

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1995 dan 2010, menghadapi fenomena global yang dikenal sebagai ketakutan pernikahan (Eprila et al., 2023 : 666). Fenomena ini menunjukkan hilangnya kepercayaan terhadap institusi pernikahan. Ini disebabkan oleh kekhawatiran tentang perubahan peran, tugas baru, dan harapan sosial dan budaya (Kamisetuddhuha, 2021: 161). Berita negatif seperti kegagalan rumah tangga, kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), perselingkuhan, dan perceraian digunakan oleh media sosial untuk mendorong fenomena ini, dan ini berdampak pada pemahaman Generasi Z tentang pernikahan sebagai institusi yang mengerikan (Ali & Aziz, 2022 : 175).

Secara nasional, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat penurunan signifikan jumlah pernikahan di Indonesia, dari 2 juta pasangan pada tahun 2018 menjadi 1,7 juta pasangan pada tahun 2022 (Zaini, 2024). Fenomena serupa terjadi di Kota Cirebon, Jawa Barat, dengan jumlah pernikahan menurun dari 23.850 pasangan pada tahun 2019 menjadi 18.705 pasangan pada tahun 2023 (BPS Jawa Barat, 2023). Penurunan ini mencerminkan keengganan generasi muda, khususnya Generasi Z, untuk menikah, yang dipengaruhi oleh ketidakstabilan ekonomi, pergeseran ekspektasi terhadap pernikahan, dan paparan narasi negatif di media sosial.

Media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube menjadi sumber utama konten negatif yang berkaitan dengan pernikahan. Menurut Radio Republik Indonesia (2024), 73,7% orang Indonesia (191 juta orang) adalah pengguna media sosial aktif. Mereka terutama berusia 18 hingga 34 tahun. Berita yang menyebar di internet, seperti kasus KDRT, perselingkuhan, dan perceraian selebriti, meningkatkan keyakinan bahwa pernikahan adalah penuh dengan resiko. Misalnya, aktivitas berbagi

pengalaman pribadi di TikTok seringkali menekankan masalah pasca-pernikahan, yang membuat Generasi Z khawatir.

Terlepas dari kenyataan bahwa media sosial meningkatkan kecemasan terhadap pernikahan, platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube juga menawarkan kesempatan untuk menyebarkan konten religi Islam yang positif. Konten religius, seperti video motivasi, kutipan spiritual, dan ceramah singkat, dapat menyampaikan pesan tentang pentingnya akhlak, ketenangan jiwa melalui pernikahan, dan panduan praktis berbasis Al-Qur'an, seperti anjuran pernikahan dalam surah An-Nisa ayat 32 (Suryadi & Hayat, 2021). Dengan memberi Generasi Z perspektif yang adil tentang pernikahan, konten ini dapat mengurangi kecemasan mereka.

Meskipun banyak penelitian membahas dampak media sosial terhadap persepsi pernikahan, belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji efektivitas konten religi Islam di media sosial dalam mengatasi fenomena *marriage is scary* di kalangan Generasi Z, terutama di wilayah urban Jawa Barat seperti Kota Cirebon. Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan tiga tahap transformasi persepsi Generasi Z terhadap pernikahan melalui konten religi di media sosial, yaitu: (1) menghilangkan narasi negatif dengan konten alternatif, (2) memperluas pemahaman tentang makna pernikahan dalam Islam, dan (3) meningkatkan kapasitas mental melalui pengetahuan pranikah. Studi ini menunjukkan bahwa konten religi yang edukatif, seperti kisah-kisah Nabi atau modul berbasis agama, secara efektif mengurangi pesimisme dan perilaku menghindari hubungan serius yang disebabkan oleh fenomena *marriage is scary*. Selain itu, penelitian ini menekankan bahwa dakwah digital yang empatik sangat penting untuk mengakui keraguan generasi muda, memberikan contoh praktik pernikahan yang sehat, dan mengajarkan keterampilan komunikasi, penyelesaian konflik, dan manajemen ekspektasi, yang jarang dipelajari di kota-kota Jawa Barat. Penelitian ini penting untuk mengetahui bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat dimasukkan ke dalam ruang digital untuk meningkatkan persepsi positif tentang pernikahan.

