

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON  
DAN INTERAKSI SOSIAL DARING PADA TREN  
*MARRIAGE IS SCARY* DI TIKTOK TERHADAP  
TINGKAT KECEMASAN MENIKAH DI KALANGAN  
GENERASI Z KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**OKTARIAMA TAMARO MANALU  
(07031282126122)**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2025**

**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON  
DAN INTERAKSI SOSIAL DARING PADA TREN *MARRIAGE  
IS SCARY* DI TIKTOK TERHADAP TINGKAT KECEMASAN  
MENIKAH DI KALANGAN GENERASI Z KOTA  
PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**OKTARIAMA TAMARO MANALU**

**07031282126122**

**Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji Pada  
tanggal 25 Juli 2025  
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat**

**KOMISI PENGUJI**

**Leti Karmila, S.I.Kom., M.I.Kom**

**NIP. 198810032004212001**

**Ketua**

**Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom**

**NIP. 198902202022031006**

**Anggota**

**Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc**

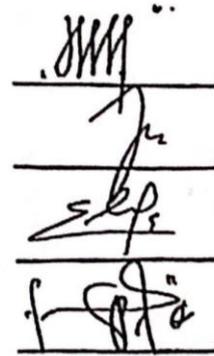
**NIP. 199209132019032015**

**Anggota**

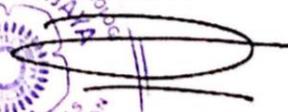
**Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom**

**NIP. 198607072023212056**

**Anggota**



**Mengetahui,  
Dekan FISIP UNSRI**



**Prof. Dr. Alfitri, M.Si**  
**NIP. 196601221990031004**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
**NIP. 196406061992031001**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON  
DAN INTERAKSI SOSIAL DARING PADA TREN  
*MARRIAGE IS SCARY* DI TIKTOK TERHADAP TINGKAT  
KECEMASAN MENIKAH DI KALANGAN GENERASI Z KOTA  
PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Ilmu Komunikasi**

**Oleh :**

**OKTARIAMA TAMARO MANALU**

**07031282126122**

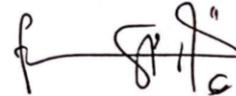
**Pembimbing I**

**Erlisa Saraswati, S.Kom., M.Sc.**  
**NIP. 199209132019032015**



**Pembimbing II**

**Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom.**  
**NIP. 198607072023212056**



**Mengetahui,**  
**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
**NIP. 196406061992031001**

## ABSTRACT

### ABSTRACT

*The Marriage is Scary trend on TikTok has become one of the social media phenomena that influences young people's perspectives on marriage. Excessive content consumption and intensive online social interaction potentially increase marital anxiety, especially among Generation Z. This study aims to determine the effect of watching intensity and online social interaction on the Marriage is Scary trend toward the level of marital anxiety among Generation Z in Palembang City. This research employed a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The sample consisted of 103 Generation Z respondents who actively use TikTok and have watched Marriage is Scary content. Data were analyzed using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the SmartPLS 4.0 software. The results showed that watching intensity partially had a positive and significant effect on marital anxiety, with a path coefficient value of 0.209, a p-value of 0.044, and a t-test value of 2.010. Meanwhile, online social interaction had a positive and significant effect on marital anxiety, with a path coefficient value of 0.676, a p-value of 0.000, and a t-test value of 6.243. In addition, watching intensity and online social interaction simultaneously affected marital anxiety with an R-square value of 0.728, which falls into the strong category. These findings indicate that the higher the watching intensity and online social interaction on the trend, the higher the level of marital anxiety among Generation Z.*

**Keywords:** *Watching intensity, Online social interaction, TikTok, Marriage is Scary, Marital anxiety.*

Advisor I



Erlisa Saraswati, S.Kpm., M.Sc.

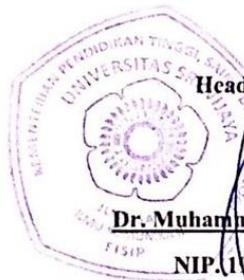
NIP. 199209132019032015

Advisor II



Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 198607072023212056



Head Of Departement



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Tren *Marriage is Scary* di TikTok saat ini menjadi salah satu fenomena media sosial yang memengaruhi cara pandang generasi muda terhadap pernikahan. Konsumsi konten yang berlebihan dan keterlibatan dalam interaksi sosial daring yang intens berpotensi meningkatkan kecemasan menikah, khususnya di kalangan Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton dan interaksi sosial daring pada tren *Marriage is Scary* terhadap tingkat kecemasan menikah pada Generasi Z di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik purposive sampling. Sampel penelitian ini berjumlah 103 responden Generasi Z yang aktif menggunakan TikTok dan pernah menonton konten *Marriage is Scary*. Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* menggunakan perangkat lunak *SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas menonton secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kecemasan menikah dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,209, nilai *p-value* sebesar 0,044, dan nilai *t-test* sebesar 2,010. Sementara itu, interaksi sosial daring berpengaruh positif signifikan terhadap kecemasan menikah dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,676, nilai *p-value* sebesar 0,000, dan nilai *t-test* sebesar 6,243. Selain itu, intensitas menonton dan interaksi sosial daring secara simultan berpengaruh terhadap kecemasan menikah dengan nilai *R-square* sebesar 0,728 yang termasuk kategori kuat. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas menonton dan interaksi sosial daring pada tren tersebut, maka semakin tinggi pula tingkat kecemasan menikah pada Generasi Z.

**Kata Kunci:** Intensitas menonton, Interaksi sosial daring, TikTok, *Marriage is Scary*, Kecemasan menikah.

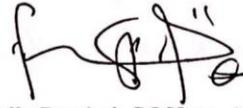
Pembimbing I



Erlisa Saraswati, S.Kpm., M.Sc.

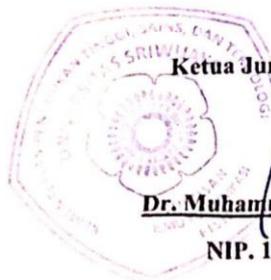
NIP. 199209132019032015

Pembimbing II



Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 198607072023212056



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Oktariama Tamaro Manalu  
NIM : 07031282126122  
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 11 Oktober 2003  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Menonton dan Interaksi Sosial Daring Pada Tren *Marriage is Scary* di TikTok Terhadap Tingkat Kecemasan Menikah di Kalangan Generasi Z Kota Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 13 Juli 2025  
Yang membuat pernyataan,



Oktariama Tamaro Manalu  
NIM. 07031282126122

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*“Ora Et Labora”*

Doakan Apa Yang Kamu Kerjakan,  
Kerjakan Apa Yang Kamu Doakan.

“Lebih baik tetap melangkah sambil menangis daripada tidak sama sekali”

(Mazmur 126 : 5 dan 6)

“Karena masa depan sungguh ada dan harapanmu tidak akan hilang”

(Amsal 23: 18)

*Never complain, never explain*

*And what it means is “don’t complain about life, don’t explain what your doing  
and why you doing, just do it, And let your actions speak for themselves”*

(Benjamin Disreli)

### PERSEMBAHAN

Karya tulis ini dipersembahkan sebagai ungkapan syukur kepada Juruslamat tersayang, Tuhan Yesus Kristus yang selalu ada di setiap langkah penulis dalam menyelesaikan perjalanan ini dan kepada keluarga yang penulis kasihi serta pihak yang selalu membantu, mendukung, dan mendoakan penulis selama proses menempuh pendidikan sarjana.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas segala berkat dan rahmatNya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Intensitas Menonton dan Interaksi Sosial Daring Pada Tren *Marriage Is Scary* Di Tiktok Terhadap Tingkat Kecemasan Menikah Di Kalangan Generasi Z Kota Palembang” dapat tercapai dan terselesaikan sesuai dan seturut dengan kehendakNya. Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Jurnalistik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapat bimbingan, dorongan dan pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Juruslamat tersayang, Tuhan Yesus Kristus yang selalu ada di setiap langkah penulis dalam menyelesaikan perjalanan ini. Terima kasih Tuhan karena senantiasa memberikan harapan dan Mujizat di waktu yang tepat di tengah keputusan penulis. Terima kasih karena sudah menggendong penulis saat penulis tidak mampu untuk melangkah maju dan menjadi sumber kekuatan di tengah ketidakpastian. Terima Kasih sudah menjadi rumah bagi penulis untuk meneteskan air mata sukacita.
2. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.S.I, selaku Rektor Universitas Sriwijaya;
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya yang telah memberikan izin untuk penyusunan skripsi;

4. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah menyetujui dan memberikan izin penyusunan skripsi;
5. Ibu Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc selaku pembimbing I yang telah memberikan masukan, saran, motivasi, dan dengan sabar membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini;
6. Ibu Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku pembimbing II yang telah memberikan motivasi, semangat, dan saran kepada penulis selama masa penyusunan skripsi ini;
7. Mbak Elvira Humairah, S.Farm., selaku administrasi Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI yang selalu bersedia membantu dan memberikan arahan kepada penulis;
8. Seluruh Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bantuan dalam pengerjaan skripsi;
9. Teristimewa kepada Bapak, Mangitar Alfonso Manalu yang senantiasa memberikan semangat, harapan dan doa kepada penulis dan Mamak yang penulis rindukan, Nuriah Damai Hutajulu (+) yang sudah tenang bersama Bapa di Sorga, Terima kasih untuk kasih sayang, harapan dan doa yang sempat diberikan, sehingga penulis bisa tetap melangkah sampai sekarang;
10. Kepada kakak dan abang terkasih, Natali, Windy dan Norman yang selalu memberikan nasehat, doa serta dukungan dalam menyelesaikan studi ini.

11. Terima kasih kepada saudara tak sedarah dan sahabat terbaik penulis, Naurah, Nabile, Nabila, Atun dan Bunga yang selalu memberi dukungan, doa dan siap sedia menjadi tempat penulis untuk berkeluh kesah;
12. Terima kasih buat teman-teman terhebat penulis Nike, Rani, Inka, Sonya, Ade, Mufti, Robi, Gopint, Karimah, Widya, Dayang, dan Uer yang telah menjadi teman terhebat sekaligus keluarga kedua selama penulis menempuh bangku perkuliahan selama empat tahun ini. Kehadiran, dukungan, dan kebersamaan kalian telah memberikan warna serta semangat yang tak ternilai dalam perjalanan studi penulis.;
13. Kepada rombongan sudah pernah ditempa alam, Muhja, Mitha dan Siti yang senantiasa memberikan keceriaan dan warna selama masa perkuliahan penulis;
14. Kepada teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2021 dan rekan konsentrasi Jurnalistik yang sama-sama berjuang untuk menyanggah gelar sarjana;
15. Kepada anabul kesayangan penulis Bulbul, Lesy, Bello yang sudah menemani hari-hari dan menjadi sumber keceriaan penulis di rumah;
16. *Last but not least* diri saya sendiri, Oktariama Tamaro Manalu, yang telah berjuang dan bertahan hingga mampu berada di titik ini. Good job, tama.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK .....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>16</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>16</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>27</b>
<b>1.3 Tujuan.....</b>	<b>27</b>
<b>1.4 Manfaat.....</b>	<b>28</b>
1.4.1 Manfaat Praktis .....	28
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	i
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Intensitas Menonton.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Interaksi Sosial Daring.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Aplikasi TikTok.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Generasi Z.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.6 Kecemasan Menikah.....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.2 Kerangka Teoritis .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.4 Hipotesis Deskriptif .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.5 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.1 Desain Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.2 Definisi Konsep .....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Definisi Operasional .....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Unit Analisis, Populasi, dan Sampel ...	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Unit Analisis .....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.3 Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Data dan Sumber Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Penyebaran Kuesioner .....	Error! Bookmark not defined.
3.6.2 Obeservasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.3 Studi Dokumentasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Uji Reliabilitas Konvergen .....	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Validitas Diskriminan .....	Error! Bookmark not defined.
3.8 Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.9 Teknik Analisis Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.9.1 Teknik Analisis Deskriptif Kuantitatif....	Error! Bookmark not defined.
3.9.2 Teknik Analisis Eksplanatif.....	Error! Bookmark not defined.
3.9.3 Evaluasi Model .....	Error! Bookmark not defined.
3.10 Uji Hipotesis: <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB IV .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Tren <i>Marriage is Scary</i> .....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Bentuk- bentuk Konten dalam Tren <i>Marriage is Scary</i> .....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Respons dan Interaksi Pengguna....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 Profil Responden.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
5.2.1 Uji Validitas Konvergen .....	Error! Bookmark not defined.
5.2.2 Uji Validitas Diskriminan .....	Error! Bookmark not defined.
5.3 Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
5.4 Evaluasi Model Struktural.....	Error! Bookmark not defined.

5.5 Korelasi Antar Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
5.6 Uji Hipotesis .....	Error! Bookmark not defined.
5.7 Nilai R-Square.....	Error! Bookmark not defined.
5.8 Pembahasan .....	Error! Bookmark not defined.
5.8.1 Pengaruh Intensitas Menonton terhadap Kecemasan Menikah .....	Error! Bookmark not defined.
5.8.2 Interaksi Sosial Daring terhadap Kecemasan Menikah.....	Error! Bookmark not defined.
5.8.3 Pengaruh Intensitas Menonton dan Interaksi Sosial Daring terhadap Kecemasan Menikah .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>6.1 Kesimpulan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>6.2 Saran .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6.2.1 Saran Praktis .....	Error! Bookmark not defined.
6.2.2 Saran Teoritis .....	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>30</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 3. 1 Definisi Operasional</u> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 3. 2 Skala Likert</u> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 3. 3 Rule of Thumb Uji Validitas Konvergen</u>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 3. 4 Rule of Thumb Uji Validitas</u> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 3. 5 Rule of Thumb Uji Reliabilitas</u> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 3. 6 Rule of Thumb Uji Hipotesis</u> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 5. 1 Usia Responden</u> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 5. 2 Jenis Kelamin Responden</u> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 5. 3 Validitas Konvergen</u> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 5. 4 Validitas Diskriminan</u> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 5. 5 Nilai Cronbach's Alpha &amp; Composite Reliability</u>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 5. 6 Model Fit</u> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 5. 7 Korelasi Antar Variabel</u> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 5. 8 Hasil Uji Hipotesis</u> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>Tabel 5. 9 Nilai R-Square</u> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data negara dengan pengguna tiktok terbanyak 2024 .....	18
Gambar 1. 2 Media sosial yang sering digunakan Gen Z .....	20
Gambar 1. 3 Contoh tren marriage is scary.....	21
Gambar 1. 4 Jumlah Kasus Perceraian di Kota Palembang (2024) .....	23
Gambar 2. 1 Logo Aplikasi TikTok.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 1 Tagar Tren Marriage is Scary.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 2 Konten TikTok Bertema Marriage is Scary dengan Interaksi Tinggi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 3 Komentar pengguna TikTok terhadap tren Marriage is Scary.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 5. 1 Path Analysis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

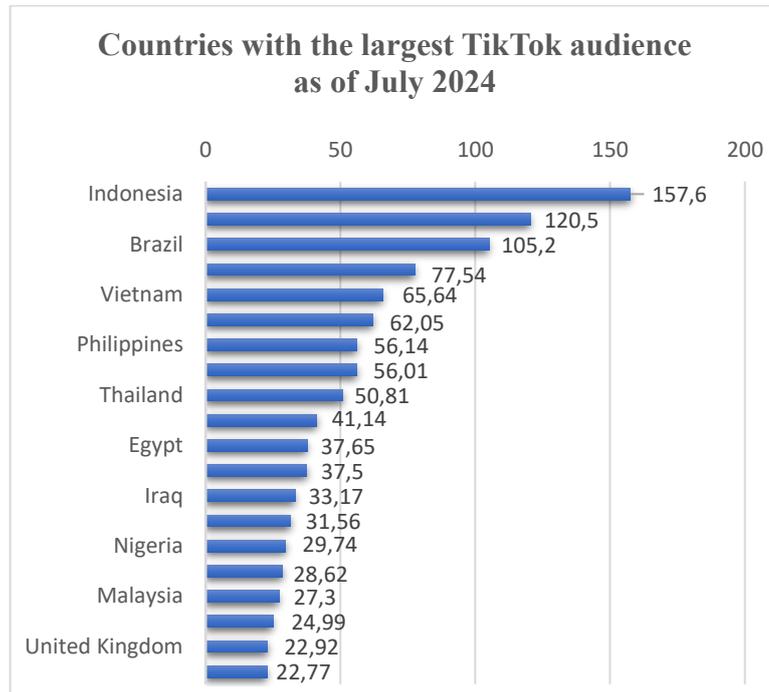
#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi digital yang berkembang pesat saat ini, telah merubah cara manusia dalam mengakses informasi dan berinteraksi sosial. Media sosial kini menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk opini, pola pikir, dan bahkan perilaku sosial. Media sosial dapat diartikan sebagai *platform* atau aplikasi digital yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan berkomunikasi dengan orang lain dalam berbagai cara. Media Sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Jadi bersosial berarti *cognition* (pengenalan), komunikasi (*communication*), dan kerjasama (*co-operation*) (Rulli Nasrullah, 2015). Media sosial secara luas merupakan hal yang lumrah dalam kehidupan sehari-hari saat ini, bahkan sebagian orang tidak dapat hidup tanpanya.

Sejak pertama kali diperkenalkan pada awal tahun 2000-an, media sosial telah berkembang pesat dan kini menjadi salah satu bagian penting dalam kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi. *Platform* seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan TikTok telah mengubah cara individu berkomunikasi, mengakses informasi, serta membentuk opini dan identitas mereka. Komunikasi yang dulunya terbatas pada hubungan tatap muka atau telepon kini bisa dilakukan dengan mudah melalui berbagai aplikasi chatting, komentar, atau pesan langsung di *platform* media sosial.

Salah satu *platform* media sosial yang saat ini sedang booming dan memiliki pengaruh besar adalah aplikasi TikTok. TikTok merupakan sebuah aplikasi yang dapat memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan dapat menarik perhatian banyak orang yang melihatnya (Aji, 2018). TikTok pertama kali dikembangkan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, pada tahun 2016 dengan nama awal *Douyin*. Aplikasi ini dirancang untuk memungkinkan penggunanya membuat, menyebarkan, dan mengonsumsi konten dalam berbagai bentuk yang dilengkapi dengan berbagai fitur menarik, seperti musik, filter, dan efek kreatif. TikTok kemudian diperkenalkan ke panggung internasional pada tahun 2018 dengan nama TikTok dan mulai berkembang pesat di berbagai negara berkat algoritmanya yang canggih, format konten yang menarik, serta kemampuannya merekomendasikan video berdasarkan minat pengguna.

**Gambar 1. 1 Data negara dengan pengguna tiktok terbanyak 2024**



Sumber: Statista, diolah oleh peneliti

Berdasarkan Gambar 1.1 data yang diperoleh dari statista menunjukkan bahwa Indonesia mencatatkan angka pengguna TikTok sebesar 157,6 juta pada Juli 2024, yang menjadikannya negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia hingga saat ini. Angka ini jauh melebihi Amerika Serikat, yang berada di posisi kedua dengan 120,5 juta pengguna aktif. Brazil menempati posisi ketiga dengan 105,2 juta pengguna aktif, diikuti oleh Meksiko yang mencatatkan 77,34 juta pengguna. Kedua negara ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki daya tarik yang kuat di kawasan Amerika Latin. Selanjutnya, Vietnam dan Pakistan masing-masing menempati posisi kelima dan keenam dengan jumlah pengguna TikTok yang mencapai 65,64 juta dan 62,05 juta. Negara-negara ini juga mencerminkan perkembangan pesat penggunaan *platform* media sosial TikTok di kawasan Asia.

Di posisi ketujuh dan kedelapan, Filipina dan Rusia tercatat sebagai dua negara dengan jumlah pengguna TikTok yang hampir serupa, yaitu 56,14 juta pengguna dan 56,01 juta pengguna, menunjukkan popularitas TikTok yang semakin meningkat di Asia Tenggara dan Eropa Timur. Thailand, yang menempati posisi kesembilan, memiliki 50,81 juta pengguna aktif TikTok, menunjukkan bahwa TikTok juga sangat digemari di negara-negara Asia Tenggara lainnya.

Posisi kesepuluh ditempati oleh Bangladesh dengan 41,14 juta pengguna aktif TikTok. Angka ini semakin menegaskan bahwa penggunaan TikTok sudah meluas ke banyak negara dengan tingkat penetrasi yang cukup tinggi. Di bagian bawah daftar 20 negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak, Prancis tercatat sebagai negara dengan jumlah pengguna terbawah, yaitu 22,77 juta pengguna. Meskipun berada di urutan terakhir dari 20 besar, angka ini tetap menunjukkan bahwa TikTok memiliki audiens yang signifikan di Eropa.

Secara keseluruhan, data ini menggambarkan betapa luasnya jangkauan TikTok secara global. Negara-negara dengan jumlah pengguna tinggi menunjukkan bahwa *platform* ini telah menjadi bagian penting dari kehidupan digital masyarakat di berbagai belahan dunia. Indonesia, sebagai pemimpin dalam hal jumlah pengguna, menegaskan posisinya sebagai pasar TikTok yang paling besar dan potensial, sementara negara-negara lain juga menunjukkan pertumbuhan yang pesat dalam penggunaan aplikasi ini.

Gambar 1. 2 Media sosial yang sering digunakan Gen Z



**Sumber: GoodStats**

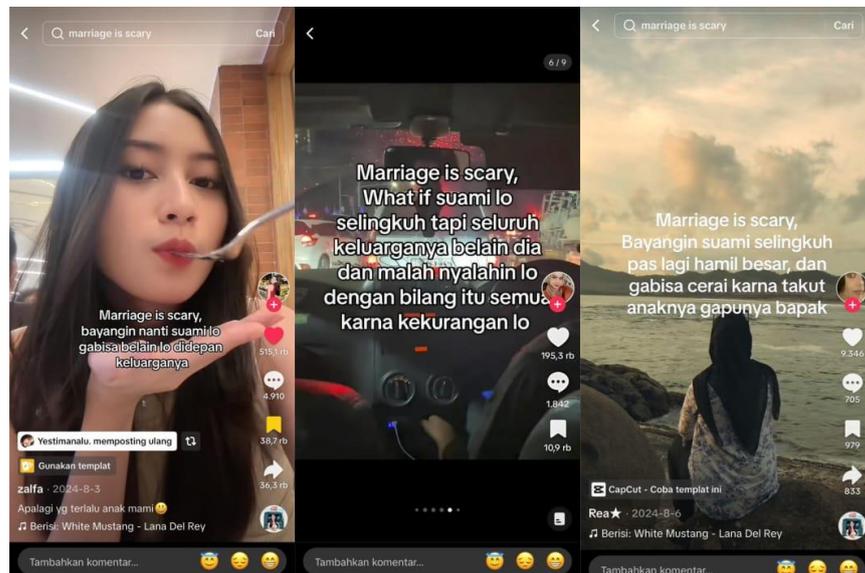
Berdasarkan survei GoodStats (2024), TikTok menempati urutan kedua setelah Instagram dalam daftar media sosial yang paling sering digunakan oleh Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Sebagai generasi yang tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, mereka dikenal sebagai *digital natives* yakni individu yang sejak kecil telah terbiasa dengan perangkat teknologi dan akses internet (Deva Ekasani & Mudji Kuswinarno, 2024). Karakteristik khas dari generasi ini meliputi kemampuan beradaptasi dengan teknologi, kecenderungan multitasking, serta pengutamaan nilai-nilai inklusivitas dan keberagaman. Sementara itu, menurut , setiap generasi terbentuk dari pengalaman historis kolektif yang menciptakan kepribadian generasi atau *peer personality* yang khas. Namun, meskipun memiliki kemampuan tinggi dalam beradaptasi dengan teknologi, Generasi Z juga merupakan kelompok yang sangat mudah terpengaruh oleh berbagai konten yang mereka temui di media sosial.

Keberadaan TikTok sebagai platform yang menawarkan berbagai jenis konten dengan format yang menarik dan mudah dicerna, memudahkan Generasi Z

untuk terpapar pada tren atau pandangan yang berkembang di dunia maya. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan mereka untuk terlibat dalam tren sosial yang sedang populer, baik itu berupa tantangan, tema, atau gaya hidup tertentu. Menurut (Bur et al., 2023) TikTok telah menjadi salah satu media informasi utama bagi Generasi Z, dengan hampir 60% penggunaanya berasal dari kelompok usia tersebut.

TikTok, dengan algoritma yang dirancang untuk menampilkan konten sesuai dengan preferensi pengguna, semakin memperkuat pengaruh yang diterima oleh Generasi Z. Sebagai *platform* berbasis video pendek, TikTok memungkinkan pengguna untuk mengonsumsi berbagai jenis konten yang dikurasi berdasarkan minat dan kebiasaan menonton mereka (Carolin et al., 2023). Salah satu tren yang banyak muncul di TikTok adalah tren *Marriage is Scary*, yang menampilkan berbagai perspektif tentang ketakutan dan kecemasan terhadap pernikahan.

Gambar 1. 3 Contoh tren *marriage is scary*



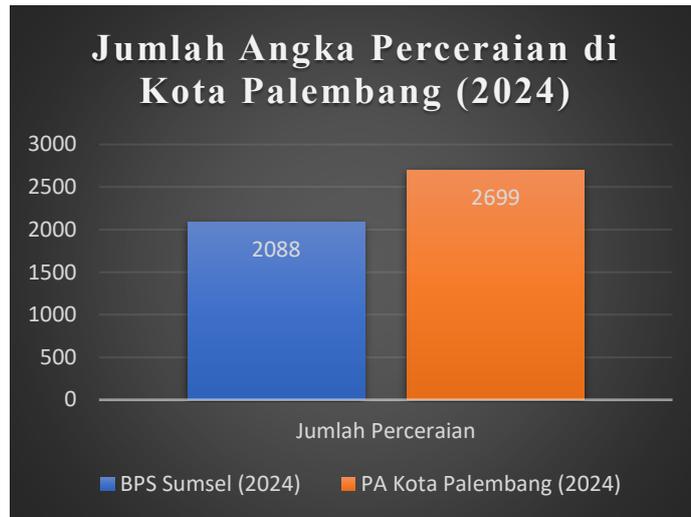
Sumber: Aplikasi TikTok

Gambar 1.3 menjelaskan bahwa tren *Marriage is Scary* menggambarkan ketakutan, keraguan, dan keresahan individu terkait dengan pernikahan, yang sering

dikaitkan dengan berbagai ekspektasi, tekanan sosial, serta ketidakpastian dalam membayangkan kehidupan rumah tangga. Dalam tren ini, para pengguna TikTok membagikan pandangan dan perasaan mereka melalui berbagai video pendek yang mengisahkan skenario-skenario yang menggambarkan ketakutan terhadap pernikahan, seperti konflik, ekspektasi yang tidak terpenuhi, atau ketidakmampuan membangun komunikasi yang sehat dengan pasangan.

Tren *Marriage is Scary* muncul sebagai respons terhadap meningkatnya kasus perceraian, kasus kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), isu ketidaksetaraan dalam rumah tangga, serta ketakutan terhadap komitmen jangka panjang. Tren ini mencerminkan kekhawatiran individu terhadap kemungkinan menjalani pernikahan yang tidak harmonis akibat ketidakcocokan pasangan. Dalam tren ini, berbagai konten menyoroti situasi pernikahan yang kurang ideal, seperti pasangan yang tidak mendukung, kurang menghargai, atau memiliki kebiasaan yang menghambat hubungan. Selain itu, tren ini juga membahas risiko dan tantangan pernikahan serta dampak buruk yang dapat terjadi, seperti beban finansial, konflik pasangan, ketidakstabilan emosional, hingga ketidakbahagiaan atau ketidakpastian masa depan dalam hubungan pernikahan. Konten-konten semacam ini memberikan gambaran kepada audiens bahwa menikah tanpa kesiapan yang matang dapat membawa risiko yang signifikan bagi kehidupan jangka panjang.

Gambar 1. 4 Jumlah Kasus Perceraian di Kota Palembang (2024)



Sumber : BPS Sumatera Selatan, Pengadilan Agama Palembang  
(diolah oleh Peneliti)

Gambar 1.4 menunjukkan perbandingan jumlah perceraian di Kota Palembang tahun 2024 berdasarkan dua sumber data, yaitu Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Selatan dan Pengadilan Agama (PA) Kota Palembang. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Selatan, jumlah perceraian di Kota Palembang pada tahun 2024 tercatat sebanyak 2088 kasus perceraian yang memiliki putusan berkekuatan hukum tetap. Sementara data dari Pengadilan Agama Palembang mencatat 2699 kasus perceraian sepanjang tahun 2024. Angka ini merupakan bagian dari total 3.198 perkara yang masuk ke Pengadilan Agama Palembang sepanjang tahun 2024. Berdasarkan BPS Sumsel ([sumsel.bps.go.id](http://sumsel.bps.go.id)) faktor penyebab perceraian yang paling dominan adalah perselisihan dan pertengkaran terus menerus, diikuti dengan faktor permasalahan ekonomi dan kekerasan dalam rumah tangga serta beberapa faktor lainnya yang mendukung alasan perceraian.

Data ini menunjukkan bahwa permasalahan perceraian di Kota Palembang masih berada pada angka yang tinggi. Tingginya angka perceraian ini dapat menjadi salah satu latar belakang munculnya kekhawatiran terhadap pernikahan, yang kemudian banyak diekspresikan melalui media sosial, khususnya TikTok.

Dengan adanya algoritma TikTok yang menampilkan konten berdasarkan preferensi pengguna menyebabkan individu yang memiliki ketertarikan terhadap topik ini akan semakin sering melihat konten serupa. Paparan terhadap tren ini dapat diukur melalui konsep intensitas menonton, yang mencerminkan seberapa sering dan berapa lama seseorang mengonsumsi suatu konten di media sosial. Semakin tinggi intensitas menonton tren *marriage is scary* maka akan semakin besar kemungkinan individu terpapar pada narasi tersebut secara berulang (Bryant & Oliver, 2009a).

Banyak penelitian menunjukkan bahwa paparan terhadap media dapat mempengaruhi pola pikir dan sikap seseorang terhadap suatu isu (Bryant & Oliver, 2009b). Dalam konteks ini intensitas menonton konten terkait *marriage is scary* kemungkinan besar dapat berperan dalam membentuk persepsi seseorang tentang pernikahan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan tingkat kecemasan mereka terhadap pernikahan itu sendiri. Selain menonton secara pasif, pengguna TikTok juga dapat terlibat secara aktif dalam diskusi yang berkembang di dalam tren *marriage is scary*. Aktivitas ini disebut sebagai interaksi sosial daring, yaitu keterlibatan individu dalam komunikasi digital melalui fitur komentar, *stitch*, *duet*, serta diskusi di forum daring atau *live stream*.

Interaksi sosial daring merujuk pada keterlibatan individu dalam komunikasi dan aktivitas sosial yang terjadi di *platform digital*. Dalam konteks tren *Marriage is Scary*, interaksi ini bisa bersifat mendukung atau justru semakin

menambah kecemasan. Jika seseorang sering berinteraksi dengan komunitas yang membahas pengalaman negatif dalam pernikahan seperti perceraian, konflik rumah tangga, atau tekanan sosial maka individu tersebut cenderung semakin terpengaruh oleh narasi tersebut (Aini Hidayah et al., 2025). Sebaliknya, diskusi yang lebih seimbang seperti membahas kesiapan mental dan finansial sebelum menikah dan keharmonisan dunia pernikahan, maka akan dapat membantu individu melihat pernikahan secara lebih realistis dan tidak sekadar menakutkan. Dengan demikian, interaksi sosial daring memiliki peran penting dalam membentuk persepsi individu terhadap tren *marriage is scary*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana interaksi sosial daring pada tren ini berpengaruh terhadap tingkat kecemasan menikah di kalangan Generasi Z di Kota Palembang. Lebih lanjut, tren ini juga mengangkat isu tentang tekanan sosial yang sering kali memaksa individu untuk menikah pada usia tertentu tanpa mempertimbangkan kesiapan diri dan pasangan.

