

Komunikasi Interpersonal dalam Relasi Romantis Generasi Z Akibat

Paparan Konten #Relationshipgoals di TikTok

Dheya Pratami¹, Listya Eka Putri², Nina Rosiana³,

Salwa Maisya Shafwatunnisa⁴, Siti Jubaedah⁵,

Siti Maspupah Apriliani⁶, Ali Alamsyah Kusumadinata⁷

¹Universitas Djuanda, dheyapratami@gmail.com

²Universitas Djuanda, listyaekaptr@gmail.com

³Universitas Djuanda, ninarosiana595@gmail.com

⁴Universitas Djuanda, salwasfwt360@gmail.com

⁵Universitas Djuanda, stjubaedah091@gmail.com

⁶Universitas Djuanda, aprilianimasupah@gmail.com

⁷Universitas Djuanda, ali_alamsyah@unida.ac.id

ABSTRAK

Platform media sosial, terutama TikTok, telah menciptakan tren relationshipgoals yang menggambarkan idealisasi hubungan romantis. Fenomena ini dikenal luas sebagai representasi gaya hidup di dunia digital, namun sejauh mana konten tersebut memengaruhi pandangan Generasi Z tentang hubungan interpersonal belum sepenuhnya dipahami. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi bagaimana Generasi Z menafsirkan konten relationshipgoals dan dampaknya terhadap praktik komunikasi dalam hubungan romantis. Studi ini menerapkan metode kualitatif dengan teknik wawancara mendalam kepada sejumlah peserta dari Generasi Z yang menggunakan TikTok. Data dianalisis dengan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola persepsi, sikap, dan perilaku komunikasi yang muncul akibat paparan terhadap konten tersebut. Temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar responden sering terpapar konten relationshipgoals, mereka tidak menjadikannya sebagai patokan utama dalam hubungan nyata mereka. Konten ini lebih dianggap sebagai sarana hiburan, sumber inspirasi, atau objek untuk obrolan ringan, sedangkan kualitas komunikasi interpersonal termasuk keterbukaan, empati, dukungan, kepuasan dalam berkomunikasi, dan cara menangani konflik masih dianggap sebagai aspek yang lebih signifikan. Selain itu, penerimaan diri menjadi faktor vital yang membantu individu membedakan pengaruh media sosial dan mengurangi kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain.

Kata Kunci: Generasi Z, Komunikasi interpersonal, Penerimaan Diri, Relationshipgoals, Tiktok

PENDAHULUAN

Perkembangan platform media sosial yang signifikan memberikan dampak besar bagi kehidupan manusia dan menjadikan manusia tak terpisahkan dari teknologi (Hidayat et al., 2024). Perkembangan teknologi mengubah cara manusia berkomunikasi, berinteraksi, serta mendapatkan informasi. Platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok bukan hanya sekadar alat untuk berkomunikasi, melainkan juga menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Media sosial sendiri memiliki dampak besar pada berbagai lapisan masyarakat, namun pengaruh terbesarnya terlihat jelas pada Gen Z.

Menurut (Negara et al., 2022) Generasi Z merupakan penduduk yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012. Generasi Z adalah kelompok yang lahir dan besar dalam lingkungan digital, sehingga memiliki kemampuan luar biasa untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi, termasuk platform media sosial (R. Ali Pangestu et al., 2024). Gen-Z mampu bertukar informasi dengan sangat cepat, menyebarkan tren-tren baru, serta mempengaruhi opini publik melalui jaringan digital yang luas. Salah satu platform media sosial yang saat ini sangat banyak digunakan adalah TikTok (DATAREPORTAL, 2025). Menurut data terbaru, TikTok memiliki sekitar 1,59 miliar pengguna aktif di seluruh dunia pada awal tahun 2025, dan Indonesia berada di urutan kedua dengan 108 juta pengguna aktif.

