BAB I

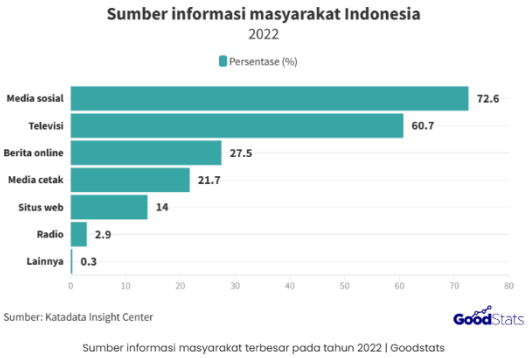
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat di era digital saat ini telah memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk cara kita bekerja, berkomunikasi, mencari informasi, hingga bersosialisasi. Munculnya internet, media sosial, dan teknologi seperti kecerdasan buatan tidak hanya menghadirkan berbagai kemudahan, tetapi juga membentuk fenomena baru dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu dampak nyata dari perkembangan ini adalah kehadiran media sosial yang kini menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat, terutama generasi muda. Media sosial dimanfaatkan untuk mengekspresikan diri, mencari hiburan, serta membentuk opini dan pandangan terhadap berbagai isu yang berkembang[1].

Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, adalah kelompok yang tumbuh dalam lingkungan digital. Mereka sangat akrab dengan media sosial dan menjadikannya sebagai sumber utama informasi dan komunikasi. Menurut data dari Katadata dan Kominfo (2022), lebih dari 70% masyarakat Indonesia mengakses informasi melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda sangat bergantung pada platform digital dalam kehidupan sehari-hari.

[1] Lubis, N. S., & Nasution, M. I. P. (2023). Perkembangan teknologi informasi dan dampaknya pada masyarakat. *Kohesi: Jurnal Sains dan Teknologi, 1*(12), 41–50. https://doi.org/10.3785/kohesi.v1i12.1311



Gambar 1: Informasi Masyarakat Indonesia

Salah satu media sosial yang sangat digemari oleh Generasi Z adalah TikTok. Aplikasi ini pertama kali dirilis pada tahun 2016 dan berkembangpesat menjadi platform berbasis video pendek yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi beragam konten secara kreatif, baik dalam bentuk hiburan, musik, maupun pandangan terhadap berbagai isu[2].

TikTok menyediakan video berdurasi hingga tiga menit dan memiliki algoritma bernama *For You Page* (FYP), yang secara otomatis merekomendasikan video sesuai minat pengguna, sehingga membuat konten mudah menjadi viral.

[2] Rasdin, R., Mulyati, Y., & Kurniawan, K. (2021). Fenomena TikTok sebagai media komunikasi edukasi. *Seminar Internasional Riksa Bahasa*, *3*, 227–235. http://proceedings.upi.edu/index.php/riksabahasa/article/view/1681

Gambar 2: Negara Pengguna TikTok Terbesar 2024

Berdasarkan data dari Datareportal.com (2024), pengguna TikTok berusia 18 tahun ke atas di Indonesia mencapai 126,8 juta orang, dengan komposisi sekitar 46,5 juta perempuan dan 53,5 juta laki-laki. Popularitas TikTok ini menjadikannya sarana utama bagi anak muda dalam mengekspresikan diri dan menyuarakan opini, termasuk dalam membahas topik-topik serius seperti hubungan dan pernikahan. Dalam konteks ini, pernikahan sendiri diakui sah apabila telah tercatat secara resmi dan memiliki dokumen kependudukan sebagai bukti legalitasnya[3].

Salah satu konten FYP yang populer di TikTok adalah tren dengan tagar *#Marriageisscary* yang berisi berbagai konten yang menggambarkan ketakutan dan kekhawatiran terhadap pernikahan. Banyak dari video yang beredar menyoroti isu-isu seperti perceraian, kekerasan dalam rumah tangga, ketidakstabilan ekonomi, hingga konflik dalam keluarga. Konten-konten tersebut mencerminkan perubahan

[3] Ningtias, I. S. (2022). Faktor yang mempengaruhi penurunan angka pernikahan di Indonesia. *Jurnal Registratie, 4*(2), 87–98. https://doi.org/10.33701/jurnalregistratie.v4i2.2819

pandangan sebagian anak muda yang kini melihat pernikahan bukan lagi sebagai tujuan hidup yang ideal, tetapi sebagai sesuatu yang penuh risiko dan menimbulkan kecemasan. Fenomena ini turut mengungkap faktor-faktor penyebab tertundanya pernikahan, seperti masalah keuangan, tingginya angka perceraian akibat KDRT dan perselingkuhan, serta perbedaan cara pandang terhadap pernikahan itu sendiri[4]. Dengan semakin banyaknya pengguna TikTok yang terpapar tren ini, kekhawatiran terhadap pernikahan pun semakin meluas dan berpotensi mendorong generasi muda untuk menunda menikah.

Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih dalam, terutama oleh kalangan mahasiswa, karena mereka berada dalam tahap hidup yang mulai memikirkan masa depan, termasuk pernikahan. Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, sebagai bagian dari Generasi Z, juga tak lepas dari paparan konten TikTok dan tren seperti *#Marriageisscary*. Penting untuk mengetahui bagaimana mereka memahami, merespons, dan memaknai fenomena ini.

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) mempelajari ilmu komunikasi dan penyiaran dengan pendekatan nilai-nilai keislaman. Pendekatan ini mendorong pengembangan kemampuan dalam memahami dinamika media termasuk media sosial seperti TikTok, serta dalam menganalisis wacana dan dampak pesan media terhadap khalayak. Melalui proses pembelajaran, mahasiswa dilatih untuk bersikap kritis terhadap konten yang beredar di ruang

[4] 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.

digital dan memahami bagaimana konstruksi pesan media dapat memengaruhi cara berpikir dan membentuk opini publik.

Sedangkan, isu pernikahan merupakan topik yang dekat dengan kehidupan mahasiswa, terutama mereka yang berada dalam fase usia dewasa awal. Fenomena seperti *#Marriageisscary* di TikTok menggambarkan munculnya narasi ketakutan terhadap pernikahan yang tersebar luas di kalangan generasi muda. Dengan latar keilmuan komunikasi, pemahaman terhadap budaya digital, dan keterkaitan usia dengan isu yang diangkat, maka terbuka ruang bagi pemaknaan yang unik dan reflektif terhadap wacana tersebut.

Berikut merupakan data mahasiswa program studi KPI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dari tahun 2020-2023:

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa KPI Tahun 2020-2023[5]

Tahun	Jumlah Mahasiswa
2020	549
2021	681
2022	823
2023	953

Tabel 1 yang memuat data jumlah mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menunjukkan bahwa total mahasiswa pada program studi tersebut mencapai kurang lebih 3.006 orang. Ribuan mahasiswa tersebut berasal dari berbagai daerah yang berbeda, baik dari dalam maupun luar wilayah Tulungagung. Keberagaman daerah asal ini menjadi nilai tambah yang penting dalam konteks penelitian karena

[5] PDDIKTI https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt

mencerminkan beragam latar belakang sosial, budaya, dan cara pandang terhadap isu-isu sosial seperti pernikahan. Dengan adanya keragaman tersebut, interpretasi terhadap konten TikTok dengan tagar *#Marriageisscary* berpotensi berbeda-beda tergantung pada nilai-nilai, pengalaman serta konstruksi budaya yang dibawa oleh masing-masing individu. Hal ini akan memperkaya sudut pandang dalam analisis resepsi, karena memungkinkan ditemukannya variasi makna dan respon terhadap fenomena yang dikaji sehingga hasil penelitian menjadi lebih kontekstual dan representatif.

Dalam penelitian ini informan diambil dari mahasiwa aktif semester 8 atau angkatan 2021. Pemilihan mahasiswa semester 8 didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka telah menjalani proses perkuliahan secara komprehensif, termasuk mata kuliah yang membahas analisis media, wacana, dan resepsi khalayak. Dengan pengalaman akademik yang lebih matang, diharapkan mereka memiliki kemampuan berpikir kritis yang lebih berkembang dalam memahami dan memaknai konten media digital. Selain itu, secara usia dan pengalaman, mahasiswa tingkat akhir dinilai lebih siap secara psikologis untuk merespons isu pernikahan secara reflektif.

Melalui penelitian ini, penulis ingin mengetahui bagaimana resepsi atau tanggapan mahasiswa KPI terhadap konten TikTok yang membawa pesan ketakutan terhadap pernikahan. Apakah konten tersebut membuat mereka lebih kritis dalam memandang pernikahan, lebih selektif dalam memilih pasangan, atau justru menambah rasa takut untuk menikah? Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran tentang bagaimana media sosial

memengaruhi cara pandang generasi muda terhadap nilai-nilai tradisional seperti pernikahan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah diatas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana mahasiswa KPI UIN SATU Tulungagung meresepsi fenomena ketakutan terhadap pernikahan yang ditampilkan dalam konten TikTok melalui tagar *#Marriageisscary*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan dari rumusan masalah diatas maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana mahasiswa KPI UIN SATU Tulungagung meresepsi fenomena ketakutan terhadap pernikahan dalam konten TikTok melalui tagar *#Marriageisscary*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada perkembangan ilmu komunikasi secara umum, khususnya dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam, serta menjadi bahan pertimbangan bagi berbagai instansi dalam memahami manfaat teoritis dan penerapan praktisnya. Manfaat penelitian ini dapat dikategorikan ke dalam dua aspek utama, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, yang disesuaikan dengan rumusan masalah serta tujuan penelitian.

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi dalam pengembangan teori komunikasi digital, khususnya terkait dengan pengaruh media

sosial terhadap pandangan sosial generasi muda. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan dalam kajian komunikasi massa dan komunikasi sosial, terutama dalam memahami bagaimana audiens menerima, memaknai, dan merespons konten-konten digital yang viral. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi studi-studi lebih lanjut yang membahas pengaruh media sosial dalam membentuk pandangan dan sikap generasi muda terhadap isu-isu sosial dan budaya yang berkembang di masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah memberikan pemahaman kepada pihak kampus, terutama dosen dan pembimbing akademik, mengenai bagaimana generasi muda, khususnya mahasiswa, memandang isu-isu sosial penting seperti pernikahan di era digital. Penelitian ini juga dapat membantu mahasiswa dalam mengembangkan sikap kritis terhadap fenomena digital yang beredar di media sosial, serta memperkuat pemahaman mereka tentang dampak media sosial terhadap keputusan hidup mereka. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pembuat kebijakan atau pihak-pihak terkait dalam merancang program edukasi yang relevan bagi mahasiswa, terutama dalam membangun pemahaman yang lebih matang dan realistis tentang pernikahan.

E. Penegasan Istilah

1. **Secara Konseptual,** menjelaskan pengertian istilah berdasarkan teori atau literatur ilmiah. Bisa mengkutip dari para ahli atau sumber akademik. Dilakukannya agar istilah yang digunakan dalam penelitian memiliki dasar yang kuat dan diakui dalam dunia ilmiah.

2. **Secara Operasional,** menjelaskan bagaimana istilah tersebut diterapkan atau digunakan secara khusus dalam penelitian ini. Fokusnya pada konteks penelitian, bukan definisi umum.

a. Resepsi

Secara konseptual, resepsi adalah cara seseorang menerima dan menafsirkan pesan dari media. Menurut Stuart Hall (1980) audiens bukan sekedar penerima pesan yang pasif, tetapi mereka bisa memahami dan meresepons isi media sesuai dengan latar belakang, pengalaman dan pemikiran masing-masing.

Secara operasional, resepsi diartikan sebagai cara mahasiswa KPI UIN SATU Tulungagung memahami dan meresepons konten TikTok yang membahas ketakutan terhadap pernikahan, khususnya melalui tagar *#Marriageisscary*.

b. **Ketakutan Pernikahan**

Secara konseptual, ketakutan pernikahan adalah rasa takut berlebihan terhadap pernikahan atau komitmen jangka panjang. Ketakutan ini bisa disebabkan oleh trauma masa lalu, pengaruh lingkungan atau kekhawatiran akan masa depan[6]

Secara operasional, ketakutan pernikahan dalam penelitian ini merujuk pada kekhawatiran dan pandangan negatif tentang pernikahan yang muncul dalam konten TikTok serta bagaimana hal itu memengaruhi mahasiswa.

c. TikTok dan *#Marriageisscary*

Secara konseptual, TikTok adalah platform media sosial berbasis video pendek yang banyak digunakan oleh

[6] Akbarandi, A. E. (2023). *Analisis maṣlaḥah terhadap pandangan penderita gamophobia tentang pernikahan: Studi kasus di Desa Becirongengor Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya).

generasi muda untuk berbagi konten hiburan, informasi, hingga opini pribadi[7]. Tagar *#Marriageisscary* adalah salah satu tren di TikTok yang berisi video tentang kekhawatiran atau pandangan kritis terhadap pernikahan.

Secara operasional, TikTok dan tagar *#Marriageisscary* dalam penelitian ini digunakan sebagai sumber data utama, yaitu kumpulan konten yang ditonton oleh informan dan menjadi dasar dalam melihat bagaimana mereka meresepons isu pernikahan.

[7] Sirait, A. A., & Nasution, M. I. P. (2024). Efektivitas platform TikTok sebagai media pembelajaran PAI berbasis literasi digital. *Dirosat: Journal of Islamic Studies*, *9*(1), 1–15. https://doi.org/10.28944/dirosat.v9i1.1732