Di Indonesia, norma sosial yang mendorong pernikahan pada usia muda menjadi salah satu faktor yang melatarbelakangi keresahan ini. Generasi Z, yang lebih mengutamakan pengembangan diri dan karier, sering kali merasa tertekan oleh ekspektasi masyarakat tersebut (Rossanti et al., 2024). Melalui tren ini, TikTok menjadi ruang bagi mereka untuk mengungkapkan keresahan dan berbagi pengalaman dengan individu lain yang memiliki pandangan serupa. Selain itu, tren *Marriage is Scary* juga memperlihatkan bagaimana ketakutan terhadap pernikahan dipengaruhi oleh pengalaman negatif yang melibatkan pasangan yang tidak setara.

Tren ini memberikan gambaran bahwa Generasi Z tidak hanya mengkritisi pernikahan secara emosional, tetapi juga secara rasional. Mereka menggunakan TikTok untuk membangun diskusi mengenai pentingnya kesiapan, kecocokan nilai,

dan kemampuan komunikasi dalam pernikahan. Dengan format video pendek yang kreatif, pengguna TikTok menyampaikan pesan-pesan edukatif yang sekaligus menjadi hiburan. Konten yang dikemas dengan cara yang ringan dan relatable memudahkan audiens untuk menerima dan memahami pesan tersebut, sehingga menciptakan diskusi yang lebih inklusif tentang isu pernikahan.

Dengan demikian, tren *Marriage is Scary* tidak hanya mencerminkan keresahan terhadap pernikahan, tetapi juga menunjukkan bagaimana Generasi Z menggunakan media sosial untuk menyuarakan pandangan kritis mereka terhadap norma tradisional. TikTok, sebagai *platform digital*, memberikan ruang bagi generasi ini untuk berbagi pengalaman, mendiskusikan isu-isu sosial, dan merefleksikan tantangan yang dihadapi dalam membangun hubungan yang sehat dan harmonis. Dengan kemampuannya merepresentasikan perasaan dan pemikiran melalui konten yang menarik, TikTok menjadi ruang komunikasi yang lebih fleksibel dan aman bagi penggunanya untuk mengekspresikan keresahan, ketakutan, dan pengalaman sehari-hari. Tren *Marriage is Scary* menunjukkan bagaimana TikTok berfungsi sebagai platform yang mendukung kebebasan berekspresi sambil mencerminkan dinamika sosial, budaya, serta pola pikir dari Generasi Z dan pengguna lainnya di Indonesia. Melalui tren ini, TikTok bukan hanya berperan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media yang membantu memicu diskusi dan refleksi tentang isu-isu yang sedang dihadapi oleh banyak individu (Novianti Putri et al., 2024).

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan hubungan antara paparan terhadap konten TikTok yang bersifat negatif tentang pernikahan dengan persepsi dan sikap gen z terhadap pernikahan. Penelitian ini juga bertujuan untuk

memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana media sosial, khususnya TikTok, dapat membentuk pandangan sosial generasi muda terhadap institusi pernikahan.

Maka dari itu, berdasarkan penjelasan di atas penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh tren tiktok *Marriage is Scary* dengan judul **“Pengaruh Intensitas Menonton dan Interaksi Sosial Daring Pada Tren *Marriage is Scary* di Tiktok Terhadap Tingkat Kecemasan Menikah di Kalangan Generasi Z Kota Palembang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang, permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- 1. Apakah terdapat pengaruh intensitas menonton tren *Marriage is Scary* di TikTok terhadap tingkat kecemasan menikah pada Generasi Z di Kota Palembang?**
- 2. Apakah terdapat pengaruh interaksi sosial daring pada tren *Marriage is Scary* di TikTok terhadap tingkat kecemasan menikah Pada Generasi Z di Kota Palembang?**
- 3. Apakah terdapat pengaruh antara intensitas menonton dan interaksi sosial daring pada tren *Marriage is Scary* di TikTok terhadap tingkat kecemasan menikah Pada Generasi Z di Kota Palembang?**

## **1.3 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh intensitas menonton tren *Marriage is Scary* di Media Sosial TikTok terhadap tingkat kecemasan menikah pada Generasi Z Kota Palembang
2. Mengetahui pengaruh interaksi sosial daring pada tren *Marriage is Scary* di Media Sosial TikTok terhadap tingkat kecemasan menikah pada Generasi Z Kota Palembang
3. Menganalisis apakah terdapat pengaruh antara intensitas menonton tren *Marriage is Scary* dan interaksi sosial daring terhadap tingkat kecemasan menikah pada generasi Z di Kota Palembang

## **1.4 Manfaat**

### **1.4.1 Manfaat Praktis**

Secara praktis, dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan peneliti dalam menganalisis seberapa besar pengaruh intensitas menonton dan interaksi sosial daring pada tren *Marriage is Scary* di Media sosial tiktok terhadap tingkat kecemasan menikah pada generasi Z. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi kreator konten dan pengguna tiktok untuk lebih bijak dalam membuat maupun mengonsumsi konten yang dapat memengaruhi persepsi sosial. Penelitian ini juga memberikan wawasan bagi pihak terkait untuk memahami pola pikir generasi Z terhadap pernikahan.

#### 1.4.2 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam kajian efek media dan interaksi sosial daring, terkait dengan pengaruh tren media sosial terhadap persepsi dan kecemasan individu. Penelitian ini akan menambah wawasan mengenai bagaimana tren intensitas menonton tren *Marriage is Scary* dan interaksi sosial daring berkontribusi terhadap pembentukan kecemasan menikah di kalangan generasi Z. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi rujukan untuk studi-studi berikutnya yang serupa dengan tujuan memperkaya kajian pembaca.

## DAFTAR PUSTAKA

- Batoebara, M. U. (2020). Aplikasi tik-tok seru-seruan atau kebodohan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media*, 3(2), 59-65.
- Couldry, N., & Van Dijck, J. (2015). Researching social media as if the social mattered. *Social Media+ Society*, 1(2), 2056305115604174.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z goes to college*. John Wiley & Sons.
- Aji, W. N. (2018, December). Aplikasi Tiktok sebagai media pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Pertemuan Ilmiah Bahasa Dan Sastra Indonesia* (Vol. 431, No. 2, pp. 431-440).
- Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., ... & Murti, S. (2023). *Komunikasi Digital*.
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral?. *Journal of marketing research*, 49(2), 192-205.
- Andzani, D. (2023). Dinamika Komunikasi Digital: Tren, Tantangan, dan Prospek Masa Depan. *Jurnal syntax admiration*, 4(11), 1964-1976.
- Perwirawati, E. (2023). Menyikapi konten negatif pada platform media sosial TikTok. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 7(1), 18-29.
- Riswandi, R., Surahman, C., & Nugraha, R. H. (2025). Analisis Perspektif Mahasiswa Muslim Gen-Z terhadap Isu Marriage Is Scary. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Indonesia (JPPI)*, 5(1), 10-25.
- Al Mafaz, F., Arfan, A., & Fakhruddin, F. (2024). Marriage Is Scary Trend in the Perspective of Islamic Law and Positive Law. *Studi Multidisipliner: Jurnal Kajian Keislaman*, 11(2), 329-344.
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104.

- Makrifatin, S., & Risalatusshiyam, A. (2025, February). Analisis Narasi# MarriageisScary Studi Kasus Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Menikah. In *PROCEEDING INTERNATIONAL CONFERENCE ON ISLAM, LAW, AND SOCIETY* (Vol. 4, No. 1).
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Hayat, A. (2014). Kecemasan dan metode pengendaliannya. *Khazanah: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 12(1).
- Soliha, S. F. (2015). Tingkat ketergantungan pengguna media sosial dan kecemasan sosial. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1-10.
- Pertahanan, B. M. Teori Kecemasan Berdasarkan Psikoanalisis Klasik dan Berbagai Mekanisme Pertahanan terhadap Kecemasan.
- Rahman, M., Nursyabilah, I., Astuti, P., Syam, M. I., Mukramin, S. U., & Kurnawati, W. O. I. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran. *Journal on Education*, 5(3), 10646-10653.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Ks*, 3(1).
- Lestari, M., Aemma, S. L., Cahyadi, S. F., Putri, K. A. L. L., & Mustofa, M. M. (2024). Bagaimana Fenomena 'Marriage is Scary' dalam Pandangan Perempuan Generasi Z?. *JURNAL BIMBINGAN DAN KONSELING AR-RAHMAN*, 10(2), 278-291.
- Swarjana, I. K., & Skm, M. P. H. (2022). Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian. Penerbit Andi.
- Kusuma, H. R. K. H. R., Fitzdiny, K. A., & Jannah, N. R. (2024). Perspektif Generasi Z Terhadap Pernikahan Dini. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 3, pp. 482-488).

- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160-166.
- Riswandi, R., Surahman, C., & Nugraha, R. H. (2025). Analisis Perspektif Mahasiswa Muslim Gen-Z terhadap Isu Marriage Is Scary. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Indonesia (JPPI)*, 5(1), 10-25.
- Muhson, A. (2006). Teknik analisis kuantitatif. *Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta*, 183-196.
- Prasetyo, B., & Jannah, M. L. (2006). Metode penelitian kuantitatif: teori dan aplikasi.
- Hayat, A. (2014). Kecemasan dan metode pengendaliannya. *Khazanah: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 12(1).
- Ghozali, I., & Hengky, L. (2015). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris.
- Cahyati, I. N. (2023). *Pengaruh konten media sosial TikTok terhadap perilaku sosial pada tahap remaja akhir: Penelitian di kalangan mahasiswa kelas Sosiologi C angkatan tahun 2019* (Doctoral dissertation, : UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaitte, E. O., Yi Lin, L., Rosen, D., ... & Miller, E. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the US. *American journal of preventive medicine*, 53(1), 1-8.
- Makrifatin, S., & Risalatusshiyam, A. (2025, February). Analisis Narasi# MarriageisScary Studi Kasus Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Menikah. In *PROCEEDING INTERNATIONAL CONFERENCE ON ISLAM, LAW, AND SOCIETY* (Vol. 4, No. 1).

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.