

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

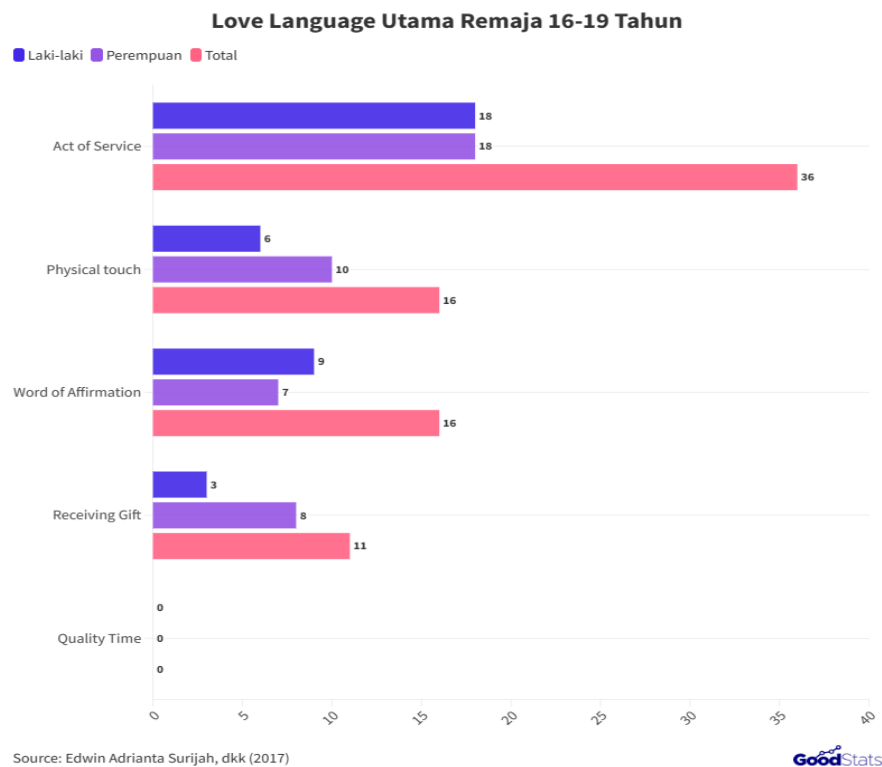
Istilah *Love Language* atau bahasa cinta kini sudah tak terdengar asing lagi dan menjadi perbincangan menarik bagi masyarakat Indonesia terutama bagi pasangan yang sedang menjalani hubungan romantis. *Love language* telah menjadi topik menarik di masyarakat karena banyaknya artikel yang mengupas konsep *Love Language*. Ketertarikan ini muncul karena sebelumnya masyarakat tidak begitu mengenal atau menyadari adanya konsep Bahasa Cinta *atau Love Language*. Dulu, tidak ada istilah yang secara khusus menggambarkan perbedaan perilaku dalam mengekspresikan cinta kepada orang lain. Namun sejak dikenalnya konsep *Love Language*, masyarakat menjadi penasaran untuk mengetahui jenis *Love Language* yang dimiliki oleh orang yang mereka cintai.

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, 2022). Seperti pada pasangan baru menjalani suatu hubungan, *Love Language* adalah suatu hal yang penting untuk diketahui dan dipahami ketika masa-masa awal menjalani suatu hubungan romantis. Dengan memahami *Love Language* atau Bahasa Cinta, setiap orang akan merasa lebih nyaman dalam berkomunikasi dan mengekspresikan perasaan mereka dengan cara yang diinginkan. Hubungan

yang sebelumnya mungkin terasa kaku dapat berubah menjadi hubungan yang harmonis dan penuh dengan kasih sayang.

Istilah "*Love Language*" pertama kali diperkenalkan oleh seorang psikolog bernama Dr. Gary Chapman melalui bukunya yang terkenal berjudul "*The Five Love Languages: How to Express Heartfelt Commitment to Your Mate*" yang diterbitkan pada tahun 1992. Dalam buku tersebut, Dr. Chapman mengajukan konsep bahwa setiap individu memiliki cara unik dalam mengekspresikan dan menerima cinta, yang disebut sebagai "*Love Language*". Ia mengidentifikasi lima bahasa cinta utama, yaitu *Words of Affirmation* (Pujian), *Quality Time* (Waktu Berkualitas), *Receiving Gifts* (Menerima Hadiah), *Acts of Service* (Tindakan Pengabdian), dan *Physical Touch* (Sentuhan Fisik).

Gambar 1.1 Data Tipe Love Language Remaja



Edwin Adrianta Surijah, dkk melakukan penelitian tentang *love language* yang banyak dimiliki oleh remaja berusia 16-19 tahun. Hasilnya, *act of service* menjadi prioritas *love language* bagi 36 orang responden. Artinya, responden merasa lebih dicintai lewat tindakan orang tersebut.

Berdasarkan jenis kelamin, baik laki-laki maupun perempuan lebih banyak yang merasa bahwa bahasa cinta yang utama bagi mereka adalah melalui tindakan.

Physical touch dan *word of affirmation* menjadi *love language* yang diprioritaskan oleh 16 remaja. Mereka merasa dicintai ketika mendapat sentuhan fisik atau menerima kata-kata afektif. Dari penelitian tersebut pula, ditemukan bahwa lebih banyak laki-laki yang memprioritaskan *word of affirmation* menjadi *love language* mereka, sedangkan perempuan memprioritaskan *physical touch*

Sebanyak 9 dari 16 responden laki-laki merasa dicintai ketika mendapat kata-kata afektif, sedangkan 10 dari 16 responden perempuan merasa dicintai ketika mendapat sentuhan fisik dari pasangannya.

Menariknya, Edwin dkk menemukan bahwa *quality time* tidak menjadi *love language* yang prioritas bagi semua responden. Bukan berarti mereka tidak membutuhkan waktu khusus bersama pasangan. Hanya saja menurut remaja yang menjadi subjek penelitian, *quality time* bukan bahasa cinta yang mereka betul-betul butuhkan. Baik laki-laki maupun perempuan tidak merasa bahwa menghabiskan waktu bersama menjadi bahasa cinta yang utama.

Setiap manusia memiliki bahasa cinta utama (Chapman, 2010). Dia menyatakan bahwa ketika bahasa cinta utama seseorang terpenuhi, dia akan merasa aman dalam cinta; namun, jika bahasa cinta utama seseorang tidak terpenuhi, ia akan merasa tidak sepenuhnya dicintai oleh pasangannya dalam suatu hubungan.

Apabila dalam menunjukkan cinta dengan cara yang kurang tepat itulah kerap membuat kesalahpahaman. Permasalahan utama dalam penerapan bahasa cinta yaitu jika kita tidak mengetahui bahasa cinta pasangan dan sebaliknya, maka akan sulit menyampaikan kasih sayang dan rasa perhatian ke masing-masing pasangan. Chapman menjelaskan bahwa bahasa cinta yang utama dapat dilihat dari nilai tertinggi masing – masing nilai bahasa cinta. Chapman juga menambahkan beberapa dampak jika bahasa cinta tidak terpenuhi seperti mudah marah, lebih suka menyendiri dan mulai mencari aktivitas-aktivitas negatif untuk mencari perhatian.

Jika dilihat dari konsep yang ada, konsep *Love language* kini menjadi populer karena menjadi faktor pendukung berjalannya komunikasi interpersonal dan banyak digunakan sebagai alat untuk memahami dinamika hubungan interpersonal dalam mempererat ikatan emosional antara pasangan. Menurut Effendy (1993) komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang, di mana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan, komunikasi jenis ini bisa langsung secara berhadapan muka (face to face) bisa juga melalui medium seperti telepon. Ciri khas komunikasi interpersonal adalah dua arah atau timbal balik.

Aspek-aspek komunikasi interpersonal yang dikemukakan oleh DeVito (1997) terdapat lima sikap positif yang menjadi sebuah pertimbangan dalam melakukan komunikasi interpersonal antara lain sikap keterbukaan, sikap empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Komunikasi yang efektif merupakan komunikasi yang dapat menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) pada individu yang terlibat dalam komunikasi. Selain aspek-aspek tersebut, terdapat beberapa cara yang harus dilakukan oleh pasangan dalam mempertahankan sebuah hubungan yang sudah terjalin agar komunikasi interpersonal dapat terjadi secara efektif yaitu: *Be Nice, Communicate, Be Open, Giver Assurance, Share Joint Activities, Be Positive, Focus on Improving Yourself* (Oktarini, 2018)

Menyikapi hal ini, Komunikasi interpersonal dalam Suatu pasangan harus dibangun dan disampaikan dengan penyampaian yang baik. Melalui komunikasi interpersonal yang baik, maka suatu pasangan dapat berbagi ruang untuk menceritakan keluh kesah, saling terbuka satu sama lain. Selain itu, pesan yang disampaikan juga berlangsung secara tatap muka dan dalam jarak yang dekat. Sebagaimana yang DeVito (2013) mengatakan bahwa kemampuan komunikasi interpersonal adalah suatu kecakapan atau keterampilan komunikasi yang dilakukan secara tatap muka antara dua orang atau lebih dengan adanya beberapa efek dan umpan balik serta melibatkan sikap jujur, tanggung jawab, dan juga melibatkan perasaan terhadap pesan pesan yang disampaikan selama proses komunikasi dilakukan.

Pemahaman tentang *love language* ini sendiri tentunya seiring dengan munculnya kesadaran bahwa komunikasi menjadi suatu hal yang sangat penting dalam menjalin suatu hubungan, yang dalam hal ini adalah hubungan romantis antar pasangan karena kegagalan dalam suatu hubungan cinta biasa disebabkan karena kurangnya komunikasi antar pasangan. Menurut Devito (dalam Dewi & Sudhana, 2013) komunikasi yang baik dapat dilihat dari terjadinya komunikasi yang efektif, antar individu dapat saling terbuka, dapat berempati, mendukung satu dengan yang lainnya, adanya sikap positif dan kesetaraan.

Maka dari itu Dibutuhkannya pemahaman *love language* yang mendalam tentang apa yang mereka butuhkan satu sama lain. Karena dengan memahami Bahasa Cinta pasangan, akan dapat memahami pula apa saja keinginan pasangan dan bagaimana langkah yang tepat dalam memelihara hubungan romantis tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dipaparkan, peneliti memandang bahwa Mahasiswa Gen Z kota Bandung merupakan kelompok informan yang cocok dalam penelitian ini karena mayoritas Mahasiswa Gen Z saat ini sedang menjalani hubungan romantis dengan pasangannya dan tentunya penggunaan *Love Language* pasti dilakukan di setiap pasangan sehingga banyak menimbulkan persepsi yang berbeda di setiap mahasiswa. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana "Persepsi Mahasiswa Gen Z Kota Bandung Tentang Penggunaan *Love Language*" khususnya pada suatu hubungan romantis antar pasangan

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang penelitian, maka yang menjadi fokus penelitian ini yaitu “Persepsi Mahasiswa Gen Z Kota Bandung Tentang Penggunaan *Love Language*”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian berdasarkan fokus penelitian di atas, maka peneliti menyusun pernyataan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana sensasi mahasiswa Gen Z kota Bandung tentang sikap *Love Language* antar pasangan
- 2) Bagaimana atensi mahasiswa Gen Z kota Bandung tentang sikap *Love Language* antar pasangan
- 3) Bagaimana interpretasi mahasiswa Gen Z kota Bandung tentang sikap *Love Language* antar pasangan

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Mengacu pada pertanyaan penelitian diatas, adapun tujuan dari penelitian ini, dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui sensasi mahasiswa Gen Z kota Bandung tentang sikap *Love Language* antar Pasangan

- 2) Untuk mengetahui atensi mahasiswa Gen Z kota Bandung tentang sikap Love Language antar Pasangan
- 3) Untuk mengetahui interpretasi Gen Z kota Bandung tentang sikap Love Language antar Pasangan

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun Kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berdaya guna sebagai berikut :

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

- 1) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengetahuan baru di bidang komunikasi
- 2) Memperkaya referensi dengan tulisan dari penelitian ini yang memberikan perspektif komunikasi dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif tentang persepsi
- 3) Dapat menjadi sumber bacaan, sumber informasi memperkaya materi materi pada bidang keilmuan ilmu komunikasi terkhusus bisa digunakan pada lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

- 1) Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi atau pengetahuan yang berguna dalam menyikapi adanya persepsi Mahasiswa Gen Z kota Bandung tentang penggunaan *Love Language*

- 2) Sebagai bagian dari fungsi komunikasi, yaitu memberikan informasi yang positif serta mengedukasi dan menyebarkan sebuah informasi yang benar kepada khalayak.
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau pertimbangan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan persepsi mahasiswa Gen Z kota Bandung tentang penggunaan Love Languang