

KONTEN RELATIONSHIP GOALS DI TIKTOK DALAM PERSEPSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI

RELATIONSHIP GOALS CONTENT ON TIKTOK IN THE PERCEPTION OF COMMUNICATION STUDIES STUDENTS

¹⁾Kinanti Ananda Putri,²⁾Mayasari, ³⁾Weni A. Arindawati

^{1,2,3)}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Universitas Singaperbangsa Karawang
Email: ¹⁾2110631190176@student.unsika.ac.id
²⁾mayasari.kurniawan@fisip.unsika.ac.id
³⁾weni.adityasning@fisip.unsika.ac.id

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi ruang utama generasi muda dalam berinteraksi dan mengekspresikan diri, salah satunya melalui platform TikTok. Konten bertema relationship goals menjadi fenomena yang banyak menarik perhatian karena menampilkan representasi hubungan romantis yang dianggap ideal. Penelitian ini bertujuan menggali persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap konten tersebut serta dampaknya terhadap hubungan interpersonal mereka. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan wawancara semi terstruktur, observasi non partisipan, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi beragam, mulai dari melihat konten sebagai hiburan hingga menjadikannya inspirasi dalam menjalin hubungan. Paparan berulang terhadap konten ini berpotensi memengaruhi ekspektasi, memicu perbandingan sosial, serta menimbulkan dampak emosional maupun perilaku. Meski demikian, mayoritas mahasiswa mampu mengelola pengaruh tersebut secara kritis dengan menyadari bahwa konten TikTok merupakan representasi realitas yang dikonstruksi. Temuan ini menegaskan pentingnya literasi media agar mahasiswa tidak menjadikan standar digital sebagai acuan utama dalam membangun hubungan interpersonal.

Kata Kunci: *interpersonal, literasi media, mahasiswa, persepsi, TikTok*

A.PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi aspek penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan mahasiswa. Media sosial telah menjadi ruang utama generasi muda dalam berinteraksi dan mengekspresikan diri (Alfarizqi et al., 2023). TikTok adalah salah satu platform paling populer, tidak hanya berfungsi sebagai sumber hiburan tetapi juga sebagai media untuk memengaruhi pola komunikasi dan interaksi interpersonal. TikTok penting bagi mahasiswa ilmu komunikasi karena menyediakan ruang interaksi serta arena untuk konstruksi representasi diri dan ekspektasi sosial. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) antara Desember 2023 dan Januari 2024 mengungkapkan bahwa 46,84% Generasi Z di Indonesia secara aktif menggunakan TikTok sebagai salah satu platform media sosial utama mereka (Ahdiyat, 2024). Studi ini menggarisbawahi signifikansi strategis TikTok dalam kehidupan digital Generasi Z, khususnya di kalangan mahasiswa. Prevalensi penggunaan TikTok menunjukkan bahwa platform ini tidak hanya berfungsi sebagai sumber hiburan tetapi juga sebagai arena sosial tempat narasi, norma, dan ekspektasi seputar interaksi interpersonal dirumuskan dan disebarluaskan secara luas.

Salah satu tren TikTok yang populer adalah "*Relationship Goals*" yang menggambarkan kemitraan yang ideal, bahagia, dan penuh perhatian. Siswa di generasi digital terus-menerus terpapar konten semacam itu dan menggunakan sebagai tolok ukur untuk mengembangkan hubungan romantis. Ketika kenyataan tidak sesuai dengan citra idealis ini, orang mungkin mengalami kekecewaan, stres emosional, atau pertanyaan tentang pasangan mereka (Melatiningsih, 2023). Hal

ini menunjukkan bahwa konten TikTok tidak hanya memengaruhi pola komunikasi, tetapi juga persepsi siswa tentang interaksi interpersonal. Adapun penggunaan TikTok berpengaruh pada berkurangnya interaksi tatap muka dan meningkatnya ketergantungan pada interaksi virtual, penelitian ini berupaya menggali persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap konten tersebut serta dampaknya terhadap hubungan interpersonal mereka (Listianingrum et al., 2021).

