

Interpretasi Bahasa Cinta (*Love language*) dalam Kehidupan Sehari-hari Gen Z

The Interpretation of Love language in the Daily Life of Gen Z

Karunia Kalifah Wijaya^{1*}, Modesta Anisa Rahmawati Zalogo¹, Nanda Febrianita Handayani¹

¹Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Indonesia

*wijayaalip75@gmail.com

Abstract. *Affective communication, particularly the expression of love or affection, is an important aspect of interpersonal relationships. The concept of love languages, introduced by Gary Chapman, identifies five primary forms of expressing love: words of affirmation, quality time, receiving gifts, acts of service, and physical touch. Love languages influence individuals' emotional relationships and social identities. This study aims to explore how Generation Z university students in Yogyakarta understand and practice love languages in their daily lives, as well as the factors influencing their preference for particular forms of love language. This research adopts a qualitative method with a case study approach. The researcher involved seven university students from seven private universities located in the city of Yogyakarta, aged between 19 and 25 years. The findings indicate that Generation Z students in Yogyakarta prioritize quality time and words of affirmation in romantic relationships and frequently use social media to express love. In non-romantic relationships, acts of service and gift-giving are more dominant.*

Keywords: *Generation Z; language; love; university students; Yogyakarta*

Abstrak. Komunikasi afektif, khususnya ekspresi cinta atau kasih sayang, merupakan aspek penting dalam hubungan interpersonal. Konsep bahasa cinta, yang diperkenalkan oleh Gary Chapman, mengidentifikasi lima bentuk utama ekspresi cinta: kata-kata penegasan, waktu berkualitas, menerima hadiah, tindakan pelayanan, dan sentuhan fisik. Bahasa cinta memengaruhi hubungan emosional dan identitas sosial individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana mahasiswa Gen Z di Yogyakarta memahami dan mempraktikkan bahasa cinta dalam kehidupan sehari-hari mereka, serta faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan bentuk bahasa cinta. Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti melibatkan tujuh mahasiswa dari tujuh universitas swasta yang berada di Kota Yogyakarta, dengan rentang usia antara 19 hingga 25 tahun. Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Gen Z di Yogyakarta lebih mengutamakan *quality time* dan *words of affirmation* dalam hubungan romantis, serta menggunakan media sosial untuk mengekspresikan cinta. Dalam hubungan non-romantis, *acts of service* dan pemberian hadiah lebih dominan.

Kata Kunci: bahasa; cinta; Gen Z; mahasiswa; Yogyakarta

Pendahuluan

Komunikasi afektif merupakan elemen fundamental dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial dan menjadi prasyarat utama dalam pembentukan serta pemeliharaan hubungan interpersonal. Relasi yang sehat tidak hanya ditentukan oleh frekuensi interaksi, tetapi juga oleh rasa nyaman, kualitas komunikasi, serta terpenuhinya kebutuhan akan cinta atau kasih sayang. Adams (2020) menegaskan bahwa absennya komunikasi yang efektif dan pengalaman afeksi yang memadai berpotensi menimbulkan disfungsi relasional, seperti konflik berkepanjangan dan rendahnya kepuasan hubungan. Dengan demikian, cinta tidak dapat dipisahkan dari komunikasi, melainkan hadir sebagai kebutuhan psikologis yang diekspresikan dan dimediasi melalui interaksi sosial.

Dalam psikologi hubungan, cinta dipahami sebagai konstruk multidimensional. Sternberg (1986), melalui *triangular theory of love*, menjelaskan bahwa cinta tersusun atas tiga komponen utama, meliputi keintiman, gairah, dan komitmen, yang saling berinteraksi dalam membentuk kualitas relasi. Cinta juga diposisikan sebagai sudut pandang konseptual mengenai kebutuhan dasar manusia untuk terhubung dan diakui secara emosional (Suriyah *et al.*, 2017). Individu yang merasa dicintai cenderung menunjukkan keterlibatan emosional yang lebih adaptif serta kontribusi yang lebih positif dalam hubungan interpersonalnya (Chapman, 2010). Perspektif ini menegaskan bahwa pengalaman afeksi memiliki implikasi luas, tidak hanya pada kualitas relasi, tetapi juga pada kesejahteraan psikologis individu.

Salah satu pendekatan populer dalam memahami ekspresi cinta adalah konsep *love language* yang dikemukakan oleh Chapman (1997). Pendekatan ini mengklasifikasikan ekspresi cinta ke dalam lima kategori utama, yaitu *words of affirmation*, *quality time*, *receiving gifts*, *acts of service*, dan *physical touch*. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pemahaman preferensi bahasa cinta berkontribusi terhadap kepuasan relasi, stabilitas hubungan, dan kesejahteraan emosional (Dinçyürek *et al.*, 2018; Mostova *et al.*, 2022). Namun demikian, dominasi penggunaan kerangka Chapman (1997) dalam berbagai penelitian juga menimbulkan persoalan teoretik yang belum banyak dikritisi secara mendalam.

Secara epistemologis, teori bahasa cinta Chapman (1997) berakar kuat pada konteks budaya Barat yang menekankan individualisme, ekspresi emosional eksplisit, serta relasi yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan personal. Kategori bahasa cinta yang ditawarkan cenderung merefleksikan nilai-nilai budaya Barat, seperti *verbal affirmation*, ekspresi fisik langsung, dan pemberian hadiah sebagai simbol afeksi. Padahal, dalam banyak konteks budaya non-Barat, termasuk masyarakat Asia dan Indonesia, ekspresi cinta sering kali bersifat implisit, kontekstual, dan terintegrasi dalam kewajiban sosial serta peran kolektif. Hal ini mengindikasikan bahwa bahasa cinta tidak selalu dimaknai sebagai pilihan individual semata, melainkan sebagai praktik relasional yang dilekatkan pada norma budaya, struktur sosial, dan nilai moral tertentu.

Kritik ini menjadi semakin relevan ketika bahasa cinta diaplikasikan pada kelompok usia muda dalam konteks budaya yang berbeda. Pristica *et al.* (2023) menunjukkan bahwa bahasa cinta tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi afeksi, tetapi juga sebagai mekanisme relasional yang membentuk identitas sosial dan psikologis individu. Danesi (2019) bahkan menekankan bahwa cinta perlu dipahami melalui pendekatan semiotik dan linguistik yang mempertimbangkan konteks budaya, simbol, serta praktik komunikasi sehari-hari. Dengan demikian, penggunaan kerangka Chapman (1997) secara universal berpotensi menyederhanakan kompleksitas makna cinta dan mengabaikan variasi budaya dalam praktik afeksi.

Penelitian-penelitian sebelumnya sebagian besar masih berfokus pada konteks relasi romantis dan pernikahan. Bahtiar *et al.* (2023), misalnya, menunjukkan adanya pergeseran preferensi bahasa cinta seiring durasi hubungan, sementara Massang *et al.* (2022) menyoroti peran bahasa cinta dalam pembentukan karakter dan empati di lingkungan pendidikan. Meskipun demikian, kajian-kajian tersebut umumnya masih menggunakan kategori bahasa cinta Chapman (1997) sebagai kerangka analisis utama, tanpa mempertanyakan kesesuaiannya dalam konteks budaya dan generasi yang berbeda.

Keterbatasan ini semakin tampak dalam kajian mengenai Generasi Z. Generasi yang lahir antara 1997-2012 (Pew Research Center, 2019) tumbuh dalam lingkungan digital yang membentuk pola komunikasi emosional yang berbeda secara signifikan dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi Z cenderung mengedepankan keaslian, batasan emosional, serta ekspresi afeksi yang dimediasi teknologi digital (Dimock, 2019; Savelli & Murmura, 2023). Kumar dan Gupta (2022) menunjukkan bahwa nilai-nilai relasional Gen Z merupakan respons adaptif terhadap kondisi sosial yang cepat, terfragmentasi, dan berbasis teknologi. Namun, masih sangat terbatas penelitian yang mengkaji bagaimana Generasi Z menafsirkan konsep bahasa cinta, khususnya dalam konteks budaya non-Barat dan relasi non-romantis.

Yogyakarta sebagai kota pendidikan dengan latar belakang budaya yang kuat dan populasi mahasiswa yang heterogen, menyediakan konteks empiris yang strategis untuk mengkaji persoalan ini. Mahasiswa sebagai representasi Generasi Z tidak hanya berada pada fase transisi identitas, tetapi juga menghadapi kompleksitas relasi sosial dan meningkatnya tantangan kesehatan mental di lingkungan akademik. Oleh karena itu, pemahaman mengenai bagaimana mahasiswa memaknai dan mempraktikkan bahasa cinta menjadi penting, tidak hanya untuk memahami dinamika relasi interpersonal, tetapi juga untuk mengevaluasi relevansi teori bahasa cinta yang selama ini digunakan secara dominan.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis bagaimana mahasiswa Generasi Z di Yogyakarta memahami dan mempraktikkan bahasa cinta dalam kehidupan sehari-hari mereka. Penelitian ini secara khusus berupaya mengkaji ulang konsep bahasa cinta dengan mempertimbangkan konteks budaya, pengalaman

relasional, dan ekosistem digital yang membentuk kehidupan Generasi Z. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kritis terhadap pengembangan kajian psikologi hubungan lintas budaya. Secara praktis, temuan penelitian ini berpotensi menjadi dasar bagi pengembangan pendekatan komunikasi afektif yang lebih kontekstual dalam pendidikan tinggi dan layanan konseling mahasiswa.

Metode

Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus digunakan untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh dan mendalam mengenai individu serta permasalahan yang dihadapinya, dengan harapan dapat menemukan solusi atas masalah tersebut dan mendorong perkembangan pribadi yang positif (Wijaya & Zalogo, 2025).

Dalam penelitian ini, peneliti melibatkan tujuh mahasiswa dari tujuh universitas swasta yang berada di Kota Yogyakarta, dengan rentang usia antara 19 hingga 25 tahun. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-struktural yang dilakukan secara tatap muka selama 30-60 menit di lokasi yang nyaman bagi partisipan. Panduan wawancara disusun secara mandiri oleh peneliti. Wawancara semi-terstruktur memungkinkan peneliti mengikuti panduan pertanyaan yang fleksibel, sehingga dapat menyesuaikan alur wawancara dengan respons narasumber tanpa kehilangan konsistensi data antar informan.

Untuk memastikan keabsahan data, peneliti menerapkan *member checking* serta triangulasi melalui catatan lapangan dan refleksi peneliti. Analisis diarahkan pada bagaimana Generasi Z menggambarkan, menafsirkan, dan memaknai bahasa cinta (*love language*) dalam kehidupan sehari-hari, termasuk cara bahasa cinta tersebut diekspresikan, diterima, dan dinegosiasikan dalam relasi personal mereka.

Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa Generasi Z di Yogyakarta menginterpretasikan dan mengungkapkan bahasa cinta (*love language*) dalam kehidupan sehari-hari mereka. Wawancara dilakukan dengan tujuh mahasiswa yang terdaftar di perguruan tinggi swasta di Yogyakarta. Subjek penelitian terdiri dari empat perempuan dan tiga laki-laki, dengan usia antara 19 hingga 25 tahun, mewakili beragam latar belakang akademis dan sosial. Berdasarkan hasil wawancara yang mendalam, temuan penelitian ini dapat dibagi dalam beberapa kategori yang menggambarkan cara-cara mahasiswa Gen Z mengekspresikan cinta melalui bahasa cinta dalam hubungan romantis, pertemanan, serta keluarga.

1. *Preferensi Bahasa Cinta dalam Relasi Romantis*

Dalam konteks hubungan romantis, sebagian besar mahasiswa Gen Z mengungkapkan preferensi terhadap bahasa cinta yang berhubungan dengan *waktu*

berkualitas (quality time) dan kata-kata penegasan (words of affirmation). Subjek A (perempuan, 20 tahun) menjelaskan bahwa ia merasa paling dihargai ketika pasangannya meluangkan waktu untuknya, meskipun tidak melakukan aktivitas khusus bersama. Ia berkomentar:

“Aku tuh ngerasa paling disayang justru kalau dia mau ngeluangin waktu buat sekadar ngobrol atau nemenin aku nugas, meskipun enggak ngapa-ngapain. Bukan soal apa yang dilakuin, tapi dia memilih untuk hadir.”

Sebaliknya, Subjek C (laki-laki, 21 tahun) mengungkapkan bahwa bahasa cinta berupa *kata-kata penegasan* sangat berharga bagi dirinya, terutama di saat-saat stres.

“Kalau temen atau pacar ngasih semangat lewat kata-kata, atau bilang ‘aku bangga sama kamu’, itu bikin aku ngerasa dihargai banget. Apalagi kalau aku lagi down.”

Dari temuan ini, terlihat bahwa mahasiswa Gen Z menilai waktu berkualitas dan kata-kata penegasan sebagai dua bahasa cinta yang memiliki dampak besar dalam hubungan romantis mereka.

2. Pengaruh Media Sosial dalam Ekspresi Cinta

Hasil wawancara menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran signifikan dalam ekspresi cinta di kalangan mahasiswa Gen Z. Semua subjek penelitian mengakui bahwa mereka sering menggunakan platform digital untuk mengekspresikan kasih sayang, yang menciptakan bentuk baru dari bahasa cinta. Misalnya, Subjek B (laki-laki, 23 tahun) menyatakan bahwa kecepatan respons dalam berkomunikasi melalui aplikasi pesan instan dianggap sebagai bentuk perhatian:

“Menurutku, kalau orang itu cepat bales chat aku, artinya dia peduli. Itu semacam bentuk care yang sekarang udah jadi normal buat kita. Nggak harus bilang sayang atau apa, tapi respon cepat aja udah cukup.”

Subjek D (perempuan, 19 tahun) juga menambahkan bahwa *reposting* atau menyukai unggahan orang lain di media sosial dapat dilihat sebagai ungkapan kasih sayang:

“Kalau temen repost story aku dan nulis caption yang manis, itu udah kayak love language versi Instagram. Dulu mungkin orang ngasih hadiah, sekarang ngasih atensi digital.”

Temuan ini menunjukkan bahwa ekspresi cinta dalam era digital telah berkembang pesat, dan media sosial menjadi saluran utama untuk memperluas konsep

bahasa cinta. Ini sejalan dengan pandangan tentang bagaimana Generasi Z membangun relasi sosial yang berbasis teknologi.

3. Bahasa Cinta dalam Relasi Non-Romantis: Persahabatan dan Keluarga

Selain hubungan romantis, sebagian besar mahasiswa dalam penelitian ini juga menyatakan bahwa bahasa cinta dalam relasi non-romantis, seperti dengan keluarga dan sahabat, memainkan peran penting dalam kehidupan mereka. Subjek G (perempuan, 21 tahun) misalnya, mengungkapkan bahwa perhatian melalui tindakan sederhana dalam pertemanan lebih berarti daripada kata-kata. Ia berpendapat:

"Justru aku lebih banyak nunjukin perhatian ke sahabat-sahabatku, kayak nganterin mereka pulang, atau sekadar dengerin cerita mereka. Itu bentuk sayang yang aku tunjukin."

Subjek F (laki-laki, 20 tahun) menjelaskan bahwa tindakan kecil dari keluarga, seperti makanan yang disiapkan oleh ibu, juga merupakan ekspresi cinta yang paling berkesan baginya:

"Ibu aku tuh sering masak makanan kesukaanku tiap aku pulang ke rumah. Itu bentuk cinta yang paling nyata sih buatku. Aku pun jadi belajar untuk nunjukin perhatian ke orang lain lewat hal-hal kecil kayak gitu."

Hal ini menunjukkan bahwa bahasa cinta juga sangat relevan dalam konteks non-romantis, dan Generasi Z menganggap hubungan keluarga dan pertemanan sebagai ruang di mana mereka dapat mengekspresikan afeksi secara alami dan tanpa syarat.

4. Kesadaran Diri dan Refleksi Emosional dalam Mengekspresikan Cinta

Menariknya, sebagian besar informan menunjukkan kesadaran diri yang tinggi terkait preferensi mereka terhadap bahasa cinta. Beberapa dari mereka bahkan pernah mengikuti tes *online* mengenai *love language* untuk lebih memahami cara mereka mengekspresikan dan menerima cinta. Subjek A (perempuan, 20 tahun) mengungkapkan bahwa tes tersebut membantunya mengenali kecenderungannya terhadap *waktu berkualitas* dan *kata-kata penegasan*:

"Aku pernah ikut tes love language dari internet, dan hasilnya cocok banget. Aku jadi lebih ngerti kenapa aku suka diperlakukan dengan cara tertentu. Itu ngebantu aku juga buat ngerti kenapa aku merasa nggak nyaman di beberapa hubungan."

Subjek E (perempuan, 22 tahun) juga berbagi pengalamannya tentang bagaimana pemahaman mengenai bahasa cinta membantu dia dalam hubungan romantis:

“Aku sama pacarku pernah ribut karena aku ngerasa dia cuek. Tapi setelah ngobrol dan tahu kalau dia lebih ekspresif lewat tindakan, bukan kata-kata, jadi lebih ngerti dan enggak baperan lagi.”

Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kesadaran reflektif yang lebih dalam dalam hal mengekspresikan dan memahami bahasa cinta, serta menggunakannya sebagai alat untuk memperbaiki kualitas hubungan interpersonal mereka.

5. *Menyeimbangkan Rasionalitas dan Empati dalam Ekspresi Cinta*

Meskipun Generasi Z dikenal dengan kecenderungannya untuk mengungkapkan emosi secara spontan, sebagian besar subjek penelitian juga menekankan pentingnya rasionalitas dan empati dalam mengekspresikan cinta. Subjek C (laki-laki, 21 tahun) memberikan contoh bagaimana ia menyesuaikan bahasa cintanya sesuai dengan kenyamanan pasangannya:

“Aku tahu pacarku nggak terlalu nyaman dengan pelukan di tempat umum, jadi aku tunjukkan sayanginya dengan bantuin dia ngerjain tugas atau anterin pulang. Menyesuaikan love language itu penting, biar dua-duanya nyaman.”

Temuan ini menegaskan bahwa mahasiswa Gen Z memiliki kecerdasan emosional yang tinggi dalam menyesuaikan cara mereka mengekspresikan cinta, yang mencerminkan kemampuan mereka untuk berpikir rasional sambil tetap mempertimbangkan perasaan orang lain dalam hubungan mereka.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana mahasiswa Generasi Z di Yogyakarta menginterpretasikan dan mengekspresikan bahasa cinta dalam berbagai aspek kehidupan mereka, baik dalam konteks romantis, relasi sosial non-romantis, maupun dalam hubungan kekeluargaan. Temuan penelitian ini tidak hanya merefleksikan pola preferensi ekspresi afeksi, namun juga memperlihatkan bagaimana nilai-nilai kultural, perkembangan teknologi, dan kesadaran emosional membentuk dan memodifikasi ekspresi cinta di kalangan generasi muda. Dalam bagian ini, hasil penelitian dikaji lebih lanjut dengan membandingkannya terhadap teori dan penelitian sebelumnya guna memperkuat validitas temuan dan memperluas perspektif ilmiah terkait fenomena ini.

Preferensi Bahasa Cinta dalam Relasi Romantis: Perpaduan antara Intimasi dan Koneksi Emosional

Hasil wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa Gen Z cenderung *menempatkan quality time* dan *words of affirmation* sebagai bentuk bahasa cinta yang paling bermakna dalam relasi romantis mereka. Preferensi ini menunjukkan bahwa kehadiran emosional dan verbal affirmation

lebih diprioritaskan dibandingkan ekspresi material atau fisik. Sebagaimana dikemukakan oleh Subjek A dan Subjek C, kedekatan emosional yang dihadirkan melalui kehadiran fisik yang berkualitas atau kata-kata penyemangat memiliki daya emosional yang tinggi dalam menciptakan rasa dicintai dan dihargai.

Temuan ini sejalan dengan teori Chapman (1997), yang mengklasifikasikan lima bahasa cinta utama dan menekankan pentingnya penguatan emosional sebagai inti dari relasi yang sehat. Namun demikian, dalam konteks mahasiswa Gen Z di Indonesia, khususnya di Yogyakarta, terdapat nuansa lokal yang memperlihatkan bahwa preferensi terhadap *quality time* sering kali tidak memerlukan aktivitas khusus, melainkan cukup dengan kehadiran yang penuh makna. Hal ini mencerminkan nilai-nilai kolektivitas dan perhatian implisit dalam budaya timur, yang menjadikan kehadiran sebagai bentuk cinta yang kuat, meskipun tidak selalu diekspresikan secara verbal atau eksplisit.

Studi Mostova *et al.* (2022) mendukung hal ini dengan menekankan bahwa pasangan yang memiliki preferensi bahasa cinta yang sinkron, terutama dalam aspek afeksi verbal dan waktu berkualitas, cenderung mengalami tingkat kepuasan emosional yang lebih tinggi dalam hubungan mereka. Oleh karena itu, pemahaman terhadap preferensi ini penting tidak hanya sebagai aspek relasional tetapi juga sebagai bagian dari kecerdasan emosional dalam membangun dan memelihara relasi jangka panjang.

Media Sosial sebagai Medium Baru Ekspresi Cinta: Digitalisasi Afeksi dalam Era Teknologi

Temuan selanjutnya menggarisbawahi transformasi ekspresi cinta yang semakin berorientasi digital. Mahasiswa Gen Z menunjukkan kecenderungan tinggi dalam memanfaatkan platform digital, seperti media sosial dan aplikasi pesan instan, sebagai sarana utama untuk menyampaikan perhatian dan kasih sayang. Respons cepat terhadap pesan, menyukai unggahan pasangan, atau mengunggah ulang konten sebagai bentuk dukungan emosional, menjadi bentuk baru dari *acts of service* atau *words of affirmation* yang mengalami digitalisasi.

Perubahan ini menunjukkan bahwa dalam konteks komunikasi digital, bahasa cinta telah mengalami perluasan bentuk dan makna. Ini berimplikasi bahwa definisi tradisional dari bahasa cinta perlu diperluas agar mencakup ekspresi afeksi berbasis digital yang sangat signifikan dalam kehidupan sosial Gen Z. Temuan ini memperkuat argumen dari Dinçyürek *et al.* (2018), yang menyatakan bahwa adaptasi terhadap konteks budaya dan media komunikasi sangat penting dalam memahami cara individu mengekspresikan cinta. Dalam konteks Gen Z, adaptasi ini mencerminkan kapasitas generasi ini untuk menginternalisasi teknologi sebagai bagian integral dari komunikasi afektif mereka.

Lebih lanjut, fenomena ini memperlihatkan bagaimana media sosial berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai arena performatif di mana cinta dan afeksi dipresentasikan, divalidasi, dan dinegosiasikan secara sosial. Kehadiran simbolik melalui likes,

reposts, atau replies mengkonfirmasi bentuk perhatian yang dapat diinterpretasikan sebagai bentuk cinta, menggantikan atau melengkapi ekspresi fisik yang sebelumnya lebih dominan dalam teori klasik.

Ekspresi Bahasa Cinta dalam Relasi Non-Romantis: Perluasan Makna dan Kontekstualisasi Budaya

Penelitian ini juga menemukan bahwa mahasiswa Gen Z mengekspresikan bahasa cinta dalam bentuk yang berbeda pada relasi non-romantis, seperti dalam persahabatan dan hubungan kekeluargaan. Dalam konteks ini, bahasa cinta lebih banyak diwujudkan dalam bentuk *acts of service* dan *receiving gifts* dalam bentuk tindakan konkret sehari-hari, seperti menyiapkan makanan, menemani teman, atau memberikan perhatian melalui aksi yang tidak bersifat verbal. Seperti disampaikan oleh Subjek G dan F, tindakan-tindakan kecil ini dianggap sebagai bentuk cinta yang paling autentik dan menyentuh.

Hasil ini memperkaya pemahaman kita mengenai dimensi lintas-kontekstual dari bahasa cinta. Bahasa cinta tidak hanya berlaku dalam relasi romantis, tetapi juga membentuk dinamika afeksi dalam jaringan relasi sosial yang lebih luas. Studi Suriyah (2018) dalam kerangka psikologi indigenous menegaskan pentingnya unsur pengorbanan dan nilai-nilai lokal dalam ekspresi cinta. Dalam budaya Indonesia, misalnya, pengabdian kepada keluarga melalui tindakan sehari-hari memiliki makna emosional yang dalam, mencerminkan nilai-nilai *filial piety* sebagaimana dijelaskan oleh Oben (2023), yang melihat cinta sebagai tanggung jawab dan dedikasi, bukan sekadar ekspresi verbal.

Oleh karena itu, ekspresi cinta dalam relasi non-romantis di kalangan mahasiswa Gen Z memperlihatkan adanya kesinambungan antara nilai-nilai tradisional dan kebutuhan emosional kontemporer, yang disampaikan melalui bentuk-bentuk tindakan konkret yang sering kali luput dari perhatian dalam pendekatan psikologis Barat yang terlalu menekankan komunikasi eksplisit.

Refleksi Diri dan Kesadaran Emosional: Bahasa Cinta sebagai Mekanisme Interpersonal dan Intrapersonal

Salah satu temuan menarik dalam penelitian ini adalah tingginya tingkat kesadaran reflektif di kalangan informan terhadap bahasa cinta yang mereka miliki. Banyak di antara mereka telah mengikuti tes-tes daring yang membantu mereka mengenali preferensi dan pola emosional dalam mengekspresikan cinta. Hal ini mencerminkan tingginya literasi emosional dan motivasi internal untuk membangun relasi yang sehat dan bermakna.

Dalam pandangan Gadamer sebagaimana dijelaskan oleh Pristica *et al.* (2023), pemahaman terhadap bahasa cinta merupakan bentuk hermeneutika eksistensial, di mana individu tidak hanya mengungkapkan perasaan, tetapi juga menafsirkan pengalaman hidup mereka melalui relasi. Bahasa cinta dalam konteks ini bukan sekadar media komunikasi, tetapi sarana refleksi diri dan pembentukan identitas dalam hubungan sosial. Ini memperkuat posisi

bahwa *love language* bukan hanya tentang bagaimana seseorang mencintai, tetapi juga tentang bagaimana ia memahami dan mengalami cinta itu sendiri.

Refleksi ini penting dalam membentuk hubungan yang berbasis empati dan pemahaman, sebagaimana terlihat dalam interaksi Subjek E yang mampu memahami bahwa pasangan memiliki ekspresi cinta yang berbeda, sehingga menghindari konflik yang tidak perlu. Oleh karena itu, bahasa cinta dalam hal ini juga berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan keterampilan resolusi konflik dan memperdalam ikatan interpersonal.

Indikator Kematangan Emosional dalam Relasi Gen Z

Meskipun Generasi Z seringkali diasosiasikan dengan ekspresi afeksi yang impulsif dan terbuka, penelitian ini justru menunjukkan bahwa mayoritas subjek menekankan pentingnya menyeimbangkan empati dengan rasionalitas dalam mengekspresikan cinta. Kemampuan untuk menyesuaikan bentuk ekspresi cinta dengan preferensi pasangan, seperti menghindari sentuhan di ruang publik atau menunjukkan kasih sayang melalui bantuan praktis, merupakan indikator kematangan emosional yang signifikan.

Dalam studi Arifianto *et al.* (2021) serta Bahtiar *et al.* (2023), kemampuan untuk menyesuaikan bahasa cinta pasangan disebut sebagai kunci dalam mempertahankan keharmonisan relasi, baik dalam masa awal pernikahan maupun dalam hubungan jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z telah mulai mempraktikkan keterampilan komunikasi interpersonal yang selama ini dianggap sebagai indikator keberhasilan dalam relasi dewasa.

Kemampuan mahasiswa untuk memodifikasi bentuk ekspresi cinta berdasarkan kenyamanan dan batasan pasangan menandakan adanya pemahaman yang mendalam terhadap dinamika relasional. Ini bukan hanya mencerminkan empati, tetapi juga kesiapan untuk melakukan kompromi dan adaptasi, yang sangat penting dalam membangun relasi yang sehat dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Generasi Z di Yogyakarta memiliki pemahaman dan ekspresi bahasa cinta yang kompleks, adaptif, dan kontekstual. *Quality time* dan *words of affirmation* muncul sebagai bentuk bahasa cinta yang paling dominan dalam relasi romantis, sementara *acts of service* dan *receiving gifts* lebih sering dimunculkan dalam hubungan non-romantis seperti pertemanan dan keluarga. Media sosial berperan sebagai medium baru dalam menyalurkan ekspresi afeksi, menggeser bentuk-bentuk ekspresi konvensional ke dalam bentuk digital yang lebih ringkas namun tetap bermakna secara emosional.

Selain itu, mahasiswa menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap preferensi afektif mereka sendiri dan orang lain, yang mencerminkan tingkat literasi emosional yang berkembang. Temuan ini tidak hanya memperluas pemahaman terhadap teori bahasa cinta dalam konteks

budaya lokal, tetapi juga mengindikasikan pergeseran paradigma dalam memahami cinta dan relasi sosial di era digital.

Berdasarkan temuan penelitian ini, direkomendasikan agar studi lebih lanjut dilakukan dengan cakupan yang lebih luas, baik secara geografis maupun demografis, guna menangkap dinamika bahasa cinta Generasi Z di berbagai konteks sosial dan budaya. Penelitian lanjutan juga dapat menggabungkan pendekatan kuantitatif untuk mengukur hubungan antara preferensi bahasa cinta dan aspek psikologis lainnya seperti kepuasan hubungan atau kecerdasan emosional. Selain itu, praktisi di bidang pendidikan dan konseling diharapkan dapat memanfaatkan pemahaman tentang *love language* sebagai bagian dari strategi pengembangan karakter dan peningkatan kualitas hubungan interpersonal di kalangan remaja dan dewasa muda. Pemahaman ini juga penting bagi Generasi Z sendiri agar mereka mampu mengekspresikan dan menerima cinta dengan cara yang sehat, adaptif, serta berlandaskan empati dan kesadaran diri.

Meskipun penelitian ini memberikan gambaran yang mendalam mengenai pemaknaan dan ekspresi bahasa cinta pada mahasiswa Generasi Z di Yogyakarta, sejumlah keterbatasan perlu dicermati. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jumlah subjek yang terbatas dan berada dalam konteks geografis serta kultural tertentu, sehingga temuan yang dihasilkan belum dapat digeneralisasikan secara luas pada populasi Generasi Z di wilayah lain dengan karakter sosial dan budaya yang berbeda. Selain itu, data yang diperoleh melalui wawancara sangat bergantung pada kemampuan refleksi diri dan kejujuran subjek, yang membuka kemungkinan adanya bias sosial-desirabilitas dalam menggambarkan kematangan emosional atau kualitas relasi. Penelitian ini juga belum secara mendalam mengeksplorasi pengaruh variabel lain seperti latar belakang keluarga, status hubungan, intensitas penggunaan media sosial, serta pengalaman relasional sebelumnya yang berpotensi membentuk preferensi bahasa cinta. Di samping itu, meskipun peran media sosial sebagai medium ekspresi afeksi telah diidentifikasi, kajian ini belum mengulas secara kritis sisi problematis dari digitalisasi bahasa cinta, seperti ambiguitas makna afeksi atau ketergantungan pada validasi sosial, sehingga pemahaman yang diperoleh masih bersifat kontekstual dan deskriptif.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Gen Z di Yogyakarta lebih mengutamakan *quality time* dan *words of affirmation* dalam hubungan romantis, serta menggunakan media sosial untuk mengekspresikan cinta. Dalam hubungan non-romantis, *acts of service* dan pemberian hadiah lebih dominan. Generasi Z juga memiliki kesadaran emosional tinggi dan mampu menyeimbangkan empati dengan rasionalitas dalam relasi.

Implikasi

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa kajian mengenai bahasa cinta pada Generasi Z masih terbuka luas untuk dikembangkan melalui pendekatan yang lebih beragam dan komprehensif. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan subjek secara geografis dan demografis agar dinamika bahasa cinta Generasi Z dapat dipahami secara lebih komprehensif. Penggunaan pendekatan kuantitatif atau metode campuran juga diperlukan untuk menguji keterkaitan bahasa cinta dengan variabel psikologis lain, seperti kepuasan hubungan dan kecerdasan emosional. Selain itu, kajian mendatang perlu mengeksplorasi secara kritis peran media digital dalam ekspresi afeksi, termasuk dampaknya terhadap kualitas relasi, sehingga temuan yang dihasilkan tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga aplikatif.

Daftar Pustaka

- Adams, A. M. (2020). *Exploring love languages: The key to building and maintaining healthy relationships* (pp. 1–27).
- Arifianto, Y. A., Angin, Y. H. P., & Yeniretnowati, T. A. (2021). Implikasi pemahaman bahasa cinta bagi relasi suami istri. *Jurnal Teologi (JUTEOLOG)*, 2(1), 17. <https://doi.org/10.52489/juteolog.v2i1.17>
- Bahtiar, H., Machmoed, H. A., & Sahib, H. (2023). *Love language* expressions among newlyweds and long-married couples: Interpersonal communication's perspective. *Jurnal Onoma Pendidikan Bahasa dan Sastra*. <https://doi.org/10.30605/onoma.v9i2.3183>
- Chapman, G. (2010). *The 5 love languages: The secret to love that last*. Chicago: Northfield Publishing.
- Chapman, G. (1997). *The five love languages* (W. Salampessy, Trans.). Jakarta: Professional Books.
- Danesi, M. (2019). The language of love. In *Palgrave Macmillan* (pp. 57–82). Cham. <https://doi.org/10.1007/97830301811163>
- Dinçyürek, S., & Ince, S. A. (2018). Adaptation of the Five *Love language* Scale to Turkish language. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*. <https://doi.org/10.29333/ejmste/85866>
- Kumar, H. (2022). Augmented reality in online retailing: A systematic review and research agenda. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50(4), 537–559.
- Massang, B., Manoppo, F. K., & Mamonto, H. (2022). Penanaman pendidikan karakter bagi anak usia dini melalui bahasa cinta. *Al-Madrasah*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.35931/am.v6i1.899>
- Mostova, O., Stolarski, M., & Matthews, G. (2022). I love the way you love me: Responding to partner's *love language* preferences boosts satisfaction in romantic heterosexual couples. *PLOS ONE*. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0269429>
- Oben, A. I. (2023). *Love language* through filial piety. *Journal of Adolescent Health*. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2023.02.009>
- Pew Research Center. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Retrieved August 21, 2024, from https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/ft_19-01-17_generations_2019/
- Pristica, B., Virgin, D., & Sitorus, F. K. (2023). Bahasa cinta: Tinjauan dari perspektif filsafat Hans-Georg Gadamer. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3). <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1363>
- Rahmawati, R., & Gazali, M. (2018). Pola komunikasi dalam keluarga. *AL-MUNZIR Jurnal Kajian Ilmuilmu Komunikasi dan Bimbingan Islam*, 11(2), 163–181. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/al-munzire/article/view/1125>
- Sternberg, R. J. (1986). A triangular theory of love. *Psychological Review*, 93(2), 119–135. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.93.2.119>

- Surijah, E. A., Putri, K. D. A., Waruwu, D., & Aryanata, N. T. (2018). Studi psikologi indigenous konsep bahasa cinta. *Intuisi*, 10(2), 17-524.
<https://doi.org/10.15294/intuisi.v10i2.17524>
- Surijah, E. A., Ratih, S. K. A., & Anggara, I. M. F. (2017). Merasa dicintai saat dibantu: Penelitian survey deskriptif "Five Love languages." *Psikodimensia*, 16(1), 49.
<https://doi.org/10.24167/psiko.v16i1.946>
- Wijaya, K. K., & Zalogo, M. A. R. (2025). Sisi gelap remaja: Studi perilaku agresif remaja pecandu alkohol di Kabupaten Sleman. *Wacana*, 17(1).
<https://doi.org/10.20961/wacana.v17i1.90962>