

**PERSPEKTIF MAHASISWI DALAM MEMILIH KRITERIA SUAMI IDAMAN
BERDASARKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
STUDI FHSIPOL DAN FEBIRA UNIMUDA SORONG**

Adam Rumbory¹

Adamrumbory8@gmail.com

Henraman²

Maheendraaaa09@gmail.com

Nursyamsi³

Nursyamsis866@gmail.com

ABSTRACT

The rise of social media, particularly TikTok, presents various representations of the ideal partner that may influence how young people view relationships and marriage. This study aims to analyze the perspectives of female university students regarding criteria for an ideal husband based on TikTok content and to identify the dominant factors shaping these perspectives. A qualitative research method with a phenomenological approach was employed. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving 10 female students—purposively selected—from the Faculty of Law, Social Sciences, and Political Science (FHSIPOL) and the Faculty of Economics, Business, and Humanities (FEBIRA) at the Muhammadiyah Education University of Sorong. Data analysis followed the Miles and Huberman model, comprising data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that the students' perspectives on the ideal husband are shaped by the interplay of exposure to TikTok content, social experiences, and personal values. Key criteria considered include religiosity, responsibility, affective qualities and interpersonal treatment, economic stability, as well as physical appearance and masculinity. The most dominant factor within TikTok content is the attitude and treatment shown toward one's partner. The study concludes that while TikTok serves as a source of reference and reinforces existing perspectives, personal and religious values remain the primary foundation for choosing a life partner.

Keywords: *TikTok, female student's perspective, ideal husband, social media.*

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, menghadirkan berbagai representasi mengenai pasangan ideal yang berpotensi memengaruhi cara pandang generasi muda terhadap hubungan dan pernikahan. Penelitian ini memperluas teori Usws and gratifications pada era algoritmik dengan membuktikan bahwa mahasiswa di wilayah Indonesia Timur bertindak sebagai agen aktif-negosiatif yang tidak menyerap konstruksi realitas digital TikTok secara mentah-mentah. Tujuan penelitian ini menganalisis perspektif mahasiswa dalam memilih kriteria suami

¹ Ilmu Komunikasi, universitas pendidikan muhammadiyah Sorong, Kabupaten Sorong, Papua Barat Daya.

² Ilmu Komunikasi, universitas pendidikan muhammadiyah Sorong, Kabupaten Sorong, Papua Barat Daya.

³ Ilmu Komunikasi, universitas pendidikan muhammadiyah Sorong, Kabupaten Sorong, Papua Barat Daya.

idaman berdasarkan konten TikTok serta mengidentifikasi faktor dominan yang memengaruhi pembentukan perspektif tersebut. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap 10 mahasiswi Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Politik (FHISIPOL) serta Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Humaniora (FEBIRA) Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong yang dipilih secara purposive. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perspektif mahasiswi mengenai suami idaman terbentuk melalui interaksi antara paparan konten TikTok, pengalaman sosial, dan nilai pribadi. Kriteria yang paling banyak dipertimbangkan meliputi religiusitas, tanggung jawab, kualitas afektif dan perlakuan interpersonal, stabilitas ekonomi, serta fisik dan maskulinitas. Faktor yang paling dominan dalam konten TikTok adalah sikap dan perlakuan terhadap pasangan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok berperan sebagai sumber referensi dan penguat perspektif, namun nilai personal dan religius tetap menjadi landasan utama dalam memilih pasangan hidup.

Kata kunci: TikTok, perspektif mahasiswi, suami idaman, media sosial.

1. Pendahuluan

Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu membentuk persepsi, nilai, dan preferensi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk hubungan romantis dan pemilihan pasangan hidup. TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z menghadirkan berbagai representasi mengenai pasangan ideal melalui video singkat yang menampilkan gambaran hubungan harmonis, kriteria pasangan idaman, hingga tren yang berkaitan dengan pernikahan (Asyari & Suksmawati, 2025). Berdasarkan laporan Digital 2025, Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, menunjukkan tingginya intensitas paparan masyarakat terhadap berbagai konten yang beredar di platform tersebut (Maheswara, 2025). Kondisi ini menjadikan TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang sosial digital yang berpotensi membentuk cara pandang penggunanya terhadap relasi dan kehidupan pernikahan. Dalam konteks generasi muda, khususnya mahasiswi, paparan konten mengenai

pasangan ideal berpotensi memengaruhi ekspektasi dan preferensi terhadap calon pasangan hidup. TikTok secara algoritmis menampilkan konten yang sesuai dengan minat pengguna sehingga memungkinkan terjadinya internalisasi nilai dan standar tertentu mengenai hubungan romantis (Hakim et al., 2025). Namun demikian, perspektif mengenai pasangan ideal tidak semata-mata dibentuk oleh media, melainkan juga dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, nilai budaya, lingkungan sosial, dan keyakinan yang dimiliki individu (Purnama et al., 2025).

Hal tersebut selaras dengan pendapat Pembentukan persepsi publik dan representasi media menurut Robert N. Entman berpusat pada konsep Analisis Framing (Pembingkai). Entman (1993) mendefinisikan framing sebagai proses menyeleksi beberapa aspek dari realitas yang dirasakan, lalu membuatnya lebih menonjol (salient) dalam teks komunikasi (Mansyur et al., 2026).

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dalam kajian ilmu komunikasi dengan mengungkap bagaimana mahasiswi di wilayah Indonesia bagian timur

(Unimuda Sorong) secara aktif memaknai (*active audience*) konstruksi pesan hubungan ideal di TikTok melalui pendekatan fenomenologi, guna melengkapi keterbatasan studi yang mempertemukan fenomena media digital global dengan realitas sosio-kultural lokal. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada pertanyaan, bagaimana perspektif mahasiswi Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong dalam memilih suami idaman setelah terpapar konten TikTok, dan faktor-faktor apa saja dalam konten TikTok yang berperan dalam pembentukan perspektif tersebut.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap kajian komunikasi dan media digital, khususnya mengenai peran media sosial dalam pembentukan perspektif relasi romantis dan preferensi pasangan hidup pada generasi muda, serta memperkaya literatur yang masih terbatas pada konteks mahasiswa di wilayah Indonesia bagian timur.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk mengeksplorasi bagaimana

pengalaman itu dirasakan, dimaknai, dan ditafsirkan oleh responden. Penelitian dilaksanakan di Universitas Pendidikan Muhammadiyah (UNIMUDA) Sorong dengan fokus pada mahasiswi Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Politik (FHISIPOL) serta Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Ilmu Rekayasa (FEBIRA) yang aktif menggunakan TikTok. Pendekatan fenomenologi dipilih untuk menggali pengalaman subjektif informan dalam mengakses, menginterpretasikan, dan memaknai konten TikTok yang berkaitan dengan pasangan ideal.

Metode pengumpulan data menggunakan purposive sampling dengan kriteria mahasiswi minimal berusia 20 tahun, aktif menggunakan TikTok, serta pernah mengakses konten yang membahas hubungan romantis atau kriteria pasangan ideal. Data yang didapatkan sebanyak 10 mahasiswa yang memasuki kategori tersebut.

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam semi-terstruktur dengan informan, serta dokumentasi berupa tangkapan layar, arsip konten, dan catatan lapangan. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman

yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil penelitian

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap 10 informan penelitian, sebanyak enam informan dengan jumlah presentase (60%) memberikan jawaban yang relevan, lengkap, dan sesuai dengan fokus kedua rumusan masalah penelitian. Keenam informan tersebut mampu menjelaskan perspektif mereka mengenai kriteria suami idaman yang dipengaruhi oleh konten TikTok sekaligus mengemukakan faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya kriteria tersebut. Sementara itu, empat informan dengan jumlah presentase (40%) lebih banyak memberikan informasi yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan kriteria suami idaman, sehingga data yang disampaikan lebih relevan untuk menjawab rumusan masalah kedua.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Perspektif Mahasiswi terhadap Kriteria Suami Idaman

Perspektif Mahasiswi Dalam Memilih Kriteria Suami Idaman Berdasarkan Media Sosial Tiktok Studi FHISIPOL dan FEBIRA Unimuda Sorong
e-ISSN 2775-278X

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perspektif mahasiswi FHISIPOL dan FEBIRA UNIMUDA Sorong mengenai sosok suami idaman terbentuk melalui interaksi antara paparan konten TikTok, pengalaman sosial, serta nilai-nilai personal yang dimiliki masing-masing individu. Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa responden ketika ditanyakan mengenai kriteria suami idaman diantaranya yaitu “biasanya yang sering saya lihat itu cowok yang tinggi, rajin ibadah, sama sudah mapan atau punya pekerjaan bagus”, “kadang yang ditampilkan itu cowok yang kaya, ganteng, dan hidupnya kelihatan enak”, “kalau menurut saya yang penting itu dia baik, perhatian, dan cara memperlakukan pasangannya”.

Sesuai dengan hasil wawancara, meskipun informan memiliki pandangan yang beragam, terdapat lima aspek utama yang secara konsisten muncul dalam pemaknaan mereka terhadap pasangan ideal, yaitu religiusitas, kualitas afektif dan perlakuan interpersonal, tanggung jawab, stabilitas ekonomi, serta fisik dan representasi maskulinitas. Temuan ini menunjukkan bahwa pemaknaan mengenai suami idaman tidak hanya didasarkan pada atribut yang

tampak secara visual, tetapi juga pada karakter dan nilai yang dianggap penting untuk membangun kehidupan berkeluarga. Religiusitas menjadi aspek yang paling konsisten muncul dalam jawaban informan. Pasangan yang memiliki pemahaman agama yang baik, rajin beribadah, serta mampu menjalankan nilai-nilai moral dipandang sebagai sosok yang ideal untuk membangun hubungan jangka panjang. Bagi informan, agama tidak hanya dipahami sebagai praktik ibadah, tetapi juga sebagai dasar pembentukan karakter, tanggung jawab, dan komitmen dalam hubungan. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai religius tetap menjadi landasan utama dalam memilih pasangan hidup meskipun informan hidup dalam lingkungan digital yang sarat dengan berbagai representasi hubungan romantis. Selain religiusitas, kualitas afektif dan perlakuan interpersonal juga menjadi pertimbangan penting dalam membentuk perspektif mengenai suami idaman. Informan lebih banyak menekankan pentingnya perhatian, kemampuan berkomunikasi dengan baik, sikap menghargai pasangan, serta kemampuan menciptakan hubungan yang sehat dibandingkan sekadar penampilan fisik.

Perspektif Mahasiswi Dalam Memilih Kriteria Suami Idaman Berdasarkan Media Sosial Tiktok Studi
FHISIPOL dan FEBIRA Unimuda Sorong
e-ISSN 2775-278X

Karakteristik tersebut dipandang sebagai fondasi utama dalam menciptakan kenyamanan, kepercayaan, dan keharmonisan dalam hubungan. Temuan ini menunjukkan bahwa kebutuhan emosional memiliki posisi yang sangat penting dalam konstruksi pasangan ideal di kalangan mahasiswi.

Tanggung jawab juga muncul sebagai indikator penting dalam menentukan kualitas pasangan hidup. Informan memandang tanggung jawab sebagai cerminan kesiapan seseorang dalam menjalankan peran sebagai pasangan maupun kepala keluarga. Dalam perspektif informan, laki-laki yang bertanggung jawab dinilai memiliki komitmen yang lebih kuat dalam menghadapi berbagai tantangan kehidupan berumah tangga. Sementara itu, aspek stabilitas ekonomi dipahami sebagai kemampuan memberikan rasa aman dan menjamin keberlangsungan kehidupan keluarga. Kemapanan ekonomi tidak dimaknai semata-mata sebagai kekayaan, melainkan sebagai indikator kesiapan dan kedewasaan dalam membangun rumah tangga.

Di sisi lain, aspek fisik dan representasi maskulinitas tetap muncul dalam perspektif

sebagian informan. Karakteristik seperti tinggi badan, penampilan menarik, dan postur tubuh yang ideal masih dianggap sebagai daya tarik awal dalam memandang pasangan. Namun demikian, temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek fisik cenderung ditempatkan sebagai faktor pendukung dan bukan faktor utama dalam menentukan pasangan hidup. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswi lebih mengutamakan kualitas karakter dan nilai personal dibandingkan atribut visual semata.

Dalam perspektif *Uses and Gratifications Theory*, temuan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswi berperan sebagai pengguna media yang aktif. Mereka tidak menerima representasi pasangan ideal yang ditampilkan TikTok secara pasif, tetapi melakukan proses seleksi dan interpretasi berdasarkan pengalaman, kebutuhan, dan nilai yang dimiliki. Dengan demikian, perspektif mengenai suami idaman merupakan hasil negosiasi antara paparan media dan realitas sosial yang dialami individu.

3.2.2. Faktor Konten TikTok yang Membentuk Perspektif Suami Idaman

Perspektif Mahasiswi Dalam Memilih Kriteria Suami Idaman Berdasarkan Media Sosial Tiktok Studi FHSIPOL dan FEBIRA Unimuda Sorong
e-ISSN 2775-278X

Penelitian ini menemukan empat faktor utama dalam konten TikTok yang berperan dalam pembentukan perspektif mahasiswi mengenai suami idaman, yaitu penampilan fisik, stabilitas ekonomi, sikap dan perlakuan terhadap pasangan, serta religiusitas dan nilai personal. Keempat faktor tersebut muncul secara berulang dalam berbagai konten *relationship goals*, konten pasangan ideal, maupun video yang menampilkan figur laki-laki yang dianggap memenuhi standar tertentu oleh pengguna media sosial. Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan (Rico Pradana Putra, 2025). Dengan hasil Konten TikTok berpengaruh signifikan terhadap persepsi Gen Z ($R^2 = 35,1\%$). Terjadi pergeseran kriteria pasangan, dimana kesetaraan pola pikir dan stabilitas finansial menjadi prioritas.

Di antara seluruh faktor yang ditemukan, sikap dan perlakuan terhadap pasangan merupakan faktor yang paling dominan. Informan lebih tertarik pada konten yang menampilkan laki-laki yang perhatian, pengertian, menghargai pasangan, mampu berkomunikasi dengan baik, serta menunjukkan komitmen dalam hubungan.

Dominasi faktor ini menunjukkan bahwa

kebutuhan akan hubungan yang sehat dan harmonis lebih penting dibandingkan daya tarik fisik maupun materi semata. Dengan kata lain, standar pasangan ideal yang terbentuk melalui TikTok lebih banyak berkaitan dengan kualitas hubungan interpersonal dibandingkan atribut eksternal.

Faktor religiusitas juga memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam membentuk perspektif informan. Konten yang menampilkan figur laki-laki religius dan pembahasan mengenai nilai-nilai keagamaan memberikan referensi tambahan mengenai karakter pasangan yang dianggap ideal. Namun demikian, nilai agama yang dimiliki informan sebelumnya tetap menjadi faktor utama yang menentukan penerimaan terhadap konten tersebut. Sementara itu, faktor ekonomi dan penampilan fisik lebih banyak berfungsi sebagai referensi tambahan yang melengkapi gambaran mengenai pasangan ideal.

4. Penutup

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan Penelitian ini menunjukkan

bahwa perspektif mahasiswi FHSIPOL dan FEBIRA UNIMUDA Sorong mengenai suami idaman terbentuk melalui interaksi antara paparan konten TikTok, nilai personal, pengalaman sosial, dan pemahaman keagamaan. Perspektif tersebut mencakup aspek fisik, stabilitas ekonomi, religiusitas, kualitas afektif dan perlakuan interpersonal, serta tanggung jawab. Selain itu, penelitian menemukan empat faktor utama dalam konten TikTok yang berperan dalam pembentukan perspektif tersebut, yaitu penampilan fisik, ekonomi dan keamanan, sikap dan perlakuan terhadap pasangan, serta religiusitas dan nilai personal. Meskipun TikTok berfungsi sebagai sumber referensi mengenai pasangan ideal, informan tidak menerima seluruh representasi media secara pasif, melainkan melakukan proses seleksi dan penafsiran sesuai kebutuhan, pengalaman, dan nilai yang dimiliki. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswi sebagai pengguna TikTok berperan aktif dalam memilih, menggunakan, dan memaknai konten sesuai kebutuhan serta nilai yang dimiliki, sebagaimana dijelaskan dalam Uses and Gratifications Theory.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat pemahaman mengenai peran media sosial sebagai sumber referensi simbolik dalam pembentukan perspektif tentang pasangan hidup. Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan pentingnya sikap kritis dalam mengonsumsi konten media sosial agar ekspektasi terhadap pasangan tetap mempertimbangkan realitas, karakter, dan kesesuaian nilai. Penelitian ini terbatas pada mahasiswi FHSIPOL dan FEBIRA UNIMUDA Sorong dengan pendekatan kualitatif, sehingga temuan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan secara luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan informan yang lebih beragam, memperluas lokasi penelitian, atau menggunakan pendekatan dan teori komunikasi lainnya untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran media sosial dalam pembentukan perspektif tentang pasangan ideal.

Daftar Pustaka

- Asyari, N. P., & Suksmawati, H. (2025). Tren “marriage is scary” di tiktok: Analisis resepsi perempuan generasi Z. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 11(2), 520–530.
- <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/42714>
- Hakim, A. A., Widiyanto, H., & Abqori, N. (2025). Fenomena Tiktok dalam Mempengaruhi Ekspektasi Pernikahan. *J-CEKI: Jurnal Cendikia Ilmiah*, 4(2), 3101–3107.
- Maheswara, R. (2025). *Indonesia masih Jadi Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia pada Oktober 2025*. Dataloka.Id. <https://dataloka.id/humaniora/5190/indonesia-masih-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-pada-oktober-2025/>
- Mansyur, H., Islam, U., Sumatera, N., Rasyid, A., Islam, U., & Sumatera, N. (2026). *Analisis Framing Robert N. Entman dalam Konstruksi Citra Purbaya Yudhi Sadewa pada Media Online Kompas . com*. 136–149.
- Purnama, A. S., Sri, D., Pujihartati, H., & Si, M. (2025). *CHILDFREE DAN KONSEP KELUARGA IDEAL DI INDONESIA*. 1–23.
- Rico Pradana Putra. (2025). *Pengaruh Konten Standar Memilih Pasangan pada Aplikasi TikTok terhadap Persepsi Gen Z (Studi Mahasiswa HKI UIN Malang)*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/81775/>
- Perspektif Mahasiswi Dalam Memilih Kriteria Suami Idaman Berdasarkan Media Sosial Tiktok Studi FHSIPOL dan FEBIRA Unimuda Sorong
e-ISSN 2775-278X