Penelitian oleh Romadhon & Ma'ruf (2023) menemukan bahwa TikTok memiliki dampak yang cukup besar pada pola komunikasi dalam interaksi mahasiswa ilmu komunikasi dengan teman sebaya. Temuan Hikmiyyah (2024) menggarisbawahi bahwa "standar TikTok" mendorong individu untuk menampilkan versi terbaik dari diri mereka, yang mengakibatkan ketidaksesuaian antara identitas asli dan yang diproyeksikan di media sosial. Selain itu, Cahyani & Santoso (2021) menunjukkan bahwa TikTok telah mengubah cara remaja dan mahasiswa mengekspresikan diri, bahkan dalam hubungan interpersonal. Apprianggraeni & Aryanti (2025) menemukan bahwa 57,6% siswa mengakui bahwa TikTok memengaruhi kondisi emosional mereka, sementara Rahmah et al., (2023) menemukan bahwa hal itu mengurangi kontak tatap muka dan meningkatkan ketergantungan pada koneksi virtual.

Prevalensi penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa saat ini menunjukkan bahwa platform digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Siswa memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk membangun identitas diri, memperluas jaringan, dan memengaruhi pandangan mereka tentang interaksi interpersonal. TikTok, platform yang populer di kalangan Generasi Z, menawarkan ruang yang penuh dengan penggambaran visual gaya hidup ideal, termasuk interaksi cinta. Dalam praktiknya, siswa sering menggunakan representasi tersebut sebagai standar untuk menilai hubungan mereka sendiri. Ini menandakan bahwa platform digital telah beralih dari media tambahan menjadi sumber fundamental dalam memengaruhi realitas sosial dan emosional.

Mahasiswa seringkali terjebak dalam proses perbandingan sosial ketika dihadapkan pada ide-ide idealis. Misalnya, konten "*Relationship Goals*" di TikTok menggambarkan pasangan yang secara konsisten menunjukkan keharmonisan, romansa, dan tidak adanya konflik. Paparan berkelanjutan terhadap konten semacam itu mendorong anak-anak untuk menginternalisasi standar yang ditampilkan dan mengevaluasi interaksi mereka yang sebenarnya terhadap model digital. Akibatnya, ketika hubungan yang dialami orang dalam kenyataan menyimpang dari representasi ini, perasaan sedih, tidak aman, dan skeptis terhadap pasangan mereka mungkin muncul. Ini menggambarkan bagaimana siswa menghadapi batasan psikologis yang berasal dari standar yang dibuat secara sewenang-wenang oleh media sosial.

Namun demikian, hubungan interpersonal pada dasarnya bukan sekadar penampilan di ruang publik, melainkan juga menyangkut keterbukaan, kepercayaan, dan komunikasi yang sehat antara pasangan. Idealnya, mahasiswa mampu memaknai bahwa representasi di TikTok tidak selalu mencerminkan realitas yang sesungguhnya. Relasi yang sehat seharusnya berlandaskan pada kejujuran, komunikasi, serta penerimaan terhadap kekurangan masing-masing, bukan pada citra sempurna yang ditampilkan di media sosial. Dengan pemahaman tersebut, mahasiswa diharapkan dapat mengembangkan kemampuan kritis untuk menyeleksi konten digital serta menggunakan secara bijak sebagai inspirasi, bukan sebagai tolok ukur mutlak dalam hubungan. Kondisi saat ini juga memperlihatkan bahwa banyak mahasiswa menghabiskan waktu berjam-jam di TikTok untuk mengonsumsi konten hiburan maupun informasi. Intensitas penggunaan yang tinggi berpotensi mengurangi interaksi tatap muka secara langsung. Penelitian Rahmah et al., (2023) menunjukkan bahwa penggunaan TikTok yang berlebihan dapat menggeser pola interaksi sosial mahasiswa dari ruang nyata ke ruang virtual. Ketergantungan ini dapat melemahkan keterampilan komunikasi interpersonal dalam situasi nyata, seperti kemampuan menyampaikan emosi secara langsung, menyelesaikan konflik, atau membangun kedekatan emosional tanpa perantara teknologi.

Media sosial dapat membantu berkomunikasi, tetapi tidak seharusnya menggantikan interaksi tatap muka. Mahasiswa harus dapat menyeimbangkan penggunaan media digital dengan interaksi sosial di dunia nyata. Dengan menemukan keseimbangan yang tepat, siswa akan menikmati TikTok sebagai sumber inspirasi kreatif dan alat aktualisasi diri sambil tetap mempertahankan keakraban dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena "*Relationship Goals*" di TikTok juga menunjukkan bagaimana budaya visual telah mengubah cara orang memaknai hubungan. Dalam

kasus di mana hubungan difilmkan dalam bentuk video singkat, elemen visualisasi romantis sering kali menjadi lebih penting daripada dinamika komunikasi yang sebenarnya. Audiens menilai kualitas relasi dari aspek permukaan melalui representasi yang menonjolkan kesenangan, hadiah, atau momen kebersamaan yang indah. Meskipun demikian, inti dari sebuah hubungan lebih kompleks daripada sekedar tampilan. Kemampuan untuk mengelola emosi, beradaptasi dengan perbedaan karakter, dan berkomunikasi saat terjadi konflik juga harus menjadi bagian dari hubungan yang sehat.

TikTok sebenarnya dapat digunakan oleh mahasiswa sebagai generasi kritis untuk belajar dan berpikir. Konten yang muncul dapat digunakan untuk membahas bagaimana media membingkai realitas dan bagaimana orang dapat membangun daya kritis terhadap standar sosial yang sudah ada. Mahasiswa harus tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga menjadi aktor yang mampu membuat konten alternatif yang lebih realistik dan mendidik tentang hubungan interpersonal. Akibatnya, TikTok tidak hanya berfungsi untuk menciptakan norma-norma ideal dalam hubungan, tetapi juga berfungsi sebagai platform edukasi sosial yang menekankan prinsip keseimbangan, kejujuran, dan keberagaman dalam hubungan. TikTok juga menunjukkan fakta bahwa orang harus selalu menunjukkan sisi terbaik mereka. Penelitian Hikmiyyah (2024) menjelaskan bahwa aturan yang diterapkan oleh TikTok mengharuskan pengguna membuat identitas digital yang berbeda dari identitas mereka yang sebenarnya. Hal ini menantang siswa karena mereka merasa mereka harus mengubah cara mereka berkomunikasi dan berperilaku agar diterima di ruang digital. Kondisi ini dapat menyebabkan krisis identitas bagi siswa ketika mereka terlalu terfokus pada gambar digital dan melupakan identitas asli mereka.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi seharusnya bisa menggunakan TikTok untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi dan tetap menjaga keaslian identitas. Identitas digital seharusnya merepresentasikan nilai dan karakter yang sebenarnya, bukan sekadar topeng untuk mendapatkan validasi dari audiens. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi ruang ekspresi diri yang sehat, bukan arena tekanan sosial yang mengikis keaslian pribadi. Adapun fenomena lain yang patut diperhatikan adalah dampak emosional dari konsumsi konten TikTok. Aprianggraeni & Aryanti (2025) menemukan bahwa lebih dari separuh mahasiswa merasakan adanya pengaruh emosional setelah mengonsumsi konten di TikTok. Kondisi ini memperlihatkan bahwa konten digital mampu menggerakkan aspek afektif audiens secara signifikan. Dalam jangka panjang, ketergantungan emosional pada konten digital dapat menimbulkan masalah, seperti rendahnya ketahanan emosional dan meningkatnya kecemasan sosial. Mahasiswa Ilmu Komunikasi dapat mengembangkan literasi digital yang memungkinkan mereka memahami bahwa konten di TikTok dirancang dengan strategi tertentu untuk menarik perhatian. Kesadaran ini akan membantu mahasiswa mengelola emosi mereka secara lebih sehat, dengan tidak membiarkan diri mereka terlalu larut dalam narasi yang dibangun media. Mahasiswa dapat memanfaatkan konten secara selektif, mengambil sisi positif seperti motivasi atau inspirasi, sekaligus menolak narasi yang berpotensi menimbulkan tekanan emosional.

Fenomena "*Relationship Goals*" juga menimbulkan implikasi terhadap konstruksi gender dalam relasi. Banyak konten yang menampilkan pasangan dengan peran gender tradisional, misalnya laki-laki dituntut untuk selalu romantis dengan pemberian materi, sementara perempuan ditampilkan sebagai pihak yang menerima perhatian. Representasi seperti ini berpotensi menguatkan stereotip gender yang kurang relevan dengan nilai kesetaraan modern. Dalam kehidupan nyata, relasi seharusnya dibangun dengan prinsip kesetaraan, saling menghargai, dan berbagi peran secara proporsional. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk mengembangkan perspektif kritis terhadap representasi gender dalam konten TikTok. Hubungan yang sehat seharusnya tidak terikat pada stereotip gender, melainkan berlandaskan nilai kesetaraan, komunikasi dua arah, dan penghargaan terhadap perbedaan. Dengan perspektif seperti itu, mahasiswa akan mampu membangun relasi yang lebih realistik dan seimbang.

Keseluruhan fenomena "*Relationship Goals*" ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok telah membawa transformasi besar dalam cara mahasiswa berkomunikasi dan membangun relasi, tetapi diperlukan pemahaman kritis agar dampak negatifnya dapat diminimalkan. TikTok dapat menjadi sarana yang konstruktif apabila digunakan dengan kesadaran dan literasi yang memadai. Mahasiswa perlu diarahkan agar tidak sekadar menjadi konsumen pasif, tetapi juga pengguna yang bijak dan kreator yang mampu menghadirkan konten positif. Dengan cara ini, relasi interpersonal yang

terbentuk tidak hanya mengikuti standar digital yang bersifat ilusif, melainkan juga berakar pada nilai-nilai nyata yang mendukung keberlangsungan hubungan sehat.

B. LANDASAN TEORI

1.1 Perbandingan Sosial

Teori Perbandingan Sosial atau *Social Comparison Theory* pertama kali dikemukakan oleh Festinger (1954). Teori ini menjelaskan bahwa manusia memiliki dorongan alami untuk mengevaluasi diri mereka sendiri dalam prosesnya, individu sering kali menggunakan orang lain sebagai tolak ukur. Perbandingan ini dilakukan untuk memahami posisi mereka dalam lingkungan sosial, baik dari segi kemampuan, nilai, maupun kondisi kehidupan. Dalam konteks hubungan interpersonal, teori ini menjadi penting karena individu tidak hanya membandingkan pencapaian atau status sosial, tetapi juga membandingkan kualitas hubungan yang mereka miliki dengan apa yang mereka lihat dari orang lain. Dalam era media sosial seperti sekarang, perbandingan sosial menjadi semakin intens. Media sosial, khususnya TikTok menyajikan berbagai konten yang menampilkan hubungan romantis yang tampak ideal, seperti tren *relationship goals*. Konten ini dapat mendorong mahasiswa untuk membandingkan hubungan pribadi mereka dengan hubungan yang mereka lihat di TikTok. Penelitian oleh Safira (2025) juga menunjukkan bahwa media sosial berperan besar dalam memunculkan perbandingan sosial yang berdampak pada tekanan psikologis, rasa tidak percaya diri, dan motivasi berlebihan untuk menyesuaikan diri dengan standar sosial yang dibentuk secara digital.

1.2 Presentasi Diri

Teori Presentasi Diri dirumuskan oleh Goffman (1959) dalam karyanya yang berjudul “*The Presentation of Self in Everyday Life*”. Teori ini menyatakan bahwa individu secara aktif menciptakan dan mengatur kesan yang ingin mereka tampilkan kepada orang lain dalam keadaan sosial tertentu. Dalam interaksi sehari-hari, individu memodifikasi perilaku, bahasa tubuh, dan persepsi diri mereka untuk menyesuaikan diri dengan norma sosial yang dominan. Aktivitas-aktivitas ini dijalankan secara strategis karena kesan yang diciptakan memengaruhi bagaimana seseorang dipandang, diperlakukan, dan dinilai terkait efektivitas mereka dalam lingkungan sosial, termasuk lingkungan profesional. Teori ini memiliki enam prinsip dasar. Individu berfungsi sebagai aktor sosial, mengartikulasikan ekspresi diri ke lingkungan mereka dan menampilkan persona tertentu sebagai komponen pembentukan identitas. Kedua, individu berupaya membangun kesan yang persuasif dan kredibel, sering kali melalui tindakan yang tampak tulus dan menunjukkan keahlian. Ketiga, individu berhati-hati dalam menjaga konsistensi antara perilaku mereka dan peran sosial yang mereka perankan, karena mereka biasanya menghindari aktivitas yang bertentangan dengan karakter atau posisi yang mereka tampilkan. Keempat, ketika muncul ketidakstabilitas kinerja atau persepsi yang tidak terduga berkembang, individu menerapkan metode korektif atau tindakan pemulihian untuk melindungi citra yang telah mereka bangun. Kelima, presentasi diri terjadi dalam konteks sosial tertentu yang memfasilitasi kontak dan pertukaran makna, termasuk tempat kerja, kelompok sosial, atau platform media sosial. Lingkungan ini berfungsi sebagai platform bagi individu untuk menjalankan tanggung jawab mereka. Keenam, individu sering kali tidak memenuhi tanggung jawab sosial secara terpisah; sebaliknya, mereka berinteraksi dengan orang lain untuk menciptakan kinerja kolektif yang menghasilkan kesan kohesif dan memajukan tujuan bersama.

