



## Analisis *Love Language* yang Digunakan Generasi Z dalam Membangun Hubungan Personal

Farah Aulia Azzahra<sup>1</sup>, Khuurin Iin Islami Hidayatullah<sup>2</sup>, Muhammad Wildan<sup>3</sup>, Keyni Mahardika Firmansyah<sup>4</sup>, Muhammad Febriansyah Rizki Answend<sup>5</sup>, Viktoria Yustika Saerang<sup>6</sup>, Daffa Pasha Arifin<sup>7</sup>, Endang Sholihatin<sup>8</sup>

1,2,3,4,5,6,7,8 UPN "Veteran" Jawa Timur

### Abstrak

Received: 03 Juni 2024

Revised : 10 Juni 2024

Accepted: 17 Juni 2024

*The concept of love language is widely used and has become a trend among young people of generation Z, especially through social media. The aims of this research are 1) various love languages of generation Z to build personal relationships; 2) use of love language in generation Z to build personal relationships; and 3) the impact of using love language on generation Z in building personal relationships. This research uses communication theory, generation Z, and Chapman's love language. The method used in this research is a descriptive qualitative method with data collection techniques through interviews with 14 Generation Z couples anonymously. The research results show that 1) the variety of generation Z love language for building personal relationships in this research includes words of affirmation, physical touch, quality time, and acts of service; 2) the use of love language in generation Z to build personal relationships in this research, namely to appreciate and love each other, increase feelings of love, provide comfort to partners in building a relationship, help each other and give each other affection in the form of words of support, and praise partners ; 3) the positive impact of using love language on generation Z in building personal relationships, namely strengthening feelings of love for a partner, strengthening the foundations of both partners to give in to each other as proof of mutual love and encouragement for each other, increasing awareness in evaluating each other's mistakes, being able to carry out quality time that other couples may not be able to do, can provide a deeper sense of trust in their partner, provide calm so they don't "feel lonely", encourage each other, have a place to exchange or share stories. However, the negative impact of using love language on generation Z in building personal relationships is the emergence of difficulties in managing time for quality time and difficulty expressing opinions with each other during LDRs due to the lack of direct contact.*

**Keywords:** *love language, generation Z, personal relationships, couples, long distance relationships*

(\*) Corresponding Author: 23043010004@student.upnjatim.ac.id,

**How to Cite:** Azzahra, F. A., Hidayatullah, K. I. I., Wildan, M., Firmansyah, K. M., Answend, M. F. R., Saerang, V. Y., Arifin, D. P., & Sholihatin, E. (2024). Analisis Love Language yang Digunakan Generasi Z dalam Membangun Hubungan Personal. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12522438>

## PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan dan selalu ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Manusia memiliki rasa ingin tahu tentang lingkungan sekitar dan mengetahui lingkungan maupun dirinya apa yang



sedang terjadi. Hal ini mendorong manusia untuk berkomunikasi sebagai upaya untuk tetap terhubung dengan manusia lain maupun lingkungannya.

Komunikasi merupakan bentuk usaha manusia untuk menyampaikan pesan kepada manusia lain baik secara individu maupun kelompok. Komunikasi yang baik antar manusia merupakan kunci terjalinnya hubungan antar individu yang baik pula. Hal ini dikarenakan komunikasi yang telah dikemukakan oleh Berelson dan Stainer berkaitan dengan penyampaian informasi, gagasan emosi, keahlian melalui simbol berupa kata, angka, gambar, ataupun lainnya (Sari, et al., 2023).

Tak hanya bertujuan untuk menjalin hubungan baik antar manusia, komunikasi juga digunakan sebagai sarana untuk mengungkapkan rasa cinta atau kasih sayang kepada pasangan, teman maupun keluarga atau biasa dikenal saat ini dengan *love language* atau bahasa cinta. Bahasa cinta merupakan ungkapan atau ekspresi perwujudan rasa cinta individu kepada individu lainnya. Seseorang atau individu cenderung merasa dicintai apabila dapat mengomunikasikan cintanya dengan baik sesuai dengan individu masing-masing. Bentuk *love language* sendiri menurut Chapman dibagi menjadi lima yaitu *physical touch*, *act of service*, *quality time*, *word of affirmation*, dan *receiving a gift* (Chapman, 2010).

*Love language* atau bahasa cinta adalah suatu bentuk sikap individu untuk mengungkapkan rasa kasih sayang dan cintanya kepada individu lain. Bahasa cinta sangat penting untuk dikenali dan dipahami karena merupakan salah satu kunci sukses dalam membangun hubungan, Syamsiyah dalam (Priani & Bantam, 2022). Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 2000-an, dipersiapkan untuk menjadi agen perubahan dan dikenal sebagai generasi *mobile*, Rachmawati dan Purwaningrum dalam (Efendi et al., 2021).

Konsep *love language* banyak digunakan dan menjadi trend di media sosial di kalangan generasi Z. Generasi Z sendiri merupakan generasi yang dekat dengan media sosial, sehingga dengan adanya trend ini banyak generasi Z mencari tahu hingga membagikan pengalamannya dalam mengungkapkan cintanya melalui *love language*. Generasi Z menggunakan *love language* untuk mengekspresikan dan mewujudkan cintanya kepada orang-orang terkasih dengan harapan dapat menciptakan hubungan yang berkualitas, terutama hubungan romantis dengan pasangan mereka.

Ungkapan dan pengekspresian cinta yang tepat kepada pasangan dapat meningkatkan rasa cinta dan kualitas hubungan personal pada generasi Z. Ketika sebuah pasangan dapat mengungkapkan *love language* yang tepat pada pasangan, maka akan meningkatkan kualitas hubungan mereka sehingga meminimalisir adanya kesalahpahaman dalam mengkomunikasikan keinginan masing-masing. Dan apabila *love language* berhasil diberikan pada pasangan, individu cenderung akan merasa dicintai yang nantinya berdampak terhadap keberlangsungan hubungan mereka. Artinya pasangan dapat berkomunikasi baik untuk menjaga hubungan personal mereka yang romantis.

