

HEGEMONI PERNIKAHAN TRADISIONAL PADA FENOMENA #MARRIAGEISSCARY DI TIKTOK (ANALISIS WACANA KRITIS)

Nadila Rahmawati¹, Laurensia Retno H², Haryo Windratno³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika

Email: ¹nadila.rahmawatiofficial@gmail.com, ²Laurensia.lrs@bsi.ac.id, ³haryo.hwo@bsi.ac.id

Abstract

The #MarriagelsScary phenomenon on TikTok highlights the emergence of a digital narrative that portrays marriage not only as an ideal institution but also as a space fraught with risks, unequal relationships, betrayal, emotional pressure, and social demands. This narrative has spread widely through content that has garnered a strong response from audiences and shaped public discourse on marriage on social media. This study aims to analyze how the discourse of fear surrounding marriage is constructed in TikTok content tagged #MarriagelsScary and to uncover its role as a form of resistance against the hegemony of traditional marriage. The study employs a descriptive qualitative method using Norman Fairclough's Multimodal Critical Discourse Analysis, encompassing the dimensions of text, discursive practices, and sociocultural practices, supported by Antonio Gramsci's Theory of Hegemony. Data were collected through virtual observation and documentation of three TikTok videos discussing the "provider mindset," infidelity, and verbal abuse by husbands, including audience comments. The results show that text, visuals, audio, and comments work together to construct a representation of marriage as a space fraught with risk. This discourse reflects a crisis of trust among the younger generation and functions as a digital counter-hegemony that shapes a new critical awareness of the institution of marriage.

Keywords: Marriage Is Scary, Critical Discourse Analysis, TikTok, Counter-Hegemony, Traditional Marriage

Abstrak

Fenomena #MarriagelsScary di TikTok menunjukkan munculnya narasi digital yang merepresentasikan pernikahan tidak hanya sebagai institusi ideal, tetapi juga sebagai ruang yang sarat risiko, ketidaksetaraan relasi, pengkhianatan, tekanan emosional, dan tuntutan sosial. Narasi ini berkembang luas melalui konten yang memperoleh respons tinggi dari audiens dan membentuk percakapan publik mengenai pernikahan di media sosial. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana wacana ketakutan terhadap pernikahan dikonstruksi dalam konten TikTok bertagar #MarriagelsScary serta mengungkap posisinya sebagai bentuk perlawanan terhadap hegemoni pernikahan tradisional. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis Multimodal Norman Fairclough, meliputi dimensi teks, praktik diskursif, dan praktik sosial-budaya, didukung Teori Hegemoni Antonio Gramsci. Data diperoleh melalui observasi virtual dan dokumentasi tiga konten TikTok yang membahas provider mindset, perselingkuhan, serta penghinaan oleh suami, termasuk komentar audiens. Hasil penelitian menunjukkan teks, visual, audio, dan komentar bekerja terpadu membangun representasi pernikahan sebagai ruang penuh risiko.

Wacana ini merefleksikan krisis kepercayaan generasi muda dan beroperasi sebagai kontra-hegemoni digital yang membentuk kesadaran kritis baru terhadap institusi pernikahan.

Kata Kunci: Marriage Is Scary, Analisis Wacana Kritis, TikTok, Kontra Hegemoni, Pernikahan Tradisional.