1.3 Persepsi

Menurut Sarwono (1983), persepsi adalah kemampuan individu untuk mengorganisasi pengamatan. Kompetensi ini mencakup diferensiasi, kategorisasi, dan konsentrasi. Akibatnya, setiap individu mungkin memiliki persepsi yang berbeda, bahkan ketika dihadapkan pada item yang sama. Indrajaya (1986) berpendapat bahwa persepsi adalah proses kognitif di mana individu mengorganisir, memanfaatkan, mengalami, dan memproses variasi yang ada di lingkungan mereka. Robbins (1999) mendefinisikan persepsi sebagai proses di mana individu mengatur dan menafsirkan masukan sensorik untuk mendapatkan makna dari lingkungan mereka. Menurut Thoha (1999), persepsi pada dasarnya adalah proses kognitif di mana individu memahami informasi tentang lingkungannya melalui penglihatan, pendengaran, penghargaan, perasaan, dan penciuman.

1.4 Pengertian Mahasiswa

Kata mahasiswa berasal dari dua kata yaitu “maha” yang berarti lebih, paling dan “siswa” yang berarti pelajar. Mahasiswa berarti pelajar yang paling tinggi kedudukannya dibanding tingkat pelajar lainnya. Menurut Oemarjati (2002), mahasiswa adalah siswa di perguruan tinggi. Dapat diartikan bahwa mahasiswa adalah orang yang sedang belajar disebuah perguruan tinggi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi otomatis dapat disebut sebagai mahasiswa.

1.5 Pengertian Tiktok

Tiktok adalah platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan penggunanya untuk membuat, berbagi, dan menonton video berdurasi 15 sampai 60 detik. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan di Tiongkok pada tahun 2016 dengan nama “Douyin” oleh perusahaan teknologi ByteDance. Berdasarkan popularitasnya yang pesat, ByteDance kemudian meluncurkan TikTok untuk pasar global pada tahun 2017. TikTok memanfaatkan algoritma berbasis kecerdasan buatan yang menganalisis preferensi pengguna berdasarkan interaksi mereka, seperti video yang mereka suka, komtari, atau bagikan. Hal ini membuat TikTok sangat efektif dalam menyajikan konten yang relevan dan menarik, sehingga meningkatkan tingkat keterlibatan pengguna. Dalam perspektif teknologi, TikTok telah menggabungkan prinsip-prinsip interaksi manusia dan komputer untuk menciptakan pengalaman pengguna yang menyenangkan (Rosiana et al., 2023).

C.METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2017), metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Penelitian kualitatif dilakukan secara menyeluruh terhadap suatu objek, kemudian hasil penelitian dijelaskan dalam bentuk kata-kata berdasarkan data yang valid. Metode ini lebih menekankan pada makna daripada generalisasi, serta data yang diperoleh tidak dianalisis dengan perhitungan statistik. Menurut Moleong (2018), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, maupun tindakan, secara holistik dan disajikan dalam bentuk narasi. Penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena atau gejala sosial dengan memberikan pemaparan yang jelas melalui rangkaian kata-kata hingga pada akhirnya dapat melahirkan teori. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap konten “standar TikTok” dalam hubungan interpersonal. Metode ini dipilih karena dapat menangkap makna dan interpretasi subjektif partisipan secara mendalam dalam konteks sosial dan budaya media digital.

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap Konten “Relationship Goals” di TikTok

Studi ini mengungkapkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki beragam perspektif tentang konten “Relationship Goals” di TikTok. Sebagian besar responden mengakui bahwa mereka sering terpapar konten yang menggambarkan pasangan yang menunjukkan kasih sayang, kelembutan, dan keharmonisan dalam kehidupan sehari-hari. TikTok, sebagai platform video berdurasi pendek, memfasilitasi penceritaan visual yang cepat, memikat, dan emosional, sehingga materi tersebut mudah diakses, disukai, dan dibagikan. Bagi beberapa mahasiswa, materi ini dianggap sebagai hiburan sekaligus sumber inspirasi untuk hubungan cinta yang ideal. Bagi sebagian lainnya, konten ini menimbulkan tekanan sosial dengan menetapkan norma-norma ideal yang seringkali tidak sesuai dengan realitas interaksi mereka.

Analisis yang menggunakan teori presentasi diri Goffman (1959) menunjukkan bahwa mahasiswa percaya bahwa pasangan yang berbagi konten “Relationship Goals” di TikTok sering kali berusaha untuk menciptakan citra ideal di ranah publik digital. Mereka tidak hanya mencontohkan persatuan tetapi juga merepresentasikan manifestasi optimal dari hubungan mereka. Hal ini menegaskan bahwa media sosial berfungsi sebagai media bagi individu untuk menampilkan identitas yang sesuai dengan norma-norma sosial. Para siswa mengakui adanya perbedaan antara

realitas yang digambarkan di TikTok dan hubungan yang sebenarnya, namun banyak yang terus menggunakan penggambaran ini sebagai standar.

Banyak informan melaporkan mengalami hiburan dan motivasi saat menyaksikan pasangan lain secara terbuka menunjukkan kasih sayang. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Cahyani & Santoso (2021), yang menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah cara remaja dan mahasiswa mengekspresikan diri dan membina hubungan. Ketersediaan materi romantis yang menarik secara estetika dapat memicu kebutuhan untuk memiru perilaku yang dianggap patut dicontoh. Meskipun demikian, beberapa siswa menyatakan ketidaksetujuan mereka terhadap materi ini. Mereka menganggap video "*Relationship Goals*" sering kali dibuat-buat dan tidak mewakili realitas hubungan secara utuh. Beberapa informan mengakui preferensi untuk hiburan alternatif, menganggap konten romantis berlebihan dan tidak realistik. Perspektif kritis ini mendukung pernyataan Hikmiyyah (2024) bahwa standar TikTok memaksa pengguna untuk menampilkan persona yang sering kali berbeda dari jati diri mereka yang sebenarnya. Siswa yang memiliki kesadaran media mampu menegosiasi representasi ini dan tidak langsung menginternalisasikannya sebagai tolok ukur pribadi.

Dari sudut pandang teori perbandingan sosial, fenomena ini menggambarkan bahwa siswa sering mengevaluasi hubungan mereka dengan hubungan yang digambarkan oleh pasangan lain di TikTok. Perbandingan ini dapat menghasilkan efek ganda. Bagi siswa tertentu, perbandingan tersebut berfungsi sebagai katalis untuk meningkatkan koneksi mereka. Sebaliknya, bagi individu lain, perbandingan tersebut mengakibatkan ketidakbahagiaan, kekhawatiran, dan ketidakpastian terhadap pasangan mereka. Hal ini sesuai dengan temuan Melatiningsih (2023), yang menunjukkan bahwa ekspektasi yang tidak realistik dapat mengakibatkan penderitaan emosional dan ketidakbahagiaan dalam interaksi interpersonal. Kesan mahasiswa terhadap konten "*Relationship Goals*" di TikTok beragam. Beberapa siswa menganggap konten tersebut sebagai sumber inspirasi positif, yang lain menganggapnya sebagai bentuk tekanan sosial, sementara beberapa lainnya bersikap kritis dan menganggapnya hanya sebagai hiburan. Perbedaan persepsi ini menggambarkan bagaimana khalayak menafsirkan pesan media berdasarkan pengalaman pribadi, nilai-nilai, dan konteks sosial mereka.

2. Dampak Konten "*Relationship Goals*" terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa paparan ekstensif terhadap konten "*Relationship Goals*" secara signifikan memengaruhi hubungan interpersonal mahasiswa Ilmu Komunikasi. Dampaknya dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori utama: baik dan negatif. Mahasiswa telah melaporkan dampak positif seperti peningkatan motivasi untuk meningkatkan hubungan, pemahaman yang lebih tinggi akan pentingnya komunikasi, dan kecenderungan yang lebih besar untuk menunjukkan kasih sayang secara terbuka. Sejumlah siswa mengungkapkan inspirasi setelah menyaksikan pasangan menunjukkan dukungan timbal-balik, komunikasi yang efektif, dan menghargai momen-momen kecil dengan antusias. Motivasi ini mendorong mereka untuk mencoba mereplikasi tindakan konstruktif ini dalam hubungan mereka sendiri. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aprianggraeni dan Aryanti (2025), yang menunjukkan bahwa lebih dari lima puluh persen siswa menyadari dampak TikTok terhadap kesejahteraan emosional mereka, yang mencakup munculnya sentimen bahagia dan romantis.

Selain itu, mahasiswa menunjukkan bahwa konten "*Relationship Goals*" menawarkan validasi sosial untuk menunjukkan kasih sayang di ranah publik digital. Mereka menganggap demonstrasi kasih sayang di media sosial sebagai hal yang lumrah, mengingat banyak pasangan lain yang melakukan perilaku serupa. Fenomena ini menggambarkan transformasi dalam standar komunikasi interpersonal, di mana perbedaan antara ranah privat dan publik semakin kabur. Dampak buruk dari paparan konten ini tidak dapat diabaikan. Beberapa siswa mengalami tekanan karena hubungan mereka tidak selaras dengan idealisme yang digambarkan di TikTok. Mereka menganggap diri mereka kurang romantis, harmonis, atau menarik dibandingkan dengan pasangan lain yang digambarkan di media sosial. Emosi-emosi ini mengakibatkan kecemasan, ketidakpastian, dan potensi perselisihan dalam hubungan mereka. Banyak informan menyatakan bahwa mereka mengalami perselisihan dengan pasangan mereka akibat perbandingan dengan konten "*Relationship Goals*".

Dampak buruk lainnya adalah meningkatnya kecenderungan siswa untuk menampilkan beberapa persona di media sosial. Mereka merasa perlu untuk mengubah perilaku mereka sesuai dengan tren demi menampilkan citra ideal. Fenomena ini menguatkan temuan Romadhon dan Ma'ruf (2023) bahwa TikTok secara substansial memengaruhi perilaku komunikasi siswa selama interaksi dengan teman sebaya, termasuk kesesuaian dengan norma-norma sosial yang terbentuk dalam media digital. Menurut teori penggunaan dan gratifikasi, siswa menggunakan TikTok untuk memenuhi kebutuhan mereka akan hiburan, identifikasi pribadi, dan integrasi sosial. Namun, mereka menghadapi dampak emosional akibat perbandingan sosial dan tuntutan standar digital. Oleh karena itu, konten "*Relationship Goals*" dapat berfungsi sebagai inspirasi sekaligus sumber kecemasan, tergantung pada interpretasi dan pengelolaan individu.

Fenomena "*Relationship Goals*" di TikTok tidak hanya memengaruhi hubungan interpersonal mahasiswa secara individual, tetapi juga memiliki implikasi sosial dan budaya yang lebih luas. TikTok berperan sebagai ruang digital yang membentuk narasi kolektif tentang bagaimana sebuah hubungan romantis seharusnya dijalani. Representasi hubungan yang penuh dengan kemesraan, hadiah, dan aktivitas bersama menciptakan standar sosial baru yang tersebar luas di kalangan generasi muda.

Mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z tumbuh dengan keterhubungan digital yang tinggi. TikTok bukan hanya menjadi platform hiburan, tetapi juga ruang pembentukan identitas dan nilai sosial. Melalui konten "*Relationship Goals*", mahasiswa belajar tentang cara mengekspresikan cinta, membangun hubungan, dan menampilkan diri di ruang publik digital. Proses ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi agen sosialisasi baru yang melengkapi bahkan menggantikan pengalaman tatap muka.

Implikasi lain yang muncul adalah terjadinya komodifikasi hubungan personal. Pasangan yang menampilkan kehidupan romantis mereka di TikTok sering kali mendapatkan keuntungan berupa popularitas, perhatian, bahkan peluang ekonomi melalui endorsement. Hal ini memperlihatkan bagaimana hubungan interpersonal tidak lagi sekadar urusan privat, melainkan juga menjadi bagian dari industri konten digital. Mahasiswa menyadari fenomena ini dan sebagian dari mereka melihatnya sebagai peluang, sementara sebagian lainnya menilai hal tersebut dapat mengurangi keaslian dalam hubungan.

Dari sisi budaya komunikasi, konten "*Relationship Goals*" menunjukkan adanya perubahan dalam cara generasi muda memahami romantisme. Jika sebelumnya ekspresi kasih sayang lebih banyak dilakukan di ruang privat, kini ekspresi tersebut dianggap sah ketika ditampilkan di ruang publik digital. Pergeseran ini memperlihatkan bagaimana norma sosial beradaptasi dengan perkembangan teknologi media.