Temuan yang paling terlihat jelas di TikTok adalah muncul banyak konten yang menampilkan pasangan yang dianggap sempurna atau sering disebut sebagai pasangan ideal TikTok. Konten-konten ini biasanya menunjukkan gambaran hubungan yang ideal dan romantisme yang dibangun dengan kedekatan emosional dan pemenuhan kebutuhan materi yang ditampilkan dalam waktu singkat namun dengan intensitas tinggi. Banyaknya konten yang menampilkan bagaimana seharusnya pasangan bersikap terhadap pasangannya kemudian menjadi tolak ukur atau standar bagi Generasi Z dalam memandang dan menjalani hubungan romantis

(Sipahutar et al., 2025b). Akibatnya, terjadi pergeseran pola komunikasi interpersonal dalam hubungan romantis di mana ekspektasi terhadap pasangan dan cara berkomunikasi sering kali terbentuk berdasarkan gambaran yang ditampilkan di media sosial bukan dari interaksi yang nyata dan personal.

Konten #Relationshipgoals di TikTok tidak sekadar menjadi sumber hiburan, melainkan juga berfungsi sebagai acuan dan pedoman bagi Generasi Z dalam memahami serta menjalani kehidupan percintaan. Eksposur yang terus-menerus terhadap konten-konten yang sering kali diseleksi, diproses, dan dibangun secara ideal ini dapat menciptakan harapan yang tidak sesuai dengan kenyataan mengenai bagaimana seharusnya hubungan itu berjalan (Nugraha, 2023). Sementara itu, sebuah hubungan romantis yang sehat seharusnya didasarkan pada komunikasi interpersonal yang mencakup kejujuran, empati, keterbukaan, dan kemampuan untuk menyelesaikan konflik (Alif & Setiawan, 2025).

Terdapat perbedaan yang signifikan antara cara hubungan ditampilkan secara menarik dan mengesankan di TikTok dengan apa yang terjadi dalam realita yang ada. Hal ini dapat menimbulkan kekecewaan, rasa minder, dan konflik saat kenyataan tidak sesuai dengan harapan yang dibentuk oleh platform media sosial. Di samping itu, tekanan dari lingkungan sosial dan perbandingan dengan orang lain memotivasi generasi Z untuk mengejar hubungan yang mirip dengan yang terlihat di TikTok, mulai dari pemberian hadiah mahal, perayaan anniversary yang megah, hingga tindakan romantis yang mencolok.

Media sosial seperti TikTok memiliki dampak besar dalam membentuk narasi dan perilaku hubungan cinta pada Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini membahas mengenai komunikasi interpersonal yang muncul dari paparan konten #Relationshipgoals menggunakan teori komunikasi interpersonal dari DeVito (2018) untuk membangun dasar komunikasi yang baik serta hubungan yang berarti di luar sekadar tren dan tagar. Adapun tujuan penelitian ini untuk melihat bagaimana tingkat intensitas paparan konten #relationshipgoals di TikTok (meliputi frekuensi,

durasi, dan keterlibatan) pada Generasi Z yang sedang berada dalam hubungan romantis? dan bagaimana kualitas komunikasi interpersonal (meliputi aspek keterbukaan, empati, dukungan, kepuasan komunikasi, dan manajemen konflik) dalam hubungan romantis Generasi Z?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan fokus pada studi komunikasi. Metode Analisis Kualitatif merupakan pendekatan untuk menafsirkan data yang berbentuk teks. Tujuannya adalah untuk menggambarkan hasil riset dengan memanfaatkan konsep-konsep dan teori-teori yang sesuai (Masri & Soflan, 2019). Penelitian kualitatif diterapkan untuk mengeksplorasi dengan rinci fenomena sosial serta komunikasi yang rumit, khususnya yang berkaitan dengan pengalaman dan arti yang dibentuk oleh partisipan penelitian. Metode ini bersifat naratif dan kontekstual, sehingga menekankan pada pengumpulan data dalam bentuk narasi serta tindakan konkret secara detail dan mendalam tanpa melibatkan angka atau data statistik (Abdussamad et al., 2024).

Studi komunikasi pada dasarnya merupakan penelitian ilmiah mengenai cara terbentuknya, disampaikannya, diterimanya, dan diprosesnya pesan yang berlangsung di dalam diri seseorang atau antara individu dan kelompok dalam beragam konteks sosial, budaya, serta teknologi (Sunata, 2023). Pendekatan ini diambil karena mampu memberikan wawasan yang mendalam mengenai bagaimana interaksi interpersonal dalam hubungan romantis Generasi Z terbentuk, dipengaruhi, dan dinegosiasikan melalui paparan konten #relationshipgoals di TikTok. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menyelidiki pengalaman pribadi para informan, metode komunikasi mereka, serta makna yang terjalin dalam konteks hubungan sehari-hari.

Responden dari penelitian ini adalah orang-orang yang tergolong dalam Generasi Z, yaitu yang berusia antara 18 hingga 25 tahun, secara aktif terlibat dalam

penggunaan TikTok, serta sedang atau telah mengalami hubungan romantis. Pemilihan responden dilakukan menggunakan metode purposive sampling. Menurut Sugiyono (2015), teknik purposive sampling merupakan metode dalam menentukan serta mengambil sampel yang ditetapkan oleh peneliti berdasarkan pertimbangan tertentu yang ditentukan berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian, terutama bagi individu yang menyatakan sering terpapar konten dengan tagar relationshipgoals atau tagar couplegoals. Jumlah responden tidak ditetapkan di awal, melainkan mengikuti aturan saturasi data, di mana pengumpulan informasi dihentikan ketika data dianggap cukup dan tidak lagi menghasilkan penemuan baru. Diperkirakan, jumlah partisipan berada pada angka sekitar 50 orang. Penelitian dilaksanakan dengan cara yang fleksibel, baik melalui online maupun offline, menyesuaikan dengan ketersediaan akses dari para peserta.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi online. Wawancara dilaksanakan menggunakan panduan semi-terstruktur yang memberikan kesempatan kepada narasumber untuk menceritakan pengalaman mereka dengan leluasa, sekaligus tetap berpegang pada topik penelitian (Fadila et al., 2025). Observasi online dilakukan untuk menganalisis bagaimana informan berinteraksi dengan materi yang mereka lihat di TikTok, serta pengaruhnya terhadap hubungan percintaan yang mereka jalani.

Data yang telah terkumpul dianalisis dengan pendekatan analisis interaktif oleh Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga langkah, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan (Wahyuni & Ulum, 2025). Penyajian informasi disusun dalam format narasi deskriptif serta menyertakan kutipan langsung dari narasumber, sementara kesimpulan diambil secara terus-menerus selama proses penelitian untuk mengidentifikasi pola, tema, serta arti yang menerangkan dampak dari paparan konten relationshipgoals di TikTok terhadap interaksi interpersonal dalam hubungan romantis kelompok Gen Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Intensitas Paparan Konten #Relationshipgoals di TikTok

1. Frekuensi Paparan

Sebagian besar responden menyatakan mereka cukup sering menemukan konten tentang tujuan hubungan dalam kehidupan sehari-hari, biasanya beberapa kali dalam seminggu atau bahkan hampir setiap hari. Ini menunjukkan bahwa paparan terhadap konten yang berkaitan dengan pasangan yang ideal cukup luas di kalangan Generasi Z.

2. Durasi Paparan

Walaupun frekuensinya sering, waktu yang dihabiskan untuk menyaksikan konten tersebut umumnya tidak lama. Secara rata-rata, mereka hanya menyediakan waktu sekitar beberapa menit dalam satu sesi menonton. Hanya sedikit responden yang menghabiskan waktu lebih panjang, mencapai lebih dari satu jam. Oleh karena itu, tingkat paparan masih tergolong dalam batas yang wajar.

3. Keterlibatan (Engagement)

Partisipan terlibat dalam konten tentang tujuan hubungan dengan tingkat yang rendah. Hanya sebagian kecil yang secara aktif memberi like, sementara kebanyakan jarang atau bahkan tidak pernah menyimpan atau membagikan konten tersebut. Jika ada yang membagikannya, biasanya hanya dilakukan secara sporadis kepada pasangan, sebagai bahan pembicaraan santai.

