



Strategi Komunikasi Orangtua dan Anak Generasi Z dalam Merespons Fenomena ‘Marriage Is Scary’: Analisis Konten pada Platform Tiktok

Fithri Az-Zahra¹, Lies Utami Efni Safitri²

^{1,2}*Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia*

¹fithri0101221030@uinsu.ac.id, ²liesutamiefni@gmail.com

ABSTRAK

Fenomena “Marriage Is Scary” yang berkembang di TikTok mencerminkan pergeseran perspektif Generasi Z terhadap institusi pernikahan dalam konteks budaya digital. Tren ini menyoroti narasi ketakutan terhadap komitmen jangka panjang, konflik domestik, tekanan ekonomi, dan ketidaksetaraan peran gender. Studi ini bertujuan untuk menganalisis representasi strategi komunikasi antara orang tua dan anak-anak Generasi Z dalam menanggapi fenomena ini di TikTok serta memahami dinamika komunikasi antargenerasi yang terbentuk. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berperan dalam membentuk konstruksi makna pernikahan melalui pengulangan narasi negatif yang kemudian diinternalisasi dalam persepsi Generasi Z. Namun, pengaruh ini tidak bersifat deterministik. Komunikasi keluarga terbukti menjadi faktor dominan dalam membentuk sikap akhir anak-anak terhadap pernikahan. Orang tua menerapkan empat strategi komunikasi utama, yaitu normatif-religius, dialogis, teladan, dan adaptif terhadap budaya digital. Sementara itu, respons anak-anak menunjukkan dinamika antara pengaruh media sosial dan pengalaman keluarga. Studi ini menyimpulkan bahwa fenomena “Pernikahan Itu Menakutkan” bukanlah penolakan terhadap pernikahan, melainkan refleksi dari transformasi cara generasi muda menafsirkan komitmen dalam masyarakat digital. Komunikasi keluarga yang sehat dan terbuka merupakan kunci untuk menjembatani kesenjangan perspektif antar generasi.

Kata Kunci : Representasi Media, Komunikasi Keluarga, Generasi Z Marriage is Scary, TikTok

ABSTRACT

The growing "Marriage Is Scary" phenomenon on TikTok reflects a shift in Generation Z's perspective on the institution of marriage within the context of digital culture. This trend highlights narratives of fear of long-term commitment, domestic conflict, economic pressure, and gender role inequality. This study aims to analyze the representation of communication strategies between Generation Z parents and children to uncover this phenomenon on TikTok and understand the dynamics of intergenerational communication that are formed. This research shows that social media plays a role in shaping the construction of the meaning of marriage through the fragmentation of negative narratives that are then internalized in Generation Z's perceptions. However, this influence is not deterministic. Family communication has been shown to be a dominant factor in shaping children's final attitudes toward marriage. Parents employ four main communication strategies: normative-religious, dialogical, role-modeling, and adapting to digital culture. Meanwhile, children's responses demonstrate the dynamics between the influence of social media and family experiences. This study concludes that the "Marriage Is Scary" phenomenon is not a rejection of marriage, but rather a reflection of the transformation in how the younger generation interprets commitment in a digital society. Healthy and open family communication is key to bridging intergenerational perspectives

Keywords : *Media Representation, Family Communication, Generation z, Marriage is Scary, Tiktok*

PENDAHULUAN

Dalam lanskap komunikasi digital yang kian dinamis, media sosial hadir sebagai medium utama dalam membentuk wacana publik, terutama di kalangan generasi muda¹. Transformasi ini juga telah mengubah lanskap konsumsi informasi, dengan platform audio-visual seperti Tiktok yang mana telah memberikan ruang baru bagi generasi muda yang tidak hanya menyuguhkan hiburan, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial

¹ N Dyah Lestari, "Isi Konten Komersialisasi Kidfluencers Pada Akun Tiktok @abe_daily," *Jurnal Audiens* 5, no. 2 (2024): 318–333, <https://doi.org/10.18196/jas.v5i2.370>.

dan psikologis penggunaannya terkait berbagai fenomena sosial. Pada salah satu laman tempat unduhan aplikasi yaitu *Play store* menunjukkan bahwa aplikasi TikTok ini sudah diunduh sampai menyentuh angka lebih dari 100 juta dan Indonesia menjadi negara terbanyak urutan ke-4 dengan menyumbang angka sebanyak 8.5% pada tahun 2020². Menurut Donny Eryastha selaku *Head of Public Policy TikTok Indonesia*, pengguna aplikasi TikTok di Indonesia didominasi oleh generasi Y dan Z. Generasi Z atau kerap disebut dengan Gen Z sendiri merupakan generasi di bawah milenial antara umur 14 sampai dengan 24. Sehingga dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna TikTok di Indonesia didominasi oleh para remaja³. Data ini menunjukkan bahwa platform TikTok sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia terutama kalangan muda.

Salah satu fenomena yang paling sering dibicarakan saat ini adalah “*Marriage Is Scary*”, sebuah tren yang mewakili ketakutan, keraguan, dan kecemasan generasi muda, terutama Generasi Z, terhadap institusi pernikahan. Fenomena ini muncul dalam bentuk konten video yang menampilkan pengalaman pribadi, humor satir, dan kritik terhadap realitas kehidupan pernikahan yang dianggap tidak sesuai dengan harapan ideal⁴. Di sisi lain, orang tua, sebagai generasi yang telah mengalami pernikahan secara langsung, sering merespons fenomena ini dari perspektif normatif, agama, dan pengalaman hidup, sehingga menciptakan perbedaan perspektif dan pola komunikasi antara orang tua dan anak.

Perbedaan respons ini menunjukkan adanya dinamika menarik dalam strategi komunikasi antar generasi yang patut diteliti, terutama dalam konteks budaya digital. TikTok bukan hanya sekadar bentuk hiburan, tetapi juga sarana untuk menyampaikan nilai-nilai, sikap, dan ideologi melalui simbol visual, bahasa, dan narasi. Dalam konteks ini, strategi komunikasi orang tua dan anak-anak Gen Z dalam menanggapi

² M Sunggiale, “Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok,” *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* 2, no. 1 (2021): 40–53.

³ Sunggiale.

⁴ A Rehilia, “Marriage Is Scary’ Di Media Sosial: Perspektif Peran Perempuan Dalam Islam,” *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera* 22, no. 2 (2024): 66, <https://doi.org/10.24114/jkss.v22i2.6644>.

fenomena "Marriage Is Scary" mencerminkan bagaimana nilai-nilai tradisional dan modern berinteraksi di ruang publik digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa komunikasi keluarga di era digital telah mengalami pergeseran, baik dalam pola interaksi maupun makna pesan. Media sosial mempengaruhi pola komunikasi keluarga, terutama dalam menyampaikan nilai-nilai dan mengambil sikap terhadap isu-isu sosial. Sementara itu konten media sosial memainkan peran utama dalam membentuk persepsi dan identitas sosial Generasi Z⁵. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji representasi strategi komunikasi antara orang tua dan anak Generasi Z dalam menanggapi fenomena "Marriage Is Scary" di Tiktok masih relatif terbatas.

Berdasarkan latar belakang ini, penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi komunikasi orang tua dan anak-anak Generasi Z (Gen Z) diwakili dalam konten Tiktok yang membahas fenomena "Marriage Is Scary", serta bagaimana perbedaan dan kesamaan perspektif kedua generasi ini ditampilkan melalui narasi digital. Oleh karena itu, tujuan artikel ini adalah untuk menganalisis representasi strategi komunikasi antara orang tua dan anak-anak Gen Z dalam menanggapi fenomena "Marriage Is Scary" di platform Tiktok, serta untuk memahami dinamika komunikasi antargenerasi yang terbentuk dalam konteks media sosial sebagai ruang diskursus publik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten untuk memahami representasi strategi komunikasi orangtua dan anak Gen Z dalam merespons fenomena *Marriage is Scary* pada platform Tiktok. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami makna, pesan, dan bentuk representasi strategi komunikasi yang ditampilkan dalam konten media sosial secara mendalam dan kontekstual. Sebagaimana dinyatakan Corbin dan Strauss bahwa temuan penelitian kualitatif tidak diperoleh melalui prosedur statistik melainkan deskripsi alamiah dari objek penelitian⁶. Sementara

⁵ NF Shafa et al., "Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi "Marriage Is Scary," *Di Kalangan Gen Z. Liberosis: Jurnal Psikologi Dan Bimbingan Konseling* 10, no. 4 (2025): 1–10, <https://doi.org/10.8734/liberosis.v1i2.365>.

⁶ S F Zis, "Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital," *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 5, no. 1 (2021): 69–87, <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>.

itu, analisis konten digunakan sebagai metode untuk mengkaji pesan-pesan komunikasi yang terdapat dalam media, baik berupa teks, visual, maupun simbol, sehingga peneliti dapat mengidentifikasi pola representasi yang muncul⁷.

Kriteria pemilihan data mengikuti praktik penelitian konten media sosial saat ini, yaitu dengan memilih video yang memiliki tema relevan, tingkat interaksi tinggi, dan beragam perspektif dari anak-anak Generasi Z dan orang tua mereka sebagai bagian dari fokus penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan dua instrumen utama, yaitu observasi dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung pada konten yang mengangkat isu tentang “Marriage is Scary”, dengan fokus pada cara orang tua dan anak-anak Generasi Z berkomunikasi. Sementara itu, dokumentasi diterapkan dalam bentuk transkrip percakapan, tangkapan layar, dan pencatatan statistik tentang jumlah tayangan dan komentar untuk memperkuat analisis yang relevan dengan fokus penelitian. Analisis data dilakukan dengan mengadaptasi model Miles dan Huberman⁸, yang terdiri dari tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Teknik validitas data menggunakan triangulasi data, yang terdiri dari tiga tahap, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu⁹.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Fenomena “*Marriage Is Scary*” yang berkembang di TikTok menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga arena diskursif di mana generasi muda membangun, menegosiasikan, dan mewakili makna pernikahan. Berdasarkan pengamatan terhadap sejumlah video referensi pada konten pada akun Furqan Plus Corner yang berjudul GEN Z: MARRIAGE IS SCARY, kemudian pada konten Dr. Aisyah Dahlan yang bertemakan fenomena takut menikah, ditemukan bahwa konten-konten ini umumnya

⁷ K Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, 4th ed. (Sage Publications, 2018).

⁸ Z Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (CV Syakir Media Press, 2021).

⁹ G Razali, “Perspektif Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi,” in *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*, ed. S Bahri (Media Sains Indonesia, 2023), 173–174 .,

mengandung narasi tentang ketakutan terhadap komitmen jangka panjang, trauma keluarga, kekhawatiran tentang perceraian, dan tekanan ekonomi. Representasi-representasi ini disajikan dalam bentuk cerita, pengalaman pribadi, dan humor satir¹⁰.

Representasi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya mencerminkan realitas sosial, tetapi juga membentuknya melalui pengulangan simbol, bahasa, dan narasi tertentu. Dari perspektif representasi media, makna terbentuk melalui proses berkelanjutan produksi dan sirkulasi pesan. Oleh karena itu, ketika konten "Marriage Is Scary" secara konsisten menampilkan sisi negatif pernikahan, terbentuklah persepsi kolektif bahwa pernikahan adalah sesuatu yang menakutkan dan berisiko. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk identitas dan persepsi Generasi Z terhadap isu-isu sosial¹¹.

Penelitian oleh Krismono dan Oktaviani¹² menunjukkan bahwa fenomena ini merupakan cerminan dari perubahan persepsi tentang pernikahan dalam konteks media sosial. Generasi Z tidak lagi memandang pernikahan sebagai kewajiban sosial yang mutlak, melainkan sebagai pilihan pribadi yang harus dipertimbangkan secara rasional. Shafa dkk¹³, bahkan menemukan bahwa paparan intensif terhadap konten yang bertema kecemasan pernikahan berkorelasi dengan peningkatan persepsi risiko terhadap pernikahan. Namun, Annisa dkk¹⁴, melalui pendekatan dekonstruktif, menjelaskan bahwa tren ini juga merupakan bentuk kritik terhadap romantisasi pernikahan yang telah

¹⁰ D Rahmawati, "Kontruksi 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 Sosial* 9, no. 1 (2025): 52–68, <https://doi.org/10.30743/mkd.v9i1.10405>.

¹¹ Helminia Salsabila et al., "Peran Generasi z Dalam Moderasi Beragama Di Era Digital," n.d., 118–28.

¹² A Krismono and D Oktaviani, "Analisis Fenomena 'Marriage Is Scary' Di Kalangan Gen Z Sebagai Refleksi Persepsi Pernikahan Dalam Konteks Sosial Media," *Jurnal Studi Sosial Digital* 4, no. 1 (2025): 21–37, <https://doi.org/10.61159/sahaja.v4i1.403>.

¹³ Shafa et al., "Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi "Marriage Is Scary."

¹⁴ T R Annisa, F Nugraha Asyahidida, and Wilodati, *Marriage Is Scary": A Deconstructive Look at Gen Z's Perspectives on Marriage* (Equilibrium: Jurnal Pendidikan, 2024), <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/18326/0>.

dibangun secara idealistik. Generasi Z menuntut narasi yang lebih realistis dan adil. Hal ini terlihat dari hasil wawancara penelitian, di mana beberapa anak menyatakan bahwa mereka tidak sepenuhnya terpengaruh oleh konten TikTok karena mereka mampu membedakan antara representasi digital dan realitas kehidupan nyata.

Mengutip dari beberapa komentar konten terkait, orangtua memiliki beberapa sudut pandang mengenai fenomena *marriage is scary*, respons mereka terhadap fenomena ini mengungkapkan beberapa strategi komunikasi. Pertama, strategi normatif-religius. Strategi ini sejalan dengan temuan Daeng¹⁵ yang menyampaikan bahwa pendekatan-pendekatan yang berbasis nilai-nilai agama dapat menjadi solusi yang baik dalam menghadapi kecemasan anak gen Z pada pernikahan. Orang tua menekankan bahwa pernikahan sendiri memiliki makna sakral dan nilai ibadah. Orang tua memandang konten “*Marriage Is Scary*” sebagai potensi berbahaya karena dapat menanamkan rasa takut terhadap tanggung jawab. Mereka menekankan bahwa pernikahan bukan sekadar hubungan emosional, tetapi institusi suci yang memiliki nilai-nilai agama dan tujuan ibadah. Orang tua menyampaikan pentingnya membangun dasar agama sejak dini agar anak-anak tidak salah memahami pernikahan. Strategi ini menunjukkan bahwa komunikasi keluarga di Indonesia masih sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai moral dan agama sebagai landasan utama.

Kedua, strategi dialogis. Orang tua tidak sepenuhnya menolak fenomena ini, melainkan memilih untuk membicarakannya dengan anak-anak mereka guna memahami alasan di balik ketakutan mereka. Mereka mengajak anak-anak mereka untuk bertukar pendapat tentang tujuan dan makna pernikahan. Pendekatan ini mencerminkan pola komunikasi terbuka yang memungkinkan pertukaran ide dua arah¹⁶. Pola ini penting dalam konteks perbedaan generasi, di mana anak-anak tumbuh dalam budaya digital sementara orang tua dibesarkan dalam lingkungan yang lebih konvensional. Nasri dkk¹⁷ mengaskan bahwa melalui diskusi

¹⁵ Yusuf Daeng and Mohd, *Sosiologi Hukum* (Pekan baru: Alaf Riau, 2018).

¹⁶ S Agus, “Pola Komunikasi Keluarga Dalam Membangun Karakter Anak,” *Jurnal Komunikasi Indonesia* 5, no. 2 (2020): 112–125.

¹⁷ L A Nasri and M Octavia, “Marriage Is Scary” Dan Kesiapan Menikah Generasi Z: Urgensi Konseling Pranikah,” *Teraputik: Jurnal Bimbingan Dan Konseling* 9, no. 1 (2025): 60–75, <https://doi.org/10.26539/teraputik.913895>.

terbuka antara Orang tua dan anak generasi Z seperti konseling pranikah informal dalam keluarga dll mampu mereduksi kecemasan terhadap komitmen.

Ketiga, strategi teladan. Orang tua menyadari bahwa komunikasi tidak hanya verbal, tetapi juga nonverbal melalui praktik kehidupan sehari-hari. Anak-anak yang melihat pernikahan orang tua mereka sebagai harmonis cenderung memiliki persepsi positif tentang pernikahan. Sebaliknya, menyaksikan konflik dapat menimbulkan rasa takut. Temuan ini memperkuat teori belajar sosial, yang menjelaskan bahwa individu belajar melalui pengamatan terhadap figur-figur penting dalam hidup mereka. Dalam konteks ini, keluarga menjadi ruang sosialisasi utama yang sangat menentukan pembentukan sikap anak-anak. Rahmah dan sentia¹⁸ menyatakan dalam temuannya bahwa orang tua dan anak yang memiliki kedekatan emosional membawa pengaruh yang sangat penting pada kesiapan menikah Generasi Z.

Keempat, strategi adaptif terhadap pengaruh media sosial. Orang tua menyadari bahwa tantangan terbesar berasal dari aliran informasi digital yang masif. Oleh karena itu, mereka berusaha lebih terbuka, belajar memahami perspektif anak-anak mereka, dan tidak menutup diri terhadap perkembangan zaman. Upaya ini menunjukkan kesadaran akan literasi digital dalam keluarga, merupakan persyaratan penting dalam mendampingi generasi muda di era media sosial. Abidin¹⁹ menyatakan bahwa literasi digital keluarga berperan sebagai faktor pelindung dalam menghadapi arus informasi yang besar.

Sementara itu, respons anak-anak Generasi Z menunjukkan dinamika yang beragam. Beberapa anak menyatakan bahwa mereka tidak ingin menikah karena melihat realitas konflik dalam keluarga atau terpapar konten negatif di media sosial. Persepsi ini menunjukkan bahwa pengalaman empiris dan representasi digital saling berinteraksi dalam membentuk sikap individu. Namun, tidak semua anak terpengaruh sepenuhnya. Beberapa menyatakan bahwa mereka mampu membedakan antara konten media sosial dan kehidupan nyata. Hal ini menunjukkan

¹⁸ S Rahmah and Y Sentia, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perspektif Dan Kesiapan Menikah Generasi Z (Studi Kasus Banjarmasin)," *Jurnal Komunikasi Islam* 13, no. 1 (2025): 90–108, <https://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/28702>.

¹⁹ R Abidin, "Konsumsi Media Sosial Generasi Z Dan Perubahan Perilaku Sosial Keluarga Muslim Masa Kini," *Journal of Comprehensive Science* 3, no. 2 (2024): 115–29, <https://doi.org/10.59188/jcs.v4i4.3114>.

bahwa Generasi Z memiliki keterampilan literasi media, meskipun mereka masih dipengaruhi oleh algoritma dan narasi dominan. Fu²⁰ menyatakan bahwa tingkat pemahaman terhadap konteks produksi media mempengaruhi sikap remaja terhadap pernikahan.

Menariknya, sebagian besar anak mengakui bahwa komunikasi keluarga memiliki pengaruh besar terhadap cara mereka memandang pernikahan. Anak-anak yang dibesarkan dalam keluarga dengan komunikasi yang terbuka, lembut, dan tegas cenderung lebih siap menghadapi ketakutan mereka tentang pernikahan. Bahkan, beberapa responden menyatakan bahwa mereka lebih mempercayai penjelasan orang tua mereka daripada narasi media sosial. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas komunikasi keluarga memainkan peran penting dalam membentuk konsep diri dan kesiapan relasional anak-anak.

Pembahasan

Dari perspektif interaksionisme simbolik, makna pernikahan terbentuk melalui interaksi simbolik di ruang digital maupun interpersonal²¹. Artinya, makna “menakutkan” dari pernikahan tidak bersifat inheren, melainkan hasil dari interpretasi simbol dan narasi yang beredar. Komunikasi keluarga berfungsi sebagai ruang untuk mendefinisikan ulang simbol-simbol tersebut. Dari dimensi sosiobudaya, perubahan persepsi Generasi Z terhadap pernikahan dipengaruhi oleh faktor ekonomi, pendidikan, ketidakpastian karier, dan meningkatnya individualisme. Generasi Z lebih menekankan pada kesiapan mental dan stabilitas finansial sebelum menikah. Hal ini menunjukkan bahwa ketakutan terhadap pernikahan juga merupakan respons adaptif terhadap perubahan kondisi sosial.

Dimensi gender juga merupakan bagian penting dari fenomena ini. Rahmawati²² menemukan juga bahwa konstruksi makna pernikahan di kalangan Gen Z Muslim dipengaruhi oleh narasi kesetaraan gender di

²⁰ Z Fu, “The Effect of Social Media Engagement and Understanding on Adolescents’ Marriage Attitudes,” *Interdisciplinary Humanities and Communication Studies* 2, no. 1 (2024): 33–48, <https://doi.org/10.61173/3m9yje14>.

²¹ E Kymaz and N A Çötök, “The Role of Social Media in Marital Relationships: A Symbolic Interactionist Perspective,” *Journal of Family Counseling and Education* 8, no. 2 (2024): 101–118, <https://doi.org/10.32568/jfcee.1586770>.

²² Rahmawati, “Kontruksi Makna Pernikahan Pada Kalangan Muslim Gen Z Di Media Sosial: Studi Kasus Penonton Konten ‘Marriage Is Scary’ Di TikTok.”

media sosial. Konten yang menampilkan ketidaksetaraan peran domestik memperkuat kekhawatiran perempuan tentang pernikahan. Dalam konteks ini, peran orang tua dalam memberikan contoh hubungan yang setara menjadi sangat signifikan.

Secara ringkas, penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga arena utama dalam pembentukan makna pernikahan di kalangan Generasi Z: (1) media sosial sebagai arena representasi publik, (2) keluarga sebagai arena sosialisasi utama, dan (3) refleksi pribadi sebagai arena psikologis individu. Ketiga arena ini saling berinteraksi dalam membentuk sikap akhir terhadap pernikahan.

Meskipun media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi awal, komunikasi keluarga terbukti menjadi faktor dominan dalam menentukan sikap akhir anak-anak. Strategi komunikasi dialogis yang didasarkan pada nilai-nilai agama, dapat beradaptasi dengan budaya digital, dan didukung oleh teladan, merupakan kunci untuk menjembatani kesenjangan perspektif antar generasi.

Dinamika komunikasi antar generasi dalam fenomena ini mengungkapkan perbedaan dalam orientasi nilai. Orang tua cenderung memandang pernikahan sebagai kewajiban moral dan bagian dari siklus hidup yang ideal. Di sisi lain, Generasi Z lebih menekankan pada kesiapan mental, kebahagiaan pribadi, dan stabilitas ekonomi sebelum memutuskan untuk menikah. Perbedaan ini mencerminkan transformasi nilai dalam masyarakat digital, di mana individu memiliki otonomi yang lebih besar dalam menentukan pilihan hidup mereka.

Namun, terdapat juga titik kesepakatan antara kedua generasi. Baik orang tua maupun anak-anak sepakat bahwa pernikahan memiliki sisi positif dan negatif. Ketakutan bukanlah sesuatu yang harus dihindari, melainkan dipahami dan dikelola melalui komunikasi yang sehat. Dalam konteks ini, komunikasi keluarga berperan sebagai mediator antara pengaruh media sosial dan pembentukan sikap anak-anak terhadap pernikahan.

Oleh karena itu, fenomena “Pernikahan Itu Menakutkan” tidak dapat dipahami sebagai penolakan terhadap institusi pernikahan, melainkan sebagai cerminan dari transformasi cara generasi muda memandang komitmen dalam masyarakat digital yang lebih kritis dan reflektif. Komunikasi keluarga yang sehat merupakan landasan utama untuk membangun pemahaman yang seimbang antara realitas sosial dan representasi digital

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan diskusi, dapat disimpulkan bahwa fenomena *“Marriage Is Scary”* di TikTok merupakan konstruksi sosial yang terbentuk melalui interaksi antara media digital, pengalaman keluarga, dan refleksi pribadi Generasi Z. Representasi pernikahan dalam tren ini cenderung menonjolkan aspek negatif seperti ketakutan akan komitmen, konflik hubungan, tekanan ekonomi, dan ketidakseimbangan peran, sehingga membentuk persepsi kolektif bahwa pernikahan adalah institusi yang berisiko.

Namun, pengaruh media sosial tidak sepenuhnya menentukan sikap Generasi Z terhadap pernikahan. Studi ini menemukan bahwa komunikasi keluarga memainkan peran paling dominan dalam membentuk sikap akhir anak-anak. Orang tua merespons fenomena ini melalui empat strategi komunikasi utama: (1) strategi normatif-religius yang menekankan kesucian dan ibadah dalam pernikahan; (2) strategi dialogis melalui diskusi terbuka; (3) strategi teladan melalui praktik rumah tangga; dan (4) strategi adaptif dengan meningkatkan literasi digital dan memahami perspektif anak-anak.

Sementara itu, Generasi Z menunjukkan berbagai respons, mulai dari skeptisisme hingga refleksi dan kritik terhadap narasi media sosial. Perbedaan perspektif antara orang tua dan anak-anak mencerminkan transformasi nilai-nilai dalam masyarakat digital yang lebih individualis dan rasional. Namun, kedua generasi sepakat bahwa pernikahan memiliki sisi positif dan negatif yang perlu dipahami secara seimbang.

Oleh karena itu, fenomena *“Pernikahan Itu Menakutkan”* tidak dapat dipahami sebagai penolakan terhadap institusi pernikahan, melainkan sebagai refleksi pergeseran paradigma di kalangan generasi muda dalam menafsirkan komitmen di era digital. Komunikasi keluarga yang dialogis, adaptif, dan berlandaskan nilai-nilai merupakan landasan penting dalam membangun pemahaman yang lebih seimbang tentang pernikahan dan menjembatani kesenjangan perspektif antar generasi

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Syakir Media Press, 2021.
- Abidin, R. “Konsumsi Media Sosial Generasi Z Dan Perubahan Perilaku Sosial Keluarga Muslim Masa Kini.” *Journal of Comprehensive Science* 3, no. 2 (2024): 115–29. <https://doi.org/10.59188/jcs.v4i4.3114>.
- Agus, S. “Pola Komunikasi Keluarga Dalam Membangun Karakter Anak.” *Jurnal Komunikasi Indonesia* 5, no. 2 (2020): 112–125.
- Annisa, T R, F Nugraha Asyahidida, and Wilodati. *Marriage Is Scary’’: A Deconstructive Look at Gen Z’s Perspectives on Marriage*. Equilibrium: Jurnal Pendidikan, 2024. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/18326/0>.
- Daeng, Yusuf, and Mohd. *Sosiologi Hukum*. Pekanbaru: Alaf Riau, 2018.
- Dyah Lestari, N. “Isi Konten Komersialisasi Kidfluencers Pada Akun TikTok @abe_daily.” *Jurnal Audiens* 5, no. 2 (2024): 318–333. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i2.370>.
- Fu, Z. “The Effect of Social Media Engagement and Understanding on Adolescents’ Marriage Attitudes.” *Interdisciplinary Humanities and Communication Studies* 2, no. 1 (2024): 33–48. <https://doi.org/10.61173/3m9yje14>.
- Kıymaz, E, and N A Çötök. “The Role of Social Media in Marital Relationships: A Symbolic Interactionist Perspective.” *Journal of Family Counseling and Education* 8, no. 2 (2024): 101–118. <https://doi.org/10.32568/jfce.1586770>.
- Krippendorff, K. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. 4th ed. Sage Publications, 2018.
- Krismono, A, and D Oktaviani. “Analisis Fenomena ‘Marriage Is Scary’ Di Kalangan Gen Z Sebagai Refleksi Persepsi Pernikahan Dalam Konteks Sosial Media.” *Jurnal Studi Sosial Digital* 4, no. 1 (2025): 21–37. <https://doi.org/10.61159/sahaya.v4i1.403>.
- Nasri, L A, and M Octavia. “Marriage Is Scary” Dan Kesiapan Menikah

- Generasi Z: Urgensi Konseling Pranikah.” *Terapeutik: Jurnal Bimbingan Dan Konseling* 9, no. 1 (2025): 60–75. <https://doi.org/10.26539/terapeutik.913895>.
- Rahmah, S, and Y Sentia. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perspektif Dan Kesiapan Menikah Generasi Z (Studi Kasus Banjarmasin.” *Jurnal Komunikasi Islam* 13, no. 1 (2025): 90–108. <https://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/28702>.
- Rahmawati, D. “Kontruksi 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 Sosial* 9, no. 1 (2025): 52–68. <https://doi.org/10.30743/mkd.v9i1.10405>.
- Razali, G. “Perspektif Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi.” In *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*, edited by S Bahri, 173–174 ., Media Sains Indonesia, 2023.
- Rehilia, A. “Marriage Is Scary’ Di Media Sosial: Perspektif Peran Perempuan Dalam Islam.” *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera* 22, no. 2 (2024): 66. <https://doi.org/10.24114/jkss.v22i2.6644>.
- Salsabila, Helminia, Devi Sintya Yuliasuty, Nur Halimah, and Silvius Zahra. “Peran Generasi z Dalam Moderasi Beragama Di Era Digital,” n.d., 118–28.
- Shafa, N F, H N Latifah, P Puspita, P Susilawati, and R W A Rozak. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi “Marriage Is Scary.” *Di Kalangan Gen Z. Liberosis: Jurnal Psikologi Dan Bimbingan Konseling* 10, no. 4 (2025): 1–10. <https://doi.org/10.8734/liberosis.v1i2.365>.
- Sunggiale, M. “Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok.” *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* 2, no. 1 (2021): 40–53.
- Zis, S F. “Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital.” *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 5, no. 1 (2021): 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>.