai studi antropologi sehingga dapat dijadikan referensi dan rujukan bagi penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Sejauh ini penelitian terkait pemanfaatan media sosial TikTok dalam mengekspresikan cinta melalui tren *love language* sangat terbatas, sehingga dalam pencariannya hanya menemukan beberapa penelitian berikut yang relevan dengan topik penelitian ini.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Fia Daniati (2021) TikTok Sebagai Ruang Ekspresi Publik (Studi Deskriptif Pengguna TikTok di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar). Penelitian ini berpijak pada teori ruang publik Jurgen Habermas. Berdasarkan hasil penelitian, di dapatkan bahwa ruang publik dalam masyarakat digital pada aplikasi TikTok dimaknai sebagai ruang dimana terjadi proses pengekspresian diri Peran ruang dalam TikTok antara lain: (1) memberikan kebebasan akses kepada siapapun tanpa memandang status para penggunanya, (2) memberikan kebebasan berekspresi namun tidak lepas dari dominasi (3) keterikatan yang tercipta mampu membuat para pengguna ikut berpartisipasi didalamnya. Akan tetapi, ruang publik yang terjadi dalam TikTok belum bisa sepenuhnya dikatakan sebagai ruang ekspresi publik yang ideal dikarenakan TikTok belum memenuhi ketiga kriteria ruang publik yang diciptakan Habermas.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Fatimah, dkk (2021) tentang Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran

Mendemonstrasikan Teks Drama. Subjek dari penelitian ini adalah 16 siswa kelas VIIIA SMP IT IT Syakur Al Marzuqi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) aplikasi TikTok dapat menjadi media pembelajaran menunjang berjalannya proses pembelajaran, 2) aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran mendemonstrasikan teks drama mendapatkan respons positif dari peserta didik. Simpulan dari penelitian ini adalah aplikasi TikTok adalah aplikasi yang dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran dalam proses pembelajaran dan aplikasi ini juga mendapatkan respons positif peserta didik mengenai pemnafaatannya sebagai media pembelajaran mendemonstrasikan teks drama.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Pellondou & Rusdi (2021) tentang Aktualisasi Diri Generasi Milenial Pada Aplikasi TikTok. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial digunakan untuk membangun citra diri yang diharapkan. Dengan menggunakan teori dramaturgi dari sosiolog Amerika Serikat, Erving Goffman, terlihat bahwa terdapat perbedaan antara pengguna media sosial di dalam kehidupan dunia maya dan dunia nyata. Pengguna media sosial TikTok terlihat seperti memiliki kepribadian ganda.

Selanjutnya, penelitian tentang *love language* juga dilakukan oleh Yusuf, Iqlimah, & Hersjee (2022) tentang Love Languages Dalam Hubungan Persahabatan Remaja. Peneliti memilih enam pasang remaja yang memiliki hubungan persahabatan minimal 3 tahun. Kesimpulannya, *love languages*

pada persahabatan remaja didominasi oleh *quality time*, *receiving gifts*, dan *acts of service*. Sementara *word of affirmation* kurang maksimal dilakukan, bahkan terdapat remaja yang menghindari *physical touch*. Diharapkan ke depan, penerapan *love languages* semakin baik. Setiap pasangan memaksimalkan kemampuan komunikasi sebagai salah satu konsep yang ikut berperan dalam mengimplementasikan 5 *love languages*.

Kemudian penelitian terdahulu dilakukan oleh Suriyah, dkk (2020) tentang Tiga Faktor Bahasa Cinta Berdasarkan Sumber Bukti Empirik Pada Individu Yang Telah Menikah di Bali, Indonesia. Adapun hasil dari penelitian ini adalah melalui analisis pakar dan wawancara menunjukkan bahwa perspektif yang detail terkait waktu yang dihabiskan bersama keluarga (*Family Time*) dan pemaknaan terhadap pentingnya nafkah lahir/batin pada relasi suami-istri. Analisis faktor dan measurement invariance menunjukkan tiga faktor khas penyusun bahasa cinta di Indonesia yaitu karakter pasangan, ekspresi rasa sayang, dan waktu yang dihabiskan bersama keluarga. Temuan ini menunjukkan keunikan bahasa cinta orang Indonesia yang berbeda dengan teori asal Lima Bahasa Cinta. Orang Indonesia merasa dicintai tidak terbatas pada perlakuan yang diterima pada diri mereka sendiri namun juga dari penilaian mereka terhadap karakter maupun perlakuan yang diberikan kepada orang lain seperti anggota keluarga.

Penelitian ini memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya, penelitian ini mengangkat konsep *five love language* oleh Gary Chapman (1992) didalam

media sosial TikTok, dimana TikTok sebagai media yang menampilkan berbagai macam informasi hingga konten menjadi populer, salah satu konten yang sangat viral yaitu tren *love language*. *Love language* yang dikemukakan oleh Gary Chapman (1992) terdiri dari 5 jenis yaitu *Physcal Touch* (sentuhan fisik), *Act Of Service* (pelayanan), *Words Of Affirmation* (kata-kata penegasan), *Receiving Gifts* (menerima hadiah), dan *Quality Time* (waktu berkualitas). Penelitian ini mewawancarai informan yang memiliki akun TikTok dan menjadikan TikTok sebagai tempat untuk mengekspresikan cinta mereka dan bahkan belajar tentang ekspresi cinta melalui konten *love language*.

## **2.2 Teknologi dan Media Sosial**

Semua teknologi lahir dari sebuah tujuan. Dalam setiap perkembangannya, teknologi baru menggabungkan teknologi yang ada untuk menciptakan sesuatu yang lebih baik dari yang sebelumnya digunakan. Dan hal ini terus berlangsung hingga sekarang. Menurut Zamroni (2009) Perubahan yang cepat ini didorong oleh adanya berbagai penemuan di bidang teknologi sehingga apa yang dulu merupakan kendala dalam kegiatan komunikasi, sekarang sudah terbuka lebar. Seseorang dapat berhubungan dengan seseorang atau sekelompok orang tanpa dibatasi oleh faktor waktu, jarak, jumlah, kapasitas dan kecepatan.

Teknologi yang berkembang saat ini adalah teknologi yang dapat memudahkan manusia dalam kebutuhan sehari-hari. Dapat dikatakan bahwa teknologi telah mempengaruhi kehidupan manusia, misalnya teknologi informasi dapat memudahkan manusia dalam mengetahui informasi melalui

televisi, smartphone dan masih banyak lagi. Kemudian menurut Zamroni (2009) teknologi komunikasi pada era komunikasi interaktif ditandai dengan ditemukannya berbagai kemajuan teknologi seperti *Komputer, Satelit, Internet* dan lain-lain. Internet juga menembus batas dimensi kehidupan pengguna, waktu dan ruang, yang dapat di akses oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun.

Cara manusia untuk saling berkomunikasi juga berkembang terus menerus mengikuti perkembangan teknologi. Teknologi komunikasi berkembang sangat pesat, hingga dapat menghadirkan beragam aplikasi pesan antar *instant messaging* dan juga beragam model Web 2.0 sebagai sarana komunikasi antar pengguna internet. Era ini disebut juga sebagai era media baru atau new media. Dengan keberadaan internet, secara tidak langsung menghasilkan sebuah generasi yang baru, yaitu generasi net. Generasi ini dipandang menjadi sebuah generasi masa depan yang diasuh dan di besarkan dalam lingkungan budaya baru media digital yang interaktif, yang berwatak meyakini, kemudian berkomunikasi secara personal.

Menurut Ayun (2015) Terjadi pergeseran budaya, dari budaya media tradisional yang berubah menjadi budaya media yang digital. Dimana ini membuat ruang privat terkesan menjadi ruang publik. Karena kehadiran media sosial yang membuat seseorang kini tidak segan-segan membagikan segala bentuk kegiatan yang bersifat pribadi ataupun tidak pribadi untuk di sampaikan

kepada teman-temannya melalui akun media sosial dalam membentuk identitas diri mereka (Zakirah, 2020).

Menurut Meisyaroh (2013) Media komunikasi saat ini makin berkembang maju sejalan dengan perkembangan hidup manusia. Dengan berkembangnya teknologi komunikasi kini melahirkan beberapa media sosial yang dapat membuat penggunanya mampu untuk berkomunikasi jarak jauh. Bukan hanya itu, media sosial juga dapat membagikan foto dan video apapun.

