

**ANALISIS PERSEPSI PEREMPUAN GENERASI
Z DI KOTA MEDAN TERHADAP TREN KONTEN
PERNIKAHAN MENAKUTKAN DI MEDIA SOSIAL**

TUGAS AKHIR

Oleh:

NABILA MAULIDINA

2203110128

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2026

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : Nabila Maulidina
NPM : 2203110128
Pada Hari, Tanggal : Sabtu, 18 April 2026
Waktu : Pukul 08.15 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom (.....)
PENGUJI II : Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom (.....)
PENGUJI III : Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP

Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR


Bismillahirrahmanirrahim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas akhir ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama : Nabila Maulidina
NPM : 2203110128
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Analisis Persepsi Perempuan Generasi Z Di Kota Medan Terhadap Tren Konten Pernikahan Menakutkan Di Media Sosial

Medan, 04 April 2026

Pembimbing



Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom

NIDN: 0110077602

Disetujui Oleh:

Ketua Program Studi



Dr. Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom

NIDN: 0127048401



Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh., MSP

NIDN: 0030017402

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **Nabila Maulidina**, NPM 2203110128 menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuai imbalan atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas Akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijasah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 18 April 2026

Yang menyatakan



Nabila Maulidina

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Selanjutnya, shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umat manusia dari masa jahiliah menuju kehidupan yang terang benderang melalui ilmu pengetahuan sebagaimana yang dirasakan hingga saat ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun penelitian yang disajikan dalam skripsi ini berjudul “Analisis Persepsi Perempuan Generasi Z Di Kota Medan Terhadap Tren Konten Pernikahan Menakutkan Di Media Sosial”

Saya sebagai penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Papa, **Alm. Muhammad Ilyas**, meski tidak sempat menemani penulis melalui setiap langkah dalam proses ini, beliau tetap memiliki tempat tersendiri dalam hati penulis, dari ketidakhadiran beliau, penulis belajar arti kemandirian dan kekuatan untuk melangkah sendiri.

Kepada Mama, **Gusni Adiar** terimakasih atas dukungan dan doa kepada penulis, Kepada Nenek, **Farnela** terimakasih telah memberikan dukungan, doa serta kasih sayang kepada penulis dan Kepada Kakak, **Sabrina Khairunnisa** terima kasih doa, dukungan serta pengingat bagi penulis agar menyelesaikan studi tepat waktu.

Semua pihak yang telah membantu skripsi ini secara materil dan moril. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak menerima bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Rudianto, S.Sos., M.S.i. selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Shaleh, S.Sos, M.SP. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Assoc. Prof. Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

7. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan arahan, perhatian, dukungan dan sabar selama proses penyusunan skripsi.
9. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membagikan ilmu dan membimbing selama perkuliahan.
10. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara atas dukungan dan penyediaan informasi terkait kegiatan akademik.
11. Kepada Raja Faiz, Wan Annisa, Putri Amanda penulis ucapkan terimakasih telah memberikan motivasi, arahan dan semangat disaat penulis tidak percaya akan dirinya sendiri dan sempat hilang arah sehingga saat ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini secara tepat waktu.
12. Kepada Teman seperjuangan, Nadia Auliya, Aisyah Putri Andani, Atiqah Jauharah, dan Firya Rabia Adawiyah yang selalu membersamai serta membantu dalam kerumitan saat menyusun skripsi penulis, supaya dapat wisuda bersama-sama. Terimakasih selalu menjadi pengingat penulis apabila salah melangkah.
13. Kepada Annisyah Putri dan Andis Triana, penulis mengucapkan terimakasih telah memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.
14. Kepada Keluarga penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu, penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas penyelesaian tugas akhir ini.

15. Terakhir, Kepada Nabila Maulidina terimakasih atas perjalanan yang telah dilalui sampai sejauh ini, banyak proses yang sudah dilalui, banyak keluh kesah yang dipendam sendiri, banyak hal sudah dijalani, dihadapi, dan diselesaikan sendiri. Apapun pilihan yang telah dipegang sekarang terimakasih sudah berjuang sejauh ini. “Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dalam hal isi maupun penggunaan Bahasa, sehingga penulis mohon kritik yang membangun. Berharap skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca serta data menambah ilmu pengetahuan bagi penulis.

Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, April 2026

Nabila Maulidina

2203110128

ABSTRAK
**ANALISIS PERSEPSI PEREMPUAN GENERASI Z DI KOTA MEDAN
TERHADAP TREN KONTEN PERNIKAHAN MENAKUTKAN DI MEDIA
SOSIAL**

NABILA MAULIDINA

NPM : 2203110128

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Jln. Kapten Muchtar Basri No. 3 Telp (061) 6624567 Medan 20238

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi perempuan Generasi Z di Kota Medan terhadap tren konten “pernikahan menakutkan” di media sosial, khususnya TikTok, yang menampilkan sisi negatif pernikahan seperti konflik, perselingkuhan, kekerasan, dan tekanan ekonomi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 4-6 informan perempuan usia 18–26 tahun yang aktif menggunakan media sosial, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi serta analisis model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten tersebut dimaknai secara beragam, baik sebagai representasi negatif yang menimbulkan ketakutan maupun sebagai bahan refleksi dan pembelajaran, serta memunculkan reaksi emosional seperti cemas dan overthinking, namun juga meningkatkan kesadaran dan kehati-hatian terhadap pernikahan. Meskipun demikian, konten tersebut tidak membuat informan menolak pernikahan, melainkan mendorong sikap yang lebih kritis, rasional, dan selektif. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial melalui representasi dan framing berperan dalam membentuk persepsi, namun audiens tetap aktif dalam menafsirkan makna sesuai pengalaman dan nilai masing-masing.

Kata Kunci: Persepsi, Generasi Z, Media Sosial, Tiktok, Pernikahan Menakutkan, Represntasi Media

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 <i>New Media</i>	12
2.1.1 Teori Representase Media	13
2.1.2 Sosial Media.....	17
2.1.3 Persepsi	19
2.1.4 Generasi Z	22
2.1.5 Tren	29
2.1.6 Konten.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Kerangka Konsep	33
3.3 Defenisi Konsep	34
3.3 Kategorisasi Penelitian.....	35
3.4 Informan atau Narasumber.....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.7 Teknik Analisis Data	37
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	38
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Pembentukan Makna Terhadap Konten Pernikahan Menakutkan	40
4.1.2 Reaksi Emosional Terhadap Konten	41
4.2 Analisis Berdasarkan Teori Representasi Media	44
4.2.1 Representasi Realitas Pernikahan	44
4.2.2 <i>Framing</i> Ketakutan Terhadap Pernikahan.....	45
4.2.3 Dominasi Narasi Negatif.....	46
4.2.4 Penafsiran Pesan Oleh Informan	47
4.3 Pembahasan.....	48
4.3.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi.....	48
4.3.2 Tiktok Sebagai Agen Konstruksi Sosial.....	49
4.3.3 Dinamika Persepsi Perempuan Gen Z	50
4.3.4 Implikasi Terhadap Pandangan Pernikahan	50
4.4 Gambaran Umum Informan Penelitian	51
BAB V PENUTUP	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	24
-------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Statistik Pernikahan di Indonesia.....	3
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep Penelitian.....	26

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi, kehidupan manusia semakin ditopang oleh perkembangan teknologi yang pesat, ditandai dengan hadirnya berbagai perangkat dan sistem modern yang memudahkan aktivitas manusia di berbagai bidang kehidupan (Hirwiza, 2023).

Perkembangan teknologi digital telah mendorong kemunculan beragam platform berbasis konten yang secara signifikan merekonfigurasi pola komunikasi masyarakat, cara individu mengakses informasi, serta proses pembentukan makna sosial. Salah satu platform yang menunjukkan pengaruh paling menonjol dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok. Aplikasi berbasis video pendek ini, yang sangat diminati oleh kalangan muda, tidak lagi semata-mata berfungsi sebagai media hiburan. TikTok telah bertransformasi menjadi ruang interaktif yang memungkinkan pertukaran gagasan, pembentukan opini publik, serta konstruksi representasi sosial yang merefleksikan berbagai dimensi kehidupan, termasuk cara pandang terhadap institusi pernikahan (Agustina, 2020). Di lingkungan perkotaan seperti Kecamatan Medan Perjuangan, TikTok menjadi bagian dari konsumsi media sehari-hari perempuan Generasi Z, seiring dengan tingginya penetrasi internet dan intensitas penggunaan media sosial di wilayah tersebut.

Keunggulan utama platform TikTok terletak pada kecanggihan algoritmanya yang mampu mengkurasi serta mendistribusikan konten sesuai dengan pola minat, riwayat interaksi, dan preferensi individual penggunanya. Sistem rekomendasi berbasis data tersebut tidak hanya menghadirkan arus informasi yang bersifat personal dan relevan, tetapi juga mendorong pola konsumsi media yang repetitif, intensif, dan berkelanjutan. Bagi perempuan Generasi Z di Kecamatan Medan Perjuangan—yang berada pada tahap perkembangan psikososial yang ditandai dengan proses eksplorasi identitas, pembentukan nilai personal, serta penentuan arah tujuan hidup—paparan konten yang terpersonalisasi ini memiliki potensi signifikan dalam membentuk konstruksi cara pandang mereka. Hal ini termasuk bagaimana mereka menafsirkan norma sosial, memaknai dinamika relasi interpersonal, hingga memahami konsep pernikahan sebagai institusi sosial dan pilihan hidup.

Dengan demikian, algoritma TikTok bukan hanya menjadi teknologi distribusi konten, tetapi juga berfungsi sebagai agen mediasi sosial yang dapat memengaruhi orientasi nilai dan preferensi generasional secara halus namun berkelanjutan (Ananda et al., 2024).

Dalam konteks tersebut, muncul fenomena “*scary marriage content*” atau konten pernikahan menakutkan, yaitu konten yang menampilkan sisi problematis kehidupan rumah tangga, seperti konflik domestik, perselingkuhan, tekanan ekonomi, kekerasan dalam rumah tangga, hingga pengalaman perceraian. Konten-konten ini umumnya dikemas dalam narasi emosional dan realistis, sehingga mudah

membangun keterhubungan afektif dengan audiens muda, termasuk perempuan Generasi Z yang berdomisili di Kecamatan Medan Perjuangan.

Paparan yang berulang terhadap konten pernikahan bernuansa negatif berpotensi membentuk persepsi yang kurang positif terhadap institusi pernikahan. Bagi perempuan Generasi Z di Kecamatan Medan Perjuangan, yang sebagian besar belum memiliki pengalaman langsung dalam kehidupan berumah tangga, media sosial dapat menjadi sumber utama dalam membangun gambaran awal mengenai pernikahan. Akibatnya, pernikahan dapat dipersepsikan sebagai institusi yang sarat risiko, menimbulkan kecemasan, atau bahkan dipandang sebagai pilihan hidup yang perlu dihindari.

Tabel 1.1

Statistik Pernikahan Di Indonesia

Tahun	Jumlah Pernikahan
2024	1.478.302
2023	1.577.255
2022	1.705.348
2021	1.742.049

Sumber : BPS.go.id

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), terlihat adanya tren penurunan jumlah pernikahan di Indonesia dari tahun ke tahun, yang disertai dengan peningkatan usia rata-rata pernikahan pertama. Fenomena ini mengindikasikan adanya pergeseran orientasi generasi muda terhadap pernikahan, yang tidak terlepas dari pengaruh sosial, ekonomi, serta budaya digital yang berkembang di masyarakat. Dalam konteks lokal Kecamatan Medan Perjuangan, dinamika kehidupan urban dan keterbukaan terhadap arus informasi global memperkuat potensi pengaruh media sosial terhadap cara generasi muda

memandang institusi pernikahan. Sejalan dengan hal tersebut, laporan *We Are Social* tahun 2024 menunjukkan bahwa lebih dari 65% pengguna aktif platform TikTok di Indonesia merupakan perempuan berusia 18–29 tahun, yang tergolong dalam kelompok Generasi Z. Dominasi kelompok usia ini dalam penggunaan media sosial menegaskan tingginya tingkat keterpaparan perempuan Generasi Z terhadap berbagai jenis konten digital. Kondisi ini mencakup konsumsi konten yang berkaitan dengan relasi personal dan pernikahan, terutama konten yang bersifat viral, emosional, dan naratif, yang berpotensi memengaruhi cara pandang, sikap, serta persepsi mereka terhadap institusi pernikahan.

Fenomena meningkatnya konten “pernikahan menakutkan” di platform TikTok dapat dikaji melalui perspektif Teori Representasi Media, yang menegaskan bahwa media tidak hanya merefleksikan realitas sosial, tetapi secara aktif membentuk dan mengonstruksinya melalui penggunaan bahasa, simbol, visual, serta narasi tertentu. Dalam konteks TikTok, video-video yang menampilkan pengalaman negatif terkait pernikahan tidak dapat dipahami sebagai representasi objektif dari kehidupan rumah tangga secara keseluruhan. Sebaliknya, konten tersebut merupakan hasil dari proses seleksi, penekanan, dan interpretasi subjektif para kreator terhadap pengalaman-pengalaman tertentu, yang kemudian dikemas dan disajikan seolah-olah merepresentasikan gambaran umum tentang institusi pernikahan.

Melalui mekanisme representasi tersebut, TikTok berfungsi sebagai ruang simbolik tempat makna mengenai pernikahan diproduksi, dinegosiasikan, dan disirkulasikan secara luas. Peran algoritma platform turut memperkuat proses ini

dengan memprioritaskan konten yang memperoleh tingkat interaksi tinggi, seperti jumlah tayangan, komentar, dan likes. Akibatnya, narasi tertentu—misalnya pernikahan sebagai sumber konflik, tekanan emosional, atau penderitaan—cenderung lebih sering muncul dan menjadi wacana dominan dalam ruang digital. Dalam kondisi ini, realitas sosial yang dikonsumsi oleh pengguna TikTok, khususnya perempuan Generasi Z, bukanlah realitas empiris yang netral, melainkan realitas yang telah dikonstruksi melalui pola representasi media yang berulang dan terstandardisasi.

Representasi yang dihadirkan melalui konten “pernikahan menakutkan” selanjutnya berkontribusi dalam membentuk persepsi dan cara pandang audiens terhadap pernikahan. Generasi muda yang berada pada tahap pencarian identitas diri dan perumusan orientasi hidup relatif lebih responsif terhadap narasi yang bersifat emosional dan dekat dengan pengalaman keseharian mereka. Paparan konten yang secara konsisten menggambarkan pernikahan sebagai sumber beban, kekecewaan, atau penderitaan emosional berpotensi menciptakan konstruksi makna bahwa pernikahan merupakan institusi yang problematis, bahkan layak dihindari. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki peran strategis dalam membentuk wacana sosial mengenai relasi intim dan institusi keluarga dalam masyarakat kontemporer.

Meskipun demikian, Teori Representasi Media juga menegaskan bahwa audiens tidak sepenuhnya bersifat pasif dalam menerima pesan media. Pengguna TikTok memiliki kapasitas untuk menafsirkan konten secara beragam, bergantung pada latar belakang sosial, nilai budaya, tingkat literasi media, serta pengalaman

personal masing-masing. Sebagian audiens mungkin menginternalisasi representasi negatif dan mengembangkan sikap skeptis terhadap pernikahan, sementara yang lain dapat memaknainya sebagai bentuk refleksi kritis atau peringatan sosial yang mendorong kesiapan emosional dan kesadaran akan risiko dalam membangun relasi di masa depan.

Dengan demikian, makna yang dihasilkan dari konsumsi konten TikTok bersifat dinamis dan plural, terbentuk melalui interaksi antara konstruksi media dan proses interpretasi individu (Hall, 1997).

Dalam konteks penelitian ini, keterpaparan yang berulang terhadap narasi pernikahan yang menampilkan pengalaman negatif berpotensi menanamkan konstruksi makna yang cenderung pesimistis terhadap institusi pernikahan. Persepsi tersebut dapat terbentuk bahkan sebelum individu memiliki pengalaman langsung dalam kehidupan berumah tangga. Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai agen sosialisasi yang turut membentuk pandangan generasi muda mengenai pernikahan melalui representasi simbolik dan narasi personal yang beredar secara masif di ruang digital.

Selain teori kultivasi, pendekatan mengenai efek Tiktok juga memberikan landasan konseptual untuk memahami fenomena ini. Karakteristik media sosial yang bersifat interaktif, partisipatif, dan berbasis algoritma memungkinkan pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai produsen dan penyebar ulang makna. Interaksi berupa komentar, likes, shares, dan pembuatan konten serupa berpotensi memperkuat internalisasi pesan yang

dikonsumsi, sehingga menciptakan siklus reproduksi persepsi kolektif yang semakin menguat dalam ekosistem media digital (Hakim et al., 2025)

Fenomena ini menjadi relevan untuk dikaji dalam konteks Kota Medan sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia yang memiliki karakter masyarakat urban dan tingkat penetrasi media sosial yang tinggi. Perempuan Generasi Z yang tumbuh dan berkembang di lingkungan perkotaan seperti Medan berada dalam ruang sosial yang dinamis serta terbuka terhadap arus informasi dan budaya global. Kondisi tersebut memungkinkan terbentuknya persepsi terhadap pernikahan yang tidak hanya dipengaruhi oleh nilai-nilai lokal dan keluarga, tetapi juga oleh narasi digital yang dikonsumsi secara intens dalam kehidupan sehari-hari.

Meskipun demikian, kajian akademik yang secara khusus menelaah persepsi perempuan Generasi Z terhadap tren konten “pernikahan menakutkan” di Tiktok masih relatif terbatas, terutama dalam konteks lokal Indonesia. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada dampak media sosial terhadap pembentukan citra diri, dinamika hubungan romantis, atau standar kecantikan, sementara pengaruh media digital terhadap pemaknaan institusi pernikahan belum banyak dieksplorasi secara mendalam.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian “ANALISIS PERSEPSI PEREMPUAN GENERASI Z DI KOTA MEDAN TERHADAP TREN KONTEN PERNIKAHAN MENAKUTKAN DI MEDIA SOSIAL.

1.2 Batasan Masalah

Untuk menjaga fokus dan lebih terarah, serta menghindari perluasan pembahasan di luar ruang lingkup yang telah ditetapkan, penelitian ini dibatasi oleh beberapa ketentuan sebagai berikut:

1. Subjek dalam penelitian ini diarahkan secara khusus pada perempuan yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan berdomisili di Kota Medan Perjuangan. Generasi Z dalam penelitian ini merujuk pada individu yang lahir dalam rentang tahun 1997 hingga 2012, dengan kisaran usia sekitar 18–29 tahun pada saat penelitian dilaksanakan. Penetapan subjek tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa kelompok ini merupakan pengguna aktif media sosial serta berada pada fase usia yang relevan dalam proses pembentukan pandangan mengenai pernikahan.
2. Objek penelitian dibatasi pada fenomena tren konten “pernikahan menakutkan” (*scary marriage content*) yang tersebar di media sosial. Fokus kajian diarahkan terutama pada platform TikTok dan Instagram mengingat kedua media tersebut merupakan platform digital yang paling populer dan memiliki tingkat konsumsi tertinggi di kalangan Generasi Z di Indonesia, khususnya dalam penyebaran konten berbasis narasi personal dan visual.
3. Penelitian ini menitikberatkan pada analisis persepsi, sehingga tidak membahas perilaku aktual maupun pengambilan keputusan individu terkait pernikahan. Dengan demikian, kajian ini hanya difokuskan pada bagaimana perempuan Generasi Z membangun cara pandang, menafsirkan makna, serta membentuk sikap terhadap tren konten “pernikahan menakutkan” yang mereka temui di

media sosial, tanpa mengaitkannya secara langsung dengan tindakan nyata dalam kehidupan personal.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang menjelaskan meningkatnya eksposur perempuan Generasi Z terhadap konten digital bertema “pernikahan menakutkan” serta perubahan pola pandang mereka terhadap pernikahan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah menganalisis bagaimana persepsi perempuan Generasi Z di Kota Medan terhadap trend konten pernikahan menakutkan di media sosial?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang didapat dari penjelasan latar belakang sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi perempuan Generasi Z di Kota Medan terhadap *trend* konten pernikahan menakutkan di media sosial.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini untuk pembaca atau pun penelitian selanjutnya adalah.

1. Aspek Teoritis : Memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan kajian komunikasi dan ilmu sosial, khususnya yang berkaitan dengan studi persepsi generasi muda terhadap representasi pernikahan di media sosial dan memperkaya pemahaman konseptual mengenai bagaimana perempuan

Generasi Z di Kota Medan membangun dan menafsirkan persepsi mereka terhadap tren konten “pernikahan menakutkan” yang beredar di ruang digital.

2. Aspek Praktis : Bagi peneliti sebagai sarana pembelajaran akademik yang memungkinkan penerapan teori-teori yang telah dipelajari ke dalam konteks empiris di lapangan. Melalui proses penelitian ini, peneliti diharapkan dapat meningkatkan kemampuan analitis, kritis, serta pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena sosial yang berkembang di masyarakat, khususnya terkait dengan media sosial dan persepsi generasi muda serta memberikan kontribusi yang bermakna serta menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait, seperti akademisi, pendidik, orang tua, dan pengelola media digital, dalam memahami dampak narasi media sosial terhadap pandangan perempuan Generasi Z mengenai pernikahan
3. Aspek Akademis : Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu syarat menempuh ujian sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I: Pada bab ini terdiri dari latar belakang permasalahan, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: Bab ini menyajikan uraian mengenai berbagai teori yang relevan dengan implementasi kebijakan publik serta asumsi-asu.

BAB III: Bab ini memuat penjelasan mengenai metode dan jenis penelitian yang digunakan, kerangka konseptual penelitian, definisi konsep, serta proses kategorisasi yang menjadi dasar dalam pelaksanaan dan analisis penelitian.

BAB IV: Bab ini menyajikan hasil dan pembahasan yang relevan dengan studi.

BAB V: Bab ini berisi simpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *New Media*

Media baru (*new media*) dapat dipahami sebagai bentuk media yang berlandaskan pada teknologi digital dan jaringan internet, yang secara fundamental mengubah pola komunikasi dari model satu arah (*one-way communication*) menjadi lebih dialogis, interaktif, serta berbasis jaringan (*networked communication*). Transformasi ini tidak hanya berdampak pada cara informasi disampaikan, tetapi juga pada posisi pengguna dalam ekosistem media. Dalam konteks media baru, individu tidak lagi semata-mata berperan sebagai konsumen informasi, melainkan juga sebagai produsen sekaligus distributor konten melalui praktik yang dikenal sebagai *user-generated content*.

Menurut (McQuail, 2010), karakteristik utama media baru ditandai oleh proses digitalisasi, tingkat interaktivitas yang tinggi, serta konektivitas yang luas, yang memungkinkan pertukaran informasi berlangsung secara cepat, masif, dan tanpa batas geografis. Hal ini menunjukkan bahwa media baru memiliki kemampuan untuk mempercepat arus komunikasi sekaligus memperluas jangkauan penyebaran informasi dalam skala global. Sejalan dengan pandangan tersebut, (Castells, 2019) mengemukakan bahwa kemunculan media baru berkontribusi terhadap terbentuknya *network society*, yaitu suatu tatanan masyarakat yang terhubung melalui jaringan digital, di mana arus informasi memiliki kekuatan signifikan dalam membentuk opini publik, pola pikir, serta perilaku sosial.

Lebih lanjut, (Lister, 2009) mengidentifikasi sejumlah karakteristik esensial dari media baru, di antaranya adalah interaktivitas, hipertekstualitas, virtualitas, serta kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai bentuk media—seperti teks, audio, dan visual—dalam satu platform yang sama.

Dalam praktik kontemporer, berbagai platform digital seperti TikTok dan Instagram mengoptimalkan penggunaan algoritma untuk mengelola, mengkurasi, serta mendistribusikan konten berdasarkan preferensi dan perilaku pengguna. Mekanisme ini menghasilkan pengalaman yang bersifat personalisasi (*personalized experience*) dan cenderung berulang, sehingga memperkuat keterlibatan pengguna terhadap konten tertentu.

Dengan demikian, media baru tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi semata, melainkan juga berperan sebagai agen konstruksi sosial yang memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk persepsi, nilai, serta realitas sosial masyarakat. Dalam era digital, media baru menjadi kekuatan yang tidak hanya merefleksikan realitas, tetapi juga secara aktif membentuk dan merekonstruksi realitas itu sendiri melalui interaksi yang terjadi di dalamnya.

2.1.1 Teori Representase Media

Teori Representasi Media menekankan bahwa media, baik dalam bentuk konvensional maupun digital, tidak sekadar berperan sebagai saluran penyampai informasi kepada publik. Lebih dari itu, media memiliki fungsi strategis dalam membentuk cara realitas sosial dipahami, dimaknai, dan ditampilkan kepada khalayak. Realitas yang disajikan media bukanlah cerminan langsung dari

kehidupan sosial yang objektif, melainkan hasil dari proses konstruksi yang melibatkan seleksi isu, penafsiran makna, serta pengemasan pesan sesuai dengan nilai, kepentingan, dan kerangka ideologis tertentu. Dalam perspektif ini, representasi dipahami sebagai proses aktif produksi makna yang berlangsung melalui interaksi antara teks media, produsen atau pembuat konten, dan audiens sebagai pihak yang menafsirkan pesan (Hall, 1997).

Berdasarkan kerangka teoritis tersebut, dapat dipahami bahwa berbagai konten yang muncul di media, termasuk pada platform digital seperti TikTok, merupakan produk konstruksi sosial yang sarat dengan sudut pandang tertentu, bukan gambaran realitas sosial yang netral atau objektif. Cara suatu isu ditampilkan di media berkontribusi secara signifikan dalam membentuk pemahaman dan persepsi publik. Oleh karena itu, pandangan masyarakat—khususnya generasi muda—terhadap isu-isu sosial seperti pernikahan, relasi gender, serta posisi dan peran perempuan, sangat dipengaruhi oleh pola representasi yang dibangun dan direproduksi melalui media. Media, dalam hal ini, berfungsi sebagai arena simbolik tempat nilai-nilai sosial dinegosiasikan, ditegaskan, maupun dipertanyakan kembali. Adapun indikator dari teori ini adalah sebagai berikut.

a. Representase Realitas

Representase realitas menggambarkan cara media merepresentasikan fragmen-fragmen realitas sosial ke dalam bentuk simbolik, visual, maupun naratif. Dalam konteks platform TikTok, konsep *representasi realitas* tercermin melalui cara institusi pernikahan ditampilkan dalam video berdurasi singkat, baik sebagai sumber kebahagiaan, beban emosional, maupun pengalaman yang

penuh penderitaan. Proses representasi tersebut berlangsung melalui mekanisme seleksi, di mana aspek-aspek tertentu dari realitas sosial ditonjolkan, sementara elemen lainnya dikesampingkan, sehingga menghasilkan gambaran realitas yang tidak utuh dan bersifat parsial.

b. *Framing*

Framing merujuk pada proses strategis yang dilakukan media dalam mengemas dan menyajikan realitas sosial sedemikian rupa sehingga menghasilkan makna tertentu bagi audiens. Dalam konteks platform TikTok, proses pembingkaiian ini dilakukan oleh kreator konten melalui pemanfaatan berbagai unsur produksi media, seperti alur narasi, pemilihan musik latar, ekspresi visual, hingga teknik penyuntingan video. Kombinasi elemen-elemen tersebut berfungsi untuk mengarahkan penonton pada sudut pandang tertentu terhadap suatu isu. Dengan demikian, framing berperan dalam menentukan aspek mana dari realitas yang ditonjolkan, aspek mana yang diabaikan, serta bagaimana suatu peristiwa atau fenomena seharusnya ditafsirkan oleh audiens.

c. *Dominasi*

Dominasi merujuk pada bentuk kekuasaan simbolik yang dijalankan oleh media dalam menetapkan dan mereproduksi narasi-narasi yang menjadi arus utama di ruang publik. Dalam konteks platform digital seperti TikTok, dominasi tersebut dapat terwujud melalui mekanisme algoritmik yang secara konsisten memprioritaskan dan mendistribusikan jenis konten tertentu kepada pengguna. Misalnya, ketika konten yang menampilkan kegagalan pernikahan, relasi yang bersifat toksik, atau konflik rumah tangga lebih sering dimunculkan, hal ini

berpotensi membentuk hegemoni makna yang menormalisasi pandangan bahwa pernikahan identik dengan masalah dan penderitaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sistem media digital tidak hanya berperan sebagai perantara informasi, tetapi juga memiliki kapasitas untuk mengarahkan persepsi kolektif mengenai apa yang dianggap sebagai realitas sosial yang umum dan sah.

d. Penafsiran Pesan

Makna pesan media tidak selalu diterima secara seragam, melainkan dapat ditafsirkan melalui tiga posisi utama, yaitu dominant reading, ketika audiens menerima makna sebagaimana dimaksudkan oleh produsen pesan; negotiated reading, ketika audiens menyesuaikan makna tersebut dengan pengalaman, nilai, dan konteks sosial pribadinya; serta oppositional reading, ketika audiens secara sadar menolak atau menentang makna yang ditawarkan media. Dalam konteks penelitian ini, perempuan Generasi Z sebagai pengguna aktif TikTok memiliki kemungkinan untuk menafsirkan konten “scary marriage content” secara beragam. Sebagian audiens dapat menginternalisasi representasi negatif mengenai pernikahan dan memaknainya sebagai gambaran realitas yang dominan, sementara sebagian lainnya dapat bersikap lebih kritis dengan memandang konten tersebut sebagai bentuk peringatan, refleksi sosial, atau wacana alternatif yang perlu disikapi secara selektif. Perbedaan pola pemaknaan ini dipengaruhi oleh latar belakang pengalaman pribadi, nilai budaya, serta tingkat literasi media yang dimiliki oleh masing-masing individu.

2.1.2 Sosial Media

Media sosial pada dasarnya merupakan kumpulan platform berbasis daring yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi sosial antarpengguna. Kehadiran media ini menggeser pola komunikasi yang sebelumnya bersifat satu arah atau monologis di mana pesan disampaikan dari satu pihak kepada banyak audiens menjadi pola komunikasi dialogis yang bersifat timbal balik, partisipatif, dan berlangsung secara bersamaan (*many-to-many communication*) (Nurhadi, 2019).

Media sosial dapat dipahami sebagai bentuk media daring yang beroperasi dengan dukungan teknologi berbasis web, yang memungkinkan terjadinya transformasi pola komunikasi. Komunikasi yang sebelumnya bersifat satu arah dan terbatas pada penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima, kini berkembang menjadi komunikasi dua arah yang bersifat interaktif dan dialogis, di mana pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai partisipan aktif dalam proses pertukaran pesan (Naslund et al., 2020).

Media sosial merupakan media daring berbasis teknologi web yang berfungsi sebagai sarana interaksi sosial antarpengguna, di mana pola komunikasi berkembang dari yang semula bersifat satu arah menjadi komunikasi yang interaktif, dialogis, dan partisipatif. Dalam media sosial, pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pelaku aktif. Sosial media memiliki beberapa jenis, yakni sebagai berikut.

a. Facebook

Facebook merupakan salah satu platform jejaring sosial yang beroperasi secara global dan berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat. Layanan ini pertama kali diperkenalkan kepada publik pada Februari 2004. Untuk dapat mengakses dan memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia, individu diwajibkan melakukan proses pendaftaran akun terlebih dahulu, sehingga setiap pengguna memiliki identitas digital yang memungkinkan terjadinya interaksi dan pertukaran informasi di dalam platform tersebut.

b. Instagram

Instagram merupakan platform media sosial berbasis visual yang dirancang untuk memfasilitasi aktivitas berbagi foto dan video. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk merekam atau mengunggah konten visual, mengolahnya melalui berbagai fitur penyuntingan seperti filter digital, serta mendistribusikannya kepada pengguna lain baik dalam lingkungan Instagram maupun ke layanan jejaring sosial lainnya. Melalui fitur-fitur tersebut, Instagram berperan sebagai sarana komunikasi visual yang mendukung ekspresi diri dan interaksi sosial secara daring (Magdalena, 2019).

c. Twitter

Twitter merupakan salah satu platform jejaring sosial yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan media sosial lainnya, terutama pada keterbatasan panjang pesan yang dapat dipublikasikan oleh penggunanya. Melalui fitur unggahan yang dikenal sebagai tweet, pengguna awalnya hanya dapat menyampaikan status atau pendapat dalam batas maksimal 140 karakter,

sehingga mendorong penyampaian informasi yang ringkas, padat, dan langsung pada inti pesan. Karakteristik ini membentuk pola komunikasi yang cepat dan dinamis dalam pertukaran informasi di ruang digital (Cahyono, 2019).

d. Tiktok

TikTok merupakan platform media sosial yang berfokus pada distribusi video berdurasi pendek hingga menengah, yang memungkinkan pengguna untuk memproduksi, mengunggah, serta mengeksplorasi beragam konten kreatif dengan durasi sekitar 15 detik hingga 10 menit. Platform ini memanfaatkan sistem algoritma personalisasi yang menganalisis pola perilaku pengguna—seperti aktivitas menonton, menyukai, dan membagikan konten—untuk menyajikan rekomendasi video yang relevan. Mekanisme tersebut berperan penting dalam membentuk pengalaman pengguna sekaligus memengaruhi intensitas dan pola konsumsi konten di ruang digital (Valdovinos et al., 2020).

2.1.3 Persepsi

Pada dasarnya, persepsi merupakan suatu mekanisme kognitif yang dialami oleh setiap individu dalam proses memahami dan memaknai informasi yang berasal dari lingkungan sekitarnya. Proses ini melibatkan berbagai saluran indrawi, seperti penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, serta penciuman, yang secara simultan berkontribusi dalam pembentukan makna atas suatu stimulus. Pemahaman terhadap konsep persepsi menuntut kesadaran bahwa persepsi tidak bersifat objektif semata, melainkan merupakan hasil interpretasi subjektif individu terhadap suatu situasi tertentu. Dengan demikian, persepsi bukanlah representasi yang sepenuhnya akurat atas realitas, melainkan konstruksi makna yang dipengaruhi oleh

pengalaman, pengetahuan, dan kondisi psikologis seseorang. Secara esensial, persepsi berkaitan erat dengan cara individu menerima, mengolah, serta menyesuaikan informasi yang diperolehnya dengan konteks lingkungan tempat ia berada (Gressner, 2018).

Persepsi dapat dipahami sebagai kapasitas kognitif individu dalam mengolah dan menata informasi yang diperoleh melalui proses pengamatan (Anshori, 2024). Kapasitas ini mencakup kemampuan untuk membedakan karakteristik stimulus, mengelompokkan informasi berdasarkan kesamaan tertentu, serta memusatkan perhatian pada aspek-aspek yang dianggap relevan. Dengan adanya perbedaan latar belakang pengalaman, pengetahuan, dan kerangka berpikir, setiap individu berpotensi membentuk persepsi yang beragam, meskipun dihadapkan pada objek atau fenomena yang sama (Firdiansyah, 2021).

Menurut (Nurhasanah, 2017) persepsi dapat didefinisikan sebagai proses pengalaman subjektif individu terhadap objek, peristiwa, maupun hubungan antarfenomena yang terbentuk melalui kegiatan mengolah informasi yang diterima. Proses ini melibatkan kemampuan individu dalam menyimpulkan makna dari berbagai stimulus serta menafsirkan pesan yang diterima melalui indera, sehingga menghasilkan pemahaman tertentu terhadap realitas yang dihadapi.

Sedangkan (Wardani, 2020) berpendapat persepsi merupakan suatu proses psikologis yang terjadi ketika individu secara aktif menerima, menyeleksi, serta menafsirkan berbagai rangsangan yang diperoleh dari lingkungan sehingga membentuk suatu gambaran yang utuh, terstruktur, dan bermakna. Dalam konteks

ini, persepsi tidak hanya dipahami sebagai respons pasif terhadap stimulus, melainkan sebagai pengalaman kognitif yang berkaitan dengan objek maupun hubungan antarfenomena, yang terbentuk melalui proses penyimpulan informasi serta penafsiran terhadap pesan-pesan yang diterima.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan persepsi adalah proses kognitif-psikologis yang berlangsung secara aktif dan subjektif, di mana individu mengolah serta menafsirkan stimulus lingkungan melalui indera. Proses ini dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, dan kondisi psikologis, sehingga pemaknaan terhadap suatu objek atau peristiwa dapat berbeda antarindividu meskipun stimulus yang diterima sama.

Menurut (Gerbner et al., 2001) pada bukunya yang berjudul *Cultivation Processes* menjelaskan lima tahapan proses persepsi sebagai berikut:

a. Paparan (*Exposure Stage*)

Individu secara berulang terpapar pada pesan atau konten media. Semakin sering paparan terjadi, semakin besar peluang terjadinya efek kultivasi.

b. Perhatian dan Pemahaman (*Attention & Comprehension Stage*)

Individu mulai memberi perhatian dan memahami isi pesan sesuai konteks dan pengalaman pribadinya.

c. Penasifran (*Interpretation Stage*)

Individu menafsirkan isi pesan media dengan bingkai pengalaman, nilai sosial, dan kepercayaan pribadi.

d. Internalisasi (*Internalization Stage*)

Pesan media yang sering muncul dianggap mencerminkan realitas sosial, bukan sekadar hiburan.

- e. Pembentukan Persepsi dan Sikap (*Cultivation & Attitude Formation Stage*)
Akibat internalisasi berulang, terbentuk persepsi yang menetap (positif/negatif) terhadap fenomena yang digambarkan media.

Menurut (Bandura, 2001) dalam teorinya Social Cognitive Theory of Mass Communication, indikator persepsi adalah sebagai berikut.

- a. Pembentukan Makna terhadap Konten Digital

Pembentukan makna (*meaning-making*) merupakan proses ketika individu menafsirkan dan memberi arti terhadap pesan yang diterima dari media. Dalam konteks konten digital seperti TikTok, proses ini tidak bersifat pasif, melainkan aktif dan dipengaruhi oleh pengalaman, nilai, serta konteks sosial audiens.

- b. Reaksi Emosional terhadap Pesan Media

Reaksi emosional adalah respons afektif yang muncul ketika individu menerima pesan media. Dalam konteks media digital, emosi memainkan peran penting karena konten sering dikemas secara dramatis dan relatable.

2.1.4 Generasi Z

Generasi Z merujuk pada kelompok generasi yang lahir dalam rentang pertengahan 1990-an hingga sekitar tahun 2010. Generasi ini kerap disebut dengan berbagai istilah, seperti iGeneration, Net Generation, atau Generasi Internet, yang mencerminkan kedekatan mereka dengan perkembangan teknologi digital. Sejak usia dini, Generasi Z telah tumbuh dan beradaptasi dalam lingkungan yang

didominasi oleh internet, media sosial, dan perangkat digital, sehingga teknologi menjadi bagian integral dalam pola komunikasi, cara berpikir, serta aktivitas sosial mereka sehari-hari (Caraka, 2017).

Generasi Z dipandang sebagai kelompok generasi yang memiliki karakteristik khas dibandingkan generasi sebelumnya, ditandai oleh tingkat keberagaman yang tinggi serta kemampuan adaptasi yang kuat terhadap perkembangan teknologi. Kedekatan mereka dengan teknologi digital menjadikan Generasi Z lebih cakap dalam memanfaatkan perangkat dan platform digital, sehingga membentuk pola interaksi, cara berpikir, dan gaya hidup yang selaras dengan kemajuan teknologi kontemporer (Rachmawati, 2019)

Dibandingkan dengan generasi lainnya, Generasi Z memiliki peran yang relatif lebih besar dalam memengaruhi lingkungan sosial dan komunitasnya. Kondisi ini tidak terlepas dari intensitas paparan informasi dan interaksi yang mereka peroleh melalui internet. Ketika mengalami pengalaman, baik yang bersifat positif maupun negatif, Generasi Z cenderung mengekspresikan pandangan dan penilaiannya secara terbuka melalui media sosial. Praktik ini menjadikan media sosial sebagai ruang utama bagi Generasi Z untuk membangun opini, berbagi pengalaman, serta memengaruhi persepsi dan sikap orang lain di dalam komunitas digital maupun sosialnya (Rastati, 2018).

Dari beberapa pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan Generasi Z adalah kelompok generasi yang lahir pada pertengahan 1990-an hingga sekitar 2010 dan tumbuh dalam lingkungan digital. Kedekatan mereka dengan teknologi dan

media sosial membentuk pola komunikasi, cara berpikir, serta peran aktif mereka dalam memengaruhi lingkungan sosial dan digital.

Generasi Z sering digambarkan memiliki kecenderungan terhadap pola perilaku yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, antara lain tingkat kesabaran yang relatif lebih rendah serta orientasi berpikir yang cenderung instan. Beberapa kajian juga menunjukkan bahwa Generasi Z dinilai kurang memiliki dorongan ambisi jangka panjang, serta berpotensi mengalami penurunan rentang perhatian yang dipengaruhi oleh intensitas penggunaan teknologi digital. Ketergantungan yang tinggi terhadap perangkat teknologi turut dikaitkan dengan munculnya kecenderungan individualisme dan kemandirian yang kuat. Selain itu, Generasi Z kerap dipersepsikan memiliki tuntutan yang tinggi terhadap lingkungan sosial dan ekonomi, dengan orientasi yang lebih materialistis serta pandangan diri sebagai generasi yang memiliki hak dan ekspektasi besar dalam berbagai aspek kehidupan (Rachmawati, 2019).

Menurut (Rastati, 2018), Generasi Z memiliki beberapa indikator sebagai berikut:

a. Memiliki ambisi besar untuk sukses

Generasi Z umumnya memiliki orientasi yang kuat terhadap pencapaian kesuksesan, baik dalam bidang pendidikan, karier, maupun pengembangan diri. Ambisi ini dipengaruhi oleh akses informasi yang luas melalui internet, yang memungkinkan mereka melihat berbagai peluang, figur sukses, serta standar

pencapaian sejak usia dini. Hal tersebut mendorong Generasi Z untuk menetapkan target dan harapan yang relatif tinggi terhadap masa depan mereka.

b. Cenderung praktis dan berperilaku instan

Generasi Z dikenal memiliki kecenderungan untuk mengutamakan kepraktisan dan kecepatan dalam menyelesaikan permasalahan. Mereka lebih menyukai solusi yang efisien dan langsung pada inti masalah dibandingkan melalui proses yang panjang dan berbelut-larut. Karakteristik ini dipengaruhi oleh lingkungan digital yang serba cepat, di mana informasi dan jawaban dapat diperoleh secara instan melalui teknologi.

c. Generasi Z menjunjung tinggi kebebasan berekspresi dan memiliki kepercayaan diri yang tinggi.

Generasi Z sangat menjunjung tinggi nilai kebebasan, baik dalam berpendapat, berekspresi, maupun menentukan pilihan hidup. Kepercayaan diri yang tinggi membuat mereka berani menyampaikan pandangan, ide, dan identitas diri secara terbuka, khususnya melalui media sosial. Kebebasan berekspresi ini menjadi bagian penting dalam pembentukan identitas dan eksistensi diri mereka di ruang sosial dan digital.

d. Cenderung menyukai hal yang detail

Meskipun dikenal menyukai kecepatan, Generasi Z juga memiliki kecenderungan untuk memperhatikan detail, terutama dalam mencermati isu, informasi, atau fenomena yang dianggap relevan dengan kepentingannya. Kemampuan ini didukung oleh kebiasaan mengakses berbagai sumber

informasi digital, sehingga mereka relatif kritis dan teliti dalam menilai keakuratan maupun makna suatu informasi.

e. Memiliki keinginan besar untuk mendapatkan pengakuan

Sebagaimana individu pada umumnya, Generasi Z memiliki kebutuhan akan pengakuan sosial atas usaha, kerja keras, dan kompetensi yang mereka miliki. Namun, pada Generasi Z, kebutuhan ini sering kali diekspresikan secara terbuka melalui media sosial, seperti dengan membagikan pencapaian atau hasil kerja. Pengakuan tersebut berperan penting dalam membangun rasa percaya diri dan harga diri mereka.

Selain itu, generasi Z memiliki karakteristik, menurut (Pujiono, 2021) karakteristik generasi Z adalah sebagai berikut:

a. *Multi Tasking*

Generasi Z menunjukkan kecenderungan untuk melakukan beberapa aktivitas secara simultan dalam menyelesaikan pekerjaan. Pola ini tercermin dari kebiasaan mereka mengombinasikan penggunaan berbagai perangkat dan platform digital, seperti mengerjakan tugas menggunakan komputer sambil mendengarkan musik melalui layanan daring, serta mengakses media sosial di gawai bersamaan dengan pencarian referensi akademik. Kebiasaan multitasking tersebut mencerminkan kemampuan adaptasi Generasi Z terhadap lingkungan digital yang serba terintegrasi, sekaligus membentuk cara kerja yang dinamis dalam menyelesaikan tugas.

b. Teknologi

Generasi Z merupakan kelompok generasi yang menunjukkan tingkat ketergantungan yang relatif tinggi terhadap teknologi digital, khususnya teknologi berbasis internet. Teknologi tersebut tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi bagian penting dalam aktivitas komunikasi, pencarian informasi, pembelajaran, serta penyelesaian berbagai kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari.

c. Audio Visual

Generasi Z cenderung memiliki preferensi yang lebih kuat terhadap konten berbasis audio dan visual dibandingkan dengan teks atau tulisan semata. Oleh karena itu, bentuk penyajian informasi seperti gambar, video, grafis, serta berbagai format audio-visual lainnya lebih diminati, karena dinilai lebih menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan pola konsumsi informasi mereka di lingkungan digital.

d. Terbuka

Generasi Z dikenal memiliki tingkat keterbukaan yang tinggi terhadap berbagai hal baru serta rasa ingin tahu yang kuat terhadap perkembangan dan inovasi yang muncul di lingkungan sekitarnya. Sikap ini mendorong mereka untuk secara aktif mengeksplorasi dan mencoba pengalaman, gagasan, maupun teknologi baru sebagai bagian dari proses pembelajaran dan adaptasi terhadap perubahan.

e. Kritis

Dengan dukungan teknologi digital yang selalu berada dalam genggaman, Generasi Z memiliki kemudahan untuk mengakses informasi dari berbagai sumber secara cepat dan tidak terbatas. Akses yang beragam tersebut mendorong mereka untuk membandingkan berbagai perspektif, sehingga membentuk sikap yang relatif lebih kritis dalam menyaring, memahami, dan menilai informasi yang diperoleh.

f. Kreatif

Akses yang luas terhadap berbagai informasi dan pengetahuan melalui perangkat digital yang dimiliki mendorong Generasi Z untuk mengembangkan tingkat kreativitas yang relatif tinggi. Paparan terhadap beragam ide, referensi, dan konten digital tersebut memungkinkan Generasi Z untuk menghasilkan gagasan baru serta mengekspresikannya secara inovatif dalam berbagai bentuk.

g. Inovatif

Generasi Z cenderung menunjukkan sikap kritis terhadap kondisi yang ada dan tidak mudah merasa puas dengan keadaan saat ini. Ketidakpuasan tersebut mendorong mereka untuk mencari alternatif serta mengembangkan berbagai bentuk inovasi sebagai upaya memperbaiki, menyesuaikan, atau menciptakan solusi baru yang lebih relevan dengan kebutuhan dan tantangan zaman.

h. Kolaborasi

Generasi Z cenderung mengedepankan pendekatan kolaboratif dalam menghadapi dan menyelesaikan berbagai permasalahan, khususnya melalui kerja sama dengan sesama anggota generasinya. Dibandingkan dengan pola

persaingan yang bersifat individual, kolaborasi dinilai lebih efektif karena memungkinkan pertukaran ide, pembagian peran, serta pemanfaatan beragam kemampuan secara kolektif

2.1.5 Tren

Dalam kajian ilmiah kontemporer, tren dipahami sebagai suatu pola perubahan yang bersifat konsisten dan dapat diidentifikasi melalui pengamatan empiris terhadap perilaku sosial, perkembangan teknologi, dinamika ekonomi, maupun perubahan budaya dalam kurun waktu tertentu. Tren mencerminkan keteraturan dalam perubahan tersebut, sehingga dapat dianalisis dan diprediksi berdasarkan data serta fenomena yang berulang (Castells, 2019)

Lebih lanjut, tren menggambarkan arah pergerakan sosial yang terjadi di masyarakat, baik yang menunjukkan kecenderungan meningkat atau baru berkembang (*emerging*), berada pada kondisi relatif stabil, maupun yang mengalami penurunan (*declining*). Dengan demikian, tren berfungsi sebagai indikator untuk memahami dinamika perubahan sosial dalam suatu periode tertentu.

Tren tidak dapat dimaknai semata-mata sebagai fenomena yang bersifat populer atau sementara. Sebaliknya, tren merupakan representasi dari perubahan struktural yang lebih mendalam, mencakup transformasi nilai-nilai sosial, pola gaya hidup, serta sistem dan tatanan sosial yang membentuk perilaku masyarakat secara kolektif.

Tren dalam media digital terbentuk sebagai hasil dari interaksi antara pola partisipasi pengguna melalui produksi konten buatan pengguna (*user-generated content*) dan mekanisme algoritmik yang diterapkan oleh platform digital. Aktivitas

pengguna, seperti membuat, membagikan, serta merespons konten, secara kolektif membentuk kecenderungan tertentu yang kemudian diperkuat oleh sistem algoritme.

Algoritme platform berperan dalam menyaring, mengurutkan, dan mendistribusikan konten berdasarkan tingkat keterlibatan pengguna, sehingga topik-topik tertentu memperoleh visibilitas yang lebih tinggi dibandingkan topik lainnya. Proses ini menyebabkan tren tidak hanya muncul secara organik dari aktivitas pengguna, tetapi juga dikonstruksi dan dipertahankan melalui logika teknologis yang mengatur arus informasi di ruang digital (Tuten, 2020).

2.1.6 Konten

Secara umum, konten dapat dipahami sebagai keseluruhan bentuk informasi, pesan, maupun pengalaman simbolik yang dikomunikasikan melalui suatu media dengan tujuan tertentu. Konten berfungsi sebagai sarana utama dalam proses komunikasi dan dapat disajikan dalam berbagai format, seperti teks tertulis, visual statis, audiovisual, suara, maupun perpaduan dari berbagai elemen tersebut, tergantung pada karakteristik media dan kebutuhan komunikasi.

Dalam konteks media digital, konten merujuk pada materi komunikasi yang diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi melalui platform daring. Konten digital tidak hanya berperan dalam menyampaikan informasi, tetapi juga dalam membangun nilai, menyebarluaskan gagasan, serta memberikan hiburan kepada audiens yang dituju. Selain itu, konten digital dirancang agar sesuai dengan karakteristik audiens dan mekanisme platform, sehingga memiliki potensi untuk

menjangkau khalayak yang lebih luas serta mendorong interaksi dan partisipasi pengguna (McQuail, 2020).

Konten berperan sebagai instrumen strategis dalam praktik komunikasi pemasaran digital yang difungsikan untuk menciptakan dan memelihara hubungan antara organisasi atau merek dengan audiensnya. Melalui penyampaian pesan yang memiliki nilai informatif, persuasif, dan relevan dengan kebutuhan audiens, konten menjadi sarana utama dalam membangun keterlibatan (*engagement*) serta kepercayaan jangka panjang.

Dalam konteks pemasaran digital, konten tidak hanya berorientasi pada promosi produk atau jasa semata, tetapi juga dirancang untuk memberikan manfaat yang bermakna bagi audiens, seperti pengetahuan, solusi atas permasalahan, maupun pengalaman emosional. Dengan demikian, konten berkontribusi secara signifikan dalam membentuk persepsi merek dan memperkuat hubungan komunikasi yang berkelanjutan antara pemasar dan audiens di ruang digital (Tuten, 2020).

Konten dapat dipahami sebagai wujud pesan komunikasi yang dirancang dan dikonstruksi secara sistematis melalui strategi tertentu dengan tujuan memengaruhi cara pandang, sikap, maupun tindakan audiens sasaran. Dalam proses pembentukannya, konten tidak disusun secara acak, melainkan mempertimbangkan aspek tujuan komunikasi, karakteristik khalayak, serta konteks media yang digunakan.

Dalam ranah komunikasi publik maupun pemasaran, konten berfungsi sebagai instrumen persuasif yang mampu membentuk opini publik dan mendorong perubahan perilaku. Oleh karena itu, efektivitas konten sangat ditentukan oleh ketepatan pesan, relevansi dengan kebutuhan audiens, serta kemampuan konten dalam membangun makna dan interpretasi yang sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai (Tuten, 2020).

Menurut (Castells, 2009) konten pada sosial media memiliki sejumlah peran strategis, antara lain:

- a. Membangun identitas merek dan personal branding, yakni sebagai sarana untuk membentuk, memperkuat, dan mengelola citra serta reputasi baik organisasi maupun individu di ruang publik digital.
- b. Mendorong interaksi sosial dan pembentukan komunitas digital, di mana platform digital memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang intensif serta terciptanya jejaring sosial berbasis minat dan nilai bersama.
- c. Membentuk opini publik dan memengaruhi perilaku sosial, melalui penyebaran pesan, narasi, dan wacana yang secara berkelanjutan membingkai cara pandang serta tindakan masyarakat.
- d. Berfungsi sebagai alat riset sosial dan politik, khususnya melalui pemanfaatan data digital yang dihasilkan dari aktivitas pengguna, yang dapat dianalisis untuk memahami dinamika sosial, preferensi politik, dan pola perilaku masyarakat.
- e. Meningkatkan literasi serta keterlibatan masyarakat, baik dalam aspek informasi, media, maupun digital, sehingga masyarakat menjadi lebih aktif, kritis, dan partisipatif dalam proses komunikasi di ruang publik.

BAB III

METODE PENELITIAN

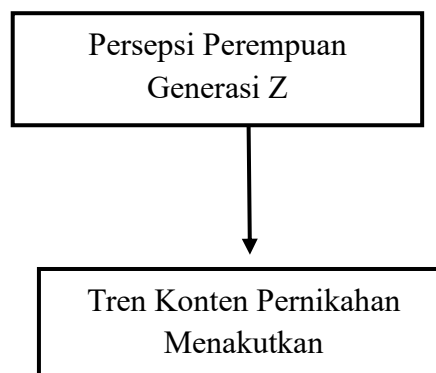
3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, penelitian kualitatif dipilih karena untuk memahami makna, persepsi, serta pengalaman subjektif informan secara komprehensif dan mendalam, bukan pada pengujian hubungan antarvariabel atau pengukuran data secara statistik. Penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena komunikasi melalui pengumpulan data yang terdiri dari wawancara, pengamatan, dan analisis teks (Faustyna, 2023).

Menurut (Sugiyono, 2018) penelitian kualitatif adalah Pendekatan penelitian ini dirancang untuk memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam mengenai suatu fenomena sosial atau perilaku manusia, dengan menekankan perspektif dan pengalaman partisipan itu sendiri.

3.2 Kerangka Konsep

Gambar 3.1 Kerangka Konseptual



Sumber : Skala Peneliti, 2026

Konten pernikahan yang menyoroti pengalaman-pengalaman negatif, seperti konflik dalam rumah tangga maupun kegagalan dalam membina pernikahan, berpotensi memengaruhi konstruksi makna perempuan Generasi Z terhadap institusi pernikahan. Paparan yang berulang terhadap narasi semacam ini dapat membentuk cara pandang yang kurang positif, yang tercermin dalam munculnya perasaan takut, keraguan, hingga kecenderungan untuk menghindari pernikahan. Oleh karena itu, kerangka konseptual ini menegaskan bahwa dinamika dan tren konten yang berkembang di media memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi dan sikap generasi muda terhadap pernikahan sebagai sebuah institusi sosial.

3.3 Defenisi Konsep

Definisi konsep merupakan penjelasan yang konkret dan terukur mengenai suatu variabel penelitian, sehingga variabel tersebut dapat diamati, diukur, dan dianalisis secara sistematis dalam konteks penelitian. Dengan kata lain, definisi operasional berfungsi untuk menerjemahkan konsep atau variabel yang bersifat abstrak menjadi indikator yang jelas, spesifik, dan dapat diidentifikasi secara nyata, sehingga memudahkan peneliti dalam pengumpulan data, pengolahan informasi, serta penafsiran hasil penelitian. Pendekatan ini penting agar variabel yang dikaji tidak sekadar bersifat konseptual, tetapi juga dapat diuji dan dibandingkan secara empiris.

- a. Persepsi merupakan suatu proses psikologis yang terjadi ketika individu secara aktif menerima, menyeleksi, serta menafsirkan berbagai rangsangan yang diperoleh dari lingkungan sehingga membentuk suatu gambaran yang utuh,

terstruktur, dan bermakna. Dalam konteks ini, persepsi tidak hanya dipahami sebagai respons pasif terhadap stimulus, melainkan sebagai pengalaman kognitif yang berkaitan dengan objek maupun hubungan antarfenomena, yang terbentuk melalui proses penyimpulan informasi serta penafsiran terhadap pesan-pesan yang diterima.

- b. Media sosial pada dasarnya merupakan kumpulan platform berbasis daring yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi sosial antarpengguna
- c. Generasi Z adalah kelompok generasi yang lahir pada pertengahan 1990-an hingga sekitar 2010 dan tumbuh dalam lingkungan digital.

3.3 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi dalam penelitian dapat dipahami sebagai upaya sistematis untuk mengelompokkan data ke dalam sejumlah kategori berdasarkan kesamaan makna, tema, maupun karakteristik tertentu. Dalam konteks penelitian ini, kategorisasi penelitian disajikan secara rinci dalam bentuk tabel di bawah berikut ini.

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

No	Konsep Teoritis	Indikator
1.	Persepsi Perempuan Generasi Z Terhadap Tren Konten Pernikahan Menakutkan Di Media Sosial	<ul style="list-style-type: none"> - Pembentukan makna terhadap konten digital - Reaksi emosional terhadap pesan media
2	Teori Representasi Media	<ul style="list-style-type: none"> • Representasi realitas pernikahan di media sosial • <i>Framing</i> ketakutan terhadap pernikahan • Dominasi narasi negatif tentang pernikahan • Penafsiran pesan (Perempuan Gen Z)

3.4 Informan atau Narasumber

Informan dalam penelitian ini ditetapkan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu metode pemilihan informan yang didasarkan pada kriteria tertentu yang dipandang relevan dengan tujuan dan fokus penelitian. Kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Perempuan dengan rentang usia 18–26 tahun yang termasuk dalam kategori Generasi Z.
- b. Bertempat tinggal atau berdomisili di Kota Medan.
- c. Memiliki intensitas penggunaan media sosial minimal tiga jam dalam satu hari.
- d. Pernah terpapar, melihat, atau mengikuti tren konten pernikahan menakutkan di media sosial.

Jumlah informan yang dilibatkan dalam penelitian ini berkisar antara empat hingga enam orang. Penentuan jumlah tersebut bersifat fleksibel dan disesuaikan dengan tingkat kejenuhan data (data saturation), yaitu kondisi ketika data yang diperoleh telah berulang dan tidak lagi memberikan informasi atau temuan baru yang signifikan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi beberapa metode yang disesuaikan dengan tujuan dan karakteristik penelitian.

- a. Observasi

Observasi adalah mengamati secara langsung objek penelitian guna memperoleh gambaran faktual mengenai fenomena yang diteliti. Melalui

observasi, peneliti dapat mencermati kondisi, perilaku, serta situasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian secara lebih mendalam dan kontekstual.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung antara peneliti dan informan untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai pandangan, pengalaman, dan persepsi informan terhadap fenomena yang diteliti.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data dilakukan dengan menghimpun berbagai dokumen yang relevan dengan fenomena yang diteliti, antara lain berupa tangkapan layar konten media sosial, komentar atau respons pengguna, serta artikel-artikel pendukung yang berkaitan. Data dokumentasi tersebut digunakan untuk memperkaya dan melengkapi temuan penelitian, sehingga peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai konteks dan dinamika fenomena yang dikaji.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada model analisis interaktif yang dikemukakan oleh (Miles, 2014) yang terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu sebagai berikut:

a. Reduksi data

Proses menyeleksi, memusatkan perhatian, serta menyederhanakan data mentah yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi agar sesuai dengan fokus penelitian.

b. Penyajian data

Tahap penyusunan data yang telah direduksi ke dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, maupun bagan, sehingga memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi pola dan keterkaitan antar data.

c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi, merupakan proses penafsiran makna data yang telah disajikan, disertai dengan upaya pengujian dan pengaitan temuan dengan landasan teori serta tujuan penelitian untuk memastikan validitas kesimpulan yang dihasilkan.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Januari 2026 sampai dengan selesai. Adapun lokasinya berada di Kota Medan, Sumatera Utara

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah persepsi perempuan Generasi Z di Kota Medan terhadap tren konten pernikahan menakutkan di media sosial. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana perempuan Generasi Z memaknai, menilai, dan merespons konten-konten pernikahan yang menampilkan narasi negatif, seperti konflik rumah tangga, ketidakbahagiaan dalam pernikahan, perselingkuhan, perceraian, maupun beban peran dalam kehidupan berumah tangga.

Perempuan Generasi Z yang menjadi objek penelitian didefinisikan sebagai individu berjenis kelamin perempuan yang lahir pada rentang tahun Generasi Z dan berdomisili di Kota Medan. Kelompok ini dipilih karena merupakan generasi yang tumbuh dan berkembang seiring pesatnya penggunaan media sosial, sehingga memiliki tingkat keterpaparan yang tinggi terhadap berbagai bentuk konten digital, termasuk konten pernikahan.

Media sosial dalam penelitian ini dipahami sebagai platform digital yang memungkinkan pengguna untuk mengakses, mengonsumsi, dan berinteraksi dengan konten audio-visual maupun teks, seperti unggahan video, gambar, dan narasi yang berkaitan dengan pernikahan. Adapun yang dimaksud dengan tren konten pernikahan menakutkan adalah konten yang secara dominan menampilkan sisi problematis atau negatif dari pernikahan dan berpotensi menimbulkan rasa takut, kecemasan, atau keraguan terhadap institusi pernikahan

Dengan demikian, objek penelitian ini tidak hanya terbatas pada individu perempuan Generasi Z sebagai subjek, tetapi juga mencakup fenomena sosial berupa tren konten pernikahan di media sosial yang memengaruhi pembentukan persepsi, sikap, dan pandangan mereka terhadap pernikahan. Deskripsi objek penelitian ini menjadi dasar untuk memahami konteks penelitian serta arah analisis yang dilakukan pada bab selanjutnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Pembentukan Makna Terhadap Konten Pernikahan Menakutkan

Berdasarkan temuan hasil wawancara, para informan memaknai konten “pernikahan menakutkan” sebagai representasi yang menonjolkan aspek-aspek problematis dalam kehidupan rumah tangga. Konten tersebut dipersepsikan menggambarkan berbagai dinamika negatif, seperti kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), perselingkuhan, tekanan ekonomi, konflik antaranggota keluarga, serta ketimpangan peran antara pasangan dalam relasi pernikahan. Dengan demikian, konten tersebut tidak sekadar dipahami sebagai narasi hiburan, melainkan sebagai gambaran mengenai potensi risiko yang dapat muncul dalam kehidupan berumah tangga.

