

Tren “*marriage is scary*” di tiktok: Analisis resepsi perempuan generasi Z

Nuraleina Putri Asyari^{1*}, Herlina Suksmawati²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

UPN Veteran Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

Email korespondensi: 21043010053@student.upnjatim.ac.id

Diterima: 1 Juli 2025; Direvisi: 27 Oktober 2025; Terbit: 30 Oktober 2025

Abstract

A phenomenon that is currently emerging from negative narratives about marriage circulating on social media, particularly TikTok. Such as cases of infidelity, domestic violence, and emotional pressure. The purpose of this study is to understand and describe how Gen Z women interpret and respond to this trend. In this study, Stuart Hall's reception theory (encoding-decoding) is used to analyze how content creators and Gen Z female viewers decode the message “Marriage is Scary.” The research method used is descriptive qualitative, with data collection through in-depth interviews with six Gen Z women aged between twenty-three and twenty-six who are active on TikTok and reside in Jakarta and Surabaya. The research shows that four informants are in a position of negotiation, accepting the narrative message as an important lesson in preparing financially and psychologically and becoming more critical in choosing a partner. Gen Z women view this trend as validation of their concerns and motivation to prevent potential issues in marriage. Two informants were in a position of opposition, rejecting the frightening narrative due to strong religious beliefs or personal experiences that support a positive perception of marriage. The influence of this trend prompts Gen Z women to reconsider traditional norms, demand equality, and commit to building healthy relationships.

Keywords: Reception; gen Z women; marriage is scary; tiktok; marriage.

Abstrak

Fenomena yang sedang marak muncul dari narasi negatif tentang pernikahan yang beredar di sosial media, khususnya TikTok. Seperti kasus perselingkuhan, KDRT, dan tekanan emosional. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan mendeskripsikan bagaimana perempuan Gen Z memaknai dan menanggapi tren ini. Dalam penelitian ini, teori resepsi Stuart Hall (*encoding-decoding*), digunakan untuk menganalisis bagaimana pembuat konten dan penonton perempuan Gen Z mendekodekan pesan “*Marriage is Scary*”. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan enam informan perempuan Gen Z yang berusia antara dua puluh tiga dan dua puluh enam yang aktif di TikTok, berdomisili Jakarta dan Surabaya. Penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat informan yang berada pada posisi negosiasi, menerima pesan narasi sebagai pelajaran penting dalam mempersiapkan diri secara finansial dan psikologis serta menjadi lebih kritis untuk memilih pasangan. Perempuan Gen Z menilai tren ini sebagai validasi terhadap kekhawatiran dan dorongan dalam mencengah masalah yang mungkin muncul dalam pernikahan. Dua informan berada dalam posisi oposisi, menolak narasi menakutkan karena keyakinan agama yang kuat atau pengalaman pribadi yang mendukung persepsi positif mengenai pernikahan. Pengaruh tren ini memicu perempuan Gen Z untuk mempertimbangkan kembali norma tradisional, menuntut kesetaraan, dan berkomitmen dalam membangun hubungan yang sehat.

Kata-kata kunci: Resepsi; perempuan gen Z; *marriage is scary*; tiktok; pernikahan.

Pendahuluan

Media sosial mengalami transformasi menjadi salah satu platform komunikasi paling populer di era digital saat ini, TikTok menduduki posisi krusial sebagai platform terpopuler di Indonesia. Data menunjukkan bahwa TikTok menempati peringkat keempat dengan 73,5% pengguna aktif pada Januari 2024, dan menjadi sumber informasi utama bagi 72,6% penduduk

Indonesia (We Are Social, 2024). Popularitas ini tidak hanya membuat TikTok sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi wadah yang membangun opini publik dan penyebaran informasi yang cepat. Algoritma TikTok sangat penting untuk memviralkan sebuah konten, yang dapat memengaruhi pandangan, sikap, dan perilaku pengguna (Gaohan, 2023). Konten viral seringkali memiliki daya tarik emosional yang besar, yang mendorong pengguna lain untuk membagikan ulang dan memperbesar jangkauan (Agustina, 2020).

Pesatnya perkembangan digital, cara Generasi Z (Gen Z), yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, berkomunikasi dan memaknai berbagai aspek kehidupan, termasuk pernikahan, mengalami pergeseran besar. Gen Z dibesarkan dalam lingkungan yang penuh dengan informasi, masalah sosial dan personal dengan mudah dapat ditemukan dan dibahas secara terbuka. Pandangan mereka mengenai institusi pernikahan dipengaruhi oleh fenomena ini. Dalam media sosial, tersebar luas narasi negatif tentang pernikahan, termasuk perselingkuhan, kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), dan tekanan emosional. Narasi terhadap kenyataan pahit ini telah menumbuhkan kekhawatiran mendalam di kalangan generasi Z, yang mendorong mereka untuk membangun hubungan yang lebih baik dan saling mendukung.

Tren “*Marriage is Scary*” di TikTok menjadi bukti nyata dari kekhawatiran tersebut. Dengan menggunakan tagar #*MarriageIsScary*, konten humor, kritik sosial, dan cerita menakutkan menjadi bagian dari tren yang mengangkat narasi skeptis institusi pernikahan. Dengan menjadi pengguna aktif TikTok, perempuan Gen Z menjadi bagian penting dari tren ini, baik sebagai pengguna maupun produsen konten yang membahas dan mengungkapkan ketakutan mereka, sekaligus menggiring opini publik. Akun @andwiip dan @yourspecialpoen menjadi salah satu pengguna yang mengunggah konten dengan menunjukkan kekhawatiran akan pasangan patriarki, ketidaksetiaan, maupun KDRT. Unggahan-unggahan ini telah memicu banyak diskusi dan memvalidasi ketakutan banyak perempuan Gen Z. Dominasi komentar yang mendukung narasi ini menunjukkan bahwa masyarakat secara keseluruhan menyadari adanya tantangan dan realitas kehidupan pernikahan yang kompleks.

Beberapa faktor mendorong munculnya tren “*Marriage is Scary*”. Karakteristik Gen Z yang mengutamakan nilai individualisme dan kebebasan, membangun harapan besar mengenai komitmen jangka panjang. Generasi Z cenderung mencari hubungan yang ideal, matang secara aspek emosional dan finansial, serta menghindari situasi rumah tangga yang tidak menguntungkan. Saat ini, pernikahan dilihat sebagai pilihan yang harus dilakukan sesuai dengan standar tertentu dibanding sebagai kewajiban semata. Gejala masalah ini diperluas oleh maraknya narasi negatif yang menggambarkan pernikahan sebagai penyebab kecemasan,

masalah keuangan, atau kehilangan kebebasan atas dirinya sendiri. Hal ini menunjukkan perubahan sosial, nilai-nilai pernikahan tradisional mulai dipertanyakan (Empati et al., 2024).

Penelitian ini sangat penting untuk memahami bagaimana perempuan Gen Z merespons tren “*Marriage is Scary*”. Penelitian terdahulu, yang dilakukan oleh Muhamad Fikri Asy’ari dan Adinda Rizqy Amelina, menunjukkan bagaimana TikTok membentuk opini, dan penelitian Melina Lestari, dkk, menunjukkan adanya kekhawatiran terhadap KDRT dan budaya patriarki. Namun, masih ada sedikit penelitian yang secara khusus menganalisis resepsi perempuan Gen Z terhadap tren ini dari sudut pandang teori resepsi Stuart Hall. Teori ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait bagaimana *audiend* mengkodekan dan menginterpretasikan pesan.

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan mendeskripsikan resepsi perempuan Gen Z terhadap tren “*Marriage is Scary*” di TikTok. diharapkan juga penelitian ini akan meningkatkan pengetahuan akademis tentang dinamika gender dan pernikahan di era digital, serta memberikan wawasan yang bermanfaat bagi praktisi dan pembuat kebijakan tentang apa yang dibutuhkan dan ketakutan perempuan Gen Z tentang institusi pernikahan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dan pendekatan deskriptif untuk menganalisis resepsi perempuan Gen Z terhadap tren “*Marriage is Scary*” di TikTok. pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali secara menyeluruh pengalaman, perspektif dan emosi orang-orang yang terlibat dalam fenomena tersebut. Sementara itu, pendekatan deskriptif berguna bagi peneliti untuk menyampaikan hasil dalam bentuk narasi yang komprehensif, memberikan gambaran yang jelas tentang realitas yang dialami oleh responder. Penelitian ini didasarkan pada paradigma interpretif, yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang cara individu memaknai dan menafsirkan fenomena sosial. Paradigma ini berasumsi bahwa realitas dibangun secara sosial dan dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan politik. Penelitian ini mendefinisikan dua konsep utama untuk memastikan pemahaman yang jelas dan konsisten. Perempuan Gen Z: merujuk pada perempuan yang lahir dari tahun 1997 hingga 2012. Mereka berkembang dalam era teknologi digital yang cepat dan terpapar narasi sosial dan budaya dari generasi sebelumnya. Perempuan Gen Z sangat menyadari ketidaksetaraan gender dan cenderung menganut ideologi feminisme yang menekankan kesetaraan, kebebasan, dan penghormatan hak-hak perempuan. Perempuan Gen Z aktif memanfaatkan platform online untuk menyuarakan pendapat mereka,

mengkritik budaya patriarki, dan mendukung kesetaraan finansial dan penolakan stereotip gender.

Tren “Marriage is Scary” : menggambarkan fenomena sosial digital yang berkembang pesat di TikTok. Pengguna, terutama perempuan Gen Z berbagi pengalaman, perspektif, dan kekhawatiran mereka tentang pernikahan dalam tren ini. Pengguna tagar #MarriageIsScary menunjukkan tren ini berfokus pada aspek negatif dari pernikahan, seperti hilangnya kebebasan diri sendiri, konflik rumah tangga, tekanan emosional, dan ketakutan akan kegagalan dalam hubungan interpersonal. Narasi yang dominan dalam tren ini seringkali menyoroti pernikahan sebagai komitmen jangka panjang yang menakutkan dan penuh tantangan, hal ini didasari oleh pengalaman pribadi individu atau pengamatan terhadap kegagalan pernikahan orang lain yang memanfaatkan nya dalam bentuk dramatisasi untuk menarik perhatian audience.

Penelitian ini dilakukan di dua kota besar Indonesia, yaitu Jakarta dan Surabaya. Pemilihan kedua kota ini didasarkan pada fakta bahwa dua kota tersebut merupakan pusat kota dengan populasi generasi Z yang banyak dan tingkat aktivitas media sosial, terutama TikTok yang tinggi. Jakarta, sebagai ibu kota nasional dan pusat ekonomi, budaya, dan teknologi, memiliki populasi Gen Z terbesar di Indonesia (sekitar 3,5 juta orang di DKI Jakarta menurut BPS, 2023). Surabaya, sebagai kota terbesar kedua di Indonesia, memiliki populasi Gen Z yang signifikan dan terus berkembang (sekitar 1,2 juta orang menurut BPS, 2023).

Objek penelitian adalah tren “Marriage is Scary” yang muncul dan berkembang di platform TikTok. Tren ini dipilih karena mencerminkan fenomena media sosial digital yang mana banyak pengguna, terutama perempuan Gen Z, mengekspresikan kecemasan dan kekhawatiran mereka tentang pernikahan, menciptakan ruang diskusi online yang dinamis tentang perubahan perspektif tentang komitmen jangka panjang. Subjek penelitian ini melibatkan perempuan Gen Z yang berusia antara 23 dan 26 tahun yang aktif menggunakan platform TikTok dan pernah melihat tren “Marriage is Scary”. Perempuan Gen Z dipilih sebagai subjek untuk mendapatkan pemahaman kritis mengenai tren ini karena karakteristik mereka yang cenderung menantang norma-norma tradisional tentang pernikahan dan peran gender. Rentang usia dari 23 hingga 26 tahun dipilih karena pada saat ini, perempuan Gen Z umumnya telah mencapai kedewasaan emosional dan finansial yang memadai, yang memungkinkan mereka untuk melakukan refleksi dan analisis yang lebih mendalam tentang masalah yang mereka hadapi. Pengumpulan data menggunakan dua metode utama yaitu wawancara mendalam dan studi literatur.

