

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah "Pengaruh Berita Perceraian Selebriti di TikTok terhadap Persepsi Marriage is Scary". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana paparan berita mengenai perceraian selebriti—dengan mempertimbangkan dimensi paparan media (frekuensi, durasi, dan atensi) memengaruhi munculnya persepsi *Marriage is Scary* di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan. Pendekatan kuantitatif yang menggunakan teori *Uses-and-Effects* dipilih sebagai metode penelitian. Sampel penelitian terdiri dari 90 responden. Teknik *purposive sampling* digunakan dengan kriteria mahasiswa Ilmu Komunikasi Unpas (Angkatan 2022–2023) dan pengguna aktif TikTok. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi frekuensi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi *Marriage is Scary* (nilai signifikansi: 0,705). Sedangkan, dimensi durasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi *Marriage is Scary* dengan nilai signifikansi $<0,001$ dan koefisien jalur sebesar 0,575. Dimensi atensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi marriage is scary dengan nilai signifikansi 0,039 dan koefisien jalur sebesar 0,248. Secara simultan, frekuensi, durasi dan atensi berpengaruh signifikan terhadap persepsi marriage is scary. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,592 menunjukkan bahwa sebesar 59,2 % dari variasi frekuensi, durasi dan atensi dapat menjelaskan persepsi marriage is scary, sedangkan 40,8% dipengaruhi dari luar penelitian.

Kata kunci: TikTok, Perceraian Selebriti, *Marriage is Scary*

ABSTRACT

The title of this study is "The Influence of Celebrity Divorce News on TikTok on the Perception that 'Marriage is Scary'." The study aims to determine the extent to which exposure to celebrity divorce news—considering the dimensions of media exposure (frequency, duration, and attention)—influences the perception that "marriage is scary" among Communication Science students at Pasundan University. A quantitative approach utilizing Uses-and-Effects theory was selected as the research method. The study sample consisted of 90 respondents. Purposive sampling was employed based on the criteria of being a Communication Science student at Pasundan University (Classes of 2022–2023) and an active TikTok user. Data collection was conducted through observation and the distribution of questionnaires. Data analysis was performed using path analysis with SPSS software. The results indicate that the frequency dimension does not have a significant influence on the perception that "marriage is scary" (significance value: 0.705). Conversely, the duration dimension has a positive and significant influence on the perception that "marriage is scary," with a significance value of <0.001 and a path coefficient of 0.575. The attention dimension also has a positive and significant influence on the perception that "marriage is scary," with a significance value of 0.039 and a path coefficient of 0.248. Simultaneously, frequency, duration, and attention significantly influence the perception that "marriage is scary." The coefficient of determination (0.592) indicates that 59.2% of the variation in the perception that "marriage is scary" can be explained by frequency, duration, and attention, while 40.8% is influenced by factors outside the scope of this study.

Keywords: *TikTok, Celebrity Divorce, Marriage is Scary*

RINGKESAN

Panalitian ieu dijudulan "Pangaruh Paparan Berita Cerai Selebriti dina TikTok kana Persepsi Perkawinan Anu Pikasieuneun" Ulikan ieu miboga tujuan pikeun mikanyaho kasabaran warta talak selebritis kalayan diménsi paparan média (frékuénsi, lilana, jeung perhatian) kana formasi persepsi perkawinan anu pikasieuneun di kalangan mahasiswa élmu komunikasi Universitas Pasundan. Métode panalungtikan anu digunakeun nya éta kuantitatif ngagunakeun tiori ngeunaan kagunaan jeung pangaruh. Sampel panalungtikan nya éta 90 réspodén. Téhnik sampling ngagunakeun purposive sampling kalawan kritéria mahasiswa élmu komunikasi Universitas Pasundan angkatan 2022-2023 jeung pamaké aktif TikTok. Ngumpulkeun data dilaksanakeun ngaliwatan obsérvasi jeung distribusi angkét. Analisis data ngagunakeun analisis jalur kalayan bantuan software SPSS. Hasilna nuduhkeun yén diménsi frékuénsi henteu mangaruhan signifikan kana persepsi perkawinan anu pikasieuneun kalayan nilai signifikansi 0,705. Diménsi durasi miboga pangaruh positif jeung signifikan kana persepsi nikah pikasieuneun kalayan nilai signifikansi <0,001 sarta koefisien jalur 0,575. Diménsi perhatian miboga pangaruh positif jeung signifikan kana persepsi nikah pikasieuneun, kalawan nilai signifikansi 0,039 sarta koefisien jalur 0,248. Dina waktos anu sami, frékuénsi, durasi, sareng perhatian sacara signifikan mangaruhan persepsi perkawinan anu pikasieuneun. Koéfisien determinasi 0,592 nunjukkeun yén 59,2% tina variasi frékuénsi, lilana, jeung perhatian bisa ngajelaskeun persepsi nikah pikasieuneun, sedengkeun 40,8% dipangaruhan ku faktor éksternal.

Kecap Konci: TikTok, Perceraian Selebriti, Marriage is Scary