JTAMPS: Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Pendidikan Sosiologi
https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/jtamps/index
Vol.06, No. 1 (April, 2026), pp. 618-628
e-ISSN: 2776-2963 p-ISSN: 2776-3110

Konstruksi Sosial Media Bagi Gen Z Dalam Menentukan Tipe Pasangan Ideal Untuk Menjalin Hubungan Asmara

Fitriah Ramadhani [1], A. Octamaya Tenri Awaru[2] , Hasnawi Haris[3]

[1] Universitas Negeri Makassar ; fitriahramadhanifitri@gmail.com
[2] Universitas Negeri Makassar ; a.octamaya@unm.ac.id
[3] Universitas Negeri Makassar ; hasnawi.haris@unm.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords:

Social Media, Generation Z; Ideal Partner; Romantic Relationship

Article history:

Received 2025-05-22
Revised 2025-06-22
Accepted 2025-07-22

ABSTRACT

This study aims to understand how social media shapes the social construction of Generation Z (Gen Z) in determining the ideal type of partner for a romantic relationship. Using a qualitative approach with phenomenological methods, this study explores the subjective meanings that Gen Z has towards their experiences interacting with social media, especially platforms such as TikTok and Instagram. The results show that social media plays a significant role in shaping perceptions, expectations, and standards of romantic relationships among Gen Z. The representation of aesthetic and harmonious relationships in the digital world gives rise to an often unrealistic idealization of partners, and shifts traditional values to values based on aesthetics and social recognition. However, this construction also gives rise to challenges such as communication anxiety, the phenomenon of phubbing, digital social pressure, and a mismatch between the image of relationships in the media and reality. Thus, social media functions dually as a means of identity formation and at the same time a source of psychological pressure in the process of choosing a partner.

This is an open access article under the CC BY-SA license.

INFORMASI ARTIKEL

Kata Kunci

Media Sosial, Generasi Z; Pasangan Ideal; Hubungan Asmara;

Article history:

Diterima 2025-05-22
Revisi 2025-06-22
Diterima 2025-07-22

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana media sosial membentuk konstruksi sosial Generasi Z (Gen Z) dalam menentukan tipe pasangan ideal untuk menjalin hubungan asmara. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, penelitian ini menelusuri makna subjektif yang dimiliki Gen Z terhadap pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan media sosial, terutama platform seperti TikTok dan Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi, ekspektasi, dan standar hubungan romantis di kalangan Gen Z. Representasi hubungan yang estetik dan harmonis di dunia digital memunculkan idealisasi pasangan yang sering kali tidak realistis, serta menggeser nilai-nilai tradisional menjadi nilai berbasis estetika dan pengakuan sosial. Namun, konstruksi ini juga memunculkan tantangan seperti kecemasan komunikasi, fenomena phubbing, tekanan sosial digital, serta ketidaksesuaian antara citra hubungan di media dan kenyataan. Dengan demikian, media sosial berfungsi ganda sebagai sarana pembentukan identitas dan sekaligus sumber tekanan psikologis dalam proses pemilihan pasangan.

This is an open access article under the CC BY-SA license.

Penulis Koresponden :

Fitriah Ramadhani

Universitas Negeri Makassar; fitriahramadhanifitri@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam membentuk persepsi dan ekspektasi terhadap hubungan asmara. Generasi Z (Gen Z), sebagai generasi yang lahir dan tumbuh dalam era internet dan media sosial, memiliki pengalaman yang unik dalam membentuk preferensi pasangan ideal. Media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Twitter bukan hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga sumber utama dalam membentuk narasi tentang pasangan ideal dan relasi romantis.

Menurut Chaliza dan Oktaviani (2025), Gen Z mengalami pergeseran nilai dalam menentukan pasangan, dari yang semula berbasis norma agama dan budaya menjadi semakin dipengaruhi oleh representasi hubungan yang ditampilkan di media digital. Mereka menyatakan bahwa, "Kriteria pasangan ideal saat ini tidak hanya mengacu pada nilai-nilai normatif, tetapi juga pada citra hubungan romantis yang dibentuk melalui media sosial." (Chaliza & Oktaviani, 2025)

Konstruksi pasangan ideal ini tidak lepas dari pengaruh algoritma media sosial yang terus menerus memperlihatkan konten romantis yang 'estetik' dan penuh idealisasi. Hal ini dapat membentuk standar yang tidak realistis, sebagaimana dikemukakan oleh Sipahutar, Safitri, & Sujarwo (2025) yang menyatakan bahwa, "Paparan konten pasangan romantis di TikTok secara tidak langsung memengaruhi persepsi Gen Z terhadap bentuk hubungan yang ideal dan patut ditiru."

Namun, konstruksi ini tidak selalu membawa dampak positif. Terdapat potensi konflik antara harapan yang dibentuk media sosial dan realitas hubungan yang sebenarnya, serta tekanan psikologis karena ketidaksesuaian antara keduanya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana media sosial

membentuk konstruksi tipe pasangan ideal di kalangan Gen Z dan bagaimana konstruksi tersebut memengaruhi pandangan mereka dalam menjalin hubungan asmara.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Konstruksi Sosial Media Bagi Gen Z Dalam Menentukan Tipe Pasangan Ideal Untuk Menjalin Hubungan Asmara. Secara khusus, kajian ini mengeksplorasi tentang (1)Bagaimana pengaruh sosial media dalam membentuk kriteria Gen Z dalam menentukan pasangan asmara? (2) Apa tantangan dan hambatan yang dialami oleh Gen Z dalam menentukan pasangan asmara. melalui pendekatan kualitatif dengan melihat fenomena yang terjadi pada gen Z dalam mencari pasangan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, bertujuan untuk memahami pengalaman subjektif Gen Z dalam membentuk konstruksi tipe pasangan ideal melalui interaksi mereka dengan media sosial. Pendekatan ini dianggap tepat karena fokus penelitian adalah pada makna yang dihasilkan dari pengalaman individu dalam konteks sosial tertentu (Creswell, 2014).

Jenis penelitian ini adalah kualitatif interpretatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana individu Gen Z memaknai pengalaman mereka dalam mengonsumsi konten media sosial dan bagaimana pengalaman tersebut memengaruhi pandangan mereka terhadap pasangan ideal dalam hubungan asmara. Menurut Moustakas (1994), fenomenologi bertujuan untuk menggali makna esensial dari pengalaman manusia terhadap suatu fenomena. Dalam konteks ini, fenomena yang diteliti adalah terbentuknya tipe pasangan ideal berdasarkan paparan terhadap konten di media sosial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Media Sosial dalam Membentuk Kriteria Gen Z dalam Menentukan Pasangan Asmara

Generasi Z (Gen Z), yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan kelompok yang tumbuh dalam lingkungan digital dan sangat akrab dengan media sosial. Platform seperti TikTok, Instagram, dan Twitter membentuk persepsi mereka tentang hubungan asmara dan pasangan ideal. Menurut Chaliza & Oktaviani (2025), media digital secara aktif memengaruhi preferensi pasangan melalui visualisasi kehidupan asmara yang "sempurna", membuat Gen Z memiliki kriteria pasangan yang tidak hanya berdasarkan nilai agama atau latar belakang keluarga, tetapi juga kemampuan membangun relasi sehat secara digital. Sipahutar, Safitri, & Sujarwo (2025) menambahkan bahwa TikTok, sebagai salah satu media sosial yang dominan di kalangan Gen Z, menjadi lahan subur penyebaran standar hubungan yang harmonis, romantis, dan estetik. Mereka menulis: "Paparan konten romantis di TikTok dapat menciptakan standar tidak realistis tentang hubungan, yang diadopsi oleh Gen Z dalam menentukan pasangan ideal." (Sipahutar et al., 2025)

Selain pengaruh estetika dan gaya hidup pasangan dari media sosial, cara Gen Z mengekspresikan diri dalam hubungan juga berubah. Raslie (2020) menyatakan bahwa Gen Z lebih nyaman berkomunikasi secara visual dan menginginkan respon instan, yang mempengaruhi ekspektasi terhadap pasangan dalam hal komunikasi. Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap 10 informan dari kalangan Gen Z (usia 18–25 tahun), ditemukan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi dan kriteria pasangan ideal. Platform seperti Instagram dan TikTok menjadi ruang utama di mana informan mengakses konten-konten hubungan romantis, baik dari selebritas, influencer, maupun pasangan biasa yang membagikan kehidupan asmaranya secara terbuka. Sebagian besar informan mengaku bahwa mereka memiliki standar atau harapan tertentu terhadap pasangan, yang secara tidak langsung terbentuk dari paparan konten media sosial. Misalnya, tipe pasangan yang fashionable, komunikatif di media sosial, humoris, dan mampu menampilkan hubungan yang "*aesthetic*" secara digital. Salah satu informan mengatakan: "Kalau lihat *couple goals* di Instagram, aku jadi mikir kayaknya pasangan yang ideal tuh harus romantis di depan umum dan aktif update, biar keliatan harmonis gitu." (Informan A, 21 tahun.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Chaliza dan Oktaviani (2025), yang menyatakan bahwa representasi pasangan ideal di media sosial menggeser cara pandang Gen Z dari nilai-nilai tradisional menjadi nilai-nilai berbasis estetika digital dan pengakuan sosial. "Kriteria pasangan ideal saat ini tidak hanya mengacu pada nilai-nilai normatif, tetapi juga pada citra hubungan romantis yang dibentuk melalui media sosial." (Chaliza & Oktaviani, 2025)

Informan pertama, seorang perempuan berusia 21 tahun dan mahasiswa di Makassar, menyampaikan bahwa media sosial, terutama Instagram dan TikTok, menjadi referensi utama dalam menilai pasangan. Ia mengakui bahwa konten *"couple goals"* yang sering ia lihat membentuk ekspektasi bahwa pasangan ideal harus tampil menarik, romantis di depan publik, dan aktif membagikan momen kebersamaan. Ia mengatakan: "Kalau dia enggak pernah upload foto bareng aku atau enggak pernah *repost story,* aku suka mikir dia serius nggak ya. Sekarang tuh jadi standar juga." Hal senada disampaikan oleh informan kedua, seorang pria berusia 23 tahun yang bekerja sebagai freelancer di Makassar. Baginya, media sosial menjadi ruang untuk menilai kepribadian seseorang, termasuk selera humor, respons sosial, dan cara mereka menampilkan diri. Ia cenderung menyukai pasangan yang ekspresif dan tidak kaku dalam berinteraksi secara digital. Ia mengatakan: "Dari cara dia bikin story aja kadang keliatan dia orangnya kayak gimana. Jadi kadang itu juga yang bikin aku mikir, ini cocok nggak sih jadi pasangan?"

Informan ketiga, perempuan berusia 19 tahun, menyatakan bahwa sejak awal ia membentuk ekspektasi hubungan berdasarkan konten-konten yang sering ia lihat di TikTok. Pasangan ideal, menurutnya, adalah seseorang yang perhatian, suka memberikan kejutan kecil, dan selalu tampil serasi. Ia mengaku sering merasa kecewa ketika kenyataan tidak sesuai dengan apa yang ia lihat di media sosial. "Aku suka ngeliat TikTok yang romantis-romantis gitu, kadang bikin mikir, kenapa hubunganku nggak seindah itu, padahal kayaknya aku udah berusaha."

Informan keempat, pria berusia 25 tahun yang sedang menyelesaikan studi di Makassar, menunjukkan perspektif yang sedikit berbeda. Ia menilai pasangan ideal bukan dari tampilan visual saja, tetapi dari interaksi digital dan cara pasangan

bersikap di media sosial. Baginya, media sosial bisa menunjukkan apakah seseorang suportif, terbuka, dan menghargai pasangannya. “Aku lebih suka pasangan yang nggak terlalu lebay di sosmed, tapi dari cara dia nge-like atau komentar, kelihatan kok dia perhatian atau enggak.”

