

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, salah satunya disebabkan oleh dampak globalisasi. Salah satu perubahan dari perkembangan teknologi yaitu munculnya media sosial. Media sosial merupakan platform daring berbasis internet dimana para pengguna atau *user* dapat berbagi, berpartisipasi dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang virtual yang didukung oleh teknologi multimedia yang kian canggih (Juanda, 2017). TikTok menjadi salah satu media sosial yang tengah populer dari berbagai kalangan usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, akan tetapi pengguna terbanyak dari media TikTok yaitu generasi muda. Dalam penggunaan TikTok seringkali digunakan sebagai wadah untuk mengekspresikan diri depan publik, karena dalam media TikTok terdapat fitur pembuatan video yang dapat dibagikan kepada publik. Dengan demikian, TikTok sering kali dipakai pengguna sebagai ruang untuk mengungkapkan persepsi, pengalaman, dan kekhawatiran mereka mengenai berbagai isu sosial (Juanda, 2017).

Berdasarkan data dari *We Are Social* yang dikutip oleh DataIndonesia.id, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191 Juta orang pada Januari 2022. Angka ini meningkat 12,35% dari tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang. Pertumbuhan tersebut mengalami fluktuasi sejak tahun 2014-2022. Tahun tertinggi yang mengalami kenaikan yaitu tahun 2017 mencapai 34,2%. Adapun aplikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yakni WhatsApp sebesar (88,7%), Instagram (84,8%), Facebook (81,3%), TikTok (63,1%), Telegram (62,8%), dan masih banyak lagi. Pada tahun 2022, aplikasi TikTok menempati posisi keempat sebagai aplikasi yang sering digunakan di Indonesia. Bahkan, pada tahun 2021 presentase pengguna TikTok sebesar (38,7%), menunjukkan peningkatan yang signifikan setiap tahunnya (Mahdi, 2022).

Salah satu tren yang mencuat di TikTok sejak Agustus 2024 adalah narasi *Marriage Is Scary*. Dalam frasa *Marriage Is Scary* biasanya di tempatkan di awal kalimat, lalu di ikuti kata *what if* yang menunjukan berbagai kemungkinan pengalaman tidak menyenangkan dalam kehidupan pernikahan. Salah satu konten kreator yang membuat tren ini memiliki *username* TikTok *@salfanadhira*. Dalam kontennya mengungkapkan ketakutan terhadap pernikahan, khususnya terkait dengan kemungkinan tidak adanya dukungan dari pasangan dalam situasi sulit. Unggahan tersebut mendapat respons luas dari perempuan lain yang memiliki pengalaman serupa dan ketakutan yang sama terhadap institusi pernikahan

Pernikahan di Indonesia masih di pandang sebagai salah satu institusi sosial yang penting dan sering kali diharapkan sebagai bagian dari perjalanan hidup yang normal, terutama bagi perempuan. Namun, dengan semakin terbukanya akses terhadap beragam narasi di media sosial, pandangan terhadap pernikahan mulai mengalami perubahan dan pergeseran, terutama di kalangan generasi muda (Marini, dkk., 2022). Fenomena ini didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik (BPS) 2024 yang dikutip dari Katadata.co.id, yang menunjukan bahwa angka pernikahan di Indonesia mengalami penurunan sejak 10 tahun terakhir dengan total penurunan sekitar 28,63% atau 632.791 pernikahan dari tahun 2014 hingga 2023. Penurunan ini menjadi bukti adanya pergeseran dalam pandangan terhadap pernikahan di kalangan generasi muda Indonesia dalam pernikahan yang mengakibatkan penurunan angka pernikahan.

TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang banyak digunakan generasi muda, turut berperan dalam pergeseran nilai-nilai terhadap pernikahan. Konten dengan narasi *Marriage is Scary* yang mencerminkan kekhawatiran yang dialami oleh perempuan, termasuk potensi adanya pasangan yang patriarki, ketidaksetiaan, dan kemungkinan kekerasan dalam rumah tangga ikut andil dalam pandangan yang dimiliki generasi muda khususnya perempuan terhadap pernikahan. Video-video ini seringkali menampilkan pengalaman dan ketakutan nyata yang dihadapi perempuan, serta mendorong mereka untuk menetapkan standar tertentu bagi calon pasangan. Sehingga banyak perempuan

yang membuat konten *Marriage Is Scary* dan terpapar konten ini yang pada akhirnya dapat memengaruhi cara pandang dan menilai kehidupan pernikahan, yang berdampak pada bagaimana keputusan untuk menikah, baik untuk menunda maupun memutuskan untuk tidak menikah.

Penelitian oleh Muhamad Fikri Asy'ari dan Adinda Rizqy Amelia menunjukkan bahwa tren *Marriage is Scary* di platform TikTok diidentifikasi sebagai fenomena yang signifikan di kalangan generasi Z. Data menunjukkan bahwa popularitas tren ini meningkat tajam, terutama sejak Agustus 2024, dengan puncak pencarian mencapai 100 kali dalam sehari pada 13 Agustus 2024 dan berlanjut hingga sekarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, terutama TikTok, memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan harapan generasi Z terhadap pernikahan. Dengan lebih dari 113 juta pengguna TikTok di Indonesia, platform ini telah menjadi sarana utama bagi generasi muda untuk berbagi pengalaman, kekhawatiran, dan pandangan mereka tentang pernikahan, sehingga menciptakan dialog yang luas mengenai isu ini (Asy'ari & Amelia, 2024).

Fenomena ini juga menghadirkan pandangan alternatif terhadap pernikahan bagi perempuan dan pergeseran nilai-nilai terhadap pernikahan yang telah berubah seiring dengan perkembangan zaman. Yang mana di masa lalu, pernikahan sering kali dianggap sebagai tujuan hidup utama dan kewajiban sosial bagi perempuan, dengan harapan untuk membentuk keluarga dan memenuhi peran gender tertentu. Akan tetapi yang terjadi pada saat ini, banyak perempuan mulai mempertanyakan nilai dan makna pernikahan dalam kehidupan mereka. Seperti yang dikutip dari Giddens bahwa ketidakpastian mengenai komitmen jangka panjang, risiko perceraian, dan pembagian peran yang tidak setara dalam rumah tangga menjadi beberapa faktor yang menyebabkan ketakutan tersebut (Haq, dkk., 2023).

Tren *Marriage is Scary* juga memperlihatkan bahwa perempuan saat ini lebih berani untuk mengeksplorasi dan mendiskusikan ketakutan mereka secara terbuka, sesuatu yang mungkin tidak dilakukan oleh generasi sebelumnya. Sebuah penelitian oleh Giddens menunjukkan bahwa individu saat

ini lebih menghargai kebebasan pribadi dan pilihan dalam kehidupan mereka, termasuk dalam hal pernikahan (Haq et al., 2023).

Konten-konten dalam tren dengan narasi *Marriage Is Scary* turut mempengaruhi pandangan nilai-nilai pernikahan yang dimiliki perempuan lain terhadap pernikahan sehingga dapat mempengaruhi dalam keputusan mereka untuk menentukan pernikahan itu sendiri. Dalam konteks ini, media sosial menjadi ruang di mana konstruksi sosial baru tentang pernikahan yang dibangun dan disebarkan, dan tren *Marriage is Scary* adalah salah satu wujud dari konstruksi tersebut. Jika dilihat menggunakan teori konstruksi sosial Peter L. Berger realitas sosial dibentuk melalui interaksi dan komunikasi antar individu (Berger & Luckmann, 1966). Yang mana dalam konteks tren ini, video-video yang mengekspresikan ketakutan terhadap pernikahan tidak hanya mencerminkan pengalaman pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh paparan informasi yang luas di media sosial. Banyak perempuan yang terpapar pada narasi negatif tentang pernikahan, baik dari pengalaman pribadi melalui cerita orang lain maupun ketakutan yang dimiliki orang yang dibagikan melalui konten TikTok, yang kemudian nilai-nilai terhadap pernikahan itu sendiri mengalami pergeseran dan membentuk pandangan baru terhadap institusi pernikahan.

Penelitian ini dilakukan terhadap anggota UKM Women Studies Centre UIN Bandung. Pemilihan subjek penelitian ini didasarkan pada pertimbangan penting. Pertama, anggota UKM WSC merupakan bagian dari generasi muda yang secara langsung terpapar pada berbagai isu sosial, nilai dan norma yang ada di masyarakat termasuk tren di media sosial seperti *Marriage is Scary* yang muncul di TikTok. Mereka memiliki akses terhadap platform TikTok dan secara aktif mengonsumsi konten di dalamnya, sehingga memungkinkan mereka untuk menyaksikan dan merespon narasi yang dibangun dalam tren tersebut. Kedua, keterlibatan aktif anggota WSC terhadap isu tren *Marriage Is Scary*, dapat dibuktikan melalui diskusi internal yang merupakan salah satu program kerja utama Women Studies Centre. Diskusi ini diselenggarakan pada tanggal 7 September 2024 dan 8 November 2024 dengan topik pembahasan mengenai

tren *Marriage Is Scary* di TikTok. Hasil dari diskusi menunjukkan bahwa 80% anggota Women Studies Centre yang berpartisipasi mengakui bahwa mereka merasa terdampak oleh narasi yang dibangun dalam video tersebut. Narasi yang dominan dalam video-video tersebut menunjukkan narasi negatif terhadap pernikahan seperti KDRT, perselingkuhan, serta ketimpangan relasi dalam institusi pernikahan.

Selain itu juga karena UKM Women Studies Centre UIN merupakan organisasi yang bergerak di isu keperempuanan dan memiliki tujuan untuk menciptakan sensitivitas gender di kalangan civitas akademika UIN Sunan Gunung Djati Bandung dan bertujuan membentuk individu-individu yang sadar akan tanggung jawabnya terhadap kemajuan perempuan, baik di dalam maupun di luar lingkungan kampus, sesuai dengan potensi yang dimilikinya memungkinkan mereka untuk menganalisis isu sosial dalam tren konten *Marriage Is Scary* yang berkaitan dengan pergeseran nilai-nilai yang dipegang perempuan terhadap pernikahan, sehingga anggota UKM Women Studies Centre UIN Bandung dapat memberikan pandangan lebih kritis terhadap peran gender yang telah ditetapkan dimasyarakat dan memahami dampak sosial dari fenomena tren *Marriage Is Scary* ini.

Dengan menganalisis Tren *Marriage Is Scary* di TikTok melalui anggota UKM Women Studies Centre UIN Bandung, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana anggota UKM Women Studies Centre UIN Bandung berinteraksi dengan tren *Marriage Is Scary* di TikTok serta dampaknya terhadap persepsi dan keputusan mereka terkait pernikahan. Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi tren *Marriage Is Scary* sebagai fenomena sosial yang berkembang di kalangan generasi muda, penelitian-penelitian tersebut umumnya masih bersifat umum dan belum secara khusus menyoroti bagaimana tren ini dimaknai dan direspons oleh perempuan yang tergabung dalam komunitas yang memiliki kesadaran gender, seperti UKM Women Studies Centre UIN Bandung. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan perspektif yang lebih mendalam dengan melibatkan kelompok perempuan yang memiliki

pemahaman kritis terhadap isu-isu gender, sehingga dapat memperkaya analisis mengenai bagaimana konstruksi sosial baru terhadap institusi pernikahan terbentuk di era digital melalui media sosial.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, sehingga dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi anggota UKM Women Studies Centre UIN Bandung terhadap narasi tren *Marriage Is Scary* di TikTok?
2. Apa saja faktor-faktor yang membentuk persepsi perempuan terhadap pernikahan dalam tren *Marriage Is Scary* di TikTok bagi anggota UKM Women Studies Centre UIN Bandung ?
3. Bagaimana persepsi yang di bentuk tren *Marriage Is Scary* di Tiktok berdampak pada anggota UKM Women Studies Centre UIN Bandung terhadap pernikahan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dibuat maka tujuan dan penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan tren *Marriage Is Scary* di Tiktok bagi anggota UKM Women Studies Centre UIN Bandung. Adapun tujuan penelitiannya yaitu :

1. Untuk mengetahui persepsi anggota UKM Women Studies Centre UIN Bandung terhadap narasi yang berkembang dalam tren *Marriage Is Scary* di TikTok
2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk persepsi perempuan terhadap pernikahan dalam tren *Marriage Is Scary* di TikTok bagi anggota UKM Women Studies Centre UIN Bandung
3. Mengetahui dampak persepsi yang di bentuk Tren *Marriage Is Scary* di TikTok pada anggota UKM Women Studies Centre UIN Bandung terhadap pernikahan

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang berjudul tren *Marriage Is Scary* di TikTok bagi anggota UKM Women Studies Centre UIN Bandung, yaitu:

1. Kegunaan Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu sosiologi, memperkaya koleksi karya-karya penelitian lapangan dan juga sebagai bahan informasi dan dokumentasi ilmiah untuk perkembangan ilmu pengetahuan yang ada pada Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gung Djati Bandung.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi mahasiswi: Melalui penelitian ini mahasiswi dapat lebih memahami pandangan dan persepsi mereka sendiri terhadap pernikahan. Dengan menganalisis tren *Marriage is Scary* di TikTok, mereka dapat merefleksikan harapan dan ketakutan yang mungkin mereka miliki terkait pernikahan, sehingga dapat meningkatkan kesadaran diri mereka. Selain itu juga membantu mahasiswi untuk lebih kritis dalam mengonsumsi konten media sosial dimana mahasiswi diharapkan dapat lebih selektif dan bijaksana dalam menanggapi informasi yang mereka terima.
- b. Bagi institusi Pendidikan: Penelitian ini dapat digunakan sebagai materi dalam kurikulum pendidikan khususnya dengan mata pelajaran yang berkaitan dengan Sosiologi, studi gender dan digital. Selain itu juga penelitian ini dapat menjadi referensi bagi institusi dalam merumuskan kebijakan akademik yang lebih responsif terhadap isu-isu sosial yang berkembang, seperti pengaruh media sosial terhadap pandangan generasi muda.
- c. Bagi masyarakat umum: Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bagaimana media sosial mempengaruhi pandangan dan sikap generasi muda terhadap pernikahan. Dengan memahami tren *Marriage is Scary*, masyarakat dapat lebih peka terhadap isu-isu yang dihadapi oleh perempuan muda dalam konteks pernikahan. Selain itu juga dalam penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan program-program yang mendukung

kesejahteraan perempuan dan keluarga. Dengan memahami persepsi masyarakat terhadap pernikahan, kebijakan yang diambil dapat lebih relevan dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

E. Kerangka Berpikir

Media sosial merupakan salah satu hasil perkembangan dari teknologi digital berbasis internet. Sosial media memudahkan orang-orang melakukan aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Media sosial menjadi wadah untuk mengekspresikan diri dengan menyebarluaskan konten yang bertujuan untuk mendapatkan validasi dari orang lain, mengungkapkan keresahan berupa emosi yang sedang dialami, dan untuk kesenangan pribadinya dengan disebarluaskan melalui media sosial baik berupa Tiktok, blog, tweet, atau *reels* Instagram yang dapat diproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis.

TikTok merupakan salah satu media sosial dari hasil perkembangan teknologi web baru berbasis internet. Yang mana saat ini TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang banyak diakses dalam menikmati konten video yang dihadirkan. Tiktok memiliki fitur yang memberikan kesempatan bagi para penggunanya untuk dapat membuat video pendek dengan durasi hingga 3 menit yang didukung dengan fitur musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya. TikTok biasanya digunakan sebagai media untuk berinteraksi, seperti saling membagikan kesenangan pribadi, mengungkapkan pandangan, pengalaman dan kekhawatiran yang dimiliki mereka mengenai berbagai isu sosial yang ada dan dirasakan.

Salah satu fenomena yang muncul dari adanya interaksi dan ruang untuk mengungkapkan segala persepsi dan kekhawatiran yang dimiliki pengguna TikTok yaitu munculnya narasi *Marriage Is Scary* dalam platform TikTok, yang mana hal itu dibentuk oleh warga digital yang dapat mempengaruhi persepsi bagi pengguna TikTok lainnya yang mengetahui dan mengikuti fenomena tren tersebut.

UKM Women Studies Centre UIN Bandung merupakan Organisasi yang anggotanya terdampak dengan tren *Marriage is Scary*, karena mereka merupakan generasi Z dan kebanyakan anggotanya merupakan perempuan yang bergerak di isu keperempuanan yang dibuktikan dengan diskusi yang dilakukan.

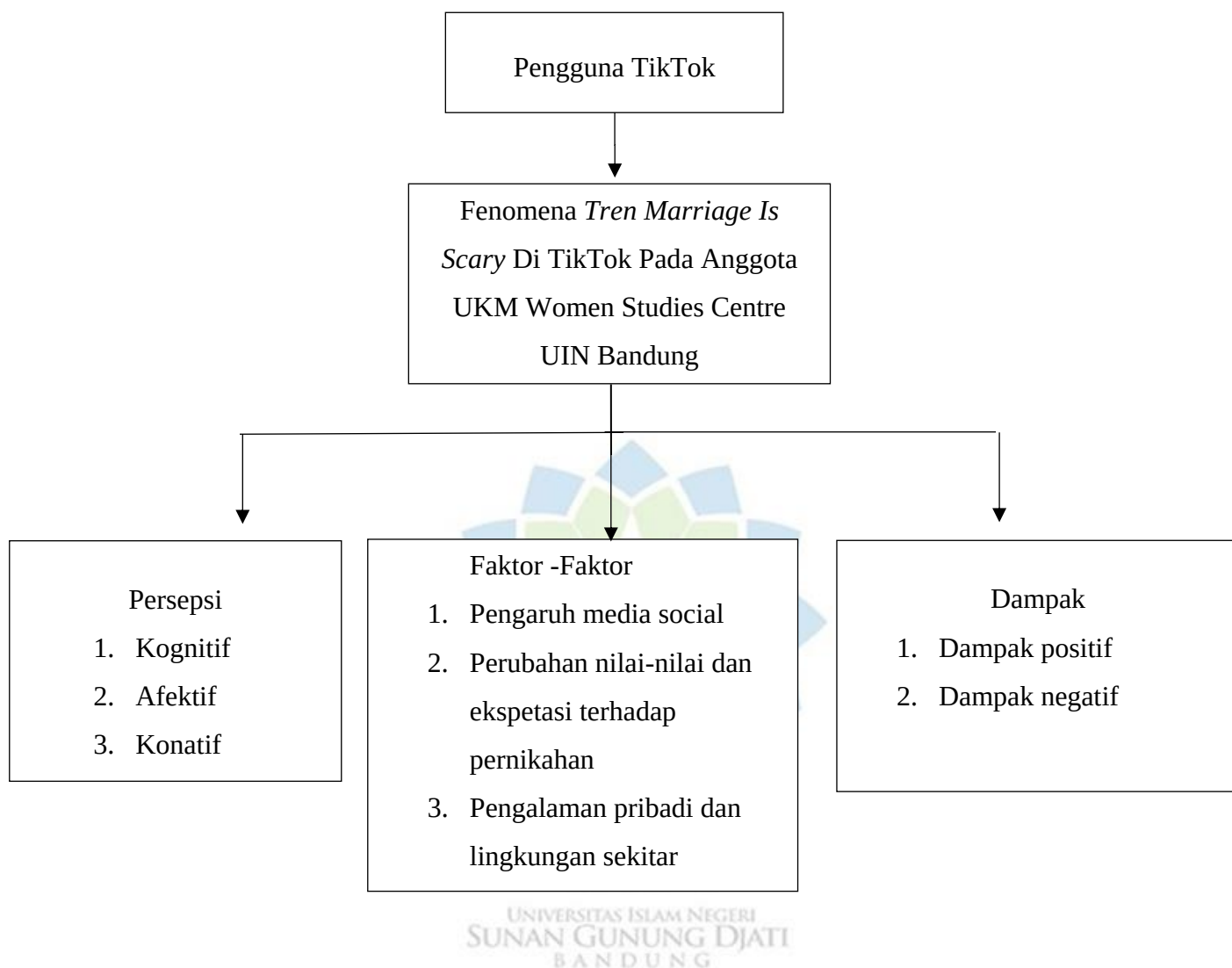
Persepsi anggota UKM Women Studies Centre UIN Bandung terhadap narasi tren *Marriage Is Scary* di TikTok dapat dianalisis menggunakan tiga komponen utama menurut Azwar yaitu kognitif, afektif dan konatif (Azwar, 2007). Dalam aspek komponen kognitif terbentuk persepsi anggota UKM WSC terhadap narasi *Marriage Is Scary* mencakup pengetahuan, pemahaman dan interpretasi terhadap narasi pernikahan yang menakutkan dan kekhawatiran akan kejadian negatif terhadap pernikahan. Komponen afektif yaitu reaksi emosional anggota WSC setelah mengonsumsi konten tersebut, seperti rasa takut, kecemasan dan kekhawatiran terhadap kemungkinan buruk dalam pernikahan. Sementara itu, komponen konatif persepsi anggota UKM WSC terhadap narasi *Marriage Is Scary* yang mencerminkan tindakan yaitu adanya keputusan untuk menunda pernikahan, menjadi lebih selektif dalam memilih pasangan dan membuka lebih luas ruang dialog yang lebih inklusif.

Faktor terbentuknya persepsi perempuan terhadap pernikahan dalam tren dengan narasi *Marriage Is Scary* di TikTok bagi anggota UKM Women Studies Centre yaitu adanya pengaruh media sosial yang menjadi medium penting dalam pembentukan opini publik, menurut Tiffany karena konten negatif mengenai pernikahan yang tersebar di TikTok dapat menimbulkan ketakutan terhadap institusi pernikahan (Tiffany et al., 2024). Selain itu, Perubahan nilai dan ekspektasi terhadap pernikahan di kalangan anggota UKM Women Studies Centre juga menjadi salah satu faktor terbentuknya persepsi perempuan dalam *Marriage Is Scary*, karena saat ini pernikahan tidak lagi dipandang sebagai kewajiban sosial melainkan pilihan personal. Faktor lainnya yang turut mempengaruhi terbentuknya persepsi perempuan terhadap pernikahan dalam tren *Marriage Is Scary* bagi anggota UKM Women Studies Centre yaitu pengalaman pribadi dan pengalaman sekitar karena pengalaman yang di alami baik pengalaman pribadi maupun pengalaman berdasarkan

lingkungan sekitar akan menjadi pemahaman yang dimiliki individu, seperti menurut Barus individu yang tumbuh dalam keluarga tidak utuh (*broken home*) atau pernah menyaksikan pernikahan bermasalah di lingkungannya, cenderung memiliki pandangan negatif terhadap pernikahan (Barus et al., 2023).

Tren *Marriage Is Scary* di TikTok memberikan dampak positif dan negatif bagi anggota UKM Women Studies Centre UIN Bandung. Secara positif, tren ini menjadi bahan refleksi untuk membangun relasi pernikahan yang sehat dan mendorong sikap untuk lebih selektif dalam memilih pasangan. Selain itu beberapa anggota memanfaatkan sebagai bahan diskusi. Secara negatif narasi *Marriage Is Scary* menimbulkan kecemasan dan ketakutan akan pernikahan, bahkan mendorong keinginan untuk menunda dan memilih untuk tidak menikah.

Penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Yang mana menurut Peter L. Berger realitas sosial dibentuk melalui interaksi dan komunikasi antar individu (Berger & Luckmann, 1966). Realitas sosial baru dalam penelitian ini mengenai nilai-nilai pernikahan dibangun melalui interaksi sosial (Dharma, 2018) yang mana media sosial TikTok merupakan tempat terjadinya realitas baru yang dibentuk, di mana generasi muda terutama perempuan secara bersama-sama menciptakan pemahaman baru dan mengkonstruksi ulang terhadap nilai-nilai dan keputusan pernikahan yang dimiliki karena adanya konstruksi sosial baru yang dibentuk melalui tren media sosial yaitu di platform tiktok melalui narasi *Marriage Is Scary*. Salah satu narasi yang mencuat adalah *Marriage Is Scary*, yang tidak hanya menampilkan ketakutan terhadap institusi pernikahan, tetapi juga mencerminkan bagaimana nilai-nilai dan harapan terkait pernikahan dikaji ulang dan ditafsirkan kembali oleh para penggunanya. Narasi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang berbagi pengalaman, tetapi juga menjadi arena konstruksi ulang terhadap norma dan nilai tradisional, termasuk dalam hal pernikahan. Dengan demikian, TikTok menjadi medium terbentuknya realitas sosial baru, tempat perempuan muda menciptakan pemahaman baru serta membentuk sikap dan keputusan terhadap pernikahan berdasarkan konstruksi sosial yang berkembang melalui tren *Marriage Is Scary*.



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir