

SKRIPSI

**PERSPEKTIF MAHASISWI DALAM MEMILIH KRITERIA SUAMI
IDAMAN BERDASARKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
(DI FHSIPOL DAN FEBIRA UNIMUDA SORONG)**



Nama : Adam Rumbory

NIM : 147020122034

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM, ILMU SOSIAL, DAN POLITIK
UNIVERSITAS PENDIDIKAN MUHAMMADIYAH SORONG**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

PERSPEKTIF MAHASISWI DALAM MEMILIH KRITERIA SUAMI
IDAMAN BERDASARKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
(DI FHISIPOL DAN FEBIRA UNIMUDA SORONG)

NAMA : Adam Rumbory
NIM : 147020122034

Telah disetujui Tim Pembimbing

Pada, 17 Juni 2026

Pembimbing I

Henraman, M.I.Kom.
NIDN. 140909101


(.....)

Pembimbing II

Nursyamsi, M.I.Kom.
NIDN. 1413128001


(.....)

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

**PERSPEKTIF MAHASISWI DALAM MEMILIH KRITERIA SUAMI
IDAMAN BERDASARKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
(DI FHSIPOL DAN FEBIRA UNIMUDA SORONG)**

Nama : Adam Rumbory

Nim : 147020122034

Skripsi ini telah disahkan oleh Dekan Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Politik
Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong.

Pada: 19 Juni 2026

Dekan Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan politik



Agfajrina Cindra Pamungkas, M.H.I.
NIDN. 1420089201

Tim Penguji Skripsi

1. **Canggi Araliya Aprianti Ode, M.I.Kom.**
NIDN. 1427049201



(.....)

2. **Dr. Ichsan Muhammad Abduh, S.I.Kom., M.A.P.**
NUPTK. 7246770671130353



(.....)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar 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 tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Sorong,.....Juni 2026

Yang membuat pernyataan,

Adam Rumbory

NIM. 147020122034

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- ❖ Sungguh, atas kehendak Allah, semua ini terwujud. Tiada kekuatan selain dengan pertolongan Allah. **(QS. Al-kahfi: 39)**
- ❖ Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya. **(HR. Tirmidzi)**
- ❖ Bila esok nanti kau sudah lebih baik, jangan lupakan masa-masa sulitmu. ceritakan kembali pada dunia, caramu mengubah keluh jadi senyuman. **(Admesh Kamaleng)**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih, penyertaan, dan berkat-Nya, karya sederhana ini Penulis persembahkan kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta'ala, atas segala rahmat, nikmat, kekuatan, kesehatan, serta kemudahan yang senantiasa diberikan kepada penulis dalam setiap proses kehidupan, khususnya selama menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini. Tiada daya dan upaya tanpa pertolongan-Nya. Setiap proses yang dilalui, setiap kesulitan yang dihadapi, dan setiap keberhasilan yang diraih merupakan bagian dari rencana terbaik yang telah Allah tetapkan.

2. Ayah dan Ibu tercinta, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, pengorbanan, serta motivasi tanpa henti. Terima kasih atas segala perjuangan, kesabaran, dan cinta yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini dengan baik. Tidak ada kata yang cukup untuk menggambarkan betapa besar jasa dan pengorbanan yang telah diberikan. Semoga setiap langkah dan pencapaian ini menjadi kebahagiaan serta kebanggaan bagi Ayah dan Ibu.
3. Keluarga besar tercinta, yang selalu memberikan dukungan moral, perhatian, doa, dan semangat kepada penulis dalam menghadapi setiap tantangan selama masa perkuliahan.
4. Dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan masukan dan ilmu yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, tenaga, dan pemikiran yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
5. Sahabat dan teman-teman seperjuangan, yang selalu hadir memberikan dukungan, motivasi, bantuan, serta kebersamaan yang berharga selama perjalanan perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Almamater tercinta, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, yang telah menjadi tempat penulis menimba ilmu, mengembangkan wawasan, serta membentuk karakter dan pengalaman selama menempuh pendidikan.
7. Diriku sendiri, yang telah berjuang, bertahan, dan tidak menyerah dalam menghadapi berbagai tantangan, hambatan, serta proses panjang selama masa perkuliahan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih karena telah

percaya, berusaha, dan terus melangkah sampai pada titik ini. Skripsi ini menjadi bukti bahwa tidak ada perjuangan yang sia-sia ketika dijalani dengan kesabaran, doa, dan keyakinan.

ABSTRAK

Adam Rumbory /147020122034. PERSPEKTIF MAHASISWI DALAM MEMILIH KRITERIA SUAMI IDAMAN BERDASARKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK (DI FHSIPOL DAN FEBIRA UNIMUDA SORONG)

Skripsi. Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Politik. Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong. Juni 2026.

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah menghadirkan berbagai representasi mengenai sosok pasangan ideal yang berpotensi memengaruhi cara pandang generasi muda terhadap hubungan dan pernikahan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perspektif mahasiswi UNIMUDA Sorong dalam memilih suami idaman setelah terpapar konten TikTok serta mengidentifikasi faktor-faktor dominan dalam konten yang berperan dalam pembentukan perspektif tersebut. Penelitian ini menggunakan Teori Uses and Gratifications sebagai landasan teoritis dengan pendekatan fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif informan dalam memaknai konten media. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif fenomenologi dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap 10 mahasiswi FHSIPOL dan FEBIRA UNIMUDA Sorong yang dipilih secara purposive. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perspektif mahasiswi mengenai suami idaman terbentuk melalui interaksi antara paparan konten TikTok, pengalaman sosial, dan nilai pribadi. Lima aspek utama yang menjadi pertimbangan adalah fisik dan

maskulinitas, stabilitas ekonomi, religiusitas, kualitas afektif dan perlakuan interpersonal, serta tanggung jawab. Faktor yang paling dominan dalam konten TikTok adalah sikap dan perlakuan terhadap pasangan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok berperan sebagai sumber referensi dan penguat perspektif, namun tidak menjadi faktor penentu utama karena nilai personal dan religius tetap menjadi landasan utama dalam memilih pasangan hidup.

Kata Kunci: TikTok, Perspektif Mahasiswi, Suami Idaman, Uses and Gratifications, Media Sosial.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perspektif Mahasiswi dalam memilih kriteria suami Idaman berdasarkan konten media sosial tiktok (di FHISIPOL dan FEBIRA UNIMUDA Sorong), yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong.

Latar belakang penulisan skripsi ini didasari oleh ketertarikan penulis terhadap fenomena perkembangan media sosial, khususnya TikTok, yang semakin berpengaruh dalam membentuk cara pandang, persepsi, dan preferensi individu terhadap berbagai aspek kehidupan sosial. Konten-konten yang ditampilkan melalui TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan informasi, tetapi juga berpotensi memengaruhi konstruksi pemikiran pengguna mengenai pasangan ideal dan kriteria suami idaman. Melalui penelitian ini, penulis berupaya memahami bagaimana mahasiswi Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong memaknai serta membentuk perspektif mereka dalam memilih suami idaman setelah terpapar berbagai konten yang beredar di media sosial TikTok.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yang Terhormat Bapak Dr. Rustamadji, M.Si., selaku Rektor Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, kami menyampaikan penghargaan yang sebesar- besarnya atas dukungan serta fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan di lingkup kampus Unimuda Sorong.
2. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada Ibu Agfajrina Cindra Pamungkas, M.H.I., selaku Dekan Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis selama menjalani proses studi hingga penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Henraman, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing I, dan Ibu Nursyamsi, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing II, yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan, masukan, motivasi, serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak/Ibu Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, khususnya kepada Bapak Rahmat Hidayat, M.I.Kom., Bapak Dr. Ichsan Muhammad Abduh, S.I.Kom. M.A.P., Ibu Juminah, S.Sos., M.I.Kom., dan Ibu Nursyamsi, M.I.Kom., Ibu Canggih Araliya A Ode, M.I.Kom., yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang sangat berharga selama masa studi perkuliahan.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong yang telah membantu dan memberikan pelayanan akademik selama penulis menempuh pendidikan.

6. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta doa kepada penulis selama menjalani proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.
8. Para informan penelitian yang berasal dari Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Politik serta Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Humaniora Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang sangat berharga bagi kelancaran penelitian ini.
9. Sahabat dan teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Komunikasi yang senantiasa memberikan dukungan, bantuan, semangat, serta kebersamaan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai keterbatasan dan kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya dalam kajian media baru, media sosial, dan konstruksi persepsi individu, serta dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji fenomena serupa.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Deskripsi Fokus.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Kajian Teori	11
2.1.1 Komunikasi.....	11
2.1.2 Media Sosial dan Preferensi dalam Prespektif Komunikasi.....	14
2.1.3 Media Sosial Sebagai Pembentuk Prespektif	19
2.1.4 Prespektif Perempuan dalam Memilih Pasangan atau Suami	20
2.1.5 TikTok sebagai Media Representasi Suami Idaman.....	22
2.1.6 Teori <i>Uses and Gratifications</i> Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch.....	24
2.2. Penelitian yang Relevan.....	27
2.3. Kerangka Pikir Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Jenis Penelitian	31

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.3. Fokus Penelitian	32
3.4. Informan Penelitian	32
3.5. Instrumen Penelitian	34
3.6. Teknik Pengumpulan Data	35
3.7. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian	38
4.1.1. Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong Sebagai Lokasi Penelitian	38
4.1.2. Identitas Informan	43
4.1.3. Gambaran Penggunaan Tiktok di Kalangan Mahasiswi	44
4.2. Hasil Penelitian.....	47
4.2.1. Perspektif Mahasiswi FHSIPOL dan FEBIRA UNIMUDA Sorong dalam Memilih Suami Idaman Setelah Terpapar Konten TikTok.....	49
4.2.2. Faktor-Faktor dalam Konten TikTok yang Berperan dalam Pembentukan Perspektif Suami Idaman.....	54
4.3. Pembahasan.....	61
4.3.1 Pembahasan 3 aspek kebutuhan utama dalam teori <i>Uses and Gratifications</i>	64
4.3.2. Bagaimana perspektif Mahasiswi Unimuda Sorong Dalam Memilih Suami Idaman Setelah Terpapar Konten Media Sosial TikTok	68
4.3.3. Faktor-Faktor dalam Konten TikTok yang Membentuk Perspektif Suami Idaman.....	78
BAB V PENUTUP	85
5.1. Kesimpulan	85
5.2. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian yang Relevan	27
Tabel 4.1. Identitas Informan	43
Tabel 4.2. Pembahasan 3 Aspek utama dalam Teori Uses and Gratifications ...	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pikir	30
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumnetasi Konten Tiktok Sebagai Data Pendukung Penelitian Tentang Suami Idaman	95
Lampiran 2. Dokumentasi Proses Wawancara Bersama Informan	96
Lampiran 3. Lembar Pedoman Wawancara	98
Lampiran 4. Transkrip Wawancara.....	101
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup	135

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan yang cukup signifikan di dalam cara individu membentuk persepsi, nilai, dan preferensi yang berpengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk juga dalam relasi hubungan romantis dan pemilihan pasangan hidup. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi tempat sosial digital yang cukup aktif dalam membentuk realitas sosial melewati produksi dan distribusi makna secara masif. Asyari & Sukmawati, (2025) Menjelaskan fenomena konten mengenai gambaran suami ideal dan relasi romantis pada perempuan dewasa muda semakin menonjol di media sosial, khususnya TikTok. Platform ini dipenuhi video singkat yang menyajikan narasi tentang kriteria pasangan ideal, potret hubungan yang harmonis, hingga tren “*marriage is scary*” yang banyak dikonsumsi oleh pengguna perempuan dari generasi Z (kelahiran 1995–2010).

Fenomena ini menjadi relevan ketika dikaitkan dengan realitas kehidupan mahasiswa di lingkungan kampus. TikTok tidak lagi sekedar menjadi media hiburan tetapi telah hadir sebagai ruang sosial digital yang menyatu dengan keseharian generasi muda. Di kalangan mahasiswi, intensitas penggunaan TikTok cukup tinggi dan berpengaruh pada berbagai aspek kehidupan mulai dari cara berinteraksi, pola konsumsi informasi, hingga pembentukan pandangan dan preferensi sosial tertentu. Beberapa temuan menunjukkan bahwa media sosial, termasuk TikTok, turut memengaruhi psikososial dan gaya hidup mahasiswa di

Indonesia (Mutya, 2025). Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana konten TikTok bereperan dalam membentuk preferensi perempuan dalam memilih suami idaman masih relatif terbatas, terutama jika dikaji dalam konteks lokal kampus di wilayah timur Indonesia.

Seiring dengan pesatnya perkembangan era digital, media sosial kini menjadi elemen yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Salah satu platform yang menonjol dan memiliki pengaruh besar dalam membentuk cara berpikir serta ekspektasi penggunanya adalah TikTok, yang berkembang sebagai fenomena komunikasi digital dengan jangkauan audiens yang luas (Hakim et al., 2025).

Dalam dua dekade terakhir, kemajuan teknologi digital telah mendorong lahirnya generasi yang sangat akrab dengan penggunaan internet dan media sosial. Generasi Z, yang mencakup individu kelahiran tahun 1996 hingga 2012, berkembang dalam lingkungan yang serba digital sejak usia dini. Kelompok ini kerap disebut sebagai *digital natives* karena tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga aktif dalam menciptakan serta mendistribusikan konten di berbagai platform media sosial, termasuk TikTok. Kehadiran TikTok tidak sebatas sebagai sarana hiburan, melainkan turut berkontribusi dalam membentuk nilai-nilai sosial dan budaya baru, khususnya yang berkaitan dengan konstruksi hubungan romantis dalam konteks global (Sipahutar & Safitri, 2025).

Berdasarkan laporan Digital 2025 yang dirilis oleh *We Are Social*, Media sosial telah mengalami perkembangan signifikan dan kini menjadi salah satu sarana komunikasi yang paling banyak digunakan di era digital. Di Indonesia, TikTok menempati posisi strategis sebagai salah satu platform yang paling

populer. Berdasarkan laporan terbaru dari We Are Social dan Meltwater, jumlah pengguna TikTok di Tanah Air mencapai 180,11 juta orang. Angka tersebut kembali menempatkan Indonesia di posisi pertama secara global, meski turun bila dibandingkan dengan Juli 2025 yang sempat mencapai 194,37 juta pengguna. Secara global, jumlah pengguna TikTok diproyeksi mencapai 1,99 miliar orang pada Oktober 2025, meningkat dari 1,94 miliar pengguna pada Juli 2025. Artinya, sekitar 24,1% populasi dunia kini menggunakan aplikasi berbagi video pendek asal Tiongkok tersebut (Maheswara, 2025).

Menurut Bintang dkk dalam Sipahutar & Safitri, (2025) mengatakan bahwa pengguna Gen Z di Indonesia merasa terdorong untuk mempertontonkan hubungan yang tampak sempurna di media sosial, meskipun kenyataannya sering kali tidak demikian. Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial turut berperan dalam membentuk norma-norma baru tentang relasi yang harus dipatuhi secara sosial, bahkan ketika hal tersebut bertentangan dengan keaslian relasi interpersonal.

Dalam konteks hubungan romantis, yang di kemukakan oleh Bouffard dalam Sipahutar & Safitri, (2025) menjelaskan bahwa intensitas penggunaan media sosial yang berlebihan berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dalam suatu hubungan. Kondisi ini terjadi ketika perhatian individu lebih banyak tercurah pada aktivitas mengakses dan mengonsumsi konten media sosial dibandingkan membangun interaksi langsung dengan pasangan. Paparan yang berulang terhadap unggahan pasangan ideal atau hubungan yang tampak sempurna di platform seperti Instagram dan TikTok dapat meningkatkan

kecenderungan munculnya konflik serta rasa ketidak puasan dalam hubungan yang dijalani secara nyata.

Sebagai platform berbasis video pendek yang didukung oleh sistem algoritma yang adaptif, TikTok memungkinkan penggunaanya untuk mengakses, memproduksi, serta mendistribusikan beragam jenis konten yang merepresentasikan berbagai dimensi kehidupan, mulai dari hiburan, edukasi, hingga gaya hidup. Dalam konteks relasi interpersonal dan pernikahan, TikTok menunjukkan peran yang semakin menonjol, khususnya di kalangan generasi muda. Tingginya tingkat penggunaan menjadikan platform ini sebagai salah satu rujukan utama dalam memperoleh informasi sekaligus inspirasi terkait kehidupan pernikahan. Namun, konten yang beredar cenderung menampilkan gambaran hubungan romantis dan pernikahan yang ideal serta harmonis, sementara aspek realitas dan tantangan yang menyertainya sering kali kurang mendapat perhatian. (Hakim et al., 2025).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, tidak hanya berperan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium yang turut membentuk cara pandang individu terhadap realitas sosial, termasuk dalam memaknai hubungan romantis dan pernikahan. Paparan konten yang berulang dan intens memungkinkan terjadinya proses internalisasi nilai, di mana individu secara tidak langsung mengadopsi standar-standar tertentu yang ditampilkan dalam media. Dalam konteks ini, preferensi terhadap pasangan hidup tidak lagi semata-mata dibentuk oleh pengalaman langsung atau nilai-nilai keluarga, tetapi juga dipengaruhi oleh konstruksi sosial yang berkembang di media digital.

Pengaruh tersebut menjadi semakin signifikan ketika dikaitkan dengan kelompok generasi muda, khususnya mahasiswa, yang berada pada fase perkembangan identitas dan mulai memikirkan relasi jangka panjang, termasuk pernikahan. Mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial memiliki kecenderungan untuk menjadikan konten digital sebagai referensi dalam membentuk persepsi, ekspektasi, dan preferensi terhadap pasangan ideal.

Kondisi tersebut menjadi semakin cocok jika dikaitkan dengan konteks lokasi penelitian di Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong. Sebagai salah satu perguruan tinggi yang memiliki jumlah mahasiswa cukup besar di Provinsi Papua Barat Daya, Unimuda Sorong menampung mahasiswa dari berbagai daerah di Papua dan wilayah sekitarnya. Keberagaman latar belakang tersebut menjadikan lingkungan kampus sebagai ruang sosial yang dinamis, termasuk dalam hal penggunaan media digital (Sri Astuti, 2023). Dalam keseharian mahasiswa, media sosial termasuk TikTok tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga menjadi bagian dari interaksi sosial dan aktivitas informal di lingkungan kampus.

Urgensi penelitian ini berangkat dari adanya kesenjangan antara tingginya penggunaan TikTok di kalangan generasi muda dengan masih terbatasnya penelitian yang mengkaji pengaruhnya terhadap preferensi relasi interpersonal. Secara khusus, kajian mengenai bagaimana konten TikTok berkaitan dengan kriteria suami idaman di kalangan mahasiswi Unimuda Sorong masih jarang ditemukan. Padahal, prospektif dalam memilih pasangan hidup merupakan proses sosial yang tidak sederhana dan memiliki implikasi jangka panjang bagi kehidupan individu. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk memberikan

gambaran empiris mengenai keterkaitan antara konsumsi konten TikTok dan pembentukan prespektif pasangan ideal pada mahasiswi, sekaligus menambah kajian tentang peran media sosial dalam dinamika relasi sosial generasi muda di wilayah Indonesia bagian timur.

Di tengah era di mana media sosial jadi arena utama untuk menciptakan makna, TikTok terus memunculkan berbagai gambaran tentang sosok suami idaman lewat simbol-simbol visual, cerita yang menyentuh hati, dan pesan-pesan yang membentuk norma. Gambaran-gambaran ini bisa saja membentuk pandangan standar tentang hubungan dan pernikahan. Tapi penelitian ini tidak berangkat dari asumsi bahwa media itu dapat diprediksi, yang menganggap perempuan sebagai objek yang gampang terpengaruh. Sebaliknya, dengan pendekatan fenomenologi, kita tau bagaimana mahasiswi secara aktif mengalami, merenungkan, dan memberi makna pada konten itu dalam kesadaran mereka sendiri. Jadi, prespektif soal suami idaman dipahami bukan sebagai hasil cuci otak dari media, melainkan sebagai hasil interaksi dinamis antara pengalaman pribadi, nilai-nilai budaya, kondisi sosial, dan paparan dari dunia digital. Pendekatan ini memungkinkan kita menggali lapisan makna yang lebih dalam dari pengalaman konsumsi media, sehingga bisa berkontribusi secara konseptual dalam memahami bagaimana preferensi perempuan terbentuk di zaman sekarang ini.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana prespektif mahasiswi Unimuda Sorong dalam memilih suami idaman setelah terpapar konten media sosial TikTok?
2. Faktor-faktor apa saja yang paling sering ditampilkan dalam konten TikTok dan berperan dalam pembentukam prespektif suami idaman pada mahasiswi Unimuda Sorong?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, adapun tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Menganalisis prespektif Mahasiswi Unimuda Sorong dalam memilih suami idaman setelah terpapar konten media sosial TikTok.
2. Mengetahui faktor-faktor dominan dalam konten TikTok yang berperan dalam pembentukan prespektif suami idaman di kalangan Mahasiswi Unimuda Sorong.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam penggunaan teori Uses and Gratifications pada media sosial. Secara teoretis, penelitian ini membantu memperluas pemahaman mengenai peran media sosial TikTok dalam membentuk konstruksi sosial dan preferensi individu, terutama dalam konteks prespektif perempuan terhadap pasangan hidup. Selain itu, hasil

penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji hubungan antara media digital dan pembentukan nilai serta preferensi sosial generasi muda, khususnya di wilayah Indonesia bagian timur.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswi / Pengguna

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong tumbuhnya kesadaran kritis mahasiswi terhadap konten TikTok yang dikonsumsi, khususnya konten yang menampilkan standar suami idaman. Dengan demikian, mahasiswi diharapkan mampu menyikapi konten tersebut secara lebih reflektif dan tidak menerimanya secara mentah, melainkan mempertimbangkannya sesuai dengan nilai dan realitas kehidupan masing-masing.

b. Bagi Institusi Pendidikan (Unimuda Sorong)

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak kampus dalam merancang program literasi digital yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa. Temuan penelitian juga dapat dimanfaatkan sebagai dasar pengembangan kegiatan edukatif yang mendorong penggunaan media sosial secara lebih sehat dan bertanggung jawab di lingkungan kampus.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi rujukan awal bagi peneliti berikutnya yang tertarik mengkaji pengaruh media sosial terhadap preferensi relasi interpersonal, baik dengan pendekatan teori, metode, maupun konteks penelitian yang berbeda.

1.5. Deskripsi Fokus

Fokus penelitian merupakan batasan konseptual yang berfungsi untuk mengarahkan peneliti dalam menelaah suatu fenomena secara terarah, mendalam, dan tidak melebar dari konteks permasalahan yang dikaji. Penetapan fokus juga membantu memperjelas posisi penelitian, baik dari sisi teoritis maupun empiris, sehingga proses pengumpulan dan analisis data dapat dilakukan secara sistematis dan konsisten.

Penelitian ini memusatkan perhatian pada “prespektif perempuan dalam memilih suami idaman berdasarkan standar media sosial TikTok pada mahasiswi Fhisipol dan Febira Unimuda Sorong”. Fokus ini tidak dimaksudkan untuk menilai benar atau salahnya standar yang berkembang di media sosial, melainkan untuk memahami bagaimana mahasiswi sebagai pengguna aktif media memaknai, menginterpretasikan, dan mengonstruksi preferensi mereka terhadap figur suami ideal dalam konteks paparan konten TikTok.

Platform digital berbasis video pendek, TikTok menghadirkan beragam representasi tentang laki-laki ideal, relasi romantis, gaya hidup pernikahan, hingga standar maskulinitas modern. Konten-konten tersebut berpotensi membentuk referensi simbolik tertentu yang kemudian dijadikan acuan dalam membayangkan atau menentukan kriteria pasangan hidup. Dalam konteks ini, mahasiswi tidak diposisikan sebagai pihak yang pasif menerima pesan, melainkan sebagai subjek aktif yang memilih, mengonsumsi, serta memberi makna terhadap konten yang mereka akses.

Menganalisis fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan kerangka Teori Uses and Gratifications yang diperkenalkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Teori ini menekankan bahwa khalayak memiliki kebutuhan tertentu yang mendorong mereka menggunakan media, serta secara aktif menentukan bagaimana media tersebut dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, personal, maupun sosial.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori

2.1.1 Komunikasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan, yang bertujuan agar pesan tersebut dapat disampaikan dan dipahami dengan baik. Menurut Harold D. Lasswell (1948), komunikasi dapat dijelaskan melalui formula klasik *who says what in which channel to whom with what effect*. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin komunikasi, dan bersumber dari kata komunikasi yang berarti sama. Samadi sini maksudnya adalah sama makna (Rustan, AS, 2025).

Dalam pandangan lain, Everett M. Rogers dalam N, Muntaha, A.Amin (2023) menjelaskan komunikasi sebagai proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu atau lebih penerima dengan tujuan untuk mengubah perilaku mereka. Penjelasan ini menunjukkan bahwa komunikasi bukan sekadar aktivitas menyampaikan pesan, melainkan suatu proses sosial yang memiliki arah dan tujuan tertentu. Rogers menempatkan komunikasi sebagai instrumen penting dalam proses perubahan sosial, terutama dalam konteks penyebaran inovasi (*diffusion of innovations*). Dalam kerangka ini, pesan yang disampaikan tidak bersifat netral, melainkan mengandung muatan nilai, gagasan, atau perspektif yang dapat memengaruhi cara berpikir dan bertindak penerima. komunikasi adalah proses, komunikasi dilakukan oleh dua orang atau lebih, komunikasi adalah pertukaran antara satu sama lain dan komunikasi berujung pada saling

pengertian.(Basalama, 2016). Oleh karena itu, komunikasi memiliki dimensi persuasif yang kuat karena berpotensi membentuk sikap, memperkuat keyakinan, atau bahkan mengubah perilaku individu sesuai dengan isi pesan yang diterimanya.

Menurut Effendy dalam D, Putri (2016) Komunikasi atau dalam bahasa Inggris, *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Sejalan dengan itu, komunikasi adalah wujud perhubungan. Memahami pengertian komunikasi adalah sebenarnya bukan sekadar perhubungan, tetapi proses dalam menjelaskan sesuatu hingga pesan bisa saling dipahami (Tysara, 2022).

Pandangan Effendy menegaskan bahwa komunikasi mencakup berbagai bentuk interaksi, mulai dari komunikasi interpersonal hingga komunikasi massa. Dalam konteks ini, media berperan sebagai perantara yang memungkinkan pesan menjangkau khalayak yang lebih luas. Efektivitas komunikasi, menurut Effendy, sangat dipengaruhi oleh kejelasan pesan, kemampuan komunikator, serta kondisi psikologis dan sosial komunikan. Dengan demikian, komunikasi dipahami sebagai proses yang dinamis dan kompleks karena melibatkan unsur kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan), dan konatif (tindakan) dari penerima pesan.

Dalam pandangan Wilbur Schramm (1954) dalam J. Freaan (2022) menekankan bahwa komunikasi adalah proses berbagi makna (*sharing of meaning*). Inti dari komunikasi bukan hanya pada pengiriman pesan, tetapi pada terciptanya pemahaman yang sama antara komunikator dan komunikan. Schramm memperkenalkan konsep *field of experience*, yaitu latar belakang pengalaman,

budaya, nilai, dan pengetahuan yang dimiliki oleh masing-masing pihak. Kesamaan atau irisan pengalaman tersebut menjadi faktor penentu keberhasilan komunikasi. Apabila pesan disampaikan tanpa mempertimbangkan latar belakang komunikan, maka potensi terjadinya salah tafsir akan semakin besar. (Holtgraves et al., 2023)

Sejalan dengan itu, penelitian terbaru oleh Strauss, Harr, dan Pieper (2024) menegaskan bahwa dalam era digital, komunikasi semakin menekankan pada proses interpretasi dan negosiasi makna antar individu, khususnya dalam interaksi berbasis media digital. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif menuntut adanya penyesuaian pesan dengan karakteristik dan pengalaman penerima agar makna yang dimaksud dapat dipahami secara tepat (Putri,Vkm, 2024).

Berdasarkan ketiga pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses sosial yang tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kesamaan makna serta berpotensi memengaruhi sikap dan perilaku individu. Komunikasi melibatkan interaksi yang kompleks antara sumber pesan, media, isi pesan, serta latar belakang penerima. Dalam konteks komunikasi modern, terutama melalui media digital, proses pembentukan makna dan pengaruh tersebut menjadi semakin dinamis karena pesan dapat disebarluaskan secara cepat dan menjangkau audiens yang luas.

2.1.2 Media Sosial dan Preferensi dalam Prespektif Komunikasi

1. Media Sosial

Dalam kajian komunikasi massa kontemporer, media sosial dipahami bukan sekadar sebagai saluran distribusi informasi, tetapi sebagai ruang produksi, distribusi, sekaligus negosiasi makna. Berbeda dengan media massa konvensional yang cenderung bersifat satu arah (*one-way communication*), media sosial menghadirkan pola komunikasi yang interaktif, partisipatif, dan dialogis. Pengguna tidak lagi ditempatkan hanya sebagai audiens pasif, melainkan juga sebagai produsen pesan (*prosumer*) yang dapat menciptakan, membagikan, dan memodifikasi konten. Perubahan ini menunjukkan pergeseran struktur komunikasi dari model linear menuju model yang lebih dinamis dan timbal balik (McQuail, 2010). Sementara itu Media sosial di era digital telah menjadi ruang budaya baru yang berperan penting dalam proses pembentukan identitas. Tidak hanya sebagai alat komunikasi, media sosial menjadi arena representasi, ekspresi, dan konstruksi makna identitas yang terus berkembang seiring waktu. Pengguna media sosial memanfaatkan media sosial untuk menampilkan, menegosiasikan, bahkan membentuk ulang identitas budayanya baik secara individual maupun kolektif (Sari & Alfianti, 2025).

Salah satu platform yang merepresentasikan karakteristik tersebut adalah TikTok. Sebagai media berbasis video pendek, TikTok mengintegrasikan elemen visual, audio, teks, dan algoritma digital dalam satu sistem komunikasi yang kompleks. Algoritma TikTok adalah mahakarya rekayasa yang menggabungkan pembelajaran mesin canggih dengan data interaksi pengguna yang masif. Kemampuannya untuk secara intuitif memahami dan memprediksi selera miliaran

orang adalah kunci mengapa aplikasi ini begitu adiktif dan efektif (Xiaobil@poltekbangplg.ac.id, 2025).

Sistem algoritma pada TikTok bekerja dengan menyaring dan merekomendasikan konten berdasarkan histori interaksi pengguna, seperti tontonan sebelumnya, durasi menonton, komentar, dan preferensi topik. Secara komunikatif, mekanisme ini menciptakan pengalaman media yang bersifat personal, berulang, dan terkurasi. Artinya, pengguna cenderung terekspos pada jenis konten yang sejalan dengan minat dan kecenderungan mereka sebelumnya. (Salles, 2025)

Dalam perspektif Ilmu Komunikasi, kondisi tersebut melahirkan beberapa implikasi penting. Pertama, konsep paparan selektif (*selective exposure*) menjelaskan bahwa individu cenderung memilih dan lebih sering terpapar pada pesan yang sesuai dengan keyakinan atau minat mereka (Littlejohn & Foss, 2019). Dalam konteks algoritma media sosial, kecenderungan ini semakin diperkuat karena sistem secara otomatis merekomendasikan konten yang dianggap relevan bagi pengguna.

Kedua, terjadi proses penguatan persepsi (*reinforcement*). Paparan yang berulang terhadap pesan dengan tema serupa berpotensi memperkuat pandangan atau preferensi yang telah dimiliki sebelumnya. Teori efek terbatas dalam komunikasi massa menjelaskan bahwa media sering kali tidak secara langsung mengubah sikap secara drastis, melainkan memperkuat kecenderungan yang sudah ada (Scalvini, 2023). Dengan demikian, konten yang menampilkan narasi tertentu tentang standar pasangan ideal dapat berfungsi sebagai penguat persepsi yang telah terbentuk dalam diri individu.

Ketiga, terdapat proses internalisasi simbol sosial. Media sosial sarat dengan simbol, representasi, dan konstruksi makna yang berkaitan dengan nilai, gaya hidup, relasi gender, hingga konsep idealitas dalam hubungan. Ketika simbol-simbol tersebut dikonsumsi secara terus-menerus dan dianggap relevan dengan pengalaman pribadi, maka individu dapat menginternalisasinya sebagai bagian dari kerangka berpikir mereka. Dalam perspektif konstruksi sosial atas realitas, realitas sosial dipahami sebagai hasil interaksi dan proses pemaknaan yang berlangsung secara terus-menerus (Berger & Luckmann, 1966). Sejalan dengan itu Yudha & Agoes, (2024) Menjelaskan konstruksi realitas sosial di Indonesia mencerminkan interaksi antara berbagai faktor, baik lokal maupun global, yang terus berkembang dalam menghadapi dinamika teknologi dan perubahan sosial di era digital. Oleh karena itu, konten digital tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga turut membentuk cara individu memahami realitas sosial.

Konteks penelitian ini, konten mengenai suami idaman yang berulang dalam ruang digital berpotensi menghadirkan referensi sosial baru tentang standar pasangan ideal. Narasi yang dikemas melalui *storytelling*, opini personal, maupun pengalaman relasional dapat membentuk gambaran tertentu mengenai kriteria pasangan yang dianggap layak, ideal, atau diharapkan. *Eksposur* secara terus menerus terhadap konten pasangan ideal seperti video romantis estetik atau narasi tentang hubungan yang terkesan sempurna menimbulkan *upward social comparison* dapat mengurangi kepuasan dalam hubungan nyata (Sipahutar & Safitri, 2025). Namun demikian, penelitian ini tidak memposisikan TikTok sebagai faktor deterministik atau penyebab tunggal perubahan preferensi. Media

dipahami sebagai arena pengalaman komunikasi yang dimaknai secara subjektif oleh pengguna. Artinya, mahasiswa sebagai audiens tetap memiliki kapasitas untuk menafsirkan, menerima, menolak, atau menegosiasikan makna pesan sesuai dengan latar belakang nilai, budaya, dan pengalaman pribadi mereka.

Dengan demikian, media sosial dalam perspektif Ilmu Komunikasi dipandang sebagai ruang interaksi simbolik yang dinamis, di mana makna tentang pasangan ideal dapat diproduksi, direproduksi, dan dimaknai ulang oleh pengguna secara aktif.

2. Preferensi

Dalam kajian Ilmu Komunikasi, preferensi tidak sekadar dipahami sebagai pilihan semata, tetapi sebagai hasil dari proses dinamis interaksi antara individu, pesan, serta konteks sosial media yang mereka gunakan. Preferensi mengacu pada kecenderungan atau kecocokan seseorang terhadap sesuatu baik berupa konten, gagasan, maupun objek sosial tertentu yang terbentuk melalui pengalaman komunikasi yang berulang dan bermakna.

Komunikasi modern memandang preferensi sebagai manifestasi dari bagaimana individu menafsirkan pesan yang mereka terima melalui media. Menurut Bazard & Gasher (2019), preferensi audiens adalah hasil dari praktik komunikasi yang mencerminkan kebutuhan emosional, nilai personal, dan konteks sosial di mana pesan itu ditafsirkan. Preferensi tidak lahir secara spontan; melainkan melalui paparan pesan media yang terus menerus dan resonan dengan pengalaman dan kebutuhan. Lebih jauh, preferensi dipandang sebagai hasil dari proses *uses and gratifications* yang dinamis, di mana audiens secara aktif memilih

media dan konten yang mereka anggap relevan dengan kebutuhan mereka, baik individu.

Preferensi juga dilihat sebagai konstruksi sosial yang bergerak dinamis seiring dengan interaksi pengguna dengan media digital. Dalam konteks platform seperti TikTok, preferensi audiens terhadap konten tertentu dipengaruhi oleh algoritma yang personal dan adaptif. Penelitian oleh Eslami dkk. (2021) menunjukkan bahwa algoritma media sosial tidak hanya menyajikan konten berdasarkan popularitas umum, tetapi juga berdasarkan pola penggunaan tiap individu, sehingga preferensi konten semakin mencerminkan kebutuhan personal dan pola interaksi spesifik pengguna. itu kebutuhan informasi, hiburan, penguatan identitas, maupun interaksi sosial (Quan-Haase & Young, 2020). Pendekatan ini menekankan bahwa audiens memiliki peran aktif dalam memilih konten dan menafsirkannya sesuai dengan kebutuhan psikologis dan sosial mereka.

Studi terbaru oleh Bakker & Kleinenberg (2022) menemukan bahwa preferensi audiens sering kali dipengaruhi oleh jaringan sosial dan diskursus budaya di melalui sosial mereka. Artinya, preferensi bukan hanya hasil respons individual terhadap pesan media, tetapi juga dipengaruhi oleh norma, diskusi kelompok, dan budaya digital komunitas di mana pengguna berada.

Konteks komunikasi relasional dan media sosial, preferensi terhadap konten tentang relasi atau pasangan ideal, seperti suami idaman, adalah hasil dari interaksi kompleks antara konten yang diproduksi oleh media dan cara audiens menafsirkan konten tersebut berdasarkan pengalaman, nilai, dan kebutuhan mereka. Prespektif ini tidak bersifat statis tetapi berkembang seiring dengan pengalaman pengguna dan lingkungan sosialnya.

Dengan demikian, perspektif komunikasi menempatkan preferensi sebagai hasil proses interpretatif yang aktif, bukan sekadar respons pasif terhadap pesan media. Dalam ranah media digital, preferensi audiens muncul sebagai representasi makna yang terus dibentuk melalui interaksi antara media, pengguna, dan konteks sosial budaya di sekitarnya.

2.1.3 Media Sosial Sebagai Pembentuk Prespektif

Media sosial merupakan kelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi konten secara aktif (Wolfers et al., 2025). Berbeda dengan media konvensional, media sosial memberi ruang bagi pengguna untuk terlibat langsung dalam proses komunikasi, baik sebagai penerima maupun pembuat pesan. Mengkaji media sosial melalui perspektif ilmu komunikasi memungkinkan kita memahami dinamika komunikasi modern serta merespons berbagai tantangan dan peluang yang datang. Dari komunikasi interpersonal hingga komunikasi politik, media sosial berperan penting dalam membentuk opini, perilaku, dan hubungan sosial (Margaretta, 2025). Kondisi ini menjadikan media sosial memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk cara pandang dan preferensi individu.

Salah satu karakteristik utama media sosial adalah sifatnya yang visual, cepat, dan berbasis algoritma. Konten yang menarik akan lebih sering muncul dan dikonsumsi secara berulang oleh pengguna. Paparan yang terus-menerus terhadap jenis konten tertentu berpotensi membentuk standar sosial baru yang secara perlahan diterima sebagai sesuatu yang wajar. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga membangun kerangka berpikir mengenai apa yang dianggap ideal, normal, dan diinginkan.

Sari dan Nugroho (2023) Menjelaskan bahwa konten media sosial yang dikonsumsi secara berulang dapat membentuk persepsi dan preferensi pengguna, terutama ketika konten tersebut menampilkan gambaran kehidupan yang dianggap berhasil atau ideal. Ketika representasi tersebut diterima tanpa disadari, media sosial berperan dalam mengonstruksi realitas sosial baru bagi penggunanya.

Media sosial tidak dapat dipandang hanya sebagai sarana hiburan semata. Tetapi Media sosial juga berperan sebagai agen pembentuk preferensi dan nilai sosial, termasuk dalam hal pemilihan pasangan hidup. Pemahaman ini menjadi dasar penting dalam penelitian analisis konten, karena memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana media sosial, khususnya TikTok, mengonstruksi gambaran suami idaman yang kemudian memengaruhi preferensi perempuan sebagai audiens.

2.1.4 Prespektif Perempuan dalam Memilih Pasangan atau Suami

Prespektif perempuan dalam memilih suami idaman tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai sosial yang hidup dan berkembang dalam masyarakat. Pilihan terhadap pasangan hidup pada dasarnya merupakan hasil dari proses sosial yang panjang, di mana perempuan belajar, menilai, dan memaknai sosok pasangan ideal berdasarkan pengalaman pribadi serta pengaruh lingkungan sekitarnya. Dengan kata lain, preferensi tersebut bukan sekadar keputusan individual, tetapi terbentuk melalui interaksi sosial yang terus berlangsung.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kriteria suami idaman yang umum dipertimbangkan perempuan meliputi aspek ekonomi, kepribadian, tanggung jawab, tingkat pendidikan, serta kemampuan memberikan rasa aman secara emosional maupun sosial. Fitriani et al., (2022) menemukan bahwa

stabilitas ekonomi masih menjadi pertimbangan penting karena berkaitan dengan kesiapan membangun rumah tangga. Sementara itu, N. Putri & Hidayat, (2025) menekankan bahwa kepribadian dan tanggung jawab dianggap sebagai fondasi utama dalam menciptakan hubungan pernikahan yang harmonis dan berkelanjutan. Temuan ini menunjukkan bahwa preferensi perempuan tidak berdiri pada satu aspek saja, melainkan merupakan kombinasi dari berbagai pertimbangan yang saling berkaitan.

Namun demikian, perspektif perempuan tidak bersifat statis. Perubahan sosial, pendidikan, serta perkembangan teknologi turut memengaruhi cara perempuan memaknai sosok suami idaman. Pada masyarakat modern, perempuan semakin memiliki ruang untuk menilai dan menentukan pilihannya secara lebih reflektif. Nilai-nilai tradisional seperti peran pencari nafkah utama masih relevan, tetapi mulai dipadukan dengan kriteria lain seperti kemampuan berkomunikasi, kesetaraan dalam relasi, serta dukungan emosional dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan media digital, khususnya media sosial, semakin memperkuat pergeseran tersebut. Media sosial menghadirkan beragam representasi tentang hubungan romantis dan kehidupan rumah tangga yang dikemas secara visual dan naratif. Melalui konten yang ditampilkan secara berulang, perempuan memperoleh gambaran tertentu mengenai sosok suami idaman yang dianggap menarik, ideal, atau layak untuk dijadikan pasangan hidup. Sipahutar & Safitri, (2025) menjelaskan bahwa paparan konten digital secara terus-menerus dapat membentuk standar baru dalam memandang relasi dan pasangan, terutama ketika konten tersebut dikaitkan dengan gaya hidup, kemapanan, dan citra kebahagiaan.

Dalam konteks TikTok, representasi suami idaman sering kali disajikan dalam bentuk potongan video singkat yang menampilkan keseharian pasangan, peran suami dalam rumah tangga, hingga simbol-simbol keberhasilan dan romantisme. Representasi ini tidak selalu mencerminkan realitas secara utuh, tetapi berpotensi membentuk persepsi dan ekspektasi perempuan terhadap pasangan hidup. Oleh karena itu, perspektif perempuan dalam memilih suami idaman dapat dipahami sebagai hasil dari pertemuan antara nilai-nilai sosial yang telah ada dengan konstruksi realitas baru yang dihadirkan oleh media sosial.

Dengan demikian, perspektif perempuan dalam memilih suami idaman bukan sekadar cerminan keinginan personal, melainkan juga refleksi dari perubahan sosial dan budaya yang berlangsung. Pemahaman ini menjadi penting dalam penelitian analisis konten, karena memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana media sosial, khususnya TikTok, berperan dalam membentuk dan mereproduksi gambaran tentang suami idaman yang kemudian memengaruhi cara perempuan memandang relasi dan pernikahan.

2.1.5 TikTok sebagai Media Representasi Suami Idaman

TikTok merupakan salah satu platform media sosial berbasis video pendek yang mengalami pertumbuhan pengguna sangat pesat, khususnya di kalangan generasi muda. Karakteristik utama TikTok terletak pada sistem algoritmanya yang bekerja melalui fitur *For You Page* (FYP), yaitu mekanisme kurasi konten yang menyesuaikan tayangan dengan minat, interaksi, dan pola konsumsi pengguna. Melalui sistem ini, pengguna tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi terus-menerus terekspos pada jenis konten yang serupa secara berulang, sehingga pesan dan nilai yang terkandung di dalamnya lebih mudah tertanam

dalam kesadaran pengguna. Kondisi tersebut menjadikan TikTok memiliki daya pengaruh yang kuat dalam membentuk cara pandang, persepsi, serta preferensi individu terhadap berbagai isu sosial, termasuk relasi interpersonal dan pernikahan (Langlais et al., 2024)

Sehubung dengan konteks relasi romantis, TikTok banyak menghadirkan konten yang merepresentasikan figur “suami idaman” melalui berbagai narasi visual dan simbolik. Representasi tersebut umumnya menampilkan laki-laki dengan atribut tertentu, seperti memiliki kemapanan ekonomi, bersikap romantis dan penuh perhatian, menunjukkan tanggung jawab terhadap pasangan dan keluarga, serta memiliki penampilan fisik yang dianggap menarik. Konten semacam ini sering dikemas dalam bentuk cerita keseharian, potongan momen rumah tangga, maupun narasi motivasional yang secara tidak langsung membangun gambaran ideal tentang pasangan hidup. Paparan yang berulang terhadap representasi tersebut berpotensi membentuk standar normatif mengenai pasangan ideal di benak audiens, khususnya perempuan sebagai kelompok yang banyak mengonsumsi konten relasi di TikTok.

Standar pasangan ideal yang dibangun melalui konten TikTok tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi referensi simbolik dalam proses pemaknaan relasi dan pernikahan. Perempuan dapat menjadikan representasi tersebut sebagai acuan dalam menilai kualitas pasangan, membandingkan pengalaman relasi yang dijalani, hingga membentuk ekspektasi terhadap pernikahan di masa depan. Dengan demikian, preferensi pasangan hidup tidak sepenuhnya terbentuk secara personal atau individual, melainkan juga dipengaruhi oleh konstruksi sosial yang diproduksi dan direproduksi melalui media sosial.

Sejalan dengan temuan Lestari (2024) serta Putri et al. (2026), konten relasi di TikTok berkontribusi dalam membangun imajinasi kolektif mengenai sosok suami ideal, yang pada akhirnya dapat memengaruhi cara perempuan menentukan kriteria dan preferensi dalam memilih pasangan hidup.

2.1.6 Teori *Uses and Gratifications* Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch

Penelitian ini mengadopsi Teori *Uses and Gratifications* (U&G), yang dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974. Teori penggunaan dan kepuasan, atau *uses and gratification theory*, adalah salah satu teori yang terkenal dalam studi komunikasi massa. Teori ini menyatakan bahwa perbedaan individu menyebabkan audiens mencari, menggunakan, dan merespons konten media dengan cara yang berbeda. Hal ini dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis yang berbeda di antara individu dan audiens. Teori *Uses and Gratifications* awal muncul karena Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch melihat bahwa audiens memiliki keinginan untuk memilih apa yang mereka inginkan dari media. Dalam teori ini, audiens dianggap sebagai individu aktif yang memiliki tujuan dan bertanggung jawab dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Teori *Uses and Gratifications* juga menekankan bahwa penggunaan media didorong oleh motif tertentu (Yuni et al., 2025)

Dari segi konseptual, *Uses and Gratifications* didasarkan pada premis bahwa manusia memiliki kebutuhan psikologis dan sosial yang mendorong mereka memilih media tertentu secara sadar. Pilihan ini bertujuan untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) yang selaras dengan motivasi pribadi.

Dalam pandangan ini, penggunaan media dipandang sebagai perilaku yang bertujuan (*goal-oriented behavior*), di mana individu tidak sekadar terpapar konten secara acak, tetapi secara aktif menentukan jenis media, materi, dan metode konsumsi berdasarkan kebutuhan yang ingin dipenuhi.

Menurut Katz et al dalam Yuni et al (2025), konsep dasar pendekatan kegunaan dan kepuasan yang diteliti adalah:

- a. Sumber sosial dan psikologi
- b. Kebutuhan
- c. Harapan – harapan
- d. Media massa atau sumber lain
- e. Pola penggunaan media yang berbeda
- f. Pemuasan kebutuhan
- g. Akibat-akibat lain yang mungkin tidak terduga.

Teori ini menjelaskan bahwa audiens menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, yang dalam prosesnya dapat menimbulkan ketergantungan terhadap media tersebut. Ketergantungan ini akan semakin meningkat apabila individu merasa bahwa media yang digunakan mampu secara efektif memenuhi kebutuhannya.

Teori ini kemudian diperdalam oleh Denis McQuail dalam karyanya *McQuail's Mass Communication Theory*, yang menegaskan bahwa kebutuhan audiens menjadi fondasi utama untuk memahami pola konsumsi media kontemporer, termasuk platform digital dan sosial. McQuail mengklasifikasikan kebutuhan khalayak ke dalam kategori seperti: pencarian informasi (*information*), pembentukan identitas pribadi (*personal identity*), integrasi dan interaksi sosial

(*integration and social interaction*), serta hiburan (*entertainment*) (McQuail, 2010). Klasifikasi ini mengindikasikan bahwa media tidak hanya berperan sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun identitas dan hubungan sosial.

Era media digital seperti TikTok, relevansi Teori *uses and gratifications* semakin kuat. Platform sosial ini menawarkan ruang partisipasi luas bagi pengguna untuk memilih, menciptakan, dan menyebarkan konten sesuai kebutuhan mereka. Pengguna tidak lagi sekadar penerima pesan, melainkan juga pencipta makna. Sejalan dengan itu Maulana & Budiyo (2024) menjelaskan pemahaman terhadap motivasi penggunaan media menjadi esensial untuk menjelaskan bagaimana konten tertentu membentuk persepsi, preferensi, dan norma nilai individu dalam konteks sosial.

Dengan demikian, dalam penelitian ini. Teori *uses and gratifications* diterapkan sebagai kerangka analisis untuk mengeksplorasi motivasi mahasiswa saat mengakses dan mengonsumsi konten TikTok, terutama yang berkaitan dengan representasi atau kriteria pasangan ideal (Bhudiawan & Junaidi.A., 2025).

Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi kebutuhan yang mendorong penggunaan platform tersebut apakah untuk informasi, eksplorasi identitas, pembentukan standar relasi, atau sekadar rekreasi serta bagaimana kepuasan dari konsumsi media tersebut berkontribusi pada pembentukan preferensi pasangan. Dengan menjadikan pengalaman subjektif mahasiswa sebagai inti analisis, teori ini sejalan dengan perspektif *fenomenologis* yang menyoroti makna pengalaman individu dalam realitas sosial.

2.2. Penelitian yang Relevan

No	Judul Penelitian	Peneliti & Tahun	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Konten Standar Memilih Pasangan pada Aplikasi TikTok terhadap Persepsi Gen Z (Studi Mahasiswa HKI UIN Malang)	Rico Pradana Putra (2025)	Kuantitatif (yuridis empiris, kuesioner, regresi linear)	Konten TikTok berpengaruh signifikan terhadap persepsi Gen Z ($R^2 = 35,1\%$). Terjadi pergeseran kriteria pasangan, dimana kesetaraan pola pikir dan stabilitas finansial menjadi prioritas	Sama-sama membahas pengaruh TikTok terhadap individu	Fokus pada persepsi Gen Z terkait kriteria pasangan dan menggunakan perspektif psikologi sosial
2	Motif penggunaan Aplikasi TikTok di Kalangan Mahasiswa	Nurul Syafrida Lubis, Laila Rohani, Rina Devianty (2022)	Kualitatif Deskriptif	Ditemukan tiga motif utama penggunaan TikTok: ekspresi, hiburan, dan keuntungan ekonomi	Sama-sama mengkaji TikTok sebagai media sosial dan melibatkan mahasiswa sebagai subjek penelitian	-Penelitian ini meneliti motif penggunaan TikTok, sedangkan peneliti meneliti preferensi pasangan atau konstruksi suami idaman
3	Persepsi mahasiswi terhadap kualitas hubungan pacaran dalam tren konten “relationship goals”	Wulandari (2023)	Kualitatif fenomenologis, wawancara semi-terstruktur dengan 12 mahasiswi	Konten “relationship goals” membangkitkan norma hubungan ideal (romantis, penuh perhatian,	Membahas persepsi perempuan terhadap representasi romantisasi relasi di TikTok; media TikTok	Fokus pada pacaran, bukan konteks “menikah” atau “suami idaman”; penelitian tidak spesifik pada preferensi

No	Judul Penelitian	Peneliti & Tahun	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	di TikTok			senang membeli hadiah); mahasiswi termotivasi mengejar pasangan yang bisa menampilkan kehidupan harmonis secara visual, meski kerap tidak realistis.	menjadi konteks utama.	kriteria suami idaman.
4	Fenomena TikTok dalam Mempengaruhi Ekspektasi Pernikahan	Ahmad Abdul Hakim, Hari Widiyanto, Najih Abqori (2025)	Kualitatif deskriptif	TikTok membentuk ekspektasi pernikahan yang ideal, romantis, harmonis, dan minim konflik sehingga menciptakan standar tinggi yang tidak realistis.	Sama-sama membahas pengaruh konten TikTok terhadap pandangan tentang pernikahan dan pasangan	Penelitian terdahulu fokus pada ekspektasi pernikahan secara umum, sedangkan penelitian Anda fokus pada preferensi perempuan dalam memilih suami idaman

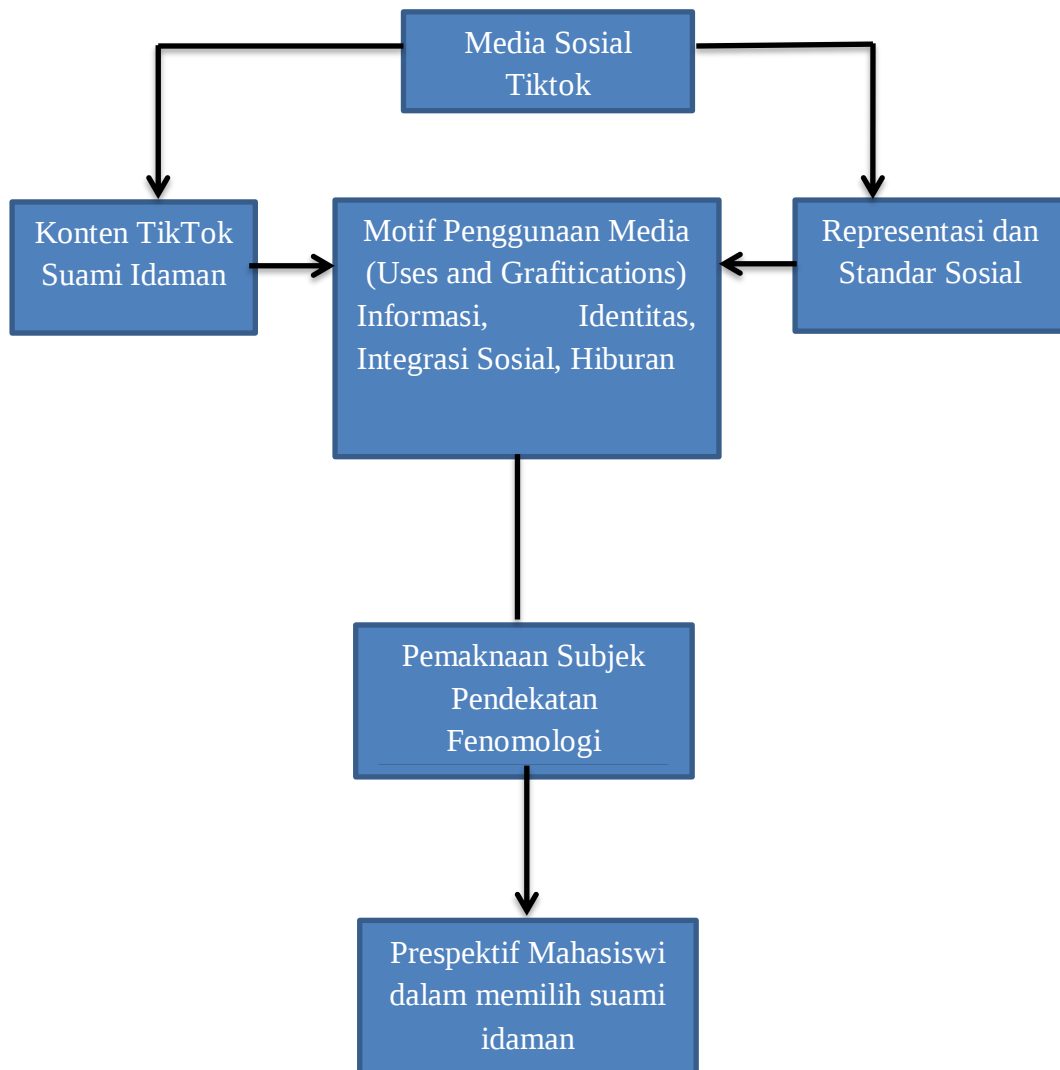
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

2.3. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir penelitian ini disusun untuk memberikan alur konseptual yang sistematis dalam memahami bagaimana media sosial TikTok berperan dalam membentuk preferensi perempuan terhadap figur suami idaman. Secara konseptual, penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa mahasiswi sebagai pengguna aktif TikTok bukanlah audiens yang pasif. Berdasarkan *Uses and Gratifications Theory*, individu secara sadar dan selektif mengakses media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan informasi, hiburan, identitas

personal, dan integrasi sosial. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswi Unimuda Sorong mengakses konten TikTok yang menampilkan standar pasangan ideal karena adanya kebutuhan akan referensi, perbandingan sosial, serta pembentukan gambaran relasi yang diharapkan.

Dengan demikian, perspektif perempuan dalam memilih suami idaman tidak dipahami sebagai hasil “pengaruh langsung” dari TikTok, melainkan sebagai hasil proses selektif dalam menggunakan media dan memaknai kontennya. Paparan konten menjadi stimulus, tetapi proses internal berupa seleksi, interpretasi, dan refleksi pengalaman pribadi menjadi faktor kunci dalam pembentukan preferensi tersebut. Pendekatan fenomenologi kemudian memperdalam analisis dengan menggali pengalaman sadar mahasiswi ketika berinteraksi dengan konten tersebut, sehingga penelitian ini mampu menjelaskan bagaimana kebutuhan media dan pengalaman subjektif erat menjadi satu dalam membentuk gambaran suami ideal. Dengan adanya kerangka pikir ini, penelitian diharapkan mampu mengarahkan analisis secara terstruktur, memastikan keterkaitan antara landasan teori dan data empiris, serta menjadi pedoman dalam menentukan fokus analisa konten dan interpretasi temuan penelitian.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode kualitatif dipilih karena fokusnya adalah memperdalam pengalaman pribadi mahasiswi saat mengonsumsi dan memberikan makna pada konten TikTok yang mengangkat tema gambaran pasangan ideal. Preferensi dalam memilih pasangan bukanlah sesuatu yang bisa diukur secara kuantitatif atau direduksi menjadi angka-angka, melainkan harus dipahami sebagai pengalaman hidup (*lived experience*) yang terbentuk lewat interaksi individu dengan media dan sekitarnya.

Pendekatan fenomenologis diterapkan untuk mengeksplorasi bagaimana pengalaman itu dirasakan, dimaknai, dan ditafsirkan oleh peserta penelitian. Fenomenologi menekankan esensi pengalaman dan cara individu memberikan makna pada realitas yang mereka alami (Creswell, 2016).

Dalam penelitian ini, yang ingin digali bukanlah sekadar materi konten TikTok itu sendiri, melainkan proses bagaimana mahasiswi mengakses, menikmati, dan menginterpretasikan konten tersebut sampai akhirnya membentuk pandangan tentang sosok suami yang diidamkan.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian berlokasi di Universitas Pendidikan Muhammadiyah (UNIMUDA) Sorong. Dengan fokus meneliti pada mahasiswi Fhisipol dan Febira yang aktif menggunakan tiktok. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswi Unimuda Sorong merupakan kelompok usia

muda yang aktif menggunakan media sosial, khususnya tiktok, sehingga relevan dengan fokus penelitian.

Penelitian dirancang dilaksanakan dalam rentang waktu kurang lebih 4-5 bulan. Waktu yang disesuaikan dengan tahapan penelitian, mulai dari observasi awal, penentuan informan, pengumpulan data melalui wawancara mendalam, hingga analisis dan penyusunan laporan penelitian.

3.3. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini bertujuan untuk membatasi ruang lingkup kajian agar penelitian tetap terarah dan mendalam. Fokus dalam penelitian ini adalah prespektif mahasiswi Fhisipol dan Febira Unimuda Sorong dalam memilih suami idaman sebagaimana dikonstruksi melalui konten media sosial TikTok. Secara lebih rinci, fokus penelitian meliputi:

1. pengalaman mahasiswi dalam mengakses dan memilih konten TikTok tentang suami idaman.
2. Motif penggunaan TikTok terkait kebutuhan informasi, hiburan, atau identitas.
3. Makna yang dibentuk mahasiswi terhadap konten tersebut dalam membangun prespektif pribadi mengenai suami idaman.

3.4. Informan Penelitian

Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dari populasi mahasiswi semester enam ke atas di FHSIPOL dan FEBIRA, peneliti memilih 10 informan yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu berusia 20 tahun ke atas, aktif menggunakan media sosial TikTok, dan pernah mengakses konten yang berkaitan dengan kriteria suami idaman. Jumlah informan

tersebut dinilai telah memadai karena data yang diperoleh mampu menjawab rumusan masalah penelitian dan menunjukkan kecenderungan informasi yang berulang. Kriteria informan meliputi:

1. Berasal dari Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Politik (FHISIPOL) dan Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Humaniora (FEBIRA).

Pemilihan informan dari FHISIPOL dan FEBIRA dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan kesesuaian karakteristik informan terhadap tujuan penelitian. Berdasarkan observasi awal peneliti, mahasiswi dari kedua fakultas tersebut merupakan pengguna media sosial yang aktif sehingga dinilai relevan untuk memberikan informasi terkait pengalaman dan pandangan mereka terhadap konten TikTok yang membahas kriteria suami idaman. Pemilihan kedua fakultas ini bukan untuk membandingkan tingkat keaktifan dengan fakultas lain, melainkan untuk memperoleh data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

2. Yang sudah berumur 20 tahun ke atas

Alasan pemilihan informan berusia 20 tahun ke atas didasarkan pada pertimbangan bahwa kelompok usia tersebut umumnya berada pada tahap perkembangan dewasa awal yang ditandai dengan meningkatnya kemampuan dalam memahami, menilai, dan merefleksikan berbagai informasi yang diterima dari lingkungan sosial maupun media. Dalam konteks penelitian ini, kriteria usia tersebut juga sejalan dengan karakteristik mahasiswi semester enam ke atas di FHISIPOL dan FEBIRA Universitas Pendidikan Muhammadiyah (UNIMUDA) Sorong. Mahasiswi pada jenjang semester

tersebut dinilai telah memiliki pengalaman akademik dan sosial yang lebih beragam sehingga diharapkan mampu memberikan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, jumlah mahasiswi semester enam ke atas di FHSIPOL dan FEBIRA berjumlah sekitar 100 orang yang menjadi populasi potensial dalam penelitian ini.

3. Pemilihan informan berdasarkan Program Studi

Oleh karena itu kriteria yang ke tiga peneliti tentukan adalah masing-masing satu informan yang berasal dari satu prodi tapi ada 2 prodi yang akan mendapatkan dua informan yang dimana dua informan tersebut berasal dari prodi Hukum dan Manajemen. Alasan pemilihan kedua prodi tersebut menurut data yang peneliti dapatkan kedua program studi tersebut memiliki mahasiswi yang lebih banyak di bandingkan dari program studi lainnya.

4. menggunakan TikTok secara aktif dan pernah mengakses konten relationship atau pasangan ideal.

3.5. Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri (*human instrument*) yang berperan dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data. Untuk mendukung proses pengumpulan data, digunakan instrumen bantu berupa:

1. Pedoman wawancara mendalam (*in-depth interview guide*)
2. Alat perekam (handphone)
3. Buku catatan lapangan
4. Perangkat dokumentasi

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan beberapa metode, yaitu:

1. Observasi

Observasi Konten, Peneliti melakukan observasi terhadap konten TikTok yang relevan dengan tema suami idaman. Observasi ini difokuskan pada video-video yang menampilkan narasi, visual, atau pesan mengenai kriteria pasangan ideal. Konten yang diamati kemudian didokumentasikan dan dikategorikan sesuai dengan fokus penelitian.

2. Wawancara

Wawancara mendalam dilakukan kepada informan terpilih untuk menggali pandangan, pengalaman, serta penafsiran mereka terhadap konten TikTok yang berkaitan dengan suami idaman. Wawancara bersifat semi-terstruktur, sehingga peneliti memiliki panduan pertanyaan namun tetap memberi ruang bagi informan untuk mengemukakan pandangan secara bebas dan mendalam.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian, berupa tangkapan layar (screenshot), serta informasi pendukung seperti jumlah tayangan, tanda suka, dan komentar yang relevan atau arsip video TikTok yang dianalisis, serta catatan lapangan selama proses observasi dan wawancara. Data dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti empiris dan bahan pendukung dalam analisis.

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data kualitatif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman 1994, yang terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi Data Pada tahap ini, peneliti menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang diperoleh dari observasi konten, wawancara, dan dokumentasi. Data yang relevan dengan fokus penelitian dipertahankan, sedangkan data yang tidak berkaitan disisihkan, sehingga hanya data yang berhubungan langsung dengan makna Preferensi dalam memilih suami idaman yang di analisis lebih lanjut.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, selanjutnya data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel atau skema yang mempermudah dalam memahami pola dan hubungan antar kategori yang telah ditemukan. Penyajian ini bertujuan mempermudah peneliti untuk melihat pola, kecenderungan, serta makna yang terdapat dalam Preferensi Suami Idaman Standar TikTok.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan dibuat didasarkan pada hasil analisis data yang telah diperoleh secara sistematis. Temuan-temuan utama dalam studi ini akan dianalisis dan dibandingkan dengan Teori Teori Uses and Gratifications yang dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch untuk menginterpretasikan proses pembentukan preferensi suami idaman melalui konten TikTok. Proses verifikasi dilakukan secara berulang untuk memastikan

bahwa kesimpulan yang diperoleh benar-benar mencerminkan fenomena yang diteliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian

4.1.1. Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong Sebagai Lokasi Penelitian

Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong atau yang sering disebut (UNIMUDA Sorong) merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang berada di Kabupaten Sorong, Papua Barat Daya. Kampus ini berada di bawah naungan Persyarikatan Muhammadiyah dan berkembang sebagai institusi pendidikan tinggi yang berorientasi pada pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, pendidikan, serta nilai-nilai keislaman dan kemuhammadiyah.

Awalnya, UNIMUDA Sorong merupakan Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) Muhammadiyah Sorong yang berdiri pada tanggal 19 Agustus 2004 berdasarkan SK Mendiknas RI Nomor 127/D/O/2004. Pendirian STKIP Muhammadiyah Sorong berawal dari hasil Rapat Kerja Daerah (RAKERDA) Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah Muhammadiyah Kabupaten Sorong pada tahun 2001 yang memandang pentingnya kehadiran lembaga pendidikan tinggi di wilayah Sorong, khususnya dalam bidang kependidikan.

Pada awal pendiriannya, STKIP Muhammadiyah Sorong membuka tiga program studi, yaitu Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Pendidikan Bahasa Inggris, dan Pendidikan Biologi. Seiring perkembangan jumlah mahasiswa serta kebutuhan pendidikan tinggi di Papua Barat Daya, institusi ini kemudian mengalami perubahan bentuk menjadi Universitas Pendidikan Muhammadiyah

Sorong (UNIMUDA Sorong) berdasarkan SK Menristekdikti Nomor 547/KPT/I/2018.

Perubahan bentuk menjadi universitas menunjukkan perkembangan signifikan UNIMUDA Sorong dalam memperluas bidang keilmuan dan meningkatkan kualitas pendidikan tinggi di kawasan timur Indonesia. Adapun fakultas yang terdapat di UNIMUDA Sorong meliputi:

1. Fakultas Pendidikan Bahasa, Sosial, dan Olahraga
2. Fakultas Pendidikan Eksakta
3. Fakultas Farmasi
4. Fakultas Pertanian dan Peternakan
5. Fakultas Teknik
6. Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Humaniora
7. Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Politik
8. Fakultas Agama Islam

UNIMUDA Sorong juga aktif mengembangkan sistem pendidikan berbasis teknologi digital melalui berbagai layanan akademik dan portal kampus yang terintegrasi, seperti sistem akademik daring, *repository* digital, *e-learning*, serta pengembangan media informasi kampus berbasis website dan media sosial.

Selain fokus pada pengembangan akademik, UNIMUDA Sorong juga dikenal aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan, pengabdian masyarakat, seminar nasional, kolaborasi pendidikan, serta kegiatan berbasis budaya dan multikultural. Kampus ini juga sering mengadakan kegiatan yang berkaitan dengan transformasi digital dan pengembangan kreativitas mahasiswa di era media baru.

Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong (UNIMUDA Sorong) memiliki visi dan misi yang berorientasi pada pengembangan pendidikan berkualitas serta kemajuan masyarakat di Tanah Papua. Hal ini menjadikan UNIMUDA Sorong sebagai lingkungan akademik yang relevan untuk mengkaji berbagai fenomena sosial, termasuk perilaku dan perspektif mahasiswa dalam penggunaan media sosial. UNIMUDA Sorong memiliki visi menjadi *World Class University* dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berbasis *entrepreneurship* dan multikultural pada tahun 2037.

Untuk mewujudkan visi tersebut, UNIMUDA Sorong menjalankan beberapa misi, yaitu menyelenggarakan pendidikan tinggi yang bermutu dan berwawasan global melalui pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berbasis *entrepreneurship* dan multicultural menyelenggarakan penelitian, pengabdian kepada masyarakat, serta publikasi ilmiah guna menjawab berbagai persoalan nasional dan global mengembangkan jiwa *entrepreneurship* sesuai bidang keilmuan yang ada, seperti *edupreneur*, *tourismpreneur*, *technopreneur*, *religiouspreneur*, *aquapreneur*, *agripreneur*, *poultrypreneur*, dan *sociopreneur* menjalin kerja sama lintas sektor dengan pemerintah maupun berbagai pihak dalam skala nasional dan internasional melaksanakan tata kelola universitas yang sinergis dengan prinsip profesionalitas dan humanis, serta mewujudkan seluruh aktivitas Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong sebagai gerakan peradaban Muhammadiyah yang berkemajuan. pada akhir 2025 menjadi kampus pertama yang meraih Akreditasi UNGGUL di tanah Papua dan Maluku.

Secara geografis, UNIMUDA Sorong berlokasi di Jalan KH. Ahmad Dahlan Nomor 01, Mariat Pantai, Aimas, Kabupaten Sorong, Papua Barat Daya. Lokasi kampus yang berada di wilayah berkembang menjadikan UNIMUDA Sorong sebagai salah satu pusat pendidikan tinggi yang cukup dikenal di kawasan Papua Barat Daya. Dalam perkembangannya, mahasiswa UNIMUDA Sorong memiliki keterlibatan yang cukup tinggi terhadap penggunaan media digital dan media sosial. Dalam perkembangan teknologi komunikasi saat ini, mahasiswa menjadi kelompok yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi, hiburan, membangun relasi sosial, serta mengekspresikan identitas diri. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan adalah TikTok. Karakteristik TikTok yang berbasis video singkat, visual, dan algoritma FYP menjadikan platform ini sangat dekat dengan kehidupan mahasiswa.

Fenomena tersebut menjadikan TikTok sebagai salah satu media sosial yang paling sering digunakan oleh mahasiswa karena menyediakan berbagai jenis konten yang mudah diakses dan mengikuti algoritma minat pengguna. Konten-konten mengenai pasangan ideal, relationship goals, green flag, laki-laki mapan, hingga konten romantis menjadi salah satu jenis konten yang sering muncul pada beranda pengguna. Kondisi tersebut secara tidak langsung mempengaruhi cara pandang mahasiswa terhadap hubungan dan pasangan ideal. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana perspektif mahasiswi mengenai suami idaman setelah melihat konten-konten tersebut.

Program Studi Ilmu Komunikasi merupakan salah satu program studi yang berada di bawah Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Politik (FHISIPOL) Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong. Program studi ini berfokus pada

pengkajian berbagai fenomena komunikasi yang berkembang di masyarakat, baik dalam konteks komunikasi interpersonal, komunikasi massa, maupun komunikasi digital. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, mahasiswa Ilmu Komunikasi dibekali pemahaman mengenai peran media dalam membentuk opini, perilaku, serta cara pandang individu terhadap berbagai isu sosial. Selain itu, mahasiswa juga mempelajari dinamika media baru dan media sosial yang saat ini menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, khususnya generasi muda. Oleh karena itu, Program Studi Ilmu Komunikasi memiliki relevansi yang erat dengan penelitian yang mengkaji pengaruh dan pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi maupun referensi dalam kehidupan sosial.

Dalam penelitian ini, informan berasal dari dua fakultas yang ada di Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, yaitu Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Politik (FHISIPOL) serta Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Humaniora (FEBIRA). Keterlibatan mahasiswi dari kedua fakultas tersebut bertujuan untuk memperoleh pandangan yang beragam berdasarkan latar belakang akademik yang berbeda. Mahasiswi sebagai pengguna aktif media sosial memiliki pengalaman dan pemaknaan tersendiri terhadap konten yang mereka konsumsi, termasuk konten mengenai kriteria pasangan ideal yang banyak ditemukan di platform TikTok. Dengan melibatkan informan dari FHISIPOL dan FEBIRA, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perspektif mahasiswi dalam memilih kriteria suami idaman berdasarkan konten media sosial TikTok, sekaligus memperkaya pemahaman mengenai hubungan antara penggunaan media sosial dan pembentukan perspektif dalam kehidupan sosial.

4.1.2. Identitas Informan

Informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang mahasiswi yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini digunakan karena peneliti menentukan kriteria tertentu dalam memilih informan, yaitu mahasiswi aktif FHISIPOL dan FEBIRA yang sudah berumur 20 ke atas, pemilihan informan berdasarkan program studi, menggunakan TikTok secara aktif dan pernah mengakses konten relationship atau pasangan ideal.

No	Inisial	Fakultas	Semester	Umur	Intensitas penggunaan TikTok
1	VN	FEBIRA	8	22	1-2 jam
2	WL	FHISIPOL	6	21	2-6 jam
3	AP	FEBIRA	8	22	2 jam
4	ET	FHISIPOL	6	21	2-4 jam
5	JS	FHISIPOL	6	21	3-4 jam
6	NS	FEBIRA	6	20	3 jam
7	NH	FEBIRA	8	22	2 jam
8	NR	FHISIPOL	6	20	2-3 jam
9	AN	FEBIRA	6	21	5 jam
10	NM	FHISIPOL	6	21	4 jam

Tabel 4.1 Identitas Informan

Berdasarkan Tabel 4.1 Identitas Informan menunjukkan bahwa informan berasal dari dua fakultas, yaitu FHISIPOL dan FEBIRA, dengan rentang usia 20–22 tahun serta berada pada semester 6 dan 8. Seluruh informan menggunakan TikTok setiap hari dengan durasi penggunaan antara 1–5 jam per hari, dengan mayoritas berada pada kisaran 2–4 jam.

Tingginya intensitas penggunaan tersebut menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian dari aktivitas digital sehari-hari informan. Berdasarkan hasil wawancara, informan cukup sering mengakses konten bertema relationship, laki-laki green flag, pasangan romantis, hingga kehidupan pernikahan melalui For You Page (FYP). Kondisi ini menunjukkan bahwa informan memiliki tingkat keterpaparan yang cukup tinggi terhadap konten yang berkaitan dengan gambaran pasangan ideal.

Karakteristik informan dan intensitas penggunaan TikTok menjadi temuan awal yang penting dalam penelitian ini karena menunjukkan adanya peluang terbentuknya perspektif mengenai suami idaman melalui pengalaman bermedia. Hal ini sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* yang memandang pengguna media sebagai individu aktif yang memilih dan memanfaatkan media sesuai kebutuhan informasi, hiburan, maupun referensi sosial dalam kehidupan sehari-hari.

4.1.3. Gambaran Penggunaan Tiktok di Kalangan Mahasiswi

Penggunaan TikTok di kalangan mahasiswi menunjukkan bahwa platform ini telah menjadi salah satu media sosial yang terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran TikTok tidak lagi dipahami hanya sebagai aplikasi hiburan, melainkan telah berkembang menjadi media digital yang mendukung berbagai aktivitas pengguna. Mahasiswi memanfaatkan TikTok untuk mengisi waktu luang, mencari informasi, mengikuti isu yang sedang berkembang, hingga memperoleh referensi mengenai berbagai aspek kehidupan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa TikTok memiliki posisi yang cukup signifikan dalam pola penggunaan media digital di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswi.

Kemudahan akses menjadi salah satu faktor yang mendorong tingginya penggunaan TikTok. Aplikasi ini dapat diakses kapan saja melalui perangkat telepon pintar dengan tampilan yang sederhana serta navigasi yang mudah dipahami. Selain itu, format video berdurasi singkat dinilai lebih praktis dan menarik karena memungkinkan pengguna memperoleh informasi secara cepat tanpa harus menghabiskan banyak waktu. Karakteristik tersebut menjadikan TikTok lebih mudah diterima dan digunakan secara rutin dalam aktivitas sehari-hari.

Beragam jenis konten yang tersedia di TikTok turut memperkuat daya tarik platform ini bagi mahasiswi. Konten pendidikan, gaya hidup, kecantikan, motivasi, hingga hubungan interpersonal memberikan ruang bagi pengguna untuk memilih informasi sesuai minat dan kebutuhan masing-masing. Keragaman konten tersebut membuat TikTok tidak hanya dipandang sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sumber referensi yang dianggap relevan dengan kehidupan pengguna. Dalam praktiknya, mahasiswi dapat memperoleh wawasan baru, mengikuti perkembangan tren, serta memahami berbagai fenomena sosial melalui konten yang mereka konsumsi.

Tingginya intensitas penggunaan TikTok juga dipengaruhi oleh sistem For You Page (FYP) yang bekerja berdasarkan aktivitas pengguna. Algoritma TikTok menampilkan konten yang disesuaikan dengan riwayat tontonan, interaksi, serta preferensi pengguna sehingga konten yang muncul cenderung relevan dengan ketertarikan pribadi mereka. Situasi ini menyebabkan mahasiswi lebih sering terpapar pada jenis konten yang serupa secara berulang. Paparan yang berlangsung terus-menerus tersebut tidak hanya meningkatkan durasi penggunaan

aplikasi, tetapi juga membentuk pengalaman media yang bersifat personal dan berkelanjutan.

Selain menjadi media konsumsi informasi, TikTok juga dimanfaatkan sebagai ruang ekspresi diri dan interaksi digital. Mahasiswi tidak hanya berperan sebagai penonton pasif, tetapi sebagian turut aktif membuat, membagikan, serta memberikan respons terhadap konten melalui fitur komentar, tanda suka, maupun siaran langsung (live). Interaksi yang terjadi melalui fitur-fitur tersebut menciptakan bentuk komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya pertukaran pandangan, pengalaman, serta opini mengenai berbagai isu yang berkembang di media sosial. Dengan demikian, TikTok menghadirkan pengalaman sosial baru yang mempertemukan pengguna dalam ruang digital yang dinamis.

Berdasarkan kondisi tersebut, penggunaan TikTok di kalangan mahasiswi tidak dapat dipandang sekadar sebagai aktivitas hiburan semata. TikTok telah berkembang menjadi bagian dari dinamika sosial dan komunikasi digital yang memengaruhi cara pengguna memperoleh informasi, membangun interaksi, serta memahami realitas sosial di sekitarnya. Paparan terhadap berbagai konten yang muncul secara terus-menerus berpotensi memengaruhi cara pandang mahasiswi terhadap isu tertentu, termasuk mengenai hubungan interpersonal dan gambaran pasangan ideal yang banyak direpresentasikan dalam media sosial. Oleh karena itu, keberadaan TikTok perlu dipahami sebagai media yang memiliki peran dalam proses pembentukan pengetahuan, persepsi, dan pengalaman sosial penggunanya.

4.2. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap 10 informan penelitian, sebanyak enam informan dengan jumlah presentase (60%) memberikan jawaban yang relevan, lengkap, dan sesuai dengan fokus kedua rumusan masalah penelitian. Keenam informan tersebut mampu menjelaskan perspektif mereka mengenai kriteria suami idaman yang dipengaruhi oleh konten TikTok sekaligus mengemukakan faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya kriteria tersebut. Sementara itu, empat informan dengan jumlah presentase (40%) lebih banyak memberikan informasi yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan kriteria suami idaman, sehingga data yang disampaikan lebih relevan untuk menjawab rumusan masalah kedua.

Oleh karena itu, analisis pada rumusan masalah pertama didasarkan pada data dari enam informan yang memberikan jawaban secara langsung dan mendalam sesuai dengan fokus penelitian. Jumlah tersebut merupakan mayoritas dari keseluruhan informan penelitian, sehingga dinilai cukup untuk menggambarkan fenomena yang diteliti. Selain itu, jawaban yang diberikan oleh keenam informan menunjukkan kecenderungan dan pola yang relatif serupa terkait perspektif mereka terhadap kriteria suami idaman setelah mengakses konten TikTok. Adapun analisis pada rumusan masalah kedua didukung oleh seluruh informan penelitian karena seluruh informan memberikan informasi yang relevan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan kriteria suami idaman. Dengan demikian, seluruh informan tetap berkontribusi dalam penelitian ini sesuai dengan relevansi data yang diberikan pada masing-masing rumusan masalah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan tidak memiliki pandangan yang sepenuhnya sama dalam memaknai sosok suami idaman. Perbedaan tersebut terlihat dari variasi jawaban yang muncul selama wawancara. Sebagian informan lebih memperhatikan aspek fisik dan keamanan ekonomi yang sering ditampilkan dalam konten TikTok, sementara sebagian lainnya lebih menempatkan perhatian, tanggung jawab, dan religiusitas sebagai pertimbangan utama dalam memilih pasangan hidup. Variasi jawaban ini memperlihatkan bahwa perspektif mengenai suami idaman bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh pengalaman sosial serta nilai personal masing-masing individu.

Meskipun terdapat perbedaan pandangan, penelitian menemukan adanya pola jawaban yang relatif konsisten di antara para informan. Konten TikTok mengenai pasangan ideal umumnya dikaitkan dengan empat unsur utama, yaitu penampilan fisik, keamanan ekonomi, perlakuan terhadap pasangan, serta religiusitas dan nilai moral. Pola tersebut muncul secara berulang dalam hasil wawancara sehingga menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan representasi yang serupa pada konten-konten TikTok yang dikonsumsi informan. Dengan demikian, data penelitian tidak berdiri pada pengalaman individual semata, tetapi memperlihatkan kecenderungan tematik yang muncul secara kolektif.

Temuan lain yang cukup penting ialah bahwa informan tidak sepenuhnya menerima representasi media sosial secara pasif. Sebagian besar informan menunjukkan kemampuan untuk membedakan antara gambaran hubungan yang ditampilkan dalam TikTok dengan realitas kehidupan sehari-hari. Beberapa informan bahkan secara eksplisit menyadari bahwa sebagian konten pasangan di TikTok mengandung unsur dramatisasi dan idealisasi. Kondisi tersebut

menunjukkan bahwa media sosial memang berperan dalam menghadirkan referensi mengenai pasangan ideal, tetapi pengaruhnya tetap melalui proses penafsiran dan penyaringan oleh pengguna.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, dapat dipahami bahwa pembentukan perspektif mahasiswi mengenai suami idaman tidak berlangsung secara sederhana maupun dipengaruhi oleh satu faktor tunggal. Perspektif tersebut terbentuk melalui interaksi antara paparan konten TikTok, pengalaman sosial, serta nilai personal dan religius yang dimiliki informan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak memposisikan TikTok sebagai faktor yang sepenuhnya menentukan pilihan pasangan, melainkan sebagai media yang menghadirkan dan memperkuat berbagai referensi mengenai sosok suami ideal di kalangan mahasiswi.

4.2.1. Perspektif Mahasiswi FHSIPOL dan FEBIRA UNIMUDA Sorong dalam Memilih Suami Idaman Setelah Terpapar Konten TikTok

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, ditemukan bahwa TikTok menjadi salah satu media sosial yang cukup intens digunakan dan berperan dalam menghadirkan berbagai gambaran mengenai hubungan serta sosok pasangan ideal. Paparan tersebut muncul melalui algoritma For You Page (FYP) yang menampilkan konten sesuai minat pengguna, termasuk konten tentang hubungan romantis, pasangan harmonis, maupun laki-laki dengan karakter tertentu. Kondisi ini membuat informan cukup sering bersentuhan dengan representasi suami atau pasangan ideal yang berkembang di media sosial. Sebagian besar informan menyatakan bahwa TikTok memiliki karakteristik yang berbeda dibanding media sosial lain karena sistem rekomendasinya mampu

menghadirkan konten sesuai minat pengguna. Kondisi tersebut membuat konten mengenai pasangan dan hubungan cukup sering muncul pada beranda mereka.

Mayoritas informan menyatakan bahwa sosok suami idaman yang muncul dalam konten TikTok umumnya digambarkan memiliki kombinasi antara penampilan fisik yang menarik, kondisi ekonomi yang mapan, serta sikap yang romantis dan perhatian terhadap pasangan. Dalam perspektif *Uses and Gratifications*, hal ini dapat dipahami sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan pengguna terhadap informasi sosial dan gambaran ideal mengenai hubungan, di mana media digunakan sebagai referensi dalam membentuk persepsi tentang pasangan hidup. Beberapa informan menyebut karakteristik seperti tubuh tinggi, wajah menarik, karier yang baik, dan kemampuan finansial sebagai gambaran yang sering ditampilkan dalam konten pasangan di TikTok. Selain aspek fisik dan ekonomi, nilai religius juga muncul sebagai kriteria penting dalam memilih pasangan.

Menurut informan VN, pasangan ideal yang sering dilihat dalam TikTok umumnya dikaitkan dengan kombinasi antara penampilan fisik, religiusitas, dan kondisi ekonomi yang baik. Informan VN menjelaskan bahwa:

“biasanya yang sering saya lihat itu cowok yang tinggi, rajin ibadah, sama sudah mapan atau punya pekerjaan bagus”
(Hasil Wawancara dengan Informan VN, 05 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa informan menggunakan TikTok sebagai sumber pemenuhan kebutuhan informasi mengenai standar pasangan ideal, pernyataan tersebut sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* termasuk dalam kebutuhan kognitif dan identitas personal. Representasi yang diterima tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi acuan dalam membentuk

pemahaman mengenai kriteria pasangan yang ideal. Dengan demikian, penggunaan TikTok oleh informan VN bersifat aktif karena ia memilih dan menafsirkan konten sesuai dengan kebutuhan pribadinya.

Pandangan yang hampir serupa disampaikan oleh informan WL. Menurut informan WL, konten TikTok cukup sering menampilkan laki-laki ideal melalui simbol materi dan penampilan fisik yang menarik. Informan WL menyatakan bahwa:

“kadang yang ditampilkan itu cowok yang kaya, ganteng, dan hidupnya kelihatan enak”

(Hasil Wawancara dengan Informan WL, 06 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa media sosial sering menghadirkan representasi pasangan melalui visualisasi kehidupan yang tampak nyaman dan ideal. Unsur ekonomi dan penampilan fisik menjadi bagian yang menonjol karena ditampilkan melalui gaya hidup, cara berpakaian, maupun aktivitas yang diasosiasikan dengan kemapanan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa TikTok turut membentuk gambaran tertentu mengenai standar pasangan yang dianggap menarik oleh sebagian pengguna.

Meskipun aspek fisik dan ekonomi cukup sering muncul dalam konten TikTok, hasil wawancara menunjukkan bahwa tidak seluruh informan menjadikannya sebagai prioritas utama. Informan ET misalnya, lebih menekankan pentingnya perlakuan laki-laki terhadap pasangan dibanding penampilan semata. Informan ET menjelaskan bahwa:

“kalau menurut saya yang penting itu dia baik, perhatian, dan cara memperlakukan pasangannya”

(Hasil Wawancara dengan Informan ET, 09 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pasangan ideal menurut informan ET lebih dilihat melalui kualitas hubungan interpersonal. Sikap perhatian, kepedulian, dan kemampuan memperlakukan pasangan dengan baik dianggap lebih penting dibanding standar visual yang sering muncul di media sosial. Dalam kerangka

Pandangan yang senada juga disampaikan oleh informan NM. Informan NM menilai bahwa tanggung jawab dan perhatian merupakan karakter yang paling penting dalam memilih pasangan hidup. Informan NM menyatakan bahwa:

“yang penting itu bertanggung jawab dan perhatian, bukan cuma soal penampilan”

(Hasil Wawancara dengan Informan NM, 25 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya kecenderungan pada informan untuk membedakan antara standar yang berkembang di media sosial dengan kebutuhan hubungan dalam kehidupan nyata. Bagi informan NM, karakter dan komitmen memiliki posisi yang lebih penting dibanding daya tarik fisik semata. Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak selalu diterima secara penuh, tetapi dipertimbangkan kembali berdasarkan pengalaman dan nilai personal.

Selain aspek perhatian dan tanggung jawab, religiusitas juga menjadi unsur yang cukup dominan dalam perspektif informan mengenai suami ideal. Informan JS menjelaskan bahwa pasangan ideal harus memiliki agama yang baik serta mampu menjalankan tanggung jawab sebagai laki-laki. Informan JS menyampaikan bahwa:

“agamanya harus bagus dan bertanggung jawab”

(Hasil Wawancara dengan Informan JS, 11 Mei 2026)

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa nilai agama masih menjadi fondasi utama dalam menentukan pasangan hidup. Religiusitas dipahami bukan hanya sebagai aktivitas ibadah, tetapi juga berkaitan dengan moral, tanggung jawab, dan cara seseorang menjalankan hubungan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok menghadirkan berbagai representasi pasangan ideal, nilai religius tetap menjadi pertimbangan yang kuat dalam perspektif informan.

Sejalan dengan pernyataan JS temuan menarik ditemukan pada AN. Informan AN mengakui bahwa sebelum melihat konten yang membahas suami idaman di TikTok, dirinya belum memiliki gambaran yang jelas mengenai karakter pasangan yang diharapkan. Namun setelah terpapar atau melihat konten tersebut secara berulang, AN mulai memiliki referensi mengenai sosok pasangan ideal. Informan AN menjelaskan bahwa:

“Sebelumnya belum punya pandangan atau gambaran sih untuk sosok suami yang diidamankan, tapi setelah melihat konten yang membahas suami idaman jadinya aku punya gambaran”

(Hasil Wawancara dengan Informan AN, 20 Mei 2026)

Selain itu, Informan AN juga mengungkapkan bahwa:

“Sosok laki-laki yang ideal itu pengertian trus baik dan soft spoken juga”

(Hasil Wawancara dengan Informan AN, 20 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai sumber referensi yang memperluas pandangan AN mengenai karakter pasangan yang diharapkan.

Berdasarkan seluruh pernyataan informan tersebut, dapat dipahami bahwa perspektif mahasiswi mengenai suami idaman terbentuk melalui interaksi antara representasi yang ditampilkan TikTok dengan nilai personal yang mereka miliki. Dalam perspektif *Uses and Gratifications*, hal ini menunjukkan bahwa

media berperan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan, tetapi makna yang dihasilkan sangat bergantung pada bagaimana individu secara aktif menafsirkan dan menyeleksi informasi. TikTok menghadirkan berbagai gambaran mengenai pasangan ideal, namun informan tidak menerimanya secara seragam. Sebagian lebih tertarik pada aspek fisik dan ekonomi, sementara sebagian lainnya menempatkan perhatian, tanggung jawab, dan religiusitas sebagai unsur yang lebih utama dalam memilih pasangan hidup.

Berdasarkan hasil wawancara, perspektif mahasiswi mengenai suami idaman setelah terpapar konten TikTok mencakup aspek fisik, kemapanan ekonomi, religiusitas, perhatian terhadap pasangan, tanggung jawab, serta karakter yang baik. Temuan juga menunjukkan bahwa TikTok menjadi sumber referensi bagi sebagian informan dalam membentuk gambaran mengenai pasangan ideal.

4.2.2. Faktor-Faktor dalam Konten TikTok yang Berperan dalam Pembentukan Perspektif Suami Idaman

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa terdapat beberapa faktor utama dalam konten TikTok yang berperan dalam pembentukan perspektif mahasiswi mengenai suami idaman. Faktor-faktor tersebut muncul melalui berbagai konten hubungan, pasangan romantis, maupun representasi laki-laki ideal yang sering muncul pada *For You Page* (FYP) informan. Faktor tersebut meliputi penampilan fisik, kemapanan ekonomi, sikap terhadap pasangan, serta religiusitas dan nilai personal.

1. Faktor Penampilan Fisik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek fisik menjadi salah satu faktor yang cukup sering muncul dalam jawaban informan terkait gambaran suami ideal

di TikTok. Konten TikTok banyak menampilkan laki-laki dengan tubuh ideal, wajah menarik, postur proporsional, serta penampilan yang dianggap maskulin. Paparan visual tersebut secara tidak langsung membentuk standar tertentu mengenai pasangan yang dianggap menarik.

VN menjelaskan bahwa pasangan ideal yang sering ditampilkan dalam TikTok umumnya dikaitkan dengan penampilan fisik tertentu seperti postur tubuh yang bagus. Informan VN menyampaikan bahwa:

“biasanya yang sering saya lihat itu cowok yang tinggi, rajin ibadah, sama sudah mapan atau punya pekerjaan bagus”
(Hasil Wawancara dengan Informan VN, 05 Mei 2026)

Selain itu, NH juga mengakui adanya pengaruh TikTok terhadap preferensi fisik yang dimilikinya. Informan NH menyampaikan bahwa:

“Ada sih terpengaruhnya itu dari segi fisik ya kayak ganteng tinggi berotot tadi itu”
(Hasil Wawancara dengan Informan NH, 16 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa unsur fisik seperti tinggi badan menjadi bagian dari representasi laki-laki ideal yang sering muncul dalam konten TikTok. Namun demikian, penampilan fisik pada pandangan informan VN dan NH tidak berdiri sendiri, melainkan dipadukan dengan aspek lain seperti religiusitas dan kemapanan.

Pandangan yang hampir serupa juga disampaikan oleh AP. Informan AP mengakui bahwa media sosial turut memengaruhi preferensi terhadap pasangan, terutama pada aspek visual yang sering ditampilkan dalam TikTok. Informan AP menyatakan bahwa:

“kadang memang ada pengaruh ke fisik, misalnya suka yang tinggi atau penampilannya bagus”
(Hasil Wawancara dengan Informan AP, 08 Mei 2026)

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa paparan visual dalam TikTok dapat membentuk preferensi tertentu mengenai pasangan ideal, terutama karena konten banyak menghadirkan laki-laki dengan standar penampilan yang dianggap menarik.

Selain itu, NR juga menyoroti bahwa unsur fisik menjadi salah satu bagian yang cukup sering terlihat dalam konten pasangan di TikTok. Informan NR menjelaskan bahwa:

“kalau di TikTok banyak yang ditampilkan itu postur tubuh sama penampilan cowok.”

(Hasil Wawancara dengan Informan NR, 18 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa media sosial menghadirkan standar visual tertentu yang kemudian menjadi referensi bagi sebagian pengguna dalam memandang pasangan ideal.

2. Faktor Ekonomi dan Kemapanan

Selain penampilan fisik, kemapanan ekonomi menjadi faktor lain yang cukup dominan dalam konten pasangan di TikTok. Banyak konten menampilkan hubungan yang identik dengan gaya hidup nyaman, hadiah, perjalanan, maupun pasangan yang telah berhasil secara finansial. Gambaran tersebut kemudian membentuk persepsi tertentu mengenai kesiapan laki-laki dalam menjalani hubungan maupun kehidupan rumah tangga.

WL menjelaskan bahwa konten TikTok sering memperlihatkan laki-laki ideal melalui simbol materi dan gaya hidup yang tampak nyaman. Informan WL menyatakan bahwa:

“kadang yang ditampilkan itu cowok yang kaya, ganteng, dan hidupnya kelihatan enak”

(Hasil Wawancara dengan Informan WL, 06 Mei 2026)

Sementara itu, Informan NH menyampaikan bahwa:

“Saya suka cowo yang bisa dominan bahkan lebih dari saya dan dari segi finansial juga oke dan tanggung jawab”

(Hasil Wawancara dengan Informan NH, 16 Mei 2026)

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemapanan ekonomi sering diasosiasikan dengan kesiapan laki-laki dalam menjalankan peran sebagai pasangan maupun kepala keluarga.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa unsur ekonomi dalam TikTok sering divisualisasikan melalui gaya hidup yang identik dengan kenyamanan dan kemapanan. Hal tersebut menjadikan aspek ekonomi cukup menonjol dalam representasi pasangan ideal di media sosial.

Pandangan serupa juga disampaikan oleh JS. Informan JS melihat bahwa sebagian konten TikTok menampilkan laki-laki yang memamerkan kondisi finansial mereka sebagai bentuk daya tarik. Informan JS menyampaikan bahwa:

“mereka sering memamerkan hartanya atau kehidupan yang mewah”

(Hasil Wawancara dengan Informan JS, 11 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa media sosial menghadirkan gambaran tertentu mengenai laki-laki sukses dan mapan yang kemudian diasosiasikan dengan pasangan ideal.

Selain itu, NR juga memandang bahwa kemapanan ekonomi sering dikaitkan dengan kesiapan membangun hubungan yang stabil.

Informan NR menjelaskan bahwa:

“kalau pasangan ideal itu biasanya yang kariernya bagus sama hubungannya harmonis”

(Hasil Wawancara dengan Informan NR, 18 Mei 2026)

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa kemapanan ekonomi tidak dipahami sekadar sebagai kekayaan, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan memberikan rasa aman dan kestabilan dalam hubungan.

Berdasarkan keseluruhan temuan, dapat dipahami bahwa gambaran laki-laki sukses dan mapan sering diasosiasikan dengan kemampuan menjadi pemimpin keluarga serta memberikan rasa aman dalam hubungan (WL, NH, JS, NR).

3. Faktor Sikap dan Perlakuan terhadap Pasangan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa perlakuan terhadap pasangan menjadi faktor yang paling banyak dianggap penting oleh informan dalam membentuk gambaran suami ideal. Konten TikTok yang memperlihatkan laki-laki romantis, perhatian, serta mampu menghargai pasangan menjadi representasi yang paling disukai.

Pandangan mengenai suami ideal juga disampaikan oleh AN. Berbeda dengan informan yang lebih menekankan aspek fisik maupun ekonomi, AN lebih menyoroti karakter dan sikap laki-laki dalam kehidupan sehari-hari. Menurut AN, kualitas seperti sifat pengertian, kebaikan hati, dan kemampuan berkomunikasi dengan lembut merupakan karakter yang penting dimiliki oleh seorang pasangan.

Informan AN menyatakan bahwa:

"Sosok laki-laki yang ideal itu pengertian trus baik dan soft spoken juga"
(Hasil Wawancara dengan Informan AN, 20 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa AN menempatkan aspek kepribadian sebagai salah satu pertimbangan utama dalam menentukan pasangan hidup. Bagi

AN, karakter yang baik dan kemampuan menjalin komunikasi yang positif dipandang lebih penting dibanding sekadar penampilan fisik semata.

Informan NS juga menjelaskan bahwa kualitas hubungan dan cara pasangan memperlakukan perempuan lebih penting dibanding standar fisik semata. Informan NS menyampaikan bahwa:

“yang penting itu sabar, pengertian, dan menghargai pasangannya”
(Hasil Wawancara dengan Informan NS, 13 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pasangan ideal dipahami melalui kualitas emosional dan kemampuan membangun hubungan yang sehat.

Pandangan serupa disampaikan oleh ET yang menilai bahwa perhatian dan perlakuan baik menjadi aspek utama dalam hubungan. Informan ET menjelaskan bahwa:

“kalau menurut saya yang penting itu dia baik, perhatian, dan cara memperlakukan pasangannya”
(Hasil Wawancara dengan Informan ET, 09 Mei 2026)

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa bagi informan ET, kualitas hubungan interpersonal memiliki posisi yang lebih penting dibanding penampilan fisik.

Selain itu, NM juga menekankan pentingnya tanggung jawab dan perhatian sebagai karakter utama pasangan hidup. Informan NM menyampaikan bahwa:

“yang penting itu bertanggung jawab dan perhatian, bukan cuma soal penampilan”
(Hasil Wawancara dengan Informan NM, 25 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa standar pasangan ideal tidak hanya dibentuk oleh visualisasi media sosial, tetapi juga melalui kebutuhan hubungan yang realistis dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan keseluruhan jawaban informan (AN, NS, ET, NM), perhatian, kemampuan berkomunikasi, serta tanggung jawab dipandang lebih relevan dengan kehidupan nyata dibanding standar fisik semata. Dengan demikian, sikap pasangan menjadi bagian penting dalam pembentukan gambaran suami ideal.

4. Faktor Religiusitas dan Nilai Personal

Selain pengaruh media sosial, nilai agama dan keyakinan pribadi tetap menjadi landasan utama dalam memilih pasangan hidup. Temuan penelitian menunjukkan bahwa religiusitas menjadi unsur yang paling konsisten muncul dalam jawaban informan.

JS menjelaskan bahwa pasangan ideal harus memiliki agama yang baik dan mampu menjalankan tanggung jawab sebagai laki-laki. Informan JS menyampaikan bahwa:

“agamanya harus bagus dan bertanggung jawab”
(Hasil Wawancara dengan Informan JS, 11 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa religiusitas dipahami sebagai fondasi dalam membangun hubungan jangka panjang.

Pandangan yang hampir serupa juga disampaikan oleh VN. Informan VN menempatkan ibadah dan agama sebagai bagian dari karakter pasangan yang ideal. Informan VN menjelaskan bahwa:

“biasanya yang sering saya lihat itu cowok yang tinggi, rajin ibadah, sama sudah mapan”
(Hasil Wawancara dengan inroman VN, 05 Mei 2026)

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa religiusitas menjadi salah satu unsur penting yang dipadukan dengan aspek lain seperti fisik dan ekonomi.

Sementara itu, NS juga memandang bahwa agama dan moral memiliki posisi penting dalam menentukan pasangan hidup. Informan NS menyampaikan bahwa:

“yang penting itu baik, menghargai pasangan, dan agamanya juga bagus”
(Hasil Wawancara dengan Informan NS, 13 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa nilai agama dipahami bukan hanya sebatas aktivitas ibadah, tetapi juga berkaitan dengan moral dan tanggung jawab dalam hubungan.

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat empat faktor utama dalam konten TikTok yang berperan dalam pembentukan perspektif mahasiswi mengenai suami idaman, yaitu faktor penampilan fisik, faktor ekonomi dan keamanan, faktor sikap dan perlakuan terhadap pasangan, serta faktor religiusitas dan nilai personal.

4.3. Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini disusun berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan mahasiswi FHSIPOL dan FEBIRA UNIMUDA Sorong mengenai peran TikTok dalam membentuk perspektif terhadap konsep suami idaman.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, ditemukan bahwa kedua rumusan masalah dalam penelitian ini telah terjawab melalui data yang diperoleh dari para informan. Rumusan masalah pertama berkaitan dengan perspektif mahasiswi FHSIPOL dan FEBIRA UNIMUDA Sorong dalam memilih suami idaman setelah terpapar konten TikTok, sedangkan rumusan masalah kedua berkaitan dengan faktor-faktor dalam konten TikTok yang berperan dalam pembentukan perspektif tersebut.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa perspektif informan mengenai suami idaman terbentuk melalui kombinasi aspek fisik, keamanan ekonomi, sikap terhadap pasangan, serta religiusitas. Selain itu, keempat aspek tersebut juga menjadi faktor utama yang ditemukan dalam konten TikTok dan berkontribusi terhadap pembentukan perspektif informan mengenai pasangan ideal.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teori *Uses and Gratifications* sebagai teori utama. Teori ini digunakan untuk memahami bagaimana pengguna media sosial secara aktif memilih, menggunakan, dan menafsirkan konten sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya. Teori *Uses and Gratifications* menjelaskan bahwa khalayak tidak diposisikan sebagai penerima pesan yang pasif, melainkan sebagai individu yang aktif dalam menentukan media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Kebutuhan tersebut dapat berupa hiburan, informasi, interaksi sosial, maupun kebutuhan yang berkaitan dengan pembentukan identitas diri. Dengan demikian, media tidak memiliki pengaruh tunggal, karena makna dari media sangat bergantung pada tujuan penggunaan oleh individu.

Dalam perkembangan kajian komunikasi digital kontemporer, media baru tidak lagi dapat dipahami sekadar sebagai saluran distribusi informasi, melainkan sebagai ruang sosial yang bersifat interaktif, partisipatif, dan algoritmik. Karakteristik utama media baru terletak pada kemampuannya dalam mengintegrasikan teknologi digital dengan preferensi personal pengguna, sehingga menghasilkan pengalaman bermedia yang sangat terpersonalisasi. Kondisi ini menandai pergeseran paradigma komunikasi dari model satu arah menuju model komunikasi yang bersifat dua arah bahkan multidireksional, di

mana audiens memiliki posisi yang lebih aktif dalam mengonstruksi makna atas pesan yang diterima.

Dalam konteks tersebut, media sosial menjadi manifestasi paling nyata dari konsep media baru, salah satunya TikTok yang bekerja melalui sistem algoritma *For You Page* (FYP). Algoritma ini tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme distribusi konten, tetapi juga sebagai sistem kurasi yang secara kontinu mempelajari perilaku pengguna untuk menyajikan konten yang sesuai dengan pola interaksi, minat, serta riwayat konsumsi digital. Akibatnya, paparan konten yang diterima pengguna bersifat sangat personal, repetitif, dan berpotensi membentuk pola persepsi tertentu secara berkelanjutan.

Oleh karena itu, dalam kerangka teori *Uses and Gratifications*, audiens tidak diposisikan sebagai entitas pasif yang sepenuhnya dikendalikan oleh sistem media. Sebaliknya, pengguna dipandang sebagai individu yang aktif dalam memilih, memilah, serta menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa informan tidak semata-mata menjadi objek dari algoritma TikTok, tetapi turut menunjukkan agensi dalam menentukan jenis konten yang dikonsumsi sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka.

Berdasarkan hal tersebut, analisis dalam penelitian ini difokuskan pada tiga dimensi utama kebutuhan dalam *Uses and Gratifications*, yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, dan kebutuhan integrasi personal. Ketiga dimensi ini digunakan sebagai kerangka analitis untuk menjelaskan bagaimana konsumsi konten TikTok oleh mahasiswa tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas hiburan,

tetapi juga berkontribusi dalam pembentukan cara pandang dan konstruksi persepsi mengenai konsep suami idaman dalam konteks sosial mereka.

Dalam konteks penelitian ini, TikTok sebagai media sosial menyediakan berbagai jenis konten yang sangat beragam dengan dukungan algoritma *For You Page* (FYP) yang menyesuaikan konten berdasarkan minat pengguna. Kondisi ini membuat paparan konten menjadi sangat personal dan berulang. Namun hasil penelitian menunjukkan bahwa informan tidak hanya menerima konten secara pasif, tetapi secara aktif memilih konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Dalam penelitian ini, kebutuhan yang digunakan dalam analisis *Uses and Gratifications* difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, dan kebutuhan integrasi personal. Ketiga kebutuhan ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana TikTok dimanfaatkan oleh mahasiswi dalam membentuk perspektif mengenai suami idaman.

4.3.1 Pembahasan 3 aspek kebutuhan utama dalam teori *Uses and Gratifications*

Untuk memahami alasan mahasiswi mengakses dan mengonsumsi konten TikTok terkait kriteria suami idaman, penelitian ini menggunakan perspektif teori *Uses and Gratifications*. Teori ini menjelaskan bahwa individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Berdasarkan temuan penelitian, terdapat tiga aspek kebutuhan utama yang relevan dengan pengalaman informan, yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, dan kebutuhan integrasi personal. Ketiga aspek tersebut akan dibahas lebih lanjut pada bagian berikut.

No	Kebutuhan Utama <i>Uses and Gratications</i>	Indikator/Konsep Teori	Temuan Penelitian pada TikTok	Bentuk Pemenuhan Kebutuhan
1	Kebutuhan Kognitif <i>(Cognitive Needs)</i>	Kebutuhan untuk memperoleh informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai realitas sosial	Informan memperoleh gambaran mengenai suami idaman melalui konten TikTok yang menampilkan laki-laki ideal dari aspek fisik, ekonomi, sikap, dan religiusitas. Konten FYP menjadi sumber referensi tidak langsung dalam memahami standar pasangan hidup	TikTok menjadi sumber informasi sosial yang membentuk pemahaman awal mengenai kriteria pasangan ideal melalui paparan algoritmik yang berulang
2	Kebutuhan Afektif <i>(Affective Needs)</i>	Kebutuhan untuk memperoleh hiburan, kesenangan, serta respons emosional	Informan menggunakan TikTok untuk hiburan melalui konten video pendek, romantis, dan menghibur. Konten tersebut memunculkan emosi seperti senang, kagum, serta harapan terhadap hubungan ideal, sekaligus perbandingan sosial terhadap kehidupan orang lain	TikTok memberikan pengalaman emosional yang cepat dan intens, baik sebagai hiburan maupun pemicu emosi dan ekspektasi terhadap hubungan

No	Kebutuhan Utama <i>Uses and Gratifications</i>	Indikator/Konsep Teori	Temuan Penelitian pada TikTok	Bentuk Pemenuhan Kebutuhan
3	Kebutuhan Integrasi Personal (<i>Personal Interactive Needs</i>)	Kebutuhan untuk memperkuat identitas diri, meningkatkan kepercayaan diri, dan membentuk standar personal	Informan menjadikan konten TikTok sebagai referensi dalam membentuk preferensi pribadi mengenai pasangan ideal. Representasi laki-laki ideal (perhatian, bertanggung jawab, mapan, religius) diinternalisasi sebagai bagian dari standar personal dalam memilih pasangan	TikTok berperan dalam membentuk dan memperkuat identitas serta standar pribadi informan terkait kriteria suami idaman

Tabel 4.2 Pembahasan 3 aspek kebutuhan utama dalam Teori Uses and Gratifications

Berdasarkan tabel hubungan antara kebutuhan *Uses and Gratifications* dengan temuan penelitian, dapat dipahami bahwa penggunaan TikTok di kalangan mahasiswi FHISIPOL dan FEBIRA UNIMUDA Sorong tidak hanya didorong oleh satu motif tunggal, melainkan oleh kombinasi beberapa kebutuhan yang saling berkaitan, yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, dan kebutuhan integrasi personal.

Pada aspek kebutuhan kognitif, hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok berperan sebagai sumber informasi tidak langsung bagi informan dalam memahami konsep suami idaman. Konten yang muncul melalui algoritma *For You Page* (FYP) memberikan berbagai representasi mengenai karakter laki-laki ideal, seperti penampilan fisik, kemapanan ekonomi, sikap dalam hubungan, serta

nilai religiusitas. Meskipun informasi tersebut tidak diperoleh melalui sumber formal, informan tetap menjadikannya sebagai referensi dalam membentuk pemahaman awal mengenai kriteria pasangan hidup. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok berfungsi sebagai media yang menyediakan pengetahuan sosial berbasis visual yang mudah diakses dan dikonsumsi secara berulang.

Selanjutnya, pada kebutuhan afektif, temuan penelitian menunjukkan bahwa TikTok memberikan pengalaman emosional yang cukup kuat bagi informan. Konten-konten hiburan, video romantis, serta representasi hubungan ideal tidak hanya memberikan kesenangan, tetapi juga memunculkan respons emosional seperti rasa kagum, senang, hingga munculnya harapan terhadap hubungan yang ideal. Di sisi lain, paparan tersebut juga dapat memunculkan perbandingan sosial (*social comparison*) ketika informan secara tidak sadar membandingkan kehidupan mereka dengan representasi yang ditampilkan di media sosial. Dengan demikian, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai pemicu dinamika emosional yang memengaruhi cara pandang terhadap hubungan interpersonal.

Pada kebutuhan integrasi personal, hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok memiliki peran dalam memperkuat dan membentuk standar pribadi informan terkait pasangan ideal. Representasi laki-laki ideal yang ditampilkan dalam berbagai konten, seperti sikap perhatian, tanggung jawab, kemapanan ekonomi, dan religiusitas, secara bertahap diinternalisasi sebagai bagian dari preferensi pribadi. Proses ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok tidak hanya berhenti pada tahap konsumsi konten, tetapi juga berlanjut pada proses refleksi dan pembentukan identitas diri. Informan menggunakan konten tersebut

sebagai bahan pertimbangan dalam membangun gambaran mengenai pasangan yang diharapkan dalam kehidupan nyata.

Lebih lanjut, ketiga kebutuhan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan TikTok bersifat aktif dan selektif. Informan tidak menerima seluruh konten secara mentah, melainkan melakukan proses pemilahan dan penafsiran berdasarkan nilai pribadi, pengalaman sosial, serta pemahaman religius yang dimiliki. Hal ini sejalan dengan asumsi yang ada di dalam teori *Uses and Gratifications* bahwa audiens memiliki peran aktif dalam menentukan media yang digunakan serta makna yang dihasilkan dari media tersebut.

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pembentukan perspektif mengenai suami idaman pada mahasiswi tidak terjadi secara langsung akibat paparan media, melainkan melalui proses interaksi antara kebutuhan individu, konsumsi konten TikTok, dan nilai-nilai personal yang telah terbentuk sebelumnya. TikTok dalam konteks ini berperan sebagai media yang menyediakan referensi simbolik, sementara pengguna berperan sebagai subjek aktif yang mengonstruksi makna berdasarkan pengalaman dan kebutuhan mereka masing-masing.

4.3.2. Bagaimana perspektif Mahasiswi Unimuda Sorong Dalam Memilih Suami Idaman Setelah Terpapar Konten Media Sosial TikTok

Kajian ini membahas bagaimana perspektif mahasiswi UNIMUDA Sorong dalam memilih suami idaman setelah terpapar konten media sosial TikTok, yang secara teoretis dapat dijelaskan melalui pendekatan *Uses and Gratifications*. Dalam perspektif ini, mahasiswi dipandang sebagai audiens aktif yang secara sadar menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, termasuk

kebutuhan kognitif, integrasi personal, serta integrasi sosial dalam membentuk gambaran mengenai pasangan ideal. Paparan konten TikTok yang menampilkan relasi romantis, figur laki-laki ideal, dan standar hubungan tertentu tidak serta-merta membentuk persepsi baru secara sepihak, tetapi berinteraksi dengan pengetahuan awal yang berasal dari nilai keluarga, pengalaman pribadi, dan lingkungan sosial. Dengan demikian, penelitian ini menekankan bahwa proses pembentukan perspektif suami idaman merupakan hasil dari seleksi aktif dan interpretasi makna oleh mahasiswi terhadap konten media sosial yang dikonsumsi.

Pada rumusan masalah pertama, yaitu Bagaimana perspektif mahasiswi FHISIPOL dan FEBIRA UNIMUDA Sorong dalam memilih suami idaman setelah terpapar konten TikTok, hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan memiliki perspektif yang beragam mengenai sosok suami ideal. Informan VN dan WL cenderung memandang suami ideal melalui kombinasi aspek fisik dan kemampuan ekonomi, seperti tubuh yang tinggi, penampilan menarik, serta kondisi finansial yang baik. Sementara itu, informan ET, NM, dan JS lebih menekankan aspek karakter, tanggung jawab, perhatian, dan religiusitas sebagai kriteria utama dalam memilih pasangan hidup. Selain itu, informan AN mengungkapkan bahwa paparan konten TikTok memberikan gambaran baru mengenai sosok suami idaman yang sebelumnya belum dimiliki. Temuan tersebut menunjukkan bahwa perspektif mahasiswi mengenai suami idaman terbentuk melalui perpaduan antara representasi yang ditampilkan dalam konten TikTok dan nilai-nilai personal yang dimiliki oleh masing-masing individu.

Berdasarkan hasil wawancara, perspektif mahasiswi mengenai suami idaman setelah terpapar konten TikTok mencakup aspek fisik, kemampuan

ekonomi, religiusitas, perhatian terhadap pasangan, tanggung jawab, serta karakter yang baik. Temuan juga menunjukkan bahwa TikTok menjadi sumber referensi bagi sebagian informan dalam membentuk gambaran mengenai pasangan ideal. Perspektif mahasiswi UNIMUDA Sorong dalam memilih suami idaman setelah terpapar konten TikTok menunjukkan adanya pandangan yang tidak sepenuhnya seragam. Sebagian informan menyatakan bahwa sebelum menggunakan TikTok, mereka telah memiliki gambaran awal mengenai pasangan atau suami ideal yang terbentuk dari nilai keluarga, pengalaman pribadi, serta lingkungan sosial. Namun demikian, keberadaan konten yang menampilkan hubungan romantis, pasangan ideal, serta figur laki-laki yang dianggap sempurna di TikTok tetap memberikan tambahan referensi dalam memperkuat maupun memperluas gambaran tersebut.

Dalam temuan penelitian, TikTok menghadirkan representasi laki-laki ideal melalui berbagai karakteristik, seperti sifat perhatian, romantis, bertanggung jawab, religius, hingga memiliki kestabilan ekonomi. Di sisi lain, sebagian informan juga menilai bahwa representasi tersebut cenderung menonjolkan aspek tertentu seperti fisik, penampilan, dan materi sehingga tidak selalu mencerminkan realitas hubungan yang sebenarnya. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang dikonsumsi tidak serta-merta diterima sebagai kebenaran mutlak, melainkan dipahami secara selektif oleh informan.

Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan konten TikTok tidak secara langsung mengubah perspektif informan secara total, melainkan berfungsi sebagai bahan pertimbangan tambahan dalam membentuk pandangan mengenai pasangan ideal. Beberapa informan mengungkapkan bahwa setelah sering terpapar konten di *For You Page* (FYP), mereka menjadi memiliki

gambaran yang lebih luas mengenai kriteria pasangan ideal, seperti laki-laki yang memiliki nilai agama yang baik, dewasa, bertanggung jawab, mampu memperlakukan pasangan dengan baik, serta memiliki kestabilan ekonomi. Bahkan, terdapat informan yang mengakui bahwa standar tertentu, khususnya terkait aspek fisik seperti tinggi badan, ketampanan, dan sikap romantis, secara tidak langsung turut dipengaruhi oleh konten yang dikonsumsi secara berulang.

Dalam perspektif *Uses and Gratifications Theory*, kondisi tersebut menunjukkan bahwa mahasiswi sebagai pengguna TikTok berada dalam posisi aktif dalam mengonsumsi media. Informan secara sadar memilih konten yang sesuai dengan kebutuhan, minat, dan rasa penasaran mereka, khususnya terkait hubungan dan pasangan ideal. Aktivitas ini membuat algoritma TikTok kemudian menampilkan konten serupa secara berulang, sehingga keterpaparan terhadap representasi suami idaman menjadi semakin intens. Dengan demikian, pembentukan perspektif mengenai suami idaman tidak terjadi karena pengaruh media secara sepihak, tetapi juga dipengaruhi oleh pilihan aktif pengguna dalam memenuhi kebutuhan hiburan, informasi, serta referensi sosial.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa terdapat lima poin utama yang menjadi perspektif mahasiswi Universitas Pendidikan Muhammadiyah (UNIMUDA) Sorong dalam memaknai sosok suami idaman setelah terpapar berbagai konten di media sosial TikTok. Kelima poin tersebut meliputi aspek fisik dan representasi maskulinitas, stabilitas ekonomi, religiusitas, kualitas afektif dan perlakuan interpersonal, serta tanggung jawab sebagai indikator komitmen dalam hubungan. Temuan ini menunjukkan bahwa paparan konten TikTok memberikan berbagai referensi mengenai karakteristik pasangan ideal yang kemudian menjadi

salah satu pertimbangan informan dalam membentuk perspektif mereka terhadap sosok suami idaman. Adapun penjelasan dari masing-masing temuan tersebut akan diuraikan sebagai berikut.

1. Perspektif pada aspek fisik dan representasi maskulinitas

Informan menyebutkan bahwa sosok ideal sering digambarkan “tinggi” dan “ganteng”. Hal ini dapat dipahami dalam perspektif *Uses and Gratifications* sebagai bentuk penggunaan media secara aktif oleh individu untuk memperoleh gambaran atau referensi visual tertentu yang kemudian dijadikan acuan dalam membentuk perspektif personal. Berdasarkan hasil penelitian, aspek fisik merupakan salah satu faktor yang muncul dalam perspektif informan terhadap sosok suami idaman. Karakteristik seperti tubuh yang tinggi dan wajah yang dianggap menarik menjadi kriteria yang cukup sering disebutkan oleh informan. Temuan ini menunjukkan bahwa representasi maskulinitas yang melekat pada karakteristik fisik tertentu turut memengaruhi cara informan memaknai sosok pasangan ideal.

Dalam konteks penggunaan TikTok, paparan terhadap berbagai konten yang menampilkan figur laki-laki dengan penampilan fisik yang sesuai dengan standar daya tarik yang berkembang di media sosial berpotensi memberikan referensi bagi informan dalam membentuk perspektif tersebut. Dengan demikian, media tidak secara langsung menentukan pilihan individu, tetapi menjadi salah satu sumber informasi dan representasi yang digunakan dalam proses pembentukan persepsi mengenai pasangan ideal.

2. Kebutuhan terhadap stabilitas ekonomi

Pernyataan informan mengenai pentingnya kemapanan ekonomi menunjukkan adanya orientasi pada aspek kesejahteraan material dalam relasi. Dalam kerangka *Uses and Gratifications*, hal ini dapat dikaitkan dengan pemenuhan kebutuhan kognitif, di mana individu secara selektif mengonsumsi konten yang menampilkan standar kehidupan tertentu untuk kemudian digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam membentuk ekspektasi terhadap pasangan ideal. Media dalam hal ini berperan sebagai salah satu referensi, bukan penentu utama.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa stabilitas ekonomi merupakan salah satu aspek yang banyak dipertimbangkan oleh informan dalam membentuk preferensi terhadap sosok suami idaman. Karakteristik seperti telah mapan secara finansial, memiliki pekerjaan yang baik, serta kondisi ekonomi yang berkecukupan sering kali dipersepsikan sebagai indikator kesiapan seorang laki-laki untuk menjalankan peran dalam kehidupan berkeluarga.

Temuan ini menunjukkan bahwa pertimbangan ekonomi masih menjadi salah satu faktor penting dalam konstruksi pasangan ideal yang dimiliki informan. Dalam konteks penggunaan TikTok, berbagai konten yang menampilkan gaya hidup, kesuksesan karier, maupun pencapaian finansial seseorang dapat menjadi referensi yang memperkaya pandangan informan mengenai karakteristik pasangan yang dianggap ideal. Namun demikian, preferensi tersebut tidak semata-mata dibentuk oleh media, melainkan juga dipengaruhi oleh nilai, pengalaman, serta harapan individu terhadap kehidupan rumah tangga di masa mendatang.

3. Religiusitas sebagai indikator moral pasangan

Penekanan pada aspek religiusitas mencerminkan adanya kebutuhan integrasi nilai dalam diri individu. Dalam perspektif Uses and Gratifications, individu menggunakan media dan pengalaman sosialnya untuk memperkuat nilai-nilai yang sudah dimiliki, sehingga informasi yang sesuai dengan nilai religius lebih mudah diterima dan diinternalisasi sebagai bagian dari kriteria pasangan ideal.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa religiusitas merupakan salah satu aspek yang turut membentuk preferensi informan terhadap sosok suami idaman. Karakteristik seperti rajin beribadah dan memiliki pemahaman agama yang baik dipandang sebagai indikator yang mencerminkan kualitas moral serta tanggung jawab seorang pasangan. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam membentuk gambaran pasangan ideal, informan tidak hanya mempertimbangkan aspek fisik maupun ekonomi, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai spiritual yang diyakini dapat memengaruhi kualitas hubungan dan kehidupan berkeluarga.

Dalam konteks penggunaan TikTok, berbagai konten yang menampilkan figur laki-laki religius atau membahas nilai-nilai keagamaan dapat menjadi salah satu sumber referensi bagi informan dalam memaknai karakteristik pasangan yang diharapkan. Namun demikian, preferensi tersebut tidak dapat dilepaskan dari latar belakang nilai, keyakinan, serta pengalaman masing-masing individu yang turut berperan dalam proses pembentukan persepsi mengenai pasangan ideal.

4. Kualitas afektif dan perlakuan interpersonal

Aspek perhatian dan perlakuan pasangan menunjukkan pemenuhan kebutuhan afektif dan integrasi personal dalam *Uses and Gratifications*, di mana individu tidak hanya mencari informasi, tetapi juga makna emosional yang berkaitan dengan hubungan interpersonal. Paparan media yang menampilkan relasi romantis tertentu dapat menjadi salah satu sumber pembelajaran sosial yang kemudian dipadukan dengan pengalaman pribadi informan.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa kualitas afektif dan perlakuan interpersonal merupakan aspek yang memiliki peran penting dalam pembentukan preferensi informan terhadap sosok suami idaman. Karakteristik seperti baik, perhatian, serta mampu memperlakukan pasangan dengan penuh penghargaan dan kepedulian sering kali dianggap sebagai indikator kualitas hubungan yang diharapkan di masa depan. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam memaknai pasangan ideal, informan tidak hanya berfokus pada atribut yang bersifat fisik, ekonomi, maupun religius, tetapi juga pada kemampuan seseorang dalam menjalin hubungan interpersonal yang positif. Kualitas afektif tersebut dipandang sebagai fondasi penting dalam menciptakan rasa nyaman, kepercayaan, dan keharmonisan dalam kehidupan berpasangan.

Dalam konteks penggunaan TikTok, berbagai konten yang menampilkan interaksi romantis, sikap perhatian, serta perlakuan positif terhadap pasangan dapat menjadi salah satu referensi bagi informan dalam membentuk gambaran mengenai karakteristik pasangan yang ideal. Namun demikian, persepsi tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh paparan media, melainkan juga oleh pengalaman,

nilai, dan harapan pribadi yang dimiliki masing-masing informan terhadap hubungan yang diinginkan.

5. Tanggung jawab sebagai indikator komitmen relasional

Tanggung jawab dipandang sebagai karakter penting dalam relasi jangka panjang. Dalam kerangka *Uses and Gratifications*, hal ini dapat dikaitkan dengan kebutuhan integrasi sosial dan personal, di mana individu menggunakan berbagai informasi (termasuk dari media) untuk memperkuat standar kedewasaan dan kestabilan dalam hubungan, sesuai dengan nilai dan harapan yang telah dibentuk sebelumnya.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa tanggung jawab merupakan salah satu aspek yang turut membentuk perspektif informan terhadap sosok suami idaman. Karakteristik ini dipandang sebagai cerminan komitmen seseorang dalam menjalankan kewajiban, menghadapi berbagai tantangan dalam hubungan, serta menjaga keberlangsungan kehidupan berkeluarga. Bagi informan, tanggung jawab tidak hanya berkaitan dengan kemampuan memenuhi peran tertentu, tetapi juga mencerminkan keseriusan dan kesiapan individu dalam membangun hubungan jangka panjang.

Temuan ini menunjukkan bahwa dalam membentuk gambaran pasangan ideal, informan menempatkan komitmen relasional sebagai salah satu kualitas yang penting selain aspek fisik, ekonomi, religiusitas, dan kualitas afektif. Dalam konteks penggunaan TikTok, berbagai konten yang menampilkan figur laki-laki yang bertanggung jawab terhadap pekerjaan, keluarga, maupun pasangan dapat menjadi salah satu referensi bagi informan dalam memaknai karakteristik pasangan yang diharapkan. Namun demikian, persepsi tersebut tetap dipengaruhi

oleh nilai, pengalaman, dan harapan masing-masing individu terhadap hubungan yang ideal.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Wulandari (2023) yang menemukan bahwa paparan konten *relationship goals* di TikTok mampu membentuk persepsi mahasiswi mengenai hubungan ideal, seperti sikap romantis, perhatian, serta hubungan yang harmonis. Selain itu, penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa meskipun konten tersebut memberikan gambaran ideal, pengguna tetap memiliki kesadaran bahwa tidak semua representasi di media sosial mencerminkan realitas kehidupan secara utuh. Hal ini memperlihatkan bahwa konten TikTok berperan sebagai referensi dalam membentuk pandangan tentang hubungan, namun tetap disertai sikap selektif dari pengguna.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Ahmad Abdul Hakim, Hari Widiyanto, dan Najih Abqori (2025) yang menunjukkan bahwa TikTok dapat membentuk ekspektasi pernikahan yang cenderung ideal, romantis, dan harmonis, sehingga menciptakan standar tertentu dalam memandang pasangan. Meskipun demikian, penelitian tersebut juga menegaskan bahwa ekspektasi tersebut tidak selalu sesuai dengan realitas kehidupan sehari-hari. Kesamaan temuan tersebut menunjukkan bahwa konten TikTok berperan dalam membentuk gambaran ideal mengenai pasangan atau suami idaman, namun pengguna tetap memiliki kemampuan untuk menilai, menyaring, dan menyesuaikan informasi tersebut dengan nilai serta pengalaman pribadi yang dimiliki.

Meskipun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan adanya sikap kritis dari informan terhadap konten yang dikonsumsi. Para informan menyadari bahwa

representasi hubungan di TikTok cenderung menampilkan sisi ideal dan tidak selalu sesuai dengan realitas kehidupan nyata. Oleh karena itu, mereka melakukan proses seleksi dan tidak menjadikan seluruh konten sebagai standar utama dalam menentukan pilihan pasangan. Kesadaran ini menunjukkan bahwa TikTok lebih berperan sebagai sumber referensi dan pembanding dalam membentuk perspektif suami idaman, sementara keputusan akhir tetap dipengaruhi oleh nilai personal, agama, pengalaman hidup, serta realitas sosial yang dihadapi masing-masing informan.

Lebih lanjut, TikTok dimaknai sebagai ruang yang menyediakan berbagai gambaran mengenai karakter pasangan ideal, seperti perhatian, bertanggung jawab, religius, romantis, serta memiliki kestabilan ekonomi. Namun demikian, informan tetap menunjukkan sikap selektif dengan tidak menjadikan konten tersebut sebagai standar mutlak dalam menentukan pilihan pasangan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial memiliki kontribusi dalam membentuk referensi visual dan konseptual mengenai pasangan ideal, keputusan akhir tetap berada pada individu berdasarkan pertimbangan rasional dan nilai personal yang dimiliki.

4.3.3. Faktor-Faktor dalam Konten TikTok yang Membentuk Perspektif Suami Idaman

Pembahasan ini menguraikan faktor-faktor dalam konten TikTok yang membentuk perspektif mahasiswi mengenai suami idaman, yang terlihat dari berbagai elemen konten yang secara konsisten dikonsumsi dalam platform tersebut. Konten TikTok yang menampilkan hubungan romantis, interaksi pasangan, serta representasi laki-laki ideal menghadirkan berbagai indikator yang

kemudian menjadi referensi bagi audiens dalam membentuk gambaran pasangan yang diharapkan. Faktor-faktor tersebut umumnya mencakup aspek fisik, ekonomi, perlakuan terhadap pasangan, serta nilai religiusitas yang ditampilkan melalui narasi visual maupun *storytelling* dalam konten.

Pada rumusan masalah kedua, yaitu Faktor-faktor apa saja dalam konten TikTok yang berperan dalam pembentukan perspektif mahasiswi mengenai suami idaman, juga telah terjawab melalui hasil wawancara dengan informan. Penelitian ini menemukan empat faktor utama yang berperan dalam pembentukan perspektif tersebut, yaitu faktor penampilan fisik, faktor ekonomi dan keamanan, faktor sikap dan perlakuan terhadap pasangan, serta faktor religiusitas dan nilai personal. Faktor penampilan fisik terlihat dari jawaban VN, NH, AP, dan NR yang menyebutkan karakteristik seperti tinggi badan, ketampanan, postur tubuh ideal, dan penampilan yang menarik. Faktor ekonomi dan keamanan ditemukan pada jawaban WL, NH, JS, dan NR yang menyoroti pentingnya kondisi finansial, karier yang baik, dan kehidupan yang mapan. Faktor sikap dan perlakuan terhadap pasangan muncul dalam jawaban AN, NS, ET, dan NM yang mengutamakan sifat pengertian, perhatian, sabar, bertanggung jawab, serta kemampuan menghargai pasangan. Sementara itu, faktor religiusitas dan nilai personal ditemukan dalam jawaban JS, VN, dan NS yang menempatkan agama, moral, dan tanggung jawab sebagai landasan utama dalam memilih pasangan hidup.

Dalam perspektif *Uses and Gratifications*, konsumsi terhadap konten tersebut mencerminkan peran aktif mahasiswi dalam memilih dan menafsirkan pesan media sesuai dengan kebutuhan informasi dan pembentukan nilai personal. Oleh karena itu, faktor-faktor yang muncul dalam konten TikTok tidak berdiri

sendiri sebagai pengaruh tunggal, tetapi berinteraksi dengan pengalaman, nilai, dan latar belakang sosial mahasiswa dalam membentuk perspektif mengenai suami idaman.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat empat faktor utama dalam konten TikTok yang berperan dalam pembentukan perspektif mahasiswa mengenai suami idaman, yaitu faktor penampilan fisik, faktor ekonomi dan keamanan, faktor sikap dan perlakuan terhadap pasangan, serta faktor religiusitas dan nilai personal. Paparan tersebut memberikan referensi simbolik bagi informan dalam membentuk gambaran mengenai karakteristik pasangan yang dianggap ideal, meskipun tingkat penerimaan setiap individu berbeda-beda.

1. Penampilan Fisik dan Representasi Visual

Aspek fisik menjadi salah satu faktor yang paling sering muncul dalam konten pasangan di TikTok. Representasi laki-laki dengan wajah menarik, tubuh ideal, dan penampilan maskulin menjadi gambaran yang berulang dan mudah diakses oleh informan melalui algoritma *For You Page* (FYP). Kondisi ini mendorong sebagian informan untuk mengakui adanya pengaruh terhadap preferensi fisik dalam memilih pasangan.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui Social Comparison Theory, yang menjelaskan bahwa individu cenderung melakukan perbandingan antara realitas yang mereka miliki dengan standar yang ditampilkan oleh lingkungan sosial, termasuk media sosial. Dalam konteks ini, informan tanpa disadari membandingkan hubungan nyata atau ekspektasi pribadi mereka dengan representasi hubungan ideal yang ditampilkan di TikTok. Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa faktor fisik tidak menjadi aspek utama bagi

seluruh informan, karena sebagian besar tetap memprioritaskan karakter dan nilai moral dalam memilih pasangan.

2. Ekonomi dan Kemapanan

Konten TikTok juga banyak menampilkan relasi yang dikaitkan dengan kemapanan ekonomi, gaya hidup nyaman, serta simbol keberhasilan finansial. Hal ini membuat sebagian informan memandang bahwa kemapanan ekonomi menjadi salah satu indikator kesiapan laki-laki dalam membangun hubungan jangka panjang atau menjadi kepala keluarga.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Hakim, Widiyanto, dan Abqori (2025) yang menunjukkan bahwa TikTok dapat membentuk ekspektasi pernikahan yang ideal, termasuk aspek kemapanan dan stabilitas hidup. Namun dalam penelitian ini, informan tidak memaknai kemapanan semata sebagai kekayaan materi, melainkan juga sebagai bentuk tanggung jawab, stabilitas, dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Dengan demikian, makna ekonomi dalam perspektif informan bersifat lebih luas dan kontekstual.

3. Sikap dan Perlakuan terhadap Pasangan

Faktor yang paling dominan dalam pembentukan perspektif informan adalah sikap dan perlakuan terhadap pasangan. Informan menilai bahwa perhatian, komunikasi yang baik, kesetiaan, serta kemampuan menghargai pasangan merupakan aspek yang paling penting dalam menentukan suami idaman. Konten romantis di TikTok dipandang menarik bukan hanya dari sisi visual, tetapi juga karena menampilkan bentuk interaksi emosional yang ideal dalam hubungan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Wulandari (2023) yang menunjukkan bahwa konten relationship goals di TikTok membentuk norma

hubungan ideal yang romantis, penuh perhatian, dan harmonis. Namun demikian, informan dalam penelitian ini tetap menyadari bahwa representasi tersebut tidak selalu mencerminkan realitas, sehingga diperlukan penilaian kritis dalam menafsirkan konten yang dikonsumsi.

4. Religiusitas dan Nilai Personal

Religiusitas menjadi faktor yang paling konsisten disebutkan oleh informan dalam menentukan kriteria suami idaman. Nilai agama, moral, dan kepatuhan terhadap ajaran agama dipandang sebagai dasar utama dalam memilih pasangan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial memberikan berbagai representasi ideal mengenai pasangan, nilai-nilai yang berasal dari keluarga, lingkungan sosial, dan keyakinan agama tetap menjadi fondasi utama dalam pengambilan keputusan.

Dalam perspektif *Uses and Gratifications Theory*, temuan ini menunjukkan bahwa informan secara aktif memilih dan mengonsumsi konten yang sesuai dengan kebutuhan hiburan, referensi, dan ketertarikan pribadi. Konten TikTok tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi sumber informasi sosial yang kemudian ditafsirkan sesuai dengan pengalaman dan nilai yang dimiliki individu. Dengan demikian, pembentukan perspektif suami idaman tidak terjadi secara pasif, melainkan melalui proses seleksi dan interpretasi aktif oleh pengguna media.

Temuan-temuan ini memperlihatkan bahwa pengaruh TikTok memiliki batas tertentu dalam membentuk perspektif individu. Media sosial berperan sebagai sumber referensi tambahan, namun tidak mampu menggeser nilai dasar yang telah tertanam dalam diri informan.

Berdasarkan hasil pembahasan. Keseluruhan hasil wawancara yang diperoleh dari para informan, temuan penelitian ini telah memberikan jawaban terhadap kedua rumusan masalah yang telah ditetapkan. Rumusan masalah pertama mengenai perspektif mahasiswi terhadap kriteria suami idaman setelah terpapar konten TikTok dijelaskan oleh informan VN, WL, ET, NM, JS, dan AN. Para informan tersebut mengemukakan pandangan mereka terkait karakteristik laki-laki yang dianggap ideal sebagai calon suami, baik dari aspek fisik, kepribadian, religiusitas, maupun kondisi ekonomi.

Sementara itu, rumusan masalah kedua mengenai faktor-faktor dalam konten TikTok yang memengaruhi pembentukan perspektif tersebut dijawab oleh seluruh informan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor dominan yang berkontribusi dalam membentuk persepsi informan, yaitu faktor fisik, faktor ekonomi, sikap dan perlakuan terhadap pasangan, serta aspek religiusitas dan nilai-nilai personal yang ditampilkan dalam berbagai konten TikTok.

Dengan demikian, seluruh temuan penelitian telah dikelompokkan dan dianalisis sesuai dengan fokus penelitian. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa paparan konten TikTok berkontribusi dalam membentuk perspektif mahasiswi mengenai kriteria suami idaman, serta mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya perspektif tersebut.

Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat dipahami bahwa mahasiswi FHISIPOL dan FEBIRA di UNIMUDA Sorong membentuk perspektif mengenai suami idaman sebagai hasil dari proses interaksi aktif dengan konten media sosial TikTok. Perspektif tersebut tidak terbentuk secara mutlak oleh paparan media,

melainkan melalui proses seleksi, penafsiran, dan pertimbangan berdasarkan nilai pribadi, pengalaman hidup, serta realitas sosial yang dimiliki masing-masing informan. Konten TikTok dipahami sebagai representasi simbolik mengenai hubungan dan pasangan ideal yang kemudian dijadikan sebagai referensi tambahan dalam membentuk gambaran suami idaman.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perspektif mahasiswi dalam memilih kriteria suami idaman di FHISIPOL dan FEBIRA UNIMUDA berdasarkan konten media sosial TikTok, dapat disimpulkan bahwa perspektif informan mengenai sosok suami ideal terbentuk melalui interaksi antara paparan konten TikTok dengan nilai personal, pengalaman sosial, serta pemahaman keagamaan yang dimiliki masing-masing individu. Setelah terpapar berbagai konten mengenai hubungan dan pasangan ideal di TikTok, informan memiliki gambaran mengenai suami idaman yang mencakup aspek fisik, kemampuan ekonomi, religiusitas, perhatian terhadap pasangan, tanggung jawab, dan karakter yang baik. Meskipun terdapat kesamaan tema yang muncul dalam jawaban informan, setiap informan tetap menunjukkan prioritas dan pertimbangan yang berbeda dalam memaknai kriteria pasangan ideal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok berperan sebagai salah satu sumber referensi yang memberikan gambaran mengenai karakteristik pasangan ideal melalui berbagai konten yang muncul pada *For You Page* (FYP). Konten tersebut menampilkan representasi laki-laki yang dianggap ideal, seperti memiliki penampilan menarik, kondisi ekonomi yang mapan, sikap yang perhatian, bertanggung jawab, serta religius. Bagi sebagian informan, paparan konten tersebut memperkuat pandangan yang telah dimiliki sebelumnya, sedangkan bagi informan lainnya TikTok memberikan referensi baru mengenai karakteristik pasangan yang diharapkan. Namun demikian, perspektif informan tidak dibentuk

oleh TikTok semata, melainkan juga dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi, lingkungan sosial, dan pengalaman hidup yang mereka miliki.

Berkaitan dengan rumusan masalah kedua, penelitian ini menemukan empat faktor utama yang memengaruhi perspektif mahasiswi dalam memilih suami idaman setelah terpapar konten TikTok, yaitu faktor penampilan fisik, faktor ekonomi dan keamanan, faktor sikap dan perlakuan terhadap pasangan, serta faktor religiusitas dan nilai personal. Faktor penampilan fisik terlihat melalui preferensi terhadap karakteristik seperti tinggi badan, penampilan menarik, dan postur tubuh yang ideal. Faktor ekonomi dan keamanan berkaitan dengan persepsi mengenai kesiapan finansial dan stabilitas hidup. Faktor sikap dan perlakuan terhadap pasangan mencakup perhatian, kemampuan berkomunikasi, pengertian, penghargaan terhadap pasangan, serta tanggung jawab dalam menjalankan hubungan. Sementara itu, faktor religiusitas dan nilai personal berkaitan dengan pentingnya agama, moral, dan tanggung jawab sebagai landasan dalam memilih pasangan hidup.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa informan tidak menerima seluruh representasi yang ditampilkan TikTok secara pasif. Sebagian besar informan menyadari bahwa konten mengenai pasangan ideal di media sosial sering kali menampilkan gambaran yang telah mengalami idealisasi dan tidak selalu mencerminkan realitas kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, informan melakukan proses seleksi dan penafsiran terhadap konten yang dikonsumsi serta menyesuaikannya dengan nilai, kebutuhan, dan kondisi nyata yang mereka hadapi.

Dalam perspektif *Uses and Gratifications*, hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswi sebagai pengguna TikTok memiliki peran aktif dalam memilih, menggunakan, dan menafsirkan konten sesuai dengan kebutuhan yang dimiliki. Penggunaan TikTok dalam penelitian ini berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan kognitif melalui pencarian referensi mengenai pasangan ideal, kebutuhan afektif melalui pengalaman emosional yang diperoleh dari konten hubungan romantis, serta kebutuhan integrasi personal melalui pembentukan standar dan preferensi pribadi mengenai pasangan hidup. Dengan demikian, TikTok tidak berfungsi sebagai faktor yang secara langsung menentukan pilihan pasangan, melainkan sebagai media yang menyediakan referensi simbolik yang kemudian dimaknai secara aktif oleh pengguna berdasarkan pengalaman dan nilai personal masing-masing.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna media sosial, khususnya mahasiswi, perlu memiliki sikap yang lebih kritis dalam mengonsumsi konten TikTok yang berkaitan dengan hubungan romantis dan kriteria pasangan ideal. Representasi yang ditampilkan dalam media sosial sering kali menunjukkan sisi yang telah mengalami idealisasi sehingga tidak selalu menggambarkan kondisi kehidupan yang sebenarnya. Oleh karena itu, penilaian terhadap pasangan ideal hendaknya tidak hanya didasarkan pada standar yang berkembang di media sosial, tetapi juga mempertimbangkan aspek karakter, tanggung jawab, religiusitas, serta kesesuaian nilai yang dapat mendukung terciptanya hubungan yang sehat dan berkelanjutan.

Selain itu, penggunaan media sosial perlu diimbangi dengan kemampuan untuk menyaring dan mengevaluasi informasi secara bijaksana agar pengguna tidak membentuk ekspektasi yang berlebihan terhadap hubungan maupun pasangan hidup. Pemahaman yang seimbang antara realitas kehidupan dan representasi media diharapkan dapat membantu individu dalam membangun perspektif yang lebih rasional, objektif, dan sesuai dengan kebutuhan kehidupan nyata.

Penelitian ini masih terbatas pada lingkup mahasiswi FHISIPOL dan FEBIRA UNIMUDA Sorong dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan informan yang lebih beragam, memperluas lokasi penelitian, atau menggunakan pendekatan dan teori komunikasi lainnya guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran media sosial dalam pembentukan perspektif tentang pasangan ideal, hubungan interpersonal, dan ekspektasi pernikahan di kalangan generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor Books.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1990). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Penguin Books.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Polity Press.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Pustaka Pelajar.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Hogg, M. A., & Vaughan, G. M. (2018). *Social Psychology*. Pearson.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2016). *Users of the World*.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974a). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Sage Publications.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). Sage Publications.
- Lasswell, H. D. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas* (pp. 37–51). Harper & Row.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2019). *Theories of Human Communication*. Waveland Press.
- McQuail, D. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications.
- McQuail, D. (2016). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations* (3rd ed.). Free Press.
- Rustan, A. (2025). *Ilmu Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Schramm, W. (1954). *The Process and Effects of Mass Communication*. University of Illinois Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- West, R., & Turner, L. H. (2021). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (7th ed.). McGraw-Hill.

Referensi Jurnal

- Abdi, A., Pratama, P., & Narti, S. (2023). Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tik Tok. *10*(2), 775–786.
- Adistri, N., Rusman, A. A., & Irwansyah. (2024). Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada TikTok: Studi Uses and Gratification di Era Digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(2), 103–116.
- Andrea, D., & Sari, W. P. (2025). Studi Persepsi Terhadap Tren Standarisasi Berpacaran di TikTok. *Kiwari*, 4(2), 320–327.
- Asyari, N. P., & Suksmawati, H. (2025). Tren “Marriage Is Scary” di TikTok: Analisis Resepsi Perempuan Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 11(2), 520–530.
- Bakker, R., & Kleinenberg, M. (2022). Social Context and Preference Development in Digital Media Usage. *New Media & Society*.
- Bazard, A., & Gasher, M. (2019). Audience Cultures and Media Preference: Social Media in Everyday Life. *Media, Culture & Society*.
- Bhudiawan, M. A., & Junaidi, A. (2025). Dinamika Ekspektasi dalam Pasangan Berpacaran: Studi pada Akun TikTok @ashleywrobz. 296–304.
- Chaliza, O., & Oktaviani, W. (2025). Kriteria Memilih Pasangan Ideal di Era Digital: Perspektif Gen Z. *USRAH: Jurnal Hukum Keluarga Islam*, 6(4), 495–508.
- Eslami, M. (2021). Algorithmic Personalization and Audience Preference on Social Media Platforms. *Journal of Communication Technology*.
- Fitriani, D., Maulana, R., & Sasmita, A. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Preferensi Pasangan pada Mahasiswi. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 16(1), 67–82.

- Frean, J. (2022). Comprehension Across Disciplines: A Practical Framework for Reading Research. *Literacy*, 56(4), 299–310.
- Hakim, A. A., Widiyanto, H., & Abqori, N. (2025). Fenomena TikTok dalam Mempengaruhi Ekspektasi Pernikahan. *J-CEKI: Jurnal Cendikia Ilmiah*, 4(2), 3101–3107.
- Hamilton, G. (1992). Newspaper Preservation and Access: Developments and Possibilities. *Interlending & Document Supply*, 20, 43–48.
- Holtgraves, T., Bray, K., & Britton, K. (2023). How People Perceive and Talk About Miscommunication. *Journal of Pragmatics*, 217, 140–152.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974b). Utilization of Mass Communication by the Individual. In *The Uses of Mass Communications* (pp. 19–32).
- Langlais, M. R., Boudreau, C., & Asad, L. (2024). TikTok and Romantic Relationships: A Qualitative Descriptive Analysis. *American Journal of Qualitative Research*, 8(1).
- Lestari, S. (2024). Analisis Konten Video TikTok tentang Standar Pasangan Ideal. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(1), 1–15.
- Liang, N. W. (2024). Penggunaan dan Kepuasan TikTok di Kalangan Generasi Z di Kota Kinabalu. 1–19.
- Lisnarti, & Nirmala, S. (2025). Uses and Gratifications dalam Media Sosial Algoritmik. 15(2).
- Lubis, N. S., Rohani, L., & Devianty, R. (2022). Motif Pengguna Aplikasi TikTok di Kalangan Mahasiswa. 1(12), 2835–2844.
- Maulana, Z. A., & Budiyo, A. (2024). Kajian Komunikasi dalam Sudut Pandang Studi Fenomenologi. *Translitera*, 13(2), 98–110.
- Muntaha, N. G., & Amin, A. (2023). *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5, 2548–2554.
- Mutya, F. (2025). The Influence of TikTok on Media Consumerism. *Dynamics of Media Systems*, 9(5), 94–101.

- Pamungkas, Y. C., Moefad, A. M., & Purnomo, R. (2024). Konstruksi Realitas Sosial di Indonesia dalam Peran Media dan Identitas Budaya di Era Globalisasi. *Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 4(4), 28–36.
- Putri, D. D. (2016). Pola Komunikasi pada Program Mentoring. 2(2), 124–135.
- Putri, K. A., Mayasari, M., & Arindawati, W. A. (2026). Konten Relationship Goals di TikTok dalam Persepsi Mahasiswa. *Jurnal Netmedia*, 6(2), 45–58.
- Putri, N., & Hidayat, F. (2025). Preferensi Pasangan Hidup Generasi Z di Era Media Sosial. *Jurnal Media dan Budaya*, 7(1), 22–36.
- Quan-Haase, A., & Young, A. (2020). Uses and Gratifications Perspectives on Social Media Audience Preferences. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.
- Salles, J. (2025). Affect and Prediction in Short-Video Social Media Recommendation Algorithm: TikTok and the Missing Half-Second.
- Sari, & Alfianti. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas. *Jurnal Sosioteknologi*, 21(2), 110–118.
- Sari, D. P., & Nugroho, C. (2023). Konstruksi Makna Pasangan Ideal dalam Media Sosial TikTok. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 145–158.
- Sari, M., & Nugroho, Y. (2023). Konstruksi Realitas Pernikahan di Media Sosial TikTok. *Jurnal Kajian Media*, 11(2), 143–158.
- Scalvini, M. (2023). Making Sense of Responsibility: A Semio-Ethic Perspective on TikTok's Algorithmic Pluralism.
- Septi, R., Ramadani, S. N., & Igiyasi, T. S. (2024). Kriteria Dalam Memilih Pasangan. *Edu Sociata*, 7(1), 946–956.
- Sipahutar, E. M., & Safitri, D. (2025). Perspektif Gen Z terhadap Standar Pasangan Ideal. 1734–1740.
- Sipahutar, E. M., Safitri, D., & Sujarwo. (2025). Perspektif Gen Z terhadap Standar Pasangan Ideal di TikTok. *Jurnal Ilmu Komunikasi Nusantara*, 4(2).
- Sosiawan, E. A. (2020). Analisis Konten sebagai Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 1–12.

- Strauss, C., Dominic, M., & Torsten, H. (2025). Analyzing Digital Communication: A Comprehensive Literature Review. *Management Review Quarterly*, 75(4).
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach. *Qualitative Market Research*, 16(4), 362–369.
- Wolfers, L. N., Neumann, D., Klein, S. H., Gaiser, F., Anderl, C., & Utz, S. (2025). What Do You Mean by “Social Media”? *Annals of the International Communication Association*, 49(3), 192–204.
- Yuni, S., Khafifi, A., et al. (2025). Motivasi Menonton Channel YouTube Deddy Corbuzier. Skripsi/Artikel Ilmiah.

Referensi Website

- Basalama, N. I. S. (2016). *Pengertian Komunikasi Menurut Everett M. Rogers*. Mahasiswa.ung.ac.id.
- Maheswara, R. (2025). *Indonesia Masih Jadi Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia pada Oktober 2025*. Dataloka.id.
- Margaretta, S. (2025). *Media Sosial Menjadi Platform Komunikasi Modern di Era Digital*. Telkom University.
- Putry, V. (2024). *Model Komunikasi Schramm: Pengertian dan Contohnya*. Kompas.com.
- Sri Astuti. (2023). *70% Mahasiswa Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong Non-Muslim*. Minanews.net.
- Tysara, L. (2022). *Pengertian Komunikasi adalah Proses Menyampaikan dan Memahami Pesan*. Liputan6.com.
- Xiaobil. (2025). *Menguak Rahasia Algoritma TikTok: Bagaimana FYP Tahu Persis Seleramu?* Poltekbangplg.ac.id.

L

A

M

P

I

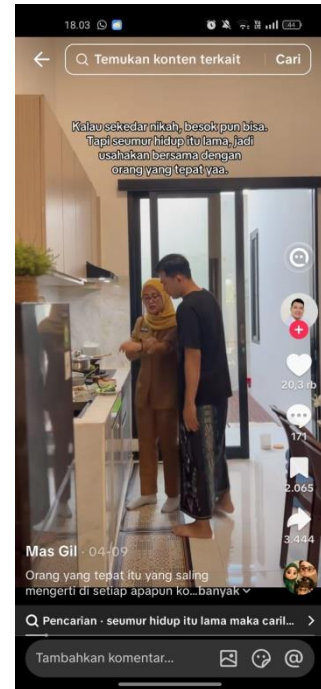
R

A

N

LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Konten TikTok sebagai Data Pendukung Penelitian tentang Suami Idaman



Lampiran 2. Dokumentasi Proses Wawancara Bersama Informan



Gambar 1. Wawancara bersama Informan VN



Gambar 2. Wawancara bersama Informan WL



Gambar 3. Wawancara bersama Informan AP



Gambar 4. Wawancara bersama Informan ET



Gambar 5. Wawancara bersama Informan JS



Gambar 6. Wawancara bersama Informan NS



Gambar 7. Wawancara bersama Informan NH



Gambar 8. Wawancara bersama Informan NR



Gambar 9. Wawancara bersama Informan AN



Gambar 10. Wawancara bersama Informan NM

Lampiran 3. Lembar Pedoman Wawancara

LEMBARAN WAWANCARA PENELITIAN

Judul : Prespektif Mahasiswi Dalam Memilih Kriteria Suami Idaman
Berdasarkan Media Sosial TikTok (di FHISIPOL Dan FEBIRA UNIMUDA
Sorong)

Nama Peneliti : Adam Rumbory
Nim : 147020122034
Program Studi : Ilmu Komunikasi

1. NARASUMBER

Nama :
Umur :
Program Studi :
Tanggal wawancara :

2. PERTANYAAN WAWANCARA

Bagian 1: Pembuka

1. Bisa ceritakan sedikit tentang diri kamu? (jurusan, semester, aktivitas sehari-hari)?
2. Apakah kamu aktif menggunakan media sosial? Platform apa yang paling sering dibuka?
3. Sejak kapan kamu mulai menggunakan TikTok?
4. Berapa lama kira-kira waktu yang kamu habiskan di TikTok dalam sehari?
5. Menurut kamu, apa yang membuat TikTok berbeda dibandingkan media sosial lainnya?

Bagian 2: Pengalaman Menggunakan TikTok

6. Biasanya konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP (For You Page) kamu?
7. Dari konten-konten itu, mana yang paling kamu suka atau sering kamu tonton sampai habis?

8. Pernah gak kamu secara sengaja crai konten tertentu di titkok? Kalau iya, biasanya kamu cari tentang apa?
9. Apakah kamu sering berinteraksi dengan konten-konten yang membahas topik hubungan romantis atau pasangan?
10. Menurut kamu, konten seperti itu banyak muncul gak di titok?
11. Biasanya kamu nonton konten seperti itu karena apa? (hiburan, relate, penasaran, dll)

Bagian 3: Paparan Konten “Suami Idaman”

12. Pernah nggak kamu lihat konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal?
13. Biasanya konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal itu menggambarkan seperti apa sih sosok laki-laki yang ideal?
14. Hal apa yang paling sering ditonjolkan dari sosok “suami idaman” di TikTok?
15. Dari semua itu, bagian mana yang paling menarik perhatian kamu?
16. Menurut kamu, konten tersebut lebih ke realita atau agak dilebih-lebihkan?
17. Pernah nggak kamu save, share, atau komentar di konten seperti itu?

Bagian 4: Pemaknaan dan Pengaruh

18. Menurut kamu, apakah konten TikTok sedikit banyak mempengaruhi cara kamu melihat pasangan ideal?
19. Sebelum sering lihat TikTok, apakah kamu sudah punya gambaran tentang suami idaman?
20. Setelah sering lihat konten seperti itu, ada perubahan nggak dalam cara kamu melihat pasangan?
21. Perubahan seperti apa yang kamu rasakan?
22. Menurut kamu, kenapa konten seperti itu bisa berpengaruh?
23. Apakah kamu pernah membandingkan realita dengan apa yang kamu lihat di TikTok?
24. Bagaimana perasaan kamu ketika melihat hubungan yang terlihat “sempurna” di TikTok?

Bagian 5: Refleksi Personal

25. Kalau menurut kamu sendiri, seperti apa sih sosok suami idaman versi kamu?
26. Dari kriteria itu, mana yang benar-benar penting dan mana yang mungkin terpengaruh dari media sosial?
27. Menurut kamu, penting nggak sih untuk menyaring atau berpikir kritis terhadap konten seperti itu?

Lampiran 1. Hasil Transkrip Wawancara

TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Interview Pertama	
Inisial Informan	: VN
Program Studi	: Akuntansi
Jenis Kelamin	: Perempuan
Usia	: 22 Tahun
Nama Peneliti	: Adam Rumbory
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Hari/Tanggal	: Selasa, 05 Mei 2026
Tempat	: Kediaman Informan
Koding	Cuplikan Wawancara
Bagian 1 Pembuka	
Peneliti	Bisa ceritakan sedikit tentang diri kamu? (jurusan, semester, aktivitas sehari-hari)?
Informan	saya semester 8 dari prodi akuntansi keseharian saya kuliah sambil bekerja
Peneliti	Apakah kamu aktif menggunakan media sosial? Platform apa yang paling sering dibuka?
Informan	Iya sangat aktif banget, Tiktok, wa, instagram tapi yang paling sering tiktok
Peneliti	Sejak kapan kamu mulai menggunakan TikTok?
Informan	Sejak tahun 2017
Peneliti	Berapa lama kira-kira waktu yang kamu habiskan di TikTok dalam sehari?
Informan	Hampir 24 jam karena selalu buka di manapun tempat
Peneliti	Menurut kamu, apa yang membuat TikTok berbeda dibandingkan media sosial lainnya?
Informan	Menurut saya, TikTok memiliki perbedaan dibandingkan media sosial lainnya karena penyajian kontennya lebih cepat, beragam, dan disesuaikan dengan minat pengguna melalui algoritma.

Bagian 2: Pengalaman Menggunakan TikTok	
Peneliti	Biasanya konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP (For You Page) kamu?
Informan	Konten yang paling sering muncul di FYP saya umumnya berupa hiburan, seperti lagu dan video keseharian, namun juga cukup sering muncul konten yang berkaitan dengan hubungan, pacaran, maupun pernikahan
Peneliti	Dari konten-konten itu, mana yang paling kamu suka atau sering kamu tonton sampai habis?
Informan	konten hiburan seperti lagu atau musik di TikTok
Peneliti	Pernah gak kamu secara sengaja crai konten tertentu di titkok? Kalau iya, biasanya kamu cari tentang apa?
Informan	Saya biasanya mencari konten hiburan seperti lagu atau musik di TikTok
Peneliti	Apakah kamu sering berinteraksi dengan konten-konten yang membahas topik hubungan romantis atau pasangan?
Informan	Iya, saya pernah melihat berbagai konten di TikTok yang membahas hubungan, pacaran, dan pernikahan
Peneliti	Menurut kamu, konten seperti itu banyak muncul gak di titok?
Informan	Lumayan sering, konten seperti itu muncul dalam sehari, sekitar lima sampai enam kali
Peneliti	Biasanya kamu nonton konten seperti itu karena apa? (hiburan, relate, penasaran, dll)
	Biasanya saya menonton konten seperti itu karena kadang merasa relate, tapi juga untuk hiburan dan karena penasaran
Bagian 3: Paparan Konten Suami Idaman	
Peneliti	Pernah nggak kamu lihat konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal?
Informan	Iya, saya pernah melihat berbagai konten di TikTok yang membahas mengenai suami idaman atau pasangan ideal
Peneliti	biasanya konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal itu menggambarkan seperti apa sih sosok laki-laki yang ideal?
Informan	Menurut saya, kalau dilihat dari TikTok, suami atau pasangan ideal biasanya digambarkan dari postur tubuh, rajin beribadah, dan juga memiliki kondisi ekonomi yang baik
Peneliti	Hal apa yang paling sering ditonjolkan dari sosok “suami idaman” di TikTok?

Informan	Menurut saya, konten TikTok tentang suami idaman sering menonjolkan aspek postur tubuh atau penampilan fisik sebagai salah satu daya tarik utama
Peneliti	Dari semua itu, bagian mana yang paling menarik perhatian kamu?
Informan	Kalau dari semua itu, yang paling menarik perhatian saya lebih ke aspek materi atau kondisi ekonominya
Peneliti	Menurut kamu, konten tersebut lebih ke realita atau agak dilebih-lebihkan?
Informan	Kalau menurut saya, konten seperti itu kadang terkesan agak dilebih-lebihkan, apalagi sekarang banyak yang menggunakan AI, jadi tidak semuanya terasa relate dengan kenyataan
Peneliti	Pernah nggak kamu save, share, atau komentar di konten seperti itu?
Informan	kalo komentar gak pernah cuma kadang save sama share aja
Bagian 4: Pemaknaan dan Pengaruh	
Peneliti	Menurut kamu, apakah konten TikTok sedikit banyak mempengaruhi cara kamu melihat pasangan ideal?
Informan	Sedikit mempengaruhi cara pandang saya melihat pasangan ideal
Peneliti	Sebelum sering lihat TikTok, apakah kamu sudah punya gambaran tentang suami idaman?
Informan	Sebelum melihat konten di tiktok saya sudah ada gambaran tentang suami idaman
Peneliti	Setelah sering lihat konten seperti itu, ada perubahan nggak dalam cara kamu melihat pasangan?
Informan	Gak ada perubahan sih yang saya rasakan atau pengaruh dari konten
Peneliti	Perubahan seperti apa yang kamu rasakan?
Informan	-
Peneliti	Menurut kamu, kenapa konten seperti itu bisa berpengaruh?
Informan	Menurut saya, konten seperti itu bisa berpengaruh karena kelihatannya nyata dan menarik
Peneliti	Apakah kamu pernah membandingkan realita dengan apa yang kamu lihat di TikTok?
Informan	Iya pernah saya membandingkan realita dengan di tiktok karena biasanya kita lihat di tiktok postur tubuhnya bagus tetapi di realita biasanya tidak seperti itu secara materi juga jarang bertemu cowo seperti itu

Peneliti	Bagaimana perasaan kamu ketika melihat hubungan yang terlihat “sempurna” di TikTok?
Informan	Saya senang sih kalo melihat hubungan yang sempurna di tiktok karena orang lain bisa seperti itu saya juga pasti bisa
Bagian 5: Refleksi Personal	
Peneliti	Kalau menurut kamu sendiri, seperti apa sih sosok suami idaman versi kamu?
Informan	Kalo sosok suami idaman versi saya itu yang pertama dari segi agama bagus yang punya pendirian secara materi juga harus oke
Peneliti	Dari kriteria itu, mana yang benar-benar penting dan mana yang mungkin terpengaruh dari media sosial?
Informan	Kalo yang terpengaruh dari media sosial lebih ke postur tubuh sih kayak suka cowo yang tinggi ganteng gitu
Peneliti	Menurut kamu, penting nggak sih untuk menyaring atau berpikir kritis terhadap konten seperti itu?
Informan	Gak terlalu penting sih karena dia hanya sekedar konten yang gak ke hal yang penting-penting banget

Interview Kedua	
Inisial Informan	: WL
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Jenis Kelamin	: Perempuan
Umur	: 21 Tahun
Nama Peneliti	: Adam Rumbory
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Hari/Tanggal	: Rabu, 06 Mei 2026
Tempat	: Kampus Unimuda Sorong
Koding	Cuplikan Wawancara
Bagian 1 Pembuka	
Peneliti	Bisa ceritakan sedikit tentang diri kamu? (jurusan, semester, aktivitas sehari-hari)?
Informan	Saya dari prodi ilmu komunikasi semester 6

Peneliti	Apakah kamu aktif menggunakan media sosial? Platform apa yang paling sering dibuka?
Informan	Sangat aktif dan media sosial sering di pakai itu tiktok sih 90% pakai tiktok soal nya kalo ig sama wa kayak Cuma untuk cari informasi seputaran kuliah aja
Peneliti	Sejak kapan kamu mulai menggunakan TikTok?
Informan	Sejak tahun 2019 sudah menggunakan tiktok
Peneliti	Berapa lama kira-kira waktu yang kamu habiskan di TikTok dalam sehari?
Informan	Dalam sehari, terutama saat tidak ada jadwal kuliah, saya biasanya menggunakan TikTok mulai sekitar siang hari, antara pukul 12 sampai jam 2. Setelah menyelesaikan aktivitas lain, saya juga sering kembali scrolling TikTok. Jadi, penggunaan TikTok bagi saya cukup rutin dalam sehari
Peneliti	Menurut kamu, apa yang membuat TikTok berbeda dibandingkan media sosial lainnya?
Informan	Menurut saya, TikTok berbeda karena videonya lebih singkat dan cepat membuat orang tertarik untuk terus menonton dan isisnya itu random gak kayak sosmed lain
Bagian 2: Pengalaman Menggunakan TikTok	
Peneliti	Biasanya konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP (For You Page) kamu?
Informan	Kalau di FYP saya sebenarnya cukup random, ada konten komedi, orang pacaran, keluarga, dan juga seleb TikTok. Tapi yang paling sering muncul biasanya konten tentang seleb TikTok
Peneliti	Dari konten-konten itu, mana yang paling kamu suka atau sering kamu tonton sampai habis?
Informan	Konten yang paling saya suka itu biasanya konten orang review barang atau produk. Selain itu, ada juga konten yang sering saya tonton berulang, biasanya konten lucu atau hiburan
Peneliti	Pernah gak kamu secara sengaja crai konten tertentu di titkok? Kalau iya, biasanya kamu cari tentang apa?
Informan	pernah biasanya konten yang lagi viral contoh kayak kasus gitu kalo untuk konten pacaran jarang karena saya gak ada cowo jadi ngapain cari gitukan
Peneliti	Apakah kamu sering berinteraksi dengan konten-konten yang membahas topik hubungan romantis atau pasangan?

Informan	Saya cukup sering berinteraksi dengan konten yang membahas hubungan atau pasangan karena beberapa isi kontennya terasa relate dengan pandangan atau pengalaman yang saya pahami
Peneliti	Menurut kamu, konten seperti itu banyak muncul gak di tiktok?
Informan	Kadang-kadang sih soalnya biasanya muncul konten ini trus konten yang lain, tapi biasanya tetap muncul tapi gak sesering yang lain
Peneliti	Biasanya kamu nonton konten seperti itu karena apa? (hiburan, relate, penasaran, dll)
	kadang relate tapi kadang cuma penasaran atau biasanya cuma hiburan juga soalnya biasa liat kalo orang pacaran kayak salting begitu buat hiburan aja sih tapi kadang juga biasanya kayak bilang ih alay
Bagian 3: Paparan Konten Suami Idaman	
Peneliti	Pernah nggak kamu lihat konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal?
Informan	Pernah kalo sosok laki laki ideal tergantung cowonya soalnya kan setiap fyp cowonya beda-beda, kadang cowo tu di luar keliatan baik padahal aslinya suka selingkuh tapi kalo di lihat secara ideal dari postur tubuh
Peneliti	biasanya konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal itu menggambarkan seperti apa sih sosok laki-laki yang ideal?
Informan	
Peneliti	Hal apa yang paling sering ditonjolkan dari sosok “suami idaman” di TikTok?
Informan	Yang paling ditonjolkan itu kayak perlakuan ke cewenya
Peneliti	Dari semua itu, bagian mana yang paling menarik perhatian kamu?
Informan	Ada beberapa sih yang menarik kayak postur tubuh, perlakuannya terus keluarganya
Peneliti	Menurut kamu, konten tersebut lebih ke realita atau agak dilebih-lebihkan?
Informan	Kalo relate emang relate kalo di tiktok kan emang banyak cowo kayak gitu kan, nyatanya emang orangnya kayak gitu cuman kalo sejauh ini aku belum pernah nemu cowo yang seperti itu
Peneliti	Pernah nggak kamu save, share, atau komentar di konten seperti itu?
Informan	Pernah dan sering share ke teman yang sama-sama jomblo, kayak ngeracuni dia aja ini lo laki yang ideal
Bagian 4: Pemaknaan dan Pengaruh	

Peneliti	Menurut kamu, apakah konten TikTok sedikit banyak mempengaruhi cara kamu melihat pasangan ideal?
Informan	Iya betul banyak mempengaruhi sebelum sering scroll tiktok di pikiran ku yang penting cowo deh, tapi ketika sering scroll tiktok sering lewat cowok-cowok ganteng trus tipe ku nambah
Peneliti	Sebelum sering lihat TikTok, apakah kamu sudah punya gambaran tentang suami idaman?
Informan	Iya sudah ada jadi setelah lihat tiktok pandangan ku tentang suami idaman atau pasangan yang ideal gitu jadi nambah
Peneliti	Setelah sering lihat konten seperti itu, ada perubahan nggak dalam cara kamu melihat pasangan?
Informan	Iya ada perubahan
Peneliti	Perubahan seperti apa yang kamu rasakan?
Informan	perubahan kayak oh ternyata ada loh cowo kayak gini di luar sana tapi disini gak ada karena merasa yang kayak begitu hanya ada di tiktok
Peneliti	Menurut kamu, kenapa konten seperti itu bisa berpengaruh?
Informan	Karena Pikiran kita tentang cowo jadi luas soalnya kalo disini kan kita Cuma liat cowo yang gitu-gitu aja setelah liat tiktok trus merasa oh ternyata ada cwo kayak gini di luar sana
Peneliti	Apakah kamu pernah membandingkan realita dengan apa yang kamu lihat di TikTok?
Informan	Pernah Karena kalo kayak di tiktok itu romantis banget tapi kenyataannya itu orang yang pacaran lebih sering bertengkar
Peneliti	Bagaimana perasaan kamu ketika melihat hubungan yang terlihat “sempurna” di TikTok?
Informan	Kalo Hubungannya sehat ikut senang tapi kalo hubungan nya gak sehat ya merasa kasihan tpi klo mereka bahagia saya ikut salting
Bagian 5: Refleksi Personal	
Peneliti	Kalau menurut kamu sendiri, seperti apa sih sosok suami idaman versi kamu?
Informan	Agamanya kuat family baik soft spoken tinggi nya lebih dari saya
Peneliti	Dari kriteria itu, mana yang benar-benar penting dan mana yang mungkin terpengaruh dari media sosial?
Informan	Ada salah Satunya itu tadi kayak postur tubu sama agama

Peneliti	Menurut kamu, penting nggak sih untuk menyaring atau berpikir kritis terhadap konten seperti itu?
Informan	Penting, karena belum tentu apa yang ada di konten itu benar-benar seperti itu jadi kita harus bisa menyaring jangan langsung di terima

Interview Ketiga	
Inisial Informan	: AP
Program Studi	: Psikologi
Jenis Kelamin	: Perempuan
Umur	: 21 Tahun
Nama Peneliti	: Adam Rumbory
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Hari/Tanggal Wawancara	: Jumat, 08 Mei 2026
Tempat	: Kampus Unimuda Sorong
Koding	Cuplikan Wawancara
Bagian 1 Pembuka	
Peneliti	Bisa ceritakan sedikit tentang diri kamu? (jurusan, semester, aktivitas sehari-hari)?
Informan	Saya jurusan psikologi semester 8 keharian kuliah aja
Peneliti	Apakah kamu aktif menggunakan media sosial? Platform apa yang paling sering dibuka?
Informan	Iya sangat aktif di beberapa media sosial seperti tiktok instagram dan yang sering saya pakai tiktok
Peneliti	Sejak kapan kamu mulai menggunakan TikTok?
Informan	Sejak tahun 2017
Peneliti	Berapa lama kira-kira waktu yang kamu habiskan di TikTok dalam sehari?
Informan	Karena saat ini sedang sibuk kuliah paling lama 2-3 jam tapi kalo pas gak ada kegiatan gitu bisa sampe 3 -5 jam
Peneliti	Menurut kamu, apa yang membuat TikTok berbeda dibandingkan media sosial lainnya?

Informan	Menurut saya, TikTok berbeda karena videonya cepat dan singkat, FYP-nya juga sesuai dengan minat pengguna. Selain itu, kontennya lebih mudah viral dan jenis kontennya lebih banyak serta menarik
Bagian 2: Pengalaman Menggunakan TikTok	
Peneliti	Biasanya konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP (For You Page) kamu?
Informan	Kalo aku general sih kadang gossip-gossip artis kadang akademis trus aku lagi crusing kayak drakor-drakor cowo korea gitu
Peneliti	Dari konten-konten itu, mana yang paling kamu suka atau sering kamu tonton sampai habis?
Informan	Kalo untuk saat ini yang aku suka liat sampe abis itu yang cowo-cowo drakor dan sering aku posting ulang
Peneliti	Pernah gak kamu secara sengaja cari konten tertentu di tiktok? Kalau iya, biasanya kamu cari tentang apa?
Informan	Pernah kalo pas lagi butuh kayak cari data-data tentang perkuliahan sama sesuatu yang aku butuhin
Peneliti	Apakah kamu sering berinteraksi dengan konten-konten yang membahas topik hubungan romantis atau pasangan?
Informan	Sering banget apa lagi kan pasangan artis yang lagi viral dan di gossip-gosipin
Peneliti	Menurut kamu, konten seperti itu banyak muncul gak di tiktok?
Informan	Karena algoritma ku jadi sangat sering dan banyak muncul untuk saat ini karena lagi suka sama yang drakor-drakor
Peneliti	Biasanya kamu nonton konten seperti itu karena apa? (hiburan, relate, penasaran, dll)
	Relate karena aku suka nonton konten seperti itu
Bagian 3: Paparan Konten Suami Idaman	
Peneliti	Pernah nggak kamu lihat konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal?
Informan	Iya pernah
Peneliti	biasanya konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal itu menggambarkan seperti apa sih sosok laki-laki yang ideal?
Informan	kalo ideal menurut ku badan nya tu tinggi, dadanya tegak kekar dan saya lebih suka sama cowo yang lebih tinggi dari saya

Peneliti	Hal apa yang paling sering ditonjolkan dari sosok “suami idaman” di TikTok?
Informan	Yang paling sering di tonjolkan auranya si cowoknya karena ganteng tinggi gitu
Peneliti	Dari semua itu, bagian mana yang paling menarik perhatian kamu?
Informan	Bagian yang aku suka posturnya, mulai dari wajahnya badannya dan orangnyaitu romantais
Peneliti	Menurut kamu, konten tersebut lebih ke realita atau agak dilebih-lebihkan?
Informan	Kalo menurutku sih agak relate ya, karena untuk saat ini kan lagi rame-ramenya gitu konten seperti itu
Peneliti	Pernah nggak kamu save, share, atau komentar di konten seperti itu?
Informan	Selalu aku share dan aku selalu posting ulang dan aku komen
Bagian 4: Pemaknaan dan Pengaruh	
Peneliti	Menurut kamu, apakah konten TikTok sedikit banyak mempengaruhi cara kamu melihat pasangan ideal?
Informan	Kalo mempengaruhi sampe dunia nyata tidak karena aku masih bisa ngebedain ya kayak aku punya standar dunia nyata sama dunia hayalan ku beda
Peneliti	Sebelum sering lihat TikTok, apakah kamu sudah punya gambaran tentang suami idaman?
Informan	Gambaran suami idaman punya tapi gak terlalu kefisik gak menurutku khayalanku, yang penting dia tanggung jawab dia bisa penuhi yang selama ini aku butuhkan
Peneliti	Setelah sering lihat konten seperti itu, ada perubahan nggak dalam cara kamu melihat pasangan?
Informan	Kalo perubahan gak ada karena aku masih bisa bedain mana realita yang terjadi di konten sama di dunia nyata
Peneliti	Perubahan seperti apa yang kamu rasakan?
Informan	-
Peneliti	Menurut kamu, kenapa konten seperti itu bisa berpengaruh?
Informan	Karena terhibur karena merasa puas tengen wajah ganteng dan kebetulan lagi single jadi kayak muasin hasrat gitu
Peneliti	Apakah kamu pernah membandingkan realita dengan apa yang kamu lihat

	di TikTok?
Informan	Kalau membandingkan beberapa kali pernah karena aku merasa apa yang terjadi di dunia nyata sama yang di konten beda
Peneliti	Bagaimana perasaan kamu ketika melihat hubungan yang terlihat “sempurna” di TikTok?
Informan	Saya merasa biasa saja karena saya orang nya tidak terlalu kedistrack ketika melihat hubungan yang sempurna
Bagian 5: Refleksi Personal	
Peneliti	Kalau menurut kamu sendiri, seperti apa sih sosok suami idaman versi kamu?
Informan	Saya suka cowo yang bisa dominan bahkan lebih dari saya, memiliki wajah yang ganteng, tinggi dan dari segi finansial juga oke dan tanggung jawab
Peneliti	Dari kriteria itu, mana yang benar-benar penting dan mana yang mungkin terpengaruh dari media sosial?
Informan	Ada sih terpengaruh nya itu dari segi fisik ya kayak ganteng tinggi berotot tadi itu
Peneliti	Menurut kamu, penting nggak sih untuk menyaring atau berpikir kritis terhadap konten seperti itu?
Informan	Kalo menurutku penting untuk menyaring konten seperti itu karena apa yang terjadi di konten tersebut biasanya belum tentu terjadi di dunia nyata dan sebaliknya

Interview Keempat	
Inisial Informan	: ET
Program Studi	: Hukum
Jenis Kelamin	: Perempuan
Umur	: 21 Tahun
Nama Peneliti	: Adam Rumbory
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Hari/Tanggal	: Sabtu, 09 Mei 2026
Tempat	: Kampus Unimuda Sorong
Koding	Cuplikan Wawancara

Bagian 1 Pembuka	
Peneliti	Bisa ceritakan sedikit tentang diri kamu? (jurusan, semester, aktivitas sehari-hari)?
Informan	Jurusan hokum semester 6 sehari-hari ku hanya kuis sambil kerja
Peneliti	Apakah kamu aktif menggunakan media sosial? Platform apa yang paling sering dibuka?
Informan	Aktif banget, biasanya aku buka media sosial ig tiktok wa, tapi lebih sering tiktok
Peneliti	Sejak kapan kamu mulai menggunakan TikTok?
Informan	Sejak tahun 2018
Peneliti	Berapa lama kira-kira waktu yang kamu habiskan di TikTok dalam sehari?
Informan	Sering banget bisa 2-4 jam, tapi sekarang saya lagi mengurangi
Peneliti	Menurut kamu, apa yang membuat TikTok berbeda dibandingkan media sosial lainnya?
Informan	Menurut saya, TikTok berbeda dari media sosial lainnya karena videonya singkat, menarik, dan FYP-nya sesuai dengan minat pengguna. Selain itu, TikTok juga lebih cepat dalam menyebarkan tren dan membuat konten menjadi viral
Bagian 2: Pengalaman Menggunakan TikTok	
Peneliti	Biasanya konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP (For You Page) kamu?
Informan	Karena saya sering nonton video lucu-lucu sama konten drama yang istrinya dua gitu
Peneliti	Dari konten-konten itu, mana yang paling kamu suka atau sering kamu tonton sampai habis?
Informan	Suka nonton drama-drama kayak seorang suami istrinya dua gitu
Peneliti	Pernah gak kamu secara sengaja cari konten tertentu di tiktok? Kalau iya, biasanya kamu cari tentang apa?
Informan	Pernah, tapi kadang-kadang, jadi kalo pas vfp aja trus aku cari akhirnya muncul terus jadi nya aku penasaran
Peneliti	Apakah kamu sering berinteraksi dengan konten-konten yang membahas topik hubungan romantis atau pasangan?
Informan	Tidak terlalu sering, tapi kalau muncul di FYP biasanya saya lihat karena

	penasaran
Peneliti	Menurut kamu, konten seperti itu banyak muncul gak di titok?
Informan	Lumayan banyak tapi gak sebanyak itu dan setaip hari pasti muncul walaupun satu atau dua konten
Peneliti	Biasanya kamu nonton konten seperti itu karena apa? (hiburan, relate, penasaran, dll)
	Kayak penarasan aja sih
Bagian 3: Paparan Konten Suami Idaman	
Peneliti	Pernah nggak kamu lihat konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal?
Informan	Pernah tapi tidak terlalu sering
Peneliti	biasanya konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal itu menggambarkan seperti apa sih sosok laki-laki yang ideal?
Informan	Menurut saya, di TikTok laki-laki ideal sering ditampilkan yang sudah sukses dan perlakuannya baik ke pasangan
Peneliti	Hal apa yang paling sering ditonjolkan dari sosok “suami idaman” di TikTok?
Informan	Yang lebih di tonjolkan materi, agama sama parasnya
Peneliti	Dari semua itu, bagian mana yang paling menarik perhatian kamu?
Informan	Menurut saya yang paling menarik lebih ke agamanya
Peneliti	Menurut kamu, konten tersebut lebih ke realita atau agak dilebih-lebihkan?
Informan	Gak relate sama saya soalnya kayak di lebih-lebihkan
Peneliti	Pernah nggak kamu save, share, atau komentar di konten seperti itu?
Informan	Iya pernah juga save
Bagian 4: Pemaknaan dan Pengaruh	
Peneliti	Menurut kamu, apakah konten TikTok sedikit banyak mempengaruhi cara kamu melihat pasangan ideal?
Informan	Tidak terlalu, saya lebih melihat pengalaman dan kehidupan nyata daripada konten TikTok
Peneliti	Sebelum sering lihat TikTok, apakah kamu sudah punya gambaran tentang suami idaman?

Informan	Sudah punya standar sendiri dari keluarga dan lingkungan, TikTok tidak terlalu mengubah
Peneliti	Setelah sering lihat konten seperti itu, ada perubahan nggak dalam cara kamu melihat pasangan?
Informan	Ada, tapi tidak terlalu besar, lebih jadi bahan pertimbangan saja
Peneliti	Perubahan seperti apa yang kamu rasakan?
Informan	Lebih ke menambah gambaran, bukan mengubah sepenuhnya
Peneliti	Menurut kamu, kenapa konten seperti itu bisa berpengaruh?
Informan	Karena orang kadang menjadikan konten itu sebagai referensi tentang hubungan.
Peneliti	Apakah kamu pernah membandingkan realita dengan apa yang kamu lihat di TikTok?
Informan	Iya, kadang saya membandingkan karena yang di TikTok terlihat lebih ideal dibanding kenyataan
Peneliti	Bagaimana perasaan kamu ketika melihat hubungan yang terlihat “sempurna” di TikTok?
Informan	Kadang kashian sih, soalnya apa yang di lihat di tiktok terkadang tidak sesuai dengan kenyataan
Bagian 5: Refleksi Personal	
Peneliti	Kalau menurut kamu sendiri, seperti apa sih sosok suami idaman versi kamu?
Informan	Kriteria versi saya itu mempunyai kedekatan dengan tuhan agamanya bagus
Peneliti	Dari kriteria itu, mana yang benar-benar penting dan mana yang mungkin terpengaruh dari media sosial?
Informan	Tidak ada sih, soalnya kan saya sudah punya pandangan tentang suami idaman sebelum lihat tiktok
Peneliti	Menurut kamu, penting nggak sih untuk menyaring atau berpikir kritis terhadap konten seperti itu?
Informan	Penting, karena tidak semua konten sesuai dengan kenyataan

Interview Kelima	
Inisial Informan	: JS
Program Studi	: Ilmu Pemerintahan
Jenis Kelamin	: Perempuan
Umur	: 21 tahun
Nama Peneliti	: Adam Rumbory
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Hari/Tanggal	: Senin, 11 Mei 2026
Tempat	: Kampus Unimuda Sorong
Koding	Cuplikan Wawancara
Bagian 1 Pembuka	
Peneliti	Bisa ceritakan sedikit tentang diri kamu? (jurusan, semester, aktivitas sehari-hari)?
Informan	Prodi ilmu pemerintahan semester 6, sebagai mahasiswa pada umumnya
Peneliti	Apakah kamu aktif menggunakan media sosial? Platform apa yang paling sering dibuka?
Informan	Iya, aktif banget biasanya media sosial tiktok sama instagram
Peneliti	Sejak kapan kamu mulai menggunakan TikTok?
Informan	Sejak tahun 2016
Peneliti	Berapa lama kira-kira waktu yang kamu habiskan di TikTok dalam sehari?
Informan	Hampir 24/7 mungkin waktu-waktu tertentu aja kayak pas kuliah tidur terus sholat aktivitas lainnya nah itu baru saya gak buka tiktok jadi saya memiliki waktu-waktu tertentu
Peneliti	Menurut kamu, apa yang membuat TikTok berbeda dibandingkan media sosial lainnya?
Informan	Kalo di tiktok lebih banyak kerandoman nya kan terus kayak wawasan yang kita gak tau jadi tau dan fyp nya juga lebih bagus-bagus
Bagian 2: Pengalaman Menggunakan TikTok	
Peneliti	Biasanya konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP (For You Page) kamu?

Informan	Banyak contohnya kayak berita internasional trus kayak konten drama cina gitu juga sering fyp
Peneliti	Dari konten-konten itu, mana yang paling kamu suka atau sering kamu tonton sampai habis?
Informan	Semua konten saya tonton sampai selesai trus kadang kalau merasa penasaran aku ulang lagi
Peneliti	Pernah gak kamu secara sengaja crai konten tertentu di titkok? Kalau iya, biasanya kamu cari tentang apa?
Informan	Iya, pernah, kayak nyari tentang perkuliahan nyari konten yang lucu-lucu trus konten-konten pasangan gitu
Peneliti	Apakah kamu sering berinteraksi dengan konten-konten yang membahas topik hubungan romantis atau pasangan?
Informan	Sering, terutama konten tentang pasangan ideal dan cara memperlakukan pasangan
Peneliti	Menurut kamu, konten seperti itu banyak muncul gak di titok?
Informan	Banyak, sering nonton trus kepo sau kali akhirnya keterusan dan muncul terus
Peneliti	Biasanya kamu nonton konten seperti itu karena apa? (hiburan, relate, penasaran, dll)
	Ya kalo di bilang relate iya hiburan sama penasaran juga sama, tapi lebih ke relate dengan kehidupan
Bagian 3: Paparan Konten Suami Idaman	
Peneliti	Pernah nggak kamu lihat konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal?
Informan	Pernah dan lumayan sering.
Peneliti	biasanya konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal itu menggambarkan seperti apa sih sosok laki-laki yang ideal?
Informan	Ya pastinya kalo buat saya agamanya harus bagus dan gak harus semua sama sesuai dengan standar tiktok dan harus tanggung jawab
Peneliti	Hal apa yang paling sering ditonjolkan dari sosok “suami idaman” di TikTok?
Informan	Lebih ke ketampanannya ya trus biasanya mereka memamer kan hartanya trus kita kan kayak oh iya ya laki-laki harus seperti itu harus punya
Peneliti	Dari semua itu, bagian mana yang paling menarik perhatian kamu?

Informan	Kalau bagian yang paling menarik dari pertama agama sih trus ketampanannya
Peneliti	Menurut kamu, konten tersebut lebih ke realita atau agak dilebih-lebihkan?
Informan	Menurut saya ada yang sesuai realita, tapi banyak juga yang dilebih-lebihkan supaya lebih menarik
Peneliti	Pernah nggak kamu save, share, atau komentar di konten seperti itu?
Informan	Pernah save dan share, hanya beberapa kali tapi tidak sering
Bagian 4: Pemaknaan dan Pengaruh	
Peneliti	Menurut kamu, apakah konten TikTok sedikit banyak mempengaruhi cara kamu melihat pasangan ideal?
Informan	Banyak kalo menurut ku, tapi kita harus benar-benar melihat lagi tidak boleh asal memilih
Peneliti	Sebelum sering lihat TikTok, apakah kamu sudah punya gambaran tentang suami idaman?
Informan	Ya pastinya sudah ada, kayak itu tadi agamanya harus bagus terus mapan ganteng
Peneliti	Setelah sering lihat konten seperti itu, ada perubahan nggak dalam cara kamu melihat pasangan?
Informan	Ada, saya jadi punya gambaran yang lebih jelas tentang pasangan yang diinginkan
Peneliti	Perubahan seperti apa yang kamu rasakan?
Informan	Ada dua versi sih, kalo yang pertama negative kayak udah ah ga usah punya pasangan soalnya suami idaman itu cuma ada di konten, kalo saya ambil sisi positifnya kayak oh ada lelaki yang lebih baik
Peneliti	Menurut kamu, kenapa konten seperti itu bisa berpengaruh?
Informan	Karena sering muncul di FYP jadi tanpa sadar mudah mempengaruhi cara berpikir
Peneliti	Apakah kamu pernah membandingkan realita dengan apa yang kamu lihat di TikTok?
Informan	Iya pernah
Peneliti	Bagaimana perasaan kamu ketika melihat hubungan yang terlihat “sempurna” di TikTok?
Informan	Saya ngerasa kayak gamungkin itu sempurna, karena biasanya di konten

	yang di post hanya baik baik nya saja
Bagian 5: Refleksi Personal	
Peneliti	Kalau menurut kamu sendiri, seperti apa sih sosok suami idaman versi kamu?
Informan	Agamanya harus bagus, bertanggung jawab dan materinya juga
Peneliti	Dari kriteria itu, mana yang benar-benar penting dan mana yang mungkin terpengaruh dari media sosial?
Informan	Bertanggung jawab
Peneliti	Menurut kamu, penting nggak sih untuk menyaring atau berpikir kritis terhadap konten seperti itu?
Informan	Penting sih karena supaya tidak terbawa oleh apa yang kita lihat

Interview Keenam	
Inisial Informan	: NS
Program Studi	: Manajemen
Jenis Kelamin	: Perempuan
Umur	: 20 Tahun
Nama Peneliti	: Adam Rumbory
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Hari/Tanggal	: Rabu, 13 Mei 2026
Tempat	: Kampus Unimuda Sorong
Koding	Cuplikan Wawancara
Bagian 1 Pembuka	
Peneliti	Bisa ceritakan sedikit tentang diri kamu? (jurusan, semester, aktivitas sehari-hari)?
Informan	Saya semester 6 prodi manajemen aktivitas sehari-hari saya kuliah aja sih
Peneliti	Apakah kamu aktif menggunakan media sosial? Platform apa yang paling sering dibuka?
Informan	Iya aktif, biasanya tiktok, wa, instagram tapi yang sering di buka sih tiktok sama wa

Peneliti	Sejak kapan kamu mulai menggunakan TikTok?
Informan	Sejak tahun 2018 saya sudah menggunakan tiktok
Peneliti	Berapa lama kira-kira waktu yang kamu habiskan di TikTok dalam sehari?
Informan	Lumayan lama sih Sekitar 1 - 2 jam, tergantung aktivitas
Peneliti	Menurut kamu, apa yang membuat TikTok berbeda dibandingkan media sosial lainnya?
Informan	Di TikTok saya lebih sering menemukan konten yang sesuai dengan kehidupan sehari-hari
Bagian 2: Pengalaman Menggunakan TikTok	
Peneliti	Biasanya konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP (For You Page) kamu?
Informan	Beragam, biasanya konten-konten random hiburan juga sering muncul
Peneliti	Dari konten-konten itu, mana yang paling kamu suka atau sering kamu tonton sampai habis?
Informan	Biasanya konten game yang sering aku tonton sampe habis
Peneliti	Pernah gak kamu secara sengaja cari konten tertentu di tiktok? Kalau iya, biasanya kamu cari tentang apa?
Informan	Iya aku sering secara sengaja cari konten tertentu sesuai kebutuhan kayak konten masak konten perkuliahan dan pernah juga secara sengaja cari konten drama drama percintaan gitu
Peneliti	Apakah kamu sering berinteraksi dengan konten-konten yang membahas topik hubungan romantis atau pasangan?
Informan	Lumayan sering, apalagi kalau kontennya sesuai dengan pengalaman atau pandangan saya
Peneliti	Menurut kamu, konten seperti itu banyak muncul gak di tiktok?
Informan	Lumayan banyak tapi gak sering muncul kalo di aku
Peneliti	Biasanya kamu nonton konten seperti itu karena apa? (hiburan, relate, penasaran, dll)
	Saya kadang merasa penasaran
Bagian 3: Paparan Konten Suami Idaman	
Peneliti	Pernah nggak kamu lihat konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal?

Informan	Pernah beberapa kali lewat
Peneliti	biasanya konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal itu menggambarkan seperti apa sih sosok laki-laki yang ideal?
Informan	Orangnya sabar pengertian, trus baik ke pasangannya
Peneliti	Hal apa yang paling sering ditonjolkan dari sosok “suami idaman” di TikTok?
Informan	Sering ditampilkan laki-laki yang pengertian, sabar, dan menghargai pasangannya
Peneliti	Dari semua itu, bagian mana yang paling menarik perhatian kamu?
Informan	Biasanya saya lebih fokus pada cara pasangan menyelesaikan masalah atau memperlakukan satu sama lain
Peneliti	Menurut kamu, konten tersebut lebih ke realita atau agak dilebih-lebihkan?
Informan	Saya rasa ada unsur dilebih-lebihkan supaya kontennya lebih menarik ditonton
Peneliti	Pernah nggak kamu save, share, atau komentar di konten seperti itu?
Informan	Pernah aku share ke teman
Bagian 4: Pemaknaan dan Pengaruh	
Peneliti	Menurut kamu, apakah konten TikTok sedikit banyak mempengaruhi cara kamu melihat pasangan ideal?
Informan	Iya sangat mempengaruhi
Peneliti	Sebelum sering lihat TikTok, apakah kamu sudah punya gambaran tentang suami idaman?
Informan	Sebelumnya sudah punya gambaran
Peneliti	Setelah sering lihat konten seperti itu, ada perubahan nggak dalam cara kamu melihat pasangan?
Informan	Ada, walaupun tidak sepenuhnya mengubah pandangan saya
Peneliti	Perubahan seperti apa yang kamu rasakan?
Informan	Perubahannya lebih ke punya gambaran yang lebih jelas tentang pasangan yang diinginkan
Peneliti	Menurut kamu, kenapa konten seperti itu bisa berpengaruh?
Informan	Menurut saya karena banyak orang merasa kontennya dekat dengan pengalaman mereka

Peneliti	Apakah kamu pernah membandingkan realita dengan apa yang kamu lihat di TikTok?
Informan	Sering aku membandingkan, soalnya kadang apa yang terjadi di konten tidak sesuai dengan realita
Peneliti	Bagaimana perasaan kamu ketika melihat hubungan yang terlihat “sempurna” di TikTok?
Informan	Kayak langsung merasa pengen, kapan yaa bisa gitu
Bagian 5: Refleksi Personal	
Peneliti	Kalau menurut kamu sendiri, seperti apa sih sosok suami idaman versi kamu?
Informan	Yang pasti paham agama, suka anak kecil trus suka cowo yang suka masak
Peneliti	Dari kriteria itu, mana yang benar-benar penting dan mana yang mungkin terpengaruh dari media sosial?
Informan	Ada kayak biasanya lewat konten cowo yang bisa masak gitu trus aku jadi pengen punya cowo seperti itu
Peneliti	Menurut kamu, penting nggak sih untuk menyaring atau berpikir kritis terhadap konten seperti itu?
Informan	Penting sih karena semua konten yang ada di tiktok belum tentu layak atau sesuai dengan apa yang terjadi di realita

Interview Ketujuh	
Inisial Informan	: NH
Program Studi	: Manajemen
Jenis Kelamin	: Perempuan
Umur	: 22 Tahun
Nama Peneliti	: Adam Rumbory
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Hari/Tanggal	: Selasa, 16 Mei 2026
Tempat	: Kampus Unimuda Sorong
Koding	Cuplikan Wawancara
Bagian 1 Pembuka	

Peneliti	Bisa ceritakan sedikit tentang diri kamu? (jurusan, semester, aktivitas sehari-hari)?
Informan	Sya semester 6 jurusan manajemen keseharian Cuma kuliah sma ikut organisasi
Peneliti	Apakah kamu aktif menggunakan media sosial? Platform apa yang paling sering dibuka?
Informan	Sangat aktif, kalo saya sendiri lebih aktif di tiktok kalo instagram jarang buka
Peneliti	Sejak kapan kamu mulai menggunakan TikTok?
Informan	Sejak smp kalo gak salah sekitar tahun 2019
Peneliti	Berapa lama kira-kira waktu yang kamu habiskan di TikTok dalam sehari?
Informan	Bisa sampe 1- 2 jam, paling kalo gak buka itu pas lagi ada kegiatan kayak belajar gitu
Peneliti	Menurut kamu, apa yang membuat TikTok berbeda dibandingkan media sosial lainnya?
Informan	Di TikTok lebih mudah menemukan konten yang sesuai dengan hal yang sedang diminati
Bagian 2: Pengalaman Menggunakan TikTok	
Peneliti	Biasanya konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP (For You Page) kamu?
Informan	Biasanya yang sering fyp itu drama cina sma drama korea
Peneliti	Dari konten-konten itu, mana yang paling kamu suka atau sering kamu tonton sampai habis?
Informan	Semua aku tonton sampe habis soalnya aku orangnya suka penasaran
Peneliti	Pernah gak kamu secara sengaja cari konten tertentu di tiktok? Kalau iya, biasanya kamu cari tentang apa?
Informan	Sering, biasanya cari konten yang membuat penasaran kayak konten yang lagi viral trus aku sengaja cari
Peneliti	Apakah kamu sering berinteraksi dengan konten-konten yang membahas topik hubungan romantis atau pasangan?
Informan	Saya lumayan sering melihat konten seperti itu, walaupun tidak selalu berinteraksi
Peneliti	Menurut kamu, konten seperti itu banyak muncul gak di tiktok?

Informan	Lumayan banyak, karena beberapa kali sering muncul di fyp ku
Peneliti	Biasanya kamu nonton konten seperti itu karena apa? (hiburan, relate, penasaran, dll)
	Sebenarnya sih penasaran, soalnya kan dia lewat jaikan aku penasaran soalnya kan aku punya pacar ni jadi aku kayak membandingkan gitu apa yang aku lihat di koten sama realita
Bagian 3: Paparan Konten Suami Idaman	
Peneliti	Pernah nggak kamu lihat konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal?
Informan	Iya pernah
Peneliti	biasanya konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal itu menggambarkan seperti apa sih sosok laki-laki yang ideal?
Informan	Laki laki ideal kalo menurutku ketika mengambil keputusan itu gak gegabah kayak apa apa gitu ke paham perepuan trus mempunyai pola pikir yang dewasa gitu
Peneliti	Hal apa yang paling sering ditonjolkan dari sosok “suami idaman” di TikTok?
Informan	Kebanyakan kayak pola pikirnya seperti konten konten yang membela sepihak jadi aku lebih lihat ke pola pikirnya
Peneliti	Dari semua itu, bagian mana yang paling menarik perhatian kamu?
Informan	Itu tadi kak dari pola piker sama tanggung jawabnya
Peneliti	Menurut kamu, konten tersebut lebih ke realita atau agak dilebih-lebihkan?
Informan	Kalo menurut saya Tergantung biasanya sih. ada yang realita trus ada juga yang terlalu di lebih-lebihkan
Peneliti	Pernah nggak kamu save, share, atau komentar di konten seperti itu?
Informan	Sering sih, kayak, share ke pacar trus save tapi kalo komentar gak pernah
Bagian 4: Pemaknaan dan Pengaruh	
Peneliti	Menurut kamu, apakah konten TikTok sedikit banyak mempengaruhi cara kamu melihat pasangan ideal?
Informan	Belum sih kak soalnya belum kepikiran
Peneliti	Sebelum sering lihat TikTok, apakah kamu sudah punya gambaran tentang suami idaman?

Informan	Kalo setelah lihat ada sih sedikit gambaran tapi tetap menyesuaikan dengan yang terjadi di realita
Peneliti	Setelah sering lihat konten seperti itu, ada perubahan nggak dalam cara kamu melihat pasangan?
Informan	Gak ada sih kak, soalnya itu tadi aku kayak lebih melihat ke realita dari pada konten
Peneliti	Perubahan seperti apa yang kamu rasakan?
Informan	-
Peneliti	Menurut kamu, kenapa konten seperti itu bisa berpengaruh?
Informan	Karena merasa relate dengan konten tersebut sehingga di totol secara berulang
Peneliti	Apakah kamu pernah membandingkan realita dengan apa yang kamu lihat di TikTok?
Informan	Pernah dan sering
Peneliti	Bagaimana perasaan kamu ketika melihat hubungan yang terlihat “sempurna” di TikTok?
Informan	Seneng kalau lihat hubungan yang sempurna di tiktok kayak membayangkan lucu
Bagian 5: Refleksi Personal	
Peneliti	Kalau menurut kamu sendiri, seperti apa sih sosok suami idaman versi kamu?
Informan	Versi aku harus dewasa trus kalo ambil keputusan itu lebih berpikir secara matang tidak berpihak ke satu sisi dan rajin masak sih
Peneliti	Dari kriteria itu, mana yang benar-benar penting dan mana yang mungkin terpengaruh dari media sosial?
Informan	Ada, yang cowo rajin masak saling bantu
Peneliti	Menurut kamu, penting nggak sih untuk menyaring atau berpikir kritis terhadap konten seperti itu?
Informan	Sangat penting karena juga ada konten yang sesuai dan tidak sesuai dengan kehidupan nyata

Interview Kedelapan	
Inisial Informan	: NR
Program Studi	: Hubungan Internasional
Jenis Kelamin	: Perempuan
Umur	: 20 Tahun
Nama Peneliti	: Adam Rumbory
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Hari/Tanggal	: Senin, 18 Mei 2026
Tempat	: Kampus Unimuda Sorong
Koding	Cuplikan Wawancara
Bagian 1 Pembuka	
Peneliti	Bisa ceritakan sedikit tentang diri kamu? (jurusan, semester, aktivitas sehari-hari)?
Informan	Jurusan hubungan internasional semester 6 aktivitas sehari-hari kuliah
Peneliti	Apakah kamu aktif menggunakan media sosial? Platform apa yang paling sering dibuka?
Informan	Termasuk aktif, biasanya sering buka tiktok, instagram, wa tapi lebih sering instagram
Peneliti	Sejak kapan kamu mulai menggunakan TikTok?
Informan	Sejak tahun 2019
Peneliti	Berapa lama kira-kira waktu yang kamu habiskan di TikTok dalam sehari?
Informan	Setiap hari, dalam sehari bisa sampe 1-2 jam tergantung aktivitas
Peneliti	Menurut kamu, apa yang membuat TikTok berbeda dibandingkan media sosial lainnya?
Informan	Kalo di tiktok tu kontennya lebih banyak yang menarik dan lucu-lucu jadi terhibur
Bagian 2: Pengalaman Menggunakan TikTok	
Peneliti	Biasanya konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP (For You Page) kamu?
Informan	Random sih, biasanya yang fyp tu kayak konten hiburan trus tentang perkuliahan pernah juga sesekali muncul konten tentang pasangan kayak

	drama-drama gitu
Peneliti	Dari konten-konten itu, mana yang paling kamu suka atau sering kamu tonton sampai habis?
Informan	Semua aku tonton sampai habis soalnya aku penasaran
Peneliti	Pernah gak kamu secara sengaja crai konten tertentu di titkok? Kalau iya, biasanya kamu cari tentang apa?
Informan	Pernah, biasanya cari konten tentang tutorial gitu
Peneliti	Apakah kamu sering berinteraksi dengan konten-konten yang membahas topik hubungan romantis atau pasangan?
Informan	Lumayan sering
Peneliti	Menurut kamu, konten seperti itu banyak muncul gak di titok?
Informan	Iya, konten seperti itu cukup sering saya temui di TikTok
Peneliti	Biasanya kamu nonton konten seperti itu karena apa? (hiburan, relate, penasaran, dll)
	Lebih ke hiburan sih
Bagian 3: Paparan Konten Suami Idaman	
Peneliti	Pernah nggak kamu lihat konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal?
Informan	Pernah
Peneliti	biasanya konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal itu menggambarkan seperti apa sih sosok laki-laki yang ideal?
Informan	Menurut saya laki-laki yang memiliki karier bagus dan hubungan yang harmonis
Peneliti	Hal apa yang paling sering ditonjolkan dari sosok “suami idaman” di TikTok?
Informan	Lebih ke postur tubuh sih kalau aku
Peneliti	Dari semua itu, bagian mana yang paling menarik perhatian kamu?
Informan	
Peneliti	Menurut kamu, konten tersebut lebih ke realita atau agak dilebih-lebihkan?
Informan	Lebih ke relate sih
Peneliti	Pernah nggak kamu save, share, atau komentar di konten seperti itu?

Informan	Pernah share ke teman
Bagian 4: Pemaknaan dan Pengaruh	
Peneliti	Menurut kamu, apakah konten TikTok sedikit banyak mempengaruhi cara kamu melihat pasangan ideal?
Informan	Gak mempengaruhi sih
Peneliti	Sebelum sering lihat TikTok, apakah kamu sudah punya gambaran tentang suami idaman?
Informan	Iya sudah ada
Peneliti	Setelah sering lihat konten seperti itu, ada perubahan nggak dalam cara kamu melihat pasangan?
Informan	Iya ada perubahan kan sebelumnya ni gak ada kan tapi setelah konten itu lewat trus aku merasa oh suami idaman itu kayak gini
Peneliti	Perubahan seperti apa yang kamu rasakan?
Informan	Sama seperti yang tadi kalo setelah lihat ada kayak rasa iajamajinasi gitu jadi pengen
Peneliti	Menurut kamu, kenapa konten seperti itu bisa berpengaruh?
Informan	Menurut saya karena sering muncul akhirnya bisa mempengaruhi cara pandang kita gitu
Peneliti	Apakah kamu pernah membandingkan realita dengan apa yang kamu lihat di TikTok?
Informan	Iya pernah
Peneliti	Bagaimana perasaan kamu ketika melihat hubungan yang terlihat “sempurna” di TikTok?
Informan	Jadi langsung rasa pengen kayak punya hubungan yang sempurna seperti di konten itu
Bagian 5: Refleksi Personal	
Peneliti	Kalau menurut kamu sendiri, seperti apa sih sosok suami idaman versi kamu?
Informan	Versi aku tingi, kaya gak patriaki gak suka selingkuh
Peneliti	Dari kriteria itu, mana yang benar-benar penting dan mana yang mungkin terpengaruh dari media sosial?
Informan	Gak ada yang terpengaruh itu semua emang dari diri saya sendiri
Peneliti	Menurut kamu, penting nggak sih untuk menyaring atau berpikir kritis

	terhadap konten seperti itu?
Informan	Penting karena gak semua konten itu membuat kita berfikir positif jadi kita harus bisa memilih konten

Interview Kesembilan	
Inisial Informan	: AN
Program Studi	: Bisnis Digital
Jenis Kelamin	: Perempuan
Umur	: 21 Tahun
Nama Peneliti	: Adam Rumbory
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Hari/Tanggal	: Rabu, 20 Mei 2026
Tempat	: Kampus Unimuda Sorong
Koding	Cuplikan Wawancara
Bagian 1 Pembuka	
Peneliti	Bisa ceritakan sedikit tentang diri kamu? (jurusan, semester, aktivitas sehari-hari)?
Informan	Saya dari prodi bisnis digital Semester 6 aktivitas sehari-hari kuliah sambil berkegiatan di gereja
Peneliti	Apakah kamu aktif menggunakan media sosial? Platform apa yang paling sering dibuka?
Informan	Termasuk aktif, Media sosial yang sering ya wa tiktok sama instagram yang sering di buka kalo untuk hiburan tiktok
Peneliti	Sejak kapan kamu mulai menggunakan TikTok?
Informan	Sejak tahun 2020
Peneliti	Berapa lama kira-kira waktu yang kamu habiskan di TikTok dalam sehari?
Informan	1-2 jam lebih, ketika ada waktu senggang bisa lebih
Peneliti	Menurut kamu, apa yang membuat TikTok berbeda dibandingkan media sosial lainnya?
Informan	Karena lebih tertarik ke tiktok karena konten konten yang viral lebih banyak di tiktok

Bagian 2: Pengalaman Menggunakan TikTok	
Peneliti	Biasanya konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP (For You Page) kamu?
Informan	Yang sering fyp konten tips masak gitu trus kayak konten keagamaan
Peneliti	Dari konten-konten itu, mana yang paling kamu suka atau sering kamu tonton sampai habis?
Informan	Lebih ke konten tips masak sih soalnya kan saya cari ni jadi saya lebih sering nonton sampai habis karena penasaran
Peneliti	Pernah gak kamu secara sengaja crai konten tertentu di titkok? Kalau iya, biasanya kamu cari tentang apa?
Informan	Iya pernah, biasanya cari konten cara menstabilkan vocal karena kebetulan suka jadi paduan suara di gereja
Peneliti	Apakah kamu sering berinteraksi dengan konten-konten yang membahas topik hubungan romantis atau pasangan?
Informan	Lumayan sering, pernah beberapa kali lewat di fyp
Peneliti	Menurut kamu, konten seperti itu banyak muncul gak di titok?
Informan	Lumayan banyak dan mungkin karena algoritma tiktok jadi sering muncul trus saya tonton dan lihat lihat komentar nya
Peneliti	Biasanya kamu nonton konten seperti itu karena apa? (hiburan, relate, penasaran, dll)
	Sebenarnya agak relate tapi lebih ke terhibur
Bagian 3: Paparan Konten Suami Idaman	
Peneliti	Pernah nggak kamu lihat konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal?
Informan	Iya Pernah
Peneliti	biasanya konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal itu menggambarkan seperti apa sih sosok laki-laki yang ideal?
Informan	Sosok laki-laki yang ideal itu pengertian trus baik dan soft spoken juga
Peneliti	Hal apa yang paling sering ditonjolkan dari sosok “suami idaman” di TikTok?
Informan	Leboh menonjolkan sifat pengetahuan dan ekonominya
Peneliti	Dari semua itu, bagian mana yang paling menarik perhatian kamu?
Informan	Tertarik ke sifatnya

Peneliti	Menurut kamu, konten tersebut lebih ke realita atau agak dilebih-lebihkan?
Informan	Biasanya ada yang memang seperti itu tetapi juga ada juga yang di lebih-lebihkan
Peneliti	Pernah nggak kamu save, share, atau komentar di konten seperti itu?
Informan	Kadang pernah share gitu ke teman sama like juga
Bagian 4: Pemaknaan dan Pengaruh	
Peneliti	Menurut kamu, apakah konten TikTok sedikit banyak mempengaruhi cara kamu melihat pasangan ideal?
Informan	Sangat mempengaruhi
Peneliti	Sebelum sering lihat TikTok, apakah kamu sudah punya gambaran tentang suami idaman?
Informan	Sebelumnya belum punya pandangan atau gambaran sih untuk sosok suami yang di diamankan tapi setelah melihat konten yang membahaskan suami idaman jadinya aku punya gambaran
Peneliti	Setelah sering lihat konten seperti itu, ada perubahan nggak dalam cara kamu melihat pasangan?
Informan	ada sih kak
Peneliti	Perubahan seperti apa yang kamu rasakan?
Informan	Kayak seperti lebih berhati-hati dalam memilih pasangan soalnya kadang apa yang ada di konten itu tidak sama dengan apa yang terjadi di realita
Peneliti	Menurut kamu, kenapa konten seperti itu bisa berpengaruh?
Informan	Bisa berpengaruh karena sebagian orang merasa ada kesamaan dengan apa yang di lihat di konten
Peneliti	Apakah kamu pernah membandingkan realita dengan apa yang kamu lihat di TikTok?
Informan	Pernah contohnya saya membandingkan konten dilan dengan yang terjadi di realita
Peneliti	Bagaimana perasaan kamu ketika melihat hubungan yang terlihat “sempurna” di TikTok?
Informan	Ikut senang dan terhibur juga
Bagian 5: Refleksi Personal	
Peneliti	Kalau menurut kamu sendiri, seperti apa sih sosok suami idaman versi kamu?

Informan	Kriterianya saya itu yang pertama agama nya sesuai dari pertama trus sifatnya baik dan ekonominya
Peneliti	Dari kriteria itu, mana yang benar-benar penting dan mana yang mungkin terpengaruh dari media sosial?
Informan	ada yang terpengaruh dari tiktok yaitu ekonominya
Peneliti	Menurut kamu, penting nggak sih untuk menyaring atau berpikir kritis terhadap konten seperti itu?
Informan	Iya sangat penting untuk kita menyaring konten konten seperti itu Karena biasanya konten seperti itu tidak sesuai dengan apa yang terjadi di dunia nyata

Interview Kesepuluh	
Inisial Informan	: NM
Program Studi	: Hukum
Jenis Kelamin	: Perempuan
Umur	: 21 Tahun
Nama Peneliti	: Adam Rumbory
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Hari/Tanggal	: Senin, 25 Mei 2026
Tempat	: Kampus Unimuda Sorong
Koding	Cuplikan Wawancara
Bagian 1 Pembuka	
Peneliti	Bisa ceritakan sedikit tentang diri kamu? (jurusan, semester, aktivitas sehari-hari)?
Informan	Saya dari prodi hokum semester 6 aktivitas sehari-hari saya biasanya kuliah trus ikut kegiatan dan main-main media sosial kayak instagram tiktok gitu
Peneliti	Apakah kamu aktif menggunakan media sosial? Platform apa yang paling sering dibuka?
Informan	Iya saya cukup aktif, terkadang saya buka wa instagram tiktok fb dan media sosial yang paling sering saya buka tiktok sama wa
Peneliti	Sejak kapan kamu mulai menggunakan TikTok?

Informan	Lumayan Cukup lama sih, sejak tahun 2021
Peneliti	Berapa lama kira-kira waktu yang kamu habiskan di TikTok dalam sehari?
Informan	Tidak tentu, tapi biasanya lebih dari 1-2 jam sehari
Peneliti	Menurut kamu, apa yang membuat TikTok berbeda dibandingkan media sosial lainnya?
Informan	Menurut saya TikTok lebih cepat menampilkan konten yang sesuai dengan minat pengguna
Bagian 2: Pengalaman Menggunakan TikTok	
Peneliti	Biasanya konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP (For You Page) kamu?
Informan	Biasanya konten relationship, kehidupan sehari-hari
Peneliti	Dari konten-konten itu, mana yang paling kamu suka atau sering kamu tonton sampai habis?
Informan	Saya biasanya menonton konten relationship sampai habis kalau pembahasannya menarik
Peneliti	Pernah gak kamu secara sengaja crai konten tertentu di titkok? Kalau iya, biasanya kamu cari tentang apa?
Informan	Pernah, terutama kalau penasaran dengan topik yang sedang ramai
Peneliti	Apakah kamu sering berinteraksi dengan konten-konten yang membahas topik hubungan romantis atau pasangan?
Informan	Kadang sering, terutama kalau relate dengan kehidupan sehari-hari
Peneliti	Menurut kamu, konten seperti itu banyak muncul gak di titok?
Informan	Lumayan banyak, apalagi kalau pernah menonton konten yang mirip
Peneliti	Biasanya kamu nonton konten seperti itu karena apa? (hiburan, relate, penasaran, dll)
	Lebih ke hiburan dan rasa penasaran
Bagian 3: Paparan Konten Suami Idaman	
Peneliti	Pernah nggak kamu lihat konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal?
Informan	Iya pernah beberapa kali muncul
Peneliti	biasanya konten yang membahas “suami idaman” atau pasangan ideal itu menggambarkan seperti apa sih sosok laki-laki yang ideal?

Informan	digambarkan sebagai laki-laki yang bertanggung jawab dan perhatian
Peneliti	Hal apa yang paling sering ditonjolkan dari sosok “suami idaman” di TikTok?
Informan	Biasanya yang ditonjolkan itu perhatian dan perlakuannya kepada pasangan
Peneliti	Dari semua itu, bagian mana yang paling menarik perhatian kamu?
Informan	Yang paling menarik perhatian saya itu sikap dan karakter laki-laki
Peneliti	Menurut kamu, konten tersebut lebih ke realita atau agak dilebih-lebihkan?
Informan	Menurut saya ada yang nyata, tapi banyak juga yang dilebih-lebihkan
Peneliti	Pernah nggak kamu save, share, atau komentar di konten seperti itu?
Informan	Kadang pernah share gitu ke teman sama like juga dan terkadang aku tinggalkan komentar juga
Bagian 4: Pemaknaan dan Pengaruh	
Peneliti	Menurut kamu, apakah konten TikTok sedikit banyak mempengaruhi cara kamu melihat pasangan ideal?
Informan	Menurut saya lebih ke menambah gambaran tentang pasangan yang diinginkan
Peneliti	Sebelum sering lihat TikTok, apakah kamu sudah punya gambaran tentang suami idaman?
Informan	Iya, sebelumnya sudah punya gambaran sendiri
Peneliti	Setelah sering lihat konten seperti itu, ada perubahan nggak dalam cara kamu melihat pasangan?
Informan	Ada, tapi lebih ke tambahan pandangan saja.
Peneliti	Perubahan seperti apa yang kamu rasakan?
Informan	Kadang jadi lebih selektif dalam melihat hubungan
Peneliti	Menurut kamu, kenapa konten seperti itu bisa berpengaruh?
Informan	Bisa berpengaruh Karena banyak orang melihat konten itu bukan hanya sebagai hiburan, tapi juga sebagai referensi tentang bagaimana hubungan atau pasangan yang baik
Peneliti	Apakah kamu pernah membandingkan realita dengan apa yang kamu lihat di TikTok?
Informan	Pernah, terutama soal gambaran hubungan yang ideal

Peneliti	Bagaimana perasaan kamu ketika melihat hubungan yang terlihat “sempurna” di TikTok?
Informan	Kadang merasa ingin punya hubungan yang baik seperti itu
Bagian 5: Refleksi Personal	
Peneliti	Kalau menurut kamu sendiri, seperti apa sih sosok suami idaman versi kamu?
Informan	Kriterianya saya itu yang pertama agama nya sesuai dari pertama trus sifatnya baik dan ekonominya
Peneliti	Dari kriteria itu, mana yang benar-benar penting dan mana yang mungkin terpengaruh dari media sosial?
Informan	Yang benar-benar penting menurut saya itu tanggung jawab dan karakter, sedangkan gambaran yang terlalu sempurna mungkin dipengaruhi media sosial
Peneliti	Menurut kamu, penting nggak sih untuk menyaring atau berpikir kritis terhadap konten seperti itu?
Informan	Penting, karena tidak semua yang ada di TikTok sesuai dengan kenyataan

Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup