

From Screen to Commitment: Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesiapan Menikah Pada Perempuan Generasi Z yang Bekerja

Ichha Herawati*, Nindy Amita, Irfani Rizal, Muhammad Rizal Fauzan

Universitas Islam Riau, Indonesia

Email: ichaherawati@psy.uir.ac.id*

Keywords:

social media; marriage readiness; Generation Z; working women

Abstract

Generation Z women are the most active users of social media, but excessive exposure to online content can affect their psychological readiness for marriage. This research aims to examine the effect of social media use on marriage readiness among working Generation Z women. A quantitative approach with a survey design was employed, utilizing covariance-based Structural Equation Modeling (CB-SEM) with AMOS 26. The sample consisted of 200 respondents selected through purposive sampling, with criteria including women aged 22–28, unmarried, employed for at least six months, and active social media users. Research instruments included a social media usage scale and a marital readiness scale using Likert measurements. The results indicate that social media use has a negative and significant effect on marriage readiness ($\beta = -0.41$; $p < 0.05$). The model demonstrated good fit based on goodness-of-fit indices. Additionally, social media use explains 17% of the variance in marriage readiness. These findings suggest that intensive social media use influences perceptions, anxiety, and value orientations toward marriage among Generation Z women. Therefore, improving media literacy and promoting balanced social media use are essential to support healthier psychological readiness for marriage.

Kata Kunci:

media sosial; kesiapan menikah; generasi Z; perempuan bekerja

Abstrak

Perempuan Generasi Z merupakan pengguna media sosial paling aktif, namun paparan berlebihan terhadap konten daring dapat memengaruhi kesiapan psikologis mereka terhadap pernikahan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesiapan menikah pada perempuan Generasi Z yang bekerja. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei dan analisis Structural Equation Modeling (SEM) berbasis kovarians (CB-SEM) menggunakan AMOS 26. Sampel penelitian terdiri dari 200 responden yang dipilih melalui purposive sampling dengan kriteria perempuan usia 22–28 tahun, belum menikah, bekerja minimal enam bulan, dan aktif menggunakan media sosial. Instrumen penelitian meliputi skala penggunaan media sosial dan skala kesiapan menikah berbasis Likert. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kesiapan menikah ($\beta = -0,41$; $p < 0,05$). Model penelitian memiliki tingkat kelayakan yang baik berdasarkan indikator goodness-of-fit. Selain itu, penggunaan media sosial menjelaskan 17% variasi kesiapan menikah. Temuan ini mengindikasikan bahwa intensitas penggunaan media sosial dapat memengaruhi persepsi, kecemasan, dan orientasi nilai terhadap pernikahan pada perempuan Generasi Z. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi media dan pengelolaan penggunaan media sosial secara bijak untuk mendukung kesiapan menikah yang lebih sehat secara psikologis.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap pola hidup dan interaksi sosial masyarakat Indonesia, terutama di kalangan Generasi Z. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet nasional mencapai 221,6 juta orang dengan tingkat penetrasi sebesar 79,5 persen. Sementara itu, laporan DataReportal (2025) mencatat 173 juta pengguna media sosial aktif, dengan rata-rata waktu penggunaan mencapai 3 jam 30 menit per hari. Generasi Z yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010, merupakan kelompok paling aktif dalam penggunaan media sosial dan dikenal sebagai “digital natives” yang kehidupannya sangat terintegrasi dengan teknologi digital, baik untuk hiburan, komunikasi, maupun pekerjaan (Brewer & Pierce, 2005; Hyde, Hankins, Deale, & Marteau, 2008; Willig, 2008).

Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi dan interaksi sosial, tetapi juga sebagai media pembentukan identitas diri dan validasi sosial (Afolaranmi, 2020; Asnuddin & Matrah, 2020; Herawati, Listiara, & Hikmah, 2022; Keldal, 2021). Namun, berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan dapat berdampak negatif terhadap kesejahteraan psikologis, terutama di kalangan perempuan muda. Menurut Twenge dan Campbell (2019), keterpaparan tinggi terhadap konten media sosial sering kali menimbulkan *social comparison*, *fear of missing out* (FOMO), serta penurunan harga diri. Sebaliknya, penggunaan yang bersifat aktif dan bermakna, seperti membangun dukungan sosial atau jejaring profesional, dapat memberikan efek positif terhadap kesejahteraan mental (Chen & Li, 2023). Dengan demikian, pengaruh media sosial terhadap kesejahteraan mental bersifat kompleks dan bergantung pada intensitas serta motif penggunaannya (Grow & Yang, 2018; Israfil, 2018; Puiu, 2017).