Kualitas Komunikasi Interpersonal

1. Keterbukaan (*Openness*)

Mayoritas responden terbuka dalam hubungan mereka. Mereka merasa nyaman berbicara tentang harapan dan ketidaknyamanan yang muncul karena pengaruh konten TikTok bersama pasangan.

2. Empati (*Empathy*)

Responden juga menunjukkan kemampuan empati yang baik. Banyak dari mereka bisa memahami perasaan pasangan ketika merasa tertekan karena perbandingan dengan pasangan lain di media sosial, sekaligus berusaha agar ekspektasi tetap realistis.

3. Dukungan (*Supportiveness*)

Dalam hal dukungan, sebagian besar responden lebih menyukai bentuk ekspresi cinta yang berbeda dan pribadi dibandingkan mengikuti standar yang ada di TikTok. Mereka lebih fokus pada kebutuhan sebenarnya dalam hubungan daripada sekadar mengikuti tren digital.

4. Kepuasan Komunikasi

Kepuasan dalam komunikasi dalam hubungan terlihat cukup tinggi. Hampir semua responden merasa tenang dan senang setelah berbicara tentang isu media sosial dengan pasangan, dan percakapan tersebut biasanya berakhir dengan suasana yang baik, bukan berujung pada perdebatan.

5. Manajemen Konflik

Konflik karena konten tentang tujuan hubungan tidak terlalu sering terjadi. Jika memang terjadi, pasangan biasanya bisa mencari solusi dan sepakati hal yang sama. Ini menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan dalam mengelola konflik secara baik.

Pembahasan

Intensitas Paparan Konten #Relationshipgoals di TikTok

1. Frekuensi Paparan

Generasi Z sering melihat konten tentang pasangan ideal di TikTok, tetapi hal itu tidak selalu membuat mereka menganggap konten tersebut sebagai pedoman dalam menjalin hubungan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Balqis (2025)

yang menyatakan bahwa pengaruh perbandingan sosial di TikTok lebih banyak berdampak negatif (mengurangi kebahagiaan, memicu rasa iri atau cemas).

2. Durasi Paparan

Durasi tonton yang relatif pendek menunjukkan bahwa Generasi Z tidak menganggap konten tentang tujuan hubungan sebagai hal yang sering mereka konsumsi di TikTok. Ini menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk mengendalikan penggunaan media. Temuan ini sesuai dengan Andrea & Sari (2025): Remaja lebih rentan terpengaruh oleh hal-hal yang dilihat mata, tetapi tetap punya kemampuan untuk mengatur bagaimana mereka meresponsnya.

3. Keterlibatan (Engagement)

Keterlibatan yang rendah, seperti jarang mengirim like, menyimpan, atau membagikan konten, menunjukkan sikap selektif dari Generasi Z. Mereka biasanya lebih skeptis terhadap konten yang terlihat tidak autentik. Hal ini sesuai dengan Teori Identitas Diri Siregar & Mesra, (2025) yang menjelaskan bahwa seseorang bisa menyesuaikan identitasnya di media sosial tanpa harus meniru sepenuhnya apa yang ditampilkan.

Kualitas Komunikasi Interpersonal

1. Keterbukaan (Openness)

Keterbukaan yang ditunjukkan oleh responden dalam berbicara tentang dampak konten dengan pasangan menjadi faktor penting dalam menjaga keharmonisan hubungan. Ini sesuai dengan prinsip komunikasi relasional yang menekankan pentingnya kejujuran dan transparansi sebagai dasar dalam membangun hubungan yang sehat. Hal ini sejalan dengan penelitian Hammadah et al. (2025) yang menyatakan bahwa komunikasi jarak jauh memerlukan kejujuran dan keterbukaan yang menjadi cara terbaik untuk mempertahankan kepercayaan dan kedekatan.

2. Empati (Empathy)

Kemampuan memahami perasaan pasangan saat dia merasa tertekan karena pengaruh perbandingan sosial menunjukkan bahwa empati bisa mengurangi risiko terjadinya konflik. Generasi Z dalam penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun sering melihat standar hubungan di TikTok, mereka tetap bisa memahami dan merespons perasaan pasangannya dengan baik. Hal ini sejalan dengan penelitian (Balqis, 2025) yang menyatakan bahwa konten romantis di TikTok bisa membuat kepuasan dalam hubungan menurun, tetapi rasa empati antar pasangan bisa mengurangi dampak negatifnya.

