

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pernikahan merupakan salah satu fase penting dalam kehidupan. Pernikahan sering dikaitkan dengan ikatan hukum, sosial dan agama antara dua individu yang secara resmi diakui oleh masyarakat dan negara (Ningtias, 2022). Di Indonesia, pernikahan dipandang sebagai kewajiban secara norma dan budaya. Masyarakat sering memandang pernikahan sebagai tanda kedewasaan dan tolak ukur status sosial. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, pandangan terhadap pernikahan telah mengalami perubahan khususnya dikalangan generasi muda. Saat ini pernikahan dipandang sebagai pilihan hidup bukan tujuan hidup. Menikah dianggap sebagai komitmen yang sangat besar dan dapat membatasi kebebasan pribadi sehingga menimbulkan rasa ketakutan atau keraguan. Hal ini melatarbelakangi munculnya tren *marriage is scary*.

Marriage is scary adalah tren populer, terutama di kalangan generasi Z, yang menganggap pernikahan itu menakutkan. Tren *marriage is scary* tidak muncul tanpa sebab, berbagai faktor dibahas di dalam tren ini. Salah satunya berisi tentang realitas negatif kehidupan dibalik pernikahan, seperti KDRT, perselingkuhan, perceraian dan pertengkaran antar pasangan. Tren ini menjadi perdebatan global, termasuk di Indonesia.



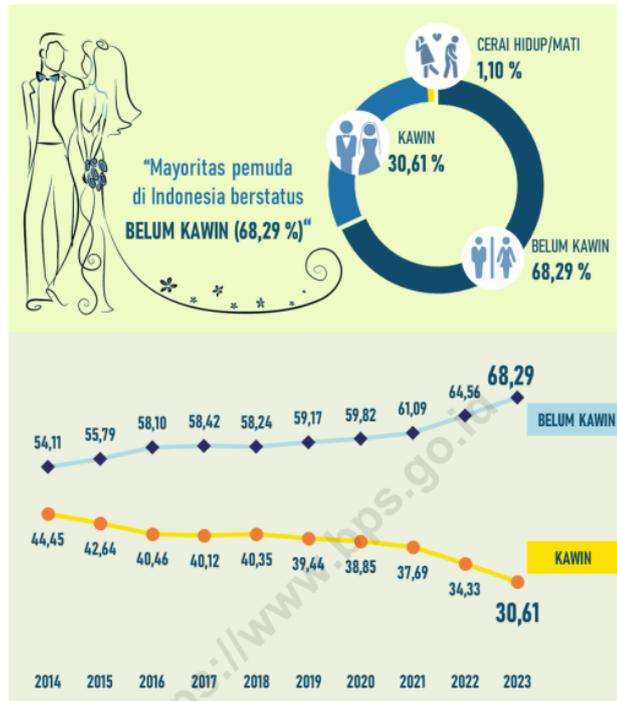
Gambar 1. 1 Kompilasi tangkapan layar dari berbagai media sosial
(Sumber: dokumen pribadi, 2024)

Gambar 1.1 menunjukkan pendapat mengenai kekhawatiran terhadap tren *marriage is scary*. Tren ini sempat merajai berbagai platform media sosial khususnya Tiktok. Seperti yang diketahui, saat ini Tiktok menjadi platform populer di kalangan anak muda. Karena hal itu tren *marriage is scary* sangat mempengaruhi persepsi generasi muda terhadap

pernikahan. Tren tersebut berisi beberapa faktor yang dianggap sesuai sehingga sangat dipercaya oleh generasi muda. Menurut (Repi & Maliombo, 2022), faktor tersebut dikategorikan menjadi dua yakni, faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari diri individu dalam pengambilan keputusan seperti, keinginan untuk melanjutkan pendidikan, kebebasan dan kesuksesan. Sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkup luar seperti, tekanan sosial, pengalaman akan kegagalan, trauma dalam diri dan pengalaman kegagalan pernikahan dari orang terdekat.

Selain faktor-faktor tersebut, tren *marriage is scary* menunjukkan adanya keterkaitan dengan penurunan angka pernikahan. Penurunan angka pernikahan menjadi urgensi global dan terjadi di beberapa negara, yakni seperti di Korea Selatan. Statistik Korea menyatakan bahwa hanya ada 27,5 persen wanita muda berusia 20-an tahun menikah, yang berarti satu dari empat wanita muda yang melakukan pernikahan, seperti dilansir CNN (2024). Selain Korea Selatan, negara yang mengalami penurunan angka pernikahan yakni Jepang, China, dan Indonesia yang menghadapi masalah serupa. Penurunan angka pernikahan semakin pesat dalam beberapa dekade. Kementerian Kesehatan Jepang menyatakan jumlah pernikahan terus menurun hingga mencapai 30.000 di tahun 2023, sementara jumlah perceraian semakin meningkat. Penurunan ini menyebabkan anjloknya angka kelahiran jauh di bawah angka stabil selama setengah abad, seperti dilansir (Yeung & Semans, 2024). Di sisi lain, China juga menghadapi permasalahan serupa, Kementerian Urusan Sipil China memperkirakan bahwa angka pendaftaran pernikahan pada tahun 2024 mengalami penurunan hingga mencapai ke rekor terendah sejak 1980 (Qiongfang, 2024).

Sementara itu, Indonesia juga menghadapi fenomena serupa. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2023), dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir, tren pernikahan di kalangan pemuda menunjukkan arah yang berlawanan. Persentase pemuda yang sudah menikah terus menurun, sementara presentase pemuda yang belum menikah justru terus mengalami peningkatan.



Gambar 1. 2 Persentase pemuda Indonesia menurut status perkawinan
 (Sumber : Badan Pusat Statistik, Buku Statistik Pemuda Indonesia 2023, 2024)

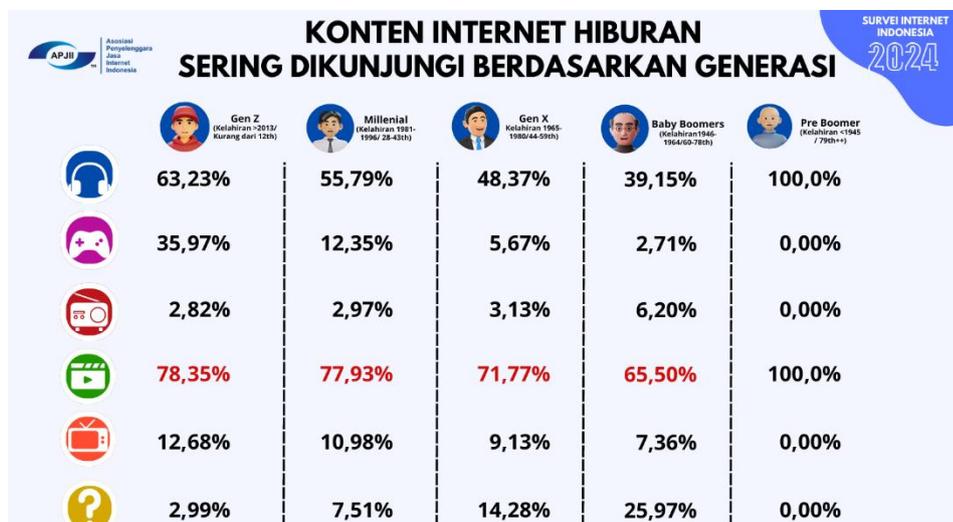
Pada tahun 2023 persentase pemuda berstatus kawin sekitar 30,61 persen. Sementara persentase pemuda yang belum kawin sekitar 68,29 persen. Hal ini berkaitan dengan angka pernikahan yang mengalami penurunan signifikan dari tahun 2018 hingga 2023. Angka pernikahan pada tahun 2018 tercatat sebanyak 2,01 juta pasangan dan pada tahun 2019 turun menjadi 1,96 juta pasangan. Kemudian pada tahun 2020, tercatat 1,78 juta pasangan, disusul dengan 1,74 juta pasangan di tahun 2021, dan 1,70 juta pada tahun 2022. Dan angka pernikahan kembali turun pada tahun 2023, tercatat hanya 1,58 juta pernikahan. Fenomena ini dapat menjadi urgensi darurat untuk beberapa tahun kedepan bila dibiarkan begitu saja, seperti yang telah terjadi di negara Jepang dan China.

Beberapa upaya telah dilakukan untuk mengedukasi pengguna media sosial agar tidak mudah percaya terhadap tren *marriage is scary*, salah satunya adalah program campaign pranikah dari *Better Youth Foundation*. *Better Youth Foundation* atau Yayasan pemuda baik adalah Yayasan yang bergerak di bidang pembinaan dan pemberdayaan pemuda serta sering memberi edukasi terkait fenomena sosial yang menjadi permasalahan pemuda di Indonesia.



Gambar 1. 3 Logo better youth foundation
(Sumber: <https://betteryouth.id/>, 2024)

Campaign pranikah dari *better youth foundation* adalah upaya untuk memberikan edukasi terkait permasalahan pernikahan dengan memfokuskan agar pasangan yang hendak menikah lebih siap menghadapi tantangan kehidupan setelah menikah. Beberapa program dari *campaign* pranikah academy antara lain *jomblo camp*, kajian, dan *game card* yang berisi narasi seputar persiapan pernikahan. Namun, program *campaign* ini kurang terlihat di beberapa platform media sosial, sehingga informasi dan edukasi belum menjangkau ke jejaring internet secara luas, dengan dibuktikan masih banyak kaum muda yang terhasut dengan tren *marriage is scary*.



Gambar 1. 4 Survei konten yang sering dikunjungi
(Sumber: <https://apjii.or.id/>, 2024)

Edukasi mengenai tren *marriage is not scary* sebaiknya memanfaatkan media digital yang sering digunakan oleh generasi Z. Berdasarkan data (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2024) menyebutkan dari usia 12 – 27 tahun penggunaan media digital yang sering dikunjungi berupa konten video dengan 78,35% dan platform media

sosial yang sering digunakan ialah Instagram dengan 51,90%. Dalam perancangan ini, target audiens adalah generasi Z usia 19 - 25 tahun yang hidup berdampingan dengan teknologi digital, sehingga budaya dan pola pikir mudah terpengaruh oleh hal yang beredar di sosial media. Media digital berupa konten video visualisasi desain sangat cocok untuk digunakan sebagai penyampaian edukasi dan komunikasi di era serba digital ini. Salah satu konten tersebut adalah *motion graphic* bagian dari desain komunikasi visual. Desain komunikasi visual, sebagai salah satu cabang ilmu sosial terapan yang menekankan penggunaan visual, dan memiliki peran penting dalam mengatasi permasalahan komunikasi di kehidupan masyarakat (Arifianto, 2022). Produk dari desain komunikasi visual dikenal memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi, identifikasi, serta dapat mempengaruhi (Arifianto, 2019). Dalam aspek informasi, *motion graphic* menawarkan pengalaman yang lebih intuitif kepada audiens, menarik perhatian secara visual, menciptakan dimensi, dan memperkuat komunikasi visual (Song, 2021). Hal tersebut menjadikan *motion graphic* cocok digunakan sebagai media edukatif untuk memvisualisasikan data statistik serta infografis. Selain itu, dengan penggunaan elemen visual yang menggambarkan realitas umum positif dengan tujuan mengedukasi dapat mendorong audiens menciptakan diskusi terbuka sehingga memperkuat identifikasi audiens terkait isu *marriage is scary*. Dan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Hanif, 2020), *motion graphic* memiliki banyak manfaat diantaranya mampu menarik perhatian audiens secara emosional dan dapat menyajikan hal kompleks dengan visual sederhana untuk berkomunikasi serta bersifat persuasif. Hal ini menjadi alasan dibalik *motion graphic* yang dinilai efektif untuk digunakan di era digital.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan, solusi yang dapat dilakukan adalah dengan merancang *motion graphic* terkait tren *marriage is scary* dan data seputar penurunan angka pernikahan di Indonesia. Perancangan ini dibuat sebagai upaya untuk mengedukasi generasi Z serta memberikan solusi untuk mengatasi ketakutan terhadap pernikahan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan yang mendasari, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Data dari Badan Pusat Statistik pada 2023 angka pernikahan turun drastis selama 3 tahun terakhir dengan total menyusut sebanyak 2 juta, dan berkorelasi dengan munculnya tren *marriage is scary*.
- 2.

2. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis pada 30 Agustus 2024 melalui platform media sosial Tiktok, Youtube dan Instagram sedang maraknya konten video berisi informasi tentang marriage is scary. Hal ini menimbulkan kekhawatiran serta ketakutan bagi pengguna media sosial khususnya generasi muda pengguna sosial media dan yang mudah terpengaruh.

3. Menurut hasil wawancara bersama Furqon Nugraha Rahman M.Psi pada 27 September 2024 dalam forum live coaching marriage is (not) scary “how to live after marriage”, faktor trauma personal dari peran orang tua dan ketidakpastian masa depan membuat seorang individu melihat pernikahan sebagai hal yang menakutkan

4. Menurut hasil wawancara bersama Izza Amalia sebagai penanggung jawab campaign pranikah better youth pada 27 September 2024, tren marriage is scary muncul dikarenakan faktor adanya trauma psikologis dan pemikiran tentang pernikahan yang menakutkan hadir karena kurangnya pengetahuan mengenai kesiapan pernikahan serta pendalaman religius mengenai pernikahan.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *motion graphic* sebagai media edukasi untuk mengubah persepsi negatif generasi Z tentang pernikahan?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan agar lebih terkendali, relevan dan tetap pada topik pembahasan sehingga dapat mencapai tujuan perancangan. Batasan masalah yang penulis ambil adalah:

1. Perancangan ini difokuskan pada penciptaan video *motion graphic* sebagai media utama untuk memberikan edukasi dan informasi penting seputar *marriage is scary* dengan singkat, padat, dan jelas.
2. Segmentasi utama yang dituju dalam perancangan ini adalah generasi Z usia 19 - 25 tahun di kawasan perkotaan Indonesia, diutamakan aktif sebagai pengguna media sosial.
3. Perancangan ini akan membahas pengaruh konten *marriage is scary* dan memberikan informasi layanan program dari pranikah academy sebagai solusi praktis menghadapi konten *marriage is scary*.

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini sebagai berikut:

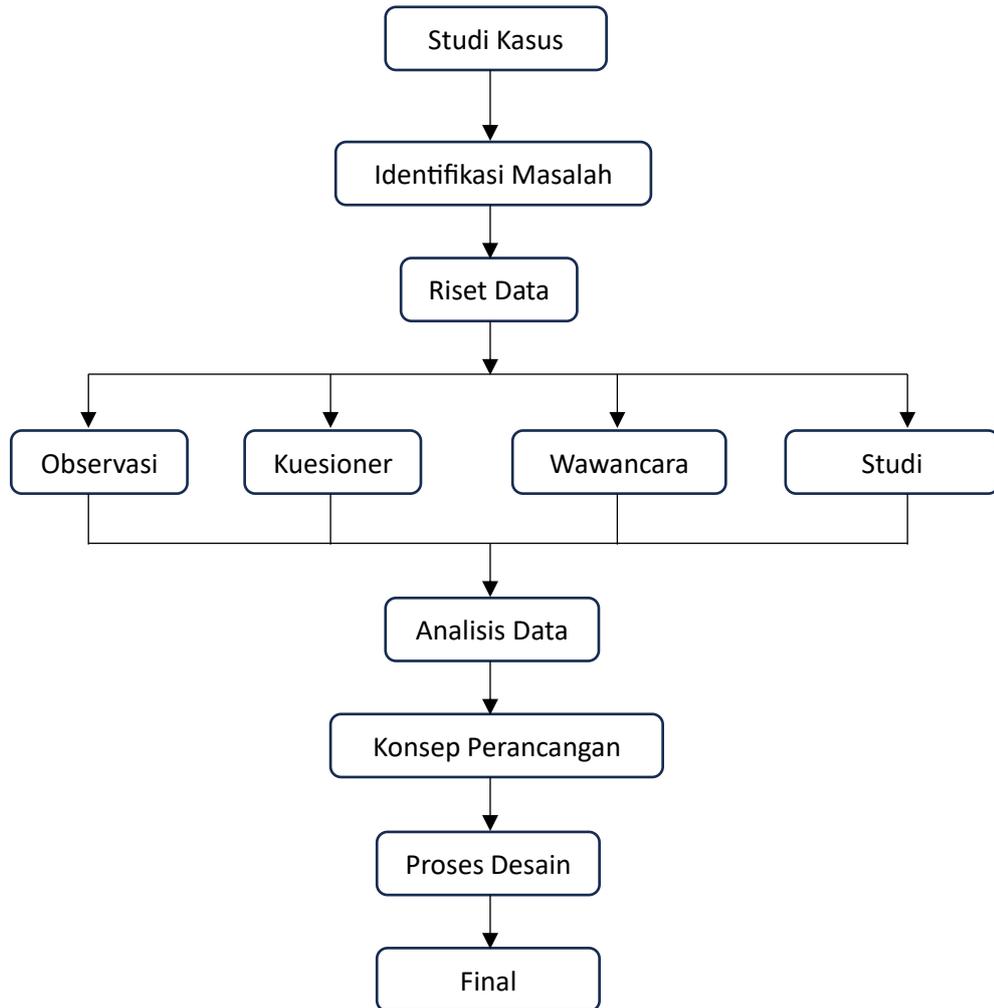
1. Meningkatkan pemahaman tentang viralnya konten *marriage is scary* yang berdampak pada perubahan prespektif terkait pernikahan.
2. Memberikan panduan praktis pada generasi Z mengenai kesiapan diri sesuai dengan program Pranikah Academy
3. Memberikan informasi seputar isu pernikahan melalui *motion graphic* yang menawarkan cara kreatif dan efektif.

1.6 Manfaat Perancangan

Manfaat Perancangan *Motion graphic* menghadapi *Marriage is scary* dan Penurunan Angka Pernikahan untuk Generasi Muda adalah:

1. Manfaat bagi peneliti
 - a. Mengembangkan keterampilan dalam memahami dan menerapkan keilmuan desain yang telah dipelajari selama masa perkuliahan dengan mengimplementasikan pada proyek dan studi kasus nyata.
 - b. Meningkatkan kemampuan dalam menganalisis dan merancang desain *motion graphic* sebagai media informasi dalam menyampaikan pesan sosial.
2. Manfaat bagi masyarakat
 - a. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kesiapan diri untuk pernikahan dan keluarga.
 - b. Diharapkan dapat menghilangkan miskonsepsi dan mengubah persepsi negatif tentang pernikahan.
 - c. Mendorong diskusi terbuka tentang pernikahan.
3. Manfaat bagi stakeholder
 - a. Diharapkan mampu menjadi strategi komunikasi dalam mengenalkan program pranikah academy.
 - b. Dapat meningkatkan visibilitas Pranikah Academy yang dapat membantu membangun reputasi sebagai sumber terpercaya dalam penyelesaian masalah seputar pernikahan.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 5 Kerangka Perancangan,
(Sumber: dokumen pribadi, 2024)