Selain pengaruh media sosial, faktor aspirasi karir turut memainkan peran penting dalam dinamika psikologis perempuan Generasi Z yang bekerja. Aspirasi karir diartikan sebagai tingkat motivasi individu untuk mencapai posisi, prestasi, atau peran tertentu dalam bidang pekerjaan yang diinginkan (O'Brien, 1996; Gray & O'Brien, 2007). Dalam konteks modern, perempuan tidak lagi memandang pekerjaan hanya sebagai sarana ekonomi, melainkan juga sebagai bagian dari identitas dan aktualisasi diri. (Husain, Majeed, & Ijaz, 2023; Larson & Lamont, 2005; Nurainun & Yusuf, 2022; Rahmah & Kurniati, 2021; Singh & Dangmei, 2016) menemukan bahwa perempuan muda dengan aspirasi karir tinggi cenderung memiliki orientasi hidup yang mandiri dan menunda pernikahan demi stabilitas profesional. Meskipun demikian, aspirasi karir yang kuat juga dapat berkontribusi terhadap kesejahteraan mental apabila individu merasa mampu menyeimbangkan tuntutan kerja dan kehidupan pribadi (Nauta, 2010; Duffy et al., 2016).

Fenomena ini terlihat jelas dalam realitas sosial Indonesia. Data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024) menunjukkan peningkatan tingkat partisipasi angkatan kerja perempuan menjadi 55,41 persen, dengan mayoritas berada pada rentang usia 22–29 tahun. Perempuan Generasi Z kini lebih berorientasi pada pengembangan karir, kebebasan finansial, dan pencapaian pribadi, yang semuanya dapat memengaruhi sikap serta kesiapan mereka untuk menikah. BKKBN (2023) melaporkan bahwa alasan utama penundaan pernikahan pada kelompok perempuan muda adalah faktor kesiapan ekonomi, psikologis, dan profesional. Hal ini menandakan adanya

keterkaitan antara aspirasi karir dan keputusan untuk memasuki pernikahan (Bodroža, Dinić, & Arandelović, 2023; Kim & Kim, 2017; Matud, Bethencourt, & Ibáñez, 2020).

Sementara itu, kondisi kesehatan mental perempuan muda Indonesia juga menunjukkan tantangan yang signifikan. Kementerian Kesehatan RI (2023) melaporkan prevalensi gejala depresi sebesar 2 persen pada kelompok usia 15–24 tahun. WHO (2023) menegaskan bahwa perempuan muda cenderung lebih rentan terhadap stres dan kecemasan akibat tekanan pekerjaan, ekspektasi sosial, serta paparan media digital. Dalam model PERMA oleh Seligman (2011), kesejahteraan mental (*mental well-being*) mencakup lima dimensi utama, *Positive emotion, Engagement, Relationships, Meaning, Achievement* yang saling berhubungan dengan kebermaknaan hidup dan kemampuan membangun hubungan sosial yang sehat (Abbasi, 2019; Arikewuyo, Eluwole, & Adebayo, 2020; Lin et al., 2016; Wang, Zhao, & Street, 2020).

Dalam konteks sosial-budaya, perubahan nilai terhadap pernikahan turut terlihat. Data BPS (2024) menunjukkan bahwa rata-rata usia kawin pertama perempuan naik menjadi 25,7 tahun, lebih tinggi dibanding tahun 2020 (24,1 tahun). Hal ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma bahwa menikah bukan lagi sekadar kewajiban sosial, tetapi keputusan yang menuntut kesiapan emosional, finansial, dan mental. Willoughby, Hall, & Luczak (2015) menjelaskan bahwa kesiapan menikah merupakan hasil dari kematangan psikologis, pemahaman peran, dan komitmen terhadap hubungan jangka panjang. Bagi perempuan Gen Z yang bekerja, tekanan untuk menyeimbangkan karir, kehidupan pribadi, dan harapan sosial menjadi sumber stres tersendiri. Lee, Kim, & Park, (2024) menemukan bahwa stres digital dan beban kerja berlebihan dapat menurunkan kesejahteraan psikologis serta menurunkan kesiapan individu untuk berkomitmen dalam pernikahan. Sebaliknya, individu yang memiliki aspirasi karir realistis dan kesejahteraan mental yang baik menunjukkan sikap lebih positif terhadap komitmen jangka panjang (Berhate & Dirani, 2022; Herawati et al., 2022; Kefalas, Furstenberg, Carr, & Napolitano, 2011; Manap, Md Salleh, & Zainal Abidin, 2016; Yanti, Lubis, & Ardi, 2022). Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa aspirasi karir dan kesejahteraan mental berperan penting sebagai prediktor kesiapan menikah pada perempuan muda di era digital (Herawati, Astuti, & Fadillah, 2023; Sunarti, Herawati, & Helmi, 2012; Veropai, 2021).

Novelty (kebaruan) penelitian ini terletak pada: pertama, pengujian pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap kesiapan menikah pada populasi spesifik perempuan Generasi Z yang bekerja, yang belum banyak diteliti secara empiris di Indonesia. Kedua, penggunaan metode CB-SEM dengan AMOS 26 untuk mengukur hubungan kausal laten antara kedua konstruk, yang memberikan tingkat validitas dan reliabilitas yang lebih tinggi dibandingkan metode regresi konvensional. Ketiga, penelitian ini mengisi celah dari studi-studi sebelumnya yang lebih banyak berfokus pada dampak media sosial terhadap kesejahteraan mental secara umum, tanpa menghubungkannya secara spesifik dengan kesiapan memasuki pernikahan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesiapan menikah pada perempuan Generasi Z yang bekerja, serta menguji model hubungan kausal antara kedua variabel tersebut. Manfaat penelitian ini dibagi menjadi manfaat teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur psikologi sosial dan keluarga, khususnya mengenai determinan kesiapan menikah di era digital, serta memperluas penerapan teori *social comparison* dan *uses and gratifications* dalam konteks Generasi Z.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi konselor pranikah, psikolog, dan pembuat kebijakan dalam merancang program literasi media dan edukasi kesiapan menikah yang lebih efektif bagi perempuan muda pekerja. Bagi perusahaan dan institusi, temuan ini dapat digunakan untuk mengembangkan program kesejahteraan karyawan yang mempertimbangkan aspek keseimbangan karir dan kehidupan pribadi. Bagi masyarakat umum, penelitian ini memberikan kesadaran akan pentingnya pengelolaan penggunaan media sosial secara bijak untuk mendukung kesehatan psikologis dan kesiapan membangun keluarga.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei dan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis kovarians (CB-SEM) menggunakan perangkat lunak AMOS versi 26. Pendekatan ini dipilih untuk menguji hubungan kausal laten antara penggunaan media sosial dan kesiapan menikah pada perempuan Generasi Z yang bekerja, serta menilai validitas konstruk penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah perempuan Generasi Z (kelahiran 1997–2012) yang bekerja di Pekanbaru, Riau. Kriteria inklusi mencakup: (1) perempuan berusia 22–28 tahun, (2) telah bekerja minimal enam bulan, (3) belum menikah, dan (4) aktif menggunakan media sosial minimal dua jam per hari. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah 200 responden, sesuai rekomendasi Hair et al. (2021) untuk SEM dengan jumlah indikator besar.

Instrumen penelitian terdiri dari tiga bagian utama, yaitu: (1) data demografis, (2) skala penggunaan media sosial, dan (3) skala kesiapan menikah. Skala penggunaan media sosial diadaptasi dari *Social Networking Sites Use Motivation Scale* (Phua et al., 2017) dengan 29 item dan lima dimensi (kognitif, afektif, pengalihan, integrasi personal, integrasi sosial). Skala kesiapan menikah diadaptasi dari *Marital Readiness Scale* (Holman & Li, 2017) dengan 24 item dan empat dimensi (kematangan emosi, interpersonal, tanggung jawab, nilai perkawinan). Kedua skala menggunakan skala Likert 1–5.

Analisis dilakukan dalam dua tahap: (1) pemeriksaan awal menggunakan SPSS (normalitas, outlier), dan (2) analisis utama menggunakan SEM di AMOS. Tahapan meliputi analisis faktor konfirmatori (CFA), uji kelayakan model (*Goodness of Fit*), serta uji hipotesis struktural. Kriteria fit yang digunakan: $\chi^2/df < 3$, CFI dan TLI $\geq 0,90$, RMSEA $\leq 0,08$, SRMR $\leq 0,08$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 200 perempuan Generasi Z yang bekerja menjadi responden. Mayoritas berusia 23–27 tahun ($M = 24,6$; $SD = 1,8$), dengan masa kerja rata-rata 2,8 tahun. Sebagian besar bekerja di sektor swasta (65%), diikuti pendidikan (20%) dan wirausaha (15%). Platform media sosial paling sering digunakan adalah Instagram (92%), diikuti TikTok (76%) dan LinkedIn (23%).

Tabel 1. Analisis Faktor Konfirmatori
Hasil validitas dan reliabilitas konstruk

Konstruk	Rentang Factor Loading	Cronbach's α	CR	AVE	Kesimpulan	Konstruk
Penggunaan Media Sosial	0,61 – 0,87	0,93	0,93	0,64	Valid & Reliabel	Penggunaan Media Sosial
Kesiapan Menikah	0,59 – 0,86	0,91	0,91	0,61	Valid & Reliabel	Kesiapan Menikah

Sumber: Data primer penelitian yang diolah peneliti menggunakan AMOS 26, 2025

Berdasarkan hasil analisis, konstruk **Penggunaan Media Sosial** memiliki rentang *factor loading* antara **0,61 hingga 0,87**, sedangkan konstruk **Kesiapan Menikah** memiliki *factor loading* antara **0,59 hingga 0,86**. Seluruh nilai *factor loading* telah melampaui batas minimum yang direkomendasikan ($\geq 0,50$), sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara memadai.

Dari sisi reliabilitas, nilai **Cronbach's alpha** untuk kedua konstruk berada di atas **0,90**, yang menunjukkan tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Nilai **Composite Reliability (CR)** masing-masing konstruk juga melebihi ambang batas **0,70**, serta nilai **Average Variance Extracted (AVE)** berada di atas **0,50**. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini memenuhi kriteria **valid dan reliabel**, sehingga layak digunakan untuk pengujian model struktural.

Hasil uji *goodness-of-fit* untuk model pengukuran:

Tabel 2. Kesesuaian Model Pengukuran

Indeks	Nilai	Batas Ideal	Interpretasi
χ^2/df	1,871	$< 3,00$	Baik
CFI	0,963	$\geq 0,90$	Baik
TLI	0,952	$\geq 0,90$	Baik
RMSEA	0,057	$\leq 0,08$	Baik
SRMR	0,046	$\leq 0,08$	Baik
GFI	0,923	$\geq 0,90$	Diterima

Sumber: Hasil olahan data primer dengan CB-SEM (AMOS 26), 2025

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai χ^2/df sebesar **1,871** berada di bawah batas maksimal yang direkomendasikan ($< 3,00$), yang mengindikasikan kesesuaian model yang baik. Indeks kesesuaian inkremental seperti **CFI (0,963)** dan **TLI (0,952)** juga memenuhi kriteria kelayakan model ($\geq 0,90$).

Selain itu, indeks kesalahan seperti **RMSEA (0,057)** dan **SRMR (0,046)** berada di bawah ambang batas yang direkomendasikan ($\leq 0,08$), yang menunjukkan tingkat kesalahan model yang rendah. Nilai **GFI sebesar 0,923** juga menunjukkan bahwa model pengukuran dapat diterima. Secara keseluruhan, hasil ini mengonfirmasi bahwa **model pengukuran memiliki tingkat kesesuaian yang baik**, sehingga analisis model struktural dapat dilanjutkan.

Tabel 3. Model Struktural dan Uji Hipotesis
 Hasil pengujian model struktural dan uji hipotesis

Jalur	Koefisien β	C.R.	p-value	Keterangan
Penggunaan Media Sosial → Kesiapan Menikah	-0,41	-4,73	0,001	Signifikan

Sumber: Data primer penelitian yang diolah menggunakan AMOS 26, 2025

Hasil analisis menunjukkan bahwa **penggunaan media sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kesiapan menikah** pada perempuan Generasi Z yang bekerja. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur $\beta = -0,41$, dengan nilai **Critical Ratio (C.R.) sebesar -4,73** dan nilai signifikansi $p = 0,001$.

Nilai p yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Arah hubungan yang negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, maka semakin rendah tingkat kesiapan menikah pada responden. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini **diterima**.

Tabel 4. Koefisien Determinasi
 Menunjukkan nilai R^2 dari variabel endogen

Variabel Endogen	R^2	Interpretasi
Kesiapan Menikah	0,17	Penggunaan media sosial menjelaskan 17% variasi kesiapan menikah

Sumber: Hasil analisis data primer dengan SEM, 2025

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel **penggunaan media sosial** mampu menjelaskan sebesar **17% variasi kesiapan menikah** pada perempuan Generasi Z yang bekerja ($R^2 = 0,17$). Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan media sosial memiliki kontribusi yang cukup berarti terhadap kesiapan menikah, meskipun masih terdapat faktor-faktor lain di luar model penelitian yang turut memengaruhi kesiapan menikah responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahawa penggunaan media sosial berhubungan signifikan dengan tingkat kesiapan menikah pada perempuan Generasi Z yang sudah bekerja. Secara umum, semakin intensif penggunaan media social terutama untuk mengonsumsi konten mengenai hubungan, pernikahan, gaya hidup lajang, dan karier. Semakin rendah tingkat kesiapan subjektif responden untuk memasuki pernikahan. Temuan ini konsisten dengan kajian Zhang, Zhu, dan Liu (2022) yang menemukan bahwa penggunaan media sosial secara langsung meningkatkan kecemasan terhadap pernikahan dan memperkuat persepsi risiko pernikahan, sehingga membuat perempuan “berpikir ulang” untuk menikah. kajian Ye dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa penyebaran informasi sosial yang negatif melalui media online menurunkan keinginan perempuan muda untuk menikah dan memiliki anak, dan bahkan dapat berkembang menjadi “*fear of marriage and pregnancy*”.

Dalam konteks Gen Z, beberapa studi terbaru di Indonesia dan negara lain juga menggambarkan fenomena “*marriage is scary*” yang kuat kaitannya dengan ekspose media sosial. Utari (2025) menunjukkan bahwa paparan konten digital tentang konflik rumah tangga,

kegagalan pernikahan, dan narasi patriarki berkontribusi pada pergeseran paradigma Gen Z: pernikahan dipandang sebagai sumber kecemasan, sementara karier, kebahagiaan pribadi, dan kestabilan finansial menjadi prioritas. Temuan ini diperkuat oleh Oktaviani dan Krismono (2025) yang mendokumentasikan bagaimana narasi “*marriage is scary*” di TikTok dan media sosial lain membentuk persepsi pernikahan sebagai sesuatu yang berisiko dan penuh beban, khususnya di kalangan Gen Z.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh **Shiyu Zhang** (2022) yang mengatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh langsung terhadap meningkatnya kecemasan pernikahan pada perempuan. Meskipun paparan terhadap berita negatif seperti kekerasan dalam rumah tangga atau wacana non-marriage tidak terbukti berhubungan secara signifikan dengan kecemasan menikah, frekuensi penggunaan media sosial secara umum justru menunjukkan korelasi yang bermakna. Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial berfungsi sebagai *amplifier of risk perception*, di mana karakteristiknya yang interaktif, terdesentralisasi, dan emosional memperkuat persepsi risiko pernikahan dan mendorong perempuan untuk meninjau ulang keputusan menikah. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap kebijakan perlindungan perempuan berkaitan dengan kemampuan penyaringan informasi yang lebih baik, sehingga perempuan tidak sepenuhnya menjadi penerima pasif informasi media.

Sementara itu, **Ye Wenqing** (2024) memperkuat temuan bahwa perubahan sikap terhadap pernikahan tidak dapat dilepaskan dari transformasi sosial yang dimediasi oleh media digital. Media sosial berkontribusi dalam membentuk orientasi nilai yang lebih rasional, reflektif, dan selektif terhadap pernikahan, terutama melalui narasi tentang kemandirian, karier, dan kualitas relasi. Dalam konteks ini, penundaan atau penurunan keinginan menikah tidak semata-mata mencerminkan penolakan terhadap institusi pernikahan, melainkan merupakan bentuk adaptasi terhadap tuntutan struktural, ekonomi, dan psikologis di era modern.

Berdasarkan hasil kajian sistematis terhadap literatur yang relevan, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk ketakutan terhadap pernikahan (*fear of marriage*) pada Generasi Z. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang membangun narasi dominan mengenai pernikahan melalui paparan konten negatif seperti konflik rumah tangga, perselingkuhan, kekerasan dalam rumah tangga, serta wacana populer yang memposisikan pernikahan sebagai sumber risiko dan kehilangan kebebasan (Jannah et al 2025). Ketakutan menikah pada Generasi Z dipengaruhi oleh berbagai faktor psikososial, termasuk trauma masa lalu, ketidakpastian masa depan, tekanan sosial dan keluarga, kekhawatiran terhadap perubahan peran hidup, serta persepsi belum siap secara mental dan ekonomi. Namun demikian, temuan ini juga menunjukkan bahwa sikap berhati-hati terhadap pernikahan tidak selalu mencerminkan penolakan terhadap institusi pernikahan, melainkan merupakan bentuk refleksi kritis dan adaptasi rasional terhadap dinamika sosial, ekonomi, dan psikologis di era digital. Oleh karena itu, penguatan literasi media dan penyajian narasi pernikahan yang lebih seimbang dan konstruktif menjadi penting agar Generasi Z dapat membangun kesiapan menikah yang lebih sehat, realistis, dan berlandaskan kesadaran psikososial yang matang.

KESIMPULAN

Hasil analisis SEM menunjukkan bahwa model penelitian memiliki validitas dan reliabilitas yang baik. Model pengukuran memenuhi seluruh kriteria *goodness-of-fit*, dan pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesiapan menikah bersifat negatif dan signifikan. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 17% variasi kesiapan menikah dijelaskan oleh penggunaan media sosial, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan bagi perempuan Generasi Z yang bekerja untuk mengelola waktu dan konten media sosial secara selektif, serta meningkatkan literasi media agar tidak terpapar secara berlebihan pada konten yang memicu kecemasan terhadap pernikahan. Bagi konselor pranikah dan psikolog, hasil ini dapat menjadi dasar untuk merancang intervensi psikoedukasi tentang dampak media sosial terhadap kesiapan menikah. Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti faktor mediasi seperti kesejahteraan mental atau aspirasi karir, serta menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperdalam pemahaman tentang mekanisme pengaruh media sosial terhadap kesiapan menikah. Institusi pendidikan dan perusahaan juga dapat mempertimbangkan program literasi digital sebagai bagian dari upaya mendukung kesejahteraan psikologis karyawan muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, I. N. (2019). *Social media, commitment, and infidelity in marriages*.
- Afolaranmi, M. (2020). *The impact of social media on modern marriages*.
- Arikewuyo, A. O., Eluwole, K. K., & Adebayo, P. (2020). *The impact of social media use on depression and jealousy*.
- Asnuddin, A., & Matrah, N. (2020). *Dampak penggunaan media sosial terhadap pernikahan dini*.
- Berhate, T., & Dirani, K. M. (2022). Career aspirations of generation Z: A systematic literature review. *European Journal of Training and Development*, 46(1–2), 139–157. <https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2020-0124>
- Bodroža, B., Dinić, B. M., & Arandelović, M. (2023). *Social media use and body image issues*.
- Brewer, M. B., & Pierce, K. P. (2005). Social identity complexity and outgroup tolerance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 428–437. <https://doi.org/10.1177/0146167204271580>
- Grow, J., & Yang, S. (2018). *Generation Z career aspirations and marriage plans*.
- Herawati, E., Astuti, R., & Fadillah, F. (2023). *Persepsi usia ideal menikah generasi muda*.
- Herawati, E., Listiara, A., & Hikmah, H. (2022). *Pengaruh media sosial terhadap sikap pernikahan generasi Z*.
- Husain, W., Majeed, S., & Ijaz, R. (2023). The Predictive Role of Big 5 Personality Traits and Psychosocial Health in Marital Readiness. *Journal of Internal Medicine: Science & Art*.
- Hyde, J., Hankins, M., Deale, A., & Marteau, T. M. (2008). Interventions to increase self-efficacy in the context of addiction behaviours: A systematic literature review. *Journal of Health Psychology*, 13(5), 607–623. <https://doi.org/10.1177/1359105308090518>
- Israfil, I. (2018). *Media sosial dan keputusan menikah muda*.
- Kefalas, M., Furstenberg, F. F., Carr, P. J., & Napolitano, L. (2011). “Marriage is more than being together”: The meaning of marriage for young adults. *Journal of Family Issues*, 32(7), 845–875. <https://doi.org/10.1177/0192513X10397277>
- Keldal, G. (2021). Marriage or career? Young adults’ priorities in their life plans. *American Journal of Family Therapy*, 0(0), 1–16. <https://doi.org/10.1080/01926187.2021.1915213>
- Kim, J., & Kim, J. (2017). *The effects of social media on subjective well-being*.

- Larson, J. H., & Lamont, J. A. (2005). The relationship of childhood sexual abuse to the marital attitudes and marital readiness of single young adult women. *Journal of Family Issues*, 26(4), 415–430. <https://doi.org/10.1177/0192513X04270474>
- Lin, L. Y., Sidani, J. E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., & Colditz, J. B. (2016). Association between social media use and depression among U.S. young adults. *Depression and Anxiety*, 33(4), 323–331. <https://doi.org/10.1002/da.22466>
- Manap, J., Md Salleh, S., & Zainal Abidin, Z. (2016). *Generasi Z: Isu dan cabaran di Malaysia*.
- Matud, M. P., Bethencourt, J. M., & Ibáñez, I. (2020). *Psychological distress and social media exposure*.
- Nurainun, N., & Yusuf, A. M. (2022). *Kesiapan menikah dalam mengurangi angka perceraian*.
- Puiu, S. (2017). *Generation Z and marriage: A modern perspective*.
- Rahmah, A., & Kurniati, Y. (2021). Relationship between marriage readiness and pregnancy planning among prospective brides. *Journal of Public Health Research*, 10, 88–93. <https://doi.org/10.4081/jphr.2021.2405>
- Singh, A., & Dangmei, J. (2016). Understanding the generation Z: The future workforce. *South-Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/305280948>
- Sunarti, E., Herawati, T., & Helmi, A. F. (2012). Kesiapan menikah dan pemenuhan tugas keluarga pada keluarga dengan anak usia prasekolah. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 5(2), 110–119. <https://doi.org/10.24156/jikk.2012.5.2.110>
- Veropai, M. (2021). Socio-psychological readiness to create a family among modern youth. *Proceedings of the VIII International Scientific and Practical Conference “Current Problems of Social and Labour Relations” (ISPC-CPSLR 2020)*, 527, 715–720. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210322.204>
- Wang, X., Zhao, K., & Street, N. (2020). *Effects of social media use on marital quality*.
- Willig, C. (2008). *Introducing qualitative research in psychology: Adventures in theory and method* (2nd ed.). London: McGraw-Hill Open University Press.
- Yanti, N. F., Lubis, R. N., & Ardi, R. (2022). *Persepsi generasi Z terhadap penggunaan media sosial*.