Sementara itu, informan kelima, perempuan berusia 22 tahun yang bekerja di bidang kreatif, mengaku bahwa media sosial memengaruhi persepsinya terhadap pasangan dari sisi profesionalitas dan kecocokan gaya hidup. Ia berharap pasangannya bisa memahami dunia digital yang ia geluti, aktif, dan terbuka terhadap kolaborasi di platform seperti Instagram atau TikTok. “Aku kerja di dunia kreatif, jadi pasangan ideal menurutku yang ngerti dunia konten, bisa diajak kolab, dan enggak anti-sosial media.” Dari kelima informan ini, dapat disimpulkan bahwa konstruksi pasangan ideal Gen Z sangat dipengaruhi oleh representasi hubungan di media sosial. Baik dari segi visual, interaksi, hingga kesesuaian gaya hidup digital, media sosial berperan besar dalam membentuk ekspektasi terhadap pasangan.

Selain itu, algoritma media sosial memperkuat eksposur terhadap tipe pasangan tertentu, sehingga membentuk pola pikir yang seragam di kalangan Gen Z. Fenomena ini menunjukkan bahwa konstruksi pasangan ideal bukan lagi murni bersumber dari nilai personal atau keluarga, tetapi juga dari pengaruh budaya populer digital.

Tantangan dan Hambatan yang Dihadapi Gen Z dalam Menentukan Pasangan Asmara

Gen Z menghadapi berbagai tantangan dalam menjalin hubungan asmara. Salah satu tantangan utama adalah communication apprehension atau kecemasan berkomunikasi. Tillah & Nisa (2025) menjelaskan bahwa kecemasan ini dapat memicu dissociative social interaction, yaitu kecenderungan menjauh dari komunikasi sosial secara langsung, yang bisa menjadi hambatan dalam menjalin kedekatan emosional. "*Communication apprehension* memiliki pengaruh terhadap keterbatasan interaksi sosial Gen Z, yang berdampak pada proses penjajakan dalam hubungan asmara." (Tillah & Nisa, 2025)

Hambatan lainnya adalah perbedaan antara nilai-nilai tradisional dan ekspektasi modern. Meskipun media sosial memperkenalkan nilai-nilai kebebasan dalam memilih pasangan, sebagian Gen Z tetap berada dalam kerangka nilai religius

dan kultural. Chaliza & Oktaviani (2025) mengemukakan bahwa konflik ini bisa menimbulkan kebingungan atau tekanan dari keluarga dan lingkungan sosial.

Fenomena lain yang menjadi hambatan adalah *phubbing* yaitu lebih fokus pada ponsel ketimbang pasangan saat bersama. Rinaldi, Hardika & Triastuti (2025) meneliti bahwa perilaku phubbing dapat menurunkan kepuasan hubungan, terutama ketika kesepian tinggi. "*Phubbing* berdampak negatif pada kualitas hubungan pasangan, khususnya di kalangan Gen Z yang sangat terhubung dengan gawai." (Rinaldi et al., 2025) Dengan demikian, meskipun Gen Z memiliki akses luas terhadap referensi pasangan melalui media sosial, mereka tetap menghadapi tantangan personal dan sosial dalam membangun relasi yang sehat dan berkelanjutan. Meskipun media sosial memudahkan Gen Z untuk menemukan referensi pasangan dan memperluas jaringan sosial, namun dalam praktiknya mereka menghadapi berbagai tantangan dan hambatan.

Pertama, munculnya ekspektasi yang tidak realistis. Sejumlah informan mengaku bahwa mereka sering membandingkan hubungan mereka dengan pasangan lain yang mereka lihat di media sosial. Hal ini menimbulkan perasaan tidak puas, iri, bahkan minder karena merasa hubungan mereka tidak seideal pasangan lain. Informan ketiga, misalnya, mengungkapkan bahwa perbandingan sosial membuatnya meragukan kualitas hubungannya sendiri. Paparan berlebihan terhadap konten *"relationship goals"* menciptakan standar hubungan yang tidak realistis. Hal ini membuat sebagian Gen Z merasa tidak puas dengan hubungan yang dijalani, karena tidak sesuai dengan gambaran yang mereka lihat di media sosial. "Jujur aja, kadang aku bandingin pacarku sama yang di TikTok. Jadi berasa kurang terus." (Informan E, 20 tahun)

Hal ini sejalan dengan temuan Sipahutar, Safitri, & Sujarwo (2025) yang menyebutkan bahwa ekspektasi digital dapat mengganggu kestabilan relasi karena mendorong perbandingan sosial. Kedua, muncul kecemasan komunikasi *(communication apprehension).* Beberapa informan merasa lebih nyaman berkomunikasi lewat teks atau media sosial dibandingkan secara langsung. Hal ini dapat menghambat proses penjajakan hubungan yang sehat dan mendalam, sebagaimana diungkapkan oleh informan kedua yang cenderung menghindari

pembicaraan serius secara tatap muka. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka merasa canggung atau takut untuk membangun komunikasi langsung dengan calon pasangan. Mereka lebih nyaman menyampaikan perasaan melalui media sosial atau pesan teks dibandingkan dengan tatap muka. Menurut Tillah & Nisa (2025), fenomena ini merupakan bentuk dari communication apprehension, yang dapat menghambat proses penjajakan hubungan secara sehat. "*Communication apprehension* memiliki pengaruh terhadap keterbatasan interaksi sosial Gen Z, yang berdampak pada proses penjajakan dalam hubungan asmara." (Tillah & Nisa, 2025).

Ketiga, muncul fenomena phubbing *(phone snubbing),* yaitu kecenderungan pasangan lebih fokus pada ponsel ketimbang interaksi langsung. Informan kelima mengaku sering merasa diabaikan ketika pasangannya lebih sibuk melihat notifikasi dibandingkan mendengarkan cerita secara langsung. Dalam relasi yang telah terjalin, beberapa informan mengaku sering terganggu oleh kebiasaan pasangan yang lebih fokus pada ponsel ketimbang membangun komunikasi langsung *(phubbing)*. Hal ini menimbulkan rasa tidak dihargai dan memperburuk kualitas hubungan. "Aku pernah marah gara-gara dia lebih sibuk buka IG daripada dengerin aku ngomong." (Informan G, 22 tahun) Fenomena ini diperkuat oleh riset Rinaldi, Hardika & Triastuti (2025) yang menemukan bahwa phubbing berkorelasi negatif dengan kepuasan hubungan di kalangan Gen Z.

Keempat, privasi dan tekanan sosial digital juga menjadi hambatan. Beberapa informan mengeluhkan bahwa pasangan mereka mengunggah terlalu banyak aspek hubungan ke publik tanpa persetujuan, yang membuat mereka merasa tidak nyaman. Sebaliknya, ada juga tekanan ketika pasangan tidak menunjukkan hubungan mereka di media sosial, sehingga muncul rasa tidak dihargai. Sebagian besar informan menyatakan adanya ketidaknyamanan ketika pasangan terlalu terbuka membagikan kehidupan pribadi mereka di media sosial. Hal ini memicu perasaan tidak dihargai karena kurangnya komunikasi dan persetujuan sebelumnya. "Saya merasa tidak nyaman saat dia mengunggah foto atau cerita tentang pertengkaran kecil kami. Bagi saya, itu seharusnya jadi urusan pribadi, bukan konsumsi publik," ujar Informan 2. Di sisi lain, ada pula tekanan dari harapan sosial bahwa pasangan harus menunjukkan hubungan mereka secara terbuka di media

digital. Ketidakhadiran unggahan tentang pasangan kadang dianggap sebagai bentuk pengabaian atau bahkan penyembunyian. “Kalau dia nggak pernah upload foto kita atau sekadar story, saya jadi mikir ‘Dia malu ya sama aku?’. Meskipun katanya itu cuma soal preferensi pribadi, tetap saja rasanya kayak nggak dianggap,” ungkap Informan 5.

Kelima, terdapat hambatan menyelaraskan dunia digital dan realita. Banyak hubungan terlihat indah di media sosial, tetapi tidak mencerminkan hubungan sebenarnya. Hal ini menciptakan jurang antara apa yang ditampilkan dan yang dirasakan, sebagaimana disampaikan oleh informan keempat bahwa “apa yang tampak di layar belum tentu sama dengan kenyataan.” Beberapa informan menyampaikan adanya ketidaksesuaian antara tampilan hubungan di media sosial dan kenyataan yang mereka alami. Media sosial sering kali hanya menunjukkan sisi ideal atau “indah” dari sebuah hubungan, sedangkan dinamika sehari-hari justru jauh lebih kompleks. “Di Instagram, hubungan kami terlihat harmonis, banyak yang komen 'couple goals'. Tapi sebenarnya, kami sering berdebat karena hal-hal kecil. Apa yang tampak di layar belum tentu sama dengan kenyataan,” jelas Informan 4. Fenomena ini menciptakan tekanan tersendiri, karena pasangan merasa harus menjaga citra hubungan yang sempurna secara daring, meskipun secara emosional belum tentu sehat

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk konstruksi pasangan ideal di kalangan Generasi Z. Representasi hubungan romantis yang disebarkan melalui platform digital seperti TikTok dan Instagram tidak hanya menciptakan standar estetika dalam hubungan, tetapi juga membentuk ekspektasi emosional yang sering kali tidak sesuai dengan realitas. Konstruksi pasangan ideal yang dihasilkan melalui media sosial menjadikan nilai-nilai personal dan budaya bergeser menuju orientasi visual dan pengakuan sosial. Namun, di balik fenomena ini, Gen Z menghadapi sejumlah hambatan, antara lain kecemasan komunikasi, perilaku phubbing, tekanan untuk menampilkan hubungan di ruang publik digital, serta kesenjangan antara realitas hubungan dan citra yang

ditampilkan di media. Dengan demikian, meskipun media sosial memberikan ruang ekspresi dan referensi baru dalam menentukan pasangan, Gen Z perlu meningkatkan literasi digital dan kesadaran reflektif agar tidak terjebak dalam hiperealitas hubungan yang semu.

5. DAFTAR PUSTAKA

Berger, P., & Luckmann, T. (1966). The Social Construction of Reality. New York: Anchor Books.

Baudrillard, J. (1994). Simulacra and Simulation. University of Michigan Press.

Bintang Nurijadi, & Novida Irawan. (2025). Silent Yet Social: Studi Preferensi Komunikasi Gen Z di Media Sosial. Jurnal Mahardika Adiwidia.

Chaliza, O., & Oktaviani, W. (2025). Kriteria Memilih Pasangan Ideal di Era Digital: Perspektif Gen Z. USRAH: Jurnal Hukum Keluarga Islam. https://jurnal.staim-probolinggo.ac.id/index.php/USRAH/article/view/2586

Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Mufidah, N. R., & Sari, R. P. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Ekspektasi Hubungan Romantis pada Remaja. Jurnal Psikologi Insight.

Moustakas, C. (1994). Phenomenological Research Methods. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Najmudin, Suja'i, Ma'zumi, Wardatul Ilmiah, & Abdul Aziz. (2025). Social Media and its Impact on the Generation Z's Confident Character. Jurnal Pendidikan Karakter JAWARA.

Raslie, H. (2020). Gen Y and Gen Z Communication Style. Estudios de Economía Aplicada. https://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4268

Rinaldi, M. R., Hardika, J., & Triastuti, R. (2025). Gen Z Marriage: Loneliness as a Moderator of Partner Phubbing and Marital Satisfaction. Jurnal Psikogenesis. https://academicjournal.yarsi.ac.id/index.php/Jurnal-Online-Psikogenesis/article/view/4762

Risnilita, S., Ramadani, S. N., & Igiasi, T. S. (2021). Kriteria Dalam Memilih Pasangan Mahasiswa Sosiologi UNRI. Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi.

Salsabila Darmawan, S., Asafira, K. A., & Sugianto, K. A. P. (2024). Cara Pandang Dalam Memilih Pasangan Ditengah Hiperealitas Etnis di TikTok. Jurnal Pahlawan Pendidikan-Sosial-Budaya.

Sipahutar, E. M., Safitri, D., & Sujarwo, S. (2025). Perspektif Gen Z terhadap Standar Pasangan Ideal di TikTok. Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara. https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/view/3968

Tillah, R., & Nisa, U. (2025). Communication Apprehension and Dissociative Social Interaction in Gen Z. KAGANGA Komunika: Journal of Communication Science. https://jurnal.uts.ac.id/index.php/KAGANGA/article/view/5667

Tika Mutia Anwar. (2024). Phenomenology of Communication of Generation Z in Pekanbaru. Komunikator.