

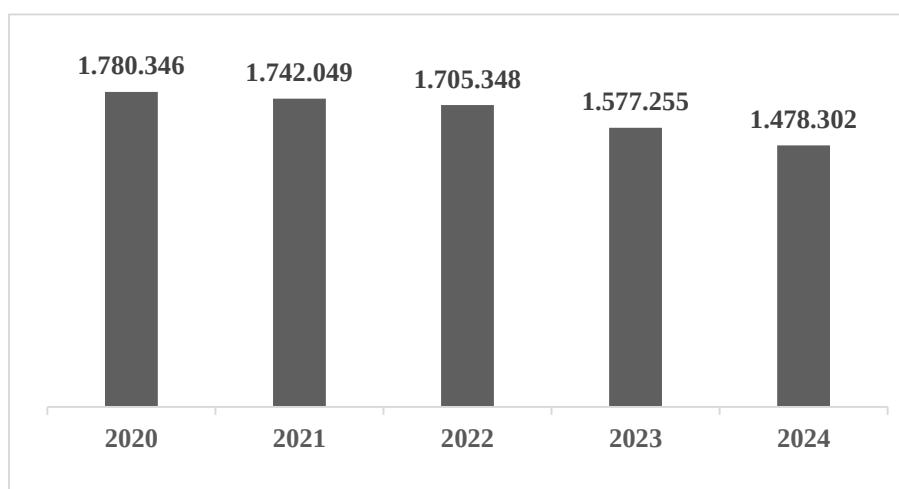
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pernikahan merupakan salah satu institusi sosial yang telah lama menjadi bagian tak terpisahkan dari struktur masyarakat. Bagi masyarakat Indonesia, pernikahan tidak hanya berfungsi sebagai ikatan antara dua orang, tetapi juga sebagai wujud dari nilai budaya, kepercayaan agama, dan norma sosial yang dijaga. Melalui pernikahan, individu tidak hanya memenuhi kebutuhan emosional dan sosial, tetapi juga melanjutkan keturunan, memperkuat ikatan keluarga besar, serta membangun tatanan sosial yang stabil. Dengan kata lain, pernikahan dipandang sebagai bagian dari siklus kehidupan yang ideal, dan menjadi penanda kedewasaan serta pencapaian dalam hidup seseorang.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, terjadi perubahan signifikan dalam pandangan masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap institusi pernikahan. Penurunan angka pernikahan secara nasional menunjukkan adanya pergeseran dalam cara individu memaknai pernikahan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pernikahan di Indonesia menunjukkan tren menurun Seperti pada grafik dibawah ini :



Gambar 1. 1 Jumlah Pernikahan di Indonesia 5 Tahun Terakhir

Sumber: Badan Pusat Statistika (Diolah Peneliti 2025)

Pada tahun 2024, tercatat hanya sekitar 1,48 juta pernikahan, jumlah ini terus menurun dibandingkan tahun-tahun sebelumnya dan menjadi salah satu angka terendah dalam satu dekade terakhir (Statistik, 2025). Fenomena ini tentu menarik untuk ditelaah lebih jauh karena menyiratkan adanya dinamika sosial yang kompleks di balik angka-angka tersebut, ini juga mengindikasikan adanya pergeseran cara pandang terhadap institusi pernikahan, khususnya di kalangan generasi muda. Banyak dari mereka mulai mempertanyakan urgensi pernikahan di tengah tantangan hidup modern. Beberapa faktor struktural seperti kondisi ekonomi, ketidakpastian karier, meningkatnya usia produktif untuk pendidikan dan pekerjaan, serta biaya hidup yang semakin tinggi kerap disebut sebagai penyebab utama mengapa banyak individu, terutama generasi muda, menunda atau bahkan enggan untuk menikah (Ningtias, 2022). Selain itu juga, fenomena ini tidak bisa dilepaskan dari berbagai perubahan sosial, ekonomi, dan budaya. Salah satu faktor yang memengaruhi perubahan tersebut adalah perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial (Fikri et al., 2024).

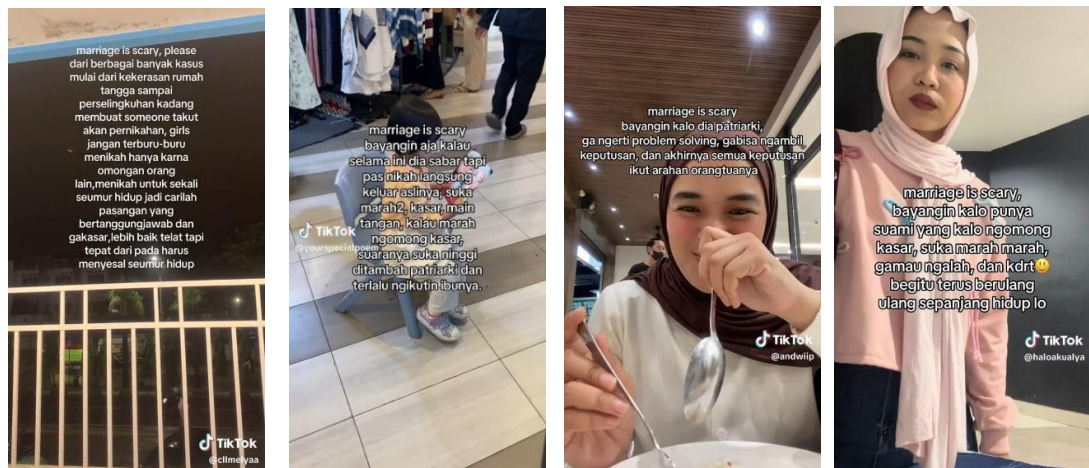
Teknologi komunikasi, menurut Marshall McLuhan, tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membentuk cara manusia berpikir dan berperilaku. Dalam teorinya *The Medium is the Message*, McLuhan menekankan bahwa media bukan hanya alat, tetapi elemen yang membentuk budaya dan interaksi manusia. Dalam konteks media sosial, McLuhan akan melihatnya sebagai perpanjangan dari teknologi komunikasi yang mengubah interaksi manusia menjadi lebih instan, personal, dan global (Nurudin, 2014).

Perkembangan teknologi informasi dan masifnya penggunaan media sosialam dekade terakhir turut memperkuat dan menyebarluaskan narasi-narasi seputar ketakutan terhadap pernikahan. Salah satu media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik, khususnya di kalangan generasi muda, adalah TikTok. Indonesia menjadi pengguna TikTok terbanyak kedua secara global setelah Amerika Serikat (World Population Review, 2024). Selain itu juga, TikTok menempati posisi strategis sebagai platform favorit di kalangan anak muda, terutama bagi pengguna usia 18-24 tahun (Statista, 2024). TikTok hadir sebagai platform berbasis video singkat yang memungkinkan pengguna

untuk mengekspresikan diri secara bebas, menyampaikan opini, membagikan pengalaman, serta merespons isu-isu sosial yang tengah ramai diperbincangkan. Dengan algoritma yang bersifat *personalized*, TikTok menjadi sarana yang sangat efektif dalam menyebarkan pesan atau narasi tertentu kepada khalayak luas (Chandra, 2023).

Di tengah populernya TikTok, muncul pula tren konten bertema pernikahan, salah satunya tren yang cukup mencolok adalah narasi *Marriage is Scary* atau “pernikahan itu menakutkan”. Narasi ini hadir dalam berbagai bentuk mulai dari cuplikan video pengalaman pribadi, sketsa komedi, kutipan percakapan, hingga konten reaksi terhadap berita atau tren pernikahan yang dianggap tidak realistis. Narasi ini juga menggambarkan pernikahan sebagai sesuatu yang menakutkan, penuh tekanan, dan bahkan merugikan, terutama bagi perempuan. Konten yang menampilkan cerita-cerita negatif tentang kehidupan rumah tangga, kekerasan dalam rumah tangga, beban mental ibu rumah tangga, hingga pengalaman *toxic marriage*. Banyak dari konten ini menjadi viral, menandakan bahwa narasi tersebut memiliki daya tarik yang besar di kalangan audiens muda.

Berikut adalah contoh narasi *Marriage is Scary* pada konten Tiktok,



Gambar 1. 2 Contoh Konten Narasi *Marriage is Scary*

Sumber: Aplikasi TikTok (Diakses pada 20 Januari 2025)

Meski sebagian konten tersebut disampaikan secara ringan dan menghibur, namun dalam jangka panjang, intensitas dan frekuensi paparan terhadap konten semacam ini dapat membentuk persepsi kolektif bahwa pernikahan adalah

sesuatu yang membebani, tidak menyenangkan, bahkan harus dihindari. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori kultivasi yang dikembangkan oleh George Gerbner 1998, bahwa paparan media yang berulang terhadap topik tertentu dalam jangka panjang dapat memengaruhi cara seseorang memahami kenyataan sosial, hingga akhirnya membentuk pandangan yang berbeda dari realitas yang sebenarnya (Nurudin, 2014). Artinya, meskipun konten yang ditonton bersifat ringan atau sarkastik, konsistensi tema yang menggambarkan pernikahan secara negatif dapat menciptakan realitas baru dalam benak audiens, di mana pernikahan tidak lagi dipersepsikan sebagai institusi yang sakral dan penting, melainkan sebagai sumber beban dan ketidakbahagiaan. Dengan demikian, media sosial seperti TikTok bukan hanya menjadi ruang ekspresi personal, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk pola pikir kolektif, termasuk dalam membangun ketakutan terhadap pernikahan di kalangan generasi muda.

Generasi muda, sebagai konsumen utama media sosial, sangat mungkin terpapar dan terdampak oleh narasi semacam ini (Social, 2024). Beberapa penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi penggunaan media sosial secara umum, tetapi penelitian yang secara spesifik menyoroti tren viral, seperti *Marriage is Scary*, terhadap redefinisi konsep hubungan dan komitmen perilaku generasi muda masih terbatas. Sebagian besar studi terfokus pada penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dan interaksi sosial, namun belum banyak yang mengeksplorasi bagaimana tren khusus dapat memengaruhi persepsi terhadap topik sensitif seperti pernikahan. Misalnya penelitian Fikri et al., (2024), mengungkapkan bahwa media sosial berperan sebagai ruang untuk mengungkapkan perasaan dan pengalaman terkait pernikahan, khususnya bagi perempuan yang merasakan kecemasan terhadap komitmen jangka panjang. Data dari Google Trends juga mendukung temuan ini dengan menunjukkan lonjakan pencarian yang signifikan terkait dengan topik pernikahan yang mengandung nuansa ketakutan atau keraguan.

Selain itu juga, ada penelitian dari Azizah et al., (2025) menunjukan hasil penelitian bahwa kekhawatiran terhadap *Marriage is Scary* dipengaruhi

oleh faktor internal seperti trauma dan kurangnya pemahaman, serta faktor eksternal seperti pengaruh media sosial, budaya patriarki, dan kondisi ekonomi. Untuk mengatasi hal ini, dilakukan berbagai strategi yang meliputi pendidikan pra-pernikahan, pengerjaan program edukasi yang melibatkan media digital, serta pendekatan yang alami dan contextual. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kesiapan mental dan memperbaiki persepsi generasi muda terhadap pernikahan, sehingga mereka lebih percaya diri dan siap menjalani kehidupan berkeluarga.

Muncul pernyataan dalam beberapa diskusi daring seperti “lihat orang lain saja sudah takut nikah,” atau “nggak mau nikah daripada sengsara,” seperti salah satu komentar dalam akun @zalfanadhiraa yang mengupload konten tentang *Marriage Is Scary* dimana ini menunjukkan adanya kecenderungan untuk menjadikan narasi negatif di media sosial sebagai acuan atau pembenaran untuk menjauhi institusi pernikahan. Narasi tersebut tidak hanya dikonsumsi secara pasif, melainkan juga dijadikan bahan refleksi, hiburan, bahkan justifikasi terhadap pilihan hidup.

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting: sejauh mana narasi *Marriage is Scary* ini membentuk persepsi generasi muda terhadap pernikahan? Apakah konten-konten semacam ini hanya sekadar hiburan yang sifatnya temporer, ataukah konsumsi konten-konten semacam ini berkontribusi terhadap pembentukan ketakutan terhadap pernikahan, dan bagaimana proses tersebut berlangsung?

Diperlukan pendekatan, untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan ini yang mampu menjangkau dimensi kuantitatif dari konten media sosial. Oleh karena itu, analisis isi kuantitatif menjadi metode yang relevan. Analisis isi kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan mengkategorikan elemen-elemen narasi dalam konten TikTok, sehingga dapat terlihat pola atau kecenderungan tertentu. Melalui metode ini, konten-konten bertema *Marriage is Scary* dapat dianalisis berdasarkan frekuensi kemunculan kata kunci, tema dominan, jenis konten, serta motif yang muncul secara berulang.

Namun, untuk memahami mengapa narasi tersebut muncul dan terus berkembang, tidak cukup hanya dengan melihat isi kontennya. Diperlukan pemahaman tentang motif dan kebutuhan pengguna media dalam membuat dan mengonsumsi konten tersebut. Di sinilah relevansi dari teori *Uses And Gratifications* muncul. Teori ini menekankan bahwa audiens bukanlah pihak yang pasif dalam mengonsumsi media, melainkan individu yang aktif mencari media sesuai dengan kebutuhan dan gratifikasi yang mereka harapkan (Karunia., et al 2021). Dalam narasi *Marriage is Scary* pada teori tersebut berdasarkan kebutuhan pengguna TikTok mencari hiburan, validasi diri, interaksi sosial, serta informasi seputar pandangan terhadap pernikahan.

Penelitian ini juga penting karena fenomena ketakutan terhadap pernikahan tidak lagi berada dalam ranah privat, tetapi telah menjadi bagian dari wacana publik yang sangat aktif diperbincangkan di ruang digital. Oleh karena itu, memahami bagaimana narasi ini dibentuk, didistribusikan, dan diterima oleh pengguna media sosial merupakan langkah penting dalam membaca perubahan sosial yang sedang terjadi, terutama di kalangan generasi muda.

Narasi *Marriage is Scary* yang berkembang di TikTok tidak dapat dipandang sebagai sesuatu yang remeh atau sekadar tren viral sesaat. Fenomena ini mencerminkan bagaimana nilai-nilai sosial, ketegangan budaya, dan dinamika psikologis generasi muda terus bergeser seiring perkembangan zaman. Di tengah masyarakat digital yang serba cepat dan terhubung, narasi seperti ini punya daya untuk membentuk opini, memicu perbincangan kolektif, dan bahkan memengaruhi cara individu menjalani hidup sosialnya.

Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana ruang digital tidak hanya menjadi tempat berbagi konten, tetapi juga arena terbentuknya makna, sikap, dan perubahan sosial yang lebih luas. Maka dari itu, berdasarkan permasalahan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Menakar Tren *Marriage is Scary* dalam Media Sosial TikTok”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, yang menjadi landasan peneliti untuk dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut, "Bagaimana tren narasi *Marriage is Scary* membentuk persepsi pada generasi muda melalui media sosial TikTok ?"

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tren narasi *Marriage is Scary* membentuk persepsi pada generasi muda melalui media sosial TikTok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Memahami pengaruh media sosial terhadap pandangan generasi muda tentang pernikahan.
2. Memperkaya literatur komunikasi tentang tren viral dan dampaknya pada nilai sosial..

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Mendukung kebijakan edukasi tentang pernikahan dan komitmen.
2. Membantu individu dan pembuat konten lebih bijak menyikapi narasi media sosial.