3. Dukungan (Supportiveness)

Kualitas hubungan ditentukan oleh rasa cinta, kepuasan, dan komitmen yang sungguh-sungguh, bukan hanya mengikuti standar ideal yang ada (Kumala et al., 2025). Penelitian sebelumnya sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan bahwa responden lebih menyukai cara menyampaikan cinta yang berbeda dan sesuai dengan kebutuhan sebenarnya, daripada hanya mengikuti tren di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan emosional dalam hubungan sangat penting, dan menjadi salah satu tanda utama dari kualitas komunikasi di antara orang-orang.

4. Kepuasan Komunikasi

Tingkat kepuasan dalam komunikasi yang tinggi menunjukkan bahwa pembicaraan tentang konten TikTok biasanya berakhir dengan solusi yang baik. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kesadaran bersama bahwa media sosial tidak seharusnya menjadi sumber utama permasalahan, melainkan menjadi bahan percakapan yang justru memperkuat hubungan antar orang. Sejalan dengan penelitian (Kumala et al., 2025) yang menyatakan bahwa aspek kepuasan dan komitmen masih tinggi meskipun ada ekspektasi ideal yang dipengaruhi oleh TikTok.

5. Manajemen Konflik

Kemampuan Generasi Z dalam menyelesaikan konflik dengan mencari solusi yang adil dan mencapai kesepakatan menunjukkan kematangan emosional mereka.

Hal ini sesuai dengan teori komunikasi relasional, di mana menyelesaikan konflik tidak hanya bertujuan menghindari perdebatan, tetapi juga untuk menciptakan pemahaman baru yang memperkuat hubungan antar pihak. Temuan ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Adn, Nadia A.J. Nugroho, A., & Naryoso (2023); Kaur (2024) yang menyatakan akses ke TikTok justru menyebabkan cara berpikir berlebihan (overthinking) sehingga munculnya "tes kesetiaan" dan konflik yang terjadi secara tidak disengaja muncul karena tren TikTok yang memicu perselisihan.

KESIMPULAN

Studi ini mengungkapkan bahwa meskipun Generasi Z sering menjumpai konten dengan tagar relationshipgoals di platform TikTok, sebagian besar dari mereka tidak menjadikannya sebagai acuan utama dalam membangun hubungan romantis. Konten tersebut lebih dianggap sebagai sarana hiburan, sumber inspirasi, atau bahan untuk diskusi yang santai, sementara kualitas dalam komunikasi interpersonal seperti keterbukaan, empati, dukungan, kepuasan komunikasi, dan pengelolaan konflik masih menjadi fokus utama dalam menjalin hubungan yang sehat. Aspek penerimaan diri terbukti sangat signifikan dalam membantu individu mengelola dampak dari media sosial, sehingga mereka tidak mudah terjebak pada perbandingan sosial ataupun pada standar romantis yang tidak realistis.

Keterbatasan dari studi ini ada pada jumlah partisipan yang sedikit, sehingga hasil temuan belum dapat diterapkan secara luas pada keseluruhan populasi Generasi Z. Penelitian lanjutan bisa meningkatkan jumlah responden, menerapkan metode campuran, atau melakukan perbandingan antarbudaya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh. Sumbangan dari penelitian ini terletak pada wawasan baru tentang bagaimana Generasi Z merespons representasi hubungan di media sosial, sekaligus memberikan implikasi praktis untuk peningkatan literasi digital dan komunikasi interpersonal yang sehat di era modern ini.

