



PEMAKNAAN GENERASI Z TERHADAP REPRESENTASI KONTEN HUBUNGAN IDEAL DALAM PLATFORM TIKTOK

Melita Ayu Caesari¹, Devi Purnamasari²

^{1,2}Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, Indonesia

*melitaayucaesari@gmail.com

Abstract

This study examines how generation z interprets the representation of "relationship goals" content on the TikTok platform. TikTok has become an influential space for digital visualization, shaping new social standards and romantic ideals among young users. Using Stuart Hall's Reception Analysis approach and Leon Festinger's Social Comparison Theory, this research explores the dynamic encoding-decoding process when gen z users interact with aesthetic romance content. In-depth interviews and digital participant observations were conducted over three months with six active female gen z TikTok users who are in relationships. The results indicate that visual exposure to idealized relationships prompts social comparison mechanisms, shifting real-world expectations and relationship satisfaction. The interpretation patterns reveal a dominant-hegemonic alignment where users internalize these aesthetic benchmarks as the normative blueprint for modern romance, while also highlighting the psychological pressures of conforming to digital perfection.

Keywords: 1st digital media; 2nd generation z; 3rd relationship goals; 4th representation; 5th social comparison

Abstrak

Penelitian ini mengkaji bagaimana generasi z memaknai representasi konten "relationship goals" di platform TikTok. TikTok telah berkembang menjadi ruang visual digital yang sangat berpengaruh dalam membentuk standar sosial baru dan idealisme romantis di kalangan pengguna muda. Dengan menggunakan pendekatan Analisis Resepsi, Teori Representasi dari Stuart Hall dan Teori Perbandingan Sosial dari Leon Festinger, penelitian ini mengeksplorasi proses dinamis *encoding-decoding* ketika pengguna gen z berinteraksi dengan konten percintaan estetik. Wawancara mendalam dan observasi partisipan digital dilakukan selama tiga bulan terhadap enam pengguna aktif gen z di TikTok yang sedang menjalin hubungan asmara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan visual hubungan yang diidealkan memicu mekanisme perbandingan sosial, yang menggeser ekspektasi dunia nyata dan kepuasan hubungan. Pola pemaknaan menunjukkan adanya posisi dominan-hegemoni di mana pengguna menginternalisasi tolok ukur estetik tersebut sebagai cetak biru normatif romansa modern, sekaligus menyoroti adanya tekanan psikologis untuk memenuhi kesempurnaan digital.

Kata kunci: media digital 1; generasi z 2; hubungan ideal 3; representasi 4; perbandingan sosial 5

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan ruang baru bagi anak muda

dalam mengekspresikan diri, salah satunya melalui aplikasi TikTok. Platform tersebut kini telah merevolusi cara orang berinteraksi

dengan konten, Indonesia telah memperkuat posisinya sebagai negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia (Nathania and Hartanti, 2025). Berdasarkan survei APJII 2025, TikTok persentase mencapai 35,17%. Indonesia sendiri menempati posisi sebagai salah satu pengguna TikTok terbanyak di dunia dengan 194,37 juta pengguna menurut data *We Are Social*. Komposisi pengguna perempuan yang mengakses TikTok berbeda pada angka 37,55%, sedangkan laki-laki sebesar 32,98%, dengan rata-rata durasi penggunaan kumulatif sekitar 44 jam 54 menit perbulan. Hal ini memosisikan TikTok sebagai salah satu *platform* digital yang paling berpengaruh di Indonesia, khususnya bagi kalangan gen z yang merupakan generasi pertama yang terpapar secara masif oleh teknologi sejak usia dini. Teknologi tersebut berupa komputer atau media elektronik lainnya seperti telepon seluler, jaringan internet, bahkan aplikasi media sosial (Firamadhina and Krisnani, 2021). Berdasarkan data statistik, umur dari pengguna TikTok di Indonesia dari umur 18 – 34 tahun (*We Are Social*, 2025).

TikTok bukan hanya tempat mencari hiburan, tetapi juga ruang di mana berbagai visual diproduksi dan disebar, sehingga membentuk cara pandang sosial para penggunanya (Sipahutar, Safitri and Sujarwo, 2025). Sistem rekomendasi berbasis algoritma, aplikasi ini sering kali menampilkan

konten sesuai kebiasaan interaksi pengguna seperti kebahagiaan dan kesempurnaan (Santica and Taufiq, 2024). Itu membuat pengguna terus melihat jenis representasi yang sama secara berulang. Algoritma yang muncul pada beranda media sosial biasa disebut *For You Page (FYP)*, *platform* ini secara konstan menyajikan konten yang disesuaikan dengan kebiasaan interaksi pengguna, di mana narasi kebahagiaan dan kesempurnaan sering kali mendominasi. Kondisi ini membuat TikTok berfungsi bukan hanya sebagai penyebar konten, tetapi juga sebagai pembentuk nilai dan makna sosial baru. Bagi gen z, media sosial lebih menarik dan memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman tentang hubungan interpersonal (Ariyanti and Iman, 2025).

Fenomena yang muncul dari pengguna TikTok adalah representasi konten bertema *relationship goals* atau hubungan yang ideal yang dikonstruksi secara estetik. Media digital memudahkan audiens dalam melakukan komunikasi khususnya bagi gen z yang berpasangan (Ramadhan *et al.*, 2024). Komunikasi adalah proses penting dalam kehidupan manusia yang melibatkan pertukaran informasi, ide, dan emosi (Purnama, Lorence and Tarigan, 2023). Kemudahan ini tidak hanya mempengaruhi hubungan tetapi memberikan ruang representatif hubungan romantis yang ideal melalui konten – konten di TikTok. Banyak

pasangan yang menggunakan TikTok untuk berbagi momen bahagia, kejutan manis, atau pencapaian bersama, yang sering kali membuat hubungan merasa terlihat sempurna (Santica and Taufiq, 2024). Video TikTok yang menampilkan pasangan romantis dengan gaya hidup ideal menjadi contoh yang mudah diikuti. Bagi generasi z, media sosial memegang peran krusial dalam membentuk pemahaman awal mengenai dinamika hubungan interpersonal.

Penelitian ini berangkat dari munculnya sebuah *hashtags* *#relationshipgoals*, *#coupleaesthetic*, *#couplegoals*, *#bucin* dalam beberapa video di TikTok. Terdapat beberapa konten mengenai standarisasi pada cara pandang hubungan muncul karena adanya *hashtags* tersebut yang menimbulkan adanya pro kontra pada beberapa kubu. Ketika pengguna mengakses konten-konten yang ada di dalam *hashtags* pengguna akan dihadapkan dengan visual dimana hubungan yang ideal tanpa konflik. Tiktok bekerja sebagai alat visual yang menarik memiliki potensi unik dalam membentuk persepsi makna tentang apa yang dianggap normal dengan hubungan romantis (Santica and Taufiq, 2024).

Konten hubungan ideal di TikTok adalah representasi yang dipilih untuk menciptakan gambaran atau makna tertentu mengenai hubungan ideal. Selain itu (Hall, 1997) menekankan jika representasi adalah proses

dimana makna diproduksi melalui simbol, bahasa, suara, dan visual (Ayuanda, Sidabalok and Perangin-Angin, 2024). Representasi melibatkan pemahaman tentang bagaimana makna dibentuk dan disampaikan melalui berbagai media dan praktis komunikasi dalam masyarakat. Teori Representasi juga menyoroti peran media massa dalam menciptakan representasi, media memiliki kekuatan untuk memilih, mengedit, dan menyajikan visual, cerita, dan suara yang mencerminkan realitas tertentu (Sholichah, Putri and Setiaji, 2023). Dari teori representasi ada dua sistem yang melibatkan dalam proses representasi yaitu Representasi Mental dan Bahasa. Representasi mental, pemaknaan itu tergantung pada apa yang digambarkan dari sistem konsep yang ada di pikiran, sehingga membuat individu dapat menentukan pemaknaan pada hal - hal yang ada baik dari dalam maupun dari luar kepala. Sedangkan bahasa lebih dimana proses peta konseptual diterjemahkan dalam bahasa yang lebih umum, sehingga dapat menghubungkan konsep dan ide dengan suara, gambaran, dan tulisan. Istilah bahasa itu luas tetapi bahasa bukan hanya sebuah kata kata tulisan, tetapi juga gambar visual, gerak tubuh, ekspresi wajah, pakaian, simbol, musik dan sebagainya adalah sebuah bahasa (Ayuanda, Sidabalok and Perangin-Angin, 2024).

Teori Representasi memiliki tiga pendekatan yaitu Pendekatan Reflektif

dimana pandangan bahwa bahasa dan representasi berfungsi sebagai cermin dari realitas. Konteks media sosial seperti TikTok, pendekatan reflektif menjadi tidak relevan, sebab konten yang ditampilkan biasanya telah dipilih dan dirancang sedemikian rupa sehingga tidak mencerminkan keseluruhan realitas hubungan romantis, melainkan momen–momen tertentu yang dipilih untuk ditampilkan. Pendekatan Intensional yang memiliki pandangan bahwa makna berasal dari niat atau maksud membuat pesan. Perspektif seperti ini kreator dianggap sebagai pihak yang menentukan makna, sementara bahasa menjadi alat untuk mengekspresikan makna tersebut. Representasi dipahami sebagai bentuk ekspresi subjektif dari pembuat pesan, walaupun sebenarnya makna tidak sepenuhnya dapat dikendalikan oleh kreator. Bahasa sebagai sistem tanda aturan–aturan yang membatasi bagaimana makna dapat di konstruksi dan dipahami. Pendekatan Konstruksionis merupakan pendekatan utama dalam teori representasi Stuart Hall. Pendekatan ini yaitu pemahaman bahwa makna tidak berasal dari objek semata, tetapi dibentuk melalui proses sosial, budaya, dan sistem tanda. Bahasa dipandang sebagai sistem representasi yang menstrukturkan bagaimana makna dibentuk dan dipahami. Media memainkan peran yang signifikan dalam mengkonstruksi realitas melalui mekanisme simbolik seperti visual, narasi,

kode budaya, simbol atau tanda-tanda lainnya. Pendekatan ini dipandang sebagai proses produksi makna yang terjadi melalui hubungan antara tanda dan konsep yang telah disepakati.

Berdasarkan fenomena tersebut ada kekhawatiran mengenai normalisasi standar hubungan yang semu yang terus diproduksi oleh algoritma TikTok. Jika fenomena ini dibiarkan tanpa adanya dekonstruksi makna, terdapat resiko besar yaitu terjadinya pergeseran realitas sosial dikalangan Generasi Z. Tren kebahagiaan yang dipaksakan dalam konten *relationship goals* menciptakan tekanan psikologis bagi audiens untuk mencapai standar yang sama (Santica and Taufiq, 2024). Karena adanya fenomena ini pada proses resepsi menemukan *decoding* adanya tindakan perbandingan sosial. Proses ini merupakan mekanisme perbandingan secara intensif melalui apa yang disebut sebagai *Upward Social Comparison*. Festinger menjelaskan bahwa individu memiliki dorongan alami untuk mengevaluasi diri mereka dengan menjadikan orang lain sebagai tolak ukur. Standar "ideal" yang terbentuk dari konten tersebut menjadi beban psikologis tersendiri bagi pengguna. Dampak dari perbandingan sosial ini sangat signifikan terhadap kesehatan mental dan kepuasan hubungan. Intensitas penggunaan TikTok yang sangat tinggi berkorelasi dengan kecenderungan perbandingan sosial yang

meningkatkan resiko rendahnya harga diri. Harga diri memiliki pengaruh signifikan terhadap seluruh aspek kecemasan sosial pengguna media sosial, dengan pengaruh paling kuat pada aspek kecemasan interaksi dan pengaruh paling lemah pada aspek kecemasan konten privasi (Rahardjo and Mardianti, 2023).

Teori Perbandingan Sosial tidak hanya bergerak pada evaluasi ke atas yang memicu kecemasan. Sebagai bentuk regulasi diri, individu juga dapat mengaktifkan mekanisme *Downward Social Comparison*. Perbandingan ke bawah merupakan strategi kognitif adaptif di mana individu sengaja membandingkan situasi diri atau hubungannya dengan pihak lain yang dipersepsikan kurang beruntung, lebih buruk, atau mengalami kemalangan (Swari and Tobing, 2024). Pada platform TikTok, mekanisme ini bekerja ketika pengguna menyeimbangkan kognisinya dengan mengonsumsi atau mengingat fenomena hubungan tidak sehat, yang marak terekspos di platform TikTok. *Relationship social comparison* berperan negatif terhadap *relationship satisfaction*, yang artinya semakin sering seseorang membandingkan pasangannya dengan standar TikTok, semakin rendah kepuasan mereka terhadap pasangan mereka di dunia nyata.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi

Stuart Hall untuk membedah bagaimana khalayak generasi z memaknai representasi konten *relationship goals* di platform TikTok. Penelitian kualitatif berlandaskan pada konstruktivisme dimana konteks studi media yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti menempatkan diri sebagai instrumen kunci Sugiyono (2021). Pendekatan ini dianggap relevan untuk urgensi penelitian yang tidak berorientasi pada pengukuran numerik atau generalisasi statistik. Analisis resepsi lebih menekankan pada pemaknaan isi pesan oleh audiens atau khalayak berdasarkan frame of reference dan field of experience. Selain itu juga dilakukan pemaknaan audiens hingga melewati proses encoding dan decoding (Salsabila and Febrianita, 2024). Fokus utama pendekatan ini yaitu pada pemahaman mendalam mengenai konstruksi makna dari sebuah simbol yang dibuat oleh *content kreator* dan interaksi sosial dalam fenomena digital yang kompleks.

Melalui metode ini, interpretasi informan akan dipetakan ke dalam tiga posisi pemaknaan, yaitu posisi dominan-hegemoni. Proses ini melihat dari audiens sepenuhnya menerima pesan yang disampaikan oleh *kreator* pesan. Audiens memaknai pesan selaras dengan nilai-nilai budaya dan ideologi yang dominan. Posisi negosiasi dimana audiens menetapkan adanya batas-batas tertentu terhadap pesan yang disampaikan

oleh *kreator* pesan. Audiens menerima sebagian pesan tetapi dimodifikasi sesuai dengan konteks mereka sendiri. Mereka mengakui jika pesan yang disampaikan dominan tetapi kritis dalam seleksi penerimaan pesan. Posisi oposisi dalam posisi ini audiens menolak sepenuhnya terhadap pesan yang di maksud oleh pembuat pesan. Audiens menerima pesan secara berlawanan dan melibatkan sikap kritis dalam ideologi yang dominan.

Penelitian kualitatif memerlukan data untuk menjadi penunjang hasil penelitian sumber data merupakan sumber informasi data yang diperoleh dengan tujuan melengkapi penyusunan dalam penelitian. Penelitian ini dirancang secara sistematis dengan mengklasifikasikan sumber data menjadi dua kategori utama, yaitu data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2021). Data primer dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif yang diperoleh langsung dari subjek penelitian melalui pendekatan resepsi. Konteks ini, konten video TikTok yang menampilkan narasi hubungan ideal berfungsi sebagai pemicu yang dialami informan. Data sekunder berperan sebagai data penunjang keabsahan dari proses penelitian yang diteliti. Sumber data dari penelitian ini yaitu beberapa literatur akademik, artikel, dan buku mengenai teori representasi dan teori perbandingan sosial yang berkaitan dengan fenomena standarisasi

hubungan ideal pada konten TikTok. Proses pengumpulan data melibatkan dua teknik utama yaitu wawancara mendalam (*In depth Interview*), observasi partisipan (Digital), dan dokumentasi dengan mengobservasi subjek selama kurang lebih 3 bulan.

Wawancara dilakukan agar peneliti memperoleh data yang lebih banyak sehingga peneliti dapat memahami kondisi dan situasi melalui bahasa serta dapat melihat ekspresi pada narasumber (Rahmawati, Habsy and Nursalim, 2025). Teknik ini dilakukan untuk menggali pengalaman hidup Generasi Z saat mereka terpapar konten hubungan ideal di TikTok. Tujuan utama dari observasi sendiri untuk menggambarkan keadaan yang diobservasi yaitu pada subjek (Rahmawati, Habsy and Nursalim, 2025). Observasi resepsi disini berfokus pada pengamatan jejak ekspresi pengalaman seseorang di ruang digital. Hal ini peneliti mengamati bagaimana pengguna gen z mengekspresikan diri mereka di postingan ulang. Observasi ini bertujuan untuk memahami konteks luas bagaimana fenomena ini dialami secara kolektif. Teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi data utama. Hal ini mencakup pada dokumentasi proses wawancara dari hasil *screenshot* maupun rekaman suara untuk disertakan dalam hasil dan dokumentasi untuk arsip peneliti. Analisis data merupakan salah satu tahapan yang paling penting dalam penelitian, dimana digunakan untuk

menganalisis makna dari data yang telah dikumpulkan (Sugiyono, 2021).

Pada teknik analisis data kualitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan induktif dan triangulasi melalui model interaktif (Miles, Huberman and Saldana, 2014). Tahapan dimulai dari pengumpulan dan klasifikasi data hasil wawancara serta observasi komentar pada tagar TikTok seperti *#relationshipgoals*, *#coupleaesthetic*, *#couplegoals*, dan *#bucin*. Selanjutnya, dilakukan kondensasi data untuk merangkum dan menyaring data mentah lapangan agar lebih fokus. Data tersebut kemudian masuk ke tahap penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif untuk memetakan informan ke dalam posisi resepsi Stuart Hall. Verifikasi ini melibatkan proses pengujian silang terhadap data asli, perbandingan antara kategori dan tema, serta pencarian pola dan hubungan kausalitas yang konsisten untuk memastikan kredibilitas dan keandalan temuan (Pahleviannur, 2022). Menurut (Syamsuddin, 2023) pentingnya verifikasi melalui triangulasi data, metode, atau teori untuk menguatkan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, hasil penelitian dari data-data yang telah didapatkan dan kemudian dianalisis, terkait efek media dari gen z terhadap konten *Relationship Goals* di TikTok. Data-data yang didapat peneliti

berasal dari sumber data primer berupa wawancara mendalam secara langsung dengan 6 narasumber. Dari semua narasumber memiliki kriteria pengguna platform TikTok yang aktif dalam mengkonsumsi konten yang bertema hubungan ideal, generasi z dari kelompok usia 18-34 tahun, dan sudah menjalin hubungan minimal 2 tahun. Untuk memberikan gambaran yang terstruktur mengenai profil informan dan kecenderungan posisi resepsi mereka, data diklasifikasikan ke dalam tabel berikut ini. Berdasarkan data pada tabel 1, rata-rata durasi penggunaan TikTok oleh informan berkisar antara 3 hingga 8 jam per hari. Fenomena awal keterpaparan konten ini dipicu oleh sensitivitas tinggi terhadap tren visual, di mana akun-akun kreator konten seperti Mariefe and Jakes, Jeha dan Hanggini, serta Shasa Zhania dan Gio sering kali melintasi halaman For You Page (FYP) mereka. Konten yang dikonsumsi didominasi oleh narasi romantis seperti pemberian buket bunga besar atau *surprise* di dalam mobil, liburan estetik ke tempat romantis, hingga konsep perlakuan istimewa atau princess treatment. Hampir seluruh informan memiliki gambaran mental yang serupa mengenai hubungan ideal, dimana hubungan yang terpapar oleh konten di sosial media terutama TikTok. Untuk menggambarkan bagaimana representasi mental ini terbentuk dalam kalangan Generasi Z. Sebagai generasi yang

aktif mengonsumsi TikTok setiap hari pernyataan AAR sangat representatif dalam menunjukkan bagaimana standar hubungan atau ekspektasi perlakuan khusus langsung terpetakan di kepala informan saat memikirkan kata hubungan ideal.

“Yang beneran langsung muncul di pikiran aku tuh ya cowok yang punya effort luar biasa sih. Itu bener-bener point plus banget buat aku. Kayak mereka itu tuh romantis banget ya. Terus cowoknya tuh bisa inisiatif gitu loh buat nge-treat ceweknya dengan special. Terus hubungannya tuh kayak mulus, happy, kayak gak ada masalah gitu. Lucu banget gitu sih, aku suka banget ngeliatnya. Kayak relationship goals yang bener-bener goals di pikiran aku tuh kayak itu.”

Pernyataan atau gambaran mengenai hubungan ideal yang dimiliki oleh para informan lahir secara alami atau merupakan efek kumulatif dari media sosial yang dikonsumsi setiap hari. Berdasarkan data yang ditemukan, konten TikTok terbukti tidak sekadar menjadi media hiburan, melainkan bertindak sebagai agen sosialisasi kontemporer yang secara perlahan menggeser dan membentuk persepsi interpersonal informan mengenai esensi dalam sebuah hubungan. Fenomena pergeseran ini disebabkan karena terpaan yang berulang dari konten TikTok. Melalui pengulangan visual secara masif, standar

hubungan romantis di dunia nyata tidak lagi dibangun berdasarkan kompromi personal antarindividu, melainkan diseragamkan oleh standarisasi digital yang mengakibatkan ekspektasi informan terhadap pasangannya menjadi sangat tinggi dan menuntut perlakuan yang ideal.

Menurut Stuart Hall, representasi adalah proses dimana makna diproduksi melalui simbol, bahasa, suara, dan visual (Ayuanda, Sidabalok and Perangin-Angin, 2024). Dalam hal ini, informan memaknai arti cinta melalui simbol-simbol kebendaan yang masif dalam konten di TikTok. Proses adaptasi tren visual untuk merekonstruksi makna keintiman relasional bahwa pengguna platform video pendek seperti TikTok secara aktif mengadopsi fitur, format tren, musik, hingga gaya interaksi visual untuk kemudian dimanfaatkan sebagai instrumen redefinisi standarisasi pola hubungan privat mereka di dunia nyata (Nisa and Dewi, 2025). Seperti yang disampaikan informan AAR.

“Menurut aku tuh kayak ada barang fisiknya gitu loh Mel. Kayak misal buket bunga gitu ya atau aku tuh suka banget dikasih surprise kecil-kecilan yang lucu-lucu. Terus kayak cowok itu tuh bisa ngefotoin aku sebagai cewek itu tuh kameranya tuh kayak tone estetik gitu loh terus diposting pake lagu romance gitu kan lucu ya liatnya.”

Sistem tanda (*signs*) untuk mendefinisikan realitas. Bunga dan musik

bukan sekadar objek, melainkan penanda yang merujuk pada konsep petanda yaitu kebahagiaan yang ideal. Jika simbol tersebut tidak digunakan, maka makna "hubungan ideal" dianggap kurang terkonstruksi dalam pikiran informan. Teori representasi Stuart Hall menjelaskan adanya pendekatan reflektif sebagai pandangan bahwa makna sudah ada di dunia nyata dan media hanya memantulkannya seperti cermin.

"Aku yakin banget itu nggak sepenuhnya kehidupan asli mereka. Pasti ada unsur settingan atau minimal dikonsep dulu sebelum direkam. Mereka kan cuma milih dan nunjukin momen-momen yang manis aja buat ditonton orang. Tapi menurutku settingannya juga buat nambahin kesan romancenya juga." dan pernyataan dari ASP memiliki makna yang tidak jauh berbeda dari pernyataan RSA, *"Kayanya sebagian besar konten yang dibuat tuh settingan atau cuma berapa persen aja momen terbaiknya mereka. Tapi karena aku lagi kangen berat sama pacarku, emosionalku nangepnya itu realitas yang mereka nikmati setiap hari, dan aku nggak bisa dapetin hal itu gitu loh."* Kedua informan menyampaikan dari perspektif mereka mengenai Pendekatan Reflektif yang mereka rasakan. Meskipun secara kognitif informan menyadari adanya potensi *settingan*, informan tetap memilih untuk meyakini bahwa video tersebut adalah representasi jujur dari realitas. Hal ini menandakan bahwa kekuatan visual di TikTok

mampu mengaburkan batas antara realitas dan simulasi bagi gen z.

(Hall, 1997), menyatakan bahwa pendekatan ini memandang bahasa atau tanda untuk mengekspresikan apa yang secara unik diniatkan oleh si pembuat pesan atau kreator konten. Dalam budaya digital gen z, pendekatan ini bertransformasi dua arah yaitu bagaimana informan membongkar intensi komersial atau tujuan para kreator, dan bagaimana mereka sendiri secara sengaja (*intentional*) mengkonsumsi konten tersebut sebagai bahasa kode kepada pasangan di dunia nyata. Dalam beberapa pernyataan para informan jika mereka tidak menelan mentah-mentah estetika visual yang tersaji, melainkan sadar adanya kesengajaan demi engagement atau pencitraan algoritma. Sebagai informan yang memiliki pemahaman baik mengenai pemberdayaan media sosial, pernyataan YFD sangat tepat untuk membuktikan bahwa gen z mampu memahami adanya tujuan dari segi ekonomi dan pencitraan di belakang visualisasi romantis yang ditampilkan oleh kreator konten. *"Tujuan utamanya pasti buat engagement dan narik viewers karena konten kaya gitu kan laku. Tapi mungkin juga sebagai cara mereka mengabadikan momen bahagia sama pasangan"*.

Namun demikian, teori representasi Stuart Hall tidak hanya berhenti pada bagaimana pengguna merefleksikan pesan

media secara pasif. Untuk memahami secara utuh bagaimana makna relationship goals diadopsi oleh gen z, analisis harus diarahkan pada pendekatan konstruksionis. Berbeda dengan pendekatan reflektif dan pendekatan intensional yang menganggap media sebagai cermin dan maksud dari pembuat pesan, pendekatan konstruksionis memandang bahwa makna tidak serta merta ada pada objek atau video itu sendiri, melainkan dikonstruksi secara aktif oleh pengguna melalui sistem bahasa, tanda, dan interaksi sosial. Hal ini, informan tidak menelan mentah-mentah apa yang ada di layar, melainkan merakit ulang pemahaman mereka tentang hubungan ideal dengan mengkombinasikan tanda-tanda di TikTok dengan realitas sosial mereka sehari-hari. Sejalan dengan konstruksi sosial, pernyataan dari YFD secara jeli mampu mengidentifikasi bentuk tanda dari tren masa lalu sampai tren masa kini. Hal itu menegaskan bahwa standar ideal pada gen z bergerak dinamis mengikuti apa yang sedang dikonstruksi oleh trend di sosial media. *“Mungkin juga salah satu alasan creator buat kontennya karena trend, tetapi dari hal yang bisa disebut hanya trend atau settingan tapi mereka punya niat untuk membuatkan dari sisi lain siapa cewe yang ga suka dikasih jadi entah untuk trend pun tapi niatnya tetap membahagiakan. Dulu trend nya apa, sekarang trennya ngasih bunga di atas mobil atau konten bawain tas ceweknya.*

Jadi standar idealnya ngikutin apa yang lagi ramai”.

Menganalisis lebih dalam mengenai apakah cara pandang informan sebagai pengguna aktif media sosial akan mengalami perubahan terhadap pasangannya di dunia nyata. Para informan secara kolektif memiliki kesadaran bahwa standar hubungan ideal yang ada di FYP TikTok mereka merupakan konstruksi bentukan media yang masif. Namun, para informan tidak menolak tren tersebut, justru memilih untuk menerimanya secara fungsional dan positif. Tidak adanya informan pada posisi oposisi dalam penelitian ini mengindikasikan betapa masifnya kemampuan algoritma TikTok dalam mengonstruksi realitas sosial pada Generasi Z. Pola paparan yang repetitif dan akumulatif berhasil menciptakan standarisasi pada hubungan di alam bawah sadar pengguna, sehingga mempersempit ruang bagi Generasi Z untuk melakukan penolakan secara total. Ketika mendiskusikan apakah konten relationship goals tersebut bersifat asli atau sekadar bentukan tren yang fana, para informan menunjukkan adanya dinamika evaluasi kognitif yang mempengaruhi batas toleransi interpersonal mereka. Meskipun kesadaran rasional menyatakan bahwa konten tersebut bias, intensitas paparan visual yang tinggi secara perlahan melonggarkan pertahanan logika tersebut. Pada titik inilah, media mulai bergeser dari

sekadar konsumsi visual menjadi pemicu emosional yang mengarah pada penilaian terhadap kualitas hubungan pribadi.

Pada teori perbandingan sosial Leon Festinger, menyatakan bahwa individu memiliki dorongan bawaan dalam dirinya untuk menilai pendapat dan kemampuan mereka dengan cara membandingkan diri dengan orang lain. Di era digital, media sosial menyediakan ruang virtual masif di mana para *content creator* memamerkan aspek-aspek positif kehidupan mereka, yang secara otomatis memicu perilaku perbandingan sosial (*social comparison*) pada pengguna sosial media. Dalam konteks relasi romantis, proses ini disebut juga sebagai *relationship social comparison*, yaitu kecenderungan untuk mengevaluasi hubungan privat sendiri berdasarkan representasi hubungan orang lain yang terlihat di media sosial (BALQIS, 2025). Sebelum proses perbandingan masuk terlalu jauh ke dalam ranah emosional, menemukan adanya mekanisme kognitif pada para informan. Sebagai pengguna media sosial yang aktif, informan melakukan pernyataan kritis yang sejalan dengan proses resepsi. Mekanisme kognitif awal yang rasional ini digunakan oleh informan untuk membatasi ekspektasi mereka sejak awal. Dari hasil wawancara RSA mewakili dari ke-6 informan lainnya. Informan memberikan pernyataan kuat untuk menunjukkan bahwa gen z memiliki pertahanan yang rasional

sebelum stimulasi media mempengaruhi emosi dan perasaan mereka.

“Mungkin sedetik dua detik pas nonton ngrasa hubungan orang jauh lebih baik. Tapi abis itu aku sadar lagi kalau itu kan cuma secuil konten yang ditampilin seneng senengnya doang. Aku juga mikir pasti banyak maaf juga yang mereka udah lalui sama cewekku”. Festinger, menjelaskan bahwa dorongan untuk mengevaluasi diri sering kali beroperasi di tingkat bawah sadar. Adapun individu yang rentan mengalami perubahan kognitif ketika membandingkan hubungan pribadinya dengan hubungan orang lain di TikTok. Fenomena runtuhnya mekanisme kognitif awal ini dialami secara nyata oleh salah satu informan yaitu ASP pada pernyataannya, *“Sering banget lagi. Kayak otomatis ngebatin ‘Kok pacaran orang gampang banget ya mau main tinggal gas? Aku nunggu ketemu aja harus nunggu dia libur.’ Jadi bikin aku ngrasa kaya iri gitu lo sama hubungan orang yang aku lihat di konten. Padahal aku ga iri kalo ada yang dibeliin kaya tas atau apa barang mahal deh, Intensitas pertemuan itu yang bikin aku ngerasa iri.”* Pernyataan informan memperlihatkan aspek krusial dari dinamika kognitif pengguna media sosial. Ketika mekanisme kognitif awal telah lumpuh akibat desakan sensitivitas personal, informan secara langsung akan masuk ke fase *Upward Social Comparison*, perbandingan ke atas

terjadi ketika individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang dipersepsikan memiliki pencapaian, atau kualitas hidup yang lebih tinggi dan lebih ideal.

Dalam konteks trend konten *relationship goals* di TikTok, visualisasi pacaran tanpa konflik, dan effort yang maksimal oleh para *content creator* diposisikan oleh informan sebagai standar atas. Hal tersebut menimbulkan akumulasi perbandingan ke atas bertautan dengan munculnya perasaan cemas, *insecure*, dan penurunan kepuasan terhadap hubungan romantis sendiri (BALQIS, 2025). *“Sebenarnya bikin aku iri tuh soal effort romantisnya sih kayak ngasih hadiah atau ngasih bunga tanpa diminta atau enggak. At least nyusun rencana buat pergi bareng tuh bener-bener bikin aku paling iri sih kayak detail-detail kecil diperhatiin gitu. Aku ngerasa kayak hubunganku udah jalan 3 tahun tuh lumayan tertinggal malah monoton gitu ga ada gitu-gituan. Jadi aku ada mikir kayak kok orang-orang hidupnya sempurna banget sih? Kayak pacarnya tuh terus-terusan effort aja gitu loh, dibandingin aku tuh banyak berantemnya”* Pernyataan AAR mempertegas bagaimana *Upward Social Comparison* bekerja merusak di tingkat emosional. Ketidakmampuan hubungan pribadi di dunia nyata dalam meniru kesempurnaan hubungan yang ada di konten di sosial media dan pada akhirnya

memicu beban psikologis berupa rasa kecewa sesaat terhadap pasangan mereka sendiri.

Teori perbandingan sosial tidak hanya berhenti pada evaluasi ke atas yang memicu kecemasan relasional. Sebagai bentuk untuk mengevaluasi diri, informan secara adaptif dapat melakukan mekanisme *downward social comparison*. Perbandingan ke bawah merupakan strategi kognitif adaptif di mana individu sengaja membandingkan situasi diri atau hubungannya dengan pihak lain yang dipersepsikan kurang beruntung, berada di posisi lebih buruk, atau sedang mengalami kemalangan (Swari and Tobing, 2024). Dengan adanya konten hubungan yang tidak sehat contohnya perselingkuhan selebgram, konflik, hingga konten hubungan *settingan* yang terekspos di platform TikTok. Kemampuan mengevaluasi sisi negatif dari dinamika hubungan orang lain di media sosial membantu gen z untuk mempertahankan stabilitas pandangan mereka terhadap pasangan di dunia nyata. Melihat pernyataan dari RSA memiliki esensi untuk dimasukkan karena informan membuktikan fungsi komparasi ke bawah secara efektif bekerja sebagai alat untuk memicu rasa syukur atas kestabilan hubungan yang informan jalankan di dunia nyata. *“Pernah. Terutama kalau tiba-tiba FYP ngasih lihat couple yang toxic, suka bikin drama saling sindir, atau umbar aib pasangan di medsos. Aku langsung ngerasa*

sangat bersyukur hubunganku udah 5 tahun jauh lebih sehat dan nggak banyak drama”.

Menemukan bahwa perbandingan ke bawah juga terjadi ketika informan menunjukkan penolakan kognitif terhadap konten *relationship goals* yang dinilai melanggar batas privasi dan terkesan berlebihan demi kebutuhan popularitas (Mahmudah and Purnamasari, 2023). Diketahui bahwa manfaat dari penggunaan media sosial antara lain adalah pengguna merasakan adanya peningkatan kepercayaan diri, dukungan sosial nyata dari para pengguna lain, wadah untuk mengekspresikan diri sendiri, dan sebagai ruang yang aman untuk melakukan eksperimen identitas. Pada pernyataan tersebut informan berhasil mengendalikan emosi dengan cara efektif. Dengan membandingkan hubungan pribadinya dengan hubungan di luar konten yang *toxic*, penuh drama, atau mengumbar ranah privasi ke publik. Paparan tren *relationship goals* di TikTok pada akhirnya melahirkan dua arah dampak yang saling bertolak belakang bagi pengguna, adalah dampak negatif psikologis dan dampak positif fungsional.

Intensitas penggunaan platform TikTok yang tinggi memiliki hubungan timbal balik dengan kecenderungan *upward social comparison* yang meningkatkan risiko rendahnya harga diri (Fitri and Cholilah, 2024). Ketika informan terus-menerus

membandingkan hubungan mereka dengan hubungan yang ada di konten TikTok, muncul perasaan ketidakpuasan dan kecemasan bahwa hubungan mereka kurang bahagia karena tidak seindah hubungan yang mereka lihat di sosial media. Melihat dari beberapa pernyataan informan jika dampak negatifnya ini merusak persepsi kelayakan diri seseorang. Karena paparan konten yang terus menerus membuat membuat informan melakukan internalisasi negatif, dimana mereka menyalahkan kekurangannya. Terlihat dari pernyataan AAR “... aku tuh suka banget *overthinking* ya apalagi nanya ke diriku sendiri tuh kayak apa sih aku tuh kurang cantik apa gimana gitu loh. Makanya aku gak pantas untuk mendapatkan perlakuan yang kayak orang-orang di tiktok gitu”

Dampak negatif dari *upward social comparison* ini tidak hanya berhenti pada konsep diri seseorang, tetapi bergeser menjadi beban psikologis yang menekan hubungan di dunia nyata. Representasi *relationship goals* di TikTok menciptakan standar yang menuntut hubungan dunia nyata untuk ikut melakukan diluar kemampuannya. Hal itu mengakibatkan munculnya ketegangan relasional yang berupa *overthinking*. “Buat aku, 80% beban *mental*, 20% motivasi. Beban karena bikin aku jadi banyak nuntut ke cowokku dan *overthinking* kalo malem”. Pernyataan ASP adalah dampak negatif yang disebabkan oleh

paparan konten *relationship goals* yang tidak tersaring dengan benar oleh pengguna TikTok. Namun konten *relationship goals* tidak hanya menimbulkan dampak buruk saja, menemukan dari pernyataan informan lainnya jika konten-konten tersebut malah menjadi dampak positif dalam hubungannya. Pernyataan tersebut disampaikan langsung oleh RSA.

“... Konten konten itu sering aku jadiin motivasi dan referensi ide buat ngetreat cewekku lebih baik. Kadang aku nyontek ide buat ngedate atau apa ya oh kayak ngasih hadiah gitu. Tapi aku ngelakuin itu bukan karena ngerasa harus terus aku buat konten gitu, lebih ke murni pengen bikin cewekku seneng aja.”

Pada akhirnya proses perbandingan sosial yang dialami oleh para informan, mulai dari munculnya rasa *insecure* saat melihat hubungan orang lain lebih indah sampai munculnya kesadaran jika konten tersebut hanya trend dan malah menjadikan motivasi bagi hubungannya. Hal tersebut akan mempengaruhi pada tingkat kepuasan dalam sebuah hubungan di dunia nyata yang sedang dijalani. Kepuasan dalam sebuah hubungan itu bersifat dinamis dan sangat muda untuk dipengaruhi dengan bagaimana seseorang mengolah informasi tentang hubungan orang lain di media sosial (BALQIS, 2025). Jika para pengguna platform TikTok menerima pesan dari konten tanpa disaring terlebih dahulu,

rasa tidak puas terhadap pasangan di dunia nyata akan lebih rentan muncul. Namun temuan di lapangan menunjukkan bahwa para informan cukup matang dalam menjaga stabilitas hubungan mereka. Walaupun sebagian informan masih ada yang menganggap konten *relationship goals* wajib dilakukan di hubungan mereka tetapi mereka juga sadar jika konten tersebut sebagai inspirasi yang positif atau gambaran target masa depan bersama pasangan mereka. Untuk melihat bagaimana kepuasan hubungan para informan di masa depan. Pernyataan DEN, menjadi klimaks pembahasan karena informan mewakili kematangan hubungan emosional tertinggi dalam hasil wawancara ini. Pernyataannya dapat mematahkan bias pada media sosial dan mengembalikan esensi kepuasan pada proses tumbuh bersama di dunia nyata bersama pasangan.

“Jujur sangat puas, karena, standar di fyp TikTok itu kadang aku ngerasa kayak kontennya nggak realistis. Kadang kan kita juga, secara kehidupan juga beda ya kan, kalau misalkan di dunia sosial kan juga kadang itu bias. Apalagi hubunganku juga udah lama kan, itu ngerasa kayak kalo aku sama pasangan ku bisa tumbuh bareng gitu, terus ngerasa nyaman. Menurutku jauh lebih berarti daripada konten couple manapun yang ada di TikTok gitu”.

Disisi lain kepuasan hubungan yang tinggi juga ada karena informan sadar bahwa standar di FYP TikTok sering kali bersifat bias dan tidak realistis, sehingga mereka memilih untuk menghargai proses tumbuh bersama di dunia nyata bersama pasangan mereka. Kemampuan untuk membedakan antara realitas visual yang dibuat oleh konten kreator dengan kehidupan asli menjadi pondasi

utama untuk tidak mudah merasa *insecure*. Melalui cara pandang ini, para informan memberikan pernyataan bahwa cara pandang sebuah hubungan tidak ditentukan oleh apa yang disajikan di media sosial, tetapi bagaimana hubungan tersebut dirawat, dijalani, dan dirasakan secara nyata bersama pasangan didunia nyata.

Table 1. Data Informan

Inisial Informan	Usia	Durasi Hubungan	Durasi Akses TikTok / Hari	Posisi Resepsi Stuart Hall
AAR	22	3 Tahun	7-8 Jam/ Hari	Dominan-Hegemonik
ASP	22	2,5 Tahun	6 Jam / Hari	Dominan-Hegemonik
RAO	23	4 Tahun	5-6 Jam / Hari	Dominan-Hegemonik
DEN	23	9 Tahun	3 Jam / Hari	Negosiasi
RSA	23	5 Tahun	5-8 Jam / Hari	Negosiasi
YFD	22	8 Tahun	6-8 Jam / Hari	Negosiasi

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa representasi konten relationship goals di platform TikTok bukan sekadar instrumen hiburan visual yang fana, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang konstruksi sosial yang secara masif mendikte standardisasi romansa baru bagi Generasi Z. Melalui proses encoding, para kreator konten memanfaatkan pendekatan konstruksionis dengan menyusun simbol-simbol visual yang estetik seperti princess treatment, kejutan romantis, dan liburan

mewah serta bahasa auditori yang terkurasi untuk menciptakan realitas artifisial satu dimensi yang seolah bebas dari konflik. Hiperrealitas romantis ini kemudian disebarakan secara berulang oleh algoritma *For You Page* (FYP), sehingga berhasil mengaburkan batas antara simulasi digital dan realitas sosial di dunia nyata di kalangan pengguna muda.

Pada tahapan resepsi, pola pemaknaan oleh enam informan Generasi Z menunjukkan hasil yang tidak linear dan sangat dipengaruhi oleh durasi paparan media harian. Informan AAR, ASP, dan RAO menunjukkan tingkat

penerimaan yang tinggi terhadap representasi konten tindakan *princess treatment*, pemberian hadiah atau buket bunga, dan visualisasi hubungan yang estetik. Ketiga informan menerima konten tersebut sebagai standar hubungan yang seharusnya mereka dapatkan dari pasangan mereka di dunia nyata, yang pada mengakibatkan terjadinya mekanisme *upward social comparison*. Hal itu pada akhirnya muncul perasaan cemas, iri, dan merasa hubungan mereka tertinggal dan tidak seindah yang ada di konten TikTok. Dari hal ini menunjukkan bahwa konten romantis yang di tampilkan di TikTok mendominasi cara pandang mereka di dunia nyata.

Sebaliknya, adapun informan yang memahami dan menerima konsep hubungan ideal yang ada di *platform* TikTok. Tetapi mereka tidak menerima secara mentah-mentah apa yang mereka lihat. Informan melakukan negosiasi dengan menyesuaikan pesan yang mereka terima dengan kemampuan dan realitas dalam hubungan mereka di dunia nyata. Berdasarkan hasil wawancara DEN, YFD, dan RSA berada di posisi tengah dari ketiga posisi. Mereka mengakui konten *relationship goals* di TikTok adalah hal yang positif, menghibur dan bisa dijadikan referensi atau inspirasi untuk membahagiakan pasangan di dunia nyata. Mereka juga memberikan batasan kepada paparan konten tersebut bahwa kehidupan di

media sosial sering kali hanya trend dan bersifat *settingan*, informan menganggap hal itu tidak harus semuanya ditiru. Mereka menyaring pesan dari konten tersebut dan menerapkannya secara proporsional sesuai dengan kapasitas hubungan dan kemampuan mereka. Dengan demikian, efek dari konten *relationship goals* di TikTok terbukti tidak bekerja secara searah, melainkan sangat bergantung pada tingkat literasi digital, durasi terpaan media, dan kematangan filter resepsi kritis para penggunanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, R. and Iman, A. (2025) "Analisis Resepsi Toxic Relationship Pada Remaja Perempuan Melalui Konten Tiktok," *JurnalKomunikasi, MasyarakatdanKeamanan (KOMASKAM)*, 7(1), pp. 17–28.
- Ayuanda, W., Sidabalok, D. and Perangin-Angin, A.B. (2024) "Budaya Jawa dalam Film Primbon: Analisis Representasi Stuart Hall," *ALFABETA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, 7, pp. 440–449. Available at: <http://ejurnal.budiutomomalang.ac.id/index.php/alfabeta>.
- BALQIS, A.X. (2025) *Peran Relationship Social Comparison Terhadap Relationship Satisfaction Pada Perempuan*

- Pengguna Tiktok Yang Berpacaran.* INDERALAYA.
- Firamadhina, F. and Krisnani, H. (2021) "Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme," *Share : Social Work Journal*, 10(2), p. 199. Available at: <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.
- Fitri, L. and Cholilah, I. (2024) "Hubungan Social Comparison dengan Self Esteem pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Tiktok di Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember," *Psychospiritual: Journal of Trends in Islamic Psychological Research*, 3(2), pp. 125–136. Available at: <https://doi.org/10.35719/psychospiritual.vxix.xx>.
- Hall, S. (1997) *Representation Cultural Representations and Signifying Practices*. SAGE Publications.
- Mahmudah, N. and Purnamasari, D. (2023) "Pengaruh Konten Tiktok terhadap Tingkat Stres pada Remaja Akhir," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, pp. 750–758.
- Miles, M.B., Huberman, A.M. and Saldana, J. (2014) *Qualitative Data Analysis - A Methods Sourcebook*. 3rd ed. SAGE Publications, Inc.
- Nathania, P. and Hartanti, L.E.P. (2025) "Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Social Comparison pada Orang Muda di Jakarta (Studi pada Konten Flexing Influencer TikTok @siscakohl)," *Jurnal Audience Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8, pp. 246–265.
- Nisa, A. and Dewi, E.P. (2025) "Tren 'Sugar Relationship' Di Tiktok: Representasi Subjektivitas Perempuan Dalam Keintiman," *IKRAITH-HUMANIORA*, 9, pp. 763–776. Available at: <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i3>.
- Pahleviannur, M.R. (2022) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PRADINA PUSTAKA.
- Purnama, M., Lorence, V. and Tarigan, Y.M.M. (2023) "Verbal Sexual Abuse Pada Kolom Komentar Akun Media Sosial Tiktok @Kinderflix.Idn," *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), pp. 246–261. Available at: <https://doi.org/10.35760/mkm.2023.v7i2.10135>.
- Rahardjo, W. and Mardianti (2023) "SOCIAL ANXIETY IN SOCIAL MEDIA USERS: UNDERSTANDING THE ROLE OF SELF-ESTEEM AND DEMOGRAPHIC FACTORS," *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), pp. 159–169. Available at:

- <https://doi.org/10.35760/mkm.2023.v7i2.9260>.
- Rahmawati, Habsy, B. and Nursalim, M. (2025) "Jenis-Jenis Metode Pengumpulan Data (Qualitative Research)," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9, pp. 9932–9938.
- Ramadhan, B. *et al.* (2024) "Peran Komunikasi bagi Gen-Z dalam Mempertahankan Hubungan Percintaan," *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 2(4), pp. 225–232. Available at: <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i4.4305>.
- Salsabila, C. and Febrianita, R. (2024) "Analisis Resepsi terhadap Representasi Tokoh Disabilitas pada Film Agak Laen: Studi Resepsi Stuart Hall pada Penonton Film Agak Laen," *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-ilmu Sosial*, 8(2), pp. 532–542. Available at: <https://doi.org/10.30743/mkd.v8i2.9498>.
- Santica, Y.D. and Taufiq, A. (2024) "Toxic Positivity In Relationships: Peran Tiktok Dalam Menciptakan Citra Hubungan Yang Sempurna," *Jurnal Humaniora Revolusioner JHR*, 8(10), pp. 59–65.
- Sholichah, I., Putri, D. and Setiaji, A. (2023) "Representasi Budaya Banyuwangi Dalam Banyuwangi Ethno Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall," *Education : Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 3(2), pp. 32–42. Available at: <https://doi.org/10.51903/education.v3i2.332>.
- Sipahutar, E., Safitri, D. and Sujarwo (2025) "Perspektif Gen Z Terhadap Standar Pasangan Ideal Di Tiktok Gen Z Perspective On Ideal Relationship Standards On Tiktok," *JICN: Jurnal Intellect dan Cendekiawan Nusantara*, 2, pp. 1734–1740. Available at: <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>.
- Sugiyono (2021) *Sugiyono 2021*. Edited by M.Si. Prof. Dr. Sunarto. Bandung: Alfabeta.
- Swari, N.K. and Tobing, D. (2024) "Dampak Perbandingan Sosial Pada Pengguna Media Sosial: Sebuah Kajian Literatur," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), pp. 853–863. Available at: <https://doi.org/10.5281/zenodo.11194800>.
- Syamsuddin, N. (2023) *Dasar-Dasar Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by S.Pd., M.Pd. Irajuna Haidar. YAYASAN HAMJAH DIHA.