Wawancara mendalam (In-depth Interview) : metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung dan menyeluruh dari informan. Wawancara dilakukan secara tertutup untuk menjaga privasi responden dan kebebasan ekspresi mereka. Selain itu, wawancara dilakukan secara semi- terstruktur, yang memungkinkan fleksibilitas dalam pertanyaan untuk menggali lebih dalam tentang perspektif dan pengalaman informan, dan memberikan informasi kebebasan untuk menyampaikan pertanyaan dan jawaban mereka secara terbuka tanpa mengontrol ketat pewawancara. Studi Literatur (Review of Literature) : studi literatur mengumpulkan informasi dari berbagai sumber tertulis yang berkaitan dengan topik penelitian, seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan laporan penelitian. Tujuan dari studi literatur adalah untuk menemukan masalah, mendapatkan informasi yang relevan, memperlajari teori yang relevan, dan memperluas pengetahuan peneliti tentang topik penelitian. Dalam metode analisis data didasari pada model interaktif Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga proses : reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Tahap reduksi data melibatkan penyederhanaan data awal yang diperoleh dari studi literatur dan wawancara menjadi data yang lebih terstruktur dan mudah dipahami. Proses ini meliputi transkripsi rekaman wawancara, pengkodean bagian-bagian data yang memiliki makna serupa, pengelompokan bagian-bagian tersebut menjadi kategori yang lebih luas, dan pembagian kategori tersebut menjadi sub-kategori yang lebih khusus. Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyusunnya ke dalam bentuk yang lebih rinci dan mudah dikomunikasikan. Untuk memberikan gambaran yang jelas dan ringkas tentang hasil penelitian, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif. Tahap terakhir dalam proses memastikan keakuratan dan kredibilitas temuan adalah melakukan verifikasi data. Proses ini melibatkan pengecekan ulang dan interpretasi data untuk mendukung argumen atau kepercayaan terhadap hasil penelitian.

Dalam analisis data, penelitian ini menggunakan Teori Resepsi Stuart Hall, khususnya model encoding-decoding. Model ini digunakan untuk menganalisis bagaimana kreator konten di TikTok mengkodekan pesan tentang “Marriage is Scary” dan bagaimana perempuan Gen Z mendekodekan pesan tersebut. Untuk memahami berbagai interpretasi dan faktor-faktor yang memengaruhinya, analisis akan menentukan posisi pembacaan informan (dominan-hegemonik, negosiasi, atau oposisi).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara mendalam dengan enam informan perempuan Gen Z yang aktif menggunakan TikTok dan terpapar tren

“*Marriage is Scar*”. Hasil penelitian ini dibahas dalam konteks teori resepsi Stuart Hall, yang berfokus pada cara informan memahami dan memaknai tren tersebut.

Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian

Tren “*Marriage is Scary*” merupakan fenomena sosial yang ada di TikTok. Dalam tren ini menunjukkan kekhawatiran perempuan gen Z tentang institusi pernikahan. Konten yang disajikan oleh kreator cenderung menekankan sisi negatif dari pernikahan, seperti kehilangan kebebasan, konflik dalam rumah tangga, dan tekanan emosional. Tagar #*MarriageIsScary* telah menjadi sarana untuk menggambarkan pandangan skeptis tentang pernikahan di kalangan Gen Z, dengan banyak pengguna yang saling berbagi pengalaman atau pandangan mereka sendiri tentang pernikahan yang tidak sesuai harapan.. Tren ini tidak hanya menjadi wadah untuk mengungkapkan ketakutan, tetapi juga menciptakan ruang diskusi yang dinamis terkait harapan dan realitas pernikahan di era modern.



Sumber: TikTok, 2025

Gambar 1 Tagar *Marriage is Scary*

Informan Penelitian

Informan penelitian terdiri dari enam perempuan Gen Z berusia 23-26 tahun, dengan latar belakang pendidikan dan karir yang berbeda.

Informan 1 : Anisa (25 tahun) – Lulusann S1 Hukum, bekerja sebagai Customer Service di salah satu butik di Surabaya

Informan 2 : Devbrina (24 tahun) – Lulusan S1 Hukum, bekerja sebagai *Sales Associate* di salah satu perusahaan yang terletak di Surabaya

Informan 3 : Delia (23 Tahun) – Manager Admin di perusahaan tembakau di Surabaya, sekaligus sebagai seorang *beauty influencer*

Informan 4 : Katarina (24 tahun) – Lulusan Ilmu Komunikasi, bekerja sebagai reporter di Jakarta

Informan 5 : Nada (24 Tahun) – Freelancer di bidang MC *event* dan model makeup

Informan 6 : Radila (24 Tahun) – Lulusan D4 Akuntansi, bekerja di Astra Group Jakarta

Keberagaman latar belakang pada informan ini memberikan pandangan yang luas dan beragam mengenai perempuan Gen Z dalam memaknai tren “*Marriage is Scary*”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa informan bervariasi dalam cara mereka memahami dan memaknai tren “*Marriage is Scary*”, mencerminkan kompleksitas pengalaman dan perspektif mereka tentang pernikahan.

Pemahaman Informan terhadap Tren “*Marriage is Scary*” di Tiktok

Sebagian besar informan menganggap tren tersebut sebagai narasi negatif yang menggambarkan kekhawatiran tentang pernikahan. Mereka memahami bahwa banyak konten yang beredar di TikTok menggambarkan bahwa banyak konten yang beredar menggambarkan pengalaman buruk seperti perselingkuhan, KDRT, dan tekanan emosional, Informan 1 mengatakan, “kebanyakan orang mungkin ada yang menceritakan pengalaman pribadinya ada juga yang melakukan studi kasus kaya dia abis nonton nih pengalaman yang disharing oleh orang lain di platform tiktok atau Instagram terus dia sharing kembali dengan bahasa dia kaya gitu.” Hal ini menunjukkan bahwa tren ini membantu penggunanya untuk berbagi pengalaman dan memberi tahu orang lain akan risiko pernikahan.

Pemaknaan Informan terhadap Tren “*Marriage is Scary*”

Hasil wawancara menunjukkan bahwa informan memahami tren “*Marriage is Scary*” dari dua perspektif. Empat informan berada dalam posisi negosiasi, menerima pesan yang disampaikan dalam tren sebagai pelajaran penting untuk mempersiapkan keuangan dan mental sebelum menikah. Informan 2 mempertegas “Tren ini memberikan dampak positif dan negatif, kita bisa belajar untuk lebih kritis dalam memilih pasangan” Sementara itu, dua informan lainnya menentang narasi menakutkan tersebut. Informan 3 berpendapat “Menurut saya, ini hanya berlaku bagi orang-orang yang kurang beruntung dan mungkin memiliki latar belakang yang punya trauma di kehidupan sebelumnya.” Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan agama seseorang dan pengalaman pribadi mereka memengaruhi cara mereka memaknai tren ini

Pemaknaan terhadap Pengaruh Konten mengenai Pandangan Pernikahan

Sebagian besar informan mengakui bahwa konten “*Marriage is Scary*” telah memengaruhi persepsi mereka tentang pernikahan. Informan 4 mengatakan, “Tren ini mengubah perspektif orang lain, kita jadi lebih kritis dan mempertanyakan pernikahan”. Meskipun begitu, terdapat informan yang menyatakan bahwa mereka tidak mengalami pengaruh yang signifikan, seperti yang dikatakan oleh informan 1, yang menyatakan, “Dampaknya tidak terlalu terlihat bagi saya Karena kan aku juga udah memikirkan itu dari sejak aku SD atau SMP gitu ngeliat orang tua aku seperti itu”. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun konten di TikTok dapat memengaruhi pandangan, pengalaman pribadi menjadi faktor utama dalam membentuk sikap terhadap pernikahan.

Pemaknaan terhadap Perbandingan Pandangan Pernikahan Gen Z dan Generasi Sebelumnya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gen Z lebih kritis terhadap pernikahan daripada generasi sebelumnya. Informan 5 menekankan, “Gen Z lebih *open-minded* satu sisi satu sudut pandang aja, gak cuma ngeliat dari generasi yang dulu dulu doang dan menolak kodrat perempuan hanya di rumah.” Mereka lebih cenderung menuntut kesetaraan dalam hubungan mereka dan lebih memilih untuk menunda pernikahan hingga merasa siap secara finansial maupun emosional. Informan 6 menambahkan, “GenZ itu yang kebanyakan perempuannya adalah perempuan yang sudah independen dia udah memikirkan finansial, ya dia yang memikirkan semua halnya untuk dirinya sendiri dan makanya banyak banget kasus menunda pernikahan karena dia merasa sudah cukup atas dirinya sendiri”. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran nilai yang signifikan dalam persepsi pernikahan, Gen Z lebih mengutamakan kesetaraan dan kemandirian.

Pada bagian ini, peneliti akan menguraikan pembahasan dari hasil penelitian. Hal ini sejalan dengan teori resepsi Stuart Hall, yang menekankan bahwa pengalaman pribadi dan konteks sosial memengaruhi cara perempuan Gen Z memahami pesan media. Informan yang berada dalam posisi negosiasi menunjukkan bahwa mereka dapat menginterpretasikan pesan dari narasi “*Marriage is Scary*” dengan cara yang konstruktif, menggunakan pengalaman tersebut sebagai pelajaran untuk lebih mempersiapkan diri dari segala aspek sebelum menikah. Hal ini mendorong sikap proaktif yang dimiliki perempuan Gen Z. Sementara itu, informan yang berada dalam posisi oposisi menunjukkan bahwa keyakinan pribadi dan latar belakang keluarga mereka dapat memengaruhi cara mereka dalam menanggapi narasi negatif yang berkembang di TikTok. Penolakan terhadap pesan yang disampaikan dalam narasi

tersebut menunjukkan bahwa meskipun media sosial memiliki kekuatan untuk membentuk opini, individu tetap memiliki otonomi dalam menentukan pandangan mereka. Hal ini sejalan dengan perspektif bahwa khalayak tidak secara pasif menerima informasi, melainkan secara aktif dalam memahami dan merespons pesan yang mereka terima. Tren “*Marriage is Scary*” menunjukkan kekhawatiran perempuan Gen Z tentang pernikahan dan juga menjadi tempat untuk berbagi pengalaman. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, khusus TikTok, berperan besar dalam membentuk pendapat dan perspektif generasi muda tentang masalah sosial seperti pernikahan. Selain itu penelitian ini menekankan betapa pentingnya memahami dinamika gender dan peran media dalam membentuk pandangan masyarakat, terutama di kalangan perempuan Gen Z yang semakin menentang nilai-nilai tradisional. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa perempuan Gen Z bukan sekedar terpengaruh melalui konten yang mereka konsumsi, tetapi juga dari interaksi sosial yang ada dalam platform tersebut. Respons dan tanggapan dari pengguna lain di kolom komentar TikTok menjadi kuat dan mendorong pandangan individu, menciptakan wadah berdiskusi yang dinamis.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan resepsi perempuan Gen Z terhadap tren “*Marriage is Scary*” di TikTok. Dengan melakukan wawancara yang mendalam dengan enam informan perempuan Gen Z yang aktif menggunakan platform tersebut, penelitian ini berhasil mengungkap kompleksitas pemahaman dan interpretasi mereka tentang fenomena sosial ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tren “*Marriage is Scary*” dipahami oleh informan sebagai narasi negatif yang menunjukkan kekhawatiran mereka terhadap institusi pernikahan. Sebagian besar informan memahami bahwa konten TikTok sering menampilkan pengalaman buruk seperti perselingkuhan, KDRT, dan tekanan emosional, yang dapat menimbulkan ketakutan dan kecemasan. Namun, terdapat perbedaan dalam cara mereka memaknai tren ini. Empat informan menerima pesan tren sebagai pelajaran penting untuk mempersiapkan diri secara mental dan finansial sebelum menikah, sementara dua informan lainnya menentang narasi menakutkan tersebut karena keyakinan pribadi mereka dan pengalaman positif yang mereka miliki.

Penelitian ini menemukan bahwa konten “*Marriage is Scary*” telah memengaruhi cara informan melihat pernikahan, dengan sebagian besar mengakui adanya perubahan pandangan yang lebih kritis dan reflektif. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang terikat pada norma-norma tradisional, informan Gen Z menunjukkan sikap lebih memprioritaskan diri menjadi mandiri dan menuntut kesetaraan dalam hubungan. Hal ini menunjukkan pergeseran nilai

yang signifikan dalam pandangan pernikahan, Gen Z lebih menekankan pada kemandirian, kesiapan finansial dan emosional sebelum mengambil keputusan untuk menikah.

Daftar Pustaka

- Bur, R., Ayuningtyas, F., & Muqsith, M. A. (2023). Pemanfaatan TikTok sebagai Media Informasi Baru Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(1), 178–188.
- Egi Regita, Nabilah Luthfiyyah, & Nur Riswandy Marsuki. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri dan Pembentukan Identitas Remaja di Indonesia. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(1), 46–52. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.830>
- Fikri, M., Amelia, A. R., & Indonesia, U. A. (2024). Terjebak dalam Standar Tiktok : Tuntutan yang Harus Diwujudkan ? (Studi Kasus Tren Marriage is Scary). 03(09), 1438–1445. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i09.1604>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Febriany, F., Inzahroh, A., & Muna, S. (2023). Penggunaan Media Sosial Tiktok Dalam Pembentukan Karakter Remaja. *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 3(1), 84–97.
- Agustina, L. (2020). Viralitas Konten di Media Sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149–160.
- Karuni, N. P. P., Cahyani, N. P. E., & Narayan, G. A. A. D. J. (2023). Upaya Pelestarian Budaya Asli Indonesia Melaluifenomena Fomo Generasi Z Di Media Sosial Tiktokmenujuindonesiaemas. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 418–227. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/pilar/article/view/6167/4696>
- Marini, L., Yurliani, R., & Kemala Nasution, I. (2022). Ekspektasi Peran Pernikahan Pada Generasi Z Ditinjau dari Jenis Kelamin, Usia, Agama dan Suku. *Analitika*, 14(1), 89–98. <https://doi.org/10.31289/analitika.v14i1.5145>
- Putri Diana, & Agustina. (2023). Gambaran Persepsi Pernikahan Pada Perempuan Dewasa Muda Dengan Latar Belakang Orang Tua Bercerai Dan Fatherless. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 720–731. <https://doi.org/10.54783/jsr.v5i2.181>
- Riska Herliana, & Khasanah Nur. (2023). Faktor Yang Memengaruhi Fenomena Menunda Pernikahan Pada Generasi Z. *Indonesian Health Issue*, 2(1), 48–53. https://www.researchgate.net/publication/370742667_Faktor_Yang_Memengaruhi_Fenomena_Menunda_Pernikahan_Pada_Generasi_Z
- Wuwungam, K. E., Himpong, M. D., & Lotulung, L. J. H. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Edukasi Bagi Mahasiswa. *Koneksi*, 7(1), 42–48. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.16034>
- Zaman, S. N. (2024). Survey Deloitte: Kekhawatiran Gen Z dalam Hidup. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(1), 54–62. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i1.658>
- Abadi, L. T., & Rahman, A. (2025). *Gender Equality in the Household Life of Generation Z*. 14(01), 112–127. <https://ejournal.uiidalwa.ac.id/index.php/rasikh/article/view/2557>
- Adhani, A. F., & Aripudin, A. (2024). *Perspektif Generasi Z di Platform X Terhadap Penurunan Angka Pernikahan di Indonesia*. 5(1), 185–198.
- Aniqurrohman, S. F. L. (2023). Kesetaraan Gender Dan Nilai Nilai Yang Terkandung Di Dalamnya Menurut Hak Asasi Manusia. *Jurnal Dunia Ilmu Hukum (JURDIKUM)*, 1(2), 50–56. <https://doi.org/10.59435/jurdikum.v1i2.170>
- ARISTA, V. (2024). *Analisis Konten Tiktok @Sashfir Pada Lifestyle Generasi Z (Studi Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Uin Sultan Syarif Kasim Riau)*. 6795. https://repository.uin-suska.ac.id/80718/1/SKRIPSI_GABUNGAN.pdf
- Bahasa, F., Ilmu, D. A. N., Studi, P., & Komunikasi, I. (2024). *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Feminisme pada Iklan Maybelline x Dylan Mulvaney dalam platform Media Sosial TikTok*. https://repository.unissula.ac.id/35210/1/Ilmu_Komunikasi_32802000045_fullpdf.pdf
- Divaliani, E. S., & Nurhakim, T. F. (2024). *Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Postingan Ulang*

- Pada Aplikasi Tiktok. 07(01), 74–84. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/14680/6387>
- Empati, J., Indriyanti, S., Wulandari, D. A., Dwi, U., Wibowo, A., & Noveni, N. A. (2024). *Makna pernikahan berdasarkan sudut pandang generasi z di kabupaten cilacap*. 13, 2020–2025. <file:///C:/Users/achaa/Downloads/46520-114376-1-PB.pdf>
- Haryono, P. A., & Yanuartuti, S. (2023). Karya Tari “FoMO on TikTok” sebagai Ungkapan Takut Tertinggal. *Jurnal Seni Pertunjukan*, 1(1), 39–50. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/solah/article/view/55984/44337>
- Henderika, E., Neang, D., Bura, T., Mutmainnah, F. A., Vf, A., Sudirman, J., Kelurahan, N., Tim, K. A., & Sikka, K. (2025). *Analisis Kesetaraan Gender dalam Rumah Tangga Keluarga Modern dalam Penerapan di Lingkungan Pasutri (Pengantin yang Menikah Mudah)*. 1. <https://journal.appisi.or.id/index.php/wissen/article/view/629>
- Ignatio Yoga, P. (2024). *Analisis Resepsi Generasi Z Dki Jakarta Mengenai Pilihan Menikah Pada Konten #Bolehgak Di Kanal Youtube Geolive*. April, 1–15. <http://ejournal.uajy.ac.id/id/eprint/31751>
- Keadilan, I., Gina, A., & Manalu, B. (2021). Perempuan dan Inisiatif Keadilan. In *Jurnal Perempuan* (Vol. 26, Issue 3). https://www.kurawalfoundation.org/downloadPublikasi/HpGURPA7ljMxce1H1-jQ4MJPPoskzkHahM4Qy692SVUY92cJ1kfPKUiOsd5rBrHpOgAbgk6YJ5N2Ift8n280er3kc8qrVjlnIR23peTzv_LJbhziVTR4JrajExgqQ,%7C@6NOP2kRgmyVODUaVMI0vXzyYSmuwT7BkVKw3eDMVQeOPE2WNOS6RfgSRr5PBBI5B_7R-lmv
- M Lestari, SL Aemma, S. C. (2024). *Jurnal Bimbingan dan Konseling. Bagaimana Fenomena ‘Marriage Is Scary’ Dalam Pandangan Perempuan Generasi Z?*, 10(1), 279–280. <https://doi.org/10.31602/jbkr.v10i2.17187>
- Mau, A. F. P. di T. P. S. : P. K. K. (2025). *Tantangan Perkawinan di Tengah Perubahan Sosial : Perspektif Keluarga Kontemporer*. 3.
- Misder, M., & Julianto, J. (2023). Dampak TiKTok dalam Mempengaruhi Generasi Muda. *Jurnal Teknologi Informasi*, 9(1), 79–87. <https://doi.org/10.52643/jti.v9i1.2993>
- Nathania, Y., & Amalia, D. (2023). Analisis Penerimaan Generasi Z terhadap Gaya Hidup Hedonisme dalam Konten “How Much I Spend In A Day” pada Akun TikTok @Skincareans. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 6817–6825. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i9.2830>
- Nurkhasanah, A. (2022). *Analisis Resepsi Viewers Akun Instagram @Lyfewithless Terhadap Konten Kampanye #Belajarjadiminimalis*. 9, 356–363. https://eprints.iain-surakarta.ac.id/3201/1/Fulltext_181211022.pdf
- Pawaka, D., & Choiriyati, W. (2020). Analisis Resepsi Followers Milenial @indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 70–86. <https://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA/article/view/1048>
- Putra Pranata, A., & Aristyanto, E. (2021). Analisis Feminisme Dalam Perjuangan Perempuan Pada Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Call for Paper*, 8(1), 520–538. <https://ejurnal.uwp.ac.id/lppm/index.php/prosiding/article/view/115>
- Putri, S. A. (2022). *Fenomena Menunda Pernikahan Pada Perempuan*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/63158>
- Rahman, F. (2019). *Analisis Resepsi Followers Akun WWF Terhadap Kampanye Konservasi Lingkungan di Instagram*. 1–23. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/18484/14321157.pdf?sequence=12&isAllowed=y>
- Raihanah, Y. N., & Nuraeni, R. (2024). *Analisis Resepsi Generasi Y terhadap Penerapan Gentle Parenting pada Akun TikTok @dhannicha*. 11(6), 6621–6627.
- Sinaga, N. S. (2024). *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Konten Tiktok @Vmulliana Sebagai Media Edukasi Di Bidang Karier*.