

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak dahulu, pernikahan dipandang sebagai salah satu institusi sosial yang memiliki nilai penting dalam masyarakat Indonesia. Pernikahan tidak hanya dimaknai sebagai hubungan antara dua individu, tetapi juga sebagai simbol kedewasaan, tanggung jawab sosial, serta proses pembentukan keluarga dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam budaya Indonesia, pernikahan sering dianggap sebagai tahap kehidupan yang ideal dan diharapkan untuk dicapai ketika seseorang telah memasuki usia dewasa. Nilai-nilai mengenai pernikahan tersebut diwariskan melalui keluarga, lingkungan sosial, maupun budaya yang berkembang di masyarakat.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir mulai terlihat adanya pergeseran cara pandang generasi muda terhadap pernikahan. Dewasa awal saat ini cenderung lebih berhati-hati dan kritis dalam memandang hubungan serta komitmen jangka panjang. Pernikahan tidak lagi dipandang hanya sebagai kewajiban sosial, melainkan sebagai keputusan besar yang harus dipersiapkan secara emosional, mental, maupun finansial. Pergeseran tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti perubahan nilai sosial, pengalaman relasi, kondisi ekonomi, hingga perkembangan media sosial yang menghadirkan berbagai diskursus baru mengenai hubungan dan kehidupan rumah tangga.

Sejalan dengan perubahan cara pandang tersebut, data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa jumlah pernikahan di Indonesia mengalami kecenderungan menurun. Jumlah pernikahan di Indonesia menurun dari 2,11 juta pernikahan pada tahun 2014 menjadi 1,48 juta pernikahan pada tahun 2024. Meskipun sempat mengalami peningkatan pada tahun 2017 dan 2018, secara umum angka pernikahan menunjukkan kecenderungan menurun dari tahun ke tahun. Pada periode yang lebih mutakhir, jumlah pernikahan tercatat sebanyak 1,74 juta pada tahun 2021, kemudian menurun menjadi 1,71 juta pada tahun 2022, 1,58 juta pada tahun 2023, dan kembali menurun menjadi 1,48 juta pada tahun 2024.

Selain itu, fenomena menunda pernikahan pada generasi muda juga semakin banyak ditemukan. Generasi muda saat ini cenderung lebih memprioritaskan pendidikan, karier, kestabilan ekonomi, kesehatan mental, dan pengembangan diri sebelum memutuskan menikah. Menurut Riska dan Khasanah (2025), generasi muda cenderung mengutamakan kesiapan emosional dan finansial sebelum membentuk komitmen jangka panjang dalam pernikahan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pernikahan kini tidak lagi dimaknai sekadar sebagai tuntutan sosial, tetapi sebagai keputusan personal yang memerlukan kesiapan secara menyeluruh.

Penelitian Adilah Nurviana dan Wiwin Hendriani (2021) mengenai makna pernikahan pada generasi milenial yang menunda pernikahan dan memutuskan tidak menikah juga menunjukkan bahwa sebagian individu mulai memandang pernikahan secara lebih kompleks. Pernikahan tidak lagi dianggap sebagai satu-

satunya tujuan hidup, melainkan sebagai pilihan yang harus dipertimbangkan berdasarkan kesiapan mental, pengalaman hidup, dan kondisi sosial ekonomi. Kondisi tersebut menunjukkan adanya perubahan nilai dan pandangan terhadap institusi pernikahan pada generasi muda saat ini.

Di antara berbagai platform media sosial, TikTok menjadi salah satu media yang paling aktif dalam membentuk dan menyebarkan berbagai diskursus mengenai hubungan dan pernikahan. TikTok memungkinkan pengguna memproduksi serta mengonsumsi video pendek dengan cepat melalui sistem algoritma *For You Page* (FYP). Algoritma tersebut membuat pengguna terus menerima konten yang sesuai dengan minat dan interaksi mereka sebelumnya. Melalui mekanisme tersebut, berbagai narasi mengenai hubungan, perceraian, *toxic relationship*, perselingkuhan, hingga ketakutan terhadap pernikahan menjadi mudah tersebar dan dikonsumsi secara luas oleh pengguna media sosial, khususnya kelompok dewasa awal (Azhar & Teguh, 2025).

Salah satu fenomena yang berkembang di TikTok adalah munculnya konten bertema *Marriage is scary*. Konten *Marriage is scary* di TikTok umumnya menampilkan narasi mengenai berbagai kemungkinan permasalahan yang mungkin atau sudah terjadi dalam kehidupan pernikahan. Narasi tersebut biasanya disajikan dalam bentuk video pendek yang diawali dengan kalimat "*Marriage is scary*", kemudian dilanjutkan dengan skenario melalui frasa "*What if...*" atau "Bayangkan kalau...". Melalui pola tersebut, kreator konten menggambarkan berbagai kekhawatiran dalam rumah tangga, seperti konflik pasangan, perselingkuhan,

ketimpangan peran, kurangnya dukungan emosional, tekanan ekonomi, hingga ketidaksiapan mental dalam menjalani pernikahan.

Beberapa konten juga mengaitkan narasi *Marriage is scary* dengan pengalaman pribadi, cerita orang terdekat, maupun potongan kasus yang bersumber dari media lain, seperti berita perceraian, kasus kekerasan rumah tangga, maupun persoalan relasi dalam keluarga. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang baru bagi generasi muda untuk mendiskusikan persoalan hubungan dan pernikahan secara lebih terbuka. Berbagai pengalaman personal yang dibagikan pengguna TikTok membuat konten *Marriage is scary* dianggap memiliki keterkaitan oleh sebagian audiens, terutama mereka yang memiliki pengalaman emosional tertentu atau pernah melihat konflik rumah tangga di lingkungan sekitarnya.

Perkembangan konten *Marriage is scary* juga menunjukkan adanya diskursus budaya digital mengenai pernikahan di media sosial. Narasi mengenai ketakutan terhadap pernikahan tidak hanya diproduksi oleh kreator konten tertentu, tetapi terus direproduksi oleh pengguna lain melalui komentar, pengalaman pribadi, maupun respon terhadap fenomena rumah tangga yang viral di media sosial. Dalam konteks media sosial, TikTok tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga ruang produksi makna mengenai relasi, komitmen, dan pernikahan. Nabilah (2024) menunjukkan bahwa hashtag #MarryIsScary di TikTok berperan dalam memperkuat wacana kecemasan generasi muda terhadap pernikahan. Putri (2025) juga menjelaskan bahwa narasi *Marriage is scary* berkaitan dengan pengalaman

personal, tekanan sosial, trauma, serta perubahan cara pandang generasi muda terhadap relasi. Sementara itu, Langlais et al. (2024) menegaskan bahwa TikTok menjadi bagian dari praktik komunikasi dewasa awal dalam memahami hubungan romantis, termasuk sebagai ruang berbagi pengalaman, mencari nasihat, dan membandingkan standar relasi.

Berdasarkan observasi awal peneliti melalui wawancara singkat dengan beberapa pengguna TikTok, ditemukan bahwa audiens memberikan tanggapan yang berbeda terhadap konten *Marriage is scary*. Sebagian audiens menganggap konten tersebut sebagai bentuk *self awareness* dan pembelajaran sebelum memasuki jenjang pernikahan. Audiens menilai bahwa konten tersebut dapat meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya kesiapan emosional, komunikasi, serta kemampuan memilih pasangan yang tepat dalam hubungan. Namun, sebagian audiens lainnya memandang bahwa konten tersebut terlalu menggeneralisasi kehidupan rumah tangga dan cenderung membangun stigma negatif terhadap pernikahan.

Perbedaan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa audiens tidak bersifat pasif dalam menerima pesan media, melainkan melakukan proses pemaknaan sesuai dengan pengalaman, latar belakang sosial, nilai, dan kondisi psikologis yang dimiliki masing-masing individu. Oleh karena itu, fenomena ini menarik untuk dikaji menggunakan teori resepsi Stuart Hall yang memandang audiens sebagai pihak aktif dalam memaknai pesan media. Menurut Stuart Hall, audiens dapat berada pada posisi *dominant hegemonic*, *negotiated*, maupun *oppositional* dalam

menerima pesan media, tergantung pada pengalaman dan konteks sosial yang dimiliki masing-masing individu.