Penggunaan media sosial dikalangan masyarakat dari yang muda hingga dewasa menjadi hal yang tidak bisa dipungkiri lagi. Salah satu media sosial yang saat ini sedang banyak di gandrungi oleh pengguna media sosial, yaitu aplikasi TikTok. Tiktok merupakan media baru yang dibuat pada tahun 2016 oleh perusahaan *ByteDance* asal China yang awalnya memberi wadah bagi para pengguna untuk dapat berekspeksi dan mengasah bakat melalui konten video, seperti menari dan *lipsinc*, sekarang di tahun 2021 Tiktok menghadirkan konten video yang bermanfaat, menginspirasi, serta memotivasi. Pemanfaatan media sosial Tiktok telah banyak digunakan oleh mahasiswa sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi yang mereka butuhkan.

Menurut Wuwungan, dkk (2022:2) Tik Tok menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Berdurasi awalnya kurang lebih 15 detik dan sekarang sudah bisa berdurasi 3 menit, aplikasi ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah

video yang keren dengan mudah. Aplikasi ini menyajikan banyak sekali beragam konten, konten tersebut dapat berupa edukasi dan dapat berupa informasi.

### **2.3 Love Language dalam Aplikasi TikTok**

Love language (bahasa cinta) merupakan sebuah konsep cinta yang mengekspresikan cara seseorang dalam hubungan percintaan, baik hubungan keluarga, romantis dan pertemanan. Gary Chapman (1992) membagi *love language* kedalam 5 jenis yaitu *physical touch* (sentuhan fisik) adalah bahasa cinta yang mengungkapkan keintiman, perasaan cinta, dan perasaan aman saat menerima sentuhan fisik. Ini dapat diungkapkan kepada pasangan melalui berpegangan tangan, berpelukan, dan bercinta. *Words of affirmation* (kata-kata penegasan) adalah bahasa cinta yang terdiri dari pemberian kata-kata yang penuh kasih sayang dan positif kepada orang yang dicintai. *Acts of service* (pelayanan) adalah bahasa cinta dimana sebagian orang merasa dicintai ketika mereka menerima bantuan dan bantuan dari pasangannya atau diperlakukan seolah-olah mereka sedang dilayani dalam kegiatan sehari-hari mereka. *Quality time* (waktu berkualitas) adalah bahasa cinta yang melibatkan perhatian pada pasangan dengan menghabiskan waktu bersama atau memberikan perhatian penuh saat bersama. *Receiving gift* (menerima hadiah) merupakan salah satu bahasa cinta ketika seseorang merasa dicintai saat pasangannya memberikannya hadiah. Hadiah tidak harus selalu mahal atau diberikan secara teratur, tetapi bagi sebagian orang, hadiah itu lebih dari sekadar uang, tentang

bagaimana seseorang memikirkannya dalam hadiah tersebut. Pola-pola ini lahir karena adanya kebudayaan oleh Gary Chapman (1992) pada masyarakat di Amerika Tengah yang kemudian dipakai pada masyarakat saat ini.

*Love language* (bahasa cinta) juga dapat mengukur kebutuhan yang dirasakan oleh seseorang terhadap pasangannya maupun terhadap orang-orang terkasih seperti keluarga, dan sahabat. Konsep tersebut menjadi sangat terkenal karena dapat ditemukan dimana saja, tidak hanya dalam kehidupan nyata tetapi juga dapat dilihat dan dirasakan dalam media sosial. Media sosial adalah salah satu hasil dari perkembangan teknologi komunikasi. Salah satu media sosial yang membuat tren ini menjadi sangat *viral* adalah TikTok. Platform ini memberikan kesempatan bagi pengguna untuk mengekspresikan diri mereka sendiri secara kreatif dan menunjukkan bakat mereka.

Dengan fitur-fitur pada aplikasi TikTok dapat mempermudah pengguna untuk membuat video pendek. Selain itu, pengguna juga dapat berlatih menjadi lebih percaya diri di depan kamera. Mereka dapat merencanakan skenario video, mengasah kemampuan akting, dan berlatih berbicara di depan umum. Semua hal ini dapat membantu pengguna merasa lebih nyaman dan percaya diri ketika harus tampil di depan orang banyak.

Pengaplikasian tren *love language* dalam media sosial TikTok yaitu berupa video dan gambar yang disajikan melalui konten. Konten tersebut berisi video yang menunjukkan kemesraan seperti, menghabiskan waktu bersama dengan liburan berdua, serta video yang memperlihatkan seseorang

memberikan hadiah kepada pasangannya, menunjukkan perhatian dengan memberikan bantuan kepada pasangannya dan video romantis lainnya. Mereka memanfaatkan fitur-fitur pada aplikasi TikTok untuk mengemas konten video yang menunjukkan kemesraan melalui tren *love language*. Semua ini disebut dengan ekspresi cinta dimana Ekspresi adalah pengungkapan atau proses menyampaikan sesuatu, menyatakan maksud, atau perasaan seseorang. Cinta hadir dalam suatu kondisi dimana kebahagiaan individu yang dicintai tersebut sangat penting bagi diri orang yang mencintai. Cinta dapat berwujud dalam berbagai perasaan yang berbeda, pernyataan, dan sikap yang berkisar dari kasih sayang. Hal ini dapat merujuk pada emosi dari daya tarik yang kuat dan kasih sayang pribadi. Hal ini juga bisa menjadi kebajikan mewakili kebaikan manusia, kasih sayang, dan kasih sayang perhatian kesetiaan dan kebaikan hati yang tidak mementingkan diri demi kebaikan orang lain.

Sementara itu, menurut Udayana dan Indiatmoko (2017) ekspresi cinta lahir sebagai sebuah realitas kehidupan, kehadirannya menjadikan sebuah gairah. Ekspresi cinta juga memiliki keterkaitan dengan konsep *love language*. Maka dari itu ekspresi cinta dapat dikatakan sebagai tindakan yang penuh kasih sayang terhadap manusia lain maupun orang terkasih.

#### **2.4 Ekspresi budaya media sosial dalam perspektif antropologi**

Ekspresi adalah pengungkapan atau proses menyampaikan sesuatu, menyatakan maksud, atau perasaan seseorang. Sedangkan kebudayaan menurut Koentjaraningrat (2015:144) adalah keseluruhan sistem, gagasan, dan hasil

karya manusia dalam kehidupan masyarakat. Dimana ekspresi budaya adalah perwujudan dari kehidupan budaya suatu masyarakat. Clifford geertz (1973) mengembangkan konsep “teater simbolik” untuk memahami ekspresi budaya yang dimana menurutnya tugas utama antropologi adalah menafsirkan tanda-tanda simbolik yang terlibat dalam ekspresi budaya, ia juga berpendapat bahwa melalui interpretasi simbol-simbol tersebut seseorang dapat memahami makna dan struktur budaya suatu masyarakat.

Pernyataan tersebut membuktikan bahwa kebudayaan dapat dipandang sebagai ekspresi dari suatu kelompok masyarakat karena ekspresi budaya mencakup segala hal yang melibatkan nilai-nilai, norma, kepercayaan, pengetahuan, bahasa, seni, teknologi, sistem sosial, dan praktik-praktik yang dianut oleh suatu kelompok manusia. Melalui ekspresi budaya, suatu kelompok masyarakat mengkomunikasikan identitas mereka, pandangan dunia, dan cara hidup kepada anggota kelompoknya dan juga kepada dunia luar. Ekspresi budaya mencerminkan cara kelompok tersebut dalam berinteraksi dengan lingkungan fisik, mengatasi tantangan, menjalin hubungan sosial, dan mengorganisir kehidupan sehari-hari.

Ekspresi budaya dapat berupa seni visual (patung, arsitektur, dan lukisan), seni pertunjukan (teater, tari, dan musik) literatur ritual, kebiasaan makan, mode berpakaian, bahasa, dan teknologi yang dikembangkan. Teknologi yang melahirkan media sosial sebagai wadah untuk menuangkan berbagai ekspresi budaya salah satu contohnya adalah media sosial TikTok, aplikasi ini menjadi

wadah untuk mengekspresikan budaya melalui video pendek seperti tari-tarian, musik, bahasa dan lingo dimana pengguna sering kali membuat video dengan kata-kata, frasa, atau slang (bahasa gaul) yang populer di kalangan komunitas tertentu. Hal ini memperkuat ikatan sosial dan budaya antara anggota komunitas tersebut. TikTok juga menampilkan tradisi dan festival serta mode dan gaya melalui tren yang ada.

Salah satu tren pada aplikasi TikTok adalah tren *love language* meskipun tren ini bukan secara khusus ekspresi budaya dalam arti tradisional, tren *love language* dapat mencerminkan preferensi budaya dan cara berinteraksi antara individu dalam hubungan. Dalam konteks antropologi, kita dapat melihat konsep 5 *love language* sebagai simbol yang dapat membantu memahami dinamika budaya dan hubungan sosial dalam suatu masyarakat. Simbol adalah representasi yang digunakan untuk menyampaikan makna budaya, nilai, dan norma tertentu. Dalam hal ini, *love language* dapat dianggap sebagai simbol yang merefleksikan preferensi budaya, nilai, dan pola komunikasi dalam hubungan antarpribadi. Setiap bahasa cinta (*Words of Affirmation, Quality Time, Receiving Gifts, Acts of Service, Physical Touch*) dapat dianggap sebagai simbol yang mencerminkan cara konkret yang digunakan individu atau kelompok untuk mengungkapkan cinta dan kasih sayang.

Simbol *love language* dapat memberikan wawasan tentang budaya dan dinamika hubungan dalam suatu masyarakat. Misalnya, dalam budaya yang menekankan pentingnya ungkapan kata-kata pujian (*Words of Affirmation*),

simbol ini dapat mencerminkan nilai-nilai kebaikan dan penghargaan dalam hubungan. Sementara dalam budaya yang memberikan perhatian pada waktu yang berkualitas (*Quality Time*), simbol ini mungkin mencerminkan pentingnya kehadiran fisik dan emosional dalam hubungan. Pemahaman tentang simbol *love language* dalam antropologi dapat memberikan wawasan tentang perbedaan budaya dalam cara berinteraksi, mengungkapkan emosi, dan membangun hubungan. Ini juga membantu para antropolog memahami bagaimana masyarakat mengorganisir dan memberi makna pada hubungan interpersonal.

Tren *love language* mencerminkan preferensi individu dan kebutuhan emosional yang berbeda dalam hubungan. Meskipun ini bukan budaya yang bersifat universal, popularitas konsep ini di media sosial dan diskusi publik menunjukkan bahwa tren *love language* telah menjadi bagian dari cara orang berbicara tentang hubungan dan mengungkapkan cinta. Dalam konteks ekspresi budaya, tren *love language* dapat mencerminkan perubahan dalam cara orang berhubungan satu sama lain dan bagaimana mereka berusaha memahami dan memenuhi kebutuhan emosional pasangan mereka. Hal ini juga mencerminkan pergeseran budaya dalam memahami pentingnya komunikasi dan koneksi emosional dalam hubungan interpersonal.

Penelitian ini mengangkat konsep *five love language* oleh Gary Chapman (1992) yang ada pada media sosial TikTok, pengguna TikTok yang dimaksud adalah mereka yang berstatus sebagai mahasiswa Universitas Hasanuddin.

Kelima konsep tersebut adalah words of affirmation (kata-kata penegasan), quality time (waktu berkualitas), physical touch (sentuhan fisik), act of service (pelayanan), receiving gift (pemberian hadiah). Konsep tersebut merupakan ekspresi cinta yang kemudian dituangkan oleh informan dalam bentuk konten video atau gambar di aplikasi TikTok, penelitian ini menggambarkan serta menjelaskan lebih dalam tentang bagaimana pandangan mahasiswa Universitas Hasanuddin terhadap love language pada media sosial TikTok, informan juga menjelaskan makna serta dampak positif dan negatif yang mereka rasakan dari tren love language. Kemudian bagaimana masing-masing dari informan memanfaatkan media sosial TikTok dalam mengekspresikan cinta, Terakhir faktor faktor apa saja yang menyebabkan mahasiswa Universitas Hasanuddin mengekspresikan cinta melalui tren love language dengan menggunakan media sosial TikTok.