Fenomena ini juga menimbulkan diskusi akademis tentang otentisitas dalam hubungan interpersonal. Apakah hubungan yang ditampilkan di TikTok benar-benar mencerminkan realitas atau hanya sekadar performa. Pertanyaan ini sejalan dengan teori presentasi diri yang menekankan bahwa individu selalu menampilkan versi tertentu dari diri mereka sesuai dengan panggung sosial yang tersedia. TikTok sebagai panggung digital memungkinkan individu dan pasangan untuk menampilkan citra ideal yang belum tentu identik dengan realitas hubungan mereka. Dengan demikian, implikasi sosial dari fenomena ini tidak hanya terbatas pada pengalaman individu, tetapi juga menyentuh tataran budaya yang lebih luas. TikTok membentuk ekspektasi kolektif, mengaburkan batas antara privat dan publik, serta mendorong komodifikasi hubungan interpersonal. Mahasiswa sebagai pengguna aktif platform ini berada pada posisi yang kompleks, yakni sebagai konsumen sekaligus produsen konten, sehingga mereka sekaligus menjadi aktor dan audiens dalam konstruksi budaya digital.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki persepsi yang beragam terhadap konten "*Relationship Goals*" di TikTok. Persepsi tersebut terbentuk melalui pengalaman pribadi, nilai relasi yang diyakini, serta tingkat literasi media yang dimiliki masing-masing individu. Bagi sebagian mahasiswa, konten tersebut hanya dipandang sebagai hiburan ringan, sementara bagi sebagian lain dapat menjadi sumber inspirasi dalam membangun hubungan. Paparan

berulang terhadap konten “*Relationship Goals*” terbukti mampu memengaruhi ekspektasi mahasiswa, memicu proses perbandingan sosial, dan menimbulkan dampak emosional maupun perilaku. Meski demikian, mayoritas mahasiswa tetap mampu mengelola pengaruh tersebut secara kritis dengan menyadari bahwa tayangan di media sosial hanyalah representasi terpilih dari realitas yang telah dikonstruksi agar tampak ideal. Mereka tidak menjadikan media sosial sebagai tolok ukur mutlak dalam hubungan, melainkan sebagai bahan refleksi yang ditimbang kembali melalui nilai dan kenyamanan pribadi. Selain itu, mahasiswa juga menunjukkan kecenderungan untuk menjaga privasi hubungan dengan menampilkan diri secara selektif di ruang digital, sehingga tidak merasa tertekan untuk mengikuti standar publikasi hubungan yang populer di TikTok.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiyat, A. (2024). *Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia*. Katadata.Co.Id. https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia?utm_source=chatgpt.com
- Alfarizqi, S., Mayasari, M., & Nurkinan, N. (2023). Pengelolaan Konten Media Sosial pada Akun Instagram @indozone.id Dalam Upaya Meningkatkan Followers Instagram. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(2), 488–494. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i2.4204>
- Apprianggraeni, F., & Aryanti, F. (2025). Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Emosional Mahasiswa Program Studi Marketing Komunikasi Universitas Esa Unggul Tangerang. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 6(9), 121–130. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v6i9.10076>
- Cahyani, D., & Santoso, A. (2021). TikTok sebagai Representasi Diri dan Pembentukan Citra Sosial Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 13(2), 101–115. <https://doi.org/10.31289/jkm.v13i2.4532>
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday Anchor Books.
- Hikmiyyah. (2024). Fenomena “Standar TikTok” yang Ramai di Media Sosial dari Sudut Pandang New Media. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
- Listianingrum, R., Fitriana Poerana, A., & A. Arindawati, W. (2021). Strategi Komunikasi Melalui Media Instagram Dalam Memberikan Informasi Kepada Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 11–23. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1309>
- Melatiningsih, C. (2023). Konten Romantis di Media Sosial Tiktok sebagai Kiblat dalam “*Relationship Goals*” pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Jenderal Soedirman. Universitas Jenderal Soedirman.
- Oemarjati, B. S. (2002). *Panduan Teknis Penyusunan Skripsi*. Universitas Indonesia Press.
- Rahmah, A., Azizi, H., Wulandari, L., Sahertian, N., & Sumanti, W. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa. *Cenderawasih Journal of Counseling and Education*, 2(2), 58–67. https://doi.org/https://doi.org/10.31957/cjce.v2i2.2647?utm_source=chatgpt.com
- Romadhon, A. K., & Ma'ruf, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Pola Komunikasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Angkatan 2022 Dalam Berinteraksi Dengan Teman Sebaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Rosiana, P. S., Nurhidayat, A. R., Mohsa, A. A., & Ridha, A. A. (2023). Analisis Aplikasi Tiktok Berdasarkan Prinsip dan Paradigma Interaksi Manusia dan Komputer Menggunakan Evaluasi Heuristic. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan (JITET)*, 11(3). <https://doi.org/10.23960/jitet.v11i3.3271>
- Safira, N. (2025). *Peran Media Instagram Terkait Social Comparison Sebagai Psikologi dan Motivasi Bagi Ibu Muda (Child Bearing Family) di Lubuklinggau*. Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Sarwono, S. W. (1983). *Pengantar Umum Psikologi*. Penerbit Bulan Bintang.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Thoha, M. (1999). *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada.