

HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN PERSEPSI MENIKAH PEREMPUAN GENERASI Z

Maisyara¹, Dwi Sri Handayani², Warsiti³

syaramai60@gmail.com¹

Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

ABSTRAK

Pendahuluan: Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah pola interaksi sosial serta cara pandang perempuan Generasi Z terhadap pernikahan. Media sosial menjadi sumber utama dalam memperoleh informasi, membentuk opini, dan membangun ekspektasi terhadap hubungan romantis dan kehidupan rumah tangga. Berbagai konten yang menampilkan keharmonisan maupun konflik dalam pernikahan berpotensi membentuk persepsi positif maupun negatif serta memengaruhi kesiapan emosional, psikologis, dan sosial dalam menghadapi kehidupan berumah tangga. Selain itu, meningkatnya kecenderungan menunda pernikahan dan munculnya kecemasan terhadap komitmen jangka panjang menunjukkan adanya pergeseran nilai di kalangan generasi muda. Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penggunaan media sosial dengan persepsi menikah pada perempuan Generasi Z di Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. Metode: Penelitian ini merupakan studi kuantitatif dengan desain cross-sectional yang dilaksanakan pada April 2025 hingga Januari 2026 di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. Sebanyak 85 mahasiswi dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner penggunaan media sosial dan persepsi menikah yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan uji korelasi. Hasil: Sebagian besar responden memiliki tingkat penggunaan media sosial pada kategori sedang hingga tinggi, serta persepsi menikah pada kategori netral hingga positif. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan negatif yang sangat lemah antara penggunaan media sosial dan persepsi menikah ($r = -0,047$; $p > 0,05$), yang menandakan tidak terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara kedua variabel. Kesimpulan: Penggunaan media sosial tidak berhubungan secara signifikan dengan persepsi menikah pada perempuan Generasi Z. Persepsi menikah dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar paparan media sosial, seperti kesiapan emosional, stabilitas finansial, lingkungan sosial, dan nilai personal. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan edukatif dan psikososial yang lebih komprehensif untuk meningkatkan kesiapan menikah secara sehat.

Kata Kunci: Penggunaan Media Sosial, Persepsi Menikah, Perempuan Generasi Z, Studi Potong Lintang, Kesiapan Menikah.

ABSTRACT

The rapid development of digital technology and social media has transformed social interactions and the way Generation Z perceives various aspects of life, including marriage. Social media has become a primary source of information, shaping opinions, expectations, and attitudes toward romantic relationships and family life. Various online contents, portraying both harmonious and conflicted marital experiences, may form positive or negative perceptions among Generation Z women. Such exposure can influence emotional, psychological, and social readiness for marriage. In addition, the increasing tendency to delay marriage and the growing anxiety toward long-term commitment indicate a shift in values and perspectives among young people. Therefore, examining the relationship between social media use and marriage perception is essential to support the development of effective educational and psychosocial interventions. This study aimed to examine the relationship between social media use and marriage perception among Generation Z women at the Faculty of Health Sciences, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. This cross-sectional quantitative study was conducted from April 2025 to January 2026 at Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. A total of 85 female students were selected using purposive sampling. Data were collected using validated questionnaires on social media use and marriage perception. Correlation analysis was performed

to examine the relationship between variables. Most participants reported moderate to high levels of social media use. The majority of respondents demonstrated neutral to positive perceptions of marriage. Correlation analysis revealed a very weak negative association between social media use and marriage perception ($r = -0.047$; $p > 0.05$). This indicates that higher levels of social media use were not significantly associated with more negative or positive marriage perceptions. No statistically significant relationship was found between the two variables. Social media use was not significantly associated with marriage perception among Generation Z women. These findings suggest that marriage perception is influenced by multiple factors beyond social media exposure. Comprehensive educational and psychosocial approaches are needed to improve marriage readiness among young women.

Keywords: Social Media Use, Marriage Perception, Generation Z Women, Cross-Sectional Study, Marriage Readiness.

PENDAHULUAN

Persepsi menikah pada perempuan Generasi Z mengalami pergeseran yang signifikan seiring perkembangan era digital dan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sumber utama informasi dan pembentukan nilai kehidupan. Paparan konten di media sosial yang menampilkan pernikahan secara ekstrem—baik dalam bentuk idealisasi berlebihan maupun narasi negatif seperti konflik rumah tangga, perceraian, dan ketimpangan peran gender—berpotensi membentuk persepsi menikah yang tidak realistis dan memengaruhi kesiapan psikologis perempuan muda dalam memandang pernikahan sebagai komitmen jangka panjang (Oktaviani & Krismono, 2024). Kondisi ini menjadi isu serius karena persepsi menikah yang keliru dapat berdampak pada kesehatan mental, kesejahteraan psikologis, serta kesiapan reproduksi perempuan Generasi Z.

Besarnya permasalahan ini tercermin dari tingginya intensitas penggunaan media sosial di kalangan Generasi Z. Hampir seluruh perempuan usia 18–25 tahun di Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial harian, menjadikan platform digital sebagai ruang dominan dalam membentuk pandangan terhadap relasi romantis dan pernikahan (Evita et al., 2023). Di sisi lain, laporan Indonesia Gen Z Report 2022 menunjukkan bahwa mayoritas Generasi Z cenderung menunda pernikahan hingga usia 26–30 tahun dengan alasan kesiapan emosional dan finansial, yang mengindikasikan adanya perubahan orientasi nilai terhadap pernikahan dibandingkan generasi sebelumnya (IDN Research Institute, 2022). Fenomena ini diperkuat oleh munculnya narasi *marriage is scary* yang semakin populer di media sosial dan memicu rasa takut serta keraguan terhadap institusi pernikahan (Tirta & Arifin, 2025).

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh media sosial terhadap sikap atau pandangan tentang pernikahan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa paparan konten negatif di media sosial dapat meningkatkan kecemasan dan persepsi negatif terhadap pernikahan, khususnya pada Generasi Z (Shafa et al., 2025). Sementara itu, penelitian lain menemukan bahwa media sosial juga dapat mendorong keinginan menikah dini melalui representasi kehidupan rumah tangga yang tampak ideal (Wahyuni et al., 2025). Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada jenis konten tertentu atau kelompok usia remaja, serta belum mengkaji penggunaan media sosial secara umum dalam hubungannya dengan persepsi menikah pada perempuan Generasi Z yang berada pada fase dewasa awal dan memiliki latar belakang pendidikan kesehatan.

Berdasarkan hal tersebut, terdapat celah pengetahuan (*knowledge gap*) mengenai bagaimana penggunaan media sosial secara keseluruhan berhubungan dengan persepsi menikah pada perempuan Generasi Z, khususnya di kalangan mahasiswi Fakultas Ilmu Kesehatan. Kelompok ini memiliki karakteristik unik karena dibekali pengetahuan kesehatan, termasuk kesehatan mental dan reproduksi, yang memungkinkan terbentuknya

