



MENGGALI MINDSET GENERASI MUDA TERHADAP TREND BARU SOSIAL MEDIA (ANALISIS KONTEN TREND *MARRIAGE IS SCARY*)

Salsabila Sukri

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia
ebila394@gmail.com

Abstract: In 2024, social media has once again created a buzz that is indicated to have triggered a shift in Indonesia's marriage culture. At the same time, the drastic decline in marriage rates in Indonesia has triggered a big question mark against the current digital native generation. The marriage is scary trend, a social media trend that represents scary marriage with all the realities of life. Then the researcher used a descriptive qualitative method by analysing the content of the marriage is scary trend through a netnography approach and conducting in-depth interviews with several research participants from the younger generation. The content analysis data collection was carried out by examining language and audio patterns in content that contained messages with implicit or explicit delivery. The results revealed that the content of this marriage is scary trend is a form of concern for the younger generation about mistakes in choosing a partner, not because marriage is scary. In addition, the views of the younger generation that show women's resistance to patriarchy and men's delegitimisation of feminazi are also part of the content messages revealed in this study.

Keywords: The Mindset of the Younger Generation, Social Media, "Marriage is scary" Trend.

Abstrak: Tahun 2024 ini, sosial media kembali memunculkan gebrakan baru yang diindikasikan memicu pergeseran budaya pernikahan Indonesia. Bersamaan dengan hal tersebut, menurunnya angka pernikahan di Indonesia yang drastis memicu tanda tanya besar terhadap generasi digital native saat ini. Tren *marriage is scary*, sebuah tren sosial media yang merepresentasikan pernikahan menakutkan dengan segala realita kehidupan yang ada. Kemudian peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menganalisis konten tren *marriage is scary* melalui pendekatan netnografi dan melakukan wawancara mendalam kepada beberapa partisipan penelitian dari generasi muda. Adapun pengumpulan data analisis konten dilakukan dengan menelisik pola bahasa dan audio dalam konten yang mengandung pesan-pesan dengan penyampaian secara implisit maupun eksplisit. Hasil penelitian mengungkapkan konten tren *marriage is scary* ini sebagai bentuk kekhawatiran generasi muda terhadap kesalahan dalam memilih pasangan, bukan karena pernikahan yang menakutkan. Selain itu, pandangan dari generasi muda yang menunjukkan resistensi kaum perempuan terhadap kaum patriarki beserta delegitimasi kaum laki-laki terhadap kaum feminazi juga menjadi bagian dari pesan konten yang berhasil terungkap dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Mindset Generasi Muda, Sosial Media, Tren *Marriage is scary*.

PENDAHULUAN

Pada abad ke-21 ini, sosial media telah menjadi kebutuhan dasar manusia dalam bersosial, walaupun dalam segi pengaplikasiannya disebut “dunia sosial baru”, dalam artian interaksi sosial dalam sosial media tidak sama dengan hakikat interaksi sosial seutuhnya. Indira Lintang menulis dalam situs web [inilah.com](#) yang mengutip hasil survei dari *We Are Social*, diketahui pengguna sosial media aktif di Indonesia sebanyak 49,9% (sekitar 139 juta) dari keseluruhan populasi per Januari 2024 (Lintang, 2024). Tentu dalam penggunaannya, sosial media juga menawarkan dampak negatif bagi penggunanya diantaranya: pola pikir kelangkaan atau *scarcity mindset* (perasaan rendah diri setelah menyaksikan pencapaian orang lain di sosial media), ketertarikan untuk mengikuti *booming trend*, dan pola pikir yang praktis. Hal tersebut tidak bisa diremehkan begitu saja karena hal inilah yang menjadi cikal bakal suatu negara dalam menentukan kualitas SDM-nya dan berdampak pada keberhasilannya mencetak generasi yang memiliki karakter, pola pikir, dan tingkah laku yang maju dan berdaya saing (Amelia, 2023).

Salah satu *booming trend* yang selalu menjadi topik menarik di Indonesia adalah pernikahan, sebagai unsur yang selalu melekat dengan budaya masyarakat Indonesia, bahkan menunjukkan resistensi terhadap peraturan-perundangan yang berlaku sekalipun. Hamoes mengatakan bahwa suatu budaya dimulai dari persepsi manusia yang saling berhubungan dalam kehidupan bersosialnya, pada akhirnya persepsi atau pandangan manusia tersebut membentuk menjadi kebiasaan yang bertransformasi seiring berkembangnya zaman, teknologi, dan interaksi dengan budaya lain (Bawono et al., 2022). Pasalnya, pemuda Indonesia sangat mudah terpengaruh oleh video keromantisasi orang lain di sosial media, baik yang sudah menikah maupun yang masih dalam ikatan pacaran. Hal ini lah yang kemudian memicu keinginan untuk memiliki pasangan, terlebih untuk melakukan nikah muda dengan alasan sebagai bentuk antisipasi dari sesuatu yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, peraturan perundang-undangan pun akan memberikan pertimbangan lain jika sedang dalam

keadaan darurat (sangat memaksa) dengan beberapa kategori syarat walaupun antara kedua pasangan masih ada yang dibawah umur (Jayadi et al., 2021). Dari sini, tampak Indonesia tidak memiliki kekhawatiran mengenai krisis demografi seperti negara Jepang, maupun negara-negara maju lainnya (Terapulina et al., 2021).



Gambar 1. Minat Tren Seiring Waktu

Sumber: Google Trend

Termasuk yang menjadi gebrakan saat ini di sosial media adalah paparan tren *Marriage is scary*. Berdasarkan diagram diatas, tampak jelas bahwa tren ini mulai memuncak pada bulan Agustus di Indonesia, kemudian mengalami naik-turun secara signifikan pada dua bulan setelahnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa tren ini menjadi objek pengamatan dan penelusuran para audiens sosial media selama rentang tiga bulan tersebut dan bisa saja berlanjut hingga sekarang. Walaupun di rentang bulan Agustus akhir hingga September awal mengalami penurunan secara signifikan, penelusuran tren tersebut kembali mengalami kenaikan yang stabil di bulan September. Jika kita menelusik lebih dalam mengenai tren ini, permasalahan bukan ada pada kegiatan pernikahannya, melainkan individu didalamnya yang memainkan peran sebagai subjek dari tren *marriage is scary*. Oleh karena itu, dalam berbagai situs web yang membahas tentang tren ini memberikan peringatan untuk berhati-hati dalam memilih pasangan (Dhuafa, 2024). Seperti yang dikutip Romadhona (2024) dari pakar Psikologi UMSIDA yang mengatakan bahwa rasa khawatir terhadap pernikahan merupakan hal yang wajar, yang tidak wajar adalah jika rasa takut tersebut menjadi perasaan yang mengganggu kehidupan dan menjadi bakal permasalahan seseorang yang

mengarah pada keputusan pernikahan atau bahkan mengalami gejala kecemasan lainnya (Romadhona, 2024).

Dari sudut pandang penonton, tren ini memicu pertanyaan apakah fenomena yang terjadi saat ini merupakan kelanjutan dari gerakan feminism terhadap kaum patriarkis? Hal tersebut terbantah oleh salah satu akun Tik Tok dengan *username* @its.celonn_, dalam kontennya ia menyelipkan kata “feminazi” untuk para perempuan yang salah mengartikan makna feminism. Kemudian dalam captionnya ia mengatakan “feminisme adalah tentang menghancurkan sistem patriarki. Ini bukan tentang kamu yang terlalu membenci atau anti terhadap laki-laki (karena kamu harus menyadari, perempuan juga bisa menjadi bagian dari patriarki)”. Dengan demikian, tren ini tidak semata-mata dibuat oleh kaum-kaum feminism yang sedang melawan patriarkis, melainkan ada indikasi rasa benci dari feminazi untuk para laki-laki yang bisa saja hal ini dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman masa lalunya. Hal ini sebagaimana yang dijelaskan dalam Hidayati (2018), bahwa seringkali feminism disalah artikan sebagai tuntutan emansipasi wanita saja. Padahal maksud dari istilah tersebut adalah gerakan sosial yang dilakukan oleh kedua gender (baik laki-laki maupun perempuan) demi meningkatkan peran perempuan serta memperjuangkan hak-hak keduanya dengan adil.

Pengetahuan yang baik akan membentuk persepsi yang positif terhadap suatu objek atau fenomena dan berimplikasi pada keputusan yang diambil selanjutnya. Persepsi merupakan proses penyimpulan informasi dan penafsiran pesan berdasarkan pengalaman individu mengenai suatu objek atau peristiwa. Persepsi tampak sama dengan definisi *mindset*, tetapi *mindset* sendiri berasal dari kata “*mind*” yang berarti sumber pikiran atau pusat kesadaran dan “*set*” yang berarti kepercayaan yang mempengaruhi sikap individu dan cara pandang individu terhadap sesuatu. Jadi, *mindset* adalah pola pikir atau kepercayaan individu mengenai dirinya, sesuatu yang dianut, dan kemampuan yang dimilikinya (Oktaviani, 2010). Dalam konteks tren sosial media, *mindset* merujuk pada cara berpikir dan bersikap terhadap suatu fenomena atau

informasi baru melalui sosial media, sedangkan persepsi merupakan cara individu memahami dan memberikan makna terhadap suatu tren sosial media setelah melewati pengalaman pribadi. Namun, penelitian disini akan berfokus untuk menggali *mindset* generasi muda mengenai tren baru di sosial media, karena dalam hal ini *mindset* mendasari bagaimana individu berpersepsi terhadap suatu objek, sehingga hal ini berdampak kepada keputusan-keputusan dalam bertindak kedepannya.

Di sisi lain, seiring dengan tersebar luasnya tren *marriage is scary*, angka pernikahan di Indonesia mengalami penurunan secara signifikan. Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Laporan Statistik Indonesia 2024 mencatat di beberapa provinsi, seperti Provinsi Jawa Barat mengalami penurunan yang drastis sebesar 19.197 (dari angka 336.912 di tahun 2022 menjadi 317.715 pada tahun 2023). Keadaan serupa juga dialami provinsi dengan penduduk padat lainnya, yaitu Jawa Tengah (dengan angka penurunan 14.160 sepanjang tahun 2023) dan Jawa Timur (dengan angka penurunan 20.269) (Patricia & Dewi, 2024). Hal ini memicu pertanyaan, apakah mungkin tingkat penurunan drastis ini merupakan refleksi dari suatu tren yang sedang beredar, baik di lingkungan sosial masyarakat maupun di sosial media? Kemudian dikuatkan dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Alfan Haydar (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Perceraian di Era Digital: Pengaruh Sosial media dan Teknologi” berfokus pada dampak penggunaan sosial media dalam kehidupan rumah tangga, berupa kelalaian kewajiban sebagai pasangan suami istri karena penggunaan sosial media yang impulsif. Sosial media juga disinyalir menjadi sarana perselingkuhan, masalah keuangan karena perilaku *impulsive buying*, dan kontrol diri yang rendah karena penggunaannya yang berlebihan. Penelitian yang lain dilakukan Dwi Arini (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Disharmoni Keluarga: Tren Gugat Cerai di Indonesia” dengan metode *library research* menggunakan filsafat hukum Islam menunjukkan terdapat tiga faktor utama penyebab angka tren gugat cerai terus meningkat, yaitu: suami yang tidak bertanggung jawab, kekerasan dalam rumah

tangga (KDRT), serta adanya pihak ketiga. Penelitian tersebut menyoroti ketidakpahaman pasangan suami istri mengenai hakikat dan perangkat berumah tangga. Azizah Fadhilah (2024) juga menjelaskan dalam penelitiannya yang berjudul, "Perspektif Gen Z Terhadap Penurunan Angka Pernikahan di Indonesia". Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif eksplanatif dan menghasilkan identifikasi faktor dari platform X yang mempengaruhi gaya berpikir generasi Z mengenai turunnya angka pernikahan. Faktor tersebut diantaranya kondisi finansial, kasus KDRT, perselingkuhan, dan keputusan *relationship* tanpa pernikahan sebagai antisipasi berbagai resiko pernikahan.

Tampak jelas bahwa dari penelitian-penelitian sebelumnya, konflik dalam pernikahan seseorang dapat berimbang terhadap *mindset* orang lain mengenai pernikahan. Hal ini dikarenakan konflik pernikahan saat ini mengalami keterbukaan melalui bantuan sosial media. Namun dalam konflik berumah tangga, penelitian terdahulu lebih menyoroti faktor individu sebagai pengguna sosial media yang impulsif dan menjadi penyebab adanya masalah pernikahan, bukan karena paparan dari tren atau konten di sosial medianya, seperti contohnya: standar pasangan dan pernikahan generasi muda yang ditentukan oleh sosial media dan sebagainya. Perlu diketahui bahwa generasi yang dihadapi saat ini merupakan generasi *digital native* yang sangat erat hubungannya dengan gadget yang mereka gunakan, jadi pengaruh sosial media tentunya berpeluang dalam membentuk *mindset* para generasi muda mengenai tren baru yang sedang beredar. Penelitian dengan aspek yang merujuk langsung pada tren *marriage is scary* di sosial media sejauh ini masih terbatas dan belum mengkaji secara mendalam pola pesan yang disampaikan dalam tren baru tersebut kepada para *viewer*, khususnya generasi muda.

Dalam hal keterpengaruhannya tren tersebut terhadap *mindset* generasi muda, peneliti mengaitkannya dengan *Social Learning Theory* (SLT) atau yang dikenal dengan teori belajar sosial Bandura. Teori ini dicetuskan oleh Albert Bandura yang terkenal dengan eksperimen *Bobo Doll*-nya terhadap anak kecil. Dalam eksperimen tersebut, Albert Bandura menyimpulkan terdapat 4

komponen utama dalam teori belajar sosial, diantaranya; memperhatikan (*attention*), menyimpan (*retention*), memproduksi gerakan motorik (*motor reproduction*), penguatan dan motivasi (*vicarious-reinforcement and motivational*). Dengan demikian, teori belajar sosial pada dasarnya menunjukkan bahwa perilaku manusia merupakan hasil dari interaksi timbal balik yang terus-menerus antara perilaku, aspek kognitif, dan pengaruh lingkungan yang diperoleh melalui proses observasi dan peniruan (Crowther, 2019). *Mindset* merupakan bagian dari aspek kognitif dalam teori ini, sehingga pembelajaran sosial tidak semerta-merta menerima informasi dari lingkungannya melainkan terdapat aspek-aspek lain yang berperan dalam proses keputusan berperilaku. Oleh karena itu, peneliti disini tertarik untuk menggali lebih lanjut bagaimana teknik *modelling* dari teori belajar Bandura ini juga berlaku pada generasi muda, bahkan walaupun model dari individu itu sendiri berasal dari sosial media yang tidak bisa diobservasi secara langsung.

Maka kajian ini penting dan menarik untuk dibahas, dengan rumusan masalah; Bagaimana pola pesan yang disampaikan tren *marriage is scary* di sosial media?; dan bagaimana *mindset* generasi muda menanggapi suatu tren atau fenomena baru di sosial media? Penelitian ini juga dilakukan sebagai sarana edukasi untuk meminimalisir pola pikir generasi muda yang salah dalam menilai suatu tren hingga berdampak pada keputusan yang tidak diinginkan nantinya, seperti hubungan bebas tanpa status pernikahan, kesenjangan generasi antara anak dan orang tua dan sebagainya (Bulut, 2022).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan menganalisis konten tren *marriage is scary* dan melakukan wawancara mendalam kepada beberapa partisipan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan pendekatan netnografi yang berfokus pada konten *marriage is scary* di sosial media Tik Tok. Peneliti menelisik pola bahasa yang digunakan dalam konten berdasarkan kaidah linguistik yang berlaku. Netnografi sendiri merupakan metode yang mulai dikembangkan oleh

Robert Kozinets (1955) yang dalam hal ini pengumpulan datanya tidak memerlukan tatap muka dengan partisipan atau konten kreator yang diteliti (Sumartono, 2018). Sebagaimana yang dijelaskan (Henky Fernando, 2022), metode ini dapat digunakan untuk mengetahui pandangan konten kreator dalam dunia *virtual* Tik Tok mengenai fenomena sosial yang sedang ramai dibahas.

Sosial media Tik Tok dipilih karena platform ini merupakan platform dengan jumlah pengguna tertinggi keempat di Indonesia, yaitu sebanyak 73,5 persen (Lintang, 2024). Selain itu, peneliti menggunakan tagar [#marriageisscary](#) yang menampilkan tren sebanyak 6.139 postingan dan mayoritas menggunakan klip video dengan *text overlay* di dalamnya, sehingga analisis konten lebih mudah dilakukan.

Sumber data analisis konten pada penelitian ini berasal dari dua akun konten kreator Tik Tok, yaitu @evtessia dan @its.celonn_. Kedua akun tersebut merupakan akun dengan beberapa kontennya yang berisi tentang *relationship* dan pengembangan diri. Masing-masing dari akun tersebut mewakili pandangan dari gender laki-laki dan perempuan terhadap tren yang sedang beredar. Kemudian peneliti menganalisis pola bahasa yang digunakan dalam konten dan memilah komentar-komentar di dalamnya untuk mengklasifikasikan jenis-jenis pesan yang disampaikan dalam tren *marriage is scary*.

Wawancara mendalam ditujukan pada pengguna sosial media dengan spesifikasi gender laki-laki dan perempuan dari generasi muda yang belum menikah, serta berdomisili di daerah Kabupaten Malang, Jawa Timur, Indonesia. Hurlock berpendapat mengenai masa dewasa awal dan kemudian ditarik kesimpulan dari pendapatnya bahwa usia generasi muda atau dewasa awal berkisar 20-40 tahun (Paputungan, 2023). Dengan demikian, peneliti memilih partisipan dengan kisaran umur 20-35 tahun dengan jumlah partisipan wawancara penelitian sebanyak 6 orang (3 orang mewakili masing-masing gender untuk melihat perbedaan pandangan antara keduanya). Dari sini pula peneliti akan mengetahui, bahwa analisis konten yang telah dilakukan tidak hanya terjadi di

sosial media saja, melainkan dapat diobservasi secara nyata di lingkungan sosial masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tren *Marriage is scary* : Analisis Konten dengan Pendekatan Netnografi

Menelisik dari gaya bahasa yang dipilih oleh beberapa akun di Tik Tok, terdapat indikasi bahwa dampak dari tren ini terhadap pola pikir individu berupa *over thinking* atau kekhawatiran yang berlebihan mengenai kehidupan pernikahan. Hal ini juga dikuatkan dengan cara penyampaian kalimat "*marriage is scary*" di beberapa konten yang menambahkan kata '*what if*' (bagaimana jika). Salah satu contohnya yang ditampilkan oleh akun @aboutnaadya dalam kontennya yang bertuliskan "*marriage is scary, what if*(bagaimana jika) *I choose the wrong father for my future children*", contoh yang lain juga ditampilkan oleh akun @yourspecialpoem dalam kontennya yang bertuliskan "*marriage is scary*, bayangan aja kalau selama ini dia sabar tapi pas nikah langsung keluar aslinya, suka marah-marah, kasar, main tangan, kalau marah ngomong kasar, suaranya tinggi ditambah patriarki dan terlalu ngikutin ibunya".

Dari contoh tersebut dapat disimpulkan, bahwa kata penghubung yang digunakan adalah kata pengandaian atau kata imajinatif yang berarti hal tersebut belum mereka alami secara pribadi. Akan tetapi benar-benar terjadi pada kehidupan orang lain yang disaksikan secara langsung maupun melalui sosial media, sehingga mereka merefleksikan konflik pernikahan yang terjadi merupakan bagian dari *marriage is scary*. Selain itu, dilihat dari sudut pandang pengikut tren dalam contoh yang disebutkan sebelumnya, dapat dilihat bahwa tren ini banyak disampaikan oleh perempuan yang menunjukkan pesan implisit kepada para laki-laki dengan merepresentasikan kekhawatiran mereka dalam memilih pasangan yang tidak sesuai harapan.

Dalam Bahasa Inggris, *if* merupakan bagian dari formula *conditional sentence*, yang dalam hal ini menunjukkan penyampaian keinginan, pengandaian ataupun rencana yang diharapkan terwujud atau tidak. Secara umum, dalam *conditional sentence* terdapat dua klausa, yaitu klausa dengan *if (if clause)*, yang digunakan

untuk menunjukkan kondisi atau konsekuensi yang akan terjadi, dan klausa inti (*main clause*) yang digunakan untuk menjadi kata penjelas dari kondisi tersebut (kampunginggris.id, 2018).

If + condition, consequence atau dibalik dengan **Consequence + if + condition**

Contoh kalimat:

Marriage is scary (consequence) + what if + I choose the wrong father for my future children (condition).

Dari kalimat diatas yang menjadi “*if clause*” atau klausa if adalah ungkapan *I choose the wrong father for my future children*. Menunjukkan kondisi yang jika terjadi akan menimbulkan konsekuensi. Sedangkan ungkapan *marriage is scary* diawali kalimat sebagai “*consequence*” untuk menunjukkan konsekuensi dari kondisi sebelumnya jika benar-benar terjadi. Dimana konsekuensi yang dimaksud dalam konten ini adalah definisi pernikahan yang menakutkan.



Gambar 2. Akun Tik Tok @evtessia (2022)

Akun @evtessia dengan jumlah pengikut 219,6 ribu ini merupakan konten kreator yang aktif di sosial media Instagram dan Tik Tok, isi kontennya cenderung membahas *toxic relationship*, kesehatan mental dan pengembangan diri (khususnya untuk para perempuan) (E. Priscilla, 2022). Kemudian, yang menarik perhatian peneliti disini adalah konten pada akun tersebut mulai menjelaskan tentang *mindset* perempuan *high value* dan edukasi mengenai *toxic relationship* yang sering menyoroti gender laki-laki dengan bahasa yang sarkas mulai tanggal 25 Agustus 2023.

Sejak itu pula kontennya berubah menjadi edukasi dan ajakan pengembangan diri terhadap para perempuan yang masih terpuruk dengan masalah *toxic relationship*.



Gambar 3. Salah Satu Konten Dalam Akun @evtessia dengan tagar/hastag #takutnikah

Hingga yang menjadi pembahasan saat ini adalah peneliti menemukan enam konten dari akun @evtessia yang sejalan dengan tren *marriage is scary*. Salah satu kontennya yang saat ini peneliti sorot adalah konten dengan tagar/hastag #takutnikah dengan narasi seperti berikut: “Kenapa perempuan jaman sekarang pada takut nikah? Akui saja, perempuan bukan takut menikah, tapi takut jatuh cinta dan memilih suami sekaligus Ayah yang salah bagi anaknya kelak”. Konten dengan narasi tersebut memperoleh 5.311 like, 41 komentar, 662 kali disimpan, 193 kali diteruskan, dan 53,8 ribu kali ditonton (E. Priscilla, 2024).

Dengan klasifikasi komentar sebagai berikut:

- Ungkapan ketakutan memilih pasangan yang salah:** Komentar dari akun @gandul, “cuma takut pilih pasangan aja sih jujur, mana seumur hidup tuh lama”. Dari ungkapan tersebut menunjukkan bahwa bukan aktivitas pernikahannya yang ditakutkan, melainkan kesalahan dalam memilih pasangan untuk hubungan serius jangka panjang.
- Ungkapan penyesalan masa lalu:** Komentar dari akun @satutitik, “dan aku menyesal menikah dengan orang yang salah”. Ungkapan tersebut merepresentasikan bahwa konten yang dikomen selaras dengan pengalamannya

- sendiri. Dari sini pula dapat dilihat bahwa informasi yang disampaikan dalam konten benar-benar terjadi di dunia nyata dalam bentuk pengalaman *viewer* konten.
3. **Ungkapan budaya patriarki sebagai bagian dari tren:** Komentar dari akun @Yolanda Alfira “saya sangat setuju mbak....dan satu hal lagi, kenapa PATRIARKI masih sangat membudaya di negara kita ini bahkan masih diterapkan. Padahal sangat merugikan kaum WANITA (PEREMPUAN) dalam segala hal”. Walaupun kalimat tersebut bersifat pertanyaan, pada awal kalimat pemilik akun menyatakan kalimat persetujuan terhadap konten, kemudian menghubungkannya dengan budaya patriarki.
 4. **Berkaca pada orang tua:** Komentar dari akun @Admin Freelanced, “gua takut berakhir kayak orangtua gua. Takut punya cowok kayak papa gua”. Ungkapan tersebut menunjukkan ketakutan pemilik akun dalam memilih pasangan dengan berkaca pada hubungan orang tuanya yang tidak baik karena salah satu pihak.

5. **Kesadaran diri (self-awareness):** Komentar dari akun @sweeteyes, “sekarang gua makin mikir. Gua hrs dpt suami yg nanti anak gua bangga punya dia sbg ayah. Anakku ga bisa milih ayahnya siapa, tp aku bisa”. Dari ungkapan tersebut dapat diartikan bahwa pemilik akun memiliki kesadaran diri untuk selektif dalam memilih pasangan demi kesejahteraan keluarga jangka panjang.

Berdasarkan pengklasifikasian diatas, kata yang paling sering muncul adalah kata “takut” dengan peran ganda, yaitu sebagai kata kerja yang sekaligus menjelaskan perasaan atau keadaan subjek saat itu. Dalam teori semantik, frase kata kerja merupakan bagian dari kalimat yang mengandung predikat atau sebagai pengomentar suatu keadaan (Subyantoro, 2018). Seperti dalam kalimat “gua takut berakhir kayak orang tua gua”, menjelaskan bahwa “gua” merupakan subjek yang mengalami sebuah pengalaman “takut” walaupun tidak melakukan apa-apa. Hal tersebut merupakan bagian dari peran theta dalam kaidah linguistik, contoh lain dari peran utama theta adalah *experiencer* (yang mengalami tindakan). Seperti

dalam kalimat “aku menyesal menikah dengan orang yang salah”, menjelaskan “aku” sebagai *agent* (pelaku), juga sebagai orang yang merasakan “kecewa” (*experiencer*). Dalam hal ini, berarti subjek tidak hanya menyatakan perasaan (kecewa) tersebut, akan tetapi juga sedang mengalaminya (kekecewaan).

Adapun lima konten lainnya dalam akun ini berisi edukasi kepada para *viewer* yang masih menganggap “wanita belum menikah” sebagai suatu masalah dan edukasi *toxic relationship* dengan bahasa yang cukup sarkas. Kemudian melalui postingannya yang rilis pada bulan April 2020 dapat disimpulkan bahwa bahasa sarkas yang digunakan merupakan refleksi dari kebencian pengalaman masa lalunya yang ingin diungkapkan terhadap kaum laki-laki *toxic*. Dari sini dapat dilihat bahwa bahasa sarkastik yang digunakan oleh akun @evtessia merupakan bentuk pendekatan untuk mengedukasi perempuan lainnya, dan mengekspresikan kemarahan serta kekecewaan terhadap pengalaman buruknya. Walaupun pendekatan tersebut mampu menjadi alat untuk menarik perhatian dan penyampaian pesan kepada para *viewer*, dampak dari penyampaian pesan dengan diksi sarkas juga perlu diperhatikan agar tidak menimbulkan penafsiran yang salah bagi para *viewer*. Sejalan dengan pengalaman masa lalunya, hal tersebut juga dijelaskan oleh Hafifah (2023) dalam situs web [alinea.id](#) bahwa komentar-komentar yang menjurus kearah pelecehan masuk dalam kategori kekerasan gender berbasis online (KGBO).

Konten Kreeator 2

← Celon | Self Progressive □ ▶



@its.celonn_

2.753 Mengikuti | 17,8 rb Pengikut | 3,1 jt Suka

Ikuti Pesan

ISTJ | Suka Sharing ★
College | Growth Mindset | Equality
Business Inq

🔗 https://linktr.ee/its.celonn_

Instagram | Showcase | Langgan

III- •

College things | Self Development

Gambar 4. Akun Tik Tok @its.celonn_ (2019)

Akun @its.celonn_ dengan pengikut sebanyak 17,6 ribu merupakan akun dengan konten yang berfokus pada *self-progressive* berbagi pengalaman terkait pengembangan diri, *growth mindset*, dan kesetaraan gender. Akun ini juga sering membahas topik seputar dunia perkuliahan, isu sosial, serta pengalaman pribadi dalam kehidupan sehari-hari (Celon, 2019).



Gambar 5. Salah Satu Konten Dalam Akun @its.celonn_ dengan tagar/hastag #marriageisscary

Dalam akun ini, peneliti menemukan empat video konten yang masuk dalam kategori tren *marriage is scary*. Konten yang menjadi fokus penelitian saat ini adalah video konten dengan hastag *#marriageisscary*. Konten tersebut memperoleh 34,6 ribu *like*, 2.378 komentar, 3.475 kali disimpan, dan 1.199 kali dibagikan. Dalam kontennya ia menyampaikan pesan mengenai tren *double standard* yang juga tersirat pesan untuk para perempuan pengikut tren tersebut. Bawa tren *marriage is scary* tidak hanya berlaku untuk laki-laki saja yang seakan-akan menyatakan bahwa perempuan pasti akan menjadi ibu yang baik. Dia juga menjelaskan bahwa pernikahan itu tentang kedua belah pihak (suami-istri). Jika para pengikut tren *marriage is scary* menyatakan ketakutannya dalam pernikahan, setidaknya mereka juga harus berpikir bagaimana agar mereka juga tidak menjadi sumber dari terciptanya pernikahan yang menakutkan.

Akun @its.celonn_ menyampaikan bahwa fokus terhadap pengembangan diri sendiri saat ini lebih baik daripada selalu melakukan *judge* kepada lawan jenis dan hanya fokus kepada standarisasi

pasangan di masa depan (Celon, 2024). Video konten tersebut menyampaikan pesan secara eksplisit kepada para pengikut tren, khususnya kepada perempuan yang salah dalam menggunakan istilah feminism atau dikenal dengan sebutan feminazi.

Komentar dalam konten tersebut sebanyak 2.378 komentar, kemudian peneliti memilih komentar berdasarkan jumlah *like* terbanyak sebagai bentuk perwakilan kesetujuan para *viewer* dengan argumen dalam komentar tersebut.

- 1. Ketidak konsistenan antara standar pasangan yang diinginkan perempuan dengan tren yang dibuat:** komentar akun @Fragsiast, “*marriage is scary* , tapi cewe-cewe demennya sama yang suka nyakinin”. Dalam ungkapannya tersebut, pemilik akun seolah-olah mengalami kebingungan terhadap pola pikir wanita yang menuntut banyak hal dalam suatu hubungan.
- 2. Delegitimasi terhadap pendapat kaum perempuan:** komentar akun @nelooo, “cewe-cewe yg bikin trend itu haus akan validasi, mereka mau orang-orang memvalidasi apa yg mereka pikir itu benar, padahal salah”. Ungkapan tersebut ditujukan kepada wanita yang mengikuti tren “*marriage is scary* ” walaupun tidak semua perempuan memiliki persepsi yang buruk terhadap pernikahan. Namun adanya video-video konten tersebut untuk mengumpulkan pendukung di sosial media.
- 3. Standarisasi pasangan:** komentar dalam akun @Kids, “*marriage is scary* , kalau istri lu punya standar tiktok”. Dalam unggahan komentarnya, pemilik akun berasumsi bahwa kesulitan menghadapi perempuan saat ini adalah karena gaya hidup dan pasangannya yang ditentukan oleh standar sosial media yang sering digunakan.
- 4. Berkaca pada orang tua:** komentar akun @sa., “*marriage is scary because I saw my parents*”. Sebagaimana pada klasifikasi komentar dalam konten akun @evtessia sebelumnya, bahwa definisi pernikahan yang menakutkan itu juga dibentuk oleh pengamatan anak terhadap keadaan hubungan kedua orang tuanya, dimana anak akan menangkap peristiwa tersebut sebagai sesuatu

yang tidak menyenangkan dan berakhir merasa takut mengalami hal yang sama.

5. **Ungkapan ketakutan memilih pasangan yang salah:** komentar akun @  *, “marriage isn't scary but choosing the wrong partner is”. Dalam ungkapan tersebut menunjukkan ketakutan yang sebenarnya adalah terletak pada pasangan yang salah.
6. **Kesadaran diri (self-awareness):** komentar akun @., “intinya gini sih, marriage is scary kalo lu nikah dengan orang yg salah, so be wise ketika milih pasangan jgn modal cinta doang trus mau nikah trus pernikahan tu panjang bkn pas lu resepsi doang ya”. Dalam ungkapannya, pemilik akun menunjukkan kesadarannya bahwa pernikahan bukan sebatas aktivitas menyenangkan sehari, melainkan sebuah komitmen jangka panjang.

Berbeda dari karakteristik pengklasifikasian sebelumnya, pada pengklasifikasian ini kata hubung lebih sering digunakan untuk menunjukkan kalimat penolakan terhadap suatu topik atau pembahasan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Alwi, Hasan. dkk. kata “tetapi” dan “padahal” merupakan konjungsi koordinatif yang menunjukkan perlawanan atau pertentangan. Adapun kata “kalau” menunjukkan konjungsi subordinatif syarat dan kata “karena” merupakan konjungsi subordinatif sebab (Subyantoro, 2018).

Tiga konten lainnya juga berisi tentang penolakan terhadap tren-tren yang dibuat perempuan dengan mengatasnamakan kesetaraan gender. Pesan dalam konten-konten yang disebutkan sebelumnya secara eksplisit disampaikan untuk kaum feminazi. Beberapa gerakan feminism ditujukan untuk memperjuangkan kesetaraan, namun dalam hal ini ada indikasi pemanfaatan kesempatan bagi perempuan sebagai gender yang lebih superior daripada laki-laki. Setelah terjadi kekeliruan persepsi mengenai feminism, muncullah istilah “feminazi” yang terdiri dari kata “feminis” dan “nazi” yang merepresentasikan perjuangan hak-hak perempuan yang berlebihan dengan dalih kesetaraan gender (Olivia & Grace, 2023).

Berdasarkan hasil analisis konten dengan pendekatan netnografi terhadap dua akun Tik Tok sebelumnya, keduanya memiliki perbedaan tanggapan terhadap beredarnya tren *marriage is*

scary di sosial media. @evtessia sebagai akun Tik Tok perempuan menanggapi bahwa tren *marriage is scary* banyak dibawakan oleh gender perempuan dengan menampilkan ketakutan atau kekhawatiran mereka memperoleh suami yang berselingkuh, pemukul, tidak bertanggung jawab dan sebagainya. Sedangkan ketakutan atau kekhawatiran laki-laki dalam pernikahan terletak pada hal-hal yang bersifat seksualitas dan pekerjaan domestik. Penyajian konten dalam akun tersebut berhubungan dengan pengalaman masa lalunya yang menimbulkan rasa benci kepada laki-laki yang tidak bertanggung jawab, hal ini juga dapat dilihat melalui gaya bahasa yang dipilih kepada kaum laki-laki menggunakan bahasa yang sarkas. Kemudian berdasarkan klasifikasi komentar dalam konten diperoleh hasil bahwa pola pesan yang disampaikan dalam konten tren *marriage is scary* dari gender perempuan, sebagai berikut :

- Pesan untuk mengungkapkan rasa takut terhadap pasangan yang salah atau tidak sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Contoh: **bayangin aja** kalau selama ini dia sabar tapi pas nikah langsung keluar aslinya, suka marah-marah, kasar, main tangan, kalau marah ngomong kasar, suaranya tinggi ditambah patriarki dan terlalu ngikutin ibunya. Beberapa hal yang disebutkan, secara tidak langsung menunjukkan bahwa membuat konten tidak suka dengan karakteristik suami dengan sifat tersebut, sekaligus secara implisit memberikan pesan kepada kaum laki-laki untuk menghindari hal tersebut karena ketakutan wanita ada pada pesan tidak tersirat yang disampaikan lewat konten *marriage is scary*.
- Mengungkapkan penyesalan dari pengalaman masa lalu karena ketakutan tersebut benar-benar terjadi pada diri individu, kemudian ditampilkan dalam bentuk konten di sosial media.
- Konten *marriage is scary* yang menjadi boomerang terhadap resistensi budaya patriarki di Indonesia.
- Konten *marriage is scary* yang dibuat berdasarkan hasil observasi atau pengamatan membuat akun dalam realita sosial ataupun dalam lingkungan keluarganya.

- Konten *marriage is scary* yang menampilkan individu dengan *self-awareness* yang semakin kuat setelah adanya tren yang beredar. Hal tersebut merupakan hasil kolaborasi proses kognitif, pengalaman, dan ilmu-ilmu yang didapat sebelumnya, sehingga menghasilkan *mindset* yang matang dan tidak mudah terpengaruh paparan tren sosial media.

Sedangkan @its.celonn_ sebagai akun laki-laki, menanggapi tren *marriage is scary* sebagai tren yang banyak dibuat oleh perempuan menunjukkan penolakan terhadap pola pikir kaum perempuan yang selalu menyalahkan kaum laki-laki dalam kondisi tersebut. Adapun pola pesan dalam konten tren *marriage is scary* dari gender laki-laki, sebagai berikut:

- Menjelaskan ketidak konsistensi antara standar pasangan yang diinginkan perempuan dengan tren yang dibuat.
- Delegitimasi terhadap pendapat kaum perempuan dalam kontennya yang menyalahkan gender laki-laki.
- Standarisasi pasangan yang dilakukan perempuan. Hal ini juga bagian dari alasan beberapa kaum laki-laki menunda pernikahan.
- Berkaca pada orang tua. Dalam hal ini, orang tua menjadi model untuk kemudian ditiru atau tidak, dan merupakan bagian dari proses belajar sosial.
- Ungkapan ketakutan memilih pasangan yang salah.
- Kesadaran diri (*self-awareness*), yaitu *mindset* mengenai pernikahan bahwa hal tersebut tidak hanya berupa jalinan ikatan yang sederhana, melainkan suatu keputusan yang harus dipikirkan tujuan jangka panjangnya.

Kemudian, keunikan dalam tren *marriage is scary* juga terletak pada audio yang digunakan. Mayoritas pembuat konten menggunakan audio White Mustang – Lana Del Ray, yang dipakai dalam tren berupa potongan lirik lagu “*Your white Mustang*” diiringi suara siulan. Dalam situs web Tribun Kaltim (2024) dijelaskan bahwa lagu tersebut menceritakan tentang bagaimana narator jatuh cinta dengan seorang pria *red flag*. *White Mustang* atau Mustang Putih yang dimaksud merupakan ingatan narator ketika terakhir kali bertemu pria tersebut. Dalam lagu tersebut narator

juga ingin mengungkapkan perasaannya yang terhalang oleh sikap buruk pria. Kata “*your white mustang*” merupakan kalimat pengganti dari ungkapan “*you’re why I’m staying*” atau “kamu adalah alasan aku bertahan”. Dari penjabaran ini, dapat disimpulkan bahwa lagu tersebut menceritakan sosok perempuan yang terjebak dalam perasaan cinta yang *toxic*. Sehingga hal ini selaras dengan penggunaannya di sosial media, yaitu dalam tren *marriage is scary*.

Menelisik *Mindset* Generasi Muda Mengenai Tren *Marriage is scary*

Setelah analisis konten dilakukan dengan pendekatan netnografi untuk menemukan pola pesan yang disampaikan tren *marriage is scary* di sosial media, selanjutnya peneliti melakukan wawancara semi-terstruktur kepada enam partisipan penelitian dengan karakteristik tahun kelahiran 1989-1996 (umur 20-35 tahun), berdomisili di Kabupaten Malang, pengguna aktif sosial media dan status belum menikah. Adapun karakteristik pertanyaannya; 1). Bagaimana pendapat Anda mengenai tren *marriage is scary* yang sedang ramai beredar di sosial media?; 2). Apa yang membuat Anda berpikiran seperti itu?

Dari wawancara yang telah dilakukan kepada enam generasi muda pengguna sosial media, Kayan Manggala (selanjutnya KM), Nurul Istiqomah (selanjutnya NI), Nuril Romdhiyah (selanjutnya NR) dan Febriyanti (selanjutnya F) berpendapat bahwa konten kreator pelopor adanya tren *marriage is scary* merupakan individu dengan kondisi pernikahan yang tidak sehat. Dimana kedua belah pihak (suami-istri) belum memahami hak dan kewajiban dalam pernikahan dan perlu adanya kesiapan ilmu sebelum menikah. Selain itu, pernikahan yang tidak sehat berasal dari hubungan pernikahan yang tidak dilandasi fondasi yang jelas, kecerdasan spiritual, emosional, dan intelektual. Karena pada dasarnya, pernikahan merupakan ikatan penyatuan segala aspek kepribadian dari dua belah pihak, mulai dari cara berpikir, karakter dan sebagainya. Sehingga dalam komitmen pernikahan, yang terpenting adalah komunikasi terkait kesepakatan kedepannya dan hal-hal yang diinginkan (KM, 2024; NI, 2024; NR, 2024; F,

2024).

KM juga berpendapat bahwa pemicu dari tren *marriage is scary* ini merupakan pengikut tren *double standard* dari perempuan yang diarahkan kepada laki-laki terhadap preferensinya (KM, 2024). Oleh karena itu, sebagaimana yang dijelaskan oleh partisipan dengan inisial NI, bahwa aksi nyata dari kaum laki-laki akan sangat membantu permasalahan sudut pandang yang salah dari perempuan terhadap laki-laki dengan membuktikan bahwa label patriarki itu tidak bisa ditujukan pada semua orang dengan gender laki-laki (NI, 2024). Selain itu, Moch. Nizar Abdullah (selanjutnya NA) menyatakan bahwa melalui berbagai tren yang ada, tindakan saling menyalahkan merupakan hal yang tidak tepat untuk dilakukan, sehingga pentingnya introspeksi diri sebelum melakukan *judging* kepada pemikiran orang lain (NA, 2024).

Partisipan dengan inisial KM berpendapat bahwa konten *marriage is scary* merupakan konten yang menggambarkan keresahan pribadi konten kreator yang kemudian disampaikan melalui platform sosial media, dengan begitu beberapa *viewer* dengan keresahan yang sama akan bergabung dan memberikan validasi terhadap konten yang disajikan (KM, 2024). Walaupun pada nyatanya, tidak semua orang memiliki *mindset* yang sama mengenai tren ini, dikarenakan faktor pengalaman yang berbeda. Hal ini juga disepakati oleh NA dan Suhdi (selanjutnya S), bahwa bisa saja tren tersebut dibuat berdasarkan pengalaman observasi individu kepada sosok pasangan yang tidak bertanggung jawab di lingkungan sekitarnya (NA, 2024; S, 2024). Dengan begitu, pengalaman memegang peran penting dalam menghadapi suatu fenomena untuk menjadi bahan ajar terhadap risiko yang akan dihadapi kedepannya agar tidak menjadi bagian dari konsumen praktis konten sosial media.

Kemudian, banyaknya generasi muda yang menunda pernikahan karena selektif dalam memilih pasangan. Ditambah konten yang sedang beredar menyajikan ketakutan dalam pernikahan orang lain karena kesalahan dalam memilih pasangan. Hal ini juga sebagaimana pendapat KM dan NI, bahwa dalam hal ini proses pendewasaan individu juga terlibat (KM, 2024; NI, 2024). Jadi, yang perlu digaris bawahi terkait konten tren

marriage is scary ini merupakan bentuk kekhawatiran individu terhadap kesalahan dalam memilih pasangan, bukan karena pernikahan yang menakutkan.

Dengan demikian, dapat dilihat dari pendapat-pendapat yang dijabarkan sebelumnya, bahwa pola pikir (*mindset*) generasi muda mengenai tren baru di sosial media menunjukkan *growth mindset* (pola pikir bertumbuh), dimana para partisipan tidak menangkap informasi di sosial media dengan praktis, melainkan masih ada peran kognitif yang diasah melalui informasi pendidikan yang mereka peroleh, baik dari nasihat orang tua, hasil observasi dari lingkungan, pengalaman pribadi, buku bacaan, hingga konten edukasi yang ditonton. Hal ini sejalan dengan teori belajar sosial Bandura bahwa individu belajar berperilaku sebagaimana objek yang dijadikan model. Dimana dalam proses pembelajaran sosial ini juga melibatkan faktor kognitif dan lingkungan yang saling mempengaruhi, atau disebut juga dengan istilah *reciprocal determinism*.

Dapat disimpulkan, bahwa pola pikir mereka menunjukkan keterbukaan dan penerimaan terhadap tren baru yang sedang beredar karena secara realistik hal tersebut terjadi di lingkungan sekitar mereka. Walaupun demikian, mereka tidak ingin menjadikan konten atau tren di sosial media sebagai entitas yang mempengaruhi nilai maupun prinsip hidup mereka, sehingga tidak adanya resistensi terhadap tren yang beredar dikarenakan mereka menyadari bahwa tren di sosial media dapat menjadi tambahan informasi maupun pelajaran bagi mereka dalam memandang arah hidup kedepannya, terlebih dalam hal pernikahan.

PENUTUP

Sosial media menawarkan segala kepraktisan informasi global, namun juga memberikan berbagai dampak negatif terhadap pengguna impulsif sosial media. Dalam hal ini, tren *marriage is scary* sebagian besar dilakukan oleh beberapa pengguna media sosial dengan perasaan khawatir mengenai kehidupan pernikahan, hal ini juga merupakan refleksi dari hastag [#marriageisscary](#) yang dipelopori oleh konten kreator sosial media dengan realita kehidupan pernikahan yang tidak sehat.

Kemudian, berdasarkan jawaban para partisipan penelitian selaku generasi muda dapat disimpulkan bahwa tren *marriage is scary* tidak secara langsung berdampak pada turunnya angka pernikahan Indonesia. Terjadinya penurunan angka pernikahan dapat disebabkan oleh para generasi dengan *self-awareness* yang semakin tinggi dan memicu adanya penundaan pernikahan untuk lebih bersiap-siap sebelum menghadapi realita sebagaimana hasil pengamatannya. Tentu saja pernikahan bukan sesuatu yang harus ditakutkan berdasarkan hasil observasi pengalaman orang lain semata. Akan tetapi bagaimana dengan adanya tren baru sosial media mampu membuat para pengguna mengkolaborasikan hasil observasinya dengan ilmu-ilmu pernikahan atau ilmu *relationship*. Agar kemudian pernikahan tidak diartikan sebatas aktivitas yang dianjurkan oleh agama dan tekanan sosial saja, melainkan sebagai aktivitas yang di dalamnya meliputi tujuan kedua belah pihak yang jelas sehingga ada makna yang dapat dirasakan bersama.

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah melanjutkan objek penelitian *marriage is scary* dengan pendekatan studi kasus terhadap subjek yang mengalaminya secara langsung. Kemudian juga direkomendasikan untuk menguji keefektifan *client centered therapy* sebagai terapi yang dirancang untuk membantu individu memahami pentingnya penerimaan tanpa syarat dalam hubungan atau yang disebut juga dengan *unconditional positive regard*. Dengan terapi tersebut mereka dapat memahami bahwa penerimaan tanpa syarat antara pasangan merupakan kunci bagi pertumbuhan pribadi dan kesejahteraan psikologis, baik bagi individu, maupun pasangan (Sofia, 2015).

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, L. (2023). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Pikir Manusia*. <https://kumparan.com/lola-amelia-1673839412352951541/pengaruh-media-sosial-terhadap-pola-pikir-manusia-1zhua0fO60Y>
- Adhani, A. F., & Aripudin, A. (2024). *Perspektif Generasi Z di Platform X Terhadap Penurunan Angka Pernikahan di Indonesia*. 5(1), 185–198.
- Bawono, Y., Setyaningsih, Hanim, L. M., Masrifah, & Astuti, J. S. (2022). Budaya dan Pernikahan Dini di Indonesia. *Jurnal Dinamika Sosial budaya*, 24(1), 83–91.
- Bulut, A. H. G. S. (2022). Dampak Positif dan Negatif Pernikahan Terlambat. *Jurnal Terbuka Depresi*, 11(4), 63–71. <https://doi.org/10.4236/ojd.2022.114005>.
- Celon. [@its.celonn_]. (2019). *ISTJ / Suka Sharing / College / Growth Mindset / Equality* [profil Tik Tok]. Tik Tok. Diperoleh pada tanggal 13 Oktober 2024, dari https://www.tiktok.com/@its.celonn_?_t=8rSVmBYNBkl&_r=1
- Celon. [@its.celonn_]. (15 November 2024). *Jangan double standard ya dek ya, kelo kamu berhak ngungkapin preferensi, orang lain jd berhak* <https://vt.tiktok.com/ZSj59ddFN/>
- Crowther, C. H. (2019). Seeing and learning. In *New Scientist* (Vol. 162, Nomor 2188).
- Dhuafa, D. (2024). *Tren Marriage is scary , Dampak Suami Tak Teladani Sifat Rasulullah Dalam Pernikahan*. Dompet Dhuafa. <https://www.dompetdhuafa.org/marriage-is-scary/>
- E, Priscilla. [@evtessia]. (2022). #CewekHebat mulai dari sini [profil Tik Tok]. Tik Tok. Diperoleh pada tanggal 13 Oktober 2024, dari https://www.tiktok.com/@evtessia?_t=8rSVi-edh1xY&_r=1
- E, Priscilla. [@evtessia]. (27 Oktober 2024). *Karena jatuh cinta & berusaha sendirian seumur hidup itu melelahkan & menyakitkan* <https://vt.tiktok.com/ZSj5Ho4Pt/>
- Hafifah, U. (2023). *Menyikapi Komentar Pelecehan Terhadap Host Kinderflix*. alinea.id. <https://www.alinea.id/gaya-hidup/menyikapi-komentar-pelecehan-terhadap-host-kinderflix-b2ia69PhT>
- Hidayati, N. (2018). Teori Feminisme: Sejarah, Perkembangan dan Relevansinya dengan Kajian Keislaman Kontemporer. *Jurnal Harkat*, 14(1), 21–29.
- Jayadi, N., Suarjana, & Muzawir. (2021). Perkawinan Usia Muda Di Indpnnesia Dalam Perspektif Negara Dan Agama Serta Permasalahannya (The Under Marriage In Indonesia On The Country Perspective And Religion As Well As The Problem). *Jurnal Darussalam: Pemikiran Hukum Tata Negara dan Perbandingan Hukum*, 1(1), 59–70.
- Kampunginggris.id. (2018). *Conditional Sentences Type 0, 1, 2, 3: Rumus dan Contoh Kalimat*. <https://www.kampunginggris.id/conditional-sentences-pengertian-rumus-dan-contoh-kalimat>
- Lintang, I. (2024). *10 Media Sosial dengan*

- Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024. inilah.com. <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>
- Najmuddin, A. H., Khamimah, N., Ufaira, N. S., & Semarang, U. N. (2023). Perceraian Di Era Digital: Pengaruh Media Sosial dan Teknologi. *Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan*, 1(4).
- Oktaviani, D. K. V. (2010). Persepsi_dan_Kesiapan_Menikah_pada_Mahasiswa.pdf. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 4(1), 30–36.
- Olivia, R., & Grace. (2023). Pemaknaan Perempuan Followers Akun Feminis Mengenai Istilah “Feminazi.” Universitas Multimedia Nusantara.
- Paputungan, F. (2023). Karakteristik Perkembangan Masa Dewasa Awal Developmental Characteristics of Early Adulthood. *Journal of Education and Culture*, 3(1).
- Patricia, D., & Dewi, B. K. (2024). *Tren Marriage is scary ramai di Medsoc, Apa Itu?* Kompas.com. https://lifestyle.kompas.com/read/2024/08/14/103739020/tren-marriage-is-scary-ramai-di-medsos-apa-itu#google_vignette
- S, R. (2024). *Tren Marriage is scary , Ini 6 Faktor Menurut Pakar Psikologi Umsida.* Umsida.co.id. <https://umsida.ac.id/tren-marriage-is-scary-ini-kata-pakar-umsida/>
- Sofia, N. (2015). Mencintai Tanpa Syarat : Aplikasi Model “ Unconditional Positive Regard .” *Jurnal RAP UNP*, 6(1), 45–56.
- Subyantoro. (2018). *Kamus Psikolinguistik* (1 ed.). CV. Farishma Indonesia.
- Sumartono. (2018). *Semantik dan Netnografi sebagai Pendekatan Penelitian untuk Perancangan Kembali (redesign) Sebuah Produk.* 3(3), 95–100.
- Terapulina, M., Karo, B., Hikmatullah, I., Puteri, M. D., & Aulia, Q. N. (2021). *Fenomena Shoushika : Analisis Kebijakan Pemerintah Jepang Pada Era Kepemimpinan Shinzo Abe.* 4(2), 96–110.
- Wawancara. Febriyanti. (2024, November 6). *Pendapat Mengenai Tren Marriage is scary [Seluler].*
- Wawancara. Manggala, K. (2024, Oktober 30). *Pendapat Mengenai Tren Marriage is scary [Seluler].*
- Wawancara. Abdullah, N. (2024, November 11). *Pendapat Mengenai Tren Marriage is scary [Seluler].*
- Wawancara. Istiqomah, N. (2024, November 13). *Pendapat Mengenai Tren Marriage is scary [Seluler].*
- Wawancara. Romdhiyah, N. (2024, November 6). *Pendapat Mengenai Tren Marriage is scary [Seluler].*
- Wawancara. Suhdi. (2024, November 13). *Pendapat Mengenai Tren Marriage is scary [Seluler].*
- Zubaidah, D. A. (2020). Disharmoni Keluarga: Tren Cerai Gugat di Indonesia. *Legitima*, 2(2), 126–152.