

ABSTRAK

Mela Safitri (1218030108) 2025. **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERSEPSI MINAT PERNIKAHAN DI KALANGAN GEN Z KOTA BANDUNG.** Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Dinamika pernikahan di Kota Bandung menunjukkan adanya penurunan angka pernikahan dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini tidak terlepas dari perubahan cara pandang generasi muda, terutama Generasi Z, terhadap institusi pernikahan. Munculnya berbagai tren di media sosial seperti *marriage is scary*, "nikah muda bukan solusi", hingga glorifikasi gaya hidup bebas komitmen telah turut memengaruhi persepsi pernikahan di kalangan anak muda. Kota Bandung sebagai pusat pendidikan dan gaya hidup urban memiliki jumlah populasi Gen Z yang besar dan tingkat intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, sehingga menjadi lingkungan yang strategis untuk meneliti bagaimana pengaruh media sosial terhadap persepsi pernikahan berkembang dalam konteks lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penggunaan media sosial pada Generasi Z, mengukur persepsi mereka terhadap pernikahan, serta menganalisis pengaruh media sosial terhadap persepsi pernikahan tersebut. Penelitian ini difokuskan pada Generasi Z yang berdomisili di Kota Bandung sebagai populasi yang aktif secara digital dan sedang berada pada fase perkembangan menuju kedewasaan dan kesiapan menikah.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria, kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial. Analisis inferensial dilakukan melalui uji korelasi *Pearson*, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penggunaan media sosial berada pada kategori sedang dengan skor aktual 63,44%, sedangkan persepsi pernikahan berada pada kategori baik dengan skor 81,45%. Uji korelasi *Pearson* menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara penggunaan media sosial dan persepsi pernikahan dengan nilai $r = 0,486$. Regresi linear menghasilkan konstanta sebesar 32,554 dan koefisien variabel X sebesar 0,468. Koefisien determinasi sebesar 23,7% menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memberikan pengaruh terhadap persepsi pernikahan, yang juga didukung oleh hasil uji t sebesar $5,510 > t$ tabel 1,984. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial berperan dalam membentuk persepsi pernikahan Generasi Z di Kota Bandung, meskipun bukan satu-satunya faktor yang dominan karena masih ada variabel lain yang turut memengaruhinya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Media Sosial, Persepsi Pernikahan, Generasi Z, Kota Bandung