

PENGARUH *FATHERLESS* TERHADAP *MARITAL ATTITUDE* PADA DEWASA AWAL PENGGUNA TIKTOK DAN INSTAGRAM

Risma Firliana Aan Innayah¹, Itto Nesyia Nasution², Rini Hartati³
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Politik Universitas Abdurrah Pekanbaru
risma.firliana22@student.univrab.ac.id itto.nesyia@univrab.ac.id
rini.hartati@univrab.ac.id

Abstrak

Fenomena *fatherless* di Indonesia semakin mendapat perhatian seiring meningkatnya angka ketidakhadiran ayah dalam keluarga. Kondisi tumbuh tanpa kehadiran figur ayah, baik secara fisik maupun psikologis, berpotensi memengaruhi cara individu memandang pernikahan atau yang dikenal sebagai *marital attitude*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *fatherless* terhadap *marital attitude* pada dewasa awal pengguna TikTok dan Instagram. Sebanyak 270 responden dipilih melalui teknik purposive sampling, terdiri dari 101 laki-laki (37,4%) dan 169 perempuan (62,6%), berusia 18-40 tahun, belum menikah, dan menggunakan TikTok atau Instagram minimal dua jam per hari. Instrumen penelitian menggunakan Skala *Fatherless* yang disusun berdasarkan aspek Lamb et al. (2017) serta General Attitudes Toward Marriage Scale (GATM) yang diadaptasi dari Park dan Rosen (2013). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), sehingga hipotesis diterima. Koefisien korelasi $R = 0,425$ menunjukkan hubungan positif yang sedang, dengan koefisien determinasi $R^2 = 0,181$, artinya *fatherless* berkontribusi sebesar 18,1% terhadap pembentukan *marital attitude*. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *fatherless* yang dialami individu, semakin besar dampaknya terhadap *marital attitude* dewasa awal, khususnya dalam konteks paparan konten pernikahan di media sosial.

Kata kunci: *fatherless*, *marital attitude*, dewasa awal, TikTok, Instagram

Abstract

The phenomenon of fatherless in Indonesia is increasingly gaining attention alongside rising rates of father absence within families. Growing up without a father figure, whether physically or psychologically, potentially influences how individuals perceive marriage, referred to as marital attitude. This study aims to examine the influence of fatherless on marital attitude among emerging adults who use TikTok and Instagram. A total of 270 respondents were selected using a purposive sampling technique, consisting of 101 males and 169 females aged 18- 40 years, unmarried, and using TikTok or Instagram for a minimum of 2 hours per day. Research instruments used a fatherless

Article History

Received: Juli 2026

Reviewed: Juli 2026

Published: Juli 2026

Plagirism Checker No 77

Copyright : Author

Publish by : Liberosis



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

scale developed based on Lamb et al.'s (2017) aspects and the General Attitudes Toward Marriage Scale (GATM) adapted from Park and Rosen (2013). The study employed a quantitative approach with simple linear regression analysis. Hypothesis testing results showed a significance value of 0.000 ($p < 0.05$), thus the hypothesis was accepted. A correlation coefficient of $R = 0.425$ indicates a moderate positive relationship, with a coefficient of determination $R^2 = 0.181$, meaning fatherless contributed 18% to the formation of marital attitude. These findings indicate that the higher the level of fatherless experienced, the greater its impact on emerging adults' marital attitude, particularly in the context of exposure to marriage-related content on TikTok and Instagram.

Keyword: *fatherless, marital attitude, emerging adults, TikTok, Instagram*

PENDAHULUAN

Manusia selalu mengalami pertumbuhan dan perkembangan di setiap fasenya, mulai dari kanak-kanak hingga masa tua. Menurut Hurlock, dewasa awal adalah masa perkembangan manusia yang dimulai dari umur 18-40 tahun (Dwilianto et al., 2024). Masa dewasa awal ditandai dengan tahap seseorang yang mampu berhubungan dan berkomunikasi dalam media sosial. Saat ini media sosial yang paling banyak digunakan oleh dewasa awal adalah TikTok dan Instagram (We Are Social & Meltwater, 2024). Indonesia menduduki peringkat 1 di dunia dalam jumlah pengguna TikTok sebanyak 157,6 juta pengguna (CNN Indonesia, 2024) dan pengguna aktif Instagram mencapai 113 juta pengguna (Kemp, 2023).

Pernikahan menjadi isu yang banyak diperdebatkan di media sosial, seperti usia ideal untuk menikah, ekspektasi dalam rumah tangga, kriteria pasangan hidup, hingga tekanan sosial untuk segera menikah. Tren di TikTok yang disebut Marriage is Scary dengan lebih dari 6.900 postingan menggunakan tagar #marriageisscary mencerminkan kekhawatiran generasi muda terhadap pernikahan (Ardiningrum et al., 2025). Fenomena ini berdampak pada penurunan angka pernikahan di Indonesia; data BPS 2024 menunjukkan jumlah pernikahan mengalami penurunan signifikan menjadi 1.478.302, turun dari 1.577.255 pada tahun 2023 (Badan Pusat Statistik, 2025).

Sikap terhadap pernikahan yang dipengaruhi oleh keyakinan positif atau negatif individu disebut sebagai *marital attitude* (Riggio & Weiser, 2008). *Marital attitude* adalah cara seseorang menilai, memandang, dan mengharapkan pernikahan (Willoughby et al., 2015). Salah satu faktor yang memengaruhi *marital attitude* adalah pengalaman dalam keluarga asal, khususnya kehadiran figur ayah.

Ketidakhadiran peran ayah dalam mengasuh anak disebut dengan *fatherless*, di mana seorang anak hidup hanya bersama dengan ibunya tanpa kehadiran ayah, baik secara fisik maupun psikologis (Fajriyanti & Saputri, 2024). Indonesia menempati posisi ketiga sebagai *fatherless country* di dunia, dengan 20,1% anak tumbuh tanpa sosok ayah (Rosa, 2025). Penelitian Poernomo et al. (2024) menemukan bahwa individu *fatherless* memiliki persepsi negatif terhadap pernikahan akibat pengalaman keluarga yang tidak harmonis.

Penelitian sebelumnya belum secara khusus menganalisis keterkaitan *fatherless* dengan *marital attitude* pada kelompok dewasa awal yang aktif di platform media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *fatherless* terhadap *marital attitude* pada dewasa awal pengguna TikTok dan Instagram.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear sederhana. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria: (1) laki-laki dan perempuan, (2) berusia 18-40 tahun, (3) belum menikah, (4) pengguna aktif TikTok atau Instagram minimal 2 jam per hari, dan (5) mengalami kondisi *fatherless*. Berdasarkan teori Crocker dan Algina (2008), jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah 200 orang. Pada penelitian ini diperoleh sampel sebanyak 270 responden yang tersebar di 15 provinsi di Indonesia.

Instrumen penelitian menggunakan dua alat ukur dengan skala Likert 5 poin. Pertama, Skala *Fatherless* yang dibuat sendiri oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek dari Lamb et al. (2017), yaitu paternal engagement, paternal accessibility, dan paternal responsibility. Skala ini terdiri dari 16 aitem valid dengan koefisien reliabilitas alpha cronbach sebesar 0,984. Kedua, Skala General Attitudes Toward Marriage Scale (GATM) yang diadaptasi dari Park dan Rosen (2013), terdiri dari 10 aitem dengan tiga aspek: positive attitudes, negative attitudes, dan fears/doubts. Reliabilitas aspek positive attitudes sebesar 0,963, negative attitudes sebesar 0,955, dan fears/doubts sebesar 0,945.

Validitas isi menggunakan Content Validity Index (CVI) dengan tiga professional judgment. Seluruh aitem memperoleh nilai I-CVI = 1, menunjukkan bahwa setiap aitem sangat relevan dengan konstruk yang diukur. Uji asumsi dilakukan melalui uji normalitas (skewness kurtosis) dan uji linearitas (deviation from linearity) sebelum pengujian hipotesis.

HASIL PENELITIAN

Subjek dalam penelitian ini sebanyak 270 orang dewasa awal pengguna tiktok dan Instagram dengan deskripsi berikut ini:

Tabel 1. Deskripsi Subjek Penelitian

Kategori	Keterangan	Jumlah subjek	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	101	37,4%
	Perempuan	169	62,6%
Total		270	100%
Durasi	2 jam	43	15,9%
	3 jam	43	15,9%
	4 jam	110	40,7%
	>4 jam	74	27,4%
Total		270	100%

Asal Provinsi	Riau	214	79,3%
	Jakarta	2	0,7%
	Jawa Barat	23	8,5%
	Banten	2	0,7%
	Bengkulu	1	0,4%
	Jawa Tengah	11	4,1%
	NTB	1	0,4%
	NTT	1	0,4%
	Sulawesi Selatan	3	1,1%
	Bangka Belitung	1	0,4%
	Aceh	2	0,7%
	DIY. Yogyakarta	1	0,4%
	Kepri	1	0,4%
	Jambi	1	0,4%
	Total	211	100%

Berdasarkan tabel 1 diatas, penelitian ini melibatkan 270 orang dewasa awal pengguna tiktok dan Instagram, yang terdiri dari 169 perempuan (62,6%) dan 101 laki-laki (37,4%). Berdasarkan durasi penggunaan, mayoritas subjek dengan durasi 2 jam sebanyak 43 subjek dengan persentase 15,9%, durasi 3 jam berjumlah 43 subjek dengan persentase 15,9%, durasi 4 jam berjumlah 110 subjek dengan persentase 40,7%, dan durasi >4 jam berjumlah 74 subjek dengan persentase 27,4%.

Subjek berdasarkan asal provinsi, mayoritas responden berasal dari Riau sebanyak

214 (79,3%).

Tabel 2. Deskripsi Statistik *Fatherless* dan *Marital Attitude*

Variabel	Empirik				Hipotetik			
<i>Fatherless</i>	80	16	46,18	9,03	80		48	10,66
<i>Marital attitude</i>	37	26	30,72	1,93	50	10	30	6,66
<i>Positive Attitudes</i>	20	6	11,65	2,24	20	4	12	2,66
<i>Negative Attitudes</i>	13	6	9,72	1,05	15	3	9	2
<i>Fears/Doubts</i>	12	7	9,35	1,02	15	3	9	2

					<u>Min</u>		
Maks	Min	Mean	SD	<u>Maks</u>	16	Mean	SD

Berdasarkan Tabel 2, mean empirik *fatherless* (46,18) lebih rendah dari mean hipotetik (48), menunjukkan bahwa tingkat *fatherless* subjek cenderung sedang. Sedangkan mean empirik *marital attitude* (30,72) lebih tinggi dari mean hipotetik (30), menunjukkan *marital attitude* subjek cenderung tinggi. Adapun untuk kategorisasi gambaran data skala *fatherless* dan *marital attitude* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Kategorisasi *Fatherless* dan *Marital Attitude*

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase
<i>Fatherless</i>	Rendah ($X < 37$)	50	18,5%
	Sedang ($38 \leq X < 58$)	197	73,0%
	Tinggi ($X \geq 58$)	23	8,5%
	Total	270	100%
<i>Marital attitude</i>	Rendah ($X < 23$)	0	0%
	Sedang ($24 \leq X < 36$)	269	99,6%
	Tinggi ($X \geq 37$)	1	0,4%
	Total	270	100%

Berdasarkan tabel 3. Berdasarkan Tabel 3, sebagian besar responden berada pada kategori *fatherless* sedang (73%), dan kategori *marital attitude* sedang (99,6%). Ini menunjukkan bahwa kondisi *fatherless* dan *marital attitude* pada kelompok dewasa awal pengguna TikTok dan Instagram sebagian besar berada pada tingkat sedang.

Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti melakukan uji asumsi terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas yang dijadikan sebagai syarat dalam menentukan uji hipotesis. Peneliti melakukan uji normalitas untuk mengetahui distribusi sebaran data apakah sudah menyebar secara normal atau tidak (Sugiyono, 2013). Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik *skewness kurtosis*. Berdasarkan ketentuan *skewness* dan *kurtosis* dianggap normal apabila nilai *skewness* terletak antara -2 hingga 2, serta nilai *kurtosis* -7 hingga 7. Hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

No	Variabel	Skewness	Kurtosis	Keterangan
1.	<i>Fatherless</i>	0,123	0,486	Normal
2.	<i>Marital attitude</i>	-0,097	-0,003	Normal

Berdasarkan tabel 4. di atas, variabel *fatherless* memiliki *skewness* 0,123 dengan *kurtosis* 0,486, sedangkan variabel *marital attitude* memiliki *skewness* -0,097 dan *kurtosis* -0,003, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal. Kemudian, uji linearitas untuk Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan linier atau tidak secara signifikan (Sugiyono, 2019). Uji linieritas menggunakan Program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 25.0 untuk Windows. Hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Linearity	Deviation From Keterangan Linearity	
<i>Fatherless * Marital attitude</i>	0,000	0,527	Linear

Berdasarkan Tabel 5, nilai linearity 0,000 ($p < 0,05$) dan deviation from linearity 0,527 ($p > 0,05$), sehingga disimpulkan terdapat hubungan yang linear antara *fatherless* dan *marital attitude*.

Langkah selanjutnya, peneliti melakukan uji hipotesis menggunakan teknik korelasi *product moment*. Hasilnya bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis Pearson Product Moment

Variabel	R	R Square	Sig.
<i>Fatherless</i> → <i>Marital attitude</i>	0,425	0,181	0,000

Berdasarkan Tabel 6, nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yakni terdapat pengaruh *fatherless* terhadap *marital attitude*. Koefisien korelasi $R = 0,425$ menunjukkan hubungan positif yang sedang, dan $R^2 = 0,181$ berarti *fatherless* berkontribusi sebesar 18% terhadap pembentukan *marital attitude*, sementara 82% dipengaruhi oleh faktor lain.

DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *fatherless* dengan *marital attitude* pada dewasa awal pengguna TikTok dan Instagram. Hasil penelitian menunjukkan hipotesis diterima dengan arah hubungan positif. Semakin tinggi *fatherless*, maka semakin tinggi pula dampaknya terhadap *marital attitude* pada dewasa awal pengguna TikTok dan Instagram; sebaliknya, semakin rendah *fatherless*, maka *marital attitude* pada dewasa awal semakin rendah pula.

Penelitian sebelumnya oleh Poernomo et al. (2024) menyebutkan bahwa individu yang mengalami *fatherless* cenderung memiliki persepsi negatif terhadap pernikahan akibat pengalaman keluarga yang tidak harmonis. Sejalan dengan temuan ini, Mustafa et al. (2023) juga menemukan bahwa subjek yang mengalami kecemasan terhadap pernikahan disebabkan

oleh trauma dari pengalaman berkaitan dengan figur ayah mereka. Individu yang mengalami *fatherless* pada tingkat yang lebih tinggi cenderung memiliki *marital attitude* yang lebih dipengaruhi oleh pengalaman negatif tersebut.

Lamb et al. (2017) menyatakan bahwa *fatherless* mencakup tiga aspek utama: paternal engagement, paternal accessibility, dan paternal responsibility. Terkait paternal engagement, penelitian Putri dan Suparman (2024) menjelaskan bahwa keterlibatan langsung ayah memiliki korelasi positif terhadap preferensi pemilihan pasangan. Anak yang mengalami minimnya interaksi dengan figur ayah kehilangan kesempatan penting untuk belajar mengenai pola komunikasi, ekspresi emosi, dan dinamika hubungan dalam keluarga yang kelak menjadi referensi dalam membentuk *marital attitude*.

Felincia et al. (2010) menemukan hubungan positif antara kesiapan menikah dengan persepsi paternal accessibility dalam pengasuhan. Rendahnya aksesibilitas ayah dalam kehidupan subjek berkontribusi terhadap terbentuknya *marital attitude* yang lebih penuh keraguan. McLanahan et al. (2013) menegaskan bahwa emotional absence merupakan salah satu dampak terbesar *fatherless* yang paling signifikan terhadap perkembangan emosional anak, meskipun tidak selalu tampak secara kasat mata.

Bowlby dalam Mikulincer (2020) menyatakan bahwa ketika figur ayah tidak hadir dalam kehidupan anak, baik secara fisik maupun emosional, anak cenderung mengembangkan insecure attachment, yang berdampak pada sikap dan ekspektasi negatif terhadap hubungan romantis dan pernikahan. Bandura dalam McLeod (2025) melalui social learning theory menjelaskan bahwa individu yang tidak memiliki model peran positif dari figur ayah akan mengisi kekosongan tersebut dengan referensi dari lingkungan sekitarnya, termasuk konten media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *fatherless* responden mayoritas berada pada kategori sedang (73%), namun tetap berkontribusi terhadap *marital attitude*. Guardia et

al. (2014) menegaskan bahwa meskipun *fatherless* tidak selalu berada pada level ekstrem, dampaknya terhadap *marital attitude* tetap signifikan karena bersifat kumulatif sepanjang perkembangan individu. Sementara itu, *marital attitude* responden mayoritas berada pada kategori sedang (99,6%), mencerminkan kondisi ambivalen antara harapan terhadap pernikahan dan keraguan akibat pengalaman *fatherless*.

Penelitian ini melibatkan mayoritas responden perempuan (62,6%), yang sejalan dengan Guardia et al. (2014) yang menyatakan bahwa *fatherless* berkorelasi lebih kuat dengan *marital attitude* negatif pada anak perempuan. Figur ayah memiliki peran penting sebagai model relasi laki-laki pertama bagi anak perempuan, sehingga ketidakhadiran atau keterlibatan yang minim dari ayah dapat memengaruhi ekspektasi mereka terhadap pasangan hidup dan pernikahan secara keseluruhan. Sementara itu, Usmi et al. (2025) menemukan bahwa wanita di Indonesia menunda pernikahan karena tekanan dari berbagai sumber, di antaranya kurang siap secara mental dan risiko perceraian, yang keduanya berkaitan erat dengan pengalaman *fatherless*.

Paparan media sosial TikTok dan Instagram juga berperan memperkuat dampak *fatherless* terhadap *marital attitude*. Konten bertema marriage is scary yang viral di TikTok mencerminkan kekhawatiran generasi muda terhadap pernikahan (Ardiningrum et al., 2025). Individu yang sudah memiliki kerentanan akibat pengalaman *fatherless* cenderung lebih rentan terhadap pengaruh konten negatif tersebut. Hal ini sesuai dengan social learning theory Bandura dalam McLeod (2025), di mana individu yang tidak memiliki model peran positif dari figur ayah akan lebih mudah menyerap narasi negatif tentang pernikahan dari media sosial.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *fatherless* terhadap *marital attitude* pada dewasa awal pengguna TikTok dan Instagram, dengan kontribusi sebesar 18%. Semakin tinggi tingkat *fatherless* yang dialami, semakin tinggi pula dampaknya terhadap pembentukan *marital attitude*. Temuan ini menegaskan bahwa *fatherless* bukan sekadar persoalan struktural keluarga, tetapi juga berdampak pada cara individu

memandang dan menilai pernikahan sebagai institusi, yang diperparah oleh paparan konten negatif di media sosial.

Bagi institusi, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam pengembangan program konseling dan edukasi pra-nikah yang mempertimbangkan latar belakang *fatherless*. Bagi dewasa awal yang mengalami *fatherless*, disarankan untuk mencari dukungan profesional dan lebih kritis dalam memahami konten media sosial tentang pernikahan. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel mediator atau moderator lain seperti intensitas penggunaan media sosial, gaya kelekatan dewasa, dan regulasi emosi yang memengaruhi hubungan *fatherless* dengan *marital attitude*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiningrum, N., Fatgehipon, A. H., & Martini. (2025). Fenomena "Marriage is Scary" di Tiktok dan Implikasinya terhadap Persepsi Pernikahan pada Kalangan Mahasiswi. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 10(2), 1-11.
- Arsyia, F., & Aji, N. U. (2023). Dampak *Fatherless* Terhadap Karakter Anak Dalam Pandangan Islam. *Abata: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 3(1), 2028.
- Aulia, A. P., Santoso, M. B., & Apsari, N. C. (2025). Persepsi pernikahan pada perempuan dewasa muda sebagai implikasi dari fenomena *fatherless*. 173185.
- Badan Pusat Statistik. (2025). Nikah dan Cerai Menurut Provinsi (kejadian), 2024.
- CNN Indonesia. (2024). Indonesia Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia, Kalahkan AS hingga Rusia.
- Dwilianto, R., Matondang, A. U., & Yarni, L. (2024). Perkembangan masa dewasa awal. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 8816-8827.
- Fitriani, N. (2023). *Marital attitude* mahasiswa ditinjau dari kondisi pernikahan orang tua. *Psikoislamika: Jurnal Psikologi Dan Psikologi Islam*, 20(1), 516525.
- Guardia, A. C. L., Nelson, J. A., & Lertora, I. M. (2014). The Impact of Father Absence on Daughter Sexual Development and Behaviors: Implications for Professional Counselors. *The Family Journal*, 22(3), 339-346.
- Kemp, S. (2023). Digital 2023: Indonesia. DataReportal.
- Lamb, M. E., Pleck, J. H., Charnov, E. L., & Levine, J. A. (2017). Paternal behavior in humans. *Integrative and Comparative Biology*, 25(3), 883-894.
- Listiya Ismi Amaliya, Christiana Hari Soetjningsih, & Ratriana Yulastuti Endang Kusumiati. (2025). Antara Harapan Dan Ketakutan: Persepsi Wanita *Fatherless* Terhadap Pernikahan. *Media Bina Ilmiah*, 19(11), 6195-6212.
- McLanahan, S., Tach, L., & Schneider, D. (2013). The causal effects of father absence. *Annual Review of Sociology*, 39, 399-427.

- Mosko, J. E., & Pistole, M. C. (2010). Attachment and Religiousness: Contributions to Young Adult *Marital attitudes* and Readiness. *The Family Journal*, 18(2).
- Mustafa, K., Hartono, R., Khoirunnisa, S., & Junaidin. (2023). Kecemasan terhadap Pernikahan pada Perempuan Dewasa Awal yang Mengalami *Fatherless*. *Journal on Education*, 05(04), 16649-16658.
- Nabila, N., & Aditya, Y. (2022). Perbandingan *Marital attitudes* Antara Dewasa Muda Dari Keluarga Utuh Dan Bercerai. *Jurnal EMPATI*, 11(2), 80-90.
- Park, S. S., & Rosén, L. A. (2013). The Marital Scales: Measurement of Intent, Attitudes, and Aspects Regarding Marital Relationships. *Journal of Divorce and Remarriage*, 54(4), 295-312.
- Poernomo, M., Pratiwi, M. R., & Yusriana, A. (2024). Phenomenological Study of *Fatherlessness* in the Lives of Daughters. *Jurnal Ilmu Sosial*, 23(1), 1-15.
- Putri Fajriyanti, A., & Saputri, D. (2024). Fenomena *Fatherless* di Indonesia. *IJSS*, 7(1), 94-99.
- Riggio, H. R., & Weiser, D. A. (2008). Attitudes toward marriage: Embeddedness and outcomes in personal relationships. *Personal Relationships*, 15(1), 123-140.
- Rosa, N. (2025). 15,9 Juta Anak Indonesia Tumbuh Tanpa Sosok Ayah, Ini Dampak Psikologisnya. *Detik Kalimantan*.
- Usmi, R. S., et al. (2025). Faktor Penyebab Wanita Menunda Pernikahan di Indonesia. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 6(1), 18-26.
- We Are Social & Meltwater. (2024). Digital 2024: 5 Billion Social Media Users.
- Willoughby, B. J., Hall, S. S., & Luczak, H. P. (2015). Marital Paradigms: A Conceptual Framework for *Marital attitudes*, Values, and Beliefs. *Journal of Family Issues*, 36(2), 188-211.
- Wulandari, H., & Shafarani, M. U. D. (2023). Dampak *Fatherless* Terhadap