

Media Sosial dan Seks Pra-Nikah di Kalangan Generasi Z

Miranda Jessica¹, Suharyanti^{2*}

Universitas Bakrie^{1,2}

Corresponding email: suharyanti@bakrie.ac.id*

Pengantar

Generasi Z, kelompok yang lahir antara pertengahan tahun 1990-an hingga awal tahun 2010, tumbuh di era digital yang sangat dipengaruhi oleh media sosial. Hal ini berdampak besar pada sikap dan perilaku mereka, termasuk dalam hal seks pranikah (Minhat, dkk., 2021, dalam Nurfurqoni dan Hastuti, 2022).

Meskipun penting untuk dicatat bahwa pengalaman dan sikap individu dapat bervariasi, penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah berperan dalam membentuk pandangan Generasi Z tentang seks pranikah. Menurut penelitian yang disebutkan sebelumnya, media sosial, termasuk *platform* seperti Snapchat dan Twitter, telah memberikan jalan bagi kaum muda untuk terhubung satu sama lain dan mendiskusikan topik-topik secara terbuka, termasuk hal-hal yang berkaitan dengan seksualitas, peningkatan konektivitas dan akses informasi ini mungkin telah berkontribusi pada sikap yang lebih terbuka dan menerima seks pranikah di kalangan Generasi Z.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa ponsel pintar, yang berfungsi sebagai pintu gerbang ke media sosial dan alat kengan *online*, telah menciptakan tekanan yang dirasakan untuk melakukan aktivitas seksual.

Namun, secara paradoks, ponsel pintar juga menghambat perkembangan hubungan intim dan keintiman seksual dengan menyediakan sarana untuk menghindari keintiman tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial mungkin telah memengaruhi persepsi Generasi Z tentang seks pranikah dengan menciptakan lanskap campuran antara peningkatan aksesibilitas dan tekanan,

sekaligus menghambat perkembangan hubungan yang sehat dan intim.

Secara keseluruhan, media sosial telah membawa pergeseran sikap terhadap seks pranikah di kalangan Generasi Z, dengan meningkatnya penerimaan dan keterbukaan, namun penting untuk dicatat bahwa media sosial bukanlah satu-satunya faktor yang memengaruhi pandangan Generasi Z terhadap seks pranikah.

Karakteristik Generasi Z di Jakarta

Menurut Dimock (2019, dalam Kamil dan Laksmi, 2023), remaja yang lahir antara tahun 1997-2012 dianggap sebagai Generasi Z (Gen-Z), tren Gen-Z telah sangat ditekankan, dengan beberapa laporan yang secara khusus dan singkat memprioritaskan konsep dan karakteristiknya. Hal ini mengindikasikan bahwa Gen-Z lahir dan dibesarkan dengan web sosial, terkait dengan sifat digital-sentris dan identitas teknologi mereka.

Dalam beberapa tahun terakhir, populasi Generasi Z di Jakarta telah berkembang pesat dan menjadi demografi konsumen yang signifikan. Generasi yang lahir dari pertengahan tahun 1990-an hingga akhir tahun 2000-an ini dicirikan sebagai penduduk asli digital dan memiliki banyak identitas (Rastati, 2018).

Mereka tumbuh dalam lingkungan yang sangat terhubung dan berteknologi maju, yang telah membentuk perilaku dan preferensi mereka. Mereka dikenal dengan pengetahuan digital yang sangat baik dan cepat beradaptasi dengan alat-alat baru dalam teknologi informasi.

Hasilnya, Generasi Z di Jakarta memiliki ketertarikan yang kuat terhadap media sosial dan platform *online*. Mereka lebih suka berinteraksi dan berkomunikasi dengan teman sebayanya melalui platform seperti Snapchat, TikTok, dan Instagram, dibandingkan dengan situs jejaring sosial tradisional seperti Facebook. Selain itu, Generasi Z di Jakarta cenderung menghargai konsumsi kolaboratif dan kepraktisan.

Mereka sangat terbuka terhadap perbedaan budaya dan menikmati kehidupan yang praktis, mencari pengalaman yang menawarkan nilai dan kenyamanan (Rastati, 2018).

Generasi Z di Jakarta juga memiliki karakteristik yang unik. Mereka mandiri dan percaya diri, karena mereka tumbuh di lingkungan yang serba cepat dan kompetitif. Mereka juga sangat dipengaruhi oleh teman sebayanya dan mencari validasi dan pengakuan dari komunitas *online* mereka.

Selain itu, Generasi Z di Jakarta didorong oleh semangat dan tujuan. Mereka sangat ingin membuat perbedaan dan berkontribusi pada tujuan yang sejalan dengan nilai-nilai mereka. Generasi di Jakarta ini juga dikenal memiliki orientasi global dan memahami pentingnya keterkaitan di seluruh dunia (Purbaningrum & Sudarmanti, 2022). Kesimpulannya, Generasi Z di Jakarta dicirikan oleh keahlian digital, interaksi sosial virtual, penerimaan terhadap perbedaan budaya, kepraktisan, konsumsi kolaboratif, dan dorongan untuk mencapai tujuan.

JGZ dan Ketergantungan pada Media Sosial

Kecenderungan terhadap media sosial adalah karakteristik yang menonjol dari Generasi Z, termasuk peserta JGZ dalam penelitian ini. Memanfaatkan konektivitas internet yang lebih baik dibandingkan dengan wilayah lain di Indonesia, individu JGZ yang berusia 13 hingga 22 tahun menunjukkan keterikatan yang kuat dengan platform media sosial. Mereka dengan antusias merangkul aplikasi *online* dan *mobile* ini, yang tidak hanya memberi mereka kesempatan untuk mengonsumsi informasi tetapi juga memberdayakan mereka untuk membuat dan berbagi konten mereka sendiri. Media sosial berfungsi sebagai sarana untuk menampilkan informasi secara kreatif sekaligus memengaruhi, memotivasi, dan melibatkan individu dalam berbagai isu yang menarik.

Studi Suharyanti dan Hanathasia (2021) menemukan bahwa Gen Z Jakarta mendedikasikan waktu yang cukup lama, berkisar antara 8 hingga 16 jam sehari, untuk menggunakan internet. Mereka terlibat dalam berbagai aktivitas *online* seperti mencari beragam informasi, mengunjungi situs web yang diminati, berbagi foto dan video kegiatan mereka melalui platform media sosial, dan terhubung dengan orang-orang dari berbagai negara atau mengobrol dengan teman-teman mereka secara *online*. Keterbatasan yang diberlakukan

oleh komunikasi tatap muka, telah menyebabkan lonjakan popularitas aktivitas *online*.

Mutia (2019) menyatakan bahwa motivasi di balik pemanfaatan media sosial oleh Gen Z antara lain adalah ekspresi diri dan pengawasan. Ekspresi diri dilakukan melalui pengunggahan video dan foto, sedangkan pengawasan dilakukan dengan rasa ingin tahu terhadap aktivitas orang lain. Kemudahan akses internet di Jakarta membuat Gen Z Jakarta dapat dengan leluasa memanfaatkan media sosial untuk hiburan, informasi, membangun relasi, ekspresi diri, dan pengawasan. Mereka mengikuti berbagai akun di media sosial seperti hobi, ilmu pengetahuan, musik, film, *influencer*, horor, kriminal, dan bahkan pornografi. Mereka juga memiliki akun-akun pilihan yang mereka kunjungi secara teratur, termasuk akun-akun *influencer* yang menawarkan konten-konten inspiratif dan edukatif yang berkaitan dengan motivasi diri dan pengembangan diri,

Lebih lanjut, menurut Suharyanti dan Hanathasia (2021), berada di fase remaja di mana mereka mengalami perubahan fisik dan psikologis yang berkaitan dengan perkembangan mereka, Gen Z Jakarta menunjukkan rasa ingin tahu yang besar dan keinginan untuk mengeksplorasi pengalaman baru, termasuk meningkatnya ketertarikan pada hal-hal yang berkaitan dengan seks. Perubahan hormon selama masa remaja dapat menyebabkan peningkatan hasrat seksual (Christy & Sudarji, 2018), membuat mereka lebih cenderung mengeksplorasi dan mencari informasi tentang topik-topik terkait. Menjamurnya konten media sosial, termasuk pornografi yang mudah diakses, memberikan jalan keluar bagi dorongan dan keingintahuan seksual yang muncul. Perlu dicatat bahwa beberapa Gen Z Jakarta menunjukkan ketertarikan untuk mengikuti akun-akun dewasa yang dianggap terlarang untuk kelompok usia mereka, sehingga mendorong mereka untuk menyamarkan identitas mereka dengan memanfaatkan pengaturan privasi di akun media sosial pribadi atau membuat akun palsu.

FOMO dan Generasi Z

FOMO, juga dikenal sebagai *Fear Of Missing Out*, adalah istilah yang menjadi terkenal dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kalangan Generasi Z - generasi abad ke-21. FOMO mengacu pada

rasa takut atau cemas yang dialami oleh individu ketika mereka merasa kehilangan peristiwa atau pengalaman penting orang lain, terutama di media sosial Akbar, dkk., 2018). Ketakutan ini berasal dari kebutuhan terus-menerus untuk tetap terhubung dan mendapatkan informasi terbaru tentang apa yang dilakukan orang lain, yang mengarah pada perasaan ditinggalkan atau dikucilkan. Ketakutan akan ketinggalan ini diperkuat oleh penggunaan platform media sosial seperti Instagram, Snapchat, Tiktok, dan Twitter, yang menyediakan aliran konstan penggambaran kehidupan orang lain yang dikurasi dengan cermat dan sering kali diidealkan. Paparan yang terus-menerus terhadap sorotan kehidupan orang lain ini dapat menciptakan rasa ketidakmampuan dan keinginan yang kuat untuk selalu terhubung dan diikutsertakan. Media sosial dapat memainkan peran penting dalam membentuk sikap remaja terhadap seks pranikah. Beberapa contoh konten yang dapat mempengaruhi keinginan remaja untuk melakukan seks pra-nikah di media sosial adalah:

1. Penggambaran Hubungan yang Diidealkan: Foto-foto atau video yang menampilkan pasangan yang terlihat sempurna dan bahagia secara fisik dapat menciptakan tekanan bagi remaja untuk mengikuti standar tersebut dan merasa perlu untuk melakukan hubungan fisik sebelum menikah (Tirocchi, 2024).
2. Konten Eksplisit: Konten yang menggambarkan adegan seksual atau bahasa yang vulgar dapat memberikan pandangan yang salah bahwa seks pra-nikah adalah norma atau dianggap wajar di kalangan remaja (Grubss, dkk., 2019).
3. Tekanan Teman Sebaya: Pesan yang menyatakan bahwa melakukan seks pra nikah adalah bagian dari "kekinian" atau "keren" di antara kelompok teman sebaya dapat mendorong remaja untuk terlibat dalam perilaku seksual yang tidak aman. (Beyens, dkk., 2016)
4. Dukungan *Influencer*: Sejumlah *influencer* media sosial mungkin secara tidak langsung atau langsung memperkuat persepsi bahwa melakukan seks pra-nikah adalah hal yang biasa dan diterima secara sosial di kalangan remaja (Grubss, dkk., 2019).

5. Rasa Keintiman yang Palsu: Interaksi *online* yang intens atau pesan yang memberikan kesan bahwa seksualitas adalah cara utama untuk mencapai kedekatan emosional dengan orang lain dapat membingungkan remaja tentang arti sebenarnya dari hubungan yang sehat. (Tirocchi, 2024)

Fear of Missing Out dapat menyebabkan perasaan kehilangan, stres, dan jarak ketika individu tidak mengetahui peristiwa penting yang dialami oleh orang lain (Przybylski, dkk. dalam Beyens dkk., 2016). Ketakutan ini dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap kesejahteraan mental Generasi Z, karena dapat menyebabkan perasaan cemas, kesepian, dan bahkan depresi (Nafisa, 2021). Selain itu, dampak FOMO pada Generasi Z tidak hanya pada kesejahteraan sosial dan emosional. Hal ini juga memengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan mereka. Sebagai contoh, Generasi Z mungkin merasa tertekan untuk selalu aktif di media sosial, terus-menerus memeriksa pembaruan dan menanggapi notifikasi, untuk menghindari ketinggalan acara atau peluang penting. Kebutuhan konstan akan konektivitas ini dapat menyebabkan kurangnya fokus dan produktivitas, karena individu terus-menerus terganggu oleh rasa takut ketinggalan (Iwamoto & Chun, 2020).

Selanjutnya, FOMO juga dapat berkontribusi pada budaya perbandingan dan kompetisi di antara Generasi Z. Terus-menerus terpapar dengan sorotan kehidupan orang lain di media sosial dapat mengarah pada kebiasaan membandingkan diri sendiri dengan orang lain dan merasa perlu untuk terus berusaha mendapatkan lebih banyak pengalaman dan pencapaian, tekanan ini dapat menyebabkan tingkat stres yang tinggi dan rasa tidak mampu. Akibatnya, Generasi Z mungkin merasa perlu untuk terus membuktikan diri dan mencari validasi melalui kehadiran *online* mereka. Dengan demikian, FOMO memainkan peran penting dalam kehidupan Generasi Z, yang berdampak pada kesehatan mental, perilaku, dan rasa percaya diri mereka (Tisu, dkk., 2020). Ketakutan Generasi Z akan ketinggalan, yang diperkuat oleh paparan terus-menerus terhadap kehidupan ideal di media sosial, dapat

menyebabkan perasaan tidak mampu dan kebutuhan konstan akan validasi dan koneksi.

Kebutuhan konstan akan koneksi dan rasa takut ketinggalan ini juga dapat berdampak negatif pada kemampuan Generasi Z untuk fokus dan hadir di saat ini. Lebih jauh lagi, FOMO dapat berkontribusi pada budaya perbandingan dan persaingan di antara Generasi Z. Terus-menerus terpapar dengan sorotan kehidupan orang lain di media sosial dapat menyebabkan perasaan tidak mampu dan kebutuhan konstan untuk berjuang untuk mendapatkan lebih banyak pengalaman dan pencapaian. FOMO memiliki dampak yang signifikan terhadap Generasi Z, yang memengaruhi kesehatan mental, perilaku, dan rasa percaya diri mereka. Dampak FOMO pada Generasi Z cukup signifikan, karena berkontribusi pada perasaan cemas, kesepian, dan depresi. Kebutuhan konstan akan konektivitas dan rasa takut ketinggalan dapat meningkatkan tingkat stres dan rasa tidak mampu. Kesimpulannya, FOMO memainkan peran penting dalam kehidupan Generasi Z, yang berdampak pada kesehatan mental, perilaku, dan rasa percaya diri mereka.

Kesimpulan

Topik media sosial, FOMO (*Fear of Missing Out*), dan seks pranikah di kalangan remaja adalah isu-isu penting yang bersinggungan dengan masyarakat modern. Penting bagi orang tua, pendidik, dan masyarakat secara keseluruhan untuk mengatasi masalah ini melalui komunikasi yang terbuka, edukasi, dan sistem dukungan untuk remaja. Mendorong kebiasaan digital yang sehat, mempromosikan harga diri yang positif, dan memberikan pendidikan seks yang komprehensif dapat membantu remaja menghadapi tantangan ini dengan cara yang bertanggung jawab dan terinformasi.

Paparan yang terus-menerus terhadap gambaran hubungan yang diidealkan dan standar kecantikan yang tidak realistis di platform media sosial dapat memengaruhi persepsi individu muda tentang keintiman dan seksualitas.

Sangat penting bagi orang tua, pendidik, dan masyarakat secara keseluruhan untuk mengatasi masalah ini melalui komunikasi yang terbuka, pendidikan, dan sistem dukungan untuk remaja.

Mendorong kebiasaan digital yang sehat, mempromosikan harga diri yang positif, dan memberikan pendidikan seks yang komprehensif dapat membantu remaja menghadapi tantangan ini dengan cara yang bertanggung jawab dan terinformasi. Selain itu, mendorong keterampilan berpikir kritis, batasan yang sehat, dan rasa hormat terhadap diri sendiri dan orang lain dapat memberdayakan remaja untuk membuat pilihan yang tepat terkait kesehatan dan kesejahteraan seksual mereka di era digital.

Daftar Pustaka

- Akbar, Rizki Setiawan, Audry Aulya, Adra Apsari, dan Lisda Sofia. (2018). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FOMO) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 7(2), 38-47.
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). 'I don't want to miss a thing': adolescents' fear of missing out and it's relationship to adolescents' social needs, facebook use, and facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1-8.
- Christy, K., Sudarji, S. (2018). Gambaran Harga Diri Remaja Putri Yang Melakukan Seks Pranikah. *Journal Psibernetika*, Vol. 11 No.1. Universitas Bunda Mulia.
- Grubbs, Joshua B., Julie J. Exline, Jessica McCain, W. Keith Campbell, dan Jean M. Twenge. 2019. "Emerging Adult Reactions to Labeling Regarding Age-Group Differences in Narcissism and Entitlement." *PLOS ONE* 14, no. 5 (Mei): e0215637.
- Iwamoto, Darren & Chun, Hans. (2020). The Emotional Impact of Social Media in Higher Education. *International Journal of Higher Education*. 9. 239. 10.5430/ijhe.v9n2p239.
- Kamil, Rusdan dan Laksmi. (2023). Generasi Z, Pustakawan Dan Vita Activa Kepustakawanan. *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi, Special Issue Festschrift for Blasius Sudarsono 2023*, 25–34.

- Mutia, Tika. (2019). Phenomenology of Communication of Generation Z in Pekanbaru. *Komunikator*, 11(1), 10-17.
- Nafisa, S., Psikologi, P. S., Psikologi, F., & Riau, U. I. (2021). Hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) dengan Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau.
- Nurfurqoni, Fuadah Ashri dan Dwi Hastuti. (2022). Pencegahan Perilaku Seksual Pra-Nikah Remaja Di Perkotaan Demi Mencetak Generasi Emas 2045. Policy Brief: Pertanian, Kelautan, dan Biosans Tropika 2022. Direktorat Publikasi Ilmiah dan Informasi Strategis (DPIS), IPB University.
- Purbaningrum, Dwi dan Rini Sudarmanti. (2022). *Supportive communication climate in the self-development of Generation Z*. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8 (1), 29 – 40.
- Rastati, Ranny. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 06(01), 60-73.
- Suharyanti dan Mirana Hanthasia. (2021). Kampanye Generasi Berencana (GENRE), Sikap Generasi Z di Jakarta, dan Penetrasi Media Sosial Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 25(2), 203-222.
- Tirocchi S. Generation Z, values, and media: from influencers to BeReal, between visibility and authenticity. *Front Sociol.* 2024 Jan 10;8:1304093. doi: 10.3389/fsoc.2023.1304093. PMID: 38274837; PMCID: PMC10809394.
- Tisu, L., Lupşa, D., Virgă, D., & Rusu, A. (2020). Personality characteristics, job performance and mental health: The mediating role of work engagement. *Personality and Individual Differences*, 153, Article 109644. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109644>