

Fenomena *Relationship Goals* TikTok: Analisis Nilai Hubungan dalam QS. Ar-Rum Ayat ke-21 dan Hadits Mahabbah

***¹Nikyta Tsabita Khansa, ²Nasrulloh**

^{1,2}Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

Email: *¹tsabitakhansa789@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the phenomenon of *relationship goals* on TikTok and its relevance to relationship values in Islam based on QS. ar-Rum verse 21 and mahabbah hadiths. This trend is noticed because many of the younger generation's romantic perceptions are shaped through the appearance of ideal relationships that often emphasize visual and performative aspects more than the reality of the real relationship. The research method uses a qualitative approach based on literature study through the analysis of Islamic literature, communication theory, adolescent psychology, and digital media studies. The results of the study show that the relationship construction on TikTok is not fully aligned with the principles of *sakinah*, *mawaddah*, and *rahmah*, and has the potential to create unrealistic expectations about love and commitment. However, a number of content still has harmony with the values of the Qur'an-Hadith, especially in the aspects of good communication, mutual support, and cooperation in relationships. This research emphasizes the importance of digital literacy based on Islamic ethics so that the younger generation is able to understand relationships more wisely and not get caught up in unrealistic relationship idealization.

Keywords: *Relationship Goals, TikTok, QS. Ar-Rum: 21, Hadith Mahabbah, Young Generation*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena *relationship goals* di TikTok serta relevansinya dengan nilai-nilai hubungan dalam Islam berdasarkan QS. ar-Rum ayat 21 dan hadis-hadis mahabbah. Tren ini diperhatikan karena banyak membentuk persepsi romantis generasi muda melalui tampilan hubungan ideal yang sering kali lebih menonjolkan aspek visual dan performatif dibanding realitas hubungan yang sesungguhnya. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi pustaka melalui analisis literatur keislaman, teori komunikasi, psikologi remaja, dan kajian media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi hubungan di TikTok tidak sepenuhnya selaras dengan prinsip *sakinah*, *mawaddah*, dan *rahmah*, serta berpotensi menciptakan ekspektasi tidak realistis mengenai cinta dan komitmen. Namun demikian, sejumlah konten tetap memiliki keselarasan dengan nilai Qur'an-Hadis, terutama pada aspek komunikasi yang baik, saling mendukung, dan kerja sama dalam hubungan. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi digital yang berlandaskan etika Islam agar generasi muda mampu memahami hubungan secara lebih bijak dan tidak terjebak dalam idealisasi hubungan yang tidak realistis.

Kata Kunci: *Relationship Goals, TikTok, QS. Ar-Rum: 21, Hadis Mahabbah, Generasi Muda*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia memahami dan mengekspresikan hubungan. Media sosial, khususnya TikTok, menjadi salah satu ruang yang paling berpengaruh dalam membentuk persepsi generasi muda terhadap konsep pasangan ideal. Tren yang dikenal sebagai *relationship goals* menampilkan potret hubungan romantis dengan berbagai bentuk kasih sayang, perhatian, dan kebersamaan yang dikemas secara estetik dan menghibur. Tren ini tidak hanya menjadi konsumsi visual, namun juga berfungsi sebagai standar sosial baru mengenai bagaimana sebuah hubungan seharusnya terlihat.¹

Fenomena ini semakin menguat pada generasi Z, yang menjadikan TikTok sebagai sumber inspirasi dalam membentuk ekspektasi terhadap pasangan. Video-video seperti "*couple aesthetic*", "*daily routine with my partner*", "*treat your girlfriend right*", atau "*ideal boyfriend version TikTok*" menjadi rujukan dalam menilai kualitas hubungan.² Akibatnya, tidak sedikit remaja dan mahasiswa yang secara tidak sadar menjadikan konten tersebut sebagai tolok ukur kebahagiaan dan keberhasilan hubungan, meskipun nilai yang ditampilkan cenderung bersifat perfeksionis, visual, dan tidak selalu realistis.

Di sisi lain, Islam melalui Al-Qur'an dan Sunnah telah memberikan konsep dasar tentang hubungan antara laki-laki dan perempuan, terutama dalam konteks cinta (mahabbah), pernikahan, dan harmonisasi rumah tangga. Salah satu ayat yang secara eksplisit membahas fondasi hubungan suami istri adalah QS. ar-Rum ayat 21, yang menegaskan bahwa tujuan hubungan adalah menghadirkan ketenangan (*sakinah*), kasih sayang (*mawaddah*), dan rahmat. Ayat ini memberikan arah bahwa hubungan tidak hanya dinilai dari ekspresi emosional yang ditampilkan secara publik, melainkan dari kualitas spiritual dan moral di dalamnya.³

Selain itu, hadis-hadis mahabbah juga menjelaskan prinsip-prinsip dasar tentang cinta dalam Islam. Rasulullah SAW menggambarkan cinta yang ideal sebagai cinta yang saling menghormati, membahagiakan, dan berlandaskan ketakwaan. Misalnya, hadis "Sebaik-baik kalian adalah yang terbaik terhadap keluarganya" menunjukkan bahwa kualitas hubungan tidak semata-mata tercermin melalui penampilan atau ekspresi romantik, tetapi pada kesungguhan seseorang memperlakukan pasangannya.⁴ Hadis-hadis mahabbah yang lain juga menekankan nilai kesetiaan, empati, kelembutan, dan tanggung jawab nilai yang seringkali tidak dicerminkan secara utuh dalam tayangan *relationship goals* di TikTok.

¹ Alvin Tan, "TikTok and the Shaping of Gen Z's Romantic Expectations," *Journal of Digital Culture*, vol. 5, no. 2 (2024), 114

² Siti Rahmawati, "Media Sosial dan Representasi Relationship Goals pada Remaja," *Jurnal Psikologi Remaja*, vol. 3, no. 1 (2023), 55.

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020), 406.

⁴ Abu Isa At-Tirmidzi, *Sunan At-Tirmidzi*, hadis no. 3895.

Perbedaan antara konsep hubungan dalam Islam dan idealisasi hubungan di media sosial memunculkan gap nilai yang menarik untuk diteliti. Fenomena *relationship goals* memberi pengaruh kuat terhadap pembentukan ekspektasi romantik generasi muda, tetapi tidak semuanya selaras dengan prinsip-prinsip Qur'an dan hadis. Bahkan, dalam beberapa kasus, standar yang dibangun oleh TikTok dapat menciptakan tekanan psikologis, kecemburuan, hingga menurunnya rasa syukur terhadap pasangan karena terlalu sering membandingkan hubungan nyata dengan konten ideal yang ditampilkan secara selektif.⁵

Dengan demikian, kajian terhadap fenomena *relationship goals* TikTok melalui perspektif QS. ar-Rūm ayat 21 dan hadis-hadis mahabbah menjadi penting untuk memahami sejauh mana media sosial mempengaruhi nilai-nilai hubungan generasi muda, sekaligus mengembalikan orientasi hubungan pada prinsip Islam yang bersifat seimbang, realistis, dan penuh keberkahan. Kajian ini juga diharapkan mampu memberikan edukasi literatif dan religius kepada mahasiswa agar lebih kritis dalam memaknai tren digital, sehingga hubungan yang dibangun tidak semata-mata mengikuti konstruksi media, tetapi berlandaskan nilai Qur'ani dan Sunnah.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian terletak pada analisis teks, baik teks keagamaan maupun teks media, serta penafsiran makna yang dikandung di dalamnya. Sumber data utama dalam penelitian ini adalah Al-Qur'an, khususnya QS. ar-Rum ayat 21, serta hadis-hadis mahabbah yang relevan dengan tema hubungan, kasih sayang, dan etika berpasangan dalam Islam. Selain sumber primer tersebut, penelitian ini juga memanfaatkan sumber sekunder berupa buku tafsir, kitab syarah hadis, artikel jurnal, dan penelitian terdahulu yang membahas fenomena media sosial, khususnya tren *relationship goals* di TikTok.

Data dikumpulkan melalui kegiatan menelaah, mengidentifikasi, dan mengklasifikasi berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode analisis isi (*content analysis*), yaitu teknik yang bertujuan untuk menggali makna, nilai, dan pesan yang terkandung dalam teks. Analisis dilakukan dengan cara membandingkan nilai-nilai hubungan yang dibangun oleh tren *relationship goals* di TikTok dengan prinsip hubungan dalam QS. ar-Rum ayat 21 dan hadis-hadis mahabbah. Melalui analisis komparatif tersebut, penelitian ini berupaya menemukan titik keselarasan dan ketidaksesuaian antara konstruksi hubungan modern di media sosial dengan ajaran Islam mengenai cinta dan relasi pasangan. Prosedur penelitian dilakukan secara sistematis mulai dari pengumpulan data, verifikasi

⁵ Laila Jannah, "Pengaruh Konsumsi Konten TikTok terhadap Kepuasan Hubungan," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 12, no. 1 (2024), 78.

literatur, reduksi data, hingga penarikan kesimpulan berdasarkan perspektif Qur'an dan hadis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Fenomena "Relationship Goals" di Tiktok

Fenomena *relationship goals* di Tiktok muncul sebagai bagian dari budaya digital yang menekankan representasi ideal tentang hubungan romantis melalui unggahan video singkat yang mudah dikonsumsi dan dibagikan. Konten-konten ini biasanya menghadirkan cuplikan kemesraan pasangan, kejutan romantis, rutinitas harian bersama, hingga bentuk perhatian yang diekspresikan secara visual dan estetis. Karena sifat Tiktok yang mengedepankan visual storytelling serta algoritma yang memprioritaskan konten emosional, narasi mengenai pasangan ideal berkembang pesat dan menjadi standar baru bagi sebagian pengguna mengenai bagaimana hubungan seharusnya terlihat.⁶

Popularitas tagar seperti #relationshipgoals, #pasanganidaman, dan #lovestory menunjukkan bahwa banyak pengguna memproduksi sekaligus mengonsumsi konten romantis sebagai hiburan sekaligus aspirasi. Namun, standarisasi yang muncul dari representasi tersebut sering kali bersifat tidak realistis, sebab hanya menampilkan momen terbaik dalam hubungan dan cenderung menghapus dimensi konflik, tanggung jawab, komunikasi, dan proses emosional yang sebenarnya menjadi inti hubungan sehat.⁷ Pengguna yang terpapar secara intens dapat membentuk persepsi bahwa hubungan ideal harus selalu romantis, penuh kejutan, dan menampilkan kebahagiaan tanpa cela, sehingga berpotensi menciptakan tekanan psikologis ataupun ekspektasi berlebihan terhadap pasangan.

Fenomena relasi digital juga berkaitan dengan proses *mediatization*, yaitu ketika relasi sosial dibentuk melalui logika media. Studi Nasrulloh menunjukkan bahwa media digital seperti Instagram dan YouTube mampu mengubah cara generasi muda memahami nilai keagamaan dan relasi sosial.⁸ Fenomena *relationship goals* di Tiktok merupakan lanjutan dari pola mediatization tersebut. Dalam konteks masyarakat Indonesia, fenomena ini semakin kuat karena budaya kolektivistik mendorong perbandingan sosial (*social comparison*) terhadap norma-norma hubungan yang dianggap ideal di lingkungan sekitar. Tiktok mempercepat proses ini, sebab pengguna remaja dan dewasa muda—sebagai kelompok paling aktif—cenderung memaknai konten sebagai rujukan dalam mencari pasangan maupun membangun hubungan.³ Selain itu, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa media sosial membentuk impression management, yaitu usaha seseorang membangun citra diri ideal di mata orang

⁶ Sherry Turkle, *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age* (New York: Penguin Press, 2015), 81.

⁷ Jonathan Haidt dan Jean M. Twenge, "Social Media and Adolescent Mental Health: Current Perspectives," *Journal of Adolescence* 93 (2021): 216.

⁸ Panji Prasetya & Nasrulloh, "Religious Moderation Values in the Millennial Generation based on the Qur'an in YouTube Close The Door," *Fitrah: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 9, No. 2, 2023, 285–302.

lain, termasuk dalam konteks hubungan romantis. Dalam konten *relationship goals*, pasangan kerap menampilkan gaya pacaran atau kehidupan rumah tangga yang harmonis demi memperoleh pengakuan publik berupa likes, komentar, dan pengikut.⁹

Fenomena ini juga tidak terlepas dari aspek ekonomi digital. Banyak pasangan kreator memonetisasi hubungan mereka, sehingga romantisme tidak hanya menjadi ekspresi emosional, tetapi juga komoditas yang dijual untuk menarik penonton.¹⁰ Hal ini mengaburkan batas antara hubungan autentik dan hubungan performatif. Dalam konteks kajian Qur'an dan Hadis, persoalan ini penting karena apa yang ditampilkan sebagai "cinta ideal" di TikTok sering kali lebih berpijak pada budaya populer daripada nilai-nilai mahabbah yang diajarkan Nabi Muhammad SAW, seperti kesederhanaan, akhlak, saling menghormati, dan komitmen spiritual. Dengan demikian, fenomena *relationship goals* di TikTok bukan hanya tren hiburan, tetapi juga praktik budaya yang memengaruhi cara masyarakat memaknai cinta dan hubungan. Ia membentuk standar baru yang sering kali tidak realistis, performatif, serta berpotensi memunculkan kesenjangan antara ekspektasi dan kenyataan dalam hubungan romantis di dunia nyata.

Analisis QS. Ar-Rum Ayat 21 sebagai Basis Nilai Hubungan Ideal

QS. Ar-Rūm ayat 21 merupakan salah satu ayat terpenting dalam Al-Qur'an mengenai fondasi hubungan ideal antara laki-laki dan perempuan. Ayat ini menegaskan bahwa Allah menciptakan pasangan bagi manusia dengan tujuan menghadirkan ketenteraman (*sakinah*) serta menumbuhkan dua nilai fundamental dalam hubungan, yaitu *mawaddah* dan *rahmah*. Nilai-nilai ini tidak hanya menjadi pedoman bagi kehidupan berumah tangga, tetapi juga standar etis bagi relasi romantis yang sehat dalam konteks sosial kontemporer. Pertama, konsep *sakinah* merujuk pada ketenangan yang bersifat emosional, psikologis, dan spiritual. Para mufasir seperti Ibn Katsir menjelaskan bahwa *sakinah* adalah rasa tenang yang lahir dari kehadiran pasangan yang saling menguatkan dan menentramkan hati.¹¹ Tafsir al-Marāghī menambahkan bahwa *sakinah* merupakan keadaan stabil yang membuat manusia merasa aman, diterima, dan tidak terancam dalam hubungan.¹² Hal ini berbeda dengan relasi yang dibangun atas dasar performativitas seperti fenomena *relationship goals* di media sosial yang sering menampilkan romantisme permukaan, bukan ketenangan hakiki.

Kedua, nilai *mawaddah* dipahami sebagai bentuk cinta yang tampak secara emosional dan afeksional. Al-Qurthubi menafsirkan *mawaddah* sebagai *al-mahabbah al-zhāhirah*, yaitu kasih sayang yang diekspresikan melalui tindakan

⁹ Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life* (London: Penguin Books, 1990), 32.

¹⁰ Brooke Erin Duffy, *(Not) Getting Paid to Do What You Love: Gender, Social Media, and Aspirational Work* (Yale University Press, 2017), 97.

¹¹ Ibn Katsir, *Tafsir al-Qur'an al-'Azim*, Juz 6 (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1998), 305.

¹² Ahmad Musthafa al-Maraghi, *Tafsir al-Maraghi*, Jilid 7 (Mesir: Mushthafa al-Bāb al-Halabi, 1946), 99.

nyata seperti perhatian, kelembutan, dan ungkapan kasih.¹³ Dalam konteks modern, mawaddah dapat dimaknai sebagai cinta yang hadir dalam keseharian, bukan semata momen yang dikonstruksi secara estetis untuk konsumsi publik. Ini menjadi tantangan penting terhadap kecenderungan media sosial yang mengukur kualitas hubungan melalui penampilan luar.

Ketiga, nilai rahmah melengkapi dua nilai sebelumnya dengan memberi dimensi kedewasaan moral. Tafsir ar-Rāzi menekankan bahwa rahmah adalah kasih sayang yang bercampur dengan empati, pengampunan, dan keinginan untuk saling menjaga.¹⁴ Rahmah berperan penting ketika cinta tampak menurun, sebab hubungan ideal tidak hanya berdiri di atas perasaan, tetapi juga tanggung jawab, komitmen, dan perilaku saling memuliakan. Secara etis, rahmah adalah pilar hubungan yang paling menentang logika performatif media sosial yang menampilkan hubungan ideal tanpa memperhitungkan dinamika realitas.

Ayat ini juga menegaskan bahwa nilai sakinah-mawaddah-rahmah adalah bagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah (wa min āyātihī). Artinya, hubungan ideal bukan sekadar konstruksi budaya tetapi bagian dari fitrah manusia yang diarahkan oleh wahyu. Prinsip ini mengajak masyarakat untuk melihat relasi romantis sebagai ruang ibadah dan pembentukan akhlak, bukan sekadar sumber hiburan atau konten viral. Dengan demikian, QS. Ar-Rum ayat 21 menyediakan kerangka teologis sekaligus etis yang dapat menjadi kritik terhadap standar hubungan ideal di TikTok yang sering kali menitikberatkan pada visual romantis dibanding nilai kedalaman hubungan.

Dalam perspektif ini, ayat tersebut menjadi pedoman bahwa hubungan ideal harus dibangun di atas ketenteraman bersama, cinta tulus, dan kasih sayang berkelanjutan. Ketiga nilai tersebut menyediakan ukuran yang lebih autentik dan realistis bagi relasi masa kini serta dapat menjadi landasan untuk menilai fenomena *relationship goals* sebagai tren yang perlu dilihat secara kritis – apakah mendukung hubungan yang sehat, atau justru menciptakan ekspektasi semu yang jauh dari nilai-nilai Qur’ani.

Relevansi Hadis-Hadis Mahabbah terhadap Fenomena *Relationship goals* di TikTok

Fenomena *relationship goals* di TikTok merepresentasikan bagaimana budaya digital memvisualisasikan cinta dan romantisme dalam bentuk yang estetis, ringkas, dan mudah dikonsumsi publik. Namun, konstruksi visual tersebut sering kali menggambarkan cinta secara dangkal, performatif, dan berorientasi pada validasi sosial. Dalam perspektif hadis-hadis mahabbah, konsep cinta yang ditampilkan dalam media sosial perlu dievaluasi ulang agar tidak melenceng dari nilai-nilai etis yang diajarkan Nabi Muhammad SAW. Hadis-hadis tentang mahabbah memberikan dasar spiritual, moral, dan psikologis untuk memahami cinta secara lebih utuh dan realistis.

¹³ Al-Qurthubi, *Al-Jami' li Ahkam al-Qur'an*, Juz 14 (Kairo: Dar al-Kutub al-Misriyyah, 1967), 17.

¹⁴ Fakhr al-Din ar-Razi, *Mafatih al-Ghayb*, Juz 25 (Beirut: Dar Ihya' at-Turats, 1981), 86.

Hadis yang menjadi prinsip dasar bahwa cinta sejati tidak boleh dibangun atas dasar kepentingan pribadi ataupun pencarian popularitas:

يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّىٰ يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ

“Tidak beriman seseorang di antara kalian hingga ia mencintai saudaranya sebagaimana ia mencintai dirinya sendiri” (HR. Bukhari-Muslim)¹⁵

Dalam konteks TikTok, banyak pasangan menampilkan relasi mereka sebagai konten publik, namun perilaku tersebut terkadang lebih mencerminkan keinginan memperoleh engagement daripada bentuk cinta yang tulus. Hadis tersebut menegaskan bahwa cinta harus menghadirkan kebaikan, bukan sekadar penampilan luar, sehingga tindakan yang hanya bertujuan mendapatkan perhatian publik tidak mencerminkan mahabbah yang hakiki.

Hadis tentang mahabbah lillah mengajarkan bahwa cinta yang paling baik adalah yang berlandaskan karena Allah:

إِنْ أَوْثَقَ عَرَى الْإِيمَانِ أَنْ تَحِبَّ فِي اللَّهِ وَتَبْغِضَ فِي اللَّهِ

“Tali iman yang paling kuat adalah mencintai karena Allah dan membenci karena Allah” (HR. Ahmad).¹⁶

Relasi yang hanya dibangun atas dasar estetika visual, seperti yang sering ditampilkan di TikTok, berpotensi kehilangan dimensi spiritual ini. TikTok sering menampilkan gestur cinta yang sifatnya sementara dan situasional, sedangkan hadis menekankan landasan kesucian niat serta orientasi ibadah. Dari sini terlihat relevansinya, relasi yang dipamerkan di media sosial dapat kehilangan orientasi ilahiah sehingga mudah berubah menjadi performatif.

Hadis tentang ungkapan cinta secara verbal memberikan arahan bahwa cinta perlu diungkapkan dengan cara yang benar:

إِذَا أَحَبَّ الرَّجُلُ أَخَاهُ ، فَلْيُخْبِرْهُ أَنَّهُ يُحِبُّهُ

“Jika seseorang mencintai saudaranya, hendaklah ia memberitahukan bahwa ia mencintainya” (HR. Abu Dawud).¹⁷

Hadis ini tidak melarang ekspresi cinta, namun menegaskan bahwa ekspresi tersebut diarahkan kepada orang yang dicintai, bukan kepada publik. Fenomena TikTok justru menempatkan publik sebagai penerima utama ekspresi cinta. Hal ini menggeser esensi cinta dari komunikasi intim menjadi tontonan

¹⁵ Imam al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari*, Kitab al-Iman, no. 13.

¹⁶ Imam Ahmad bin Hanbal, *Musnad Ahmad*, Juz 4 (Beirut: Muassasah ar-Risalah, 2001), 286.

¹⁷ Abu Dawud, *Sunan Abi Dawud*, Kitab al-Adab, no. 5124.

massal. Dengan demikian, hadis ini relevan sebagai kritik etis: ekspresi cinta hendaknya tidak diposisikan sebagai komoditas digital.

Hadis tentang kesederhanaan hubungan Nabi dengan Aisyah menunjukkan bahwa kemesraan dalam Islam bersifat natural dan tidak dibuat-buat. Misalnya riwayat bahwa Nabi minum dari tempat yang sama dengan Aisyah, meletakkan bibirnya pada tempat yang sama untuk menunjukkan kelembutan.¹⁸ Ini menunjukkan bahwa cinta dalam Islam hadir dalam bentuk keseharian yang sederhana dan tulus. Berbanding terbalik dengan fenomena TikTok yang menampilkan kemesraan secara hiperbolis dan teatrikal demi memperlihatkan hubungan yang dianggap “sempurna”. Nilai kesederhanaan ini menjadi koreksi terhadap kecenderungan media sosial yang menampilkan cinta secara artifisial.

Selanjutnya hadis “*Saling berkasih sayanglah kalian, niscaya kalian akan dicintai*” (HR. al-Baihaqi) mengajarkan bahwa cinta adalah proses internal yang meliputi empati, kasih sayang, dan rahmah.¹⁹ Fenomena *relationship goals* cenderung mengabaikan aspek emosional dan spiritual ini, lalu menggantikannya dengan standar visual seperti hadiah besar, kejutan dramatis, atau momen-momen romantis yang dirancang demi mendapatkan likes. Hadis ini menegaskan bahwa cinta yang benar justru tersembunyi dalam proses saling menanggung kesulitan, saling memahami, dan menjaga satu sama lain – hal-hal yang jarang terlihat dalam konten TikTok karena tidak menarik secara estetis. Selain itu, hadis-hadis mahabbah secara umum menekankan pentingnya ketulusan dan kejujuran dalam hubungan. Relasi yang dikonstruksi demi konten sering kali menuntut pasangan untuk mempertahankan citra tertentu, sehingga tekanan performatif dapat mengikis kejujuran emosional. Di sisi lain, hadis memandang cinta sebagai relasi yang membebaskan, bukan membebani. Relevansi ini menjadi penting dalam era digital ketika banyak pasangan merasa perlu menunjukkan kebahagiaan secara publik demi menjaga citra, meskipun kenyataannya tidak selalu demikian.

Dengan demikian, hadis-hadis mahabbah memberikan kerangka etis untuk menilai fenomena *relationship goals* di TikTok. Hadis-hadis tersebut mengingatkan bahwa cinta bukanlah performa publik, melainkan relasi ilahiah dan insaniyah yang dilandasi ketulusan, kesederhanaan, kasih sayang, dan tujuan spiritual. Fenomena TikTok menjadi relevan untuk dikaji karena dapat menyimpangkan makna cinta dengan mengutamakan visualitas dan popularitas. Oleh sebab itu, pemahaman hadis-hadis mahabbah dapat berfungsi sebagai koreksi etis terhadap budaya digital serta sebagai panduan bagi generasi muda agar tidak memahami cinta secara dangkal dan visual saja.

Ketidaksesuaian antara *Relationship goals* dan Nilai Qur'an Hadis

Fenomena *relationship goals* di TikTok menghadirkan standar hubungan yang dibangun melalui visualisasi romantisme, estetika, dan performativitas.

¹⁸ Imam Muslim, *Sahih Muslim*, Kitab al-Haid, no. 300.

¹⁹ Al-Baihaqi, *Syū'ab al-Iman*, Juz 6 (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2000), 467.

Konstruksi ini secara umum tidak selaras dengan nilai-nilai Qur'an dan Hadis yang menekankan kedalaman relasi, ketulusan niat, serta tujuan spiritual dalam hubungan. Nilai sakinah, mawaddah, dan rahmah sebagaimana ditegaskan dalam QS. Ar-Rūm: 21 menuntut keutuhan hubungan yang berlandaskan ketenangan, kasih sayang sejati, dan empati mendalam – nilai yang sering kali tidak tampak dalam relasi yang dikemas secara artifisial untuk konsumsi publik.²⁰

Dalam tradisi Islam, cinta dipahami sebagai proses internal yang mendatangkan kebaikan bagi kedua pihak, bukan sebagai tontonan yang diproduksi demi validasi sosial. Hadis tentang keharusan mencintai saudara sebagaimana mencintai diri sendiri (HR. Bukhari-Muslim) menggarisbawahi dimensi etis cinta yang jauh dari kepentingan pencitraan.²¹ Ketika ekspresi cinta diarahkan kepada publik, bukan kepada pasangan, sebagaimana lazim terjadi dalam konten TikTok, maka relasi tersebut bergeser dari nilai keikhlasan menuju pencarian pengakuan digital. Pergeseran orientasi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara ajaran mahabbah dan praktik hubungan yang ditampilkan di media sosial.

Nilai privasi juga menjadi aspek penting dalam ketidaksesuaian tersebut. Nabi Muhammad SAW memberikan contoh kemesraan dengan Aisyah secara natural dan penuh kesederhanaan tanpa eksposur berlebihan.²² Hal ini menunjukkan bahwa cinta dalam Islam tidak diarahkan untuk konsumsi publik. Berbeda dengan itu, tren *relationship goals* justru mendorong pasangan untuk mengumbar kemesraan di ruang digital, sehingga melanggar prinsip haya' (rasa malu) yang merupakan bagian dari iman (HR. Muslim).²³ Eksposur berlebih terhadap hubungan pribadi berpotensi mengikis batasan etika yang dijunjung tinggi dalam Islam.

Selain itu, standar hubungan yang dibentuk oleh media sosial sering kali bersifat superfisial. Konten-konten TikTok hanya menampilkan sisi romantis yang indah seperti hadiah mewah, kejutan seremonial, atau perjalanan romantic tanpa merepresentasikan dinamika hubungan yang nyata. Padahal, hadis-hadis mahabbah menekankan pentingnya empati, pengorbanan, dan rahmah sebagai fondasi cinta yang sesungguhnya.²⁴ Ketika masyarakat menjadikan estetika digital sebagai tolak ukur hubungan, mereka dapat terjebak dalam ekspektasi palsu yang tidak mencerminkan prinsip hubungan dalam Islam.

Di sisi lain, relasi yang ditampilkan di TikTok sering kehilangan orientasi spiritual yang seharusnya menjadi ruh cinta dalam Islam. Cinta yang ideal menurut hadis adalah cinta yang berlandaskan pada Allah, sebagaimana ditegaskan dalam riwayat: "Tali iman yang paling kuat adalah mencintai karena Allah dan membenci karena Allah" (HR. Ahmad).²⁵ Ketika hubungan

²⁰ Ibn Katsir, *Tafsir al-Qur'an al-'Azim*, Juz 6 (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1998), 305.

²¹ Imam al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari*, Kitab al-Iman, no. 13.

²² Imam Muslim, *Sahih Muslim*, Kitab al-Haid, no. 300.

²³ Imam Muslim, *Sahih Muslim*, Kitab al-Iman, no. 53.

²⁴ Al-Baihaqi, *Syua'ab al-Imān*, Juz 6 (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2000), 467.

²⁵ Imam Ahmad bin Hanbal, *Musnad Ahmad*, Juz 4 (Beirut: Muassasah ar-Risalah, 2001), 286.

dipersepsikan sebagai alat untuk hiburan atau monetisasi, maka nilai-nilai ilahiah yang seharusnya menjadi tujuan cinta terabaikan. Orientasi semacam ini bertentangan dengan makna mahabbah yang mendekatkan manusia kepada Allah dan membentuk akhlak yang luhur.

Tren *relationship goals* juga menciptakan ekspektasi hubungan yang tidak realistis. Dalam Islam, hubungan romantis dipandang sebagai perjalanan panjang yang berisi kerja sama, kesabaran, dan kedewasaan emosional. Namun, konten media sosial lebih menekankan gambaran hubungan yang ideal secara visual tanpa menyingkap tantangan yang sebenarnya. Ketidakseimbangan ini dapat menimbulkan toxic comparison dan ketidakpuasan dalam hubungan nyata. Prinsip keseimbangan dan kesederhanaan sebagaimana dicontohkan Nabi justru menekankan bahwa hubungan tidak dibangun dari kemewahan, tetapi dari proses saling mendukung secara konsisten.²⁶

Seluruh dinamika ini menunjukkan adanya perbedaan mendasar antara konsep cinta dalam ajaran Islam dan konsep cinta versi media sosial. Islam menekankan kedalaman, spiritualitas, dan tanggung jawab moral, sedangkan TikTok mengangkat performativitas, popularitas, dan validasi publik. Ketidaksesuaian ini menjadi alasan perlunya edukasi literasi digital dan pemahaman yang benar tentang nilai sakinah, mawaddah, rahmah, dan mahabbah agar generasi muda tidak terjebak dalam pemahaman cinta yang dangkal dan semu.

Titik Keselarasan yang Masih Dapat Ditemukan

Meskipun fenomena *relationship goals* di TikTok kerap dikritik karena menciptakan standar hubungan yang bersifat artifisial, sebenarnya terdapat sejumlah nilai yang tetap selaras dengan prinsip Qur'an dan hadis, khususnya ketika konten tersebut memperlihatkan bentuk hubungan yang sehat, saling mendukung, dan berlandaskan penghargaan. Salah satu bentuk keselarasan tampak pada hadirnya nilai mawaddah dan rahmah sebagaimana disebutkan dalam QS. al-Rum: 21. Banyak pasangan yang menggunakan TikTok untuk menampilkan bentuk dukungan, perhatian kecil, atau apresiasi terhadap usaha pasangannya. Manifestasi kasih sayang seperti ini tidak hanya menggambarkan cinta sebagai emosi positif, tetapi juga sebagai tindakan yang memupuk kedekatan dan ketenangan dalam hubungan.²⁷ Ketika konten digital menunjukkan perilaku saling peduli, hal itu mencerminkan nilai rahmah yang dianjurkan dalam al-Qur'an.

Selain itu, keselarasan juga terlihat pada praktik mu'āsyarah bi al-ma'rūf, yaitu berinteraksi dengan cara yang baik, sopan, dan penuh penghargaan. Hal ini tampak pada konten TikTok yang menunjukkan komunikasi sehat, tanpa kekerasan verbal, dan tanpa merendahkan pasangan. Prinsip ini sangat ditekankan dalam QS. al-Nisā': 19, yang memerintahkan untuk memperlakukan

²⁶ Al-Ghazali, *Ihya' 'Ulum ad-Din*, Jilid 2 (Beirut: Dār al-Fikr, 2012), 52-54.

²⁷ M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an*, Jilid 10 (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 27.

pasangan dengan cara yang baik.²⁸ Dalam konteks media sosial, hal ini menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi sarana edukatif yang mempromosikan akhlak terpuji dalam hubungan.

Di sisi lain, beberapa konten juga menampilkan kerja sama dan saling membantu, seperti pasangan yang memasak bersama, membagi tugas rumah tangga, atau mendukung kegiatan produktif satu sama lain. Narasi ini sejalan dengan ajaran Islam tentang ta'āwun 'alā al-birr (saling menolong dalam kebaikan).²⁹ Dalam relasi pasangan, saling membantu bukan hanya etika, tetapi juga bagian dari rahmah yang memperkuat ikatan emosional. Tidak hanya itu, titik keselarasan juga muncul dalam konten yang mengajarkan stabilitas emosional, seperti kemampuan memaafkan, mengelola konflik, dan menjaga ketenangan dalam menghadapi masalah. Sikap sabar dan penuh kelembutan (ḥilm) yang dicontohkan Nabi ﷺ terhadap keluarga beliau menjadi teladan interaksi pasangan yang harmonis.³⁰ Ketika konten TikTok menampilkan edukasi tentang komunikasi dewasa atau refleksi pengalaman relasi, hal ini justru memperkaya literasi emosional masyarakat.

Selanjutnya, konten *relationship goals* yang menekankan komitmen jangka panjang, seperti perjalanan menuju pernikahan atau aktivitas keluarga, dapat memperkuat nilai ḥifz al-usrah (menjaga keutuhan keluarga) dalam maqāṣid al-sharī'ah.³¹ Selama tidak menampilkan hal-hal yang melanggar etika syariat, bentuk apresiasi terhadap komitmen rumah tangga dapat berdampak positif dalam membangun budaya hubungan yang sehat. Dari uraian tersebut, tampak bahwa *relationship goals* tidak sepenuhnya bertentangan dengan nilai Islam. Banyak konten yang justru menggambarkan kasih sayang, penghargaan, komitmen, komunikasi baik, dan kerja sama—semua merupakan pilar hubungan ideal sebagaimana diajarkan dalam Qur'an dan hadis.

Implikasi bagi Generasi Muda

Fenomena *relationship goals* di TikTok memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap cara generasi muda memandang hubungan romantis. Interaksi mereka dengan konten-konten tersebut tidak dapat dilepaskan dari dinamika psikologis, sosial, dan religius yang membentuk pola pikir serta perilaku dalam menjalin relasi. Oleh sebab itu, memahami implikasi fenomena ini menjadi penting agar generasi muda mampu bersikap kritis dan tetap berpegang pada nilai Qur'an-hadis dalam membangun hubungan.

Fenomena ini berdampak pada konstruksi persepsi tentang hubungan ideal. Banyak remaja dan dewasa muda menjadikan TikTok sebagai sumber referensi utama dalam memaknai cinta, relasi, dan kebahagiaan. Ketika mereka menyaksikan pasangan yang terlihat selalu harmonis dan penuh kejutan

²⁸ Wahbah al-Zuhayli, *al-Tafsir al-Munir*, Juz 5 (Beirut: Dār al-Fikr, 2001), 256.

²⁹ Muḥammad ibn 'Isa al-Tirmizi, *Sunan al-Tirmizi* (Beirut: Dar al-Gharb al-Islami, 1998), No. Hadis 1950.

³⁰ Al-Nawawi, *Riyad al-Salihin* (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2003), 75.

³¹ Jasser Auda, *Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law* (London: IIIT, 2008), 47-49.

romantis, hal ini berpotensi membentuk ekspektasi yang tidak realistis.³² Ekspektasi semacam ini dapat menghasilkan tekanan psikologis, kecemasan dalam hubungan, bahkan kekecewaan ketika relasi nyata tidak sesuai dengan gambaran ideal yang mereka konsumsi setiap hari.

Di sisi lain, dampak positif juga muncul dalam bentuk penguatan literasi emosional. Sebagian konten secara edukatif mengajarkan kemampuan komunikasi efektif, penyelesaian konflik, atau pentingnya menghargai pasangan. Nilai-nilai ini sejalan dengan ajaran Rasulullah ﷺ yang menekankan kelembutan, empati, dan komunikasi yang baik dalam membangun rumah tangga.³³ Generasi muda dapat mengambil manfaat dari konten seperti ini apabila mampu memilah dan memahami substansi nilai yang diajarkan.

Implikasi berikutnya berkaitan dengan pembentukan identitas dan jati diri. Pada masa remaja, pencarian identitas (*identity seeking*) menjadi aspek penting perkembangan psikososial.³⁴ Ketika generasi muda menjadikan pasangan TikTok sebagai model hubungan ideal, identitas mereka dapat terbentuk bukan dari refleksi nilai internal, tetapi dari standar eksternal yang bersifat visual dan performatif. Dalam perspektif Islam, pencarian identitas seharusnya berlandaskan nilai-nilai akhlak, kesederhanaan, dan ketakwaan—sebagaimana tergambar dalam teladan Nabi Muhammad ﷺ bukan semata pada citra digital yang sering kali bersifat manipulatif.

Selain itu, fenomena ini juga berdampak pada pemahaman generasi muda terhadap komitmen. TikTok menghadirkan gambaran hubungan yang penuh kejutan manis, hadiah, dan momen bahagia, tetapi jarang memperlihatkan dinamika konflik, kesabaran, atau proses penyelesaian masalah yang merupakan bagian nyata dari hubungan. Dalam perspektif Qur'an, hubungan ideal justru dibangun dari nilai ketenangan (*sakinah*), kasih sayang (*mawaddah*), dan perhatian mendalam (*rahmah*).³⁵ Oleh karena itu, generasi muda perlu memahami bahwa komitmen tidak dibangun dari momen viral, tetapi dari proses hubungan yang konsisten dalam kebaikan.

Implikasi lainnya terlihat dalam aspek spiritualitas. Kesesuaian atau ketidaksesuaian antara konten TikTok dengan ajaran Qur'an-hadis dapat memengaruhi pola keberagamaan generasi muda. Jika mereka lebih banyak terpapar pada konten hubungan yang vulgar, berlebihan, atau melampaui batas syariat, maka persepsi mereka tentang batasan interaksi lawan jenis dapat menjadi kabur. Sebaliknya, jika konten yang dikonsumsi sarat nilai positif—seperti saling menghormati, menahan diri, dan mendukung pasangan dalam hal kebaikan maka media sosial dapat berfungsi sebagai ruang internalisasi nilai

³² Jean M. Twenge, *Generations: The Real Differences between Gen Z, Millennials, and Beyond* (New York: Atria Books, 2023), 141.

³³ Al-Nawawi, *Riyad al-Salihin* (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2003), 75.

³⁴ Erik H. Erikson, *Identity: Youth and Crisis* (New York: W. W. Norton, 1968), 152-155.

³⁵ M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Mishbah*, Jilid 10 (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 27.

akhlak.³⁶ Dalam hal ini, pendidikan agama keluarga dan sekolah memiliki peran penting untuk membimbing generasi muda agar tetap kritis dan selektif.

Pada tingkat sosial, fenomena ini membawa implikasi berupa perubahan pola interaksi. Generasi muda menjadi lebih ekspresif dalam menampilkan hubungan, namun terkadang mengabaikan aspek privasi yang dianjurkan Islam. Dalam hadis disebutkan bahwa menjaga aib dan privasi adalah bagian dari akhlak mulia.³⁷ Ketika semua momen hubungan dipublikasikan, batas antara ruang pribadi dan ruang publik dapat hilang, sehingga memunculkan ketidakstabilan relasi yang rentan terhadap komentar negatif atau tekanan sosial. Akhirnya, implikasi fenomena ini juga terkait kemampuan generasi muda membangun hubungan yang matang. Konten TikTok yang bersifat inspiratif dapat membantu mereka memahami pentingnya komunikasi, saling menghargai, dan membangun masa depan bersama. Namun, tanpa pemahaman nilai Qur'an-hadis sebagai fondasi moral, mereka mudah terjebak dalam hubungan yang hanya mengejar validasi sosial. Maka dari itu, urgensi literasi digital berbasis nilai Islam menjadi penting sebagai pembentuk pola pikir kritis dan kedewasaan emosional.

KESIMPULAN

Fenomena *relationship goals* di TikTok merupakan salah satu bentuk konstruksi budaya digital yang sangat memengaruhi cara generasi muda memahami dan memaknai hubungan romantis. Visualisasi hubungan yang ideal, harmonis, dan penuh momen estetik sering kali menjadi standar baru yang tidak selalu mencerminkan realitas hubungan yang sesungguhnya. Tren ini membentuk ekspektasi romantis yang cenderung perfeksionis, artifisial, dan berorientasi pada validasi publik. Padahal, Islam telah memberikan konsep fundamental tentang relasi antara laki-laki dan perempuan melalui QS. ar-Rūm ayat 21 dan hadis-hadis mahabbah, yang menekankan pentingnya sakinah, mawaddah, rahmah, serta ketulusan cinta yang berlandaskan nilai ilahiah dan akhlak karimah.

Melalui analisis Qur'an dan hadis, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar idealisasi hubungan di TikTok tidak sepenuhnya selaras dengan prinsip hubungan dalam Islam. Ketidakesesuaian ini terlihat pada orientasi hubungan yang bersifat performatif, minim privasi, dan menitikberatkan penampilan luar. Selain itu, fenomena tersebut mengabaikan dimensi penting dalam relasi, seperti kesabaran, komitmen, tanggung jawab, dan kedewasaan emosional yang justru menjadi inti dari nilai sakinah-mawaddah-rahmah. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa tidak semua konten *relationship goals* bersifat negatif. Terdapat titik-titik keselarasan seperti ekspresi kasih sayang yang wajar, kerja sama, komunikasi baik, saling menghargai, dan upaya menjaga hubungan dengan cara-cara yang positif. Nilai-nilai ini sejalan dengan anjuran Islam

³⁶ Azyumardi Azra, *Pendidikan Islam: Tradisi dan Modernisasi di Tengah Tantangan Milenium III* (Jakarta: Kencana, 2012), 113.

³⁷ Muslim ibn al-Hajjaj, *Sahih Muslim* (Beirut: Dar Ihya' al-Turath al-'Arabi, 1991), No. Hadis 2590.

tentang mu'āsyarah bi al-ma'rūf, rahmah, serta ta'āwun dalam kebaikan. Artinya, TikTok juga memiliki potensi sebagai sarana edukasi emosional bagi generasi muda jika dipilih dan digunakan dengan bijak. Secara keseluruhan, fenomena *relationship goals* di TikTok menunjukkan adanya tarik menarik antara budaya digital modern dan nilai-nilai hubungan Qur'ani. Oleh karena itu, diperlukan literasi digital, pemahaman agama yang baik, serta kesadaran kritis dalam mengonsumsi konten agar generasi muda tidak terjebak dalam romantisme semu, tetapi tetap berorientasi pada nilai-nilai Islam yang autentik dan realistis.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Baihaqi. *Syu'ab al-Iman*. Juz 6. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2000.
- Al-Ghazali. *Ihya' 'Ulum ad-Din*. Jilid 2. Beirut: Dar al-Fikr, 2012.
- Al-Maraghi, Ahmad Musthafa. *Tafsir al-Maraghi*. Jilid 7. Mesir: Mushthafa al-Bab al-Halabi, 1946.
- Al-Nawawi. *Riyad al-Salihin*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2003.
- Al-Qurthubi. *Al-Jami' li Ahkam al-Qur'an*. Juz 14. Kairo: Dar al-Kutub al-Misriyyah, 1967.
- Al-Rāzi, Fakhr al-Din. *Mafatih al-Ghayb*. Juz 25. Beirut: Dar Ihya' at-Turats, 1981.
- Auda, Jasser. *Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law*. London: IIIT, 2008.
- Azra, Azyumardi. *Pendidikan Islam: Tradisi dan Modernisasi di Tengah Tantangan Milenium III*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Bukhari, Imam. *Sahih al-Bukhari*, Kitab al-Iman, no. 13.
- Dawud, Abu. *Sunan Abi Dawud*, Kitab al-Adab, no. 5124.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020.
- Duffy, Brooke Erin. *(Not) Getting Paid to Do What You Love: Gender, Social Media, and Aspirational Work*. New Haven: Yale University Press, 2017.
- Erikson, Erik H. *Identity: Youth and Crisis*. New York: W. W. Norton, 1968.
- Goffman, Erving. *The Presentation of Self in Everyday Life*. London: Penguin Books, 1990.
- Haidt, Jonathan, dan Jean M. Twenge. "Social Media and Adolescent Mental Health: Current Perspectives." *Journal of Adolescence* 93 (2021): 216.
- Muslim, Imam. *Sahih Muslim*. Kitab al-Haid, no. 300; Kitab al-Iman, no. 53. Beirut: Dar Ihya' al-Turath al-'Arabi, 1991.

- Hanbal, Imam Ahmad bin. *Musnad Ahmad*. Juz 4. Beirut: Muassasah ar-Risalah, 2001.
- Ibn Katsir. *Tafsir al-Qur'an al-'Azim*. Juz 6. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1998.
- Jannah, Laila. "Pengaruh Konsumsi Konten TikTok terhadap Kepuasan Hubungan." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, no. 1 (2024): 78.
- Panji, Prasetya, dan Nasrulloh. "Religious Moderation Values in the Millennial Generation based on the Qur'an in YouTube Close The Door." *Fitrah: Jurnal Studi Keislaman* 9, no. 2 (2023): 285–302.
- Rahmawati, Siti. "Media Sosial dan Representasi *Relationship goals* pada Remaja." *Jurnal Psikologi Remaja* 3, no. 1 (2023): 55.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an*. Jilid 10. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Tan, Alvin. "TikTok and the Shaping of Gen Z's Romantic Expectations." *Journal of Digital Culture* 5, no. 2 (2024): 114.
- Tirmizi, Muhammad ibn 'Isa al-Sunan al-Tirmizi. Beirut: Dar al-Gharb al-Islami, 1998. No. Hadis 1950 dan 3895.
- Turkle, Sherry. *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age*. New York: Penguin Press, 2015.
- Twenge, Jean M. *Generations: The Real Differences between Gen Z, Millennials, and Beyond*. New York: Atria Books, 2023.
- Zuhayli, Wahbah al-. *al-Tafsir al-Munir*. Juz 5. Beirut: Dar al-Fikr, 2001.