

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, telah membawa perubahan besar dalam aspek kehidupan manusia. Transformasi sosial terjadi sangat signifikan akibat adanya media sosial, termasuk dalam mempengaruhi cara individu berkomunikasi, berinteraksi, membentuk identitas sosial, dan membentuk opini (Fukuda, 2020), juga mempengaruhi norma sosial, nilai, dan budaya serta dapat mengubah sikap, persepsi, dan perilaku suatu masyarakat (Hongcharu, 2024). Media sosial menjadi ruang dinamis di mana nilai-nilai sosial dikonstruksi, dinegosiasikan, bahkan direkonstruksi secara kolektif oleh penggunaannya (Ahmad et al., 2024). Fenomena ini semakin mencolok dalam isu-isu yang berkaitan dengan institusi sosial tradisional seperti pernikahan, yang kini banyak dibahas, dipertanyakan, serta diperdebatkan di ruang digital.

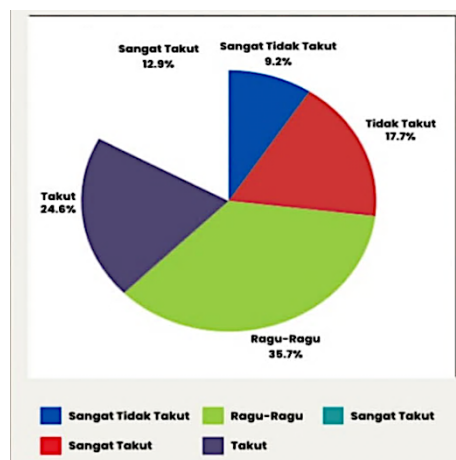
Pernikahan, sebagai institusi sosial yang telah lama dijunjung tinggi dalam berbagai budaya, secara historis dipandang sebagai bentuk ideal dalam membangun keluarga dan masyarakat. Pada umumnya di Indonesia, pernikahan merupakan sebuah momentum yang sangat sakral dan di dambakan (Andu, 2019). Pernikahan dipandang sebagai fondasi utama pembentukan keluarga, keberlanjutan keturunan, dan stabilitas masyarakat. Dalam banyak budaya, pernikahan dilambangkan dengan ikatan emosional dan legal antara dua individu yang disahkan secara sosial maupun religius. Pernikahan diakui sebagai institusi keintiman yang memberikan kesempatan tiap individu untuk mengembangkan emosi diri. Narasi dominan mengenai nilai-nilai seperti stabilitas, komitmen, dan kesinambungan generasi telah melekat kuat pada konsep pernikahan, menjadikan pernikahan universal dan penting bagi masyarakat (Özyiğit, 2017).

Namun, seiring dengan adanya transformasi sosial, ekonomi, dan budaya, seperti meningkatnya kesadaran akan isu-isu ketidaksetaraan gender, berkembangnya ideologi individualisme, ketidakstabilan ekonomi (Schatzki, 2019) hingga meningkatnya angka perceraian dalam relasi pernikahan, telah mendorong generasi muda untuk

mempertanyakan kembali nilai dan makna institusi pernikahan. Menurut data BPS, Meningkatnya kasus perceraian akibat Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT) di Indonesia terdata meningkat setiap tahunnya selama 3 tahun terakhir. Di mana pada tahun 2022 tercatat sebanyak 4.972 kasus, tahun 2023 sebanyak 5.174 kasus dan data terbaru per 14 Februari 2025 sebanyak 7.243 kasus (Data BPS RI, melalui GoodStats).

Hal ini diikuti dengan menurunnya angka pernikahan di Indonesia selama 10 tahun terakhir. Melalui Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia mencatat sebanyak 1.705.348 pernikahan pada 2022 mengalami penurunan sebanyak 30 ribu-an dibandingkan 2021. Pada 2023, angka pernikahan hanya tercatat 1.577.255, jika dibandingkan dengan tahun 2022, penurunan terjadi sekitar 120 ribu pernikahan (Rizti, 2024). Pada 2024, angka pernikahan mengalami penurunan kembali sebanyak 6,3% menjadi 1,48 juta menjadi terendah dalam satu dekade terakhir (Lubis, 2025). Ida Ruwaida, Sosiolog Universitas Indonesia mengatakan bahwa penyebab terjadinya penurunan salah satunya adalah karena adanya perubahan gagasan tentang pernikahan. Penurunan angka nikah turut menjadi tren global karena persepsi mengenai pernikahan pun berbeda di berbagai wilayah (Rizti, 2024).

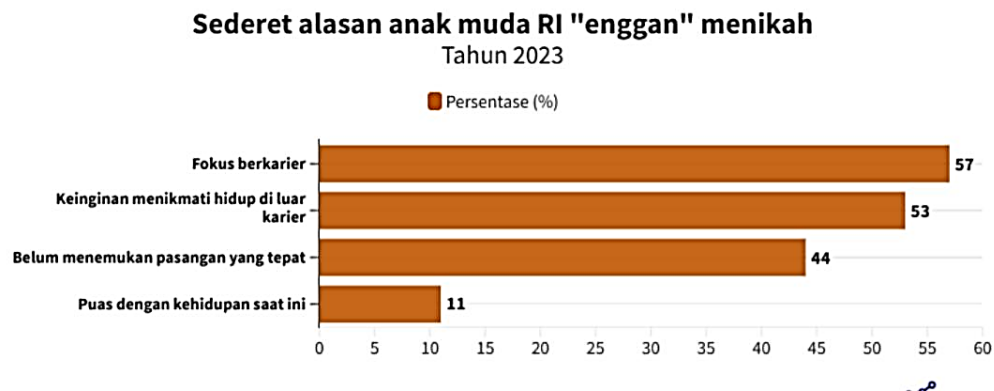
Fenomena penurunan minat terhadap pernikahan telah menunjukkan dampak konkret terhadap generasi muda Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Generasi Berencana (GenRe) dengan total 1.825 jumlah responden yang tersebar di seluruh Indonesia mendapatkan temuan bahwa mayoritas dari responden menunjukkan kecenderungan takut menikah.



Gambar 1. Hasil Survei Transformasi Pandangan Remaja Terhadap Pernikahan
Sumber: GenRe Indonesia 2024

Hasil survei yang dilakukan kepada generasi muda yang secara usia sebenarnya sudah siap untuk menikah menjelaskan bahwa 35,7% anak muda menyatakan ragu-ragu untuk menikah, 24,6% menyatakan takut untuk menikah, 17,7% menyatakan tidak takut menikah, 12,9% menyatakan sangat takut menikah dan 9,2% menyatakan sangat tidak takut menikah (GenRe Indonesia).

Penelitian terbaru juga mengungkapkan bahwa resistensi terhadap institusi pernikahan secara signifikan mempengaruhi penurunan minat remaja terhadap pernikahan, disertai dengan peningkatan perilaku hedonis dan individualisme, serta pergeseran fundamental nilai-nilai keluarga tradisional (Mafaz, 2024). Berdasarkan data hasil survei alasan anak muda RI “enggan” menikah tahun 2023, bahwa hanya 18% dan 19% Gen Z dan Milenial yang berencana menikah dalam kurun waktu dekat. Berbagai penyebab utama keengganan anak muda Indonesia untuk menikah, fokus karir menjadi alasan teratas (GoodStats).



Gambar 2. Hasil Survei Alasan Anak Muda RI “enggan” Menikah
Sumber: GoodStats 2024

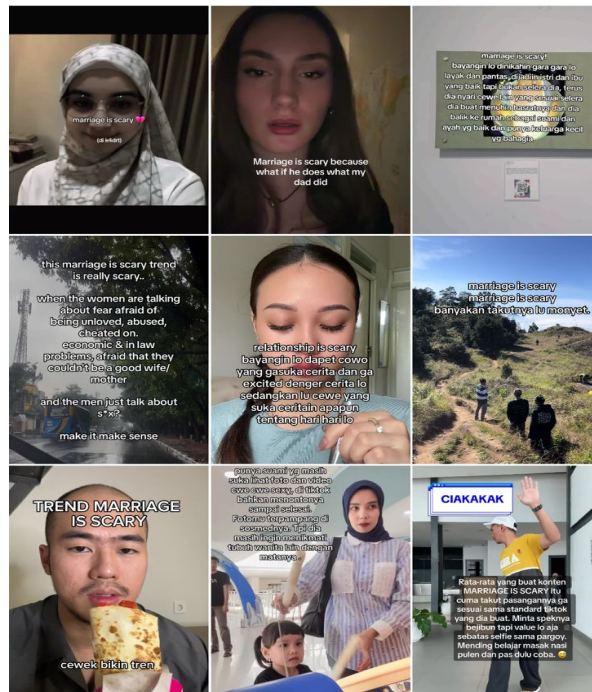
Di tengah dinamika tersebut, muncul tren #marriageissscary di media sosial. Tren unggahan dengan tagar ini mengekspresikan ketakutan, kecemasan, dan keraguan terhadap institusi pernikahan. Tren tersebut awal mulanya ramai di TikTok, semakin

banyak pengguna yang merasakan hal serupa, tren tersebut juga menyebar ke media sosial lain (Patricia, 2024). TikTok merupakan salah satu media sosial yang sedang populer di Indonesia yang menempati peringkat keempat sebanyak 73,5% user pada Januari 2024 (We Are Social, 2024). TikTok menjadi platform teknologi baru untuk mencari informasi dan berinteraksi antar sesama, berkembang menjadi tren yang lebih luas mencakup edukasi berbagai hal seperti parenting, psikologi, sport, fashion hingga politik dan tempat berkeluh kesah. TikTok bahkan menjadi sumber utama platform pencarian informasi oleh digital natives dengan skor 50 dan skor 30 sebagai sumber hiburan (Bur et al, 2023). Karena bebas dan luasnya ruang berkarya di TikTok, studi menyimpulkan bahwa TikTok dengan algoritmanya berperan besar dalam menyebarkan informasi yang bias serta memperkuat stereotip (Gaohan, 2023) sehingga berdampak negatif pada pembentukan pandangan.

Studi mengenai viralitas konten di media sosial mengungkapkan bahwa sebuah konten menjadi viral karena menarik perhatian emosional user sehingga mendorong mereka untuk merepost konten tersebut (Agustina, 2020). Tren marriage is scary mendapatkan perhatian besar dari masyarakat karena berhubungan erat dengan pengalaman maupun pengandaian pengguna, hal itu menyebabkan tren dengan #marriageis scary berkembang. Di platform TikTok, frasa "marriage is scary" biasanya ditempatkan di awal kalimat. Setelah itu, muncul kata "what if" yang diikuti dengan berbagai kemungkinan tidak menyenangkan dalam kehidupan pernikahan. Tren ini dilakukan dengan mengunggah video pendek ataupun foto yang diikuti caption mengenai marriage is scary, seperti:

“Marriage is scary. What if dapat mertua yg selalu ikut campur dan ngatur urusan rumah tangga anaknya”

“Marriage is scary. What if lo yang kerja dan suami lo selingkuh tapi seluruh keluarganya belain dia dan malah nyalahin lo”

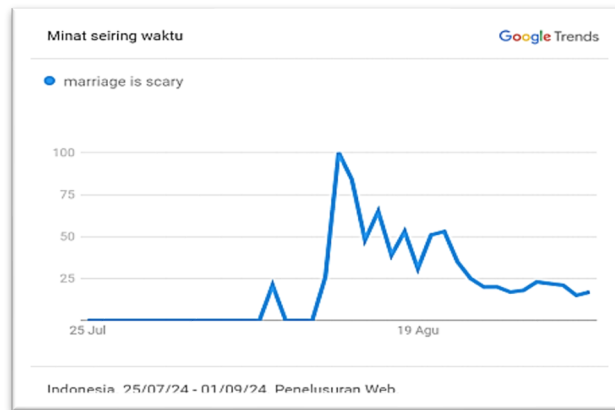


Sumber: Aplikasi TikTok

Tren unggahan dengan #marriageis scary menghadirkan narasi baru yang menyebutkan bahwa pernikahan bukan lagi sekadar simbol kebahagiaan, melainkan sesuatu yang menakutkan, membebani, dan bahkan dihindari. Istilah ini digunakan oleh seseorang yang merasa bahwa pernikahan sebagai sebuah institusi atau komitmen seumur hidup adalah sesuatu yang penuh tantangan, tekanan, dan ketidakpastian. Tren ini semakin banyak dibicarakan setelah meningkatnya kasus perceraian dan kekerasan dalam rumah tangga yang dialami publik figur (Ayu, 2024), seperti kasus KDRT yang dialami oleh selebgram dan mantan atlet anggar Cut Intan Nabila yang menjadi korban KDRT suaminya yang diketahui publik melalui unggahan video akun Instagram miliknya dan ia juga mengatakan bahwa suaminya telah beberapa kali terlibat perselingkuhan selama 5 tahun pernikahan (Data Indonesia).

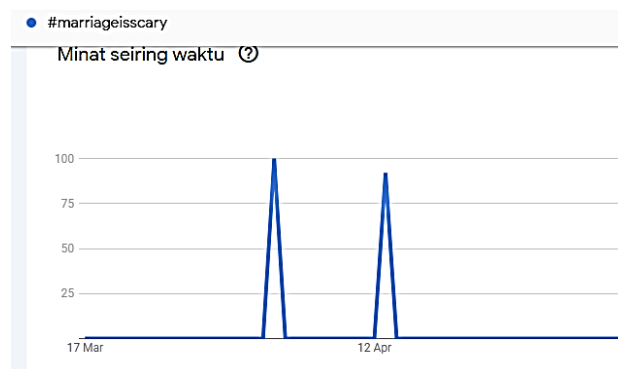
Ungkapan dalam tren ini bukan hanya mencerminkan pengalaman individual, melainkan juga menandakan perubahan diskursus sosial tentang pernikahan itu sendiri. Pengguna media sosial membagikan narasi, meme, video pendek, dan refleksi pribadi yang menunjukkan adanya alternatif wacana baru bahwa pernikahan tidak lagi secara otomatis diasosiasikan dengan kebahagiaan atau keberhasilan hidup. Hasil analisis data

melalui Google Trends menunjukkan bahwa istilah marriage is scary populer mulai 8 Agustus 2024, sebanyak 100 kali pencarian dalam sehari pada 13 Agustus 2024.

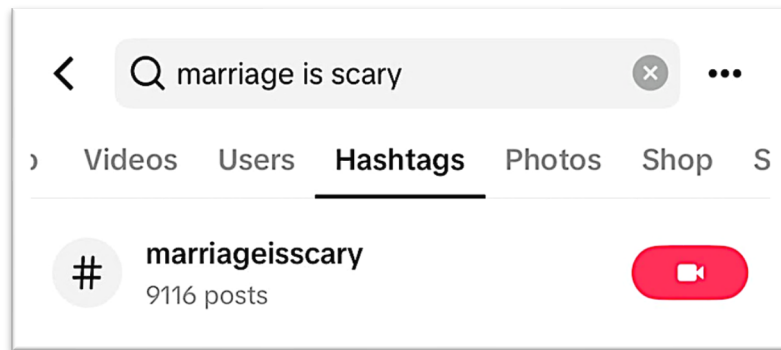


Gambar 3. Grafik angka penelitian penelusuran “marriage is scary” pada Agustus 2024.
Sumber. Google Trends, dalam Asy’ari 2024

Tagar untuk marriage is scary di Indonesia selama periode bulan Maret 2025 hingga Mei 2025 menunjukkan tingkat minat dalam skala relatif dari 0 hingga 100. Angka 100 menunjukkan puncak popularitas, dan 0 menunjukkan minat sangat rendah atau tidak ada data yang cukup. Sepanjang bulan Maret 2025, minat konsisten berada pada angka 0, namun terjadi lonjakan minat signifikan mencapai angka 100 pada pertengahan April 2025, yang merupakan puncak tertinggi dalam periode 90 hari. Setelah lonjakan pada tanggal 3 April, minat kembali turun hingga 12 April 2025. Pada tanggal 12 April 2025, minat kembali meningkat namun tidak setinggi sebelumnya mencapai angka 92.



Gambar 4. Grafik penelusuran #marriageisscary selama bulan Maret-April
Sumber. Google Trends



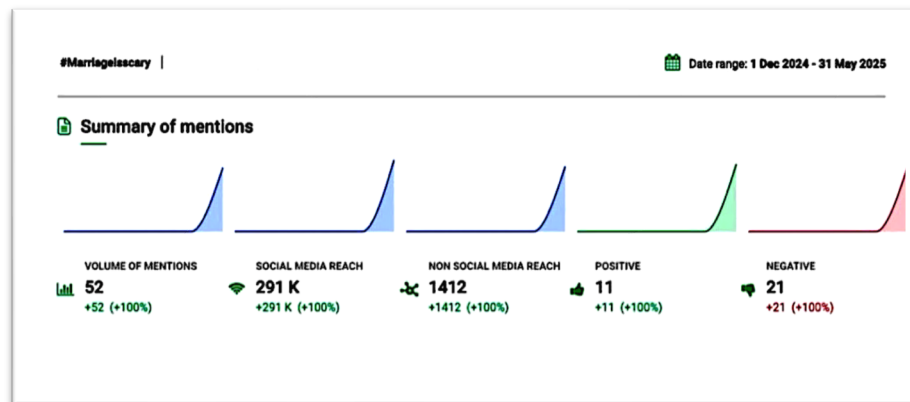
Gambar 5. Total Postingan bertagar #marriageis scary
Sumber. TikTok

Pada platform TikTok, tagar marriage is scary telah memunculkan ribuan video yang mengeksplorasi keraguan maupun ketakutan terhadap institusi pernikahan yang mengambil sudut pandang perempuan. Dalam konteks sosial budaya Indonesia yang masih sangat dipengaruhi oleh sistem patriarki dan norma gender tradisional, perempuan cenderung mengalami tekanan sosial yang lebih besar dibandingkan laki-laki dalam hal pernikahan, sehingga tren ini turut memunculkan rasa takut atau keengganan yang lebih tinggi untuk menikah. Salah satu faktor adalah beban ganda (*double burden*) yang dihadapi perempuan setelah menikah, yaitu kewajiban menjalankan peran domestik sebagai istri dan ibu, sekaligus menghadapi tuntutan profesional di ranah publik. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2022) menunjukkan bahwa 59,1% perempuan menikah yang bekerja tetap memikul tanggung jawab penuh dalam pekerjaan rumah tangga, sedangkan pada laki-laki hanya 4,4%.

Selain itu, risiko ketimpangan relasi kuasa dalam rumah tangga, termasuk potensi kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), turut menjadi faktor yang mengkhawatirkan. Berdasarkan catatan Komnas Perempuan (2023), dari 457.895 kasus kekerasan terhadap perempuan yang tercatat, sebanyak 77% terjadi dalam ranah personal, terutama dalam pernikahan. Narasi budaya yang menormalisasi ketimpangan tersebut serta ekspektasi bahwa perempuan harus berkompromi lebih banyak demi menjaga keutuhan rumah tangga turut memperkuat rasa enggan perempuan terhadap institusi pernikahan. Maka,

narasi ketakutan perempuan untuk menikah dalam tren ini bukan semata-mata persoalan individual, tetapi memunculkan alternatif pemikiran baru yang merupakan refleksi dari struktur sosial yang belum sepenuhnya adil gender.

Berdasarkan data analisis yang dilakukan peneliti pada rentang tanggal 1 Desember 2024 hingga 31 Mei 2025 melalui software social media monitoring Brand24 yang berfokus pada analisis seputar tagar marriage is scary, data yang disajikan menunjukkan bahwa terdapat 52 volume of mentions untuk tagar marriage is scary yang memiliki rata-rata 9 sebutan perhari. Dalam social media reach, tagar ini mencapai 291 ribu akun di social media yang memiliki rata-rata 48.481 jangkauan per hari. Sedangkan non-social media reach, terdapat 1.412 jangkauan yang memiliki rata-rata 235 jangkauan per hari. Hasil analisis sentimen menjelaskan bahwa ada 34% sebutan positif, dan ada 66% sebutan negatif. Berikut visualisasinya dalam gambar.



Gambar 6. Hasil analisis data penyebaran #marriageis scary di Internet Sumber. Social Media Monitoring Brand24

Melalui unggahan tren ini, muncul alternatif makna mengenai pernikahan. Pernikahan mulai dilihat sebagai sesuatu yang penuh risiko, kompleksitas, dan beban emosional. Sehingga, hadirnya tren unggahan dengan #marriageis scary ini turut mengkonstruksi makna dan cara seseorang memandang institusi pernikahan. Fenomena unggahan dengan #marriageis scary bukan sekadar tren belaka, namun hal ini menunjukkan representasi dari dinamika perubahan sosial yang lebih luas.

Fenomena unggahan dengan #marriageis scary menarik untuk diteliti karena ia menunjukkan proses sosial di mana makna lama tentang pernikahan dikritisi dan dibentuk

ulang dalam konteks digital. Dalam hal ini media sosial berfungsi bukan hanya sebagai medium ekspresi, tetapi juga sebagai arena kontestasi makna, di mana berbagai suara dan pengalaman dapat bertemu, bertabrakan, dan menghasilkan konstruksi makna baru (Sheffield, 2020). Media sosial menjadi ruang di mana individu dan kelompok secara aktif menciptakan, mempertanyakan, dan memunculkan alternatif baru mengenai makna pernikahan, menjadikannya hasil dari proses dialektis antara individu (agensi) dan struktur sosial yang terus berubah. Dengan kata lain, apa yang dulu dianggap konsensus sosial mengenai pernikahan kini menjadi ruang diskursif yang terbuka bagi berbagai interpretasi.

Kompleksitas transformasi sosial yang tergambar dalam data yang telah dijelaskan memperkuat relevansi penggunaan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dalam memahami bagaimana konstruksi realitas sosial dimana pernikahan mengalami perubahan melalui interaksi digital sehingga menawarkan alternatif makna mengenai institusi pernikahan. Fenomena unggahan dengan #marriageisscary bukan sekadar representasi individual melainkan manifestasi dari proses dialektis antara agensi individu dan struktur sosial yang sedang bertransformasi, di mana media sosial berfungsi sebagai arena kontestasi makna yang memiliki kekuatan untuk mengubah konstruksi sosial secara fundamental.

Fenomena unggahan dengan #marriageisscary ini sejalan dengan teori konstruksi sosial realitas dari Peter L. Berger, yang menjelaskan bahwa makna atas suatu hal dalam realitas sosial tidak bersifat objektif dan tetap, melainkan hasil konstruksi kelompok sosial yang dibentuk melalui interaksi sosial secara berkelanjutan. Makna bersifat sosial dan kontekstual, ia mencerminkan nilai, pandangan, dan pengalaman kelompok yang membentuknya. Apa yang dianggap benar, pantas, atau ideal pada satu masa boleh jadi tidak lagi relevan di masa lain, karena konstruksi sosial yang mendasarinya telah berubah (Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, 2021).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penting untuk memahami bagaimana makna pernikahan tradisional telah dikonstruksi kembali sehingga memunculkan alternatif makna mengenai pernikahan dalam tren unggahan #marriageisscary di media sosial, khususnya TikTok. Beberapa penelitian telah menyoroti fenomena unggahan tren Marriage is Scary dari berbagai perspektif. Al Mafaz (2024), misalnya, mengkaji tren ini

dari sudut pandang hukum Islam dan hukum positif, dengan menekankan bagaimana ketakutan terhadap pernikahan dipandang dalam kerangka normatif dan regulatif. Riswandi, Surahman, dan Nugraha (2025) juga melakukan "Analisis Perspektif Mahasiswa Muslim Gen-Z terhadap Isu Marriage Is Scary" yang mengeksplorasi pandangan mahasiswa Muslim terhadap fenomena ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk memahami persepsi, namun tidak menganalisis bagaimana makna pernikahan dikonstruksi secara sosial melalui diskursus yang berkembang di media sosial dan ruang publik digital. Sementara itu, Tirta dan Arifin (2025) menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif Generasi Z dalam memaknai ketakutan terhadap pernikahan yang dipengaruhi oleh faktor psikologis. Meskipun beberapa penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam memahami aspek hukum dan psikologis dari fenomena ini, kajian yang menelaah bagaimana makna pernikahan direkonstruksi secara diskursif dalam ruang digital, khususnya dalam dimensi linguistik, produksi dan konsumsi teks, hingga analisis praktik sosial budaya masih belum ditemukan.

Penelitian mengenai konstruksi makna pernikahan melalui tren #marriageis scary memiliki urgensi akademis yang tinggi karena mengisi gap riset yang belum tersentuh dalam studi komunikasi dan sosiologi digital di Indonesia. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang fokus pada aspek hukum Islam dan pendekatan fenomenologi psikologis, penelitian ini menggunakan pendekatan diskursif untuk memahami bagaimana platform digital tidak hanya menjadi saluran penyampaian pesan, tetapi menjadi arena aktif dalam produksi dan negosiasi makna-makna sosial yang berdampak pada transformasi institusi tradisional. Dari perspektif kebijakan publik, pemahaman mendalam tentang fenomena ini menjadi krusial bagi pemerintah dalam merumuskan strategi demografis jangka panjang, mengembangkan pendekatan komunikasi baru dalam edukasi pernikahan dan keluarga, serta merancang program intervensi sosial yang tepat sasaran untuk mengantisipasi penurunan ekstrem terhadap angka pernikahan tanpa mengabaikan keabsahan kekhawatiran yang dirasakan generasi muda.

Mengingat kompleksitas fenomena ini, penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis melalui metode analisis isi kualitatif yang memungkinkan analisis terhadap teks, serta konteks sosial budaya yang

memengaruhinya. Pendekatan ini digunakan untuk melihat bagaimana dialektika dalam diskursus mengenai makna pernikahan pada tren unggahan dengan #marriageissscary. Selain itu, teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger akan digunakan untuk memahami bagaimana realitas sosial tentang pernikahan dibentuk melalui proses interaksi sosial di media digital. Dengan menelaah tren ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai bagaimana transformasi makna sosial terjadi di era media baru, serta implikasinya terhadap institusi sosial tradisional seperti pernikahan. Diskursus ini penting untuk dipahami karena berimplikasi pada bagaimana seseorang atau generasi muda merencanakan masa depan, membangun hubungan, dan membentuk nilai-nilai sosial baru.

1.5 Masalah Penelitian

Unggahan bertag [#marriageissscary](#) merepresentasikan realitas sosial kontemporer yang tercermin melalui ekspresi-ekspresi digital di TikTok. Unggahan ini memperlihatkan bagaimana individu secara aktif menyuarakan ketakutan, kegelisahan, dan keraguan terhadap institusi pernikahan. Narasi-narasi yang muncul dalam berbagai platform digital menunjukkan adanya alternatif pemikiran mengenai makna pernikahan bahwa pernikahan tidak lagi dipandang secara universal sebagai institusi ideal yang membawa stabilitas dan kebahagiaan. Sebaliknya, pernikahan dikonstruksikan sebagai sesuatu yang membatasi kebebasan, menimbulkan beban psikologis dan finansial, serta menjadi sumber potensi konflik yang mengancam kesejahteraan individu. Diskursus digital tersebut membentuk suatu konstruksi makna yang menantang narasi dominan, dengan menampilkan pengalaman-pengalaman personal yang tidak sesuai dengan idealisasi pernikahan yang selama ini dijunjung tinggi dalam masyarakat.

Sementara itu, merujuk pada seperangkat norma dan nilai sosial yang telah lama melekat dalam budaya masyarakat yang memandang pernikahan sebagai institusi yang sakral, mulia, dan seharusnya dijalani oleh setiap individu dewasa. Dalam kerangka nilai tradisional dan religius, pernikahan dianggap sebagai bentuk kedewasaan, stabilitas hidup, serta pemenuhan moral dan spiritual. Norma-norma ini diproduksi dan direproduksi melalui institusi keluarga, agama, pendidikan, bahkan media arus utama, dan terus membentuk ekspektasi sosial yang kuat terhadap individu, terutama perempuan, untuk segera menikah pada usia tertentu. Pernikahan dalam kerangka ini tidak hanya

dilihat sebagai pilihan personal, melainkan sebagai kewajiban sosial yang menjadi tolak ukur keberhasilan hidup seseorang.

Dapat diamati bahwa kesenjangan tampak jelas dalam fenomena unggahan bertagar *marriage is scary* ini. Dengan demikian, penelitian ini berupaya untuk memahami dinamika konstruksi makna pernikahan dalam tren ini. Lebih jauh diperlukan kajian mendalam guna memahami bagaimana dinamika konstruksi makna pernikahan di tengah benturan antara realitas sosial yang berubah dan norma-norma tradisional yang masih dominan. Maka peneliti mengidentifikasi pertanyaan utama yang menjadi rumusan masalah dalam fenomena tren #marriageisscary, yakni bagaimana makna pernikahan dikonstruksi melalui unggahan bertagar #marriageisscary di Tiktok?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latarbelakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan yakni memahami konstruksi makna pernikahan yang terbentuk dalam unggahan dengan #marriageisscary di Tiktok.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.3 Signifikansi Akademik

Penelitian ini memiliki signifikansi akademis dalam memperkaya kajian interdisipliner yang melibatkan studi media, sosiologi budaya, dan ilmu komunikasi, khususnya dalam memahami bagaimana konstruksi makna sosial mengalami transformasi di era digital. Dengan mengkaji fenomena #marriageisscary sebagai bentuk diskursus publik yang berkembang di TikTok, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana media digital tidak hanya menjadi saluran penyampaian pesan, tetapi juga menjadi arena aktif dalam produksi dan negosiasi makna-makna sosial.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat relevansi teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger dalam konteks budaya digital melalui metode analisis isi kualitatif dengan pendekatan konstruktivis untuk menganalisis konstruksi makna yang melekat dalam tren #marriageisscary tentang pernikahan. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik dalam pengembangan studi-studi yang menelaah pergeseran nilai-nilai sosial akibat pengaruh media baru, serta memperluas cakupan

kajian tentang institusi pernikahan dalam konteks masyarakat digital yang terus berkembang.

1.4.3 Signifikansi Praktis

Bagi praktisi media dan komunikasi, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya menciptakan konten yang lebih positif dan informatif mengenai segala sesuatu, dalam kasus ini mengenai institusi pernikahan agar publik mendapatkan informasi yang seimbang dan tidak hanya berfokus pada narasi negatif guna meminimalisir adanya polarisasi di media sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi berbagai pihak terutama pendidik, praktisi konseling, pembuat kebijakan, serta lembaga keagamaan dan keluarga dalam memahami perubahan cara pandang generasi muda terhadap institusi pernikahan.

Dengan mengungkap bagaimana tren #marriageissscary membentuk persepsi publik dan nilai-nilai sosial, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk merumuskan pendekatan komunikasi yang lebih kontekstual dan relevan dalam membicarakan isu pernikahan, relasi personal, serta kesiapan emosional dan sosial dalam kehidupan berumah tangga. Lebih jauh, penelitian ini juga dapat membantu orang tua dan institusi pendidikan dalam mengenali dinamika ketakutan atau resistensi terhadap pernikahan yang mungkin dialami generasi muda, sehingga mampu mendorong dialog yang lebih terbuka dan empatik mengenai relasi interpersonal, komitmen, serta makna keluarga dalam konteks sosial yang terus berubah.

1.4.4 Signifikansi Sosial

Penelitian ini memiliki signifikansi sosial dalam membantu masyarakat memahami bahwa perubahan cara pandang terhadap pernikahan yang muncul melalui tren #marriageissscary bukan semata bentuk penolakan terhadap institusi keluarga, melainkan refleksi dari pengalaman sosial, tekanan struktural, serta kegelisahan generasi muda dalam menghadapi realitas pernikahan modern. Melalui hasil telaah mengenai bagaimana makna pernikahan dikonstruksi ulang di ruang digital, penelitian ini dapat mendorong kesadaran kolektif untuk lebih kritis dan empatik dalam menyikapi pergeseran nilai-nilai sosial yang tengah berlangsung.

Selain itu, temuan penelitian ini juga berpotensi menjadi bahan refleksi bagi masyarakat luas dalam meninjau kembali norma-norma sosial yang selama ini diterima secara *taken for granted*, serta membuka ruang dialog lintas generasi mengenai relasi pernikahan, ataupun relasi lainnya dan harapan hidup berkeluarga yang lebih inklusif, dan realistis. Dengan demikian, penelitian ini dapat berkontribusi dalam membentuk budaya sosial yang lebih terbuka terhadap perbedaan pengalaman dan pandangan hidup, khususnya dalam konteks institusi pernikahan.

1.5 Kerangka Penelitian

1.5.1 State of the Art

Berdasarkan penelusuran literatur akademis terkini, penelitian mengenai rekonstruksi makna pernikahan dalam konteks fenomena unggahan "Marriage Is Scary" menunjukkan beberapa domain penelitian yang telah dikembangkan. Berdasarkan hasil pemetaan sistematis penelitian terdahulu oleh peneliti yang relevan dengan fokus penelitian ini, fenomena *marriage is scary* telah dianalisis dari sudut pandang normatif hukum Islam dan hukum positif dalam "Marriage Is Scary Trend In The Perspective Of Islamic Law And Positive Law". Berfokus pada aspek legal-formal pernikahan dan mengidentifikasi kontradiksi antara tren Marriage Is Scary dengan ajaran Islam tentang pernikahan. Namun, penelitian ini tidak mengeksplorasi bagaimana makna pernikahan secara sosial dikonstruksi dan direkonstruksi dalam diskursus publik, serta tidak menggunakan analisis wacana untuk memahami proses pembentukan makna tersebut (Mafaz, 2024).

Fenomena unggahan *marriage is scary* juga dianalisis melalui perspektif mahasiswa muslim generasi Z, yang mengeksplorasi pandangan mahasiswa Muslim terhadap fenomena ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk memahami persepsi, namun tidak menganalisis bagaimana makna pernikahan dikonstruksi secara sosial melalui diskursus yang berkembang di media sosial dan ruang publik digital (Riswandi, Surahman, Nugraha, & Indonesia, 2025). Dalam perspektif religius, ketakutan terhadap pernikahan terjadi karena adanya tuntutan pemenuhan ekspektasi tinggi. Faktor emosional terkait dengan trauma atau ketidakpastian komitmen, dan sosial budaya yang menuntut individu menikah pada usia tertentu (Herdiansyah, Diki, Khaira, 2025).

Penelitian lain yang serupa juga ditemukan dalam "*The Dowry Classing Concept Based on Women's Criteria*", menggunakan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann untuk menganalisis praktik mahar dalam pernikahan tradisional. Penelitian ini mengkaji konstruksi sosial konsep penggolongan mahar berdasarkan kriteria perempuan di Karangsono, Wonorejo, Pasuruan, yang menunjukkan adanya stratifikasi sosial dalam praktik pernikahan. Penelitian ini menganalisis bagaimana masyarakat mengkonstruksi konsep penggolongan mahar berdasarkan kriteria perempuan menggunakan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann melalui penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Ditemukan tiga kategori penggolongan mahar: tinggi, sedang, dan rendah berdasarkan kriteria kecantikan, pendidikan, dan status sosial perempuan. Konstruksi ini terjadi melalui proses dialektis antara individu dan masyarakat, menciptakan realitas objektif yang kemudian diinternalisasi (Hilmy & Ria Cahyaning Utami, 2021). Namun, penelitian ini hanya terbatas pada konteks tradisional, bukan persepsi pernikahan modern dengan setting penelitian di daerah rural, bukan urban atau digital serta objek penelitian lebih sempit (satu desa) dan tidak menganalisis rekonstruksi makna dalam konteks fenomena kontemporer seperti halnya penelitian tentang Marriage Is Scary yang akan dilakukan.

Dalam artikel yang berjudul "Konstruksi Sosial Soft Masculinity dalam Budaya Pop Korea", peneliti menemukan penelitian serupa yang menggunakan metode analisis konstruksi sosial Peter Berger dan Thomas Luckman yang digunakan untuk menganalisis konstruksi maskulinitas dalam budaya pop yang mengeksplorasi bagaimana identitas maskulin dikonstruksi melalui media. Penelitian ini mengkaji bagaimana konstruksi sosial soft masculinity terbentuk melalui budaya pop Korea, khususnya dalam fenomena K-pop dan drama Korea yang mempengaruhi persepsi masyarakat tentang maskulinitas. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode analisis konstruksi sosial Peter Berger dan Thomas Luckmann, dengan teknik pengumpulan data melalui studi literatur dan analisis konten media, hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya pop Korea berhasil mengkonstruksi ulang konsep maskulinitas melalui representasi laki-laki yang lebih halus, emosional, dan caring. Konstruksi ini melalui tiga tahap: eksternalisasi (produksi konten K-pop), objektivasi (penerimaan masyarakat), dan internalisasi (adopsi nilai-nilai baru tentang maskulinitas) (Fauzi, 2021). Meskipun relevan dengan teori konstruksi

sosial, penelitian ini tidak mengaitkan konstruksi identitas dengan makna pernikahan atau menggunakan untuk memahami proses konstruksi tersebut.

Penelitian serupa yang mengidentifikasi bagaimana media sosial membentuk hubungan pernikahan kontemporer serta bagaimana dinamika digital dalam relasi pernikahan, oleh Jabali, Hamamra, dan Mahamid (2024) dalam "Modern relationships and social media: exploring the digital dynamics of husband–wife interactions" menganalisis pengaruh media sosial terhadap dinamika pernikahan yang sudah terbentuk. Mengeksplorasi bagaimana media sosial mempengaruhi dinamika interaksi suami-istri dalam hubungan pernikahan modern, termasuk dampak positif dan negatifnya. Menggunakan pendekatan mixed-method dengan survei kuantitatif (n=387 pasangan menikah) dan wawancara kualitatif mendalam dengan analisis data menggunakan statistik deskriptif dan analisis tematik, temuan penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial memiliki dampak ganda: positif (meningkatkan komunikasi dan intimacy) dan negatif (menimbulkan kecemburuan, kurang privasi, dan konflik). Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat merusak kualitas hubungan pernikahan (Jabali, Hamamra, & Mahamid, 2024). Perbedaannya, penelitian hanya fokus pada pasangan yang sudah menikah, bukan persepsi pra-nikah. Penelitian ini tidak mengeksplorasi bagaimana makna pernikahan itu sendiri dikonstruksi dan direkonstruksi melalui diskursus digital sebelum pernikahan terjadi dan konteks penelitian ada di Timur Tengah, bukan Indonesia.

Berdasarkan hasil analisis *research gap* yang telah dilakukan sebelumnya, penelitian yang akan dilakukan ini mengisi kesenjangan yang telah teridentifikasi yakni penelitian terdahulu belum menjelaskan konstruksi makna pernikahan dalam tren #marriageiscary yang dikonstruksi secara diskursif melalui praktik komunikasi digital.

1.5.2 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan sistem kepercayaan dasar atau *worldview* yang memandu peneliti dalam memahami hakikat realitas, pengetahuan, nilai, dan metodologi penelitian (W.Creswell & N.Poth, 2018). Penelitian ini berlandaskan pada paradigma konstruktivis sebagai landasan filosofis. Penelitian ini menempatkan realitas sosial sebagai realitas yang majemuk dan dikonstruksi melalui pengalaman, interaksi, bahasa, serta proses pemaknaan individu dalam konteks sosial tertentu. Secara ontologis, penelitian memandang makna pernikahan bukan sebagai realitas objektif yang tunggal,

melainkan sebagai konstruksi yang dapat berbeda berdasarkan pengalaman dan perspektif pengguna. Secara epistemologis, pengetahuan diperoleh melalui proses interpretasi peneliti terhadap teks, simbol, dan konteks komunikasi yang terdapat dalam unggahan TikTok, sehingga temuan penelitian merupakan hasil interpretasi yang berlandaskan data dan kerangka teoritis. Secara aksiologis, penelitian mengakui keterlibatan nilai dan perspektif peneliti dalam proses interpretasi dengan tetap menjaga reflektivitas, transparansi, dan keterlacakan antara data dan hasil analisis (W.Creswell & N.Poth, 2018; Sarantakos, 2013).

Studi komunikasi sebagai disiplin ilmu telah berkembang melalui berbagai tradisi teoretis yang memberikan perspektif beragam tentang hakikat komunikasi dan fenomena komunikatif (Griffin, Ledbetter, & Sparks, 2023). Secara metodologis, penelitian menggunakan analisis isi kualitatif untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan diksi, narasi, tema, serta konteks yang membentuk konstruksi makna pernikahan dalam unggahan #marriageissscary. Pendekatan ini memungkinkan penelitian memahami makna yang terkandung dalam pesan secara kontekstual, bukan sekadar mengidentifikasi frekuensi kemunculan unsur tertentu. Secara paradigmatik, penelitian ini berada dalam tradisi sosiokultural yang memandang komunikasi sebagai proses pembentukan realitas dan makna melalui interaksi sosial. Dengan demikian, penelitian memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi digital dengan menunjukkan bagaimana TikTok dapat menjadi ruang konstruksi dan pertukaran makna mengenai pernikahan, sekaligus memperluas penerapan teori konstruksi sosial Berger dalam memahami pembentukan realitas sosial pada lingkungan media digital.

Studi komunikasi diorganisasikan ke dalam berbagai level analisis yang mencakup spektrum dari yang paling personal hingga yang paling luas (Griffin et al., 2023). Pembagian level komunikasi ini tidak bersifat rigid tetapi merupakan continuum yang saling terkait. Fenomena komunikasi dapat dianalisis pada multiple levels secara simultan, dan pemahaman yang komprehensif sering memerlukan integrasi insights dari berbagai level (Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, 2021). Penelitian ini masuk ke dalam level komunikasi massa, di mana komunikasi massa melibatkan penyebaran informasi kepada audiens yang besar melalui saluran media massa yang diicirikan oleh audiens yang heterogen dan tersebar, komunikasi yang dimediasi oleh teknologi, dan

umpan balik yang delayed dan indirect (Griffin et al., 2023). Komunikasi massa telah bertransformasi secara dramatis dengan kemunculan media digital dan social media. Konsep "komunikasi publik" kini mencakup tidak hanya mass media tradisional tetapi juga berbagai platform digital yang memungkinkan interaktivitas yang lebih tinggi (Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, 2021). Dalam hal ini, unggahan dengan tagar *marriage is scary* menjadi bagian dari praktik komunikasi massa yang membentuk opini dan persepsi kolektif tentang institusi pernikahan. Meskipun tidak menjadi fokus utama, aspek komunikasi interpersonal muncul secara implisit melalui interaksi antar pengguna (komentar, likes, sharing) yang menandakan adanya pengaruh dan pertukaran makna antar individu. Ini menunjukkan bahwa konstruksi makna sosial yang terjadi dalam diskursus digital tidak hanya ditopang oleh penyebaran pesan massal, tetapi juga oleh dinamika interpersonal di ruang digital.

Dalam studi komunikasi, konteks dipahami bukan hanya sebagai latar komunikasi, tetapi sebagai elemen konstitutif yang memengaruhi dan turut membentuk makna dari pesan yang dikomunikasikan yang meliputi situasi, kondisi sosial, historis, budaya, dan lingkungan (Littlejohn, 2009). Konteks utama dari penelitian ini adalah realitas sosial Indonesia yang masih kuat dipengaruhi oleh struktur dan norma-norma tradisional mengenai pernikahan. Dalam masyarakat Indonesia, pernikahan seringkali dipandang sebagai kewajiban sosial, bukan sekadar pilihan personal. Nilai-nilai seperti keperawanan, peran domestik perempuan, serta persepsi bahwa perempuan sukses adalah perempuan yang menikah, masih sangat melekat. Norma-norma ini membentuk ekspektasi sosial yang menekan, khususnya terhadap perempuan, untuk memenuhi peran tradisional dalam institusi pernikahan.

Namun, seiring dengan munculnya kesadaran gender, meningkatnya partisipasi perempuan dalam pendidikan dan dunia kerja, serta tingginya angka kekerasan dalam rumah tangga, persepsi terhadap pernikahan mulai berubah. Media sosial menjadi ruang di mana narasi alternatif tentang pernikahan dikembangkan dan diperdebatkan. Tren unggahan bertag *marriage is scary* merupakan representasi dari transformasi nilai-nilai sosial budaya ini, di mana pernikahan tidak lagi dipandang sebagai keniscayaan, tetapi sebagai institusi yang problematik dan penuh ketidakpastian. Dalam kerangka ini,

komunikasi berlangsung sebagai medan negosiasi makna antara norma lama dan realitas saat ini.

Konteks penting lainnya adalah ekosistem digital yang membentuk cara individu berkomunikasi, berpartisipasi, dan membentuk opini. Media sosial seperti TikTok menyediakan ruang baru yang memungkinkan pengguna khususnya perempuan muda untuk menyuarakan pengalaman, kecemasan, serta resistensi mereka terhadap struktur sosial yang dianggap tidak adil. Teknologi algoritmik yang bersifat viral memungkinkan penyebaran konten dalam waktu singkat dan menjangkau audiens luas, menjadikan media sosial sebagai ruang publik digital yang dinamis. Dalam konteks ini, komunikasi tidak hanya bersifat satu arah seperti dalam media tradisional, melainkan interaktif, kolaboratif, dan terus-menerus dinegosiasikan. Media sosial menjadi tempat terbentuknya *discursive community*, yaitu komunitas yang terikat secara simbolik oleh narasi yang mereka produksi dan konsumsi bersama. Konteks digital ini juga memungkinkan munculnya bentuk-bentuk komunikasi baru seperti meme, caption emosional, dan video singkat, yang membentuk gaya komunikasi khas generasi digital.

1.5.3 The Social Construction of Reality Peter Berger dan Thomas Luckmann

Teori konstruksi sosial realitas yang dikembangkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam karya monumentalnya "The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge" (1966) merupakan salah satu kontribusi paling signifikan dalam sosiologi pengetahuan kontemporer. Teori ini menggambarkan bagaimana pengetahuan dan realitas sosial diciptakan, dipertahankan, dan ditransformasikan melalui interaksi sosial sehari-hari (Berger, P. L., & Luckmann, 1966). Berger dan Luckmann mengembangkan perspektif fenomenologi sosial yang menjelaskan bagaimana individu dan masyarakat saling membangun realitas melalui proses dialektik yang berkelanjutan. Teori ini memiliki implikasi mendalam bagi pemahaman kita tentang bagaimana pengetahuan, makna, dan struktur sosial terbentuk dalam kehidupan sehari-hari (Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, 2021).

Teori konstruksi sosial realitas memiliki akar filosofis yang kuat khususnya karya Edmund Husserl dan Alfred Schutz. Berger dan Luckmann mengambil konsep fenomenologi tentang "dunia kehidupan" (*Lebenswelt*) sebagai landasan untuk memahami bagaimana individu mengalami dan menginterpretasikan realitas sosial.

Pendekatan fenomenologis ini menekankan bahwa realitas sosial tidak ada secara objektif dan independen dari kesadaran manusia, melainkan dikonstruksi melalui proses interpretasi dan makna yang diberikan oleh individu dalam interaksi sosial mereka (Holstein & Gubrium, 2008).

Konsep sentral dalam teori Berger dan Luckmann adalah dialektika antara dimensi subjektif dan objektif dari realitas sosial. Mereka berpendapat bahwa masyarakat memiliki dua aspek yang saling terkait: sebagai realitas objektif yang menghadirkan struktur dan institusi, dan sebagai realitas subjektif yang dibentuk oleh kesadaran dan pengalaman individu (Berger & Luckmann, 1966). Dialektika ini menunjukkan bahwa individu tidak hanya pasif menerima realitas sosial yang ada, tetapi juga aktif dalam menciptakan dan memodifikasi realitas tersebut melalui tindakan dan interpretasi mereka (Crotty, 1998). Tiga momen dialektik yang menjadi konsep sentral teori ini meliputi:

a. Eksternalisasi

Eksternalisasi adalah proses di mana manusia menciptakan dunia sosial melalui aktivitas dan tindakan mereka. Berger dan Luckmann (1966) menjelaskan bahwa manusia, sebagai makhluk yang secara biologis tidak memiliki lingkungan yang spesifik, harus menciptakan lingkungan sosial dan budaya mereka sendiri. Proses ini melibatkan penciptaan makna, nilai, norma, dan institusi sosial melalui interaksi berkelanjutan. Dalam konteks komunikasi, eksternalisasi dapat dipahami sebagai proses di mana individu mengekspresikan pemahaman dan interpretasi mereka tentang dunia melalui tindakan komunikatif, menciptakan simbol-simbol dan makna yang kemudian menjadi bagian dari realitas sosial (Littlejohn et al., 2021).

b. Objektifikasi

Objektivasi merupakan proses di mana produk-produk aktivitas manusia memperoleh karakter objektif, seolah-olah mereka ada secara independen dari tindakan manusia yang menciptakannya. Dalam proses ini, institusi sosial, norma, dan struktur makna yang awalnya diciptakan oleh manusia menjadi "mengeras" dan tampak sebagai realitas eksternal yang objektif (Berger & Luckmann, 1966). Proses objektivasi sangat penting dalam pembentukan institusi sosial. Ketika pola-pola tindakan tertentu diulang secara konsisten dan diterima sebagai "cara yang benar"

untuk melakukan sesuatu, mereka menjadi terlembagakan dan dipersepsi sebagai realitas objektif yang harus diikuti (Searle, 1995).

c. Internalisasi

Internalisasi adalah proses di mana dunia sosial yang telah terobjektivasi kembali diserap ke dalam kesadaran individu melalui proses sosialisasi. Melalui internalisasi, individu mempelajari dan mengadopsi nilai-nilai, norma, dan pengetahuan yang ada dalam masyarakat, menjadikannya bagian dari struktur subjektif mereka (Berger & Luckmann, 1966). Proses internalisasi memungkinkan kontinuitas sosial dan transmisi pengetahuan dari generasi ke generasi. Namun, proses ini juga memungkinkan modifikasi dan reinterpretasi realitas sosial ketika individu mengalami pengalaman baru atau berinteraksi dengan kelompok sosial yang berbeda (Giddens, 1984).

Menurut Berger dan Luckmann (1966), realitas sosial dikonstruksi melalui proses dialektis yang melibatkan tiga tahapan utama, yaitu: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi yang menggambarkan bagaimana individu dan kelompok menciptakan struktur sosial, bagaimana struktur tersebut menjadi bagian dari dunia objektif, dan bagaimana struktur itu akhirnya diinternalisasi kembali oleh individu sebagai kenyataan yang diambil untuk diberikan (*taken for granted*). Proses ini menciptakan fondasi bagi hegemoni, di mana struktur sosial yang dikonstruksi menjadi norma yang diterima tanpa pertanyaan, memungkinkan kelompok dominan untuk mempertahankan kekuasaan mereka melalui persetujuan masyarakat.

Konstruksi pemaknaan mengenai nilai atau realitas tertentu dalam era digital mengalami transformasi signifikan dibandingkan dengan konteks sosial tradisional. Berger (1967) dalam "The Sacred Canopy" juga menjelaskan bahwa konstruksi realitas sosial bersifat dinamis dan dapat mengalami perubahan melalui proses yang ia sebut sebagai "*world-building*" dan "*world-maintenance*." Dalam konteks media sosial, konstruksi mengenai suatu realitas tertentu berlangsung dengan kecepatan dan jangkauan yang belum pernah ada sebelumnya. Dalam konteks digital, konstruksi makna terjadi melalui mekanisme yang lebih kompleks, melibatkan algoritma platform, viral content, dan jaringan sosial digital. Algoritma TikTok, misalnya, berperan dalam menentukan

visibilitas konten tertentu, sehingga mempengaruhi konstruksi dan (atau rekonstruksi) makna yang terjadi dalam platform tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa dalam era digital, terciptanya konstruksi realitas, nilai atau pemaknaan tertentu tidak hanya melibatkan interaksi antar-manusia, tetapi juga interaksi antara manusia dan teknologi.

Perspektif tersebut kemudian dapat dikontekstualisasikan melalui pemikiran Couldry dan Hepp (2017) mengenai *mediated construction of reality*. Couldry dan Hepp memandang bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan realitas yang telah terbentuk, tetapi semakin terintegrasi dengan kehidupan sosial sehingga turut menjadi lingkungan tempat realitas dan makna sosial dikomunikasikan. Perspektif ini memperluas pemahaman Berger mengenai konstruksi realitas dengan memberikan perhatian pada kondisi masyarakat yang semakin termediasi oleh media. Dengan demikian, dalam konteks digital, konstruksi makna tidak dapat dilepaskan dari lingkungan media yang menjadi tempat individu mengekspresikan, mengomunikasikan, dan berinteraksi dengan berbagai pemaknaan sosial.

Dalam penelitian ini, pemikiran Berger dan Luckmann digunakan sebagai landasan untuk memahami makna pernikahan sebagai konstruksi sosial, sedangkan perspektif Couldry dan Hepp digunakan untuk mengontekstualisasikan konstruksi makna tersebut dalam lingkungan media digital. Dengan posisi tersebut, penelitian tidak berfokus pada media sebagai penyebab terbentuknya suatu makna, melainkan pada makna mengenai pernikahan yang dikonstruksi dan direpresentasikan melalui unggahan dengan #marriageisscary di TikTok. Penelitian ini berfokus pada fenomena tren unggahan #marriageisscary sebagai ekspresi ketakutan, resistensi, dan negosiasi ulang terhadap institusi pernikahan yang terekspresikan secara masif di media sosial. Namun, kritik terhadapnya tidak serta merta dimaknai sebagai penolakan terhadap institusi pernikahan itu sendiri.

Dalam konteks ini, teori The Social Construction of Reality (Berger & Luckmann, 1966) memiliki relevansi epistemologis dan analitis yang sangat kuat karena menawarkan kerangka teoretis untuk memahami fenomena ini. Dalam unggahan tren #marriageisscary, eksternalisasi terjadi ketika individu mengungkapkan pengalaman, kecemasan, atau penolakan terhadap institusi pernikahan dalam bentuk narasi digital

seperti video TikTok dan meme. Teori ini dapat diaplikasikan untuk menjelaskan bagaimana individu khususnya perempuan muda menggunakan media sosial sebagai medium untuk mengeksternalisasikan pengalaman pribadi, keresahan, dan kritik terhadap pernikahan dalam bentuk narasi digital, seperti video, caption, dan meme. Unggahan dengan keterangan seperti “*Marriage is scary. What if suami selingkuh tapi keluarganya nyalahin kita?*” adalah bentuk eksternalisasi gagasan yang sebelumnya bersifat pribadi menjadi pernyataan publik.

Objektivasi terjadi ketika narasi-narasi ini memperoleh legitimasi sosial melalui penyebaran, viralitas, dan respons publik yang luas dalam bentuk komentar, likes, repost, atau duplikasi konten serupa. Seiring dengan penyebaran, tanggapan, dan pengulangan konten serupa oleh pengguna lain, ide-ide tersebut mengalami objektivasi yaitu proses ketika makna yang dihasilkan dianggap sebagai kenyataan sosial yang diakui bersama, seperti ketika frasa *Marriage is Scary* menjadi tren viral dan memperoleh status sebagai wacana dominan alternatif tentang institusi pernikahan.

Selanjutnya, melalui proses internalisasi, para pengguna media sosial, terutama perempuan lain yang mengalami situasi atau kekhawatiran serupa, mulai menyerap makna tersebut sebagai bagian dari persepsi mereka terhadap pernikahan. Mereka tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga mengintegrasikan narasi-narasi tersebut ke dalam sistem kepercayaan dan pengambilan keputusan pribadi mereka, seperti menunda atau meragukan institusi pernikahan. Internalisasi terjadi ketika pengguna lain menyerap narasi tersebut sebagai representasi sah dari realitas sosial, dan menjadikannya bagian dari persepsi dan pandangan pribadi mereka terhadap pernikahan.

Dengan demikian, tren ini dapat dipahami sebagai bentuk dari konstruksi makna terhadap institusi sosial bernama pernikahan yaitu sebuah proses di mana makna lama tentang pernikahan (pernikahan sebagai kewajiban, kebahagiaan, dan tujuan hidup) kini dinegosiasikan ulang sehingga memunculkan alternatif makna tentang pernikahan sebagai sumber ketakutan, tekanan, atau ketidakpastian melalui interaksi simbolik dalam ruang digital. Sebagaimana dijelaskan dalam *Theories of Human Communication* oleh Littlejohn, Foss, dan Oetzel (2021), teori konstruksi sosial berasumsi bahwa komunikasi adalah proses utama dalam membentuk realitas sosial. Komunikasi bukan sekadar

transmisi informasi, tetapi tindakan yang membentuk dunia sosial itu sendiri. Setiap tindakan komunikasi menghasilkan struktur makna yang dapat membentuk identitas, norma, dan nilai sosial.

Teori Berger dan Luckmann tidak hanya membantu menjelaskan konstruksi realitas ini pada level mikro (individu), tetapi juga menjembatani bagaimana makna personal dapat berubah menjadi struktur sosial baru melalui konsep *mediated construction of reality* dan konsep *deep mediatization* milik Couldry dan Hepp (2017) dalam praktik diskursif di media. Media sosial dalam penelitian ini dipahami bukan sekadar medium teknologis, tetapi sebagai arena konstruksi sosial, tempat terjadi pertemuan antara agensi individu dengan struktur sosial yang lebih luas. Sebagaimana ditekankan dalam *Theories of Human Communication*, dalam era digital, pengguna media tidak lagi pasif, melainkan aktif menciptakan dan mendefinisikan realitas sosial mereka sendiri (Littlejohn, 2021).

1.6 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep dalam penelitian ini merupakan proses penterjemahan konsep-konsep teoretis abstrak menjadi variabel-variabel yang dapat diamati, diukur, dan dianalisis secara empiris untuk menguraikan konsep-konsep kunci yang berkaitan dengan konstruksi makna pernikahan pada tren #marriageissscary. Berikut adalah operasionalisasi konsep dalam penelitian:

a. Definisi Pernikahan

Definisi pernikahan di Indonesia secara formal diatur dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan. Perkawinan ialah ikatan lahir bathin antara seorang pria dengan seorang wanita sebagai suami isteri dengan tujuan membentuk keluarga (rumah tangga) yang bahagia dan kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Mahaesa. Perkawinan harus didasarkan atas persetujuan kedua calon mempelai, yang mana perkawinan hanya diizinkan jika pihak laki-laki maupun perempuan telah mencapai umur 19 tahun. Definisi ini mencerminkan filosofi pernikahan Indonesia yang mengintegrasikan dimensi fisik (lahir) dan spiritual (batin) dalam ikatan perkawinan.

b. Eksternalisasi

Eksternalisasi adalah proses di mana manusia menciptakan dunia sosial melalui aktivitas dan tindakan mereka. eksternalisasi dapat dipahami sebagai proses di mana individu mengekspresikan pemahaman dan interpretasi mereka tentang dunia melalui tindakan komunikatif, menciptakan simbol-simbol dan makna yang kemudian menjadi bagian dari realitas sosial (Littlejohn et al., 2021).

c. Objektifikasi

Objektivasi merupakan proses di mana produk-produk aktivitas manusia memperoleh karakter objektif, seolah-olah mereka ada secara independen dari tindakan manusia yang menciptakannya. Dalam proses ini, institusi sosial, norma, dan struktur makna yang awalnya diciptakan oleh manusia menjadi "mengeras" dan tampak sebagai realitas eksternal yang objektif.

d. Internalisasi

Internalisasi adalah proses di mana dunia sosial yang telah terobjektivasi kembali diserap ke dalam kesadaran individu melalui proses sosialisasi. Melalui internalisasi, individu mempelajari dan mengadopsi nilai-nilai, norma, dan pengetahuan yang ada dalam masyarakat, menjadikannya bagian dari struktur subjektif mereka.

e. Konstruksi Pernikahan

Konstruksi pernikahan di Indonesia merupakan hasil dari interaksi kompleks antara norma sosial, nilai-nilai agama, struktur hukum, dan budaya patriarki yang telah mengakar kuat dalam kehidupan masyarakat. Pernikahan tidak hanya dimaknai sebagai ikatan personal antara dua individu, tetapi juga sebagai institusi sosial yang sarat dengan ekspektasi kolektif, peran gender yang terstruktur, dan legitimasi moral-religius. Nilai agama menempatkan pernikahan sebagai kewajiban spiritual, sementara norma sosial dan budaya memperkuat peran tradisional—khususnya bagi perempuan—sebagai istri dan ibu. Hukum negara, seperti UU Perkawinan, turut meneguhkan konstruksi tersebut melalui aturan yang merefleksikan nilai-nilai konservatif. Akibatnya, pernikahan diposisikan bukan sebagai pilihan bebas, melainkan sebagai keharusan sosial yang jika ditolak atau ditunda, seringkali memunculkan stigma. Dalam konteks ini, konstruksi pernikahan bukanlah sesuatu yang alamiah atau netral, melainkan terbentuk melalui tumpang tindih kekuasaan

simbolik, ideologis, dan struktural yang terus direproduksi dalam kehidupan sehari-hari.

f. Rekonstruksi Pernikahan

Rekonstruksi wacana pernikahan di Indonesia menunjukkan dinamika yang semakin kontestatif dan berubah seiring dengan meningkatnya kesadaran gender serta perkembangan media sosial. Jika sebelumnya pernikahan dipandang sebagai keharusan sosial yang bersifat normatif dan tunggal, kini makna tersebut mulai digugat dan dinegosiasikan ulang oleh individu, khususnya perempuan muda yang semakin kritis terhadap ketimpangan dalam relasi domestik. Media sosial menjadi ruang penting bagi artikulasi makna alternatif yang menantang norma patriarkal, seperti ketakutan terhadap pernikahan, pilihan untuk *childfree*, hingga kritik terhadap peran gender yang timpang. Kesadaran gender yang berkembang melalui pendidikan dan akses terhadap informasi dan perkembangan teknologi digital turut mendorong individu untuk mempertanyakan kembali nilai-nilai tradisional yang sebelumnya diterima begitu saja. Dalam konteks ini, makna pernikahan tidak lagi bersifat tetap, melainkan terus dikonstruksi ulang melalui pertemuan antara pengalaman personal, diskursus digital, dan perubahan sosial yang lebih luas.

g. Tagar *Marriage Is Scary*

Tagar *#marriageis scary* merupakan fenomena wacana digital yang merepresentasikan ekspresi ketakutan, keraguan, dan resistensi terhadap institusi pernikahan, khususnya di kalangan generasi muda. Tagar berfungsi sebagai alat klasifikasi dan pengorganisasian makna yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam diskursus kolektif (Highfield, 2016). Secara umum, unggahan dengan tagar ini mengandung berbagai bentuk representasi mulai dari pengalaman pribadi tentang trauma keluarga, kecemasan terhadap relasi jangka panjang, tekanan sosial untuk menikah, hingga ketakutan terhadap kekerasan domestik dan beban emosional yang muncul dalam rumah tangga, serta merefleksikan dinamika ketimpangan gender, ekspektasi normatif terhadap perempuan, serta struktur patriarkal yang masih melekat dalam institusi pernikahan.

1.7 Asumsi Penelitian

Penelitian ini dibangun atas asumsi bahwa unggahan bertagar #marriageis scary merupakan praktik diskursif di media sosial yang merepresentasikan proses konstruksi dan negosiasi makna mengenai institusi pernikahan. Melalui unggahan tersebut, pengguna memproduksi makna yang menantang konstruksi tradisional pernikahan sebagai institusi ideal. Jika sebelumnya pernikahan dipandang sebagai bentuk ideal dalam membangun keluarga dan masyarakat serta satu momentum yang didambakan (khususnya perempuan), melalui tagar ini pernikahan mulai dipertanyakan kembali nilai dan maknanya, bahkan cenderung dihindari, yang kemudian hal ini termediasi oleh media sosial sehingga pemaknaan pernikahan pada *marriage is scary* menjadi logis dan dapat diterima karena dibangun atas representasi pengalaman dan realitas sosial tertentu.

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan menggali serta melakukan pemahaman mendalam atas makna yang diberikan individu ataupun kelompok orang terhadap suatu masalah (Creswell, 2018). Melalui metode content analysis Klaus Krippendorff sebagai pisau analisisnya, paradigma konstruktivis digunakan sebagai pedoman serta lensa analisis. Paradigma konstruktivis memandang realitas sosial bukan sebagai realitas tunggal yang sepenuhnya objektif dan berada di luar individu, melainkan sebagai realitas yang dikonstruksi melalui pengalaman, interaksi, bahasa, dan proses pemaknaan sosial. Dalam penelitian ini, makna pernikahan dipahami sebagai konstruksi yang terbentuk melalui pengalaman dan interpretasi pengguna TikTok, kemudian diekspresikan melalui teks, narasi, simbol, dan interaksi di ruang digital. (Creswell, 2018).

Pendekatan kualitatif terhadap analisis isi berakar pada teori sastra, ilmu sosial (interaksionisme simbolik, etnometodologi). Alur analisis isi kualitatif menurut Klaus Krippendorff didasarkan pada buku *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (edisi ke-4) tahun 2019. Krippendorff mendefinisikan analisis isi sebagai teknik penelitian untuk membuat inferensi yang replicable (dapat diulang) dan valid dari

teks (atau materi bermakna lainnya) ke konteks penggunaannya. Pendekatan ini berlaku untuk analisis isi secara umum, termasuk yang kualitatif, meskipun buku tersebut membedakan secara eksplisit antara pendekatan kuantitatif (lebih berorientasi pada penghitungan dan statistik) dan kualitatif (lebih berfokus pada interpretasi mendalam, inferensi kontekstual, dan pemahaman makna) (Krippendorff, 2019)

Terdapat beberapa ciri teks yang relevan dengan analisis konten Klaus Krippendorff. Dalam kerangka ini diantaranya, (a) Teks dipahami bukan sebagai entitas yang memiliki makna objektif dan tunggal, melainkan sebagai konstruksi yang maknanya dibentuk melalui proses pembacaan oleh individu dalam konteks tertentu. (b) Makna teks bersifat plural, terbuka terhadap berbagai interpretasi, dan tidak melekat secara inheren pada teks itu sendiri. (c) Teks dapat dibaca melalui beragam perspektif dan pendekatan, baik secara linguistik, semantik, maupun ideologis, sehingga menghasilkan interpretasi yang berbeda namun tetap valid. Selain itu, (d) Makna yang dihasilkan dari teks tidak selalu bersifat intersubjektif atau disepakati secara universal, melainkan bergantung pada latar belakang, tujuan, dan posisi pembaca. (e) Makna juga tidak terbatas pada teks itu sendiri, tetapi merujuk pada efek yang ditimbulkan, seperti informasi, emosi, atau perubahan perilaku pada audiens. (f) Analisis konten menempatkan teks dalam relasinya dengan konteks sosial, budaya, dan situasional tertentu (Krippendorff, 2019. hlm 27-30).

Tugas utama peneliti adalah menarik inferensi dari teks menuju konteks yang dipilih, termasuk memahami bagaimana teks dimaknai oleh pengguna, bagaimana teks memengaruhi audiens, serta bagaimana data yang tersedia merepresentasikan fenomena yang tidak secara langsung teramati. Pendekatan ini relevan karena penelitian berfokus pada pemaknaan sosial yang terus berubah terhadap institusi pernikahan dalam konteks media digital, khususnya dalam fenomena unggahan bertagar marriage is scary di TikTok.

1.8.2 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah unggahan Tiktok bertagar #marriageisscary yang dikumpulkan dengan bantuan perangkat yang disebut Apify. Apify adalah platform cloud berbasis web scraping dan otomatisasi yang memungkinkan pengumpulan data dari berbagai situs web secara otomatis dan terstruktur dalam skala besar yang dapat memfasilitasi penjelajahan konten Tiktok menggunakan API Tiktok. Dari 300 unggahan

Tiktok bertagar #marriageissscary yang dikumpulkan melalui Apify. Kemudian dipilih berdasarkan periode waktu tertentu yakni Agustus 2024-Mei 2025, didapatkan 83 unggahan yang diunggah dalam periode waktu tersebut. Kemudian kriteria unit analisis dikhususkan pada unggahan yang diunggah oleh akun perempuan. Namun, teridentifikasi 6 unggahan yang diunggah oleh laki-laki sehingga tersisa 77 unggahan. Pada 5 Januari 2026, penulis melakukan pengecekan ulang seluruh postingan, ditemukan 8 postingan tidak dapat diakses. Hasilnya, diperoleh 69 unggahan Tiktok sebagai unit sampling utama untuk coding.

Unit pencatatan (recording unit) dalam penelitian ini adalah teks verbal pada caption dan teks *on-screen* dalam unggahan. Meliputi tema-tema ataupun topik wacana yang dimunculkan pada keseluruhan teks dalam unggahan (caption, tagar tambahan) melalui pemilihan kosa kata (diksi), dan makna (semantik) yang terdapat dalam takarir. Unit konteks dalam penelitian ini mencakup konteks sosial-budaya untuk melihat latar sosial-budaya yang membentuk makna, dan konteks platform untuk melihat bagaimana platform turut membentuk wacana.

Target data dalam penelitian ini adalah 69 unggahan TikTok bertagar #marriageissscary yang diunggah oleh perempuan pada periode Agustus 2024 hingga Mei 2025 dan masih dapat diakses pada saat verifikasi. Data yang dianalisis berfokus pada teks verbal dalam unggahan, meliputi caption, teks *on-screen*, dan tagar tambahan, yang dikaji berdasarkan diksi, makna semantik, serta tema yang muncul. Analisis juga mempertimbangkan konteks sosial-budaya dan konteks platform TikTok sebagai kerangka interpretatif.

1.8.3 Sumber Data

Sesuai dengan pendekatan kualitatif, data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif tekstual, yang terdiri atas:

a. Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah 69 data hasil scrapper hastag marriage is scary dari aplikasi TikTok pada periode waktu tertentu (Agustus-September 2024 dan April-Mei 2025) dan diunggah oleh akun perempuan yang dikumpulkan melalui software Apify.

b. Data Sekunder

Data sekunder mencakup dokumen pelengkap seperti artikel berita daring, Google Trends, statistik media sosial, laporan survei dari GenRe Indonesia, Laporan statistik BPS, Komnas Perempuan, dan hasil monitoring media digital (Brand24) yang mendukung analisis konteks sosial makro. Selain itu, literatur ilmiah sebelumnya yang mengkaji pernikahan, media sosial, gender, dan konstruksi makna juga digunakan sebagai data sekunder.

Data primer dipilih berdasarkan kriteria purposif—mengacu pada relevansi isi, dengan konteks serta keterwakilan dari isu yang sedang dianalisis. Data sekunder digunakan sebagai pelengkap untuk membaca praktik sosial yang lebih luas.

1.8.4 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Alat dan teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif merujuk pada prosedur sistematis yang digunakan peneliti untuk mengakses, merekam, dan menginterpretasikan informasi dari sumber-sumber yang relevan, guna memahami fenomena secara mendalam dari perspektif partisipan (Creswell, 2018). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui:

1. **Observasi Dokumen Digital:** Peneliti melakukan pengumpulan dan pengarsipan unggahan video TikTok secara sistematis menggunakan kata kunci tertentu (tagar) dalam rentang waktu yang telah ditentukan dengan bantuan perangkat Apify. Konten dikurasi dengan mempertimbangkan engagement dan keterkaitan tematik melalui software Python.
2. **Studi Literatur dan Dokumentasi:** Peneliti menelaah dokumen yang berkaitan dengan pernikahan, gender, media digital, serta laporan sosial dan statistik yang mendukung kerangka sosial-budaya fenomena.
3. **Penggunaan Software Monitoring:** Seperti Brand24, Apify, Google trend untuk menelusuri volume penyebutan, engagement rate, dan analisis sentimen dari tren “Marriage is Scary” di media sosial.

1.8.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini mengacu pada metode analisis isi klaus Krippendorff dengan pendekatan konstruktivis. Krippendorff tidak menyajikan analisis isi

sebagai alur linier yang kaku, melainkan sebagai logika desain analisis yang terdiri dari enam komponen utama (sering disebut sebagai “procedural components” atau tahapan analisis). Komponen ini berurutan secara logis dan saling terkait, mulai dari persiapan data hingga penyajian hasil (Krippendorff, 2019). Keenam tahapan tersebut yakni:

1. Unitizing (Penentuan unit analisis)

Proses membagi materi menjadi unit-unit yang relevan dan dapat dianalisis. sampling units dalam penelitian ini adalah unggahan bertagar marriageiscary di Tiktok yang telah diseleksi, kemudian dilakukan recording units. Recording unit dalam penelitian ini berupa unit verbal (kata atau kalimat) yang terdapat pada caption, dan teks on-screen (hal ini didasarkan pada karakteristik unggahan yang berupa video dengan teks on-screen). Selanjutnya, context units (unit konteks yang memengaruhi makna). Konteks unit dalam penelitian ini adalah konteks sosial-budaya tentang pernikahan di Indonesia, serta konteks produksi dan konsumsi teks.

2. Sampling (Pengambilan sampel)

Memilih subset unit yang representatif dari keseluruhan populasi teks. Teknik sampling dalam analisis isi kualitatif disebut sampling relevance atau dalam penelitian kualitatif disebut sampling purposive, untuk mendapatkan data yang kaya makna (Krippendorff, 2019). Penelitian ini menggunakan sampling purposive, dimana data telah ditentukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan yakni caption dan teks on-screen pada 69 unggahan tiktok bertagar marriageiscary (diunggah dalam periode waktu Agustus 2024-Mei 2025 dan diunggah oleh akun perempuan).

3. Recording/Coding (Pencatatan atau pengkodean)

Mengubah data sementara menjadi catatan permanen yang dapat dianalisis. Termasuk membuat instruksi coding yang jelas (*decision schemes*). Dalam penelitian ini, data akan dikodekan melalui *categorical distinctions* yang merujuk pada suatu karakter/ide/pemikiran/pemaknaan/interpretasi berdasarkan konteks tertentu, kemudian dilakukan *thematic distinctions* dengan mengelompokkan narasi berdasarkan tema tema tertentu yang muncul dari data guna tujuan penelitian.

Dalam desain kualitatif, coding bersifat lebih interpretatif dan fleksibel, bukan hanya kategorisasi hitung-hitungan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis coding secara induktif, yang merupakan prosedur untuk menemukan konsep, tema, ataupun model yang muncul berdasarkan pembacaan detail terhadap teks dan konteks yang diteliti. Dalam analisis kualitatif, penekanan dilakukan pada unit tematik agar makna kontekstual terjaga. Tujuannya memastikan efisiensi, produktivitas, dan reliabilitas. Kemudian sebagai validitas, dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan menyertakan kutipan langsung (Krippendorff, 2019).

4. Reducing (Penyederhanaan data)

Mengubah data mentah menjadi bentuk yang lebih efisien melalui *data language*. Dalam penelitian kualitatif, proses *rearticulations* (pengungkapan kembali makna) dan *summaries* (peringkasan) memiliki fungsi menyederhanakan kompleksitas data teks. Teks kualitatif pada dasarnya bersifat kaya, beragam, dan tidak terstruktur, sehingga peneliti perlu melakukan reduksi data untuk memfokuskan analisis pada aspek-aspek yang relevan dengan tujuan penelitian. Melalui proses ini, keragaman makna dalam teks tidak dihilangkan sepenuhnya, melainkan diseleksi dan disusun ulang agar hanya elemen-elemen yang signifikan dan bermakna yang dipertahankan. Dengan demikian, reduksi ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola, tema, serta struktur makna yang mendukung interpretasi kritis terhadap fenomena yang dikaji. Dalam penelitian ini, data akan direduksi berdasarkan kategori tema serta konteks sosial-budaya mengenai wacana pernikahan di Indonesia dan konteks platform TikTok, jika memungkinkan tindakan komputasional dilakukan untuk menunjukkan frekuensi kemunculan kata/tema melalui visualisasi *wordcloud*, ataupun grafik.

5. Inferring (Penarikan inferensi)

Menarik kesimpulan tentang konteks, atau fenomena di balik teks, juga disebut analisis konstruksi (*analytical construct*) dalam desain kualitatif. Inferensi bersifat eksploratif, kontekstual, dan dapat berbasis teori, bukan hanya deskriptif. Dalam penelitian ini, dilakukan inferensi induktif, Inferensi induktif merupakan proses penarikan kesimpulan yang bergerak dari data-data khusus (partikular) dari teks menuju generalisasi yang lebih luas melalui konstruksi analitis yang mendasarinya

(lensa/paradigma konstruktivis). Setiap interpretasi teks adalah inferensi yang harus memiliki validitas semantik—yakni harus berhubungan secara masuk akal dengan teks aslinya. Untuk menunjukkan hubungan tersebut, analisis konten kualitatif menggunakan inferensi dengan mengutip langsung dari teks dan konteks yang dianalisis. Analisis konten kualitatif tidak menentang penghitungan, tetapi inferensi mereka jarang bergantung pada frekuensi (Krippendorff, 2019).

6. Narrating (Penyajian narasi)

Narasi hasil dalam analisis isi kualitatif merupakan proses di mana peneliti mengartikulasikan temuan penelitian secara sistematis agar dapat dipahami oleh audiens yang lebih luas. Dalam penelitian ini, peneliti membangun argumen melalui pendekatan konstruktivis. Proses ini tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian hasil, tetapi juga sebagai upaya untuk menjelaskan signifikansi temuan, implikasi, batasan, serta kontribusinya terhadap pengembangan literatur yang ada. Hasil penelitian ini akan diintegrasikan dengan Teori konstruksi sosial milik Peter L. Berger dan Thomas Luckman (eksternalisasi, objektivikasi, internalisasi), konsep *mediated construction of reality* serta *deep mediatization* milik Nick Couldry & Andreas Hepp (2017). Selain itu, peneliti juga akan memberikan justifikasi metodologis terkait pemilihan analisis isi sebagai pendekatan yang digunakan, termasuk alasan penggunaannya dibandingkan metode lain.

1.8.6 Kualitas Data (Goodness Criteria)

Dalam penelitian kualitatif, kredibilitas dan integritas data tidak ditentukan oleh uji statistik, melainkan melalui seperangkat kriteria keabsahan yang mengukur sejauh mana data yang dikumpulkan dan dianalisis mencerminkan kenyataan sosial secara bermakna dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam penelitian ini, keabsahan data menggunakan kriteria kualitatif yang lebih sesuai dengan paradigma interpretatif-kritis (Creswell & Poth, 2018) penelitian ini menggunakan beberapa kriteria utama, yaitu *trustworthiness*, *credibility*, *transferability*, *embodiment*, *accountability*, *reflexivity*.

a. Trustworthiness (Keterpercayaan)

Keterpercayaan penelitian dijaga melalui konsistensi antara data, proses analisis, dan interpretasi yang dihasilkan. Dalam penelitian ini, *trustworthiness* dicapai melalui penggunaan prosedur analisis isi yang sistematis (Krippendorff),

dokumentasi proses coding dan kategorisasi secara transparan serta penyajian data yang relevan dengan fokus penelitian.

b. Credibility (Kredibilitas)

Kredibilitas merujuk pada tingkat kepercayaan terhadap kebenaran interpretasi. Dalam penelitian ini, credibility dilakukan melalui; penyertaan kutipan langsung dari caption dan teks on-screen sebagai evidensi, pembacaan mendalam (close reading) terhadap teks, serta penggunaan kerangka teori kritis untuk memperkuat interpretasi.

c. Transferability (Keteralihan)

Transferability berkaitan dengan kemungkinan temuan diterapkan pada konteks lain yang serupa. Dalam penelitian ini dicapai melalui; deskripsi kontekstual yang rinci mengenai, (a) karakteristik data (TikTok, #marriageisscary), dan (b) konteks sosial-budaya pernikahan di Indonesia. Selanjutnya, penyajian temuan yang memungkinkan pembaca menilai relevansinya pada konteks lain

d. Embodiment (Keterlibatan Peneliti)

Embodiment menekankan keterlibatan pengalaman dan sensitivitas peneliti dalam memahami data. Dalam penelitian ini; peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam interpretasi dan analisis dilakukan dengan mempertimbangkan pengalaman, pengetahuan, dan sensitivitas terhadap isu gender dan pernikahan

e. Reflexivity (Refleksivitas)

Refleksivitas berkaitan dengan kesadaran peneliti terhadap posisi, asumsi, dan potensi bias dalam penelitian. Dalam penelitian ini; peneliti menyadari bahwa interpretasi bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh perspektif konstruktivis yang digunakan, dan dilakukan upaya reflektif dalam membaca data dan menghindari bias yang tidak disadari.

Dengan menerapkan keenam kriteria tersebut, penelitian ini berusaha menjamin bahwa temuan yang dihasilkan memiliki validitas internal yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik dan metodologis.

1.8.7 Justifikasi Metodologis Penelitian

Penggunaan teori, metode analisis data, teknik analisis data, dan telaah literatur dalam penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian untuk memahami konstruksi makna pernikahan dalam unggahan #marriageissscary di TikTok. Teori konstruksi sosial Berger digunakan sebagai *theoretical framework* karena penelitian berfokus pada bagaimana makna pernikahan dibentuk melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi, sedangkan konsep *mediated construction of reality* dari Couldry dan Hepp digunakan untuk menjelaskan peran lingkungan media digital dalam proses tersebut. Analisis isi kualitatif dipilih sebagai metode karena objek penelitian berupa teks dan tanda yang terdapat dalam unggahan TikTok, sehingga memungkinkan peneliti melakukan interpretasi sistematis terhadap tema, diksi, makna, dan konteks yang terkandung dalam data. Metode ini sesuai dengan karakter penelitian konstruktivis karena data tidak diperlakukan sebagai representasi realitas yang objektif, melainkan sebagai materi yang ditafsirkan untuk memahami bagaimana makna sosial dikonstruksikan.

Sementara itu, teknik analisis data dilakukan melalui proses unitisasi, kontekstualisasi, identifikasi diksi dan makna semantik, *coding*, kategorisasi tema, pemetaan konstruksi eksternalisasi–objektivasi–internalisasi, serta interpretasi hubungan antarkategori. Teknik tersebut memungkinkan data empiris dihubungkan secara sistematis dengan konsep yang telah dibangun dalam telaah literatur. Telaah literatur tidak hanya digunakan untuk memberikan latar belakang penelitian, tetapi sebagai *conceptual foundation* dalam membangun kategori awal dan menempatkan temuan dalam perkembangan pengetahuan yang telah ada. Literatur mengenai *fear of marriage*, komitmen, relasi, pembagian peran, pengalaman keluarga, dan risiko perkawinan digunakan sebagai *sensitizing concepts*, kemudian data dianalisis untuk melihat apakah temuan mengonfirmasi, memperinci, atau memperluas konsep tersebut. Dengan demikian, hubungan antara teori, literatur, metode, dan teknik analisis bersifat koheren dan berjenjang: teori memberikan kerangka interpretasi, telaah literatur menyediakan landasan konseptual, analisis isi kualitatif menyediakan metode untuk membaca data, dan teknik coding serta kategorisasi menghubungkan data empiris dengan konstruksi makna yang menjadi fokus penelitian.