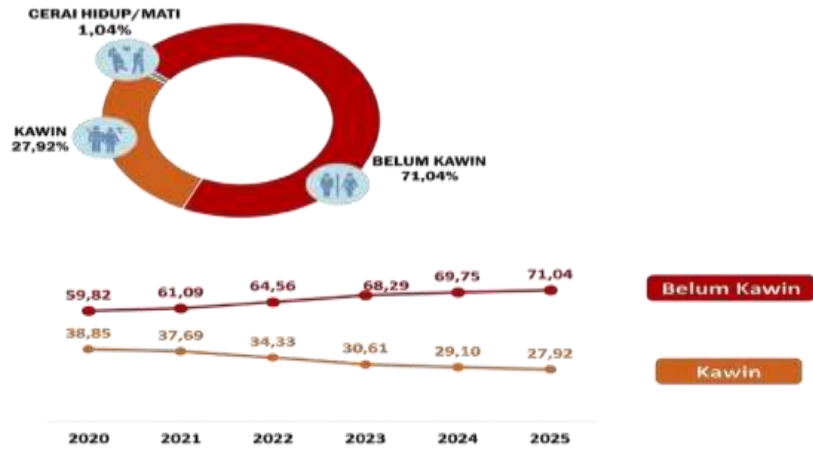
PENDAHULUAN

Institusi pernikahan secara historis tidak pernah terlepas dari jejaring kekuasaan dan ideologi dominan yang hidup di dalam masyarakat. Selama berabad-abad, pernikahan dihegemonikan sebagai sebuah lembaga sosial ideal yang bersendikan komitmen, keharmonisan emosional, stabilitas nafkah, serta ruang aman bagi individu. Konstruksi ideal ini lambat laun mengkristal menjadi sebuah *common sense*, yaitu keyakinan yang dianggap alamiah dan tidak boleh digugat. Di balik tirai *common sense* tersebut, ideologi patriarki dan domestifikasi gender sering kali bekerja secara halus demi melanggengkan struktur relasi kuasa yang timpang, di mana perempuan kerap diposisikan sebagai subjek subordinat yang wajib memikul beban domestik dan emosional secara asimetris. Namun, seiring dengan masifnya penetrasi teknologi informasi, kemapanan ideologi dominan ini mulai mendapatkan tantangan diskursif yang terbuka di ruang publik digital. Perubahan ini tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan merupakan akumulasi dari meningkatnya kesadaran kritis generasi muda terhadap ketimpangan struktural yang selama ini tersembunyi di balik narasi-narasi romantisasi pernikahan.

Dalam konstelasi masyarakat modern, media sosial, khususnya TikTok, telah bertransformasi menjadi bagian penting dari masyarakat sipil (*civil society*) yang berfungsi sebagai arena kontestasi ideologis. Karakteristik TikTok yang mengandalkan format video pendek dengan integrasi elemen teks, visual, audio, serta kolom interaksi sirkular menjadikannya sebuah apparatus diskursif yang sangat dinamis. TikTok tidak lagi sekadar menjadi ruang hiburan pasif, melainkan sebuah medan pertarungan wacana di mana kelompok-kelompok subordinat, seperti perempuan muda dan Generasi Z, dapat memproduksi wacana tandingan (*counter-discourse*) guna mendekonstruksi narasi-narasi besar yang selama ini mapan di masyarakat (Mahesi & Chairil, 2026). Salah satu bentuk resistensi ideologis yang paling menonjol dan viral belakangan ini adalah kemunculan tren konten dengan tagar #MarriagelsScary. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya merefleksikan realitas sosial yang ada, tetapi juga secara aktif membentuk dan mengubah cara pandang masyarakat terhadap berbagai institusi sosial, termasuk pernikahan.

Konten dengan tagar #MarriagelsScary di TikTok secara radikal membongkar mitos-mitos romantisasi pernikahan dengan menampilkan representasi realitas yang opresif. Melalui video-video pendek, para kreator konten membagikan narasi empiris mengenai konflik akut rumah tangga, pengkhianatan atau perselingkuhan, kekerasan

verbal, ketiadaan tanggung jawab finansial (*provider mindset*), hingga trauma emosional yang mendalam. Sundari & Febriana (2025) menegaskan bahwa representasi visual dan tekstual dari ketakutan pernikahan ini bukan sekadar luapan emosi sesaat, melainkan bentuk artikulasi kritis dari generasi muda yang mulai menyadari adanya risiko, ketimpangan peran, dan ancaman terhadap kebahagiaan personal dalam lembaga domestik tradisional. Fenomena digital ini secara kritis mengindikasikan lahirnya sebuah gerakan kontra-hegemonik kolektif yang berupaya meruntuhkan konsensus moral lama mengenai kewajiban institusi pernikahan tradisional. Dengan kata lain, tagar tersebut telah menjadi simbol perlawanan terhadap dominasi nilai-nilai patriarki yang selama ini dianggap lumrah.



Sumber:

Badan Pusat Statistik (BPS), 2025

Gambar 1.1

Grafik Penurunan Angka Pernikahan di Indonesia Tahun 2020-2025

Gejala keretakan hegemoni (*crisis of hegemony*) terhadap institusi pernikahan ini tidak hanya terjadi di ruang siber, melainkan terefleksi secara valid pada data sosiologis di dunia nyata. Berdasarkan data empiris Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2025, tercatat lonjakan signifikan di mana sebanyak 71,04% pemuda berusia 16-30 tahun memilih berstatus belum menikah, meningkat tajam dari angka 59,82% pada tahun 2020. Penurunan angka pernikahan sebesar 11,22% dalam kurun waktu lima tahun ini mempertegas adanya penolakan struktural dari generasi muda terhadap institusi domestik yang ada. Kondisi ini diperkuat oleh survei dari IDN Research Institute (2025) yang menemukan bahwa 63% pemuda Indonesia secara sadar memilih menunda pernikahan akibat kekhawatiran yang mendalam terhadap beban domestik sosiokultural serta potensi kegagalan relasi kuasa di dalam rumah tangga. Data-data ini menunjukkan bahwa apa yang terjadi di ruang digital bukanlah sekadar wacana kosong, melainkan memiliki korelasi yang kuat dengan perilaku dan keputusan hidup generasi muda di dunia nyata.

Kajian mengenai fenomena ketakutan pernikahan di media sosial sejatinya telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu. Khoirun Nisa (2025) membedah fenomena ini menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik, sementara Meilisa dan Latief (2025) menganalisis narasi ketakutan ini melalui lensa konstruksi sosial Peter L. Berger. Penelitian lain oleh Asyari dan Suksmawati (2025) menggunakan analisis resepsi untuk memetakan pemaknaan audiens terhadap konten-konten serupa di platform digital. Meskipun penelitian-penelitian tersebut berhasil memotret adanya pergeseran persepsi, mayoritas kajian terdahulu masih terjebak dalam batas-batas paradigma konstruktivisme yang cenderung deskriptif-subjektif. Penelitian terdahulu baru sebatas melihat "bagaimana makna ketakutan itu dikonstruksi", namun belum menyentuh aspek makro, yakni bagaimana teks multimodal dan interaksi siber tersebut beroperasi sebagai sebuah instrumen kekuasaan untuk melawan, bernegosiasi, atau meruntuhkan ideologi dominan pernikahan.

Penelitian ini hadir untuk mengisi celah akademis tersebut dengan menerapkan paradigma kritis secara murni melalui integrasi teoretis antara Analisis Wacana Kritis (AWK) Tiga Dimensi Norman Fairclough yang diintegrasikan dengan pendekatan Multimodal sebagai pisau analisis operasional, serta Teori Hegemoni Antonio Gramsci sebagai kerangka makro sosiokulturalnya. Analisis tidak hanya diarahkan pada struktur bahasa, melainkan menelaah secara mendalam bagaimana praktik diskursif multimodal pada produksi konten dan komentar audiens di TikTok berkorespondensi langsung dengan praktik sosial berupa perlawanan (*counter-hegemony*) terhadap hegemoni nilai-nilai pernikahan tradisional yang patriarkis. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga mengkritisi dan membongkar relasi kuasa yang bekerja di balik layar, sehingga memberikan kontribusi yang lebih bermakna bagi pengembangan ilmu komunikasi kritis di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK) Model Tiga Dimensi Norman Fairclough. Metode ini dipilih karena menyediakan kerangka kerja yang komprehensif dalam menjembatani analisis teks pada level mikro dengan struktur sosial pada level makro. Fairclough (1995) menegaskan bahwa wacana memiliki sifat dialektis; ia dibentuk oleh struktur sosial, tetapi di saat yang sama, wacana juga membentuk, melanggengkan, atau meruntuhkan struktur sosial tersebut. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis yang memandang realitas sosial tidak netral, melainkan dibentuk, dikendalikan, dan dihegemonikan oleh relasi kekuasaan dan struktur ideologi yang timpang. Fairclough membagi analisis wacana ke dalam tiga tingkatan dimensi yang saling berhubungan: (1) Dimensi Teks (Analisis Mikro) yang berfokus pada analisis teks secara struktural dan diintegrasikan dengan pendekatan multimodal; (2) Dimensi Praktik Diskursif (Analisis Meso) yang mengkaji proses sirkular wacana; dan (3) Dimensi Praktik Sosial-Budaya

(Analisis Makro) yang mempelajari hubungan antara praktik diskursif siber dengan konteks sosial, budaya, dan institusional yang lebih luas.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi non-partisipatif dilakukan dengan mengamati secara langsung konten TikTok bertagor #MarriagelsScary yang berkaitan dengan isu perselingkuhan, *provider mindset*, dan kekerasan verbal. Peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap lima informan yang merupakan bagian dari Generasi Z, dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria: (1) berusia 18-25 tahun, (2) aktif menggunakan TikTok, (3) pernah melihat konten #MarriagelsScary, dan (4) bersedia menjadi informan secara sukarela. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan tangkapan layar, komentar, dan berbagai bentuk interaksi lain yang muncul di platform TikTok terkait konten yang dibahas. Data yang diperoleh dianalisis melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan data dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan

Penelitian ini menganalisis tiga konten TikTok yang memiliki keterkaitan dengan fenomena #MarriagelsScary. Konten pertama adalah konten Salsabila dan Ohim yang membahas *provider mindset* dalam pernikahan dengan teks utama "Marriage is scary" dan "kalo pasangan gak punya provider mindset". Konten kedua adalah konten Salsa yang membahas perselingkuhan melalui caption "udah ketahuan selingkuh malah playing viktim". Konten ketiga adalah konten Shindy yang membahas penghinaan oleh suami, kekerasan verbal, dan tekanan emosional melalui teks "dikatain", "diludahi", "dibilang badut", dan "dibilang badak". Ketiga konten tersebut menunjukkan bahwa ketakutan terhadap pernikahan dibangun melalui isu yang berbeda, tetapi sama-sama mengarah pada kritik terhadap pernikahan tradisional.

Tabel 1. Analisis Multimodal Konten #MarriagelsScary

No.	Konten	Aspek Linguistik	Aspek Visual	Aspek Audio
1	Salsabila & Ohim	Teks "Marriage is scary" dan "kalo pasangan gak punya provider mindset" membingkai pernikahan sebagai sesuatu yang menakutkan ketika pasangan tidak memiliki kesiapan tanggung jawab.	Format percakapan podcast dengan dua orang duduk berhadapan menggunakan mikrofon, memberi kesan isu provider mindset sebagai persoalan serius.	Berbicara dengan suara santai tetapi serius serta audio musik "Belum Bernyali" oleh Harra memperkuat suasana keraguan dan ketidaksiapan dalam hubungan.
2	Salsa	Caption "udah ketahuan selingkuh malah playing	Wajah perempuan dalam suasana	Berbicara dengan suara yang tenang

		viktim" membangun makna bahwa pernikahan dapat menghadirkan pengkhianatan sekaligus manipulasi emosional.	ruangan redup dengan ekspresi serius dan emosional, memperkuat kesan sedih dan terluka.	berusaha tegar serta audio musik bernuansa melankolis memperkuat suasana emosional dan membuat narasi perselingkuhan terasa lebih personal.
3	Shindy	Teks "dikatain", "diludahi", "dibilang badut", "dibilang badak" menunjukkan penghinaan, kekerasan verbal, dan relasi tidak setara dalam pernikahan.	Wajah Shindy dengan ekspresi serius, emosional, dengan rasa kecewa dan terluka.	Berbicara dengan suara yang bergetar dan tangisan serta audio musik "Lupakan Cinta" oleh Rossa memperkuat suasana sedih, dramatis, dan emosional.

Sumber: Data Penelitian, 2026

Hasil observasi menunjukkan bahwa komentar-komentar yang muncul di konten #MarriagelsScary didominasi oleh ungkapan ketakutan terhadap pernikahan, pesimisme terhadap hubungan jangka panjang, hingga adanya keinginan untuk menunda atau bahkan tidak menikah sama sekali. Pada konten Salsabila dan Ohim, komentar seperti "amit amit ya allah dapet cwo kek gini", "manchild final boss", dan "Nikah itu taruhannya nasib untung-untungan" memperlihatkan bahwa audiens memperluas makna konten menjadi kritik terhadap laki-laki yang dianggap belum matang secara emosional maupun tanggung jawab. Pada konten Salsa, komentar seperti "jadi mikir 2x kalo mau nikah", "takut nikah", dan "aku pernah diposisi ini kk, rasa muak mengalahkan air mata" menunjukkan adanya sirkulasi trauma kolektif di mana pengalaman personal mengenai perselingkuhan menjadi bagian dari percakapan publik. Pada konten Shindy, komentar seperti "dihina suami sendiri itu gak enak guys bener² nusuk ke hati" dan "cinta yang tulus itu beneran ada gk sih?" menunjukkan bahwa audiens merespons konten dengan keterlibatan emosional yang tinggi.

Hasil wawancara dengan lima informan dari kalangan Gen Z memperkuat temuan ini. Informan AZ (20 tahun) menyatakan bahwa media sosial menampilkan pasangan yang tampak romantis dan bahagia, namun kenyataan di balik layar justru berbeda, sehingga memunculkan ketakutan terhadap pernikahan. Informan KO (22 tahun) mengungkapkan bahwa konten #MarriagelsScary membuatnya mempertimbangkan ulang untuk menikah karena pernikahan bukan hanya tentang kebahagiaan seperti ekspektasi, tetapi juga memiliki sisi menakutkan yang perlu dipertimbangkan secara matang. Informan RA (21 tahun) menambahkan bahwa ia merasa lebih waspada dan ingin memastikan kesiapan pasangan secara finansial dan emosional sebelum memutuskan untuk menikah, karena banyak cerita buruk yang ia lihat di media sosial tentang pernikahan yang gagal akibat ketidaksiapan salah satu pihak.

Pembahasan

Proses pembentukan makna negatif terhadap pernikahan oleh Gen Z dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui teori interaksionisme simbolik dan analisis wacana kritis. Konten #MarriageIsScary berperan sebagai simbol sosial yang ditafsirkan oleh Gen Z melalui interaksi di media sosial, seperti komentar, berbagi konten, hingga diskusi daring. Melalui proses ini, simbol pernikahan mengalami pergeseran makna, yang tidak hanya berasal dari pengalaman pribadi, tetapi juga dibentuk oleh paparan dan interaksi digital.

Pola multimodal dalam representasi ketakutan pernikahan terlihat dari ketiga konten yang menunjukkan keterpaduan unsur teks, visual, dan audio dalam membangun representasi ketakutan terhadap pernikahan. Teks, visual, dan audio dalam konten #MarriageIsScary tidak bekerja secara terpisah, tetapi saling melengkapi untuk membentuk suasana emosional dan makna tertentu. Pada konten Salsabila dan Ohim, teks "Marriage is scary" dan "kalo pasangan gak punya provider mindset" memperlihatkan bahwa ketakutan terhadap pernikahan dikaitkan dengan kesiapan pasangan, khususnya dalam hal tanggung jawab dan ekonomi. Visual berupa percakapan bergaya podcast membuat isu tersebut tampak sebagai persoalan yang serius dan layak diperdebatkan. Sementara itu, aspek audio menggunakan lagu "Belum Bernyali" oleh Harra yang memperkuat suasana emosional dan mendukung narasi mengenai keraguan, ketidaksiapan, dan ketakutan dalam hubungan pernikahan.



Sumber:

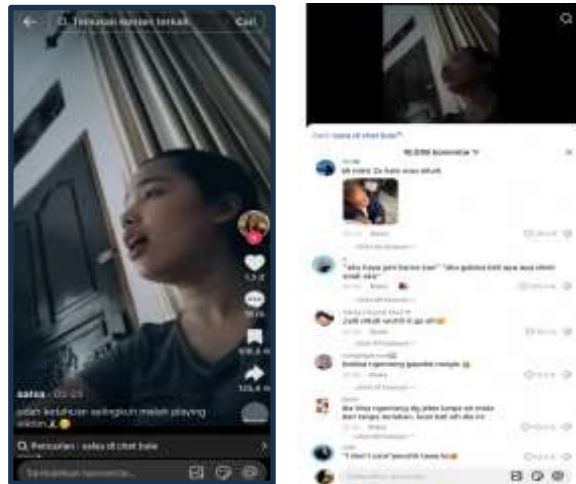
tiktok.com/pulankantor

Gambar 1.2

Tangkapan Layar Konten Salsabila dan Ohim Membahas Provider Mindset di TikTok

Pada konten Salsabila dan Ohim, teks "Marriage is scary" dan "kalo pasangan gak punya provider mindset" memperlihatkan bahwa ketakutan terhadap pernikahan

dikaitkan dengan kesiapan pasangan, khususnya dalam hal tanggung jawab dan ekonomi. Visual berupa percakapan bergaya podcast membuat isu tersebut tampak sebagai persoalan yang serius dan layak diperdebatkan. Sementara itu, aspek audio menggunakan lagu "Belum Bernyali" oleh Harra yang memperkuat suasana emosional dan mendukung narasi mengenai keraguan, ketidaksiapan, dan ketakutan dalam hubungan pernikahan.



Sumber:
tiktok.com/hkmalyasblba

Gambar 1.3

Tangkapan Layar Konten Salsa Membahas Perselingkuhan di TikTok

Pada konten Salsa, caption "udah ketahuan selingkuh malah playing viktim" membangun representasi bahwa perselingkuhan bukan hanya persoalan pengkhianatan, tetapi juga berkaitan dengan manipulasi emosional. Visual yang menampilkan wajah perempuan dengan suasana redup memperkuat kesan luka, kecewa, dan lelah dalam menghadapi relasi yang menyakitkan. Audio bernuansa melankolis ikut membangun suasana emosional sehingga pesan mengenai perselingkuhan terasa lebih personal dan menyentuh audiens.



Sumber:
tiktok.com/foxmediaaaa

Gambar 1.4

Tangkapan Layar Konten Shindy Membahas Penghinaan oleh Suami di TikTok

Pada konten Shindy, teks seperti "dikatain", "diludahi", "dibilang badut", dan "dibilang badak" membangun representasi yang lebih keras mengenai pernikahan sebagai ruang penghinaan dan kekerasan verbal. Visual yang menampilkan wajah Shindy dan potongan gambar pernikahan memperlihatkan adanya kontras antara citra pernikahan yang tampak formal dan realitas relasi yang menyakitkan. Audio "Lupakan Cinta" oleh Rossa memperkuat suasana sedih dan dramatis. Melalui perpaduan tersebut, konten Shindy memperlihatkan bahwa pernikahan yang terlihat ideal di permukaan dapat menyimpan tekanan emosional dan ketidaksetaraan di dalamnya.

Ketiga konten tersebut memperlihatkan bahwa ketakutan terhadap pernikahan tidak dibangun hanya melalui narasi verbal, tetapi juga melalui suasana visual dan audio yang menyertainya. Unsur linguistik memberikan pesan utama, unsur visual memberikan gambaran emosional, sedangkan audio memperkuat suasana dan daya afektif konten. Oleh karena itu, dalam perspektif Analisis Wacana Kritis Multimodal, wacana #MarriageIsScary tidak dapat dibaca hanya dari kata-kata, tetapi harus dipahami sebagai gabungan berbagai unsur komunikasi yang membentuk makna secara bersamaan.

Praktik diskursif dalam ketiga konten menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menjadi penerima pesan secara pasif. Audiens ikut membentuk wacana melalui komentar yang berisi penolakan, pengalaman pribadi, rasa takut, empati, kemarahan, dan kritik terhadap pernikahan. Komentar-komentar tersebut memperlihatkan adanya resonansi emosional karena isu yang dibahas dekat dengan pengalaman dan kekhawatiran banyak pengguna. Ketika komentar tersebut saling menguatkan, wacana #MarriageIsScary tidak lagi hanya berasal dari kreator, tetapi berkembang menjadi wacana kolektif yang diproduksi bersama oleh audiens.

Pada konten Salsabila dan Ohim, komentar audiens banyak berisi penolakan terhadap sosok laki-laki yang dianggap tidak memiliki tanggung jawab dalam hubungan. Komentar seperti "amit amit ya allah dapet cwo kek gini", "jauhkan hamba dari cowok kek ohim ya allah", dan "manchild final boss" menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menanggapi isi video, tetapi juga membentuk penilaian sosial terhadap tipe pasangan yang dianggap tidak layak. Melalui komentar tersebut, *provider mindset* berubah dari sekadar topik percakapan menjadi ukuran moral dan sosial dalam menilai kesiapan seseorang untuk menikah.

Pada konten Salsa, komentar audiens memperlihatkan resonansi emosional yang lebih kuat karena banyak pengguna menghubungkan isi konten dengan pengalaman pribadi mereka. Komentar seperti "takut nikah", "jadi mikir 2x kalo mau nikah", dan "jadi sebenarnya nikah itu penting ga sih?" menunjukkan bahwa narasi perselingkuhan dalam konten mendorong audiens untuk mempertanyakan kembali makna pernikahan. Komentar lain yang berisi pengalaman pernah diselingkuhi menunjukkan adanya sirkulasi trauma kolektif. Pengalaman personal yang sebelumnya mungkin hanya berada dalam ruang pribadi menjadi bagian dari percakapan publik yang dapat dibaca dan divalidasi oleh pengguna lain.

Pada konten Shindy, komentar audiens banyak berisi empati dan validasi terhadap pengalaman penghinaan dalam pernikahan. Komentar seperti "dihina suami sendiri itu gak enak guys bener² nusuk ke hati", "Dihina suami itu sangat sakit banget", dan "cinta yg tulus itu beneran ada gk sih?" menunjukkan bahwa audiens merespons konten dengan keterlibatan emosional yang tinggi. Komentar tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman penghinaan tidak dipahami sebagai masalah individual semata, tetapi sebagai persoalan relasi yang dapat dialami oleh banyak perempuan dalam hubungan yang tidak setara.

Hasil wawancara memperkuat temuan ini. Informan AZ (20 tahun) menyatakan: "Di media sosial tuh banyak banget yang keliatan romantis, bahagia, tapi pas udah nikah ternyata banyak yang cerita di belakang layar beda. Itu bikin takut juga sih, kayak pernikahan itu gak seindah yang dibayangin." Informan KO (22 tahun) mengungkapkan: "Aku jadi mikir-mikir lagi buat nikah. Soalnya pernikahan itu bukan cuma tentang bahagia kayak ekspektasi, tapi juga ada sisi seremnya yang harus dipikirkan matang-matang." Informan RA (21 tahun) menambahkan: "Aku jadi lebih waspada dan pengen bener-bener mastiin pasangan itu siap secara finansial dan emosional. Soalnya banyak cerita di sosmed tentang pernikahan yang gagal karena salah satu pihak gak siap."

Sirkulasi trauma kolektif terlihat ketika pengalaman personal mengenai pasangan yang tidak bertanggung jawab, perselingkuhan, penghinaan, kekerasan verbal, dan relasi tidak setara dibagikan ulang melalui kolom komentar. Pengalaman yang awalnya bersifat privat kemudian menjadi bagian dari ruang publik digital. Proses ini menunjukkan bahwa TikTok bukan hanya tempat penyebaran konten, tetapi juga

ruang tempat pengalaman emosional dinegosiasikan dan divalidasi. Melalui mekanisme tersebut, #MarriagelsScary memperoleh kekuatan sebagai wacana karena terus direproduksi oleh audiens melalui komentar, persetujuan, dan pembagian pengalaman serupa.

Komentar audiens juga memperlihatkan adanya validasi sosial. Ketika satu komentar tentang rasa takut menikah, pengalaman diselingkuhi, atau penghinaan oleh pasangan memperoleh dukungan dari pengguna lain, pengalaman tersebut menjadi lebih terlihat dan diakui. Proses ini membuat wacana #MarriagelsScary semakin kuat karena tidak hanya bergantung pada konten utama, tetapi juga diperkuat oleh pengalaman dan respons audiens. Oleh karena itu, kolom komentar dalam penelitian ini dipahami sebagai ruang produksi makna yang penting, bukan sekadar pelengkap dari konten video.

Pada dimensi makro, fenomena tagar #MarriagelsScary tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial-budaya yang lebih luas, yaitu menguatnya kesadaran generasi muda terhadap isu kesetaraan gender dan kesehatan mental. Generasi Z tumbuh di tengah akses informasi yang terbuka, sehingga mereka lebih kritis terhadap berbagai institusi sosial yang diwariskan oleh generasi sebelumnya. Mereka tidak lagi menerima begitu saja narasi bahwa pernikahan adalah satu-satunya jalan menuju kebahagiaan, melainkan mulai mempertanyakan apakah institusi tersebut masih relevan dengan kebutuhan relasi yang setara dan sehat secara emosional. Dengan demikian, #MarriagelsScary menjadi salah satu medium bagi generasi muda untuk mengekspresikan kekecewaan mereka terhadap konstruksi sosial yang dianggap tidak lagi berpihak pada kesejahteraan psikologis dan ekonomi mereka.

Melalui kacamata Teori Hegemoni Antonio Gramsci, fenomena #MarriagelsScary dapat dipahami sebagai manifestasi nyata dari terjadinya krisis hegemoni (*crisis of hegemony*) terhadap institusi pernikahan tradisional patriarkis di Indonesia. Nilai-nilai domestifikasi gender yang selama ini mapan sebagai kewajaran kolektif (*common sense*) kini mulai ditolak dan digugat oleh Generasi Z. Ekspresi ketakutan ini bukanlah sebuah bentuk patologi psikologis semata, melainkan sebuah tindakan kontra-hegemoni (*counter-hegemony*) yang politis. Gerakan digital ini merepresentasikan resistensi kultural perempuan muda untuk menolak subordinasi, menuntut dekonstruksi peran gender, serta memperjuangkan relasi kuasa yang lebih setara dan adil di ranah domestik. Dengan kata lain, tagar #MarriagelsScary telah menjadi ruang perlawanan simbolik di mana perempuan muda dapat menyuarakan kegelisahan mereka tanpa harus takut dihakimi oleh norma-norma konservatif yang selama ini mendominasi.

Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara. Informan NR (23 tahun) menyatakan: "Konten-konten #MarriagelsScary itu bikin aku sadar kalau pernikahan itu bukan tujuan hidup yang wajib. Aku jadi mikir, apa iya aku harus nikah cuma karena tekanan sosial? Padahal banyak banget kasus pernikahan yang justru bikin orang sengsara." Informan

DA (19 tahun) menambahkan: "Aku jadi lebih kritis lihat pernikahan. Gak semua yang keliatan bahagia di luar itu bener-bener bahagia. Konten-konten itu ngebuka mata aku kalau pernikahan itu harus dipikirkan bener-bener, bukan cuma ikut-ikutan tren atau tuntutan orang tua." Krisis hegemoni terlihat ketika pernikahan tidak lagi diterima sebagai tujuan hidup yang wajib, melainkan sebagai pilihan yang harus dipertimbangkan dengan kritis.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa fenomena #MarriagelsScary di TikTok bukan hanya tren digital yang viral, tetapi juga ruang pembentukan wacana kritis mengenai pernikahan. Melalui teks, visual, audio, dan komentar audiens, tagar ini membangun representasi ketakutan terhadap pernikahan sekaligus menjadi ruang perlawanan terhadap hegemoni pernikahan tradisional. #MarriagelsScary dapat dipahami sebagai praktik komunikasi digital yang memperlihatkan adanya perubahan cara generasi muda memaknai pernikahan, dari institusi yang dianggap wajib dan ideal menjadi relasi yang perlu dikritisi, dinegosiasikan, dan dibangun secara setara.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fenomena #MarriagelsScary di TikTok telah membentuk makna baru mengenai pernikahan di kalangan Generasi Z. Narasi dan simbol yang disampaikan dalam konten tersebut, baik dalam bentuk caption, ekspresi, narasi yang digunakan, maupun interaksi di kolom komentar, telah menciptakan pemaknaan yang menempatkan pernikahan sebagai sesuatu yang menakutkan, penuh kekhawatiran, penuh tekanan, dan tidak lagi menjadi prioritas utama.

Pada Dimensi Teks (Analisis Mikro), ketiga konten yang dianalisis menunjukkan bahwa representasi ketakutan terhadap pernikahan dibangun melalui keterpaduan unsur linguistik, visual, dan audio. Konten Salsabila dan Ohim merepresentasikan ketakutan terhadap pasangan yang tidak memiliki *provider mindset*, konten Salsa merepresentasikan ketakutan terhadap perselingkuhan dan manipulasi emosional, sedangkan konten Shindy merepresentasikan ketakutan terhadap penghinaan, kekerasan verbal, dan relasi kuasa yang timpang dalam rumah tangga. Integrasi multimodal ini memperkuat pesan bahwa pernikahan tradisional tidak selalu menjamin keamanan dan kesetaraan bagi perempuan.

Pada Dimensi Praktik Diskursif (Analisis Meso), platform TikTok khususnya kolom komentar tidak lagi berfungsi sebagai medium interaksi pasif, melainkan telah bertransformasi menjadi sebuah ruang publik digital tandingan (*digital counter-public space*). Di arena ini, wacana ketakutan pernikahan yang diproduksi oleh kreator dikonsumsi, disirkulasikan, dan direproduksi secara masif oleh audiens. Kolom komentar menjadi ruang artikulasi bagi sirkulasi trauma kolektif (*shared trauma*), di mana netizen saling memvalidasi ketakutan dan melakukan demistifikasi terhadap

narasi romantisasi perkawinan konvensional, sehingga melahirkan konsensus baru di ruang siber.

Pada Dimensi Praktik Sosial-Budaya (Analisis Makro), fenomena tagar #MarriageIsScary di TikTok merupakan manifestasi nyata dari terjadinya krisis hegemoni (*crisis of hegemony*) terhadap institusi pernikahan tradisional patriarkis di Indonesia. Nilai-nilai domestifikasi gender yang selama ini mapan sebagai kewajiban kolektif (*common sense*) kini mulai ditolak dan digugat oleh Generasi Z. Melalui kacamata Gramscian, ekspresi ketakutan ini bukanlah sebuah bentuk patologi psikologis, melainkan sebuah tindakan kontra-hegemoni (*counter-hegemony*) yang politis. Gerakan digital ini merepresentasikan resistensi kultural perempuan muda untuk menolak subordinasi, menuntut dekonstruksi peran gender, serta memperjuangkan relasi kuasa yang lebih setara dan adil di ranah domestik.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa fenomena ini memperlihatkan bagaimana media sosial memiliki kekuatan membentuk opini, mengubah cara pandang, dan memengaruhi perilaku masyarakat, khususnya Gen Z, terhadap pernikahan. Pandangan "Marriage is Scary" telah menjadi wacana publik yang memengaruhi keputusan, sikap, dan identitas Gen Z secara luas untuk menunda pernikahan karena adanya ketakutan dan kekhawatiran dalam pernikahan. #MarriageIsScary bukan sekadar tren media sosial, melainkan telah berkembang menjadi arena produksi wacana yang membentuk kesadaran kritis dan cara pandang baru generasi muda terhadap institusi pernikahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. I. T., Fadhilah, G. A., & Satriawan, A. F. (2024). Analisis Wacana Kritis Komentar Netizen Terhadap Postingan LBGT Pada Laman Influencer TikTok Ockmockey: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 2(3), 202-210. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i3.3804>
- Adhani, A. F., & Aripudin, A. (2024). Perspektif Generasi Z di Platform X Terhadap Penurunan Angka Pernikahan di Indonesia. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 5(1), 185-198. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i1.1001>
- 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.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Persentase Penduduk Berstatus Belum Menikah Usia 16-30 Tahun di Indonesia 2020-2025*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Fitriyani, R. W. (2025). Analisis Wacana Kritis Dimensi Praktis Sosial-Budaya dalam Postingan Instagram @pramonoanungw. *Wistara: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 145-157. <https://doi.org/10.23969/wistara.v6i2.28808>

- Frelians, P. P., & Astuti, R. V. (2024). Manajemen komunikasi stigma pada perempuan lajang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 57-72. <https://doi.org/10.24002/jik.v21i1.8790>
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the Prison Notebooks*. New York: International Publishers.
- IDN Research Institute. (2025). *Indonesia Gen Z Report 2025: Marriage and Relationship Trends*. Jakarta: IDN Media.
- Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781071878781>
- Lazuardi, R. A., Nugraha, Y. A., Rini, D., & Firdaus, S. (2026). The Relationship between Social Media Consumption and Generation Z's Marriage Preference. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 20-38. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v9i1.1540>
- Leeuwen, T. van, & Kress, G. (2021). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (3rd ed.). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003099857>
- Mahesi, P. I., & Chairil, A. M. (2026). Analisis Wacana Digital pada Konten Video TikTok dengan Musik "Backburner" di TikTok. *Jurnal Komunikasi Digital*, 10(1), 16-31.
- Meilisa, & Latief, I. S. (2025). Konstruksi Sosial Narasi Marriage is Scary dalam Era Individualisme: Studi Komunikasi Gender (Perspektif Peter L Berger). *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 2(4), 1335-1342.
- Nilam Ardiningrum, J. I. (2025). Fenomena "Marriage is Scary" di TikTok dan Implikasinya terhadap Persepsi Pernikahan pada Kalangan Mahasiswi. *Jurnal Psikologi Sosial*, 10(2), 1-11.
- Nilsson, F. A. (2024). *Softening Stereotypes: A Multimodal Critical Discourse Analysis of TikTok and the Swedish Newspaper Aftonbladet in Framing the 'Soft Girl' Trend* (Master's thesis). Örebro, Sweden: Örebro University. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1884841/FULLTEXT01.pdf>
- Nisa, K. (2025). Fenomena "Marriage Is Scary" Bagi Gen Z Dalam Konten Dilan Janiar di TikTok. *Jurnal Komunikasi*, 3(7), 377-387.
- Sundari, I. P., & Febriana, P. (2025). Representation of Fear of Marriage in Tiktok Social Media with #MarriagelsScary. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(2), 2401-2414.
- Umala, A., Amali, M. T., & Dahlan, U. A. (2026). Pengaruh Terpaan Konten Marriage Is Scary di Media Sosial terhadap Persepsi Negatif Nikah Muda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 94-106.
- Utari Kamila Dewi, Aisyah Zafrina Aini, Annisa Wahyuningtyas, Nadine Haqqi Nurul Atsar, Yani Achdiani, & G. I. P. N. (2025). Fenomena Marriage is Scary pada Generasi Z: Analisis Persepsi, Media Sosial, dan Kesiapan Menikah. *Jurnal Studi Pemuda*, 11(9), 78-95.