persepsi menikah yang lebih reflektif dan rasional. Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada fokus kajian hubungan penggunaan media sosial dengan persepsi menikah pada perempuan Generasi Z di lingkungan pendidikan kesehatan, sehingga memberikan perspektif baru dalam konteks keperawatan jiwa dan keperawatan komunitas.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara penggunaan media sosial dan persepsi menikah pada perempuan Generasi Z di Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan intervensi edukatif dan promotif-preventif dalam mendukung kesiapan psikologis dan kesejahteraan mental perempuan muda dalam menghadapi pernikahan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan cross-sectional untuk menganalisis hubungan antara penggunaan media sosial dan persepsi menikah pada perempuan Generasi Z. Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta pada periode April 2025 hingga Januari 2026. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswi Program Studi Keperawatan dan Kebidanan angkatan 2022 yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Sampel berjumlah 85 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan dipilih melalui teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti, sehingga responden yang terpilih sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria inklusi meliputi mahasiswi aktif berusia 18–24 tahun dan bersedia menjadi responden, sedangkan kriteria eksklusi adalah responden yang tidak mengisi kuesioner secara lengkap.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah penggunaan media sosial, sedangkan variabel dependen adalah persepsi menikah. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur yang telah diadaptasi dari instrumen penelitian sebelumnya. Penggunaan media sosial diukur menggunakan kuesioner yang terdiri dari 10 item skala Likert yang mengkaji frekuensi, durasi, dan tingkat keterlibatan responden dalam penggunaan media sosial. Persepsi menikah diukur menggunakan kuesioner skala Likert yang menilai pandangan responden terhadap makna, tujuan, dan kesiapan menikah. Seluruh instrumen telah melalui uji validitas wajah (face validity) dan digunakan secara seragam pada seluruh responden untuk menjaga konsistensi pengukuran.

Upaya meminimalkan bias dilakukan melalui penetapan kriteria inklusi dan eksklusi yang jelas, pengisian kuesioner secara mandiri oleh responden, serta pelaksanaan pengumpulan data dalam periode waktu yang sama. Data dianalisis menggunakan analisis univariat untuk menggambarkan karakteristik responden, tingkat penggunaan media sosial, dan persepsi menikah. Analisis bivariat dilakukan menggunakan uji korelasi Spearman Rank untuk menilai hubungan antara penggunaan media sosial dan persepsi menikah, dengan tingkat signifikansi ditetapkan pada $p < 0,05$. Penelitian ini telah memperoleh persetujuan etik dari Komite Etik Penelitian Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta, dan seluruh responden memberikan persetujuan tertulis (informed consent) sebelum pengumpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 85 responden perempuan Generasi Z memenuhi kriteria inklusi dan dianalisis dalam penelitian ini. Mayoritas responden berada pada rentang usia 20–21 tahun dan berasal dari Program Studi Keperawatan. Seluruh responden mengisi kuesioner secara lengkap sehingga tidak terdapat data hilang pada variabel penelitian.

Analisa Univariat

Table 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	N	%
Jenis Kelamin		
Perempuan	85	100%
Usia		
20 (2005)	1	1.2%
21 (2004)	58	68.2%
22 (2003)	19	22.4%
23 (2002)	6	7.1%
24 (2001)	1	1.2%
Semester		
7	85	100%
Kelas		
Kebidanan		
Kelas A	18	21%
Kelas B	15	18%
Keperawatan		
Kelas A	15	18%
Kelas B	17	20%
Kelas C	18	21%
Kelas D	2	2%
Status Pernikahan		
Belum Menikah	85	100%
Sudah Menikah	0	0%

Karakteristik responden menunjukkan bahwa penelitian ini melibatkan kelompok perempuan Generasi Z yang berada pada fase dewasa awal dan sedang menjalani pendidikan tinggi di bidang kesehatan. Seluruh responden merupakan mahasiswi aktif dari Program Studi Keperawatan dan Kebidanan dengan sebaran semester dan kelas yang relatif merata, sehingga mencerminkan representasi akademik yang seimbang antar program studi. Status pernikahan responden yang seluruhnya belum menikah menunjukkan homogenitas kondisi sosial responden, yang relevan dengan tujuan penelitian dalam mengkaji persepsi menikah tanpa pengaruh pengalaman pernikahan secara langsung. Dengan karakteristik tersebut, responden dianggap cukup representatif untuk menggambarkan persepsi menikah pada perempuan Generasi Z di lingkungan pendidikan kesehatan.

Table 2 Distribusi Penggunaan Media Sosial pada Responden

Kategori	Frekuensi (n=85)	Persentase %
Tidak Aktif	1	1.2%
Moderat	59	69.4%
Aktif	25	29.4%

Berdasarkan hasil pengukuran, sebagian besar responden berada pada kategori penggunaan media sosial tingkat moderat. Sebagian kecil responden menunjukkan tingkat penggunaan yang tidak aktif, sementara hampir sepertiga responden termasuk dalam kategori penggunaan aktif. Temuan ini mengindikasikan bahwa perempuan Generasi Z dalam penelitian ini cenderung menggunakan media sosial dengan intensitas yang sedang.

Table 3 Distribusi Persepsi Menikah Responden

Persepsi Menikah	Frekuensi	Persentase %
Negatif	0	0%
Netral	25	29.4%
Positif	60	70.6%

Berdasarkan informasi pada tabel, mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki persepsi menikah yang positif, yaitu sebanyak 60 orang atau sekitar 70,6% dari total responden. Sebagian lainnya memiliki persepsi netral, sebanyak 25 orang (29,4%), sedangkan tidak ada responden yang memiliki persepsi negatif.

Analisa Bivariat

Table 4 Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Persepsi Menikah Perempuan Generasi Z

Penggunaan Media Sosial	Persepsi Menikah						p-value	Korelasi Koefisien
	Negatif		Netral		Positif			
	N	%	N	%	N	%		
Tidak Aktif	0	0%	0	0%	1	100%	0,667	-0,047
Moderat	0	0%	17	28.8%	42	71.2%		
Aktif	0	0%	8	32%	17	68%		
Total	0	0%	25	29.4%	60	70.6%		

Hasil analisis statistik menggunakan uji Spearman Rank menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,667, yang berada di atas batas signifikansi 0,05 ($p > \alpha$). Temuan ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan persepsi menikah pada perempuan Generasi Z. Nilai koefisien korelasi Spearman sebesar -0,047 menggambarkan adanya korelasi negatif dengan kekuatan yang sangat lemah, yang berarti bahwa peningkatan atau penurunan penggunaan media sosial tidak berhubungan secara bermakna dengan perubahan persepsi menikah responden.

Pembahasan

Persepsi Menikah Responden

Hasil analisis univariat menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki persepsi menikah yang cenderung positif. Persepsi menikah tersebut mencakup pandangan terhadap makna pernikahan, kesiapan menjalani kehidupan rumah tangga, serta sikap terhadap tanggung jawab yang melekat dalam pernikahan. Temuan ini menunjukkan bahwa responden memandang pernikahan sebagai suatu bentuk komitmen jangka panjang yang memerlukan kesiapan mental, emosional, dan sosial. Persepsi menikah responden yang relatif positif juga mengindikasikan bahwa narasi negatif mengenai pernikahan yang beredar di media sosial, seperti tren Marriage Is Scary, tidak diterima secara mentah. Responden cenderung mampu menyaring informasi yang diperoleh dan menginterpretasikannya sesuai dengan nilai pribadi, pengalaman sosial, serta norma keluarga yang dianut. Hal ini mencerminkan adanya literasi digital yang cukup baik, sehingga responden tidak secara langsung membentuk persepsi negatif hanya berdasarkan paparan konten di media sosial. Responden lebih memilih untuk memaknai informasi secara reflektif dan kontekstual berdasarkan pengalaman dan nilai yang mereka miliki (Rahmawati, 2025).

Kemampuan berpikir kritis dalam mengolah informasi tersebut juga dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan responden sebagai mahasiswa di bidang kesehatan. Pendidikan kesehatan mendorong pengembangan sikap reflektif, kemampuan analisis, serta kompetensi profesional dalam menilai isu-isu sosial dan informasi digital (Pramessti Arnetha Indriyanti et al., 2025). Dengan demikian, responden tidak mudah terpengaruh oleh narasi sensasional yang beredar di media sosial.

Selain faktor pendidikan, lingkungan akademik Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta yang berlandaskan nilai-nilai keislaman, pendidikan karakter, serta pemberdayaan perempuan turut berperan dalam membentuk persepsi menikah yang positif. Nilai-nilai organisasi Aisyiyah yang menekankan pendidikan, kesehatan, dan pembentukan akhlak

perempuan mendorong mahasiswi untuk memiliki kemandirian, tanggung jawab sosial, serta pemaknaan rumah tangga secara matang (Vashti & Alfaein, 2024). Lingkungan kampus yang mengintegrasikan pendidikan karakter dan nilai-nilai Islam juga mendukung pengembangan sikap moral, keimanan, serta refleksi terhadap isu-isu sosial kontemporer, termasuk isu pernikahan (Hasyati et al., 2025).

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa paparan konten pernikahan di media sosial tidak selalu menghasilkan persepsi negatif, tetapi dapat mendorong individu untuk mengembangkan pandangan yang lebih kritis dan realistis terhadap institusi pernikahan (Shafa et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital, latar belakang pendidikan, serta lingkungan akademik yang kondusif berperan penting dalam membantu responden membentuk persepsi menikah yang sehat dan konstruktif.

Penggunaan Media Sosial Responden

Hasil analisis univariat menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori penggunaan media sosial sedang hingga tinggi. Temuan ini menggambarkan bahwa media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari perempuan Generasi Z, baik sebagai sarana komunikasi, hiburan, maupun sumber informasi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Arum et al., 2023) yang menyebutkan bahwa Generasi Z merupakan digital natives yang sangat bergantung pada media digital dalam berbagai aspek kehidupan.

Namun demikian, intensitas penggunaan media sosial tidak selalu berbanding lurus dengan dampak psikososial yang ditimbulkan. Menurut (Shafa et al., 2025), dampak media sosial terhadap pembentukan sikap dan persepsi sangat bergantung pada kemampuan individu dalam memilah dan memaknai informasi yang diterima. Individu dengan literasi digital yang baik cenderung tidak serta-merta menerima narasi negatif yang beredar di media sosial, termasuk narasi yang berkaitan dengan ketakutan terhadap pernikahan.

Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Persepsi Menikah pada Perempuan Generasi Z

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa hubungan antara penggunaan media sosial dan persepsi menikah pada perempuan Generasi Z memiliki arah negatif dengan kekuatan yang sangat lemah ($r = -0,047$) dan tidak signifikan secara statistik ($p = 0,667$). Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak memiliki hubungan yang bermakna terhadap persepsi menikah responden. Dengan demikian, persepsi menikah pada perempuan Generasi Z dalam penelitian ini tidak ditentukan secara dominan oleh tingkat penggunaan media sosial, melainkan dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan beberapa penelitian yang menyatakan adanya hubungan antara media sosial dan persepsi menikah. Misalnya, (Shafa et al., 2025) menyatakan bahwa media sosial berperan dalam membentuk narasi Marriage Is Scary pada Generasi Z. Namun, penelitian tersebut juga menegaskan bahwa pengaruh media sosial bersifat terbatas dan sangat bergantung pada kemampuan individu dalam memaknai konten, sehingga tidak selalu menghasilkan perubahan persepsi yang signifikan. Perbedaan hasil ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, konteks sosial, serta tingkat literasi digital yang dimiliki.

Penelitian (Hakim et al., 2025) juga menemukan bahwa paparan konten Marriage Is Scary tidak selalu membentuk persepsi negatif terhadap pernikahan, melainkan mendorong sikap reflektif dan realistis. Temuan tersebut mendukung hasil penelitian ini, bahwa meskipun responden terpapar konten pernikahan di media sosial, paparan tersebut tidak secara langsung membentuk persepsi menikah, melainkan diproses secara kritis oleh

individu.

Selain itu, (Huang, 2024) menyatakan bahwa media sosial dapat membentuk ekspektasi terhadap pernikahan secara beragam, tergantung pada jenis konten yang dikonsumsi. Dalam konteks penelitian ini, lemahnya hubungan yang ditemukan mengindikasikan bahwa responden tidak menjadikan media sosial sebagai satu-satunya rujukan dalam membentuk persepsi menikah, melainkan mengombinasikannya dengan nilai personal dan pengalaman sosial.

Lebih lanjut, (Tazkia Aulia Rahman et al., 2024) menyebutkan bahwa sikap terhadap pernikahan pada dewasa muda lebih banyak dipengaruhi oleh nilai keluarga, pengalaman relasi, dan norma budaya dibandingkan paparan media daring. Hal ini memperkuat temuan penelitian ini bahwa persepsi menikah pada perempuan Generasi Z merupakan hasil interaksi berbagai faktor internal dan eksternal, sehingga hubungan dengan penggunaan media sosial menjadi lemah dan tidak signifikan.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa meskipun penggunaan media sosial memiliki kecenderungan arah hubungan negatif terhadap persepsi menikah, hubungan tersebut tidak bermakna secara statistik dan tidak dapat dijadikan faktor utama dalam menjelaskan persepsi menikah pada perempuan Generasi Z. Media sosial berperan sebagai sumber informasi pendukung, namun bukan penentu utama dalam pembentukan persepsi menikah.

KESIMPULAN

Penelitian ini menggambarkan bahwa sebagian besar perempuan Generasi Z memiliki tingkat penggunaan media sosial pada kategori sedang serta persepsi menikah yang cenderung positif. Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dan persepsi menikah pada responden. Temuan ini menunjukkan bahwa variasi penggunaan media sosial tidak berkaitan secara statistik dengan perbedaan persepsi menikah pada perempuan Generasi Z dalam penelitian ini, sehingga hipotesis penelitian tidak terbukti.

REFERENCES

- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). KARAKTERISTIK GENERASI Z DAN KESIAPANNYA DALAM MENGHADAPI BONUS DEMOGRAFI 2030. In *Accounting Student Research Journal* (Vol. 2, Number 1).
- Evita, N., Prestianta, A. M., & Asmarantika, R. A. (2023). Patterns of media and social media use in generation z in Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 7(1), 195–214. <https://doi.org/10.25139/jsk.v7i1.5230>
- 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. In *Jurnal Psikologi* (Vol. 20, Number 1).
- Huang, K. (2024). The Influence of Social Media on Youth’s Views on Marriage and Love-The Example of Short Videos of Couples on Douyin. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/63/2024.17964>
- IDN Researrh Institute. (2022). Family Life Education and Career Formal Education and Demographic Bonus.
- Oktaviani, D., & Krismono. (2024). ANALYSIS OF THE MARRIAGE IS SCARY PHENOMENON AMONG GENERATION Z: A PERSPECTIVE OF ISLAMIC LAW SOCIOLOGY. *Reflection : Islamic Education Journal*, 2(1), 01–09. <https://doi.org/10.61132/reflection.v2i1.344>

- Shafa, N. fathiyati, Hasna, N. L., Puspita, P., Susilawati, P., & Rama, W. A. R. (2025). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERSEPSI MARRIAGE IS SCARY DI. <https://doi.org/10.6734/LIBEROSIS.V2I2.3027>
- Tazkia Aulia Rahman, Vera Wijayanti Sutjipto, & K.Y.S Putri. (2024). The Impact of Exposure to Online Mass Media on People's Attitudes in Marriage Decisions in Indonesia. *Momentum Matrix: International Journal of Communication, Tourism, and Social Economic Trends*, 1(4), 12–23. <https://doi.org/10.62951/momat.v1i4.65>
- Tirta, K. D., & Arifin, S. N. (2025). Studi Fenomenologi : Marriage is Scary pada Generasi Z. *TERAPUTIK: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 8(3), 12–20. <https://doi.org/10.26539/teraputik.833675>
- Wahyuni, T., Rahmadhani, N., Fatma, Z., Fakultas, I., Keperawatan, U., Muhamadiyah, K., Timur, H., Juanda, N., & 15 Samarinda, I. (2025). HUBUNGAN MEDIA SOSIAL DENGAN PERNIKAHAN REMAJA PUTRI. <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP>