

PENGARUH TERPAAN KONTEN TREN “*MARRIAGE IS SCARY*” DI TIKTOK TERHADAP PERSEPSI DAN SIKAP GENERASI Z (STUDI PADA KOMUNITAS GIRLS BEYOND CIRCLE)

ELVIRA SEPTIANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh terpaan konten tren “*Marriage is Scary*” di TikTok terhadap persepsi dan sikap generasi Z terhadap pernikahan, dengan menggunakan teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) yang menekankan pada pengaruh stimulus media terhadap proses internal individu (*organism*) yang kemudian memengaruhi respons perilaku atau sikap. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan teknik survei yang disebarakan melalui kuesioner *online* kepada 100 responden dari komunitas Girls Beyond Circle yang merupakan representasi generasi Z. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *kuota sampling*. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan *software* SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan konten tren “*marriage is scary*” di TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan persepsi dan sikap generasi Z terhadap pernikahan. Persepsi yang terbentuk terbukti menjadi elemen kunci dalam menjembatani pengaruh antara stimulus berupa konten dan respons akhir berupa sikap, yang menegaskan bahwa perubahan sikap tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui proses pemaknaan pesan dalam diri individu.

Kata Kunci: Terpaan Konten, TikTok, Persepsi, Sikap, Generasi Z, Teori S-O-R.

***THE INFLUENCE OF THE TRENDING CONTENT
'MARRIAGE IS SCARY' ON TIKTOK TOWARD THE
PERCEPTIONS AND ATTITUDES OF GENERATION Z (A
STUDY ON THE GIRLS BEYOND CIRCLE COMMUNITY)***

ELVIRA SEPTIANA

ABSTRACT

This study aims to examine the extent to which exposure to the trending “Marriage is Scary” content on TikTok influences Generation Z’s perceptions and attitudes toward marriage. The research employs the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory, which emphasizes the effect of media stimuli on individuals' internal processes (organism) that subsequently influence behavioral or attitudinal responses. A quantitative explanatory approach was used, utilizing a survey distributed through online questionnaires to 100 respondents from the Girls Beyond Circle community, representing Generation Z. The sampling technique applied was non-probability sampling with a quota sampling method. Data were analyzed using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4.0 software. The findings indicate that exposure to the “Marriage is Scary” trend content on TikTok has a significant influence on the formation of Generation Z’s perceptions and attitudes toward marriage. The perception formed was found to be a key element mediating the effect of media stimuli on attitudinal responses, highlighting that attitude change does not occur directly, but rather through an internal message interpretation process within the individual.

Keywords: *Content Exposure, TikTok, Perception, Attitude, Generation Z, S-O-R Theory.*