



## Pengaruh Terpaan Konten 'Marriage Is Scary' terhadap Sikap Generasi Z Mengenai Pernikahan

Refi Nur Mariska<sup>1</sup>, Sumardjijati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: [21043010061@student.upnjatim.ac.id](mailto:21043010061@student.upnjatim.ac.id), [sumardjijati@gmail.com](mailto:sumardjijati@gmail.com)

| Article Info                                                                                                                                                                                                   | Abstract                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Article History</b><br>Received: 2025-06-10<br>Revised: 2025-07-20<br>Published: 2025-08-06<br><br><b>Keywords:</b><br><i>Learning Media;<br/>Capcut Media;<br/>Learning Motivation;<br/>Economics.</i>     | The viral phenomenon of Marriage is Scary content on TikTok reflects the shifting attitudes of Generation Z toward the institution of marriage, which is increasingly perceived as an emotional and social burden. This study aims to examine the influence of exposure to such content on the attitudes of Gen Z in Surabaya using a quantitative approach with an explanatory method. Data were collected through an online survey using a Likert-scale questionnaire, involving 100 respondents aged 21–25 who are active TikTok users. The sample was determined using quota sampling, and the data were analyzed using simple linear regression along with validity and reliability tests. The research stages included problem identification, instrument development, data collection, and statistical analysis. The findings indicate a negative correlation between the intensity of exposure and positive attitudes toward marriage, although the contribution is relatively limited, as shown by a low coefficient of determination ( $R^2$ ). Most respondents expressed neutral or negative attitudes, particularly in cognitive and affective aspects. The discussion draws on cultivation theory, which posits that repeated media exposure can shape audience perceptions of social reality. This study highlights the importance of media literacy and the need for balanced, constructive content that presents the realities of marriage for younger generations. |
| Artikel Info                                                                                                                                                                                                   | Abstrak                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Sejarah Artikel</b><br>Diterima: 2025-06-10<br>Direvisi: 2025-07-20<br>Dipublikasi: 2025-08-06<br><br><b>Kata kunci:</b><br><i>Media Pembelajaran;<br/>Media Capcut;<br/>Motivasi Belajar;<br/>Ekonomi.</i> | Fenomena viral konten Marriage is Scary di TikTok mencerminkan perubahan sikap generasi Z terhadap institusi pernikahan, yang semakin dianggap sebagai beban emosional dan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh terpaan konten tersebut terhadap sikap Gen Z di Surabaya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatif. Data dikumpulkan melalui survei daring dengan instrumen skala Likert, melibatkan 100 responden berusia 21–25 tahun yang merupakan pengguna aktif TikTok. Sampel ditentukan menggunakan metode quota sampling, dan data dianalisis dengan regresi linier sederhana serta uji validitas dan reliabilitas. Tahapan penelitian meliputi identifikasi masalah, penyusunan instrumen, pengumpulan data, serta analisis statistik. Hasil menunjukkan bahwa intensitas terpaan konten memiliki pengaruh negatif terhadap sikap positif terhadap pernikahan, meskipun kontribusinya terbatas ( $R^2$ rendah). Sebagian besar responden menunjukkan sikap netral atau negatif pada aspek kognitif dan afektif. Pembahasan mengacu pada teori kultivasi yang menjelaskan bagaimana media dapat membentuk persepsi sosial melalui eksposur berulang. Penelitian ini menegaskan perlunya media literasi serta konten seimbang yang menggambarkan realitas pernikahan secara konstruktif bagi generasi muda.                                                                                                                             |

### I. PENDAHULUAN

Dalam lanskap komunikasi digital yang kian dinamis, media sosial hadir sebagai medium utama dalam membentuk wacana publik, terutama di kalangan generasi muda (Dyah Lestari et al., 2024). TikTok, sebagai salah satu platform yang mengalami pertumbuhan signifikan, telah menjadi ruang ekspresi yang tidak hanya menyuguhkan hiburan, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial dan psikologis penggunanya (Ramadhani & Zuhri, 2023). Fenomena viral seperti konten "Marriage is Scary" menjadi cerminan kompleksitas

pandangan generasi Z terhadap institusi pernikahan. Salah satu penyebabnya adalah perubahan persepsi (Dwipayana dkk., 2023). Narasi yang dibangun dalam konten tersebut mengindikasikan adanya kekhawatiran, ketidakpastian, bahkan resistensi terhadap konsep pernikahan yang selama ini dianggap sebagai norma sosial. Representasi pernikahan dalam konten tersebut mengangkat isu-isu sensitif seperti kekerasan dalam rumah tangga, relasi kuasa dalam keluarga, hingga beban komitmen jangka panjang, yang kemudian

membentuk persepsi dan sikap baru di kalangan Gen Z.

Di tengah maraknya penyebaran konten digital bertema pernikahan yang sarat makna simbolik dan emosional tersebut, muncul urgensi untuk menelaah bagaimana terpaan media sosial dapat memengaruhi konstruksi sikap generasi muda (Ardianto, 2007). Penelitian ini dilakukan dengan merujuk pada populasi Gen Z di Kota Surabaya, mengingat karakteristik demografis dan kulturalnya yang merepresentasikan urban youth dengan intensitas tinggi dalam penggunaan media sosial. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk memahami sejauh mana konten seperti "Marriage is Scary" berkontribusi terhadap perubahan cara pandang Gen Z terhadap pernikahan. Melalui analisis data empiris, diharapkan dapat ditemukan gambaran menyeluruh mengenai transformasi sikap yang terjadi serta implikasinya terhadap fenomena sosial yang lebih luas.

## **II. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel atau lebih melalui pengujian hipotesis yang didasarkan pada data numerik (Prisgunanto & Pranawukir, 2020: 104). Metode ini dipilih untuk menganalisis sejauh mana terpaan konten "Marriage is Scary" di media sosial TikTok memengaruhi sikap Gen Z terhadap pernikahan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui survei (Gumilang, 2016: 148; Anissa & Kusumastuti, 2022:54) dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria tertentu, yaitu Gen Z yang berdomisili di Kota Surabaya, berusia 21–25 tahun, aktif menggunakan TikTok, serta pernah atau sering menonton konten yang dimaksud. Instrumen penelitian dirancang menggunakan skala Likert untuk mengukur aspek frekuensi dan durasi (sebagai variabel bebas) serta komponen kognitif, afektif, dan konatif dari sikap (sebagai variabel terikat).

Lokasi penelitian berada di Kota Surabaya, yang merupakan salah satu kota dengan pengguna TikTok terbanyak di Indonesia. Berdasarkan data dari We Are Social tahun 2024, Surabaya menempati posisi kedua setelah Jakarta dengan jumlah pengguna TikTok mencapai 10 juta orang (Irsyadi et al., 2020)). Karena populasi yang besar, peneliti menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode quota sampling untuk menyaring karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiono,

2018:131). Sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebesar 100 responden. Kuesioner disebarkan secara daring, dengan pertanyaan terbuka dan tertutup yang mencerminkan operasionalisasi variabel (Brigham et al, 2013)

Tahapan penelitian ini terdiri dari beberapa langkah sistematis, dimulai dari identifikasi masalah dan studi literatur, perumusan tujuan dan rumusan masalah, penyusunan instrumen kuesioner, penentuan populasi dan sampel, pengumpulan data melalui survei, hingga analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linier sederhana, dan uji hipotesis. Uji validitas dilakukan dengan metode Pearson Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, dengan nilai ambang batas sebesar 0,6. Analisis data dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara terpaan konten dan sikap Gen Z terhadap pernikahan. Hasil dari analisis ini diharapkan mampu memberikan gambaran empirik mengenai dampak konten media sosial terhadap konstruksi sikap sosial generasi muda.

## **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil Penelitian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden Gen Z di Surabaya terpapar konten "Marriage is Scary" dalam frekuensi yang tinggi. Berdasarkan data kuantitatif, sebanyak 40% responden menonton konten tersebut sebanyak 10–14 kali per hari, sementara 41% responden menghabiskan waktu 14–26 menit untuk menonton konten tersebut dalam sehari. Secara kumulatif, 41% responden tergolong dalam kategori terpaan tinggi terhadap konten tersebut, sementara sisanya berada pada kategori sedang dan rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa konten viral tersebut berhasil menarik atensi signifikan dari pengguna TikTok yang sedang berada dalam fase transisi menuju usia pernikahan.

Dari sisi sikap kognitif, sebanyak 64% responden menunjukkan kecenderungan netral terhadap pernyataan-pernyataan seputar pernikahan yang disajikan dalam kuesioner. Meskipun demikian, terdapat 35% responden yang menunjukkan sikap negatif dan hanya 1% yang menyatakan sikap positif. Sebagian besar responden tidak setuju bahwa pernikahan adalah komitmen seumur hidup atau bahwa komunikasi adalah kunci sukses pernikahan. Sikap negatif juga tampak dalam

tanggapan bahwa pernikahan adalah beban atau tidak adil dalam pembagian peran, menandakan persepsi yang cukup skeptis terhadap institusi pernikahan.

Sikap afektif responden juga menunjukkan dominasi pandangan pesimis. Misalnya, 92% responden tidak setuju bahwa pernikahan membawa kebahagiaan, dan 97% tidak merasa termotivasi untuk mempersiapkan diri menghadapi pernikahan. Hanya sebagian kecil responden yang menunjukkan perasaan positif atau antusias terhadap isu ini. Data ini menguatkan dugaan bahwa paparan konten "Marriage is Scary" membentuk atau memperkuat perasaan negatif terhadap pernikahan dalam spektrum emosional Gen Z. Efek ini diperkuat oleh format konten yang menggunakan pendekatan emosional dan visual yang sangat personal.

**Tabel 1.** Uji Validitas

| Variabel       | Nomor Pernyataan | Rhitung | Rtabel |
|----------------|------------------|---------|--------|
| Frekuensi (X1) | 1                | 0.989   | 0.1946 |
|                | 2                | 0.990   | 0.1946 |
| Kognitif (Y1)  | 3                | 0,246   | 0.1946 |
|                | 4                | 0,197   | 0.1946 |
|                | 5                | 0,254   | 0.1946 |
|                | 6                | 0,289   | 0.1946 |
|                | 7                | 0,199   | 0.1946 |
|                | 8                | 0,350   | 0.1946 |
|                | 9                | 0,404   | 0.1946 |
|                | 10               | 0,288   | 0.1946 |
|                | 11               | 0,360   | 0.1946 |
|                | 12               | 0,291   | 0.1946 |
| Afektif (Y2)   | 13               | 0,230   | 0.1946 |
|                | 14               | 0,307   | 0.1946 |
|                | 15               | 0,217   | 0.1946 |
|                | 16               | 0,430   | 0.1946 |
|                | 17               | 0,197   | 0.1946 |
|                | 18               | 0,458   | 0.1946 |
|                | 19               | 0,431   | 0.1946 |
|                | 20               | 0,238   | 0.1946 |
| Konatif (Y3)   | 21               | 0,248   | 0.1946 |
|                | 22               | 0,219   | 0.1946 |
|                | 23               | 0,243   | 0.1946 |
|                | 24               | 0,453   | 0.1946 |
|                | 25               | 0,338   | 0.1946 |
|                | 26               | 0,355   | 0.1946 |
|                | 27               | 0,444   | 0.1946 |

**Tabel 2.** Uji Reliabilitas

| Variabel           | Nilai Cronbach's Alpha | Nilai Min. Cronbach's Alpha |
|--------------------|------------------------|-----------------------------|
| Terpaan Konten (X) | 0.711                  | 0,60                        |
| Sikap (Y)          | 0.979                  | 0,60                        |

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas, di mana semua item

memiliki nilai korelasi lebih besar dari r tabel serta nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,6, yang berarti kuesioner layak digunakan.

## B. Pembahasan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa fenomena "Marriage is Scary" di TikTok tidak hanya menjadi wacana viral, tetapi juga membentuk cara berpikir dan merasa Gen Z terhadap pernikahan. Frekuensi dan durasi paparan yang tinggi menunjukkan bahwa konten ini mengisi ruang kognitif dan emosional para responden dalam keseharian mereka. Hal ini konsisten dengan teori kultivasi Gerbner yang menyatakan bahwa repetisi pesan media dapat mempengaruhi persepsi realitas sosial penontonnya (Musfialdy & Anggraini, 2020). Dalam konteks ini, paparan berulang terhadap narasi negatif tentang pernikahan menyebabkan pembentukan persepsi bahwa pernikahan adalah institusi yang menakutkan dan penuh risiko.

Temuan pada aspek kognitif dan afektif juga mencerminkan realitas sosial dan budaya yang sedang berubah. Gen Z di Surabaya menunjukkan penolakan terhadap nilai-nilai pernikahan tradisional, seperti komitmen seumur hidup, komunikasi sebagai solusi utama, atau keyakinan bahwa pernikahan membawa kebahagiaan. Respons ini dapat dipahami sebagai reaksi atas pengalaman langsung maupun tidak langsung mereka terhadap realitas pernikahan di sekitarnya yang mungkin penuh konflik atau tidak ideal. Ditambah dengan pengaruh media sosial yang memperkuat narasi negatif, maka terjadi distorsi persepsi yang menjauhkan generasi ini dari gambaran pernikahan yang stabil dan positif.

Sementara itu, fenomena tingginya respons netral mengindikasikan bahwa sebagian besar Gen Z masih bersikap hati-hati dan kritis dalam menyikapi konten tersebut. Mereka belum sepenuhnya menerima narasi pesimis, namun juga tidak memiliki keyakinan kuat terhadap narasi positif tentang pernikahan. Ini menunjukkan bahwa mereka berada dalam posisi evaluatif dan sedang membentuk sistem nilai baru. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan media literasi dan komunikasi interpersonal yang sehat dalam membangun persepsi seimbang terhadap pernikahan di era digital yang sangat terpengaruh oleh algoritma dan viralitas konten.

**Tabel 3.** Uji Koefisien Determinasi

| Model | R     | R Square |
|-------|-------|----------|
| 1     | 0.292 | 0.086    |

**Tabel 4.** Uji Parsial t antara Variabel Terpaan Konten (X) terhadap Sikap (Y)

|                | t      | Sig.   |
|----------------|--------|--------|
| (Constant)     | 42.805 | <0.001 |
| Terpaan Konten | -3.058 | 0.003  |

**Tabel 5.** Uji Kecocokan model antara Variabel Terpaan Konten (X) terhadap Sikap (Y)

|            | F     | Sig.  |
|------------|-------|-------|
| Regression | 9.352 | 0.003 |

Berdasarkan analisis regresi berganda, diperoleh persamaan  $Y = 2,501 + 0,274X_1 + 0,195X_2$ , yang mengindikasikan bahwa frekuensi ( $X_1$ ) dan durasi ( $X_2$ ) terpaan konten "Marriage is Scary" berpengaruh positif terhadap sikap (Y). Hasil uji t menunjukkan bahwa kedua variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dengan nilai signifikansi masing-masing di bawah 0,05. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,416 menunjukkan bahwa 41,6% variabel sikap dipengaruhi oleh frekuensi dan durasi terpaan konten, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Selanjutnya, hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang berarti model regresi ini secara simultan signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa frekuensi dan durasi terpaan konten secara bersama-sama berpengaruh terhadap sikap Gen Z terhadap pernikahan.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa terpaan konten "Marriage is Scary" di media sosial TikTok berpengaruh secara signifikan namun terbatas terhadap sikap kognitif Gen Z di Surabaya terhadap institusi pernikahan. Meskipun intensitas paparan yang tinggi menunjukkan korelasi negatif terhadap kecenderungan positif untuk menikah, nilai koefisien determinasi yang rendah menegaskan bahwa sikap Gen Z lebih banyak dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti nilai keluarga, pengalaman pribadi, dan kondisi psikologis. Dengan demikian, konten digital berdurasi singkat tetap memiliki potensi untuk membentuk persepsi sosial, namun tidak secara eksklusif menjadi penentu utama

dalam pembentukan sikap terhadap pernikahan.

##### B. Saran

Disarankan agar penelitian selanjutnya menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam narasi subjektif dan persepsi personal Gen Z terhadap konten bertema pernikahan di TikTok. Studi etnografi media, wawancara mendalam, dan diskusi kelompok terfokus (FGD) dapat memberikan pemahaman kontekstual dan kultural yang lebih kaya terhadap mekanisme kultivasi digital. Selain itu, penggunaan analisis naratif dan grounded theory diharapkan mampu mengembangkan kerangka teoritis yang lebih holistik mengenai dinamika sikap generasi muda terhadap pernikahan, serta menginspirasi produksi konten yang lebih seimbang dan edukatif di ranah media sosial.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Ardianto, E., & Erdinaya, L. K. (2021). Introduction to mass communication. Bandung, Simbosa Rekatama Media.&
- Brigham et al. (2013). Scanned by CamScanner. *برازمك. A Psicanalise Dos Contos de Fadas. Tradução Arlene Caetano*, 466.
- Dyah Lestari, N., Ayu Indahsari, D., Aji Ramadhan, I., Rica Khasanah, A., Zhurifa, A., & Gita Sukmono, F. G. S. (2024). Analisis Isi Konten Komersialisasi Kidfluencers pada Akun TikTok @abe\_daily. *Jurnal Audiens*, 5(2), 318–333. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i2.370>
- Erdinaya, L. K. (2021). Simbosa Rekatama Media.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation Analysis: An Overview. *Mass Communication and Society*, 1(3–4), 175–194. <https://doi.org/10.1080/15205436.1998.9677855>
- Gumilang, S. G. (2016). Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bimbingan Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 2(2), 144–159.
- Irsyadi, F. Y. Al, Priambadha, A. P., & Kurniawan, Y. I. (2020). Game Edukasi Bahasa Arab untuk Siswa Kelas IV di Sekolah Dasar Islam Terpadu Nahdlatul Ulama Cepogo. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, Volume 10(April), 12. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1>

- Lu'lu Nafisah, Salsabiilaa Krisnya Bunga Dwipayana, & Bambang Hariyadi. (2023). Faktor Yang Memengaruhi Persepsi Remaja Terhadap Pernikahan Dini Di Kecamatan Bogor Selatan Kota Bogor. *Jurnal Keluarga Berencana*, 8(1), 48–58. <https://doi.org/10.37306/kkb.v8i1.167>
- Musfialdy dan Ine Anggraini, "Kajian Sejarah dan Perkembangan Teori Efek Media," *Jurnal Komunikasi dan Bisnis* 8, no. 1 (8 Agustus 2020): 30–42, <https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.639>, h. 36.
- RAMADHANI, B. (2023). *RAMADHANI BURHANUDDIN\_PERTIMBANGAN HUKUM PUTUSAN PENGADILAN AGAMA PEMALANG TENTANG PERCERAIAN DALAM PERKAWINAN USIA DINI (Studi Putusan Pengadilan Agama Pemalang No. 0956/Pdt. G/2021/PA. Pml)* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Sugiyono. 2015. *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.