eISSN 3090-174X & pISSN 3090-1367
Vol. 2, No. 4, Tahun 2026
doi.org/10.63822/pzrrr208
Hal. 8458-8467

Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora
Beranda Jurnal https://indojurnal.com/index.php/jisoh

Pemaknaan Generasi Z pada Narasi *Marriage is Scary* dalam Rekomendasi Algoritma TikTok: Studi pada Alumni Universitas Malikussaleh

Kayla Salsabillah Sari[1], Muhammad Fazil[2], Subhani[3], Anismar[4], Muchlis[5]
Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Malikussaleh, Aceh, Indonesia[1,2,3,4,5]

*Email Korespodensi: kayla.220240245@mhs.unimal.ac.id

Diterima: 25-10-2026 | Disetujui: 30-10-2026 | Diterbitkan: 01-11-2026

ABSTRACT

The development of social media, particularly TikTok, has introduced various narratives about married life that may influence how Generation Z understands and perceives marriage. This study aims to describe and analyze the perceptions of Universitas Malikussaleh alumni belonging to Generation Z toward narratives of fear of marriage (Marriage is Scary) encountered through the TikTok algorithm. This study employed a descriptive qualitative approach involving five alumni who were employed, unmarried, active TikTok users, and had encountered Marriage is Scary content. The informants were selected using snowball sampling. Data were collected through in-depth interviews, passive participatory observation, and documentation, then analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing and verification. Data trustworthiness was assessed through source triangulation, method triangulation, and member checking. The findings indicate that exposure to content concerning domestic violence, infidelity, family conflicts, and economic problems influenced how informants perceived the risks of marriage. Their perceptions varied, ranging from fear and the desire to postpone marriage to greater caution in choosing a partner. Informants also selected information based on its relevance, credibility, personal experiences, and individual readiness. This study highlights TikTok as one source of understanding about marriage, while the meaning derived from its content remains influenced by individual experiences and interpretations.

Keywords: *perception, Generation Z, Marriage is Scary, TikTok, social construction.*

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, menghadirkan beragam narasi mengenai kehidupan pernikahan yang dapat memengaruhi cara Generasi Z memahami dan memaknai pernikahan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis persepsi alumni Universitas Malikussaleh sebagai Generasi Z terhadap narasi ketakutan menikah (*Marriage is Scary*) yang ditemukan melalui algoritma TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melibatkan lima alumni yang telah bekerja, belum menikah, aktif menggunakan TikTok, dan pernah menemukan konten *Marriage is Scary*. Informan dipilih menggunakan teknik *snowball sampling*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif pasif, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan *member check*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan konten mengenai kekerasan dalam rumah tangga, perselingkuhan, konflik keluarga, dan persoalan ekonomi memengaruhi cara informan memandang risiko pernikahan. Persepsi yang terbentuk bervariasi, mulai dari ketakutan dan keinginan menunda pernikahan hingga sikap lebih berhati-hati dalam memilih pasangan. Informan juga menyeleksi informasi berdasarkan relevansi, kredibilitas, pengalaman, dan kesiapan pribadi. Penelitian ini menegaskan bahwa TikTok menjadi salah satu sumber pembentukan pemahaman mengenai

pernikahan, sedangkan pemaknaannya tetap dipengaruhi oleh pengalaman dan interpretasi individu.

Kata kunci: persepsi, Generasi Z, *Marriage is Scary*, TikTok, konstruksi sosial

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Sari, K. S. ., Fazil, M., Subhani, S., Anismar, A., & Muchlis, M. (2026). Pemaknaan Generasi Z pada Narasi Marriage is Scary dalam Rekomendasi Algoritma TikTok: Studi pada Alumni Universitas Malikussaleh. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 2(4), 8458-8467. https://doi.org/10.63822/pzrrr208

PENDAHULUAN

Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi informasi dan penggunaan media sosial yang intensif. TikTok menjadi salah satu ruang digital yang digunakan generasi ini untuk memperoleh informasi, berinteraksi, dan mengikuti berbagai isu sosial. Arus informasi yang beragam memberikan kesempatan bagi pengguna untuk mengenal berbagai pengalaman kehidupan, tetapi juga menuntut kemampuan untuk menyaring dan menafsirkan pesan secara kritis. Dalam konteks tersebut, media sosial berperan sebagai ruang yang turut membentuk pemahaman individu terhadap realitas sosial, termasuk pandangan mengenai pernikahan (Friska et al., 2025).

Pernikahan secara sosial dan budaya sering dipandang sebagai tahapan penting dalam kehidupan yang berkaitan dengan kebahagiaan, komitmen, dan pembentukan keluarga. Perkembangan narasi di media digital memperlihatkan bahwa sebagian generasi muda juga mengenali pernikahan melalui pengalaman negatif, seperti konflik rumah tangga, perselingkuhan, kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), dan tekanan ekonomi. Berbagai pengalaman tersebut mendorong munculnya pembahasan mengenai risiko pernikahan dan kesiapan individu sebelum membangun rumah tangga. Narasi pernikahan pun menjadi bagian dari proses pembentukan pandangan generasi muda terhadap hubungan dan kehidupan keluarga (Kussanti, 2022).

Perubahan jumlah pernikahan di Indonesia turut memberikan konteks empiris untuk memahami dinamika kehidupan perkawinan. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa jumlah pernikahan mengalami penurunan dari 2.016.171 pada 2018 menjadi 1.705.348 pada 2022, kemudian 1.577.255 pada 2023 dan 1.478.302 pada 2024 (BPS, 2024). Data tersebut memperlihatkan perubahan jumlah perkawinan yang tercatat selama periode tersebut. Meskipun demikian, penurunan angka pernikahan tidak dapat secara langsung dijadikan bukti bahwa generasi muda takut menikah karena keputusan perkawinan dapat dipengaruhi oleh beragam faktor sosial, ekonomi, budaya, dan personal.

Perkembangan TikTok menghadirkan karakteristik penyebaran informasi yang berbeda dari media konvensional. Sistem rekomendasi platform menyajikan konten berdasarkan berbagai sinyal aktivitas dan interaksi pengguna sehingga seseorang berpeluang menemukan materi dengan tema serupa secara berulang. Dalam isu pernikahan, mekanisme tersebut dapat mempertemukan pengguna dengan beragam cerita tentang konflik rumah tangga, pengalaman hubungan yang tidak sehat, dan kekhawatiran mengenai kehidupan setelah menikah. Kurasi konten ini menjadi relevan untuk dikaji karena pengalaman bermedia tidak hanya melibatkan penerimaan informasi, tetapi juga proses individu dalam menyeleksi dan menafsirkan pesan yang muncul di ruang digital (Pamungkas & Purnomo, 2024).

Observasi awal peneliti pada TikTok pada 25 April 2026 menemukan berbagai konten dengan tagar #MarriageIsScary yang mengangkat persoalan kehidupan rumah tangga. Konten tersebut mencakup pengalaman mengenai beban ekonomi, tuntutan sosial dan budaya, KDRT, perselingkuhan, serta ketimpangan gender. Narasi disampaikan melalui pengalaman pribadi pengguna, pembahasan kreator konten, dan informasi dari akun yang mengangkat isu sosial maupun pernikahan. Keberadaan konten tersebut menunjukkan bahwa TikTok menjadi salah satu ruang bagi beredarnya narasi ketakutan menikah yang dapat ditemukan oleh pengguna sesuai dengan aktivitas dan rekomendasi konten pada akun masing-masing.

Narasi yang berulang mengenai sisi negatif pernikahan dapat dipahami melalui teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Pengalaman pribadi yang dibagikan pengguna menjadi

bagian dari proses eksternalisasi, sedangkan penyebaran dan penerimaan narasi dalam ruang digital dapat berkontribusi pada pembentukan pemahaman sosial mengenai pernikahan. Proses internalisasi berlangsung ketika individu menghubungkan informasi yang diterima dengan pengetahuan, pengalaman, dan pandangan pribadinya. Dalam konteks TikTok, proses tersebut membantu menjelaskan bagaimana narasi ketakutan menikah dapat memperoleh makna yang berbeda di antara pengguna (Arifin, 2025).

Alumni Universitas Malikussaleh yang termasuk Generasi Z menjadi kelompok yang relevan untuk mengkaji fenomena tersebut. Observasi awal menunjukkan bahwa sejumlah alumni dari berbagai program studi yang telah bekerja dan belum menikah sering menemukan narasi *Marriage is Scary* melalui TikTok. Kelompok ini berada dalam fase kehidupan ketika pekerjaan, kemandirian ekonomi, hubungan personal, dan harapan lingkungan dapat menjadi pertimbangan dalam memandang pernikahan. Narasi digital mengenai konflik rumah tangga menjadi salah satu sumber informasi yang mereka temui ketika membentuk pandangan mengenai kehidupan setelah menikah.

Penelitian terdahulu telah membahas hubungan antara tren *Marriage is Scary* dan persepsi Generasi Z terhadap pernikahan. Asyari dan Suksmawati (2025), melalui kajian resepsi perempuan Generasi Z, menemukan bahwa audiens dapat menerima, menegosiasikan, atau menolak narasi ketakutan menikah berdasarkan pengalaman dan pandangan mereka. Temuan tersebut menunjukkan bahwa audiens tidak selalu menerima pesan media secara seragam. Penelitian lain juga mengkaji bagaimana konten *Marriage is Scary* berkaitan dengan persepsi Generasi Z mengenai risiko emosional, tekanan sosial, dan kesiapan membangun rumah tangga (Aulia et al., 2025). Kajian terdahulu memberikan dasar untuk memahami fenomena ini, tetapi karakteristik subjek dan fokus analisis tetap perlu diperhatikan. Penelitian Annisa et al. (2025) membahas pandangan Generasi Z terhadap pernikahan melalui pendekatan dekonstruktif, sedangkan Rahmawati (2025) mengkaji konstruksi makna pernikahan di kalangan Generasi Z Muslim yang menonton konten Marriage is Scary. Penelitian-penelitian tersebut memperlihatkan bahwa narasi digital dapat mendorong audiens menilai kembali konsep pernikahan, kesiapan emosional, kesetaraan, dan risiko kehidupan rumah tangga.

Kesenjangan penelitian terletak pada perlunya memahami secara lebih khusus persepsi alumni Universitas Malikussaleh sebagai Generasi Z terhadap narasi *Marriage is Scary* yang ditemukan melalui algoritma TikTok. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada penerimaan atau penolakan pesan, tetapi juga pada proses persepsi yang meliputi sensasi, seleksi, organisasi, dan interpretasi. Fokus tersebut memungkinkan penelitian menelaah bagaimana alumni menerima paparan konten, menentukan informasi yang relevan, menghubungkannya dengan pengalaman dan pengetahuan, serta membangun pemaknaan terhadap narasi ketakutan menikah. Penelitian ini penting secara ilmiah karena dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi mengenai persepsi dan konstruksi sosial dalam lingkungan media digital. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan membantu Generasi Z menyikapi konten mengenai pernikahan secara lebih kritis dan proporsional. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengguna dan kreator TikTok dalam menyampaikan informasi tentang KDRT, perselingkuhan, konflik keluarga, dan tekanan ekonomi secara bertanggung jawab, dengan mempertimbangkan konteks serta keberagaman pengalaman kehidupan rumah tangga.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis persepsi alumni Universitas Malikussaleh sebagai Generasi Z terhadap narasi ketakutan menikah (Marriage is Scary) dalam algoritma TikTok. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami pemaknaan informan

berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan pandangan mereka. Kontribusi penelitian diharapkan terletak pada penjelasan mengenai proses persepsi audiens terhadap narasi pernikahan di media digital serta penyediaan referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji hubungan antara media sosial, konstruksi sosial, dan pandangan generasi muda terhadap pernikahan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami persepsi alumni Universitas Malikussaleh sebagai Generasi Z terhadap narasi ketakutan menikah (Marriage is Scary) dalam algoritma TikTok. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali pengalaman, pandangan, dan pemaknaan informan secara mendalam dalam konteks kehidupan mereka (Creswell, 2014). Penelitian dilaksanakan dengan konteks lokasi di lingkungan Universitas Malikussaleh, Kampus Bukit Indah, Blang Pulo, Kecamatan Muara Satu, Kota Lhokseumawe, Aceh, pada periode penelitian 2025 hingga 2026. Informan dipilih menggunakan teknik snowball sampling dengan mempertimbangkan kesesuaian karakteristik dan relevansi pengalaman mereka terhadap fokus penelitian (Sugiyono, 2018). Penelitian melibatkan lima alumni yang telah lulus sekitar satu hingga dua tahun, sudah bekerja, belum menikah, aktif menggunakan TikTok, serta pernah menemukan konten Marriage is Scary. Jumlah informan ditentukan berdasarkan relevansi informasi dan kedalaman data yang diperoleh, bukan representasi statistik. Instrumen pengumpulan data berupa pedoman wawancara semi-terstruktur yang berfokus pada proses persepsi, meliputi sensasi, seleksi, organisasi, dan interpretasi. Penelitian ini tidak mencantumkan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen secara kuantitatif.

Data penelitian terdiri atas data primer dari wawancara mendalam dan data sekunder berupa literatur, penelitian terdahulu, serta dokumentasi digital konten TikTok. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif pasif terhadap narasi Marriage is Scary, wawancara semi-terstruktur untuk menggali pengalaman dan pandangan informan, serta dokumentasi berupa rekaman audio wawancara dan tangkapan layar konten yang relevan (Creswell, 2014). Analisis data mengacu pada model Miles dan Huberman yang dikutip dalam, meliputi reduksi data, penyajian data secara naratif, dan penarikan serta verifikasi kesimpulan. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member check untuk memastikan kesesuaian interpretasi dengan informasi yang disampaikan informan. Penelitian ini tidak menyebutkan penggunaan perangkat lunak khusus untuk analisis data (Sugiyono, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Paparan Narasi *Marriage is Scary* melalui Algoritma TikTok

Hasil wawancara mendalam dan observasi terhadap lima alumni Universitas Malikussaleh menunjukkan bahwa narasi *Marriage is Scary* ditemukan melalui video TikTok dan komentar pengguna yang menceritakan pengalaman kehidupan pernikahan. Narasi yang muncul berkaitan dengan kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), perselingkuhan, konflik keluarga, serta persoalan ekonomi. Paparan tersebut tidak selalu terjadi karena informan secara sengaja mencari konten tentang ketakutan menikah, tetapi juga karena konten serupa muncul berulang kali ketika mereka menggunakan TikTok. Pengalaman ini memperlihatkan bahwa narasi mengenai pernikahan dapat dijumpai melalui aktivitas bermedia sosial

sehari-hari, termasuk melalui cerita pengalaman pribadi yang dibagikan pengguna lain.

Salah satu informan, alumni Jurusan Teknik Informatika, mengungkapkan bahwa paparan berulang terhadap konten permasalahan rumah tangga menimbulkan ketakutan dan memengaruhi pandangannya terhadap pernikahan. Ia menyampaikan:

> "Melihat konten tersebut secara terus-menerus membuat saya merasa takut dan seperti mengalami trauma. Karena yang sering terlihat adalah masalah dalam pernikahan, akhirnya saya menjadi tidak ingin menikah muda." (Wawancara, 5 Agustus 2026)

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa pengulangan konten dapat berkaitan dengan respons emosional informan. Ketika persoalan rumah tangga lebih sering terlihat dibandingkan pengalaman pernikahan yang positif, pernikahan dapat dipersepsikan sebagai sesuatu yang penuh risiko. Temuan ini tidak membuktikan bahwa algoritma TikTok secara langsung menyebabkan ketakutan menikah. Paparan konten merupakan salah satu stimulus yang kemudian diterima dan dimaknai berdasarkan pengalaman serta pemahaman masing-masing individu.

Temuan mengenai paparan berulang terhadap narasi *Marriage is Scary* sejalan dengan penelitian Aulia, Safitri, dan Sujarwo (2025) berjudul "Fenomena *Marriage is Scary* dalam Konten TikTok terhadap Persepsi Generasi Z tentang Pernikahan". Penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsumsi konten secara berulang dapat menghadirkan persepsi mengenai pernikahan sebagai sesuatu yang memiliki risiko emosional dan tekanan sosial. Kesamaan temuan terlihat pada pengalaman informan yang merasa khawatir setelah berulang kali menemukan konten mengenai persoalan rumah tangga. Hasil penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan memperlihatkan bahwa paparan berulang tidak selalu menghasilkan ketakutan yang sama pada setiap individu, sebab respons informan juga dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, dan kesiapan pribadi

Seleksi Informasi dan Perhatian terhadap Konten Pernikahan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kelima informan tidak memberikan perhatian yang sama terhadap seluruh konten yang muncul di TikTok. Perhatian cenderung tertuju pada cerita yang dianggap relevan dengan kehidupan mereka sebagai individu yang belum menikah, terutama konten mengenai perselingkuhan, KDRT, konflik rumah tangga, dan kesiapan membangun keluarga. Cara penyajian konten, seperti cerita pengalaman pribadi dan alur video yang menarik, juga menjadi bagian yang mempertahankan perhatian informan. Ketertarikan terhadap narasi *Marriage is Scary* tidak hanya berkaitan dengan isi pesan, tetapi juga dengan kedekatan persoalan tersebut terhadap kondisi dan kebutuhan informasi informan.

Alumni Jurusan Teknik Informatika menjelaskan bahwa konten pernikahan menjadi pengingat untuk mempersiapkan diri sebelum menikah. Ia menyatakan:

> "Lebih baik sebelum menikah harus mempersiapkan mental dan memilih orang tertentu, seperti melihat sifat dan kehidupannya. Akhirnya, kalau mencari suami itu harus yang sudah mapan dan siap secara mental maupun emosional." (Wawancara, 5 Agustus 2026)

Alumni Jurusan Ilmu Politik memandang TikTok sebagai salah satu sumber informasi yang dapat

memberikan gambaran mengenai persoalan yang perlu dipahami untuk menghadapi masa depan. Kedua pandangan tersebut menunjukkan bahwa proses seleksi berlangsung berdasarkan manfaat yang dirasakan informan. Konten yang dianggap relevan tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga dipertimbangkan sebagai sumber pembelajaran.

Dalam konsep persepsi, seleksi menjelaskan bahwa individu memberikan perhatian lebih besar terhadap stimulus tertentu berdasarkan kebutuhan, relevansi, dan kondisi personal. Temuan ini memperlihatkan bahwa narasi negatif mengenai pernikahan dapat memperoleh perhatian karena berkaitan dengan keputusan hidup yang penting. Perhatian terhadap konten tidak selalu berarti bahwa informan menerima seluruh pesan yang disampaikan. Informasi yang dianggap relevan masih diproses dan dinilai kembali sebelum membentuk pemahaman mengenai pernikahan.

Pengorganisasian Informasi dan Penilaian Kredibilitas Konten

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan tidak sepenuhnya menerima narasi *Marriage is Scary* sebagai gambaran menyeluruh tentang kehidupan pernikahan. Mereka menghubungkan informasi yang diperoleh melalui TikTok dengan pengetahuan, pengalaman, dan kondisi sosial yang diketahui sebelumnya. Proses ini terlihat ketika informan mengidentifikasi kesiapan mental, kematangan emosional, karakter pasangan, serta kondisi ekonomi sebagai aspek yang berkaitan dengan persoalan rumah tangga. Informan juga mempertimbangkan apakah cerita yang ditampilkan masuk akal dan sesuai dengan realitas yang mereka kenal.

Alumni Jurusan Ilmu Politik menganggap cerita dalam konten TikTok dapat menjadi sumber pembelajaran karena berasal dari pengalaman orang lain. Ia menyatakan:

> "Kalau ceritanya memang realistis karena berdasarkan pengalaman orang lain. Semua itu kita ketahui dari konten tersebut. Jadi, tinggal bagaimana kita mengambil hal yang baik dari informasi tersebut." (Wawancara, 4 Agustus 2026)

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman orang lain tidak serta-merta diterima sebagai kebenaran yang harus diterapkan dalam kehidupan pribadi. Informasi dipilah untuk menentukan bagian yang dapat dijadikan pembelajaran. Informan lainnya juga menunjukkan sikap kritis dengan mempertimbangkan sumber konten dan kemungkinan bahwa cerita tertentu disajikan secara berlebihan atau tidak sepenuhnya menggambarkan kejadian sebenarnya.

Kecenderungan informan memilih konten yang dianggap relevan dengan kehidupan pribadi sejalan dengan penelitian Nuraleina Putri Asyari dan Herlina Sukmawati (2025) berjudul "Tren *Marriage is Scary* di TikTok: Analisis Resepsi Perempuan Generasi Z". Penelitian tersebut menemukan adanya posisi penerimaan yang beragam, mulai dari menerima narasi secara penuh, melakukan negosiasi berdasarkan pengalaman pribadi, hingga menolak generalisasi negatif mengenai pernikahan. Temuan penelitian ini memperlihatkan pola yang serupa melalui perhatian informan terhadap konten yang dianggap bermanfaat untuk mempersiapkan diri dan memilih pasangan. Perbedaan respons tersebut menunjukkan bahwa relevansi informasi tidak selalu berujung pada penerimaan pesan secara utuh, tetapi dapat mendorong individu untuk menyeleksi dan mempertimbangkan kembali informasi yang diterima.

Proses organisasi merupakan tahap ketika individu menyusun dan menghubungkan informasi yang telah dipilih dengan pengetahuan sebelumnya. Temuan ini memperlihatkan bahwa alumni berperan aktif dalam mengolah pesan digital. Narasi yang menampilkan sisi negatif pernikahan ditempatkan dalam kerangka pemahaman yang lebih luas, sehingga tidak seluruh pengalaman yang muncul di TikTok langsung dianggap mewakili kehidupan pernikahan secara umum. Penilaian terhadap kredibilitas konten menjadi penting karena cerita di media sosial dapat menampilkan pengalaman yang terbatas pada sudut pandang tertentu.

Interpretasi Narasi *Marriage is Scary* dan Pemaknaan terhadap Pernikahan

Tahap interpretasi memperlihatkan perbedaan pemaknaan di antara kelima informan. Narasi *Marriage is Scary* menghasilkan respons yang beragam, mulai dari ketakutan, kehati-hatian dalam memilih pasangan, keinginan menunda pernikahan, hingga sikap yang tidak menjadikan konten sebagai penentu keputusan pribadi. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pesan yang sama tidak selalu menghasilkan persepsi yang seragam karena setiap informan memiliki pengalaman, pengetahuan, dan pertimbangan masing-masing.

Bagi alumni Jurusan Teknik Informatika, paparan berulang terhadap konten negatif menimbulkan ketakutan dan keinginan untuk tidak menikah pada usia muda. Alumni Jurusan Ilmu Politik memaknai konten tersebut sebagai alasan untuk lebih berhati-hati dan mempersiapkan diri sebelum menikah. Pandangan berbeda ditunjukkan oleh informan lain yang tetap menjadikan kesiapan pribadi sebagai pertimbangan utama. Salah satu informan menyatakan:

> "Kalau masalah pernikahan, sebenarnya ada rasa takut. Karena zaman sekarang, dalam memilih pasangan tentunya kita harus lebih berhati-hati. Pernah merasa takut, tetapi tidak sampai membawanya ke ranah pribadi. Jadi, melihat dan menjadikannya sebagai pembelajaran boleh, tetapi tidak perlu diterapkan secara langsung dalam kehidupan pribadi." (Wawancara, 6 Agustus 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa ketakutan yang muncul setelah melihat konten tidak selalu berkembang menjadi penolakan terhadap pernikahan. Informan dapat mengambil pelajaran dari cerita yang ditemukan tanpa menjadikan pengalaman pengguna lain sebagai dasar mutlak dalam menentukan pilihan hidupnya. Informan lainnya juga menegaskan bahwa kesiapan dan kemampuan pribadi tetap menjadi pertimbangan utama, meskipun konten tentang persoalan pernikahan dapat menimbulkan kekhawatiran.

Perbedaan interpretasi ini memperlihatkan bahwa persepsi merupakan proses subjektif. Konten TikTok menyediakan informasi mengenai berbagai persoalan rumah tangga, tetapi maknanya ditentukan melalui proses pengolahan informasi dan penilaian individu. Narasi *Marriage is Scary* dapat dipahami sebagai sumber ketakutan bagi sebagian informan, sekaligus menjadi bahan pertimbangan dan pembelajaran bagi informan lainnya. Temuan tersebut menunjukkan bahwa paparan konten negatif tidak secara otomatis menentukan keputusan menikah seseorang.

Persepsi Generasi Z dalam Perspektif Konstruksi Sosial

Temuan penelitian dapat dipahami melalui teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, khususnya hubungan antara pengalaman subjektif dan realitas sosial. Narasi mengenai KDRT, perselingkuhan, konflik keluarga, dan persoalan ekonomi awalnya berasal dari pengalaman yang dibagikan pengguna TikTok. Ketika pengalaman tersebut diunggah dalam bentuk video atau komentar, persoalan rumah tangga hadir sebagai narasi sosial yang dapat diakses dan dijumpai oleh pengguna lain. TikTok menjadi ruang digital tempat berbagai pengalaman mengenai pernikahan diproduksi, disebarkan, dan dimaknai kembali.

Proses tersebut dapat dikaitkan secara analitis dengan eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Eksternalisasi terlihat ketika pengguna mengungkapkan pengalaman atau pandangannya tentang pernikahan melalui konten. Objektivasi tampak ketika narasi tersebut beredar dan menjadi bagian dari informasi sosial yang dapat ditemui pengguna lain. Internalisasi terjadi ketika informan menghubungkan narasi yang diterima dengan pemahaman dan kondisi pribadinya, kemudian membentuk penilaian mengenai pernikahan. Ketiga proses tersebut tidak berlangsung secara terpisah dan tidak selalu memiliki hubungan satu lawan satu dengan tahapan persepsi.

Kecenderungan informan memilih konten yang dianggap relevan dengan kehidupan pribadi sejalan dengan penelitian Nuraleina Putri Asyari dan Herlina Sukmawati (2025) berjudul "Tren *Marriage is Scary* di TikTok: Analisis Resepsi Perempuan Generasi Z". Penelitian tersebut menemukan adanya posisi penerimaan yang beragam, mulai dari menerima narasi secara penuh, melakukan negosiasi berdasarkan pengalaman pribadi, hingga menolak generalisasi negatif mengenai pernikahan. Temuan penelitian ini memperlihatkan pola yang serupa melalui perhatian informan terhadap konten yang dianggap bermanfaat untuk mempersiapkan diri dan memilih pasangan. Perbedaan respons tersebut menunjukkan bahwa relevansi informasi tidak selalu berujung pada penerimaan pesan secara utuh, tetapi dapat mendorong individu untuk menyeleksi dan mempertimbangkan kembali informasi yang diterima.

Keterkaitan teori konstruksi sosial dengan konsep persepsi memperlihatkan bahwa pembentukan makna berlangsung melalui hubungan antara lingkungan media digital dan pengalaman individu. Konsep persepsi menjelaskan bagaimana informan menerima, memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan informasi, sedangkan teori konstruksi sosial membantu menjelaskan bagaimana pengalaman yang dibagikan di ruang digital menjadi bagian dari realitas sosial yang dapat memengaruhi pemahaman individu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan tetap memiliki peran aktif dalam menilai pesan, memeriksa kredibilitas cerita, serta menentukan relevansinya bagi kehidupan pribadi.

Persepsi alumni Universitas Malikussaleh sebagai Generasi Z terhadap narasi *Marriage is Scary* bersifat beragam, selektif, dan interpretatif. Paparan berulang membuat narasi tentang persoalan pernikahan mudah dijumpai, sedangkan perhatian, penilaian kredibilitas, pengalaman, dan kesiapan pribadi turut menentukan makna yang terbentuk. Sebagian informan mengalami ketakutan atau perubahan pandangan, sementara informan lainnya menggunakan konten sebagai bahan pembelajaran tanpa menjadikannya penentu utama keputusan menikah. Temuan ini menegaskan bahwa TikTok merupakan salah satu sumber informasi sosial mengenai pernikahan, tetapi pemaknaan terhadap informasi tersebut tetap melibatkan proses aktif dan subjektif dari setiap individu.

KESIMPULAN

Persepsi alumni Universitas Malikussaleh sebagai Generasi Z terhadap narasi *Marriage is Scary* di TikTok terbentuk melalui proses penerimaan, pemilihan, pengorganisasian, dan penafsiran informasi. Konten mengenai KDRT, perselingkuhan, konflik rumah tangga, dan persoalan ekonomi menjadi sumber informasi yang dipertimbangkan dalam memahami kehidupan pernikahan. Pemaknaan yang muncul tidak seragam, mulai dari ketakutan dan keinginan menunda pernikahan hingga sikap lebih selektif dalam memilih pasangan serta mempersiapkan diri secara emosional dan ekonomi.

Temuan tersebut memperkuat penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa narasi *Marriage is Scary* dapat diterima, dinegosiasikan, atau ditolak berdasarkan pengalaman dan pemahaman individu. Dalam perspektif konstruksi sosial Berger dan Luckmann, TikTok menjadi ruang penyebaran pengalaman yang berkontribusi terhadap pembentukan pemahaman sosial mengenai pernikahan, sedangkan individu tetap berperan dalam menentukan makna informasi yang diterima. Narasi ketakutan menikah tidak dapat dipandang sebagai penyebab tunggal perubahan pandangan Generasi Z, melainkan sebagai salah satu faktor yang berinteraksi dengan pengalaman, pengetahuan, dan kesiapan pribadi dalam membentuk persepsi terhadap pernikahan.

DAFTAR PUSTAKA

Annisa, T. R., Asyahidda, F. N., & Wilodati. (2025). "Marriage Is Scary": A deconstructive look at Gen-Z's perspectives on marriage (Case study of #MarriageIsScary trend on TikTok platform). Equilibrium: Jurnal Pendidikan, 13(2), 279–291. https://doi.org/10.26618/equilibrium.v13i2.18326

Arifin, M. (2025). Pengaruh media sosial TikTok terhadap perubahan perilaku sosial Generasi Z. Jurnal Komunikasi Digital, 4(1), 55–68.

Asyari, N. P., & Suksmawati, H. (2025). Tren "Marriage is Scary" di TikTok: Analisis resepsi perempuan Generasi Z. Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian, 11(2), 520–530. https://doi.org/10.52434/jk.v11i2.42714

Aulia, N., Safitri, D., & Sujarwo. (2025). Fenomena *Marriage is Scary* dalam konten TikTok terhadap persepsi Generasi Z tentang pernikahan. SYARIAH: Jurnal Ilmu Hukum, 2(3), 124–131. https://doi.org/10.62017/syariah.v2i3.4367

Badan Pusat Statistik. (2024). Statistik Indonesia 2024. https://www.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/c1bacde03256343b2bf769b0/statistik-indonesia-2024.html

Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Friska, N., Arni, & Riyadi. (2025). Karakteristik Generasi Z dalam penggunaan media sosial TikTok. Jurnal Sosial Humaniora Indonesia, 5(1), 15–29.

Kussanti, D. (2022). Konstruksi realitas sosial dalam media digital. Jurnal Sosiologi Komunikasi, 10(2), 73–85.

Pamungkas, R., & Purnomo. (2024). Kurasi algoritma media sosial dan pembentukan persepsi audiens. Jurnal Media dan Masyarakat Digital, 7(1), 60–74.

Rahmawati, D. (2025). Konstruksi makna pernikahan pada kalangan Muslim Gen Z di media sosial: Studi kasus penonton konten "Marriage is Scary" di TikTok. MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-ilmu Sosial, 9(1), 82–94. https://doi.org/10.30743/mkd.v9i1.10405