Fenomena ini menjadi menarik untuk diteliti karena dewasa awal merupakan kelompok usia yang berada pada fase perkembangan menuju hubungan intim dan komitmen jangka panjang. Menurut Hurlock (2017), masa dewasa awal berada pada rentang usia 21–40 tahun, yaitu fase ketika individu mulai menghadapi persoalan mengenai hubungan, keluarga, dan pernikahan. Pada fase ini, individu mulai membangun pandangan yang lebih serius mengenai komitmen dan kehidupan rumah tangga, baik berdasarkan pengalaman pribadi maupun pengaruh lingkungan sosial dan media.

Penelitian sebelumnya mengenai fenomena *Marriage is scary* umumnya lebih banyak membahas tren ketakutan terhadap pernikahan pada generasi muda, khususnya individu yang belum menikah. Penelitian Harvina Putri (2025) berjudul *Marriage is scary Trend: Narratives of Fear of Marriage for Women* misalnya, lebih berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi ketakutan perempuan terhadap pernikahan sebagai fenomena budaya populer di media sosial. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengalaman pribadi, trauma, media sosial, dan perubahan sosial budaya memengaruhi persepsi perempuan terhadap narasi *Marriage is scary*.

Selain itu, penelitian sebelumnya masih cenderung memfokuskan pada audiens yang belum menikah. Sementara itu, penelitian yang melihat bagaimana audiens dewasa awal dengan latar belakang status hubungan yang berbeda, seperti

individu yang telah menikah, pernah bercerai, memilih melajang, maupun yang belum menikah memaknai konten *Marriage is scary* masih relatif terbatas. Padahal, perbedaan pengalaman hidup dan status hubungan dapat memengaruhi cara audiens dalam memahami serta menafsirkan pesan media.

Lebih lanjut lagi sebagian besar penelitian sebelumnya juga lebih banyak melihat fenomena *Marriage is scary* dari sisi isi pesan dan faktor penyebab ketakutan terhadap pernikahan. Penelitian yang secara khusus membahas bagaimana audiens dewasa awal memaknai konten *Marriage is scary* melalui perspektif resepsi di media sosial masih belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya melihat bagaimana proses pemaknaan audiens terhadap konten *Marriage is scary* di TikTok berdasarkan pengalaman, latar belakang sosial, dan posisi resepsi masing-masing individu.

Penelitian ini tidak bertujuan untuk melihat apakah konten *Marriage is scary* menyebabkan audiens takut menikah, melainkan untuk memahami bagaimana dewasa awal memaknai narasi mengenai pernikahan yang berkembang di TikTok. Penelitian ini juga tidak dimaksudkan untuk membentuk pandangan bahwa pernikahan merupakan sesuatu yang menakutkan, tetapi untuk melihat bagaimana media sosial menjadi ruang diskursus baru mengenai hubungan dan kehidupan rumah tangga di kalangan dewasa awal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana dewasa awal memaknai konten *Marriage is scary* di TikTok serta bagaimana posisi resepsi audiens terhadap konten tersebut. Oleh karena itu, peneliti

merumuskan judul penelitian, yaitu “Analisis Resepsi Dewasa Awal terhadap Konten *Marriage is scary* di TikTok”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemaknaan dewasa awal terhadap konten *Marriage is scary* yang berkembang di platform TikTok?
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk perbedaan pemaknaan audiens terhadap konten *Marriage is scary*
3. Bagaimana posisi audiens dalam memaknai konten *Marriage is scary* di platform TikTok?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk, yaitu:

1. Untuk mengetahui pemaknaan dewasa awal terhadap konten *Marriage is scary* yang berkembang di platform TikTok.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang membentuk perbedaan pemaknaan audiens terhadap konten *Marriage is scary*.
3. Untuk mengetahui posisi audiens dalam memaknai konten *Marriage is scary* di platform TikTok berdasarkan teori resepsi Stuart Hall.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya pada studi audiens dan analisis resepsi media sosial. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai resepsi audiens terhadap konten digital dan diskursus pernikahan di media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan wawasan serta perspektif baru kepada masyarakat dalam memahami cara dewasa awal menanggapi dan memaknai wacana tentang pernikahan yang berkembang di media sosial, khususnya melalui konten *Marriage is scary* di platform TikTok. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat mendorong audiens agar lebih kritis dalam memahami narasi mengenai pernikahan yang berkembang di media sosial.

