



PANDANGAN GENERASI Z PADA STANDAR HUBUNGAN ROMANTIS DALAM KONTEN “COUPLE GOALS” DI TIKTOK

Cintia Putrie Albina Dinata¹, Desy Safitri², Sujarwo³

Pendidikan IPS, Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta^{1,2,3}
cintiaputrie2@gmail.com¹, desysafitri@unj.ac.id², sujarwo-fis@unj.ac.id³

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article History

Published : 25 June 2026

Keywords

Generasi Z, couple goals, TikTok, hubungan romantis, media sosial.

Generation Z, couple goals, TikTok, romantic relationships, social media



© Author(s) 2026
This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Perkembangan TikTok sebagai media sosial populer di kalangan Generasi Z memunculkan berbagai konten romantis bertema “couple goals” yang menampilkan hubungan ideal dan harmonis. Konten tersebut turut memengaruhi cara Generasi Z memahami hubungan romantis di kehidupan nyata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pandangan Generasi Z terhadap standar hubungan romantis dalam konten couple goals di TikTok. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam terhadap lima informan Generasi Z pengguna aktif TikTok yang dipilih melalui purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma TikTok dan intensitas interaksi pengguna membuat konten couple goals sering muncul di For You Page (FYP). Konten tersebut membentuk gambaran hubungan romantis yang ideal sehingga memengaruhi ekspektasi, praktik perbandingan sosial, serta penilaian mengenai kelayakan hubungan di kehidupan nyata. Informan perempuan cenderung lebih mudah membangun standar hubungan ideal, sedangkan informan laki-laki lebih memandang konten tersebut sebagai hiburan dan bukan acuan utama dalam hubungan.

The development of TikTok as a popular social media platform among Generation Z has given rise to a variety of romantic content with the theme of “couple goals,” depicting ideal and harmonious relationships. This content has influenced how Generation Z perceives romantic relationships in real life. This study aims to determine Generation Z's views on romantic relationship standards in couple goal content on TikTok. The study used a qualitative descriptive method with data collection techniques in the form of in-depth interviews with five Generation Z informants, active TikTok users, selected through purposive sampling. The results show that TikTok's algorithm and the intensity of user interaction cause couple goal content to frequently appear on the For You Page (FYP). This content creates an image of an ideal romantic relationship, thus disappointing expectations, social communication practices, and assessments of the feasibility of relationships in real life. Female informants tend to more easily establish ideal relationship standards, while male informants view such content more as entertainment and not a primary reference in relationships.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, khususnya dalam cara individu berinteraksi dan membentuk makna sosial. Media sosial telah berkembang menjadi ruang digital yang digunakan generasi muda untuk berinteraksi, membangun relasi, hingga membentuk cara pandang terhadap kehidupan sosial. Di antara berbagai platform digital, Tiktok menjadi aplikasi yang banyak digunakan karena memungkinkan pengguna mengakses dan menyebarkan konten secara cepat melalui sistem algoritma. Hal ini terlihat dari bagaimana media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari generasi muda dalam membentuk persepsi sosial mereka ¹.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan TikTok, berbagai tren konten mulai bermunculan dan memengaruhi cara pandang pengguna, salah satunya adalah konten “couple goals” yang menampilkan hubungan romantis yang tampak ideal, harmonis, dan menyenangkan. Representasi hubungan seperti ini sering kali dijadikan acuan dalam melihat hubungan di kehidupan nyata, meskipun tidak selalu mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Paparan konten di TikTok juga berkaitan dengan perubahan gaya hidup dan pola pikir remaja dalam kehidupan sehari-hari ². Selain itu, representasi hubungan di media sosial kerap membentuk standar tertentu yang berpotensi menciptakan tekanan sosial, karena kehidupan yang ditampilkan tidak selalu sesuai dengan realitas.³

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital juga berkaitan dengan proses pembelajaran dan pembentukan cara berpikir individu. Teknologi tidak hanya memengaruhi cara seseorang mengakses informasi, tetapi juga bagaimana individu memahami dan menilai realitas di sekitarnya. Dalam konteks ini, kemajuan teknologi informasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara individu belajar dan membentuk pemahaman ⁴.

Selain itu, pendidikan memiliki peran penting dalam membentuk nilai dan sikap individu dalam menghadapi berbagai fenomena sosial di era digital. Peran ini terlihat dari bagaimana

¹ Kinanti Ananda Putri, Mayasari Mayasari, and Weni A Arindawati, “Konten Relationship Goals Di Tiktok Dalam Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi,” *Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media* 9, no. 1 (2026): 169–76.

² Shazrin Daniyah Khansa and Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, “Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja,” *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2022): 133–41.

³ Khairin Nazmi, Tutia Rahmi, and Alwi Padly Harahap, “Keutuhan Harmoni Rumah Tangga Perspektif Hadis: Menghindari Stigma Sosial Di Aplikasi Tiktok Sebagai Standar Kebahagiaan Keluarga,” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 19, no. 1 (2025): 358–75.

