

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar belakang Masalah

Fokus penelitian ini adalah pemaknaan diri pada generasi Z sebagai pelaku *sex before marriage* dalam perspektif *self image* dan *self esteem* nya. Fenomena ini menjadi topik perdebatan di berbagai kalangan, terutama mengingat bahwa norma-norma sosial dan agama di banyak negara, termasuk Indonesia, masih cenderung memandang hubungan seksual sebelum pernikahan sebagai sesuatu yang tabu. Hal ini memunculkan berbagai pertanyaan tentang bagaimana generasi Z memandang diri mereka sendiri yang dalam kajian komunikasi interpersonal disebut *self-image* dan *self-esteem*. Subjek dalam penelitian ini adalah generasi Z yang pernah melakukan *sex before marriage*, sedangkan objek yang peneliti kaji adalah pemaknaan diri terkait *self image* dan *self esteem* pada pelaku *sex before marriage*. Dengan menggunakan metode fenomenologi, peneliti ingin mengetahui bagaimana pengalaman dan pemaknaan diri pada generasi Z sebagai pelaku *sex before marriage* ditinjau dalam perspektif *self image* dan *self esteem* nya.

Saat ini, perilaku *sex before marriage* pada Generasi Z merupakan permasalahan dan fenomena sosial yang semakin lazim dijumpai dalam masyarakat (Rahardjo et al., 2017:139). Menurut data WHO dari hasil penelitian di berbagai negara berkembang, sekitar 40% remaja berusia 18 tahun telah melakukan hubungan seksual meskipun tanpa adanya ikatan pernikahan. Generasi Z adalah generasi yang hidup dengan diterpa kemajuan teknologi dan pesatnya arus

informasi melalui internet (Hastini et al., 2020:13). Pada usia remaja individu mengalami beberapa perkembangan biologis dan emosional (Rismayanti, 2021:107). Adapun beberapa karakteristik gen Z yaitu memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, gemar berpetualang dan menghadapi tantangan, serta cenderung berani mengambil risiko tanpa banyak pertimbangan. Pada umur tersebut, mereka juga sedang mencari identitas diri dan cenderung mudah dipengaruhi (Rismayanti, 2021:107).

Saat seseorang memasuki masa pubertas, ia akan mulai merasakan hasrat seksual dan keinginan untuk memenuhinya. Menurut Sokowati (2018), remaja seringkali ingin memuaskan hasrat seksual mereka, namun di sisi lain, norma sosial, agama, dan budaya melarang hubungan seksual sebelum menikah. Akibatnya, beberapa remaja mencari cara lain untuk menyalurkan hasrat tersebut, seperti mengakses situs atau film porno, membaca buku-buku yang tidak senonoh, serta mencari informasi terkait seksualitas. (Kinasih & Rusdi, 2019:448). Mereka lebih mencari hal mengenai seksualitas di media sosial karena orang tua cenderung tertutup dalam membicarakan masalah seks yang dianggap tabu, dan anak kurang terbuka kepada orang tua karena merasa takut untuk bertanya yang dapat mengakibatkan anak bereksperimen tanpa menyadari bahaya yang akan timbul (Suwarni & Arfan, 2015:29).

Eksperimen tanpa memikirkan resiko menimbulkan pergeseran norma dan budaya baik-buruk, benar-salah, terutama dalam konteks seksualitas yang semakin *transparent*. Di kalangan gen Z, perilaku *sex before marriage* semakin dianggap

sebagai sesuatu yang normal dan tidak lagi dianggap sebagai hal yang tabu seperti dulu (Rahardjo et al., 2017:139). Menurut Susilo, et al (2021) *sex before marriage* merupakan segala bentuk aktivitas seksual yang dilakukan di luar ikatan pernikahan atau tidak dengan pasangan yang sah (Putriani et al., 2023:1040).

Namun, penelitian ini bertitik tolak dari negara Barat yang menunjukkan bahwa praktik *sex before marriage* adalah hal yang sering dijumpai pada generasi muda. Masyarakat dengan latar belakang budaya yang beragam memiliki pandangan yang berbeda mengenai seksualitas. Di Indonesia, yang merupakan negara di wilayah timur, aktivitas seksual sebelum menikah sering dianggap tabu. Sebaliknya, di negara-negara barat, perilaku semacam ini sering kali dianggap umum dan dapat terjadi tanpa ikatan pernikahan (Juditha, 2020:48). Setiap budaya memiliki standar 'tabu' yang berbeda-beda, tergantung pada nilai-nilai dan norma yang dianut oleh masyarakatnya. (Sutisna et al., 2022:1). Perbedaan-perbedaan ini menyoroti keragaman pandangan yang ada di dunia dan bagaimana berbagai faktor dapat mempengaruhi cara suatu masyarakat memandang isu-isu tertentu seperti seksualitas.

Stigma negatif dari masyarakat Indonesia terhadap *sex before marriage* berpengaruh pada pemaknaan diri gen Z sebagai pelaku dari *sex before marriage*. Menurut Daniah (2011) dukungan sosial yang diterima dari lingkungan sekitar berperan penting dalam pembentukan konsep diri yang positif. Ketika lingkungan memberikan kesan dan dukungan yang positif, hal ini akan memudahkan individu dalam membangun konsep diri yang positif. Apa yang seseorang peroleh dari

lingkungan sosial akan menjadi stigma yang memengaruhi persepsi diri, sehingga berdampak pada pembentukan konsep dirinya (Kurniasari et al., 2019:335).

Menurut Harry Stack Sullivan pada buku Psikologi Komunikasi, jika kita diterima, dihormati, dan disenangi oleh orang lain karena keadaan diri kita, kita akan cenderung bersikap menghormati dan menerima diri sendiri. Namun, ketika orang lain sering meremehkan, menyalahkan, atau menolak kita, kita cenderung merasa tidak menyukai diri sendiri. (Rakhmat, 2019:124). Dalam kajian komunikasi interpersonal, hal tersebut disebut dengan *self concept*. *Self Concept* bukan hanya sekedar gambaran deskriptif mengenai siapa diri anda namun penilaian anda tentang diri anda (Rakhmat, 2019:123).

Seseorang yang memiliki pandangan positif terhadap konsep dirinya cenderung dapat mengerti dan menerima berbagai kenyataan mengenai dirinya sendiri, sehingga penilaian pada diri menjadi optimis dan mampu menerima diri dengan apa adanya (Alwi & Fitriani, 2023:88). James Bradac dalam buku *Interpersonal Communication* mengatakan “*Your overall feeling of self-esteem is related to feeling and expressing positive messages toward others as well as being supportive of other people*” artinya Perasaan *self esteem* secara keseluruhan terkait dengan perasaan dan menyampaikan pesan positif kepada orang lain serta memberikan dukungan kepada orang lain (Beebe et al., 2020:42).

Adapun hubungan antara *sex before marriage* dengan *self esteem* yang terjadi pada gen Z. Young dkk (2002) menemukan bahwa individu yang tidak terlibat *sex before marriage* cenderung memiliki *self esteem* yang lebih positif.

Sementara mereka yang memiliki *self esteem* negatif lebih cenderung terlibat dalam *sex before marriage* (Rahardjo et al., 2017:140). Menurut Rahardjo (2013) terkadang banyak juga kelompok individu yang pernah melakukan *sex before marriage* namun tetap memiliki *self esteem* yang positif (Rahardjo et al., 2017:140). Menangkap fenomena sosial yang ada, individu yang pernah melakukan *sex before marriage* ada yang lebih merasa percaya diri dibanding mereka sebelum melakukan. Namun, apabila *sex before marriage* dilakukan karena keterpaksaan akan membuat mereka cenderung memiliki *self esteem* negatif.

S. Frank Miyamoto dan Sanford M. Dornbusch (1956) mengatakan bahwa orang yang dianggap baik oleh orang lain cenderung memberikan evaluasi diri yang positif juga kepada dirinya. (Rakhmat, 2019:125). Artinya, evaluasi diri sesuai dengan penilaian orang lain terhadap dirinya. *Self image* seseorang tentunya tidak begitu saja muncul, tetapi melalui faktor-faktor seperti kondisi lingkungan sosial tempat dimana seseorang melakukan aktivitas komunikasi setiap harinya sehingga membentuk berbagai gambaran dalam dirinya. Salah satu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh individu yaitu dengan pasangannya.

Komitmen dalam hubungan diyakini turut memengaruhi perilaku *sex before marriage* individu. Ketika individu memiliki komitmen yang kuat untuk membawa hubungan romantisnya ke arah yang lebih serius, ia mungkin bersedia melakukan berbagai pengorbanan, termasuk dalam aspek seksual. Mutha, et al (2014) menyatakan bahwa adanya sikap positif terhadap *sex before marriage* yang menanggapi bahwa keperawanan tidak harus dijaga hingga jenjang pernikahan juga

menjadi pengaruh individu melakukan *sex before marriage* (Rahardjo et al., 2017:141).

Di negara patriarki, *sex before marriage* dianggap sebagai aib bagi pelaku sehingga pelaku dinilai buruk oleh orang lain. Maka dari itu *self esteem* diperlukan seseorang untuk mengetahui bagaimana cara anda merespon orang lain terutama kritik dan komentar negatif. *Self esteem* seseorang sangat dipengaruhi oleh apa yang orang lain pikirkan tentang kondisi anda (Beebe et al., 2020:43). Individu dengan *self esteem* rendah cenderung terpaku pada peristiwa atau pengalaman yang terjadi bertahun-tahun lalu dan dengan gigih menolak untuk *move on*. Terus menerus melihat pengalaman negatif dalam pikiran kita membuat *self esteem* kita semakin rendah (Beebe et al., 2020:48).

Hal-hal yang peneliti paparkan memunculkan pertanyaan “bagaimana pengalaman dan pemaknaan diri perempuan generasi Z sebagai pelaku *sex before marriage* dalam perspektif *self image* dan *self esteem*?”. Peneliti hanya menggunakan informan perempuan karena adanya standar ganda yang berlaku di masyarakat. Standar ganda memberi lebih banyak kebebasan kepada laki-laki untuk mengeksplorasi seksualitas dibandingkan dengan perempuan sehingga masyarakat lebih menerima hubungan *sex before marriage* pada laki-laki daripada perempuan (Suwarni & Arfan, 2015:35). Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana pemaknaan mereka akan diri sendiri sebagai pelaku *sex before marriage* khususnya dalam pembentukan *self image* dan *self esteem*. Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana cara mereka berkomunikasi dengan orang lain di tengah terpaan *stereotype* dan asumsi negatif masyarakat mengenai *sex before marriage*.

Pada penelitian ini guna mengungkap pemaknaan diri Generasi Z sebagai pelaku *sex before marriage* terkait *self image* dan *self esteem* penulis memilih pendekatan kualitatif menggunakan metode fenomenologi, karena menurut Van Manen, fenomenologi memberikan pemahaman dan pemaknaan tentang pengalaman kehidupannya (Creswell, 2013:76). Fenomenologi adalah pendekatan yang berusaha untuk memahami dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung. Pendekatan ini terkait dengan sifat alami pengalaman manusia dan makna yang mereka berikan pada pengalaman tersebut. (Kuswarno, 2009:35). Peneliti bertujuan untuk mengetahui dan menggali pengalaman serta pemaknaan diri subjek penelitiannya yaitu generasi Z sebagai pelaku *sex before marriage*.

Dalam hal ini, peneliti mempunyai 3 responden sebagai subjek untuk bercerita dan mengungkapkan pengalaman yang telah dilaluinya terhadap lingkungan sekitarnya tanpa menilai apakah pengalaman tersebut benar atau salah. Dalam proses pengumpulan data, peneliti melakukan pengamatan dan wawancara. Kemudian, peneliti menuliskan dan menuangkannya dalam bentuk laporan yang mencakup gambaran dan pernyataan yang relevan. Subjek dalam penelitian ini adalah 3 orang perempuan yang tinggal di Surabaya, dua diantaranya sedang menempuh pendidikan di salah satu universitas di Surabaya dan satunya sedang bekerja di salah satu *property agent* di Surabaya dengan nama inisial A, B, dan C. Subjek menentang menginformasikan nama asli karena adanya *stereotype* yang kurang baik dalam masyarakat.

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti mencari rujukan baik fenomena maupun teori dari penelitian-penelitian terdahulu namun belum banyak yang membahas mengenai pengalaman dan pemaknaan diri perempuan generasi Z sebagai pelaku *sex before marriage* dalam perspektif *self image* dan *self esteem*. Dalam jurnalnya yang berjudul "*Self Conception dan Self Acceptance pada Perempuan (Studi Fenomenologi pada Kampanye #ImPerfectBeauty by Elsheskin)*", Nur Ainia menemukan bahwa perempuan yang terlibat dalam kampanye #ImPerfectBeauty menunjukkan konsepsi diri yang positif yang dipengaruhi oleh orang-orang penting di sekitarnya dan kelompok referensi. Mereka juga memiliki penerimaan diri terhadap kekurangan dan kelebihan yang dimiliki, serta memiliki dorongan untuk meningkatkan keterampilan yang dimiliki. (Ainia, 2023:17)

Penelitian dari Michelia Martanatasha & Intan Primadini (2019) dengan judul "Relasi *Self-Esteem* dan *Body Image* dalam Terpaan Media Sosial Instagram". Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat pengaruh antara tingkat paparan media sosial Instagram terhadap tingkat *self-esteem* melalui persepsi tentang citra tubuh. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung antara ketiga variabel tersebut. Namun, tidak ditemukan pengaruh signifikan antara paparan media sosial Instagram dan tingkat *self-esteem*. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram dapat memengaruhi citra tubuh seseorang, yang pada akhirnya berdampak pada *self-esteem*. (Martanatasha & Primadini, 2019:158)

Rebekka Rismayanti dalam jurnalnya yang berjudul “*Pembentukan Self Conception Remaja Penonton Film Dilan 1990 di Yogyakarta*” juga menjadi salah satu sumber penelitian terdahulu. Rismayanti membahas mengenai bagaimana film tidak hanya berfungsi sebagai hiburan semata, namun juga memiliki kemampuan untuk mempengaruhi penonton dengan membentuk standar dan nilai-nilai yang diterima oleh mereka. (Rismayanti, 2021). Menurut Felita, et al (2016:36) dalam jurnal yang berjudul “*Pengaruh Bodily Shame di Instagram terhadap Self Conception Remaja Perempuan*” yang meneliti tentang komentar *body shaming* yang mempengaruhi *self imageion* perempuan dimana mereka berkomunikasi melalui media sosial dan mendapatkan umpan balik atau *feedback*. *Feedback* ini memungkinkan individu untuk mengevaluasi diri mereka sendiri, dan hasil evaluasi tersebut dapat mempengaruhi bagaimana konsep diri mereka terbentuk. (Pricilia et al., 2019:2).

Adapun penelitian mengenai dimensi *self conception* korban *cyber sexual harassment* yang terjadi di Kota Pekanbaru oleh Welly Wirman, Genny Gustina Sari, Fitri Hardianti, Tegar Pangestu Roberto menunjukkan bahwa dimensi internal konsepsi diri pada remaja mencakup identitas diri yang negatif. Dalam konteks ini, perilaku mereka dapat cenderung negatif dan mereka mungkin menghadapi kesulitan dalam mengendalikan emosi. Remaja juga mungkin menerima penilaian negatif dari teman-teman mereka, yang sering kali melibatkan label-label seksual seperti "menggairahkan" atau "pelacur", dan sejenisnya. (Wirman et al., 2021:79).

Melihat dari penelitian - penelitian terdahulu, terdapat beberapa komponen yang berlainan dengan penelitian ini. Subjek serta objek yang peneliti pilih tidak sama guna mencapai tujuan penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian - penelitian terdahulu menganggap bahwa harga diri dan gambaran diri pelaku *sex before marriage* cenderung negatif. Peneliti belum menemukan gen Z khususnya perempuan yang memiliki *self esteem* dan *self image* positif setelah mereka melakukan *sex before marriage*.

Di samping itu, metode penelitian yang digunakan oleh peneliti juga berbeda dengan yang digunakan dalam penelitian yang dijadikan rujukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi sebagai metode penelitian agar dapat mengerti bagaimana pengalaman dan pemaknaan diri generasi Z sebagai pelaku *sex before marriage* dalam perspektif *self image* dan *self esteem* dengan lebih rinci dan intens. Meskipun terdapat banyak perbedaan, terdapat komponen atau aspek tertentu yang dapat menjadi pedoman bagi peneliti dalam menjalankan penelitian ini. Peneliti juga percaya bahwa setiap individu memiliki pemaknaan, alasan, dan keyakinan sendiri dalam melakukan sesuatu, termasuk praktik *sex before marriage*.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah penulis uraikan, dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana pengalaman dan pemaknaan diri generasi Z sebagai pelaku *sex before marriage* dalam perspektif *self image* dan *self esteem*?

I.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengalaman dan pemaknaan diri generasi Z sebagai pelaku *sex before marriage* dalam perspektif *self image* dan *self esteem*

I.4. Batasan Penelitian

I.4.1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pemaknaan diri pada Generasi Z sebagai pelaku *sex before marriage* terkait *self image* dan *self esteem*.

I.4.2. Subjek Peneliti

Untuk menjangkau tujuan penelitian, subjek penelitian ini ialah 3 orang perempuan yang termasuk Generasi Z yang pernah melakukan *sex before marriage*.

I.5. Manfaat Penelitian

I.5.1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan pemahaman dan perluasan ilmu di bidang komunikasi, terutama dalam konteks penggunaan metode fenomenologi dalam penelitian.
- b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi masyarakat yang tertarik untuk mempelajari topik sejenis.

I.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat bagi profesional ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya yang ingin menerapkan metode fenomenologi untuk memahami pemaknaan dan pengalaman individu atau kelompok yang berkaitan dengan suatu topik tertentu.

I.5.3. Manfaat Sosial

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi masyarakat dalam memahami pengalaman dan pemaknaan diri perempuan generasi Z sebagai pelaku *sex before marriage* dalam perspektif *self image* dan *self esteem*