

# BAB I

## PENDAHULUAN

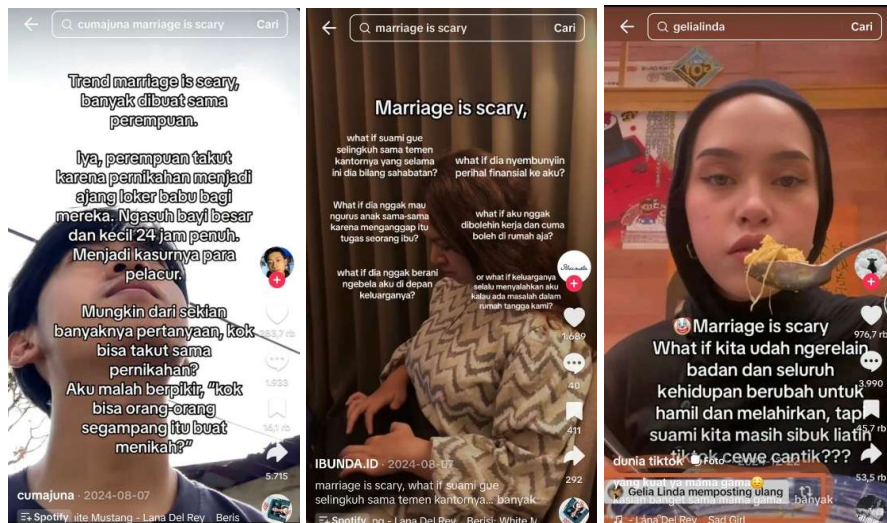
### 1.1 Latar Belakang

Fenomena *'Marriage is Scary'* di media sosial menyebut pernikahan sebagai hal yang menakutkan dan penuh risiko. Narasi ini terbentuk melalui paparan konten yang massif, interaksi di kolom komentar, serta fitur media sosial seperti *stitch*, *repost*, dan konten berbagi pengalaman pribadi yang terus berulang di ruang digital (Nisa, 2025). Di Indonesia, narasi ini selaras dengan fakta menurunnya jumlah pernikahan dan meningkatnya fenomena *waitthood* di kalangan muda. Banyak anak muda mulai menunda pernikahan karena menganggap pernikahan membutuhkan kesiapan finansial dan mental yang besar, serta dibayangi oleh potensi kegagalan hubungan (Prisiaharyani dkk., 2025).

Sejumlah unggahan viral bertema *'Marriage is Scary'* di TikTok secara umum mengangkat isu-isu berat seperti pertengkaran rumah tangga, perselingkuhan, masalah finansial, hingga kekerasan dalam rumah tangga (KDRT). Konten-konten tersebut berhasil menarik perhatian Generasi Z karena dianggap dekat dengan realitas kehidupan sehari-hari. Penelitian Lestari (2024) menunjukkan bahwa meskipun perempuan Generasi Z masih memandang pernikahan sebagai ikatan yang sakral, mereka juga memiliki kekhawatiran besar terhadap risiko dalam hubungan, terutama terkait kekerasan dan budaya patriarki. Kemudian analisis terhadap komentar di TikTok menunjukkan ketakutan yang terbagi dalam beberapa kategori seperti cemas pada pasangan yang *toxic* atau *abusive*, masa depan yang

tidak menentu, pertengkaran rumah tangga, beban ekonomi, dan pengaruh media sosial dengan ketakutan terhadap pasangan sebagai tema yang paling menonjol (Oktaviani, 2025).

**Gambar 1.1** Narasi “Marriage is Scary” di media sosial TikTok



(Sumber: TikTok)

Ditinjau dari perspektif komunikasi, konsumsi konten secara terus-menerus dapat membentuk realitas sosial yang baru bagi audiens. Penelitian Mariska & Sumardjijati (2025) menemukan adanya hubungan antara intensitas menonton konten “*Marriage is Scary*” dengan menurunnya pandangan positif terhadap pernikahan pada Generasi Z. sebagian besar responden menunjukkan sikap yang cenderung netral hingga apatis terhadap pernikahan. Namun demikian, penelitian tersebut belum mampu menjelaskan secara mendalam bagaimana Generasi Z memaknai pernikahan setelah terpapar narasi tersebut, serta bagaimana pengalaman

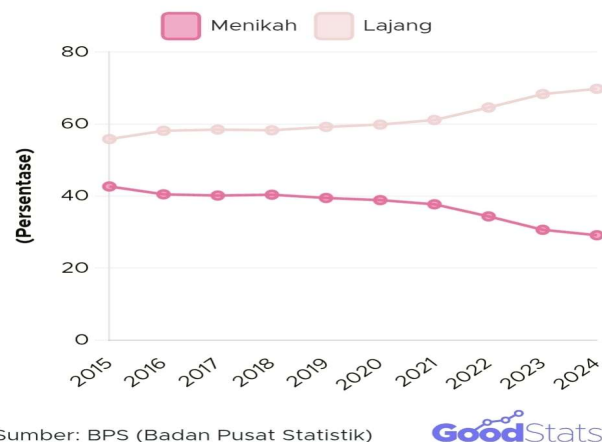
pribadi dan lingkungan sosial ikut mempengaruhi cara mereka memahami pernikahan.

Fenomena ini juga diperkuat oleh interaksi di ruang digital. Dukungan emosional dalam kolom komentar dan konten *sharing* pengalaman membuat narasi negatif tentang pernikahan terlihat normal dan dianggap mewakili realitas umum (Alimuddin, A., & Syafruddin, R. A., 2025). Berbagai temuan riset juga menunjukkan peran media sosial yang memperkuat narasi negatif tentang pernikahan di kalangan Gen Z, terkhusus saat konten yang menyoroti isu perceraian, konflik, dan beban peran gender (Tirta, K. D., & Arifin, S. N., 2025). akibatnya, banyak Generasi Z mulai memandang pernikahan bukan hanya sebagai romantisasi, tetapi juga sebagai sesuatu yang membutuhkan pertimbangan yang sangat matang.

Fenomena "*Marriage is Scary*" juga berkaitan dengan perubahan pola pikir dan prioritas hidup Generasi Z. kajian budaya yang dilakukan Alitha (2025) menunjukkan bahwa sebagian generasi muda mulai memprioritaskan Pendidikan, karier, dan pengembangan diri dibanding menikah di usia muda. Di sisi lain, faktor ekonomi, trauma masa lalu, ketakutan terhadap komitmen, serta pengaruh media sosial juga menjadi penyebab munculnya keraguan terhadap pernikahan (Yani, 2026). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa ketakutan terhadap pernikahan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor personal, tetapi juga dipengaruhi oleh perubahan sosial dan budaya yang berkembang di masyarakat digital.

Penurunan angka pernikahan nasional tidak bisa dilepaskan dari dinamika Generasi Z yang mayoritas tengah berada di fase transisi menuju keputusan

menikah. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024 mengenai pemuda yang berusia 16-30 tahun, rentang yang sangat beririsan dengan Gen Z, menunjukkan bahwa 69,75% dari mereka berstatus belum kawin, mengonfirmasi kuatnya kecenderungan penundaan pernikahan di kelompok usia muda (BPS, 2024). Tren ini sejalan dengan laporan agregat berbasis data BPS yang mencatat penurunan jumlah pernikahan pada tahun 2024 menjadi sekitar 1,48 juta dibanding 1,58 juta di tahun 2023 yang dapat dibaca sebagai penguatan pola penundaan nikah di kalangan muda yang didominasi Gen Z (NTBSatu, 2025). Selaras dengan hal itu, survei khusus oleh IDN *Research Institute* bersama Advisia terhadap ratusan responden Gen Z di 10 kota menemukan bahwa mayoritas belum menikah dan hanya 2% yang sudah menikah, bahkan 62% di antaranya memandang pernikahan sebagai hal yang masih jauh di masa depan dan belum menjadi prioritas, yang mengindikasikan bahwa penundaan ini bukan semata soal belum waktunya, tapi pergeseran prioritas hidup generasi tersebut (Good News From Indonesia, 2023).



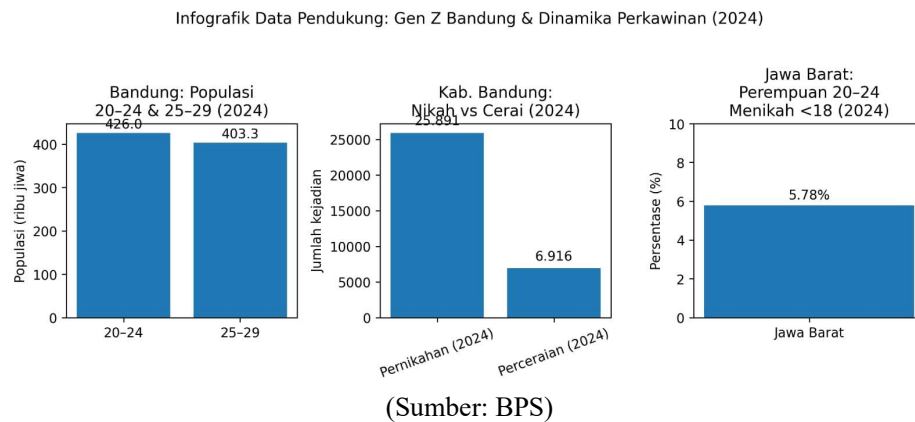
**Gambar 1.2** Persentase penurunan angka menikah

(Sumber: Goodstats)

Fenomena penundaan menikah juga terjadi di berbagai negara, termasuk Singapura. Data pemerintahan Singapura menunjukkan bahwa usia median pernikahan pertama terus meningkat, yaitu mencapai 30,8 tahun bagi laki-laki dan 29,1 tahun bagi perempuan pada tahun 2024. Kondisi ini menunjukkan adanya kecenderungan generasi muda untuk menunda pernikahan karena berbagai pertimbangan, seperti stabilitas finansial, karier, serta perubahan prioritas hidup. Bahkan pemerintah Singapura menyebut bahwa semakin banyak individu menunda pembentukan keluarga dan lebih memprioritaskan tujuan hidup lainnya sebelum menikah. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keraguan dan penundaan pernikahan tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga menjadi isu yang berkembang secara global di kalangan generasi muda. (NPTD, 2024)

Populasi Gen Z di kota Bandung pada rentang usia 20-24 tahun (462 ribu jiwa) dan 25-29 tahun (403,3 ribu jiwa) tergolong besar, sehingga perubahan persepsi atau keputusan terhadap pernikahan juga akan berdampak signifikan pada struktur sosial kota (BPS Kota Bandung, 2025). Hal ini diperkuat dengan tingginya dinamika perceraian di wilayah Bandung Raya, Kabupaten Bandung yang mencatat 25.891 pernikahan dan 6.916 perceraian pada 2024, menjadi latar sosial bagi menguatnya narasi risiko relasi di ruang digital (BPS Provinsi Jawa Barat, 2025). Kelompok usia yang identik dengan Gen Z, kerentanan hubungan juga tampak dari data Perempuan 20-24 tahun di Jawa Barat yang menikah sebelum 18 tahun mencapai 5,78% pengalaman pernikahan dini yang kerap menjadi bahan konten negatif di media sosial (DP3AKB Jabar, 2025).

**Gambar 1.3** Infografik data pendukung: Gen Z & Dinamika Perkawinan (2024)



Meskipun penelitian mengenai fenomena “*Marriage is Scary*” sudah cukup banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada analisis konten media sosial, resepsi audiens, atau pengaruh media terhadap sikap generasi muda. Oleh karena itu, masih terdapat celah penelitian untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif Generasi Z dalam memaknai pernikahan setelah terpapar narasi tersebut.

Penelitian dengan judul “**Fenomena Ketakutan Menikah pada Generasi Z dalam Narasi ‘*Marriage is Scary*’ di Media Sosial (Studi Fenomenologi pada Generasi Z di Kota Bandung)**” perlu dilakukan untuk memahami pengalaman subjektif Generasi Z dalam memaknai fenomena ketakutan menikah yang berkembang melalui narasi *Marriage is Scary* di media sosial. Penelitian ini berfokus pada makna, motif, dan tindakan Generasi Z pada pernikahan berdasarkan pengalaman serta interaksi sosial yang mereka alami. Melalui pemahaman terhadap ketiga aspek tersebut, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai cara Generasi Z memandang pernikahan di tengah berkembangnya narasi *Marriage is Scary* di media sosial, yang akhirnya turut

memperlihatkan realitas sosial mengenai pernikahan yang berkembang di kalangan Generasi Z.

## **1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini adalah memahami bagaimana Generasi Z di Kota Bandung memaknai fenomena ketakutan menikah dalam narasi “*Marriage is Scary*” di media sosial melalui pengalaman subjektif yang mereka alami. Penelitian ini berupaya menggali makna pernikahan yang terbentuk pada Generasi Z, memahami motif yang melatarbelakangi munculnya ketakutan menikah, serta tindakan yang dilakukan sebagai respon terhadap fenomena tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Melalui pemahaman terhadap makna, motif, dan tindakan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai realitas sosial yang berkembang di kalangan Generasi Z terkait pernikahan dalam konteks narasi “*Marriage is Scary*” di media sosial.

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

- 1) Bagaimana Generasi Z di Kota Bandung memaknai pernikahan setelah terpapar narasi “*Marriage is Scary*” di media sosial?
- 2) Apa motif yang membentuk ketakutan pada pernikahan di kalangan Generasi Z di Kota Bandung, baik motif masa lalu (*because motive*) maupun pertimbangan masa depan (*in-order-to motive*)?
- 3) Bagaimana tindakan Generasi Z di Kota Bandung dalam merespon narasi “*Marriage is Scary*” di media sosial?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

- 1) Mengetahui dan memahami bagaimana Generasi Z di Kota Bandung memaknai pernikahan setelah terpapar narasi "*Marriage is Scary*" di media sosial.
- 2) Mengetahui motif Generasi Z di Kota Bandung dalam membentuk ketakutan terhadap pernikahan, baik motif masa lalu maupun pertimbangan masa depan.
- 3) Memahami tindakan Generasi Z di Kota Bandung dalam merespon narasi "*Marriage is Scary*" di media sosial.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

##### **1.3.2.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya kajian fenomenologi mengenai pengalaman subjektif Generasi Z dalam memaknai pernikahan di era media sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi akademik mengenai hubungan antara pengalaman individu, lingkungan sosial, dan paparan media sosial dalam membentuk pandangan Generasi Z terhadap pernikahan.

##### **1.3.2.2 Kegunaan Praktisi**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi masyarakat, orang tua, dan lingkungan sosial mengenai cara Generasi Z memaknai pernikahan serta faktor-faktor yang membentuk ketakutan terhadap pernikahan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi konselor keluarga, lembaga pendidikan, dan praktisi komunikasi dalam menyusun program

edukasi yang lebih relevan terkait hubungan, kesiapan menikah, dan literasi media. Penelitian ini juga diharapkan dapat mendorong Generasi Z untuk lebih kritis dan selektif dalam menyikapi berbagai narasi mengenai pernikahan yang berkembang di media sosial serta menjadikan informasi tersebut sebagai bahan refleksi, bukan sebagai satu-satunya acuan dalam memandang pernikahan.