⁴ Desy Safitri et al., “Education Sustainability through Interactive Modules and Learning Autonomy to Improve Self Directed Learning among Middle School Students with PLS SEM Random Forest and XGBoost,” *Discover Sustainability* 7, no. 1 (2026): 166.

pendidikan tidak hanya berfokus pada pengetahuan, tetapi juga pada pembentukan nilai, sikap, dan perilaku yang mendukung kesadaran dalam kehidupan sehari-hari⁵.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pandangan Generasi Z pada standar hubungan romantis yang ditampilkan dalam konten “couple goals” di TikTok. Penelitian ini juga berfokus pada bagaimana konten tersebut membentuk cara pandang, ekspektasi, serta penilaian terhadap hubungan dalam kehidupan nyata. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran media sosial dalam membentuk konstruksi hubungan romantis pada Generasi Z.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami pandangan Generasi Z terhadap konten *couple goals* di TikTok. Penelitian dilakukan melalui studi lapangan dengan mengumpulkan data secara langsung dari informan sesuai kondisi nyata di lingkungan sosial mereka.

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung untuk memperoleh data sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Subjek penelitian ini adalah Generasi Z berusia 18–25 tahun yang aktif menggunakan TikTok serta memiliki pengalaman terpapar konten “couple goals” pada halaman *For You Page* (FYP).

Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan meliputi: (1) termasuk dalam kategori Generasi Z, (2) aktif menggunakan TikTok, dan (3) pernah melihat konten hubungan romantis yang muncul secara berulang pada halaman *For You Page* (FYP).

Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk menggali pengalaman, pandangan, dan penilaian informan terhadap konten *couple goals* yang mereka konsumsi di TikTok.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif dari Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Penyajian data disusun dalam bentuk uraian deskriptif yang sistematis. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap berdasarkan pola, hubungan, dan makna yang ditemukan dari data yang telah dianalisis.

⁵ Desy Safitri et al., “Sustainable Lifestyle in the Link between Environmental Education and Ecological Intelligence in Indonesia,” *Discover Sustainability*, 2026.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Intensitas Paparan Konten “Couple Goals” di TikTok pada Generasi Z

Intensitas paparan konten di TikTok tidak terlepas dari peran algoritma yang menyesuaikan konten berdasarkan interaksi pengguna, sehingga konten tertentu dapat muncul secara berulang di halaman *For You Page* (FYP). Hal ini menyebabkan pengguna yang sering menonton, menyukai, atau berinteraksi dengan konten tertentu akan lebih sering terpapar konten serupa. Fenomena ini sejalan dengan ⁶ yang menyatakan bahwa algoritma For You Page (FYP) memfasilitasi eksposur terhadap konten-konten sejenis secara berulang, menciptakan ruang diskusi dan internalisasi makna sosial baru.

Dari perspektif *Uses and Gratifications Theory*, Katz et al. (1974) dalam Lev-On menegaskan bahwa individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu seperti hiburan, informasi, dan koneksi sosial ⁷. Namun yang perlu dikritisi adalah asumsi "keaktifan" pengguna ini justru diperlemah oleh desain algoritmik TikTok pengguna tidak sepenuhnya memilih secara sadar, melainkan diarahkan oleh sistem rekomendasi yang memperkuat pola konsumsi yang sudah ada (*reinforcement loop*). Hal ini menunjukkan bahwa intensitas paparan bukan semata pilihan aktif, melainkan hasil konstruksi platform.

Selain itu, intensitas paparan juga dipengaruhi oleh tingginya penggunaan media sosial pada Generasi Z. TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga ruang utama dalam mengonsumsi berbagai konten digital secara terus-menerus. ⁸ menyebutkan bahwa media sosial telah menjadi ruang utama generasi muda dalam berinteraksi dan mengekspresikan diri, salah satunya melalui platform TikTok. Kondisi ini membuat pengguna cenderung terpapar konten secara berulang dalam kehidupan sehari-hari, termasuk konten bertema hubungan romantis.

Paparan yang berulang terhadap konten di media sosial dapat membentuk kebiasaan konsumsi yang tidak disadari oleh pengguna. ⁹ menjelaskan bahwa luasnya informasi di media sosial memungkinkan individu menerima berbagai konten yang kemudian memengaruhi pengalaman mereka dalam menggunakan media tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara, para informan perempuan cenderung cukup sering terpapar konten couple goals di media sosial, bahkan dalam intensitas yang tinggi. Beberapa di antaranya mengaku dapat melihat lebih dari sepuluh konten dalam sehari, meskipun kemunculannya tidak selalu berurutan melainkan diselingi dengan konten lain. Hal ini dipengaruhi oleh kebiasaan

⁶ Nilam Ardiningrum, Abdul Haris Fatgehipon, and Martini Martini, “Fenomena ‘Marriage Is Scary’ Di Tiktok Dan Implikasinya Terhadap Persepsi Pernikahan Pada Kalangan Mahasiswa,” *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 10, no. 2 (2025): 51–60.

⁷ Azi Lev-On, “Uses and Gratifications: Evidence for Various Media,” *The International Encyclopedia of Media Effects*, 2017, 1–9.

⁸ Putri et al., (2026)

⁹ Swari & Tobing (2024)

menonton, memberi tanda suka, dan berinteraksi dengan konten serupa, sehingga algoritma media sosial terus merekomendasikan konten couple goals secara berulang. Selain itu, meningkatnya tren konten pasangan juga membuat jenis konten ini semakin sering muncul di FYP, meskipun tetap bercampur dengan konten lain seperti memasak atau hiburan sesuai dengan preferensi masing-masing pengguna. Temuan ini juga sejalan dengan Swari & Tobing (2024) yang menyatakan bahwa luasnya informasi di media sosial memungkinkan pengguna terpapar berbagai konten yang beragam.

Di sisi lain, pengalaman informan laki-laki menunjukkan variasi yang lebih beragam. Sebagian informan mengaku jarang menemukan konten couple goals di FYP mereka, karena algoritma lebih banyak menampilkan konten lain seperti anime, informasi terkini, atau topik otomotif. Konten couple goals hanya muncul sesekali dan tidak menjadi dominan. Namun, terdapat pula informan yang mengaku cukup sering melihat konten tersebut, terutama karena tren couple goals yang sedang populer sehingga lebih sering muncul saat melakukan scrolling.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa intensitas kemunculan konten couple goals di FYP sangat dipengaruhi oleh algoritma media sosial yang terbentuk dari kebiasaan interaksi pengguna serta tren yang sedang berkembang. Informan perempuan cenderung lebih sering terpapar karena tingkat interaksi yang lebih tinggi terhadap konten tersebut, sementara informan laki-laki menunjukkan pengalaman yang lebih beragam, mulai dari jarang hingga cukup sering melihat konten couple goals.

Gambaran Hubungan Romantis dalam Konten “Couple Goals” di TikTok

Konten “couple goals” di TikTok umumnya menampilkan gambaran hubungan romantis yang ideal, harmonis, dan dikemas secara visual menarik. Representasi ini sering kali menonjolkan momen kebersamaan, ekspresi kasih sayang, serta aktivitas romantis yang terlihat menyenangkan dan minim konflik. Media sosial tidak lagi sekadar digunakan untuk hiburan, tetapi juga menjadi ruang pembentukan persepsi dan pola pikir pengguna terhadap hubungan romantis. Hal ini sejalan dengan ¹⁰ yang menjelaskan bahwa konten pasangan di TikTok cenderung menyajikan hubungan yang tampak ideal, harmonis, dan estetik, yang kemudian membentuk standar tidak realistis bagi sebagian pengguna.

Secara teoritis, temuan ini dapat dianalisis menggunakan *Cultivation Theory* menurut Gerbner (1969) dalam Tukachinsky & Sangalang yang berargumen bahwa paparan media secara kumulatif membentuk persepsi individu tentang realitas sosial¹¹. Konten *couple goals* yang terus-

¹⁰ Sipahutar et al., (2025)

¹¹ Michael Morgan, James Shanahan, and Nancy Signorielli, “Cultivation Theory in the Twenty-first Century,” *The Handbook of Media and Mass Communication Theory*, 2014, 480–97.

menerus menampilkan hubungan ideal berfungsi layaknya dunia simbolik yang lama-kelamaan dianggap mewakili kenyataan. Adapun hal yang perlu dikritisi adalah bahwa kultivasi tidak bersifat langsung melainkan bergantung pada intensitas dan durasi paparan. Artinya, informan yang lebih sering terpapar memiliki risiko lebih besar untuk menginternalisasi gambaran tersebut sebagai norma hubungan.

Selain itu, konten romantis di TikTok juga membentuk ekspektasi tertentu mengenai hubungan, seperti pentingnya keterbukaan, dukungan, dan komunikasi antar pasangan, meskipun sering kali ditampilkan secara berlebihan. Hal ini dikemukakan oleh ¹² yang menyatakan bahwa konten TikTok dapat membentuk ekspektasi positif dalam hubungan, tetapi tidak selalu sesuai dengan realitas hubungan, sehingga berpotensi menimbulkan konflik atau kekecewaan.

Di sisi lain, ¹³ menegaskan bahwa fenomena relationship goals di TikTok lebih menekankan aspek visual dan performatif dibandingkan realitas hubungan yang sebenarnya. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan romantis dalam media sosial cenderung dikonstruksi untuk terlihat menarik dan ideal, sehingga tidak sepenuhnya mencerminkan dinamika hubungan yang nyata.

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat perbedaan sekaligus keterkaitan dalam cara para informan perempuan dan laki-laki memaknai couple goals. Para informan perempuan cenderung melihat couple goals sebagai hubungan yang menyenangkan, penuh kebersamaan, serta dilandasi oleh kedekatan emosional. Hal ini ditunjukkan melalui aktivitas seperti jalan-jalan, bermain, saling memberi hadiah, dan saling menyemangati satu sama lain. Selain itu, hubungan yang ideal juga dipahami sebagai hubungan yang tidak toxic, penuh kasih sayang, dan mampu berkembang ke tahap yang lebih serius hingga membangun keluarga yang harmonis. Menariknya, para informan perempuan juga menekankan bahwa couple goals tidak harus identik dengan kemewahan, karena aktivitas sederhana seperti berbincang santai di rumah atau memasak bersama dianggap lebih bermakna dalam memperkuat komunikasi sebagai fondasi hubungan.

Di sisi lain, para informan laki-laki lebih banyak memaknai couple goals melalui representasi yang muncul di media sosial, khususnya dari konten yang sering muncul di FYP. Couple goals digambarkan melalui visual yang estetik dan mengikuti tren, seperti piknik romantis dengan konsep yang tertata, penggunaan outfit pasangan yang serasi, serta momen kebersamaan di tempat seperti kafe atau pusat perbelanjaan. Selain itu, tren memberikan hadiah kepada pasangan juga menjadi salah satu bentuk yang sering diasosiasikan dengan couple goals.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa informan perempuan lebih menekankan aspek emosional, komunikasi, dan kesederhanaan dalam hubungan, sedangkan informan laki-laki cenderung melihat couple goals dari sisi visual dan representasi tren di media

¹² Bhudiawan & Junaidi (2025)

¹³ N. T. Khansa, (2026)

sosial. Meskipun demikian, keduanya sama-sama memandang couple goals sebagai bentuk hubungan yang harmonis, penuh kebersamaan, dan menghadirkan kebahagiaan bagi kedua pasangan.

Pengaruh Konten “Couple Goals” pada Pandangan Generasi Z tentang Hubungan Romantis

Konten couple goals di TikTok memiliki peran penting dalam membentuk cara pandang Generasi Z terhadap hubungan romantis. Paparan yang berulang terhadap konten hubungan yang tampak ideal dapat membentuk ekspektasi tertentu, bahkan mendorong individu untuk membandingkan hubungan yang dijalani dengan apa yang mereka lihat di media sosial. Hal ini sejalan dengan ¹⁴ yang menyatakan bahwa konten pasangan di TikTok dapat membentuk standar hubungan yang tidak realistis bagi sebagian pengguna.

Selain itu, konten romantis di media sosial juga berperan dalam membentuk persepsi dan ekspektasi terhadap hubungan yang diinginkan. Paparan konten yang terus-menerus membuat individu menginternalisasi nilai-nilai tertentu mengenai hubungan, seperti pentingnya keharmonisan, perhatian, dan momen kebersamaan. Hal ini diperkuat oleh ¹⁵ yang menyatakan bahwa era digital memengaruhi pandangan Generasi Z dalam menentukan kriteria pasangan dan hubungan ideal.

Untuk memahami mekanisme pengaruh ini, *Social Learning Theory* Bandura (1977) dalam Firmansyah & Saepuloh relevan digunakan individu tidak hanya belajar dari pengalaman langsung, tetapi juga melalui observasi terhadap model yang dilihat di media ¹⁶. Dalam konteks ini, pasangan yang ditampilkan dalam konten TikTok berfungsi sebagai model simbolik yang perilaku dan standar hubungannya diobservasi, dievaluasi, dan berpotensi ditiru. Adapun hal yang perlu dikritisi adalah proses *modelling* ini tidak netral, konten yang mendapat banyak *engagement* dan tampil berulang di FYP secara tidak sadar mendapat legitimasi sosial lebih besar, seolah menjadi standar yang disetujui bersama.

Lalu, di sisi lain, media sosial tidak hanya memberikan pengaruh negatif, tetapi juga dapat menjadi sumber pembelajaran dan inspirasi dalam hubungan. Namun, pengaruh tersebut tetap perlu disikapi secara kritis agar tidak menjadi standar utama dalam kehidupan nyata. Hal ini sejalan dengan ¹⁷ yang menyatakan bahwa paparan konten di TikTok dapat membentuk persepsi tertentu terhadap hubungan, baik positif maupun negatif, tergantung bagaimana individu menyikapinya.

¹⁴ Sipahutar et al., (2025)

¹⁵ Chaliza & Oktaviani (2025)

¹⁶ Deri Firmansyah and Dadang Saepuloh, “Social Learning Theory: Cognitive and Behavioral Approaches,” *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1, no. 3 (2022): 297–324.

¹⁷ Razania & Muhtadin (2025)

Berdasarkan hasil wawancara, para informan perempuan mengakui bahwa konten couple goals di media sosial memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam membentuk standar atau ekspektasi terhadap hubungan. Konten tersebut sering memicu refleksi terhadap hubungan yang sedang dijalani, bahkan mendorong keinginan agar hubungan pribadi dapat menyerupai apa yang dilihat di media sosial. Selain itu, paparan berbagai konten, termasuk berita viral mengenai hubungan seperti kekerasan dalam rumah tangga atau perceraian, turut membentuk gambaran mengenai standar pasangan yang diharapkan, seperti sosok yang baik, setia, suportif, dan bertanggung jawab. Meskipun para informan menyadari bahwa konten couple goals umumnya hanya menampilkan sisi ideal, mereka tetap merasakan adanya pembentukan standar tertentu secara tidak langsung.

Sementara itu, para informan laki-laki juga mengakui adanya pengaruh dari konten couple goals, namun dengan perspektif yang lebih reflektif dan selektif. Konten tersebut dinilai dapat membentuk gambaran bahwa hubungan harus terlihat menarik dan menyenangkan, meskipun pada kenyataannya tidak selalu demikian. Oleh karena itu, informan menekankan pentingnya untuk tidak menjadikan konten media sosial sebagai tolok ukur utama dalam hubungan, melainkan lebih berfokus pada komunikasi dan saling mendukung. Di sisi lain, konten couple goals juga dianggap dapat memberikan inspirasi positif, terutama dalam hal-hal sederhana seperti gaya berpakaian pasangan atau cara mengabadikan momen kebersamaan.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa konten couple goals berperan dalam membentuk pandangan Generasi Z terhadap hubungan romantis, terutama dalam membangun ekspektasi dan standar ideal. Informan perempuan cenderung lebih terpengaruh dalam membangun standar hubungan, sedangkan informan laki-laki lebih menempatkannya sebagai referensi yang perlu disikapi secara kritis.

Praktik Perbandingan Sosial antara Hubungan di TikTok dan Kehidupan Nyata

Media sosial memberikan ruang bagi pengguna untuk melihat berbagai aspek kehidupan orang lain, termasuk dalam konteks hubungan romantis. Paparan tersebut mendorong munculnya praktik perbandingan sosial, yaitu kecenderungan individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain secara tidak langsung. Kondisi ini muncul karena luasnya informasi yang ditampilkan di media sosial dapat memunculkan berbagai persepsi dan penilaian terhadap kehidupan orang lain¹⁸.

Fenomena ini secara teoritis berakar pada *Social Comparison Theory* Festinger (1954) dalam yang menyatakan bahwa individu memiliki dorongan alamiah untuk mengevaluasi diri melalui perbandingan dengan orang lain¹⁹. Di media sosial, perbandingan ini cenderung bersifat

¹⁸ Swari and Tobing, “Dampak Perbandingan Sosial Pada Pengguna Media Sosial: Sebuah Kajian Literatur.”

¹⁹ Leon Festinger, “Social Comparison Theory,” *Selective Exposure Theory* 16, no. 401 (1957): 3.

upward comparison membandingkan diri dengan representasi yang tampak lebih baik yang secara konsisten dikaitkan dengan penurunan kepuasan diri dan hubungan. Adapun hal yang krusial untuk dikritisi adalah bahwa objek perbandingan dalam konten TikTok bukanlah realitas utuh, melainkan *highlight reel* yang telah dikurasi. Artinya, perbandingan terjadi antara kehidupan nyata yang kompleks dengan versi terbaik yang ditampilkan secara selektif perbandingan yang secara struktural tidak setara dan cenderung merugikan.

Selain itu, konten di TikTok yang sering menampilkan kehidupan ideal dan pencapaian tertentu juga menjadi pemicu terjadinya perbandingan sosial. Pengguna cenderung menjadikan apa yang dilihat sebagai acuan dalam menilai diri sendiri maupun hubungan yang dijalani. Hal ini dapat menimbulkan berbagai respons emosional seperti rasa tidak puas atau iri, karena adanya kesenjangan antara realitas dan apa yang ditampilkan di media sosial²⁰.

Di sisi lain, fenomena hubungan ideal di media sosial juga memperkuat kecenderungan individu untuk membandingkan hubungan mereka dengan representasi yang terlihat lebih sempurna. Representasi hubungan romantis yang terlihat ideal di media sosial sering memunculkan gambaran hubungan yang tampak sempurna di mata pengguna²¹.

Berdasarkan hasil wawancara, para informan perempuan mengakui bahwa mereka cukup sering melakukan perbandingan antara hubungan yang dijalani dengan hubungan yang ditampilkan dalam konten couple goals. Perbandingan ini umumnya muncul ketika melihat hubungan orang lain yang tampak lebih romantis, menyenangkan, dan penuh aktivitas menarik, sehingga menimbulkan perasaan bahwa hubungan pribadi terasa kurang seru atau kurang memenuhi ekspektasi tersebut. Meski demikian, tidak semua perbandingan berujung pada perasaan negatif. Sebagian informan justru menggunakan perbandingan tersebut untuk menumbuhkan rasa syukur terhadap pasangan yang dimiliki, terutama ketika melihat contoh hubungan yang kurang baik di media sosial. Selain itu, informan juga menyadari bahwa perbandingan tersebut tidak sepenuhnya relevan karena konten di media sosial hanya menampilkan sisi terbaik dari sebuah hubungan, sementara realitas hubungan jauh lebih kompleks.

Sementara itu, para informan laki-laki juga mengakui pernah, bahkan cukup sering, membandingkan hubungan mereka dengan apa yang dilihat di media sosial. Konten couple goals yang menampilkan hubungan manis dan penuh usaha sering kali memunculkan kesadaran akan perbedaan dengan kehidupan nyata yang lebih dinamis, penuh tantangan, dan tidak selalu romantis. Namun, pengalaman tersebut juga mendorong munculnya pemahaman bahwa apa yang ditampilkan

²⁰ Nurul Hidayah and Ayatullah Kutub Hardew, “Hubungan Penerimaan Diri Terhadap Perbandingan Sosial Dengan Dimoderatori Oleh Kebersyukuran Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok,” *Edukasiana: Jurnal Inovasi Pendidikan* 4, no. 2 (2025): 253–64.

²¹ Andika Andira and Romi Mesra, “Dinamika Hubungan Sosial Di Era Media Sosial: Studi Kasus Di Kalangan Remaja Kota Batam,” *Jurnal Masyarakat Digital* 1, no. 2 (2025): 77–89.

di media sosial hanyalah highlight semata, sehingga tidak layak dijadikan standar utama dalam hubungan. Selain itu, perbandingan juga terjadi dalam aspek tertentu, seperti gaya komunikasi atau cara mengekspresikan diri dalam hubungan, yang menunjukkan bahwa setiap pasangan memiliki dinamika dan karakteristik yang berbeda.

Secara keseluruhan, praktik perbandingan sosial dalam melihat konten couple goals cukup umum terjadi pada Generasi Z. Namun, kesadaran terhadap perbedaan antara realitas dan representasi di media sosial menjadi faktor penting dalam membantu individu menyikapi perbandingan tersebut secara lebih bijak, baik dengan menumbuhkan rasa syukur maupun dengan tidak menjadikannya sebagai tolok ukur utama dalam menjalani hubungan.

Penilaian Generasi Z terhadap Realisme dan Kelayakan “Couple Goals” sebagai Standar Hubungan

Konten couple goals di TikTok sering kali menampilkan hubungan romantis dalam bentuk yang ideal, harmonis, dan dikemas secara menarik sehingga mudah menarik perhatian pengguna. Representasi ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga membentuk cara pandang pengguna terhadap hubungan romantis. Dalam banyak kasus, tren yang berkembang di TikTok secara tidak langsung membentuk ekspektasi tertentu mengenai bagaimana hubungan seharusnya dijalani. Hal ini sejalan dengan Andrea & Sari²² yang menjelaskan bahwa tren di TikTok dapat membentuk persepsi dan ekspektasi pengguna terhadap hubungan romantis.

Secara teoritis, penilaian realisme ini berkaitan erat dengan konsep *mean world syndrome* turunan dari *Cultivation Theory* menurut Gerbner (1969) dalam konteks ini bukan tentang dunia yang berbahaya, melainkan tentang dunia hubungan yang selalu indah²³. Pengguna yang terpapar intensif konten *couple goals* berpotensi mengembangkan *relationship world syndrome*: keyakinan bahwa hubungan romantis pada umumnya memang seharusnya se-estetik dan se-harmonis yang ditampilkan. Yang perlu dikritisi adalah bahwa penilaian realisme bukan semata kapasitas kognitif individu, melainkan juga dipengaruhi oleh seberapa sering dan seberapa seragam konten yang dikonsumsi.

Selain itu, fenomena relationship goals di TikTok juga menunjukkan bahwa hubungan romantis sering kali direpresentasikan secara visual dan performatif, sehingga tidak sepenuhnya mencerminkan realitas hubungan yang sebenarnya. Hal ini sejalan dengan²⁴ yang menjelaskan bahwa hubungan dalam konten TikTok lebih menonjolkan aspek visual dibandingkan realitas yang sebenarnya, sehingga berpotensi menciptakan ekspektasi yang tidak realistis.

²² Andrea & Sari (2025)

²³ Marc A Sestir, “This Is the Way the World ‘Friends’: Social Network Site Usage and Cultivation Effects,” *The Journal of Social Media in Society* 9, no. 1 (2020): 1–21.

²⁴ N. T. Khansa (2026)

Selain itu, konten yang ditampilkan di media sosial umumnya merupakan potongan momen tertentu yang telah dipilih dan dikemas secara selektif, sehingga tidak menggambarkan keseluruhan dinamika hubungan. Dalam kajian fenomena “pasangan standar TikTok” dijelaskan bahwa konten yang ditampilkan cenderung menonjolkan sisi positif dan keserasian pasangan, sehingga hubungan terlihat sempurna di permukaan, meskipun tidak selalu mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

Berdasarkan hasil wawancara, para informan perempuan memiliki pandangan yang beragam terkait realisme konten couple goals. Sebagian informan menilai bahwa konten tersebut cukup realistis dan bahkan merepresentasikan hal-hal mendasar (bare minimum) yang seharusnya ada dalam sebuah hubungan, seperti saling menyayangi, menghargai, membantu, dan mendukung satu sama lain. Konten couple goals juga dipandang dapat membuka wawasan, terutama bagi individu yang berada dalam hubungan tidak sehat, sehingga dapat menjadi referensi dalam memahami hubungan yang lebih sehat dan setara. Namun, di sisi lain, terdapat pula informan yang menilai bahwa konten tersebut tidak sepenuhnya realistis, karena hubungan di dunia nyata jauh lebih kompleks dibandingkan dengan apa yang ditampilkan di media sosial.

Sementara itu, para informan laki-laki cenderung memandang bahwa konten couple goals tidak realistis jika dijadikan sebagai standar dalam hubungan. Hal ini disebabkan karena konten di media sosial umumnya hanya menampilkan sisi terbaik atau highlight dari sebuah hubungan, tanpa memperlihatkan dinamika sebenarnya seperti konflik, kelelahan, atau fase sulit lainnya. Jika dijadikan acuan, hal tersebut justru berpotensi menimbulkan perasaan tidak puas atau overthinking terhadap hubungan yang dijalani. Selain itu, konten tersebut juga dinilai tidak selalu mencerminkan kondisi yang sebenarnya, karena bisa saja dibuat hanya untuk kepentingan konten atau pencitraan.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pandangan antara informan perempuan dan laki-laki dalam menilai realisme dan kelayakan konten couple goals. Informan perempuan cenderung melihatnya sebagai gambaran ideal yang dapat dijadikan referensi hubungan sehat, meskipun tidak selalu realistis, sedangkan informan laki-laki lebih menekankan bahwa konten tersebut tidak layak dijadikan standar karena tidak merepresentasikan realitas hubungan secara utuh.

KESIMPULAN

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa konten *couple goals* di TikTok memiliki keterkaitan dengan cara Generasi Z memandang hubungan romantis. Paparan konten yang muncul secara berulang melalui algoritma TikTok membentuk ekspektasi tertentu mengenai hubungan ideal di kehidupan nyata.

Gambaran hubungan romantis dalam konten couple goals umumnya ditampilkan secara ideal, harmonis, dan minim konflik. Informan perempuan lebih menekankan aspek emosional,

komunikasi, dan kesederhanaan sebagai dasar hubungan yang ideal, sedangkan informan laki-laki lebih melihatnya dari sisi visual dan tren yang ditampilkan di media sosial. Meskipun demikian, keduanya sama-sama memandang couple goals sebagai representasi hubungan yang membahagiakan dan penuh kebersamaan.

Konten couple goals juga terbukti memengaruhi cara pandang Generasi Z terhadap hubungan romantis, terutama dalam membentuk ekspektasi dan standar hubungan. Informan perempuan cenderung lebih terpengaruh dalam membangun standar ideal, sementara informan laki-laki lebih bersikap selektif dan menjadikannya sebagai referensi atau inspirasi. Selain itu, praktik perbandingan sosial juga menjadi fenomena yang umum terjadi, di mana individu membandingkan hubungan mereka dengan apa yang dilihat di media sosial, meskipun disertai kesadaran bahwa konten tersebut tidak sepenuhnya mencerminkan realitas.

Dalam hal penilaian, terdapat perbedaan pandangan mengenai realisme dan kelayakan konten couple goals sebagai standar hubungan. Informan perempuan cenderung melihat konten tersebut sebagai gambaran ideal yang dapat dijadikan referensi hubungan sehat, meskipun tidak sepenuhnya realistis. Sebaliknya, informan laki-laki lebih menilai bahwa konten tersebut tidak layak dijadikan standar karena hanya menampilkan sisi terbaik dari hubungan dan tidak merepresentasikan dinamika yang sebenarnya.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya TikTok, memiliki peran penting dalam membentuk konstruksi hubungan romantis pada Generasi Z. Namun, penting bagi pengguna untuk memiliki kesadaran kritis dalam menyikapi konten yang dikonsumsi, agar tidak menjadikannya sebagai standar utama dalam kehidupan nyata. Temuan ini memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana media digital memengaruhi persepsi hubungan romantis, serta menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya dalam mengkaji dinamika hubungan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Andira, Andika, and Romi Mesra. “Dinamika Hubungan Sosial Di Era Media Sosial: Studi Kasus Di Kalangan Remaja Kota Batam.” *Jurnal Masyarakat Digital* 1, no. 2 (2025): 77–89.
- Andrea, Dika, and Wulan Purnama Sari. “Studi Persepsi Terhadap Tren Standarisasi Berpacaran Di TikTok.” *Kiwari* 4, no. 2 (2025): 320–27.
- Ardiningrum, Nilam, Abdul Haris Fatgehipon, and Martini Martini. “Fenomena ‘Marriage Is Scary’ Di Tiktok Dan Implikasinya Terhadap Persepsi Pernikahan Pada Kalangan Mahasiswi.” *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 10, no. 2 (2025): 51–60.
- Bhudiawan, Michelle Angela, and Ahmad Junaidi. “Dinamika Ekspektasi Dalam Pasangan Berpacaran : Studi Pada Akun TikTok @ Ashleywrobz,” 2025, 296–304.
- Chaliza, Olifa, and Witia Oktaviani. “Kriteria Memilih Pasangan Ideal Di Era Digital: Perspektif Gen Z.” *USRAH: Jurnal Hukum Keluarga Islam* 6, no. 4 (2025): 495–508.
- Festinger, Leon. “Social Comparison Theory.” *Selective Exposure Theory* 16, no. 401 (1957): 3.
- Firmansyah, Deri, and Dadang Saepuluh. “Social Learning Theory: Cognitive and Behavioral Approaches.” *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1, no. 3 (2022): 297–324.
- Hidayah, Nurul, and Ayatullah Kutub Hardew. “Hubungan Penerimaan Diri Terhadap Perbandingan Sosial Dengan Dimoderatori Oleh Kebersyukuran Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok.” *Edukasiana: Jurnal Inovasi Pendidikan* 4, no. 2 (2025): 253–64.
- Khansa, Nikyta Tsabita. “Fenomena Relationship Goals TikTok: Analisis Nilai Hubungan Dalam QS. Ar-Rum Ayat Ke-21 Dan Hadits-Hadits Mahabbah.” *Al-Kindi* 2, no. 1 (2026): 108–22.
- Khansa, Shazrin Daniyah, and Kinkin Yuliaty Subarsa Putri. “Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja.” *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2022): 133–41.
- Lev-On, Azi. “Uses and Gratifications: Evidence for Various Media.” *The International Encyclopedia of Media Effects*, 2017, 1–9.
- Morgan, Michael, James Shanahan, and Nancy Signorielli. “Cultivation Theory in the Twenty-first Century.” *The Handbook of Media and Mass Communication Theory*, 2014, 480–97.
- Nazmi, Khairin, Tutia Rahmi, and Alwi Padly Harahap. “Keutuhan Harmoni Rumah Tangga Perspektif Hadis: Menghindari Stigma Sosial Di Aplikasi Tiktok Sebagai Standar Kebahagiaan Keluarga.” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 19, no. 1 (2025): 358–75.
- Putri, Kinanti Ananda, Mayasari Mayasari, and Weni A Arindawati. “Konten Relationship Goals Di Tiktok Dalam Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media* 9, no. 1 (2026): 169–76.
- Razania, Syarif Nafla, and Sabilul Muhtadin. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Penurunan Minat Menikah Di Kalangan Generasi Muda (Studi Kasus Penggunaan Aplikasi Media Sosial Tiktok).” *Hujjah: Jurnal Ilmiah Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 9, no. 1 (2025): 123–36.
- Safitri, Desy, Nurzengky Ibrahim, Arita Marini, Iqbal Pratama, and Asep Marfu. “Education Sustainability through Interactive Modules and Learning Autonomy to Improve Self Directed Learning among Middle School Students with PLS SEM Random Forest and XGBoost.” *Discover Sustainability* 7, no. 1 (2026): 166.

Cintia Putrie Albina Dinata, Desy Safitri, Sujarwo: Pandangan Generasi Z pada Standar Hubungan Romantis dalam Konten “Couple Goals” di TikTok

Safitri, Desy, Sujarwo Sujarwo, Arita Marini, Iqbal Pratama, Leola Dewiyani, and Asep Marfu. “Sustainable Lifestyle in the Link between Environmental Education and Ecological Intelligence in Indonesia.” *Discover Sustainability*, 2026.

Sestir, Marc A. “This Is the Way the World ‘Friends’: Social Network Site Usage and Cultivation Effects.” *The Journal of Social Media in Society* 9, no. 1 (2020): 1–21.

Sipahutar, Eppagelia Mesyakh, Desy Safitri, and Sujarwo Sujarwo. “Perspektif Gen Z Terhadap Standar Pasangan Ideal Di Tiktok.” *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 2, no. 3 (2025): 1734–40.

Swari, Ni Ketut Elsa Parmata, and David Hizkia Tobing. “Dampak Perbandingan Sosial Pada Pengguna Media Sosial: Sebuah Kajian Literatur.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. 7 (2024): 853–63.