Sebagian besar informan berpendapat bahwa konten tersebut memiliki fungsi ganda, yakni selain sebagai media hiburan, juga sebagai bentuk representasi realitas sosial yang terjadi di masyarakat. Namun demikian, terdapat pula pandangan kritis dari sebagian informan yang menilai bahwa konten tersebut tidak sepenuhnya merefleksikan realitas secara komprehensif. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan konten digital yang lebih menekankan pada aspek-aspek ekstrem dan dramatis, sehingga berpotensi menciptakan bias dalam pemaknaan terhadap institusi pernikahan.

Lebih lanjut, konstruksi makna yang dibentuk oleh para informan terhadap konten tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam dua pola utama. Pertama, makna negatif, yaitu ketika pernikahan dipersepsikan sebagai institusi yang sarat dengan risiko, menimbulkan ketakutan, dan berpotensi menghadirkan penderitaan bagi individu yang menjalaninya. Kedua, makna reflektif, yakni ketika konten tersebut dimaknai sebagai bentuk peringatan atau sarana pembelajaran yang mendorong individu untuk lebih mempersiapkan diri sebelum memasuki jenjang pernikahan, baik dari aspek kesiapan mental, stabilitas finansial, maupun ketepatan dalam memilih pasangan hidup.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perempuan Generasi Z tidak bersifat pasif dalam menerima pesan-pesan media, melainkan secara aktif melakukan proses interpretasi dan negosiasi makna terhadap informasi yang mereka konsumsi. Proses ini menunjukkan bahwa persepsi yang terbentuk merupakan hasil dari interaksi yang kompleks antara paparan media dengan pengalaman personal, sistem nilai, serta pengetahuan yang dimiliki oleh masing-masing individu (Agustina, 2020).

4.1.2 Reaksi Emosional Terhadap Konten

Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan terhadap konten bertema “pernikahan menakutkan” memunculkan beragam respons emosional pada para informan. Reaksi yang paling dominan meliputi perasaan takut, kecemasan, keraguan, keterkejutan (*shock*), serta kecenderungan untuk berpikir berlebihan (*overthinking*) terkait gambaran kehidupan pernikahan di masa mendatang. Variasi

emosi tersebut mencerminkan adanya keterlibatan afektif yang cukup kuat dalam proses penerimaan pesan media.

Pada tahap awal paparan, informan umumnya mengalami keterkejutan ketika pertama kali mengakses konten tersebut. Hal ini terutama disebabkan oleh munculnya informasi mengenai realitas kehidupan pernikahan yang sebelumnya tidak mereka ketahui atau bayangkan. Seiring dengan meningkatnya frekuensi dan intensitas paparan, respons emosional tersebut mengalami perkembangan, dari sekadar keterkejutan menjadi kecemasan yang lebih mendalam serta meningkatnya kewaspadaan terhadap berbagai potensi risiko dalam kehidupan rumah tangga.

Meskipun demikian, tidak seluruh respons emosional yang muncul bersifat negatif. Sejumlah informan justru mengungkapkan bahwa konten tersebut berperan dalam meningkatkan kesadaran serta kehati-hatian mereka dalam memandang institusi pernikahan. Dalam konteks ini, emosi yang timbul dapat dipahami sebagai mekanisme adaptif yang mendorong individu untuk melakukan refleksi diri, berpikir secara lebih matang, serta mengembangkan pandangan yang lebih realistis terhadap kehidupan pernikahan (Gerbner et al., 2001).

Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam memengaruhi dimensi afektif individu, yang selanjutnya berkontribusi terhadap pembentukan persepsi dan sikap. Hal tersebut sejalan dengan perspektif teori kultivasi, yang menyatakan bahwa paparan media secara berulang dan berkelanjutan dapat membentuk cara pandang individu terhadap realitas sosial, termasuk dalam hal memaknai institusi pernikahan.

4.1.3 Pengaruh Terhadap Cara Pandang Pernikahan

Berdasarkan hasil wawancara, dapat diidentifikasi bahwa paparan terhadap konten bertema “pernikahan menakutkan” memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap konstruksi cara pandang informan dalam memaknai institusi pernikahan. Meskipun demikian, pengaruh tersebut tidak secara langsung mendorong informan untuk menolak atau menghindari pernikahan sebagai pilihan hidup.

Sebaliknya, mayoritas informan tetap memandang pernikahan sebagai aspek penting dalam kehidupan, namun dengan pendekatan yang lebih rasional, kritis, dan penuh pertimbangan. Paparan konten tersebut justru mendorong munculnya sikap kehati-hatian, khususnya dalam hal pemilihan pasangan, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya kesiapan diri sebelum memasuki jenjang pernikahan, baik dari segi emosional, finansial, maupun kesiapan mental (Hakim et al., 2025).

Lebih lanjut, temuan penelitian ini juga menunjukkan adanya pergeseran orientasi dalam memandang pernikahan. Jika sebelumnya pernikahan cenderung dipersepsikan sebagai sesuatu yang ideal, harmonis, dan identik dengan kebahagiaan, maka setelah terpapar konten tersebut, informan mulai memahami pernikahan sebagai sebuah institusi sosial yang kompleks, dinamis, dan sarat dengan tanggung jawab serta potensi konflik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten “pernikahan menakutkan” tidak hanya berperan dalam memengaruhi persepsi informan secara

permukaan, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk pola pikir, kerangka pertimbangan, serta strategi individu dalam merencanakan masa depan. Hal ini terutama terlihat dalam cara informan mempersiapkan diri dan mengambil keputusan terkait pernikahan secara lebih matang dan reflektif.

4.2 Analisis Berdasarkan Teori Representasi Media

4.2.1 Representasi Realitas Pernikahan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diidentifikasi bahwa media sosial cenderung membingkai institusi pernikahan sebagai ruang yang dipenuhi oleh konflik, tekanan, serta berbagai risiko. Konstruksi tersebut hadir melalui beragam konten yang menyoroti pengalaman-pengalaman negatif dalam kehidupan rumah tangga, seperti perselisihan pasangan, ketidakstabilan ekonomi, maupun dinamika relasi yang tidak seimbang. Pola penyajian semacam ini secara tidak langsung membentuk kecenderungan persepsi bahwa pernikahan identik dengan permasalahan yang kompleks.

Meskipun demikian, representasi yang ditampilkan oleh media sosial tersebut tidak dapat dianggap sebagai cerminan realitas yang utuh. Media pada dasarnya melakukan proses seleksi terhadap informasi, dengan lebih menonjolkan aspek-aspek yang dinilai memiliki daya tarik tinggi, nilai dramatis, serta potensi untuk menarik perhatian audiens. Akibatnya, gambaran yang dihasilkan menjadi parsial, cenderung bias, dan tidak sepenuhnya merepresentasikan keragaman pengalaman pernikahan yang sesungguhnya.

Dalam konteks ini, teori representasi media yang dikemukakan oleh Stuart Hall memberikan landasan konseptual untuk memahami fenomena tersebut. Hall

menegaskan bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai reflektor realitas, melainkan juga sebagai agen yang secara aktif mengonstruksi realitas melalui proses seleksi, penekanan, serta interpretasi terhadap suatu peristiwa atau fenomena sosial. Dengan demikian, realitas pernikahan yang dikonsumsi oleh para informan pada dasarnya merupakan realitas yang telah melalui proses konstruksi media, sehingga tidak dapat disamakan dengan realitas empiris yang bersifat objektif dan menyeluruh (Hall, 1997)

4.2.2 Framing Ketakutan Terhadap Pernikahan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten bertema “pernikahan menakutkan” kerap dikonstruksi melalui penerapan teknik *framing* tertentu yang secara sengaja menonjolkan aspek-aspek negatif dari kehidupan pernikahan. Proses pembingkaiannya ini diwujudkan melalui penggunaan berbagai elemen, seperti narasi yang bersifat dramatis, visual yang memicu respons emosional, serta pemilihan kasus-kasus ekstrem, misalnya kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) dan perselingkuhan yang memiliki daya tarik tinggi bagi audiens.

Selain itu, strategi penyajian konten juga diperkuat dengan penggunaan musik latar yang mendukung suasana emosional, *caption* yang bersifat provokatif, serta alur cerita yang dirancang untuk menggugah empati atau keterlibatan perasaan penonton. Kombinasi elemen-elemen tersebut berfungsi tidak hanya untuk menarik perhatian, tetapi juga untuk membangun intensitas pengalaman emosional audiens dalam mengonsumsi konten.

Lebih jauh, teknik *framing* ini berimplikasi pada cara audiens dalam memahami dan menafsirkan pesan yang disampaikan. Pembingkaiannya yang

menitikberatkan pada sisi negatif secara tidak langsung mengarahkan audiens pada konstruksi makna tertentu, sehingga pernikahan cenderung dipersepsikan sebagai institusi yang menakutkan, penuh risiko, dan rentan terhadap konflik (Hall, 1997).

Dengan demikian, temuan ini menegaskan bahwa *framing* memiliki peran yang sangat signifikan dalam proses pembentukan makna di tingkat audiens. Cara suatu realitas disajikan oleh media tidak hanya memengaruhi apa yang dipahami oleh audiens, tetapi juga bagaimana mereka memaknai dan merespons fenomena tersebut dalam konteks kehidupan sosial mereka.

4.2.3 Dominasi Narasi Negatif

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa narasi bernuansa negatif mengenai pernikahan cenderung lebih dominan dibandingkan narasi positif di media sosial. Dominasi ini tidak terlepas dari karakteristik konten negatif yang umumnya lebih mampu membangkitkan emosi, bersifat kontroversial, serta memiliki daya tarik tinggi dalam menarik perhatian audiens. Konten dengan muatan emosional yang kuat cenderung lebih mudah diingat dan dibagikan, sehingga memperluas jangkauan serta intensitas penyebarannya di ruang digital.

Di sisi lain, mekanisme algoritma media sosial turut berperan dalam memperkuat dominasi tersebut. Algoritma dirancang untuk memprioritaskan konten yang memiliki tingkat interaksi tinggi, seperti jumlah tayangan, komentar, *likes*, dan *shares*. Dalam konteks ini, konten yang memicu respons emosional—seperti kemarahan, kesedihan, atau ketakutan—cenderung memperoleh keterlibatan yang lebih besar dari pengguna, sehingga lebih sering ditampilkan pada

beranda atau *feed*. Akibatnya, pengguna menjadi lebih sering terpapar pada konten dengan narasi negatif secara berulang.

Dominasi narasi negatif tersebut berpotensi membentuk persepsi kolektif di kalangan audiens bahwa pernikahan identik dengan konflik, tekanan, dan penderitaan. Jika berlangsung secara terus-menerus, kondisi ini dapat menghasilkan konstruksi realitas sosial yang bias, di mana aspek-aspek positif dari pernikahan menjadi terabaikan. Dalam jangka panjang, fenomena ini berimplikasi pada perubahan cara pandang generasi muda terhadap institusi pernikahan, yang tidak lagi dipersepsikan secara idealistik, melainkan sebagai entitas yang kompleks dan sarat risiko (Hall, 1997).

4.2.4 Penafsiran Pesan Oleh Informan

Berdasarkan hasil wawancara, dapat diidentifikasi bahwa para informan menunjukkan variasi dalam cara menafsirkan konten bertema “pernikahan menakutkan”. Sebagian informan cenderung menerima pesan yang disampaikan sebagai representasi realitas sosial yang benar-benar terjadi, sementara sebagian lainnya mengambil posisi yang lebih kritis dengan melakukan proses seleksi dan evaluasi terhadap isi konten sebelum memaknainya. Perbedaan ini mencerminkan adanya keragaman dalam latar belakang pengalaman, nilai, serta tingkat literasi media yang dimiliki oleh masing-masing individu.

Lebih lanjut, mayoritas informan berada pada posisi *negotiated reading*, yaitu suatu bentuk penerimaan pesan yang bersifat parsial. Dalam posisi ini, individu tidak sepenuhnya menerima maupun menolak pesan media, melainkan

mengakomodasi bagian-bagian tertentu yang dianggap relevan, sambil tetap menyesuaikannya dengan pengalaman personal, sistem nilai, serta kerangka berpikir yang dimiliki. Dengan kata lain, proses pemaknaan berlangsung secara dinamis melalui negosiasi antara pesan yang diterima dan konteks subjektif individu (Hall, 1997).

Temuan ini menunjukkan bahwa perempuan Generasi Z tidak dapat diposisikan sebagai audiens yang pasif dalam mengonsumsi media. Sebaliknya, mereka memiliki kapasitas untuk melakukan interpretasi secara aktif, reflektif, dan selektif terhadap berbagai informasi yang mereka terima. Oleh karena itu, makna yang terbentuk atas suatu konten tidak semata-mata ditentukan oleh pesan media itu sendiri, melainkan merupakan hasil dari interaksi yang kompleks antara konstruksi pesan media dengan proses kognitif, pengalaman, serta nilai-nilai yang dianut oleh individu.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi

Paparan yang berulang terhadap konten bertema “pernikahan menakutkan” terbukti memberikan kontribusi signifikan dalam proses pembentukan persepsi di kalangan perempuan Generasi Z. Intensitas konsumsi konten semacam ini memungkinkan terjadinya internalisasi makna secara bertahap, sehingga memengaruhi cara individu dalam memandang dan menilai institusi pernikahan. Semakin sering individu terpapar pada narasi tertentu, semakin besar pula kemungkinan narasi tersebut membentuk kerangka berpikir dan asumsi dasar yang digunakan dalam memahami realitas sosial (Gerbner et al., 2001).

Dalam konteks ini, media sosial tidak lagi dapat diposisikan semata-mata sebagai sarana penyebaran informasi, melainkan juga berfungsi sebagai agen sosialisasi yang memiliki peran strategis dalam membentuk konstruksi pengetahuan dan persepsi individu. Melalui proses interaksi yang intens dan berkelanjutan dengan berbagai konten digital, media sosial turut berkontribusi dalam membangun cara pandang, nilai, serta pemaknaan individu terhadap berbagai fenomena sosial, termasuk dalam memahami kompleksitas institusi pernikahan.

4.3.2 Tiktok Sebagai Agen Konstruksi Sosial

TikTok sebagai salah satu platform digital yang dominan memiliki peran signifikan dalam proses distribusi sekaligus penguatan narasi tertentu melalui mekanisme algoritmik yang digunakannya. Algoritma pada platform ini dirancang untuk mengkurasi dan menampilkan konten berdasarkan tingkat interaksi pengguna, seperti jumlah tayangan, *likes*, komentar, dan *shares*, sehingga konten yang memperoleh respons tinggi akan lebih sering direkomendasikan kepada audiens yang lebih luas. (Castells, 2019)

Dalam konteks ini, konten yang mencapai status viral tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk persepsi kolektif di kalangan pengguna. Paparan yang berulang terhadap konten yang sama atau serupa dapat menciptakan kesan seolah-olah narasi tersebut merupakan gambaran umum dari realitas sosial. Akibatnya, konstruksi makna yang terbentuk tidak lagi bersifat individual semata, melainkan berkembang menjadi pemahaman bersama yang dianggap sebagai representasi realitas yang lazim atau dominan di masyarakat.

4.3.3 Dinamika Persepsi Perempuan Gen Z

Persepsi perempuan Generasi Z terhadap suatu fenomena tidak bersifat statis, melainkan dinamis dan terus berkembang seiring dengan berbagai faktor yang memengaruhinya. Faktor-faktor tersebut meliputi pengalaman pribadi yang membentuk kerangka berpikir individu, lingkungan sosial yang memberikan pengaruh normatif dan kultural, serta tingkat literasi media yang menentukan kemampuan individu dalam memahami, mengevaluasi, dan mengkritisi informasi yang diterima.

Keberagaman faktor tersebut menyebabkan munculnya variasi dalam proses pemaknaan terhadap konten yang sama. Dengan kata lain, setiap individu memiliki kecenderungan untuk menafsirkan pesan media secara berbeda, tergantung pada latar belakang pengalaman, nilai, serta kapasitas kognitif yang dimilikinya. Oleh karena itu, makna yang terbentuk tidak bersifat tunggal atau universal, melainkan plural dan kontekstual, mencerminkan kompleksitas interaksi antara individu dengan lingkungan sosial dan media yang dikonsumsinya (Rachmawati, 2019).

4.3.4 Implikasi Terhadap Pandangan Pernikahan

Konten bertema “pernikahan menakutkan” memiliki implikasi yang bersifat multidimensional dan tidak dapat dipahami secara sederhana. Di satu sisi, keberadaan konten tersebut berkontribusi positif dalam meningkatkan kesadaran individu terhadap berbagai dinamika dan tantangan dalam kehidupan pernikahan. Paparan terhadap narasi-narasi tersebut mendorong individu untuk lebih reflektif,

mempersiapkan diri secara lebih matang, serta mempertimbangkan aspek-aspek penting seperti kesiapan emosional, stabilitas ekonomi, dan kualitas relasi sebelum mengambil keputusan untuk menikah (Bandura, 2001)

Namun demikian, di sisi lain, konten tersebut juga berpotensi menimbulkan dampak negatif, terutama dalam bentuk munculnya rasa takut, kecemasan, serta sikap skeptis terhadap institusi pernikahan. Penekanan yang berlebihan pada aspek-aspek problematis dapat menciptakan persepsi yang bias, sehingga pernikahan dipandang sebagai sesuatu yang penuh risiko dan cenderung dihindari (Gerbner et al., 2001).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten “pernikahan menakutkan” memiliki peran yang ambivalen, yaitu sekaligus sebagai sumber pembelajaran dan sebagai pemicu kekhawatiran. Dampaknya sangat bergantung pada bagaimana individu menginterpretasikan konten tersebut, termasuk sejauh mana mereka mampu menyeimbangkan antara informasi yang diterima dengan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap realitas pernikahan.

4.4 Gambaran Umum Informan Penelitian

Penelitian ini melibatkan sejumlah informan yang berasal dari kelompok perempuan Generasi Z dengan rentang usia antara 21 hingga 23 tahun. Seluruh informan berstatus belum menikah dan memiliki latar belakang pendidikan terakhir pada jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Selain itu, para informan menunjukkan tingkat intensitas penggunaan media sosial yang relatif tinggi, yakni berkisar antara 7 hingga 15 jam per hari.

Durasi penggunaan media sosial yang cukup signifikan tersebut mengindikasikan bahwa para informan termasuk dalam kategori pengguna aktif yang secara rutin mengakses, mengonsumsi, dan berinteraksi dengan berbagai konten digital. Kondisi ini menjadikan mereka sebagai subjek penelitian yang relevan, mengingat tingginya tingkat keterpaparan terhadap berbagai tren konten di media sosial, termasuk narasi “pernikahan menakutkan” yang menjadi fokus utama dalam kajian ini.

Lebih lanjut, sebagai bagian dari Generasi Z, para informan berada pada fase perkembangan yang krusial dalam proses pembentukan perspektif terhadap relasi interpersonal dan institusi pernikahan. Pada tahap ini, individu umumnya tengah mengalami proses eksplorasi nilai, pembentukan identitas diri, serta penentuan orientasi masa depan. Hal ini mencakup pula pembentukan sikap dan pandangan terhadap pernikahan sebagai suatu institusi sosial.

Dengan demikian, persepsi yang berkembang dalam kelompok ini sangat dipengaruhi oleh berbagai pengalaman sosial yang mereka alami, termasuk paparan yang intens terhadap konten-konten digital di media sosial.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perempuan Generasi Z di Medan menunjukkan keragaman persepsi terhadap tren konten “pernikahan menakutkan” yang beredar di media sosial, khususnya pada platform TikTok. Persepsi tersebut tidak bersifat homogen, melainkan terbentuk melalui proses interpretasi yang kompleks, yang melibatkan interaksi antara paparan media, pengalaman personal, serta sistem nilai yang dimiliki oleh masing-masing individu.

1. Dalam aspek konstruksi makna, para informan cenderung memaknai konten tersebut sebagai representasi realitas yang menampilkan sisi-sisi problematis dalam pernikahan, seperti konflik rumah tangga, perselingkuhan, hingga tekanan ekonomi. Namun demikian, sebagian informan juga menunjukkan kesadaran kritis bahwa konten tersebut tidak sepenuhnya merepresentasikan realitas secara komprehensif, mengingat adanya kecenderungan dramatisasi dan seleksi isu oleh pembuat konten.
2. Ditinjau dari dimensi afektif, paparan terhadap konten tersebut memunculkan berbagai respons emosional, seperti rasa takut, kecemasan, serta kecenderungan berpikir berlebihan (*overthinking*) terhadap kehidupan pernikahan. Meskipun demikian, emosi yang muncul tidak selalu bersifat destruktif, melainkan juga berfungsi sebagai mekanisme kewaspadaan yang mendorong individu untuk

lebih berhati-hati dan mempertimbangkan berbagai aspek sebelum memasuki jenjang pernikahan.

3. Dalam hal cara pandang terhadap pernikahan, ditemukan adanya pergeseran perspektif dari yang semula cenderung idealistik menuju pendekatan yang lebih realistis. Informan tetap memandang pernikahan sebagai institusi yang penting, namun dengan penekanan pada perlunya kesiapan yang matang, baik dari segi mental, finansial, maupun dalam hal pemilihan pasangan yang tepat.
4. Perspektif teori representasi media yang dikemukakan oleh Stuart Hall, konten di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai refleksi realitas, tetapi juga sebagai sarana konstruksi realitas melalui mekanisme *framing* dan dominasi narasi tertentu, khususnya narasi negatif. Proses ini semakin diperkuat oleh sistem algoritma media sosial yang cenderung memprioritaskan konten dengan tingkat keterlibatan (*engagement*) tinggi.
5. Dalam kerangka teori kultivasi yang diperkenalkan oleh George Gerbner serta *social cognitive theory* dari Albert Bandura, paparan media yang berlangsung secara berulang terbukti berkontribusi dalam membentuk persepsi, sikap, dan pola pikir individu. Dalam hal ini, perempuan Generasi Z mengalami proses pembentukan pemahaman terhadap pernikahan yang tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga melibatkan dimensi emosional.

5.2 Saran

a. Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang media sosial dan persepsi generasi

muda. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian, baik dari segi jumlah informan, lokasi penelitian, maupun pendekatan metodologis, misalnya dengan menggunakan metode kuantitatif atau mixed methods untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji perbandingan persepsi antara laki-laki dan perempuan Generasi Z, atau membandingkan antar platform media sosial untuk melihat perbedaan pengaruh masing-masing media.

b. Saran Praktis

Bagi masyarakat, khususnya perempuan Generasi Z, diharapkan agar lebih bijak dalam mengonsumsi konten media sosial. Penting untuk memiliki literasi media yang baik sehingga tidak mudah terpengaruh oleh narasi yang bersifat parsial atau berlebihan. Konten di media sosial sebaiknya dipahami sebagai salah satu perspektif, bukan sebagai gambaran realitas yang mutlak. Bagi kreator konten, diharapkan dapat menyajikan konten yang lebih seimbang, tidak hanya menonjolkan sisi negatif pernikahan, tetapi juga menghadirkan perspektif yang edukatif dan konstruktif agar tidak menimbulkan bias persepsi di kalangan audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2020). VIRALITAS KONTEN DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149–160.
- Ananda, M., Suriansyah, A., & Rafianti, W. R. (2024). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembentukan Identitas Diri pada Generasi Z*. 2279–2289.
- Axel M. Gressner, O. A. G. (2018). *Lexikon Der Medizinischen Laboratoriumsdiagnostik*. Presepsin.
- Azzahra, R. F., & Anshori, A. (2024). *Persepsi Mahasiswa FISIP USU Terhadap Gaya Kampanye Politik Prabowo – Gibran 2024 USU Political and Social Sciences Students ' Perceptions of The 2024 Prabowo-Gibran Campaign Style*. 3(1), 70–78.
- Bandura, A. (2001). *Social Cognitive Theory of Mass Communication*. Media Psychology.
- Cahyono, A. S. (2019). Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 140–157.
- Caraka Putra Bakti, N. E. S. (2017). Peran Bimbingan Dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan. *Jurnal Konseling Gusjigang*, 3(1), 104–113.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.
- Castells, M. (2019). *The Network Society Revisited*. Wiley-Blackwell.
- Catur Suratnoaji, Nurhadi, Y. C. (2019). *Metode Analisis Media Sosial Berbasis Big Data*. Sasanti Institute.
- Denis McQuail, M. D. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory*. Sage Publication.
- Faustyna. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi (Teori dan Praktek)*.
- Firdiansyah, Y. (2021). Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Kahoot Sebagai Media Evaluasi Pembelajaran Pada Mata Kuliah Teori Ekonomi Moneter. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i1.15549>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2001). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. January.
- Hakim, M. L., Adriansyah, I., & Lestari, S. (2025). *PANDANGAN MAHASISWA TERHADAP KONTEN “ MARRIAGE IS SCARY ” DI TIKTOK STUDENTS PERCEPTIONS OF THE “ MARRIAGE IS SCARY ” CONTENT ON TIKTOK*. 20(1), 17–31.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publication.

- Hirwiza, T. L., & Lubis, F. H. (2023). *Persepsi Penggemar K-Pop (Korean Pop) Tentang Aplikasi Weverse Sebagai Media Komunikasi Penggemar dan Idolanya Perceptions of K-Pop (Korean Pop) Fans About the Weverse Application as a Communication Media for Fans and Their Idols*. 2(2), 164–169.
- Magdalena, M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Journal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2(2), 313–324.
- Martin Lister, J. D. (2009). *New media: A critical introduction* (2nd ed.).
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publication.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publication.
- Naslund, J. A., Bondre, A., Torous, J., & Aschbrenner, K. A. (2020). *Social Media and Mental Health : Benefits , Risks , and Opportunities for Research and Practice*. 245–257.
- Nurhasanah Nasution, F. A. L. (2017). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Syiar Islam Melalui M-Radio UMSU* (pp. 131–141).
- Pujiono, A. (2021). *Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z*. 2(1), 1–19.
- Rachmawati, D. (2019). *Welcoming Gen Z in Job World (Selamat Datang Generasi Z di dunia kerja)*. 17–18.
- Rastati, R. (2018). *MEDIA LITERASI BAGI DIGITAL NATIVES : PERSPEKTIF GENERASI Z DI JAKARTA Media Literacy for Digital Natives : Perspective on Generation Z in*. 06(01), 60–73.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tracy Tuten, M. S. (2020). *Social Media Marketing* (4th ed.). Sage Publication.
- Valdovinos, D. B., Kaye, D. B. V., & Chen, X. (2020). *The co-evolution of two Chinese mobile short video apps : Parallel platformization of Douyin and TikTok*.
- Wardani, D. K. (2020). *Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal dan Persepsi atas Risiko terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal*. 12, 13–22.

LAMPIRAN



Dokumentasi Wawancara dengan Kak Sasa



Dokumentasi Wawancara dengan Wan Annisa



Dokumentasi Wawancara dengan Sintiya Sahrani



Dokumentasi Wawancara dengan Siti Nurhafijah



UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Kita Merupakan Sesi Ini & Yang Beserta
 Nomor dan Langganannya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT.AK.KP/PT/XU2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 https://fislip.umsu.ac.id fislip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-I

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL TUGAS AKHIR MAHASISWA
 (SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Kepada Yth.
 Bapak/Ibu
 Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
 FISIP UMSU
 di
 Medan

Medan, 12 Desember 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Nabila Maulidina
 N P M : 2203110128
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Tabungan sks : 126 sks, IP Kumulatif 3,77

Mengajukan permohonan persetujuan judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah):

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis Perilaku konsumen dalam keputusan Pembelian Skincare Skintific dikalangan mahasiswa kota Medan.	
2	Analisis Persepsi Perempuan Generasi Z di kota Medan terhadap Tren konten Pernikahan Menakutkan di Media Sosial.	<i>[Signature]</i> 29 Des 2025
3	Analisis strategi konten Shadira Firdausi di Tiktok dalam membangun interaksi dengan Followers.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan,
- Daftar Kemajuan Akademik Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan

Demikianlah permohonan. Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi:
 Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.
 Medan, tgl. 29 Desember 2025

Ketua,

[Signature]
 Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom
 NIDN: 127048401

Pemohon,

[Signature]
 (Nabila Maulidina)
 Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi:

[Signature]
 (Murtosamah Masudion)
 NIDN: 0110077602

**SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 2290/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2025**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **29 Desember 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **NABILA MAULIDINA**
N P M : 2203110128
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) : **ANALISIS PERSEPSI PEREMPUAN GENERASI Z DI KOTA MEDAN TERHADAP TREN KONTEN PERNIKAHAN MENAKUTKAN DI MEDIA SOSIAL**
Pembimbing : **NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 135.22.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 29 Juni 2026.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 09 Rajab 1447 H
29 Desember 2025 M



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.

Dekan,

Assoc. Prof. Dr. ARIEIN SALEH., MSP.
NIDN : 0030017402





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menulis surat ini agar dicantumkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/11/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6025474 - 6631003
<http://fisp.umsu.ac.id> ✉ fisp@umsu.ac.id 📍 [umsu.medan](#) 📱 [umsu.medan](#) 📺 [umsu.medan](#) 📺 [umsu.medan](#)

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 31 Januari 2026

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama lengkap : Nabila Maulidina
NPM : 2203110128
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti **Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah)** yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor:/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/20..... tanggal dengan judul sebagai berikut :

Analisis Persepsi Perempuan Generasi Z Di Kota Medan Terhadap
Tren Konten Pernikahan Menakutkan Di Media Sosial

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1); ✓
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2); ✓
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan; ✓
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir; ✓
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan; ✓
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa; ✓
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal; ✓
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

Menyetujui
Pembimbing

Pemohon,

(Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I. Kom)

(Nurhasanah Nasution S.Soc., M.I. Kom Nabila Maulidina)

NIDN: 127048401

NIDN: 0110079602





UMSU
Unggul Cerdas Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 254/UND/II.3 AU/UMSU-03/F/2026

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 06 Februari 2026
Waktu : 14.00 WIB s.d selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU
Pemimpin Seminar : Dr. AKHYAR ANSHORI., M.I.Kom.



SK-4

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
21	ROFI ZIYAT RIZKY	2203110349	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DALAM MENINGKATKAN AKUISISI KLIEN PADA EVENT ORGANIZER AURA PLANNER
22	AYUNDA SAPUTRI	2203110172	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TUG. S.Sos., M.AP	STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PT. ACE SUMATERA INDUSTRI DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM EDUKASI SISWA BERKUNJUNG KE PABRIK
23	AMIRUL FAHMI YUSUF	2203110392	Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI GURU DALAM MENGUBAH PERILAKU SISWA DIGITAL NATIVE DI SMA NEGERI 13 MEDAN
24	ALFI SALSABILAH NASUTION	2203110171	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	ABDURRAHMAN ZUHDI, S.I.Kom., M.I.Kom.	PERSPEKSI MASYARAKAT TENTANG KOMUNIKASI POLRES PELABUHAN BELAWAN DALAM MENANGANI KASUS TAWURAN DI LABUHAN DELI
25	MABILA MAULIDINA	2203110128	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS PERSEPSI PEREMPUAN GENERASI Z DI KOTA MEDANS TERHADAP TREN KONTEN PERNIKAHAN MENAKUTKAN DI MEDIA SOSIAL

Medan, 16 Syaban 1447 H
04 Februari 2026 M

Deklarasi

(Assoc. Prof. Dr. ARFIN SALEH, MSP.)





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan langganinya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Sk-5

Nama lengkap : Nabila Maulidina
NPM : 2203110128
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Persepsi Perempuan Generasi Z Di Kota Medan Terhadap Tren Konten Pernikahan Menakutkan Di Media Sosial.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/ Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	14/01-26	Bimbingan Proposal Tugas Akhir	
2	21/01-26	Revisi Proposal Tugas Akhir	
3	30/01-26	Acc Proposal Tugas Akhir	
4	10/02-26	Diskusi Hasil Seminar Proposal	
5	11/02-26	Bimbingan Draft Wawancara	
6	12/02-26	Acc Draft Wawancara	
7	10/03-26	Bimbingan Skripsi	
8	16/03-26	Revisi Skripsi	
9	31/03-26	Revisi Skripsi BAB 1-V	
10	02/04-26	ACC SKRIPSI BAB 1-V	

Medan, 4 April 2026



Ketua Program Studi,

Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.kom
NIDN : 0127048401

Pembimbing,

Nurhasanah Nasution S.Sos., M.I.kom
NIDN : 0110073602



Acc PB H 12/02-2024

**DRAFT PEDOMAN WAWANCARA
ANALISIS PERSEPSI PEREMPUAN GENERASI Z DI KOTA MEDAN
TERHADAP TREN KONTEN PERNIKAHAN MENAKUTKAN DI MEDIA
SOSIAL**

1. IDENTITAS INFORMAN

- a. Usia :
- b. Pendidikan Terakhir :
- c. Status Hubungan :
- d. Rata-Rata Durasi Penggunaan Media Sosial :

2. DAFTAR WAWANCARA

A. Persepsi Perempuan Generasi Z terhadap Tren Konten Pernikahan Menakutkan di Media Sosial

NO	PERNYATAAN	JAWABAN
Pembentukan Makna terhadap Konten Digital		
1.	Menurut Anda, apa yang dimaksud dengan konten pernikahan menakutkan di media sosial?	
2.	Konten seperti apa yang biasanya Anda temui terkait pernikahan di media sosial?	
3.	Bagaimana Anda memaknai pesan yang disampaikan dalam konten tersebut?	
4.	Apakah konten tersebut menurut Anda merepresentasikan realitas pernikahan atau hanya hiburan semata?	
Reaksi Emosional terhadap Pesan Media		
5.	Bagaimana perasaan Anda saat pertama kali melihat konten pernikahan yang menampilkan sisi negatif atau menakutkan?	

6.	Emosi apa yang paling sering muncul (takut, cemas, ragu, biasa saja, atau lainnya)?	
7.	Apakah konten tersebut pernah membuat Anda berpikir ulang tentang pernikahan?	

B. TEORI REPRESENTASE MEDIA

NO	PERNYATAAN	JAWABAN
Representasi Realitas Pernikahan di Media Sosial		
1.	Menurut Anda, bagaimana pernikahan direpresentasikan di media sosial saat ini?	
2.	Apakah lebih banyak menampilkan sisi positif atau negatif?	
3.	Apakah Anda merasa representasi tersebut adil atau cenderung berlebihan?	
Framing Ketakutan terhadap Pernikahan		
5.	Menurut Anda, apakah konten-konten tersebut sengaja "dibingkai" untuk menimbulkan rasa takut terhadap pernikahan?	
6.	Elemen apa yang paling sering digunakan untuk menonjolkan ketakutan?	
7.	Bagaimana <i>framing</i> tersebut memengaruhi cara Anda memandang institusi pernikahan?	
Dominasi Narasi Negatif Tentang Pernikahan		
8.	Apakah menurut Anda narasi negatif tentang pernikahan lebih dominan dibandingkan narasi positif di media sosial?	
9.	Mengapa narasi negatif tersebut lebih	

	mudah viral atau menarik perhatian?	
10.	Bagaimana dampaknya bagi perempuan Generasi Z secara umum?	
Penafsiran Pesan		
11.	Sebagai perempuan Generasi Z, bagaimana Anda menafsirkan pesan utama dari konten pernikahan menakutkan tersebut?	
9.	Apakah Anda menerima, menolak, atau bersikap netral terhadap pesan tersebut?	
10.	Apakah konten tersebut memengaruhi rencana atau pandangan Anda tentang pernikahan di masa depan?	

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 896/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2026

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Sabtu, 18 April 2026
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt 2
Pembukaan : 08.15 WIB



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	Waktu	TIM PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
				PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
51	DIIMAS HAWARI	2203110290		Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	STRATEGI PEMASARAN DIGITAL TIM GROWTH PT. SEAKUN GLOBAL TEKNOLOGI MELALUI PROGRAM GO-TO-MARKET
52	FADIA PUTRI MEWINDA	2203110413		Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, S.Sos, MSP.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	REPRESENTASI NILAI SOSIAL DALAM FILM "LUPA DARATAN" ERNEST PRAKAS* DAN FILM "TIPPIAN BAGAS" GUGAH NURANI INDONESIA
53	MARSCHANDA YUSULISTIN	2203110253		Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. LEYUA KHARANI, M.Si	CORRY NOVRIKA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	REPRESENTASI NILAI SOSIAL DALAM FILM "KITA KELUARGA" STEFANUS CANSAN DAN FILM "RUMAH UNTUK ALIE" HERWIN NOVIANTO
54	NABILA MAULIDINA	2203110128		Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS PERSEPSI PEREMPUAN GENERASI Z DI KOTA MEDANS TERHADAP TREN KONTEN PERNIKAHAN MENAKUTKAN DI MEDIA SOSIAL
55	ANUGRAH DIVA ALIYAH HRP	2203110041		Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, S.Sos, MSP.	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	REPRESENTASI DAMPAK SOSIAL PERSELINGKUHAN FILM NORMA KARYA GUNTUR SOHARDJO DAN "PAR ADALAH MAUT KARYA HANUNG BRAMANTYO

1. Notulis Sidang :

Medan, 28 Syawal 1447 H
18 Maret 2026 M

Ditetapkan oleh :

Prof. Dr. **Muhammad Arifin, SH, M.Hum.**
Rektor
Asso. Prof. Dr. **Arifin, SH, M.Hum.**
Asso. Prof. Dr. **Arifin, SH, M.Hum.**

Assoc. Prof. Dr. **Arifin Saleh, MSP.**