Adanya trend *love language* pada generasi Z dan topik tentang *love language* yang masih jarang digunakan dalam pembuatan karya ilmiah melatarbelakangi pengambilan topik pada penelitian ini. Penelitian sebelumnya seperti pada jurnal karya Ramadhani Zahra dan Wiwid Noor Rakhmad yang berjudul “Penerapan Bahasa Cinta Dalam Pemeliharaan Hubungan Romantis Jarak

Jauh” berfokus pada pendeskripsian pasangan dalam menjaga hubungan jarak jauh melalui penerapan konsep love language. Sementara pada jurnal karya Nurmala Sari dkk. Yang berjudul “Komunikasi Love language dalam Keluarga (Studi Pada Pasangan Suami Istri di Kelurahan Bukit Baru Palembang” berfokus pada love language apa yang dimiliki dan bagaimana cara mengungkapkannya pada pasangan suami istri atau telah menikah. Untuk membedakan dan menyempurnakan penelitian sebelumnya, penelitian ini berfokus pada penerapan love language yang diterapkan pada generasi Z.

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui 1) ragam love language generasi Z untuk membangun hubungan personal; 2) penggunaan love language pada generasi Z untuk membangun hubungan personal; dan 3) dampak penggunaan love language pada generasi Z dalam membangun hubungan personal.

Berdasarkan istilah, komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa latin yaitu *communicatio* yang berasal dari kata *communis* yang memiliki arti sama. Hal ini juga dikemukakan oleh Hafied Cangara bahwa komunikasi berasal dari kata *communis* yang memiliki arti untuk membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih (Cangara, 2016).

Komunikasi sendiri memiliki beragam definisi misalnya berbicara satu sama lain, model rambut, kritik karya, televisi, dan penyebaran informasi. Namun, pada dasarnya komunikasi merupakan upaya individu atau manusia untuk menyampaikan pesan kepada manusia baik individu maupun sebuah kelompok. David K. Berlo membuat formula komunikasi yaitu Source (pengirim), Message (pesan), Channel (saluran media), dan Receiver (penerima) atau yang biasa dikenal dengan “SMCR” (Zahra & Rakhmad, nd.).

Tak hanya berkaitan dengan pengirim, pesan, saluran, dan penerima, Berelson dan Stainer mengemukakan bahwa komunikasi juga berkaitan dengan penyampaian informasi, gagasan emosi, keahlian, dan lainnya melalui sebuah simbol seperti kata-kata, angka-angka, dan gambar-gambar (Sari, et al., 2023). Sejalan dengan Berelson dan Stainer, Jenis dan Kelly berpendapat bahwa komunikasi melalui proses di mana komunikator menyampaikan stimulus berupa kata atau lainnya yang bertujuan untuk membentuk maupun mengubah perilaku orang lain.

Sementara itu, Brandlun mengatakan bahwa komunikasi terjadi karena dorongan akan kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, memperkuat atau mempertahankan ego, dan bertindak secara efektif (Sari, et al., 2023). Artinya individu melakukan komunikasi untuk mengatasi kondisi ketidakpastian hingga mempertahankan maupun memperkuat ego individu itu sendiri.

Komunikasi dapat berupa verbal maupun non verbal. Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang banyak digunakan dalam hubungan antar manusia berupa kata-kata baik secara lisan maupun tulisan. Sementara komunikasi non verbal merupakan komunikasi berupa semua isyarat yang bukan kata-kata (Zahra & Rakhmad, 2022). Komunikasi non verbal sangat berpengaruh dalam komunikasi dan sangat sulit untuk ditafsirkan daripada simbol verbal. Bahasa verbal sejalan dengan bahasa non verbal, misalnya saat mengatakan kata “tidak” pasti kepala kita menggeleng. Berdasarkan pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi merupakan penyampaian pesan antar seseorang dengan tujuan untuk

mempengaruhi perilaku atau pengetahuan orang lain yang kemudian menghasilkan umpan balik antara pengirim dan penerima pesan.

Generasi yang lahir dengan rentan tahun 1995-2012 disebut dengan generasi Z atau dapat disebut selanjutnya sebagai gen Z. Generasi ini dapat disebut juga sebagai iGeneration, hal ini dikarenakan generasi Z merupakan generasi internet dan akrab dengan teknologi. Hal tersebut selaras dengan yang dikemukakan oleh Fortuna & Sutanto bahwa generasi Z telah familier dengan teknologi serta menguasai informasi, internet, dan teknologi (Fortuna & Sutanto, 2023). Sehingga, generasi Z terbiasa dengan media online dan terbiasa memperoleh topik menarik dalam media sosial.

Terdapat generasi Z memiliki karakteristik umum meliputi menyukai bersosialisasi, memiliki mobilitas tinggi, berkomunikasi secara digital, menyukai hal secara visual, dan suka mengekspresikan diri ataupun kebebasan (Suganda, 2018). Dapat diketahui bahwa generasi Z menyukai ekspresi diri yang tidak menutup kemungkinan dalam hal bahasa cinta sekalipun.

Bahasa cinta atau Love language sering digunakan dalam hubungan personal termasuk pada generasi Z, dimana konsep ini menjadi trend di media sosial. Love language adalah bentuk ungkapan atau wujud pengekspresian rasa cinta kepada seseorang atau individu lain di berbagai jenis hubungan (Sari et al, 2023). Jenis hubungan yang dimaksud dapat meliputi hubungan keluarga, hubungan pertemanan, dan hubungan romantis. Sehingga, dapat diketahui bahwa love language menjadi suatu hal yang penting dalam menjalin hubungan personal, apalagi mengingat penting untuk individu mengekspresikan cintanya dan mengekspresikan bagaimana individu tersebut ingin dicintai agar suatu hubungan dapat bertahan karena dapat saling memahami.

Gary Chapman mengenalkan konsep love language yang mana termuat dalam bukunya yaitu Five Love Language. Chapman mengenalkan konsep komunikasi dalam berbagai jenis hubungan yang disebut bahasa cinta dengan membaginya menjadi lima jenis bahasa cinta. Hal ini dilatarbelakangi oleh temuannya bahwa terdapat lima hal utama yang dapat membuat seseorang merasa dicintai (Chapman, 2010), adapun five love language atau lima bahasa cinta yang dimaksud oleh Chapman tersebut adalah sebagai berikut:

1. Physical touch

Physical touch atau sentuhan fisik, yang mana merupakan bahasa cinta diungkapkan dengan cara menerima atau memberikan sentuhan fisik untuk memberikan rasa sayang dan rasa aman. Contohnya seperti menyukai berpelukan dan berpegangan tangan kepada individu lain terutama ia merasa bahwa dirinya dicintai dan aman saat melakukan hal tersebut.

2. Act of service

Act of service atau perlakuan pelayanan atau membantu, yang mana merupakan bahasa cinta dengan memberikan bantuan untuk orang yang dicintainya

dan menerima bantuan atau pelayanan dari orang yang dicintainya. Sehingga, dalam hal ini individu menyukai perlakuan yang seolah bahwa dirinya sedang dilayani atau dibantu, misalnya seperti dibukakan pintu, dibukakan mengerjakan tugasnya, dibuatkan masakan, dan kegiatan lainnya.

### 3. Quality time

Quality time atau waktu berkualitas, merupakan bahasa cinta yang diungkapkan dengan berbagi waktu yang berkualitas dan berharga kepada pasangan seperti dengan menghabiskan waktu bersama dan memberikan perhatian penuh bersama.

### 4. Word of affirmation

Word of affirmation atau kata afirmasi, yang mana merupakan bahasa cinta yang dilakukan dengan memberikan kata-kata dukungan, pujian, dan kata positif lainnya yang penuh dengan kasih sayang kepada orang yang dicintai dan begitupun merasakan dicintai ketika menerima pujian atau kata dukungan dari orang yang dicintai. Contohnya ketika seseorang menyukai saat pasangannya memberikan kata “aku mencintaimu” dan ketika seseorang menyukai saat keluarganya memberikan dukungan bahwa dia telah bekerja keras.

### 5. Receiving gift

Receiving gift atau memperoleh hadiah, merupakan bahasa cinta yang dilakukan dengan memberikan hadiah kepada orang yang dicintai maupun perasaan dicintai karena telah memperoleh hadiah dari orang lain. Perlu dipahami bahwa dalam hal ini, hadiah tidak tentu dalam bentuk uang dan berjumlah besar atau mahal, namun bagi orang dengan bahasa cinta ini lebih menyukai hadiah yang dipikirkan secara mendalam.

Hubungan personal adalah hubungan individu dengan individu lainnya yang melibatkan perasaan. Hubungan personal bisa terjadi di mana saja dan kapan saja dengan hubungan yang lebih intim maupun hanya sekedar rekan saja. Hubungan Interpersonal adalah hubungan yang terdiri dari dua orang atau lebih yang saling tergantung satu sama lain dan menggunakan pola interaksi yang konsisten. Tentu saja, hubungan tersebut akan memberikan pengaruh terhadap satu dengan yang lainnya atau dapat dikatakan juga sebagai hubungan yang bersifat timbal balik. (Dian Wisnuwardhani, 2012).

Diketahui dari kelima jenis love language bahwa love language tidak hanya seputar penerimaan dari orang yang dicintai saja namun, love language merupakan bahasa cinta juga yang dilakukan oleh individu kepada orang yang dicintainya. Chapman menambahkan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi bentuk perilaku kasih sayang dan love languagenya yaitu peristiwa yang terjadi dalam hidup individu (event of life) dan kepribadian atau personality (Chapman, 2010). Kepribadian mempengaruhi karena, dapat tercermin jelas ketika kepribadian seseorang lebih menyukai tipe atau perlakuan yang mana sesuai dengan dirinya atau

tidak, apabila ia menyukai kepribadian dengan perlakuan tersebut maka, dia akan memilih bahasa cinta tersebut. Sementara itu, peristiwa yang terjadi dalam individu dapat mempengaruhi caranya dalam merasakan dicintai, hal ini tergambar dari seseorang yang mengalami hubungan keluarga yang tidak utuh akibat perceraian (broken home) sehingga, ia kekurangan waktu bersama dengan keluarga, hal ini membuat love language quality time menjadi sangat berarti bagi individu tersebut dalam hubungan romantisnya.

Love language termasuk ke dalam ragam bahasa ragam nonformal karena love languages bagian dari komunikasi intim yang digunakan oleh seseorang dengan pasangannya. Atau dengan kata lain, love languages merupakan cara untuk mengekspresikan rasa cinta seseorang kepada pasangannya.

Ragam bahasa adalah variasi yang digunakan dalam berbahasa dan disesuaikan dengan konteks pemakainya (Sholihatin, et al. 2023). Dalam menggunakan ragam bahasa, pihak penutur harus mampu menyesuaikan variasi bahasa sesuai dengan kebutuhannya. Sedangkan, menurut (Krisdalaksana, 2013), adapun keragaman bahasa, Sugono (2009) mencatat bahwa itu adalah varian bahasa tergantung pada sudut pandang pembicara dan jenis penggunaan bahasa. Secara umum dapat diuraikan klasifikasi berbagai bahasa dalam bahasa Indonesia. Selain itu, Diksi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2020) menjelaskan penggunaan kata-kata yang cocok dan estetis untuk mengkomunikasikan konsep untuk mencapai hasil tertentu. Penemuan kata atau konsep yang jelas terikat pada diksi adalah hasil dari kehadiran beberapa bahasa.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif memiliki fokus pada pemahaman dan proses interpretasi fenomena secara spesifik (Yang & Miller, 2008). Penelitian kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi dan pencarian makna pada suatu peristiwa atau fenomena sosial yang bersifat realitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena atau peristiwa yang akan diteliti dalam sebuah narasi berdasarkan hasil penelitian yang didapat.

Data dalam penelitian ini diambil berdasarkan dari hasil wawancara atau *interview*. Wawancara dalam penelitian digunakan untuk mengumpulkan informasi dan data kepada satu individu atau lebih sebagai narasumber (Thiel, 2022). Dalam penelitian ini dilakukan wawancara langsung kepada 14 pasangan dengan pembahasan tentang penggunaan *love language* dalam membangun hubungan personal. Informan sejumlah 14 pasangan yang diambil dalam penelitian ini merupakan pasangan muda dari generasi Z dengan rentang lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Dalam penelitian ini bersifat anonim untuk menjaga privasi atau identitas informan. Selanjutnya hasil wawancara dipaparkan dalam bentuk narasi atau deskripsi hingga berlanjut pada tahap penarikan kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menjawab tujuan

dari penelitian, dapat diamati pada uraian berikut.

### **ragam *love language* generasi Z untuk membangun hubungan personal**

*Love language* yang sangat beragam yang kita ketahui ini berdampak pada para pasangan yang telah di wawancara untuk membangun hubungan personal. Empat belas pasangan tersebut mempunyai caranya sendiri dalam menerapkan *love languagenya*.

Pada pasangan pertama, mereka melakukan *love languagenya* berupa *word of affirmation*, di mana mereka sedang melakukan *Long Distance Relationship* (LDR) dan hubungan mereka pun berlangsung selama lebih dari satu tahun. Sehingga mereka menggunakan *word of affirmation* sebagai kunci utama dalam mempertahankan hubungan mereka.

“*Love language* kita berdua tuh *word of affirmation* sih, soalnya kita LDR juga.” (hasil wawancara pasangan pertama pada hari Selasa, 7 November 2023)

Pada pasangan kedua, hubungan mereka sudah berlangsung selama enam bulan. Mereka merupakan pasangan baru, karena mereka termasuk pasangan yang baru menjalin hubungan dari awal 2023. Meskipun tergolong hubungan yang masih baru, mereka berkomitmen dalam menjalin hubungan dengan menerapkan *love languagemereka* yaitu *physical touch*.

“Iya betul, tapi kita berdua cenderung dan lebih sering *physical touch* untuk *love languagenya*.” (hasil wawancara pasangan kedua pada hari Sabtu, 11 November 2023)

Pasangan ketiga, pasangan ketujuh, pasangan kedelapan, dan pasangan kedua belas mempunyai kemiripan dalam penerapan *love languagenya*. Di mana keempat pasangan tersebut menerapkan *word of affirmation* dan *quality time* dalam mempertahankan hubungan mereka. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, menurut mereka kedua *love languagetersebut* dapat meningkatkan rasa cinta, mempertahankan hubungan, dan memberikan kenyamanan pada pasangan dalam membangun suatu hubungan.

“Kami berdua lebih cenderung menggunakan *word of affirmation* dan *quality time*.” (hasil wawancara pasangan ketiga pada hari Selasa, 31 Oktober 2023)

Pasangan keempat dan pasangan kelima mempunyai kemiripan dalam *love languagemereka* yaitu *quality time*. Di mana kedua pasangan tersebut sudah mempunyai kegiatan sibuknya masing-masing, sehingga mereka berkomitmen untuk melakukan *quality time* dalam menjalin hubungan mereka.

“Aku yang pindah kota, kemalang karna diterima kerja di sana... *Love language* kami itu *Quality time*.” (hasil wawancara pasangan keempat pada hari Senin, 13 November 2023)

Pada pasangan keenam dan pasangan kesebeleas mempunyai keunikan tersendiri dalam penerapan *love languagenya*. Pihak wanita dan pihak pria mempunyai *love language* yang berbeda, dimana pihak wanita *love languagenya word of affirmation* dan pihak pria *love languagenya quality time*. Tetapi mereka mempunyai caranya sendiri dalam mempertahankan hubungan.

“Kalau aku pribadi sih lebih ke *quality time*, aku suka menghabiskan waktu secara real time dan ketemu langsung sama pasanganku.... Aku sendiri *love language* ku lebih condong ke *word of affirmation*. Aku merasa kalau dipuji dengan kata kata tuh lebih merasa di sayang sama pasanganku.” (hasil wawancara pasangan keenam pada hari Jumat, 10 November 2023)

Pada pasangan kesembilan mempunyai *love language* yang berbeda antara dua pihak, di mana pihak wanita mempunyai *love language word of affirmation* sedangkan pihak pria mempunyai *love language act of service*. Menurut mereka, kedua *love language* tersebut saling melengkapi dalam hubungan mereka.

“Kalo saya sendiri sih *act of service*, tapi kalo dia mungkin lebih seperti *word of affirmation*” (hasil wawancara pasangan kesembilan pada hari Minggu, 5 November 2023)

Pada pasangan kesepuluh dan pasangan keempat belas mempunyai persamaan dalam *love languagenya* yaitu *act of affirmation* dan *word of affirmation*. Di mana dalam wawancara yang telah dilakukan, kedua pasangan ini beranggapan *love language* yang mereka lakukan sangat berpengaruh pada hubungan mereka. Seperti memberi kata-kata dukungan, pujian, dan tindakan-tindakan romantis yang dilakukan satu sama lain.

“*Act of service and word of affirmation*... Iya, menurut aku *love language* bisa untuk memperdalam kasih sayang dalam membangun hubungan karena, saling membantu dan saling memberikan kasih sayang dalam bentuk kata dukungan, pujian, dan tindakan-tindakan yang membantu tanpa diminta.” (hasil wawancara pasangan keempat belas pada hari Sabtu, 11 November 2023)

Pada pasangan ini yaitu pasangan ketiga belas, di mana *love language* mereka yaitu *act of service*. Menurut mereka *act of service* merupakan *love language* yang tepat sebagai pasangan dengan kampus yang sama. Jadi tindakan seperti mengerjakan tugas kuliah bersama, mendengarkan permasalahan satu sama lain, merupakan cara mereka untuk mendukung satu sama lain dalam sebuah tindakan, dan juga cara mereka untuk mempertahankan hubungan mereka.

“Mungkin bisa dibilang *act of service*. Karna kita saling mendukung dan membantu disetiap kegiatan kita selama ini” (hasil wawancara pasangan ketiga belas pada hari Selasa, 7 November 2023)

## **penggunaan *love language* pada generasi Z untuk membangun hubungan personal**

Menurut hasil wawancara dari pasangan 1 mereka memiliki hubungan jarak jauh yang mana membuat keduanya merasakan bahwa komunikasi dan kata dukungan menjadi kunci untuk membangun hubungan personal yang baik. Dengan menggunakan kalimat baik dan komunikasi baik, dapat mempertahankan hubungan mereka

"Oya jelas, karena *love language* itu berdampak besar bagi hubungan kita. Soalnya itu juga jadi bukti perasaan kita terhadap pasangan, biar kita saling perhatian satu sama lain." Menurut Nadia.

Menurut pasangan 2 keduanya menyukai hubungan yang saling mendukung dengan memberikan sentuhan untuk mengekspresikan cintanya dalam membangun suatu hubungan. Keduanya menganggap bahwa adanya *physical touch* seperti berpelukan ataupun bergandengan tangan dapat sebagai tanda untuk saling menyemangati dan menyayangi dalam suatu hubungan.

"Sangat berdampak banget. Contohnya kita sering gandengan tangan, ataupun berpelukan, itu semua bukti kita untuk saling menyayangi dan menyemangati satu sama lain." Menurut Alya

Menurut pasangan 3, pasangan 7, pasangan 8 dan pasangan 12 Keempat pasangan ini memiliki kesamaan dimana keempatnya cenderung menggunakan *word of affirmation* dan *quality time* disaat yang bersamaan. Mereka mengungkapkan bahwa kedua *love language* tersebut dipilih karena, dapat meningkatkan rasa cinta, mempertahankan hubungan, dan memberika kenyamanan pada pasangan dalam membangun suatu hubungan. Saat menghabiskan waktu bersama dan memberikan afirmasi dalam media chat, menurut mereka sangat efektif untuk mempertahankan hubungan.

"aku juga senang aja kalo pasangan kita meluangkan waktu buat kita aku merasa dihargai banget kalo seperti itu" menurut Sahlan.

Menurut Pasangan 4 dan pasangan 5 kedua pasangan ini cenderung menggunakan *quality time* sebagai bahasa cinta mereka, dikarenakan kedua pasangan ini menjalani hubungan LDR. Sehingga, tidak setiap saat mereka dapat bertemu dengan mudah untuk bertemu bagi mereka *quality time* dapat mempertahankan hubungan mereka dan lebih mendalam mengenal satu sama lain dengan menghabiskan waktu untuk menikmati waktu bersama

"Kalau kami itu biasanya *quality time*nya itu dengan telfonan bareng." Menurut Nazwa

Menurut Pasangan 6 dan pasangan 11 Kedua pasangan ini memiliki kesamaan yakni pihak laki-laki cenderung menyukai *quality time* sedangkan, pihak perempuan menyukai *word of affirmation* yang ditunjukkan melalui respon dengan ungkapan atau kalimat serta menceritakan kesehariannya di media chat

(obrolan melalui media *online*).

"Kebetulan walaupun sekampus tapi kami jarang sekali ketemu, sementara aku sendiri punya *love language* itu *quality time* jadinya aku sering kali menanyakan kapan sih bisa ketemu bisa ada waktu berdua. Aku sih sadar ya pertanyaan ku itu sering buat pasanganku terbebani karena memang dia tidak bisa menemui ku tiap saat, jadinya aku juga sering *support* ke pasanganku biar dia semangat kuliahnya." Menurut Jonanda.

Menurut pasangan 9, pasangan ini memiliki perbedaan dalam membangun suatu hubungan. Yang mana ditunjukkan dari pihak wanita yang menyukai *word of affirmation* dan pihak laki-laki yang menyukai *act of service*. Akibatnya, tidak jarang mereka menemui pertengkaran karena, salah satu pihak merasa tidak dicintai.

"Kalo menurut saya sih, saya seringkali memberikan dukungan pada apapun kegiatan yang dia lakukan. Seringkali saya meluangkan waktu untuk menjadi tempat dia curhat. Meski kadang saya seringkali bertengkar karena perbedaan pendapat dan juga karena saya juga kurang peka pada apa yang ingin dia sampaikan." Menurut Ilham.

Menurut pasangan 10 dan pasangan 14 Kedua pasangan ini menganggap bahwa kedua *love language* tersebut berdampak besar dalam keberlangsungan hubungan mereka. Kedua *love language* tersebut dianggap memperdalam kasih sayang dalam membangun hubungan karena, saling membantu dan saling memberikan kasih sayang dalam bentuk kata dukungan, dan pujian.

"menurut aku *love language* bisa untuk memperdalam kasih sayang dalam membangun hubungan karena, saling membantu dan saling memberikan kasih sayang dalam bentuk kata dukungan, pujian, dan tindakan-tindakan yang membantu tanpa diminta." Menurut perkataan Widhan

Serta menurut pasangan 13 Keduanya cenderung *act of service* yang mana menurut pasangan ini saling membantu merupakan bentuk ungkapan cinta dalam membangun hubungan personal, misalnya dengan mengerjakan tugas kuliah bersama, memberikan solusi atas permasalahan akademik, dan mendengarkan permasalahan yang dialami satu sama lain.

"Sering saya membantunya pada kegiatannya. Dari mengantarkannya pulang, menemaninnya ngemall dan lain-lain. Kita juga kuliah di universitas yang sama" menurut Raffi.

### **dampak penggunaan *love language* pada generasi Z dalam membangun hubungan personal.**

*Love language* merujuk pada cara seseorang mengungkapkan dan menerima

cinta. Konsep ini diperkenalkan oleh penulis Gary Chapman dalam bukunya yang terkenal, "*The Five Love Languages*".

*Words of Affirmation* (Pujian): Seseorang yang memiliki bahasa cinta ini merasa paling dicintai dan dihargai melalui kata-kata pujian, penghargaan, dan dorongan positif.

*Quality Time* (Waktu Berkualitas): Bahasa cinta ini berfokus pada penghabisan waktu yang berkualitas bersama pasangan. Hal ini melibatkan memberikan perhatian penuh, berkomunikasi secara mendalam, dan melakukan kegiatan bersama.

*Receiving Gifts* (Penerimaan Hadiah): Beberapa orang merasa dicintai ketika menerima hadiah yang bermakna. Hadiah tersebut bisa berupa benda fisik, kejutan kecil, atau tanda perhatian dari pasangan.

*Acts of Service* (Tindakan Kasih Sayang): Bahasa cinta ini melibatkan melakukan tindakan atau pekerjaan yang membantu pasangan. Misalnya, membantu mengerjakan pekerjaan rumah tangga, memberikan bantuan praktis, atau melakukan hal-hal yang meringankan beban pasangan.

*Physical Touch* (Sentuhan Fisik): Bagi beberapa orang, keintiman fisik seperti pelukan, ciuman, atau kontak fisik lainnya menjadi bahasa cinta yang paling penting. Sentuhan ini menyampaikan kasih sayang, keamanan, dan koneksi emosional.

Berikut adalah dampak *Love language* menurut 14 responden:

Menurut pasangan 1, dampak *love language* pada Generasi Z adalah sebagai bukti perasaan kita terhadap pasangan, biar kita saling perhatian satu sama lain. dan juga menjadi fondasi untuk kedua pasangan agar saling mengalah, sementara untuk pasangan 2 hal tersebut merupakan bukti kita untuk saling menyayangi dan menyemangati satu sama lain, lalu juga menjadi tempat untuk mengevaluasi kesalahan masing masing.

Menurut pasangan 4&5, dampak penggunaan *love language* pada generasi Z dalam membangun hubungan personal adalah dari sisi positifnya adalah dapat melakukan *quality time* yang mungkin tidak bisa dilakukan pasangan lain, juga Memberikan rasa percaya yg lebih dalam terhadap pasangan. Sisi negatifnya adalah, mereka lebih sulit dalam manajemen waktu untuk *quality time*, dan juga sulitnya untuk berpendapat satu sama lain karna tidak adanya kontak secara langsung

Menurut pasangan 3,7,8, dampak *love language* pada generasi Z adalah mereka tidak "*feeling lonely*" Di saat mereka sedang *quality time* dengan partner mereka, dan mereka juga merasa saling dihargai saat mereka bisa *quality time* bersama.

Menurut pasangan 6&11, dampak *love language* pada generasi Z adalah mereka lebih sering kasih kata kata semangat satu sama lain dan juga menjadi *support system* untuk satu sama lain, bukan itu saja mereka juga sering bertukar cerita dan menelepon satu sama lain meski hanya untuk sementara.

Menurut pasangan 9, dampak *love language* terhadap generasi Z adalah mereka bisa membantu satu sama lain, menjadi penyemangat dan juga menjadi tempat untuk bercerita satu sama lain, meski terkadang adanya perbedaan pendapat, mereka tetap membanggakan dan mensupport pasangan mereka.

Menurut pasangan 10&14, dampak *love language* terhadap generasi Z adalah *love language* bisa memperdalam rasa kasih sayang, karna saling membantu dan saling memberikan rasa kasih sayang dalam bentuk kata maupun pujian, dan bantuan tanpa diminta.

Menurut pasangan 13, dampak *love language* dalam generasi z adalah mereka bisa saling mendukung dan membantu satu sama lain di setiap kegiatan mereka, mereka juga sering menghabiskan waktu bersama seperti jalan jalan bersama, maupun makan bersama.

Penting untuk diingat bahwa bahasa cinta seseorang dapat bervariasi dan bisa saja kombinasi dari beberapa bahasa cinta di atas. Penting bagi pasangan untuk saling berkomunikasi dan mengerti satu sama lain dalam hal ini guna membangun hubungan yang lebih intim dan memuaskan.

#### 1. *Words of Affirmation* (Kata-kata Penghargaan):

Mungkin lebih cenderung menggunakan pesan teks, emoji, dan media sosial untuk menyatakan kata-kata penghargaan. Mereka dapat membangun hubungan dengan memberikan komentar positif atau membagikan perasaan mereka secara terbuka secara digital.

#### 2. *Acts of Service* (Tindakan Pengabdian):

Dalam dunia yang penuh dengan tuntutan waktu, generasi ini mungkin menunjukkan kasih sayang melalui tindakan nyata yang praktis. Ini bisa termasuk membantu satu sama lain dalam tugas sehari-hari atau memberikan dukungan praktis.

#### 3. *Receiving Gifts* (Menerima Hadiah):

Meskipun cenderung menghargai pengalaman daripada benda fisik, Generasi Z dapat membangun hubungan dengan memberikan atau menerima hadiah yang memiliki makna, seperti objek yang terkait dengan kenangan atau kegiatan bersama.

#### 4. *Quality Time* (Waktu Berkualitas):

Dalam dunia digital, mereka mungkin membangun hubungan melalui waktu berkualitas secara virtual, seperti panggilan video atau bermain game bersama *online*. Mereka juga dapat mengeksplorasi kegiatan bersama yang unik dan kreatif.

#### 5. *Physical Touch* (Sentuhan Fisik):

Meskipun sentuhan fisik bisa menjadi lebih sulit dalam hubungan jarak jauh, mereka dapat menciptakan kedekatan melalui sentuhan virtual atau merencanakan pertemuan di dunia nyata untuk membangun ikatan fisik.

1. Pasangan 1

Pasangan generasi Z ini telah menjalin hubungan selama kurang lebih satu tahun. Dalam wawancara dengan pasangan ini, hubungan yang dibangun cenderung didominasi oleh *word of affirmation*. Hal ini dikarenakan, pasangan ini merupakan *long distance relationship* (LDR) atau memiliki hubungan jarak jauh yang mana membuat keduanya merasakan bahwa komunikasi dan kata dukungan menjadi kunci untuk membangun hubungan personal yang baik. Dengan menggunakan kalimat baik dan komunikasi baik, dapat mempertahankan hubungan mereka.

2. Pasangan 2

Pasangan kedua ini telah menjalin hubungan selama enam bulan, artinya hubungan baru dibentuk pada tahun 2023 dan masih tergolong hubungan baru. Dalam wawancara dengan pasangan ini, ditemukan bahwa mereka cenderung memiliki *love language* yaitu *physical touch*. Perlu diketahui bahwa keduanya menempuh akademik dengan prodi yang sama, hal ini menyebabkan keduanya menyukai hubungan yang saling mendukung dengan memberikan sentuhan untuk mengekspresikan cintanya dalam membangun suatu hubungan. Keduanya menganggap bahwa adanya *physical touch* seperti berpelukan ataupun bergandengan tangan dapat sebagai tanda untuk saling menyemangati dan menyayangi dalam suatu hubungan.

3. Pasangan 3, pasangan 7, pasangan 8 dan pasangan 12

Keempat pasangan ini memiliki kesamaan dimana keempatnya cenderung menggunakan *word of affirmation* dan *quality time* disaat yang bersamaan. Kesamaan selanjutnya, keempatnya merupakan pasangan generasi Z yang merupakan pasangan kampus atau menempuh pendidikan di kampus yang sama. Keempat pasangan ini merupakan pasangan yang telah menjalin hubungan kurang lebih satu sampai tiga tahun. Mereka mengungkapkan bahwa kedua *love language* tersebut dipilih karena, dapat meningkatkan rasa cinta, mempertahankan hubungan, dan memberikan kenyamanan pada pasangan dalam membangun suatu hubungan. Saat menghabiskan waktu bersama dan memberikan afirmasi, dalam media *chat*, menurut mereka sangat efektif untuk mempertahankan hubungan. Lebih lanjut, keempat pasangan tersebut dapat menjalin atau membangun hubungan melalui *love language* tersebut terutama saat mereka sekampus dan menghabiskan waktu bersama saat organisasi maupun kepanitiaan tetap saling bersama dan mendukung satu sama lain.

4. Pasangan 4 dan pasangan 5

Kedua pasangan ini memiliki kesamaan dimana memiliki *love language* yaitu *quality time*. Pasangan 4 telah menjalin hubungan selama 3 tahun sedangkan, pasangan 5 telah menjalani hubungan selama 1,5 tahun. Kedua pasangan tersebut cenderung menggunakan *quality time* sebagai

bahasa cinta mereka, dikarenakan kedua pasangan ini menjalani hubungan LDR. Sehingga, tidak setiap saat mereka dapat bertemu dengan mudah untuk bertemu, apalagi pasangan 5 merupakan pasangan yang telah bekerja. Untuk itu, bagi mereka *quality time* dapat mempertahankan hubungan mereka dan lebih mendalam mengenal satu sama lain dengan menghabiskan waktu untuk menikmati waktu bersama dengan bepergian di museum atau cafe, *travelling*, dan piknik bersama.

5. Pasangan 6 dan pasangan 11

Berbeda dengan pasangan lainnya, pasangan ini memiliki *love language* yang berbeda satu sama lain. Kedua pasangan ini memiliki kesamaan yakni pihak laki-laki cenderung menyukai *quality time* sedangkan, pihak perempuan menyukai *word of affirmation* yang ditunjukkan melalui respon dengan ungkapan atau kalimat serta menceritakan kesehariannya di media *chat* (obrolan melalui media *online*). Sedangkan, pihak laki-laki, sering kali melupakan untuk merespon *chat* dengan cepat atau menanggapi dengan tidak menyenangkan. Akibatnya, kedua pasangan ini merasakan akan adanya pertengkaran dalam hubungan mereka.

6. Pasangan 9

Tidak jauh berbeda dengan pasangan 6 dan pasangan 11. Pasangan ini memiliki perbedaan dalam membangun suatu hubungan. Yang mana ditunjukkan dari pihak wanita yang menyukai *word of affirmation* dan pihak laki-laki yang menyukai *act of service*. Akibatnya pasangan yang telah menjalin hubungan selama satu tahun ini tidak jarang menemui pertengkaran karena, salah satu pihak merasa tidak dicintai.

7. Pasangan 10 dan pasangan 14

Kedua pasangan ini memiliki kesamaan yakni cenderung menggunakan *act of service* dan *word of affirmation*. Pasangan 10 telah menjalin hubungan selama delapan bulan dan pasangan 14 telah menjalin hubungan selama kurang lebih dua tahun. Kedua pasangan ini menganggap bahwa kedua *love language* tersebut berdampak besar dalam keberlangsungan hubungan mereka. Kedua *love language* tersebut dianggap memperdalam kasih sayang dalam membangun hubungan karena, saling membantu dan saling memberikan kasih sayang dalam bentuk kata dukungan, pujian, dan tindakan-tindakan yang membantu tanpa diminta. Gambaran tersebut membuat hubungan kedua pasangan ini belum mengalami pertengkaran hingga saat ini, apalagi mengingat bahwa mereka satu sama lain saling mengungkapkan perasaan masing-masing dengan terbuka yang selanjutnya, pasangan tersebut saling berdiskusi dengan solusi yang terbaik untuk permasalahan hubungan mereka.

#### 8. Pasangan 13

Pasangan ini telah menjalin hubungan selama kurang lebih empat tahun dan merupakan pasangan kampus. Keduanya cenderung *act of service* yang mana menurut pasangan ini saling membantu merupakan bentuk ungkapan cinta dalam membangun hubungan personal, misalnya dengan mengerjakan tugas kuliah bersama, memberikan solusi atas permasalahan akademik, dan mendengarkan permasalahan yang dialami satu sama lain. *Love language* ini dapat mempertahankan hubungan personal mereka yang terbukti dapat bertahan kurang lebih empat tahun, dan bahkan dapat memperdalam perasaan kasih sayangnya.

Berdasarkan uraian hasil wawancara dengan keempat belas pasangan diatas, diketahui bahwa *love language* yang digunakan memiliki ragam yang berbeda antara pasangan satu dengan pasangan lainnya. Selanjutnya, hal ini memberikan kegunaan dan dampak yang berbeda dalam membangun hubungan personal.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian pembahasan tersebut di atas, kesimpulan dalam penelitian ini yaitu 1) ragam *love language* generasi Z untuk membangun hubungan personal adalah bahwa ragam *love language* yang digunakan dalam membangun hubungan personal memiliki ragam. Temuan menunjukkan bahwa mereka cenderung menyukai *word of affirmation* dan berdasarkan temuan menunjukkan bahwa tidak terdapat pasangan yang menggunakan *receiving gift* sebagai *love language* dalam membangun suatu hubungan. Temuan juga menunjukkan bahwa dalam suatu pasangan, tidak selalu memiliki *love language* yang sama, artinya antara pihak perempuan dengan pihak laki-laki memiliki *love language* yang berbeda.; 2) penggunaan *love language* pada generasi Z untuk membangun hubungan personal adalah memiliki kegunaan dalam membangun hubungan personal. Hal ini dikarenakan *love language* merupakan bahasa cinta yang dianggap sebagai suatu bentuk komunikasi atau ekspresi cinta. Untuk itu, penggunaan *love language* yaitu sebagai bentuk perasaan dan ekspresi dari suatu hubungan yang telah dibangun.; dan 3) dampak penggunaan *love language* pada generasi Z dalam membangun hubungan personal adalah temuan menunjukkan bahwa *love language* memiliki dampak dalam membangun suatu hubungan yaitu dapat mempertahankan keberlangsungan suatu hubungan, memperdalam perasaan kasih sayang atau cinta, dan perasaan saling mengerti. Terdapat juga temuan bahwa pasangan yang memiliki *love language* yang berbeda satu sama lain memiliki dampak dimana pasangan tersebut cenderung mengalami pertengkaran dalam hubungannya. Hal ini dikarenakan, salah satu pihak merasa tidak dicintai atau diabaikan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Efendi, A, Fatimah, Clara, Parinata, Dwi, and Marchamah Ulfa. 2021. "PEMAHAMAN GEN Z TERHADAP SEJARAH MATEMATIKA." *Jurnal Pendidikan Matematika Universitas Lampung*.
- G. Chapman. 2010. *The 5 Love Languages: The Secret to Love That Last*. Chicago: Northfield Publishing.
- LN, Syamsu Yusuf. 2006. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Priani, L S, and Juliarti Dian. 2022. "Love languagedalam Perspektif Psikologi." *Buletin KPIN*.
- Sari, N, E Murdiati, and M R Hamandia. 2023. "Komonikasi "Love Language" dalam Keluarga (Studi Pada Pasangan Suami Istri di Kelurahan Bukit Baru Palembang (." *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)* 104-109.
- Sholihatin, Endang, Nur Syafiqotul Maulah, Ica Veronika Kartiko, Jamiatun Juliana, Khovifah Nur Wahyu Augustin, Dian Puspita Retno, and Wahyu Nur Istiqomah. 2023. "Ragam Bahasa dalam Pelayanan Perpustakaan di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur." *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra* 203-214.
- Suganda, T. 2018. "Pengelolaan Pembelajaran Generasi Z." Universitas Padjadjaran.
- Sutanto, S M. 2023. "Perancangan Komik Digital dalam Meningkatkan Kesadaran terhadap Self- Love dan Social Meida Positivity untuk Generasi Z." *Jurnal Seni Nasional Cikini* 45-54.
- Thiel, S Van. 2022. *Research Methods in Public Administration and Public Management: An Introduction (Second Edi)*. New York: Taylor & Francis.
- Wisnuwardhani, Dian, and Sri Fatmawati Mashoedi. 2012. *Hubungan Interpersonal*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Zahra, R, and W N Rakhmad. 2022. "Penerapan Bahasa Cinta dalam Pemeliharaan Hubungan Romantis Jarak Jauh." *Interaksi Online* 574-588.