

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, E. & Karlinah, S. (2017). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, S. (2011). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Biocca, F. A. (1988). *Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory*. Dalam In J. A. Anderson (Ed.) (Ed.), *Communication Yearbook 11* (hlm. 51–80). Sage Publications.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada media Kencana.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Gerungan, A. (2010). *Psikologi Sosial*. Bandung: Rafika Aditama
- Ghozali, I. dan Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Ed. Ke-2*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris (3rd ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F. et al. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. Practical Assesment, Research, and Evaluation*.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi (N. S. Nurbaya (ed.))*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT.

Raja Grafindo Persada.

Sarwono, S.W. (2016). *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Pers.

Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wong, K. K. (2013). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS*. Marketing Bulletin. Vol.24: Technical Note1.

Yamin, S. (2023). *Olah Data Statistik: SmartPLS 3 SmartPLS 4 AMOS & STATA (Mudah & Praktis) (A. Rasyid (ed.))*. PT Dewangga Energi Internasional.

Website

Datereportal. (2024). Digital 2024: Indonesia Global Digital Insight. [Digital 2024: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights](#)

Databoks.katadata. (2023). Angka Pernikahan Turun Pada 2023 Rekor Terendah Sedekade Terakhir. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/dc95658b883c7ff/angka-pernikahan-turun-pada-2023-rekor-terendah-sedekade-terakhir>

Digital, S. (2023). Wajib Tahu! 8+ Manfaat TikTok untuk Marketing. Sanana Digital. <https://sasanadigital.com/manfaat-tiktok/>

GoodStats Data. (2023). Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z. <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>

Kalodata. (2024). TikTok Statistik 2024: Data Tren dan Wawasan Pemasaran yang Perlu Anda Ketahui. <https://www.kalodata.com/id/blog/2024/07/tiktok-statistik-2024-data-tren-dan-wawasan-pemasaran-yang-perlu-anda-ketahui/>

Lestari, N. H. (2023). Profil TikTok: Sejarah, Data Pengguna dan Sumber Pendapatan. Tempo.Co. <https://bisnis.tempo.co/read/1708037/profil-tiktok-sejarah-datapengguna-dan-sumber-pendapatan>

Puspita, M. (2020). TikTok Adalah (Pengertian), Asal, Manfaat, Efek Negatifnya. Pojoksosmed.Com. <https://pojoksosmed.com/tiktok/tik-tok-adalah/>

Rri.co.id. (2025). Durasi Penggunaan TikTok oleh Masyarakat Indonesia Tertinggi Dunia. [RRI.co.id](https://rri.co.id) - Durasi Penggunaan TikTok oleh Masyarakat Indonesia Tertinggi Dunia

Statista. (2024). Global TikTok User Distribution by Gender 2024. <https://www.statista.com/statistics/1299785/distribution-tiktok-users-gender/>

Statista. (2024). TikTok Users by Country 2024. <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>

Stephanie, C., & Yusuf, O. (2021). Apa itu FYP di TikTok dan Bagaimana Cara Kerjanya. Tekno.Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/08/26/10410017/apa-itu-fyp-di-tiktok-danbagaimana-cara-kerjanya>

The Social Shepherd. (2025). The Average User Opens TikTok 20 Times Per Day. [25 Essential TikTok Statistics You Need to Know in 2025](#)

We Are Social. (2024). *We Are Social Indonesia Digital Report 2024*. [Digital 2024 - We Are Social Indonesia](#)

Jurnal

Afifah, N. & Kuntari, S. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen Z Di Aplikasi TikTok dan Instagram. *Peshum: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 4409–4415.
<https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.8367>

Aminudin, Pagar Hasibuan, et al. (2023). Pengaruh Media Informasi terhadap Praktik Perkawinan di Indonesia. *Jurnal Uda*, Vol. X, hlm. 120-135.

Apriliyanti, F., Uljanatunnisa, & Azwar. (2020). Pengaruh Terpaan Kanal Detikpemilu Detik.Com. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 2(2), 146–156.

Arjuna, B., et al. (2024). Pengaruh Algoritma Rekomendasi terhadap Personalisasi Konten Digital di TikTok Pada Mahasiswa Sistem Informasi UNNES. *Jurnal Potensial*, 3(1), 117-127.

Basarah, F. F., & Romaria, G. (2020). Perancangan Konten Edukatif di Media Sosial. *JAM: Jurnal Abadi Masyarakat*, 5(2).

Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *Conference on Business, Social Science and Innovation Technology*, 1, 565–572.
<http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>.

- Dary, W. & Pipit Fitiyah. (2023). Pengaruh Konten Media Sosial dan Kualitas Informasi pada Fenomena #Presiden3periode Terhadap Persepsi Masyarakat Generasi-Z di TikTok. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 29–32. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i1.1409>
- Fadillah, M., Nurbalqis, A., & Agustina, L. (2022). Pengaruh Konten Digital Terhadap Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Sosial dan Digital Native Di Kota Tanjungpinang. Al Yazidiy. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(2), 01–11. <https://doi.org/10.55606/ay.v4i2.29>
- Ghosh, P., & Ghosh, A. (2021). An Unusual Case of Video App Addiction Presenting As Withdrawal Psychosis. *International Journal of Recent Scientific Research*, 12(01), 40455–40457.
- Gil De Zúñiga, H., Weeks, B., & Ardèvol-Abreu, A. (2017). Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics: *News Finds Me Perception. Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(3), 105–123. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12185>
- Hasibuan, H. S., Ginting, R., & Khairani, L. (2023). Pengaruh Terpaan Berita Covid-19 di Televisi Terhadap Perubahan Persepsi dan Perubahan Perilaku Masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 7(1), 288. <https://doi.org/10.31604/jim.v7i1.2023.288-295>
- Hollebeek, L. D., & Macky, K. (2019). Social Media Engagement Behavior: A Framework for Engaging Customers through Social Media Content. *European Journal of Marketing*, 53(10), 2213–2243.
- Kristiani, N., & Putri, S. W. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness dan Playfulness terhadap Intention to Use Pengguna Aplikasi TikTok di Masa Pandemi Covid-19. *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(2), 162–177.
- Lestari, I. (2023). Pengaruh Terpaan Konten YouTube Jayne Alexander Terhadap Perilaku Konsumerisme Fandom BLINK (Survei Terhadap Grup Chat Blink Berbagi di Telegram). *Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*.
- Liu, C., & Liu, Y. (2020). Media Exposure and Anxiety during COVID-19: The Mediation Effect of Media Vicarious Traumatization. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(13), 4720. <https://doi.org/10.3390/ijerph17134720>
- Lubis, T. A. (2023). Teknik Analisis Data: Pengertian, Jenis dan Cara Memilihnya. *Uptjurnal.Umsu.Ac.Id*.

- Munawaroh, S. (2022). Pengaruh Terpaan Film Pendek “Kenapa Belum Nikah?” Terhadap Persepsi dan Sikap Penonton Tentang Orang yang Melajang.
- Nabilah, O., et al. (2025). Young Generation Perceptions of Marriage: Analyzing the #MarryIsScary Hashtag on TikTok. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 11(2), 168–176. <https://doi.org/10.37535/101011220244>
- Nugroho, P. & Rummyeni. (2024). Pengaruh Terpaan Konten Video #OOTD di Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau. *Communications*, 6(1), 45–62. <https://doi.org/10.21009/communications.6.1.3>
- Oktaviani, D. & Krismono. (2025). Analysis of The Marriage Is Scary Phenomenon Among Generation Z. *Sahaja: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*.
- Putra, Y. D., & Junita, D. (2024). Realitas Keterlibatan Gen Z dalam Media Sosial Tiktok Perspektif Sosiokultural. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.
- Rachmawati, W. (2019). Promosi Kesehatan Dan Ilmu Perilaku - um. Retrieved June 16, 2022, from <http://fik.um.ac.id/wp-content/uploads/2020/10/2.-Promosi-Kesehatan-Dan-Ilmu-Perilaku.pdf>.
- Rahman, T.A., Sutjipto, V.W., & Putri, K.Y.S. (2024). The Impact of Exposure to Online Mass Media on People’s Attitudes in Marriage Decisions in Indonesia. *Momentum Matrix: International Journal of Communication, Tourism, and Social Economic Trends*, 1(4), 12–23. <https://doi.org/10.62951/momat.v1i4.65>
- Sarstedt, M., Ringle, C.M., dan Hair, J.F. (2017). Partial Least Square Structural Equation Modeling. Dalam: Homburg C., Klarmann M., Vomberg A. (eds) *Handbook of Marketing Research*. Springer, Cham.
- Semara, I. M. T., & Lestari, D. (2021). Pengaruh Terpaan Informasi Pandemi Covid-19 Terhadap Loyalitas Wisatawan Berwisata Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 9(2), 258–268.
- Vorasiha, E. (2022). Media exposure through new media. *International Journal of Health Sciences*, 1499–1505. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6nS4.6235>
- Vraga, E. K., & Tully, M. (2021). News literacy, social media behaviors, and skepticism toward information on social media. *Information, Communication & Society*, 24(2), 150–166. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1637445>

- Widari, S., Rudianto, R., & Ginting, R. (2024). Menelusuri Penggunaan Media Sosial Mahasiswa Generasi Z di Takengon: Dampak pada Komunikasi dan Sosial. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 15(2), 93-103. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v15i2.9829>
- Wulandari, D. J., (2014), Pengaruh Terpaan Iklan BKKBN Terhadap Persepsi Mahasiswa Tentang Menikah Muda, Vol.2, No 3, hal 53-67.
- Zeballos Rivas, D. R., Lopez Jaldin, M. L., Nina Canaviri, B., Portugal Escalante, L. F., Alanes Fernández, A. M. C., & Aguilar Ticona, J. P. (2021). *Social media exposure, risk perception, preventive behaviors and attitudes during the COVID-19 epidemic in La Paz, Bolivia: A cross sectional study*. *PLOS ONE*, 16(1), e0245859. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245859>