REFERENSI

- Abdussamad, J., Sopingi, I., Setiawan, B., & Sibua, N. (2024). *Research Methods: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods (Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methode)*.
- Adn, Nadia A.J. Nugroho, A., & Naryoso, A. (2023). Pengelolaan Konflik Relasi Asmara Karena Kebiasaan Pengungkapan Overthinking Pasangan Melalui Media Sosial Tik-Tok. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 11(juli), 3.
- Ahmad, K. R., Amir, S., & Hapipi, M. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Komunikasi dan Hubungan Sosial dalam Kalangan Generasi Z. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(02), 85–94. <https://doi.org/10.58812/sish.v1.i02>
- Alif, Q. A., & Setiawan, K. (2025). Peran Keterbukaan dalam Mengurangi Perilaku Posesif pada Hubungan Romantis Mahasiswa. *Karimah Tauhid*, 4(1), 319–329.
- Andrea, D., & Sari, W. P. (2025). *Studi Persepsi Terhadap Tren Standarisasi Berpacaran di TikTok*. 320–327.
- Asy'ari, M. F., & Amelia, A. R. (2024). Terjebak dalam Standar Tiktok: Tuntutan yang Harus Diwujudkan? (Studi Kasus Tren Marriage is Scary). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(09), 1438–1445. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i09.1604>
- Balqis, A. X. (2025). Peran relationship social comparison terhadap relationship satisfaction pada perempuan pengguna tiktok yang berpacaran. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28459981/><https://doi.org/10.1016/j.reserv.2025.100208><http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y><http://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005><https://doi.org/10.1016/j.reserv.2025.100208>
- Bandura, A. (2002). *Social Cognitive Theory in Cultural Context*. <https://iaap-journals.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1464-0597.00092>
- Bisson, V. (2009). *L'identification aux groupes sociaux en milieu de travail: un regard sur la resolution de conflits dans la perspective de Thomas-Kilmann*. <https://ruor.uottawa.ca/handle/10393/28350>
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). One size fits all? What counts as quality practice in (reflexive) thematic analysis? *Qualitative Research in Psychology*, 18(3), 328–352. <https://doi.org/10.1080/14780887.2020.1769238>
- DATAREPORTAL. (2025). *TikTok Users, Stats, Data & Trends for 2025*.
- Elihu, K., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratification research. *The*

Public Opinion Quarterly, 37 (4), 509–523.

- Enim, N. H. (2024). *Pengaruh Social Comparison Terhadap Subjective Well Being Generasi Z Pengguna Sosial Media Tiktok*. 1–20.
- Fadila, F., Safriani, Eliana, & Khaddafi, M. (2025). Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif: wawancara (data collection in qualitative research: interviews). *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(7), 13446.
- Hakim, A. A., Widiyanto, H., & Abqori, N. (2025). Fenomena Tiktok dalam Mempengaruhi Ekspektasi Pernikahan. *Cendikia Ilmiah*, 4(2), 3101–3107.
- Hammadah, D. F., Ayuningrum, N. G., & Romadhan, M. I. (2025). *Pengelolaan komunikasi interpersonal mahasiswa universitas 17 agustus 1945 surabaya pada hubungan jarak jauh*. 03(02), 408–410.
- Haythornthwaite, C. (2005). Social networks and internet connectivity effects. *Information Communication and Society*, 8(2), 125–147. <https://doi.org/10.1080/13691180500146185>
- Hidayat, N. A. S., Seotian, R. N., & Herlambang, Y. T. (2024). *Sosial media dalam masyarakat sebagai konsep nyata determinisme teknologi*. 1(2), 73–80.
- Jackson, J. M. (1987). Social Impact Theory: A Social Forces Model of Influence. *Theories of Group Behavior*, 111–124. https://doi.org/10.1007/978-1-4612-4634-3_6
- Karimah. (2025). Literasi Pendidikan PraNikah di tengah Kecenderungan Married is Scary Kajian Netizen Tik tok. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi*, 2(Literasi Pendidikan PraNikah di tengah Kecende), 96–106. <https://journal.pipuswina.com/index.php/jippsi/about>
- Kaur, A. S. (2024). *Swipe Up and Break Up: A Grounded Theory Study Exploring the Impact of TikTok on Adolescents' Perceptions of Love and Romantic Relationships*. 72. https://scholarlycommons.pacific.edu/uop_etds/4273
- Kumala, E. C., Cahayani, I. R., Santika, N. D., & Rahim, B. (2025). *Kualitas hubungan romansa pengguna tiktok pada young adulthood*. 9(6), 240–246.
- Langlais, M. R., Boudreau, C., & Asad, L. (2024). TikTok and Romantic Relationships: A Qualitative Descriptive Analysis. *American Journal of Qualitative Research*, 8(3), 95–112. <https://doi.org/10.29333/ajqr/14896>
- Masri, S., & Soflan, E. (2019). *Metode Penelitian Sosial*.
- Negara, A. K., Febrianto, H. G., & Fitriana, A. I. (2022). Mengelola keuangan dalam pandangan gen z. *Akuntabel*, 19(2), 296–304. <https://doi.org/10.30872/jakt.v19i2.11176>
- Noza, M., Asharie, A., Andiana, S., Daniarta, A. F. A., & Sianturi, V. (2025). Tren penelitian teori social comparison dalam ilmu komunikasi: kajian bibliometrik scopus. *Comdent: Communication Student Journal*, 2(2), 405–422. <https://doi.org/10.24198/comdent.v2i2.54431>
- Nugraha, R. K. (2023). Sistem produksi mekanis. In *Marketing di era 5.0* (p. 6).

- Oktaviani, D., & Krismono. (2024). Analysis Of The Marriage Is Scary Phenomenon Among Generation Z: A Perspective Of Islamic Law Sociology. *Reflection : Islamic Education Journal*, 2(1), hal. 09. <https://ejournal.aripafi.or.id/index.php/Reflection/article/view/344>
- Prihantoro, E., & Anisah, N. (2022). Komunikasi interpersonal penyelesaian konflik dan mempertahankan komitmen pada pasangan kekasih yang sedang long distance relationship (ldr). *BroadComm*, 4(2), 63–72. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v4i2.243>
- Putri, T. A. W., & Hapsari, M. T. B. (2024). Hubungan self acceptance dan fear of missing out (fomo) mahasiswa generasi z pengguna aplikasi tiktok. *Jurnal Consulenza: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 7(1), 59–73. <https://doi.org/10.56013/jcbkp.v7i1.2624>
- R. Ali Pangestu, Siti Nazwa Hamidah, & Sofi, S. L. (2024). Efektivitas penggunaan media sosial dalam pemasaran bagi generasi-z. *Al - Kaff: Jurnal Sosial Humaniora*, 2(4), 341–349. <https://doi.org/10.30997/al-kaff.v2i4.14140>
- Shaffa, G. Z. (2025). Analisis dampak dari kasus perselingkuhan pasangan selebgram arief meivio dan salsabilla audinna terhadap persepsi dan konsep diri netizen dalam menentukan kriteria pasangan ideal. 17, 302.
- Sipahutar, E. M., Safitri, D., & Sujarwo. (2025a). Perspektif Gen Z Terhadap Standar Pasangan Ideal Di Tiktok Gen Z Perspective on Ideal Relationship Standards on Tiktok. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 2(3), 1734–1740. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Sipahutar, E. M., Safitri, D., & Sujarwo, S. (2025b). Perspektifgen z terhadap standar pasangan ideal di tiktok gen z perspective on ideal relationship standards on tiktok. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 2(3), 1734–1740.
- Siregar, T. A. R. A., & Mesra, R. (2025). Eksplorasi presentasi diri gen z dalam platform tiktok: analisis self-identity theory pada pengguna tiktok di siantar selatan. *Jurnal Masyarakat Digital*, 1(3), 101–111.
- Sopian, A. P. (2024). Eksplorasi Preferensi Pemilihan Pasangan di Media Sosial TikTok, Instagram, dan X. 2, 306–312.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*.
- Sunata, I. (2023). Kajian tentang Komunikasi dan Budaya. *Journal of Da'wah*, 2(1), 101–131.
- Wahyuni, N. S., & Ulum, M. (2025). Implementasi metode outdoor learning dalam meningkatkan motivasi belajar siswa pada mata pelajaran pendidikan agama islam. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(6), 6117–6124. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i6.8295>