Penelitian ini relevan mengingat pentingnya edukasi berbasis nilai-nilai Islam di ruang digital untuk mengatasi kecemasan pernikahan di kalangan Generasi Z. Dengan memanfaatkan konten religi di media sosial, penelitian ini bertujuan: (1) untuk mengetahui bagaimana media sosial dengan konten religi Islam menanamkan positività pernikahan di kalangan Generasi Z di Kota Cirebon; (2) untuk mengetahui perilaku *marriage is scary* di kalangan Generasi Z di Kota Cirebon; (3) untuk mengetahui peran media sosial dengan konten religi Islam dalam menanamkan positività pernikahan dan mengatasi *marriage is scary* di kalangan Generasi Z di Kota Cirebon. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian tentang peran media sosial berbasis konten religi Islam dalam membentuk persepsi positif terhadap pernikahan (manfaat teoretis) serta menjadi panduan bagi pembuat konten religi, komunitas keagamaan, pendidik, dan pemangku kebijakan dalam merancang strategi edukasi berbasis nilai-nilai Islam untuk mengurangi kecemasan pernikahan di kalangan generasi muda (manfaat praktis).

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana media sosial konten religi Islam menanamkan positività pernikahan generasi Z di Kota Cirebon?
2. Bagaimana perilaku *marriage is scary* generasi Z di Kota Cirebon?
3. Bagaimana media sosial konten religi Islam dalam menanamkan positività pernikahan dan mengatasi *marriage is scary* generasi Z di Kota Cirebon?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui media sosial konten religi Islam menanamkan positività pernikahan generasi Z di Kota Cirebon.
2. Untuk mengetahui perilaku *marriage is scary* generasi Z di Kota Cirebon.
3. Untuk mengetahui media sosial konten religi Islam dalam menanamkan positività pernikahan dan mengatasi *marriage is scary* generasi Z di Kota Cirebon.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini dapat meningkatkan penelitian di bidang psikologi sosial dan pendidikan agama Islam, khususnya yang berkaitan dengan bagaimana media sosial memengaruhi perilaku generasi Z. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai konten religi media sosial dan bagaimana dampaknya terhadap perilaku dan aspek mental individu.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Generasi Z

Penelitian ini dapat membantu Gen Z memahami bagaimana konten religi di media sosial memengaruhi pandangan dan perilaku mereka tentang pernikahan, sehingga mereka dapat menggunakan media sosial dengan lebih bijak.

b. Bagi Orang Tua dan Guru

Penelitian ini dapat membantu orang tua, guru, dan pendidik agama memahami bagaimana media sosial yang dipengaruhi oleh religi dapat memengaruhi perilaku dan pola pikir generasi Z tentang pernikahan, sehingga mereka dapat memberikan pendampingan dan pendidikan yang lebih baik.

c. Bagi Penyedia Konten Media Sosial

Penelitian ini dapat membantu pembuat konten membuat konten yang lebih mendukung perkembangan mental dan spiritual generasi muda dan mendorong pemahaman yang lebih baik tentang pernikahan.

E. Kerangka Pemikiran

Menurut Kaplan & Haelein dalam Indriyani & Suri, (2020) menyebutkan bahwa media sosial, sebagai platform digital yang memungkinkan pengguna berinteraksi dan membagikan konten berupa tulisan, foto, dan video. Media sosial memainkan peran signifikan dalam

membentuk persepsi Generasi Z terhadap pernikahan. Konten negatif, seperti kasus kekerasan dalam rumah tangga, perselingkuhan, atau perceraian yang viral di platform seperti TikTok, memperkuat ketakutan irasional yang dikenal sebagai fenomena "*marriage is scary*" (Muslimin, 2021). Sebaliknya, konten religius di media sosial mempromosikan pernikahan sebagai bentuk ibadah yang berlandaskan nilai-nilai agama, seperti komitmen, kesabaran, dan pengertian, sehingga membentuk pandangan positif terhadap pernikahan (Sayyidah et al., 2022). Paparan berulang terhadap kedua jenis konten ini memengaruhi cara Generasi Z memandang institusi pernikahan.

Berdasarkan *Social Learning Theory* menurut Bandura dalam Warini et al., (2023), persepsi Generasi Z terbentuk melalui proses observasi, imitasi, dan pemodelan dari konten media sosial yang mereka konsumsi. Teori ini menjelaskan bahwa individu belajar dari lingkungan sosial mereka, termasuk media digital, dengan mengamati perilaku, sikap, dan konsekuensi yang ditampilkan (Suryanata et al., 2024). Konten negatif yang menyoroti kegagalan pernikahan mendorong Generasi Z untuk menginternalisasi ketakutan terhadap komitmen, sementara konten religius yang menekankan nilai-nilai spiritual memodelkan pernikahan sebagai proses yang bermakna. Proses pembelajaran sosial ini menjadi jembatan teoretis yang menghubungkan paparan media sosial dengan pembentukan persepsi.

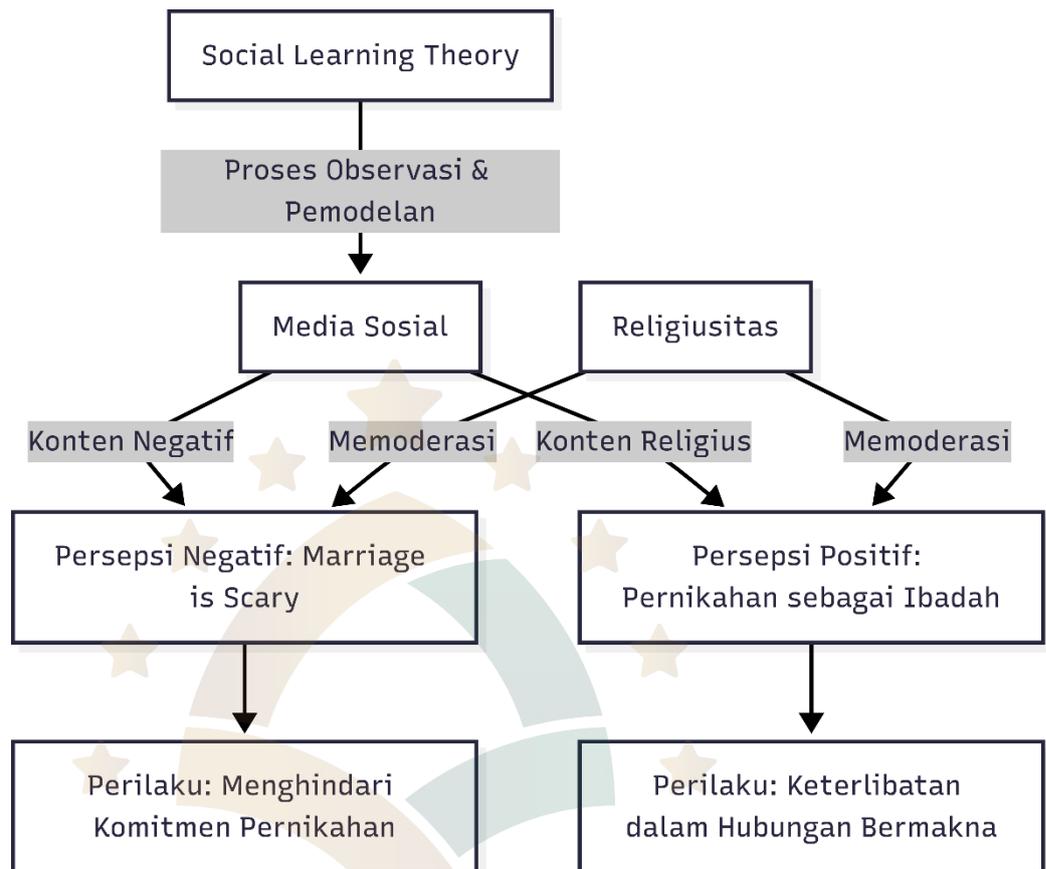
Persepsi yang terbentuk dari media sosial kemudian memengaruhi perilaku Generasi Z terkait pernikahan. Persepsi negatif, seperti ketakutan terhadap komitmen yang tidak rasional, dapat mendorong perilaku penghindaran, seperti memilih hubungan tanpa status atau menunda pernikahan (Muslimin, 2021). Sebaliknya, persepsi positif yang dipengaruhi oleh konten religius mendorong keterlibatan dalam hubungan serius dan komitmen terhadap pernikahan sebagai bagian dari pengabdian agama (Sayyidah et al., 2022). Dengan demikian, persepsi berperan sebagai mediator antara paparan media sosial dan keputusan perilaku Generasi Z.

Religiusitas, yang mencakup dimensi Islam (praktik ibadah seperti salat dan puasa), Iman (keyakinan pada rukun iman), dan Ihsan (kesadaran

spiritual akan pengawasan Allah) (Sayyidah et al., 2022), berfungsi sebagai moderator dalam hubungan ini. Religiusitas membantu Generasi Z menyaring konten media sosial, memperkuat persepsi positif terhadap pernikahan, dan melemahkan dampak konten negatif yang memicu ketakutan (J. R. Rahmawati et al., 2025). Individu dengan religiusitas tinggi cenderung memandang pernikahan sebagai bagian dari ketaatan kepada Allah, sehingga mengurangi kecemasan yang dipicu oleh narasi negatif di media sosial.

Secara konseptual, hubungan antar konsep dapat digambarkan sebagai alur sebab-akibat: media sosial (konten negatif atau religius) memengaruhi persepsi (ketakutan atau pandangan positif) melalui proses pembelajaran sosial, yang kemudian menentukan perilaku (menghindari atau menerima komitmen pernikahan). Social Learning Theory menjadi landasan teoretis yang menjelaskan bagaimana observasi konten media sosial membentuk sikap dan tindakan Generasi Z. Bagan konseptual relasionalnya adalah: media sosial → persepsi → perilaku, dengan religiusitas sebagai faktor moderasi yang memperkuat atau melemahkan pengaruh media sosial terhadap persepsi. Berdasarkan uraian ini maka dapat digambarkan pola berpikir sebagai berikut:

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

F. Penelitian Relevan

1. Disertasi atas nama Istar Yuliadi (2021) dari Universitas Sebelas Maret dengan judul “Resiliensi Keluarga serta Pengaruhnya Terhadap Kecemasan dalam Perkawinan, Kualitas Hidup dan Niat Perceraian”. Hasil penelitian ini menghasilkan tema penelitian berupa hubungan perkawinan, permasalahan, respon terhadap masalah, dampak permasalahan, dan family interference. Dari tema-tema tersebut didapatkan beberapa temuan di dalam penelitian ini yaitu perceraian pada pasangan diakibatkan oleh tidak terbentuknya resiliensi keluarga, kecemasan dalam perkawinan, dan terdapat family interference. Persamaan penelitian ini yakni sama-sama membahas tema utama yang berkaitan dengan kehidupan pernikahan dan faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman atau kecenderungan dalam pernikahan. Selain itu, kedua penelitian juga mengkaji aspek psikologis dalam konteks sosial tertentu, seperti kecemasan dan kualitas hidup, dengan

relevansi pada generasi modern. Perbedaan dari penelitian ini yakni Penelitian pertama meneliti resiliensi keluarga dan pengaruhnya terhadap kecemasan, kualitas hidup, dan niat perceraian, sehingga mencakup aspek yang lebih kompleks dalam kehidupan pernikahan. Sementara itu, penelitian kedua lebih menitikberatkan pada resiliensi keluarga sebagai unit utama, serta pengaruhnya terhadap kecemasan, kualitas hidup, dan niat perceraian dalam pernikahan.

2. Disertasi atas nama Devi Wulandari dari Universitas Indonesia dengan judul “Peran Kecemasan, Coping Religius Islami, Kepuasan Pernikahan dan Kondisi Fisik pada Kualitas Hidup Terkait Kesehatan (*Health Related Quality Of Life*) Pasien Paska Infark Miokard” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden mengalami kecemasan terhadap kecemasan terhadap kematian, kecemasan terhadap bertambah parahnya penyakit dan efek samping pengobatan. IM dihayati sebagai kesempatan kedua untuk menebus kesalahan masa lalu dan adanya dukungan dari pasangan membuat responden lebih mudah untuk menjalani kehidupan paska IM. Aspek lain yang muncul dalam penelitian kualitatif adalah komunikasi antara pasien - dokter dan adanya peran jender terhadap HRQOL responden. Persamaan penelitian ini yakni sama-sama membahas tema yang melibatkan dimensi psikologis dan religiusitas dalam konteks kehidupan manusia. Penelitian pertama mengeksplorasi peran kecemasan, coping religius Islami, dan kepuasan pernikahan dalam menentukan kualitas hidup pasien pasca-infark miokard, sehingga menempatkan religiusitas sebagai elemen penting dalam proses adaptasi dan kesehatan mental. Sementara itu, penelitian kedua juga menyoroti religiusitas, tetapi dalam konteks penggunaan media sosial berkonten religius yang memengaruhi kecenderungan perilaku *marriage is scary* pada Generasi Z. Perbedaan dari penelitian ini yakni penelitian pertama berfokus pada pasien dengan kondisi medis spesifik (pasca-infark miokard) dan meneliti bagaimana faktor-faktor psikologis, religius, dan fisik memengaruhi kualitas hidup terkait kesehatan. Sementara itu, penelitian kedua lebih berorientasi

pada fenomena sosial modern, yakni pengaruh media sosial terhadap pola pikir dan perilaku terkait pernikahan di kalangan Generasi Z.

3. Tesis atas nama Kamisatuddhuha dari Institut PTIQ Jakarta dengan judul “Pernikahan dalam Perspektif Al-Qur’an (Solusi Terhadap Fenomena Takut Menikah)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketakutan untuk menikah disebabkan oleh faktor internal, seperti takut kehilangan karier, komitmen, beban ekonomi, dan trauma masa lalu, serta faktor eksternal, seperti struktur sosial, kebudayaan, dan pemahaman keagamaan yang keliru. Untuk mengatasi hal ini, ditawarkan terapi informasi berbasis nilai-nilai Al-Qur’an, yang menekankan pernikahan sebagai ibadah yang memberikan perlindungan, kesejahteraan, dan jaminan rezeki. Persamaan penelitian ini yakni sama-sama membahas fenomena *marriage is scary* atau ketakutan terhadap pernikahan, tetapi dengan pendekatan yang berbeda. Perbedaan dari penelitian ini yakni penelitian pertama bersifat teoretis dan tekstual, dengan menggunakan tafsir Al-Qur’an sebagai dasar untuk memberikan solusi atas fenomena tersebut, sedangkan penelitian kedua spesifik pada Generasi Z sebagai populasi yang sangat terpengaruh oleh budaya digital.
4. Tesis atas nama Raden Zulfi Tsaltsa Kurnia dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “Pengaruh Intensitas Mengakses Media Dakwah dan Religiusitas terhadap Perilaku Moderasi Beragama Gen Z Desa Bumirejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas mengakses media dakwah (X1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku moderasi beragama (Y), meskipun koefisien regresinya negatif (-0,087), yang menunjukkan bahwa peningkatan dalam mengakses media dakwah justru menurunkan perilaku moderasi beragama. Sebaliknya, variabel religiusitas (X2) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku moderasi beragama (Y) dengan koefisien regresi sebesar +0,633, menunjukkan bahwa peningkatan religiusitas akan meningkatkan perilaku moderasi beragama. Secara simultan, kedua

variabel ini juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku moderasi beragama generasi Z di Bumirejo dengan nilai 70,4%. Persamaan penelitian ini yakni sama-sama menyoroiti Generasi Z sebagai subjek utama penelitian dan mengkaji pengaruh media sosial atau media dakwah yang berkaitan dengan aspek religiusitas terhadap perilaku mereka. Perbedaan dari penelitian ini yakni terletak pada fokus kajian dan perilaku yang diteliti. Penelitian pertama berfokus pada perilaku moderasi beragama, yaitu keseimbangan dan toleransi dalam beragama, yang dipengaruhi oleh intensitas akses terhadap media dakwah. Di sisi lain, penelitian kedua lebih spesifik mengkaji dampak media sosial berkonten religius terhadap kecenderungan ketakutan menikah (*marriage is scary*), sebuah fenomena sosial yang berkembang di kalangan Generasi Z.

5. Tesis atas nama Vita Juanita dari UIN Sunan Ampel Surabaya dengan judul “Problematika Kesakralan Agama Oleh Gen Z di Media Sosial”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa problematika kesakralan agama oleh Gen Z di media sosial, terdapat wacana dari konten-konten yang telah diteliti antara lain: humor, mempermainkan Sholat, melecehkan simbol agama, dan maksiat. Pelaku memahami tentang apa yang dilakukanya adalah salah, namun mereka tetap membuat konten-konten yang terlibat problematika kesakralan agama, dengan harapan konten mereka menjadi viral dan ditonton oleh jutaan pemirsa. Hingar bingar media sosial, menjadikan daya tarik bagi Gen Z. Dengan harapan banyaknya pengikut, pelanggan, pendapat dari pengguna internet yang lain, penyuka serta dibagikan ulang foto ataupun video. Menjadikan suatu kebanggaan bagi Gen Z. Faktor kebanggaan tersebut, menjadikan Gen Z lupa tentang beretika dalam berinternet. Mereka cenderung membuat konten-konten fantastis dengan harapan memperoleh banyaknya penyuka, pengomentar maupun pelanggan. Persamaan penelitian ini yakni sama-sama membahas Generasi Z sebagai subjek utama dan berfokus pada peran media sosial dalam membentuk pandangan serta perilaku mereka terkait aspek religiusitas. Perbedaan

dari penelitian ini yakni terletak pada fokus kajian. Penelitian pertama lebih bersifat konseptual dan kritis, mengeksplorasi bagaimana media sosial memengaruhi kesakralan agama dalam pandangan Generasi Z, termasuk kemungkinan terjadinya degradasi nilai-nilai agama akibat penggunaan media sosial. Sebaliknya, penelitian kedua lebih terfokus pada efek spesifik dari media sosial berkonten religius terhadap perilaku tertentu, yaitu kecenderungan *marriage is scary*.

6. Tesis atas nama Muhammad Junaedi dari IAIN ParePare dengan judul “Dampak Media Sosial terhadap Perubahan Perilaku Beragama (Studi Fenomenologi Generasi Milenial di Kota Enrekang)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) pemahaman generasi milenial Kota Enrekang terhadap perilaku beragama cukup signifikan tingkat pemahamannya. Terbukti atas pemahaman dan implementasi beragama yang taat dari sisi kepercayaan, pengamalan, pengalaman dan ketetapan hati dan tindakan secara konsisten (2) penggunaan media sosial dalam konteks beragama di kalangan generasi milenial Kota Enrekang lebih cenderung sebagai media hiburan dibandingkan sebagai media dakwah atau belajar agama. Mereka lebih cenderung mendengar dari ustad secara langsung (3) Perubahan perilaku beragama generasi milenial sebagai dampak penggunaan media sosial tidak berdampak secara signifikan hal ini bisa jadi karena intensitas menonton lebih cenderung ke gaya hidup atau entertainment. Persamaan penelitian ini yakni sama-sama membahas pengaruh media sosial terhadap perilaku generasi muda, dengan fokus pada aspek religiusitas serta keduanya sama-sama menggunakan media sosial sebagai variabel utama yang memengaruhi perubahan sikap dan perilaku, serta menempatkan religiusitas sebagai faktor penting dalam dinamika tersebut. Perbedaan dari penelitian ini yakni penelitian pertama berfokus pada perubahan perilaku beragama secara umum di kalangan generasi milenial, dengan pendekatan fenomenologi untuk memahami pengalaman dan persepsi mereka terkait religiusitas di era digital. Di sisi lain, penelitian kedua lebih spesifik menyoroti satu aspek perilaku, yaitu ketakutan menikah

(*marriage is scary*), dalam konteks Generasi Z, yang dipengaruhi oleh konten religius di media social.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON