

BAB I

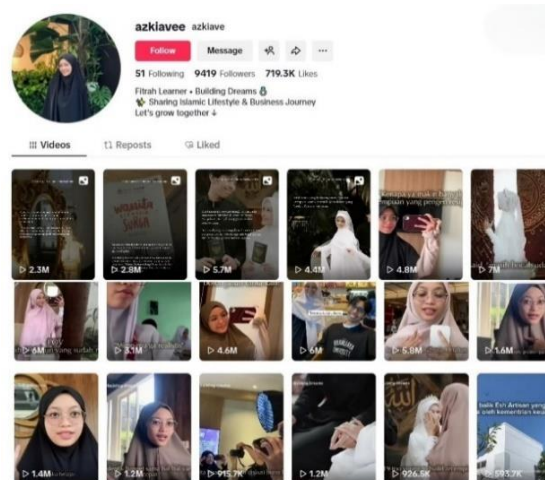
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Proses Komunikasi tentang berbagai isu-isu atau fenomena sosial saat ini tidak lagi terbatas pada bentuk komunikasi verbal, melainkan telah mengalami perkembangan melalui penyajian pesan secara audio visual yang menjadi suatu wadah dalam menumbuhkan kesadaran sosial serta membahas berbagai isu sosial budaya melalui penyajian konten-konten secara audio visual (Safitri, 2025). Proses komunikasi secara audio visual yang disajikan dalam media sosial juga mampu membentuk dan mengubah berbagai narasi tentang fenomena-fenomena yang berkembang di sosial masyarakat melalui konten-konten yang disajikan. Salah satu contoh dari komunikasi naratif yang disajikan secara audio visual dan menarik untuk dikaji adalah tentang penyampaian narasi perempuan menikah muda yang terdapat pada konten-konten TikTok @azkiavee. Hal ini karena di tengah banyaknya orang yang memilih untuk menunda pernikahan dan adanya isu ketakutan untuk menikah, pengguna akun TikTok @azkiavee ini justru muncul dengan konten-konten berisi narasi perempuan nikah muda yang kontra dengan isu-isu ketakutan untuk menikah yang tergambar pada tren *marriage is scary*.

Konten-konten yang ada di TikTok @azkiavee ini berisi tentang cerita dirinya sebagai perempuan yang menikah muda di usia 19 tahun. Konten-konten tentang nikah mudanya ini dikemas dengan menggunakan narasi-narasi indah untuk menggambarkan bagaimana kehidupan perempuan yang memilih untuk menikah

muda justru penuh dengan kebahagiaan. Melalui konten-konten nikah mudanya, pengguna TikTok @azkiavee berusaha menyangkal dan merubah berbagai narasi ketakutan dan keraguan dalam menikah muda terutama bagi perempuan dengan menyajikan pengalaman pribadinya sebagai salah satu perempuan yang menikah muda.



Gambar 1. 1 Akun TikTok @azkiavee

Pengguna akun TikTok @azkiavee melalui konten-konten nikah mudanya ini berusaha mengembalikan kepercayaan audiens, terutama audiens perempuan terhadap sebuah pernikahan melalui narasi-narasi yang dibangun pada setiap kontennya. Pengguna TikTok @azkiavee melalui konten-konten nikah muda berusaha membangun narasi bahwa pernikahan menjadi salah satu pilihan yang ideal bagi seorang perempuan. Hal ini karena @azkiavee dalam kontennya menunjukkan bagaimana perempuan yang memilih menikah muda mendapatkan perasaan yang lebih aman dan nyaman dalam menjalani kehidupan karena adanya peran suami di dalamnya.

Selain itu, beberapa narasi-narasi pada konten-konten TikTok yang dibuat oleh @azkiavee ini seringkali menjawab narasi-narasi negatif tentang sebuah pernikahan yang tergambar pada tren *marriage is scary*. Narasi-narasi negatif tentang sebuah pernikahan seperti, narasi nikah muda dapat menghambat karir seseorang, dijawab oleh @azkiavee pada salah satu kontennya dengan cara positif. Pengguna TikTok @azkivee melalui konten yang dibuat mengatakan justru dengan menikah muda dapat lebih memudahkan dalam berkarir karena ada teman berdiskusi perihal karir, dalam hal ini adalah suami yang dikemas dalam beberapa kontennya.

Tren *marriage is scary* ini sendiri merupakan salah satu tren yang ramai dibahas di media sosial TikTok. Kemunculan tren *marriage is scary* di media sosial TikTok ini disertai dengan munculnya tagar #MarriageIsScary. Pada tren *marriage is scary* ini muncul konten-konten yang berisi tentang kritik sosial, humor dan juga cerita menakutkan dalam kehidupan pernikahan yang seolah semakin memperkuat tentang narasi negatif sebuah pernikahan (Asyari & Suksmawati, 2025).

Konten-konten yang tergambar pada tren *marriage is scary* ini semakin menambah ketakutan tentang sebuah pernikahan. Pernikahan di era saat ini bukan lagi dianggap hanya sebuah proses transfer budaya yang menjadi suatu kewajiban agama, akan tetapi dipandang sebagai sebuah praktik sosial ekonomi yang memungkinkan terdapat sebuah beban bagi sebagian orang (Indriyanti et al., 2024). Pergeseran konsep dan cara memaknai pernikahan di kalangan saat inilah yang mengakibatkan munculnya berbagai tantangan dalam memilih untuk menikah hingga menimbulkan perasaan takut untuk menikah.

Munculnya ketakutan-ketakutan untuk menikah ini dapat terjadi karena adanya beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut adalah adanya masalah ekonomi, istri menjadi tulang punggung utama keluarga, kondisi anak terlantar hingga KDRT yang korbannya didominasi oleh perempuan (Zubaidah, 2025). Lebih lanjut, menurut data dari kompas.id dalam kegiatan jejak pendapat menjelaskan bahwa faktor masalah ekonomi menjadikan seseorang memilih untuk menunda pernikahan dan fokus dalam berkarir serta keinginan untuk mencapai ekonomi yang mapan terlebih dahulu (Fakih & Sidik, 2025).

Marriage is scary atau adanya rasa ketakutan dalam menikah ini pada dasarnya memungkinkan untuk dapat dialami oleh siapa saja. Perasaan takut akan sebuah pernikahan ini juga pernah dialami oleh Maudy ayunda seorang aktris dan selebriti tanah air. Pernyataan ketakutan tentang pernikahan ini disampaikan langsung olehnya pada tayangan Youtube Mata Najwa. Maudy mengungkapkan bahwa dirinya sempat merasa sangat takut akan pernikahan dikarenakan adanya pengalaman hubungan romantis di masa lalu dengan pasangan yang memunculkan keraguan dan ketakutan setelah menikah tidak lagi bisa berdaya (Shihab, 2026)

Fenomena “*marriage is scary*” yang ramai di media sosial pada akhirnya bukan hanya sebuah tren biasa. Hal ini karena fenomena tersebut semakin didukung dengan terjadinya penurunan angka pernikahan yang ada di Indonesia. Adanya penurunan angka pernikahan ini sudah terjadi dalam kurun waktu tujuh tahun terakhir, yakni dari tahun 2018 sampai dengan 2025 (Bimas Islam Kemenag RI, 2025).



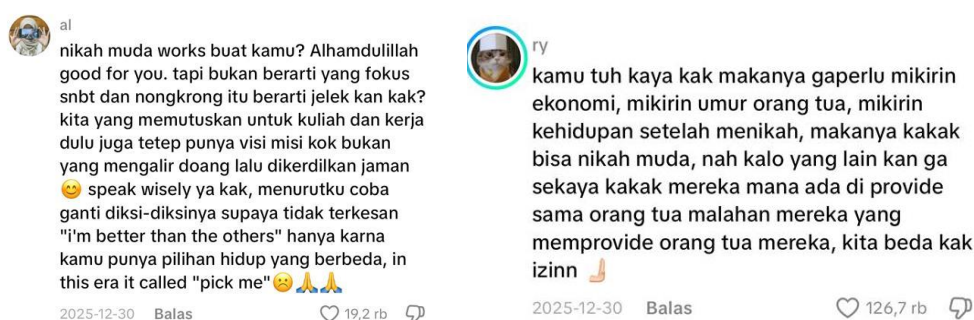
Gambar 1. 2 Angka Pernikahan 8 Tahun Terakhir di Indonesia dimuat dalam Instagram @bimasislam

Adanya kondisi masyarakat saat ini yang takut untuk menikah dengan berbagai faktor dari ketakutan adanya KDRT hingga masalah ekonomi, kemunculan konten-konten TikTok @azkiavee yang berisi tentang narasi-narasi indah tentang pernikahan ini sebenarnya menjadi satu langkah yang bagus. Hal ini karena melalui konten-konten yang menggambarkan kebahagiaan dalam pernikahan seperti konten TikTok @azkiavee ini berkemungkinan dapat digunakan sebagai upaya menarik minat generasi saat ini untuk menikah, sehingga harapannya angka pernikahan di Indonesia juga dapat mengalami peningkatan secara signifikan.

Pengemasan konten-konten TikTok @azkiavee yang seolah mengajak audiens khususnya audiens perempuan untuk menikah muda sebenarnya sudah dibuat dengan baik dengan memperhatikan penyajian visualisasi yang estetik dan penggunaan narasi-narasi yang indah dalam merepresentasikan pernikahan muda yang penuh kebahagiaan. Akan tetapi, tidak semua narasi-narasi tentang perempuan

menikah muda pada konten TikTok milik @azkiavee ini dapat diterima dengan positif oleh audiens. Konten-konten tentang narasi perempuan menikah muda di akun TikTok @azkiavee menuai pro kontra dan menjadi perbincangan hangat pada akhir tahun 2025. Hal ini karena dalam beberapa konten TikToknya dianggap mengandung narasi yang memaksa seorang perempuan harus segera menikah serta adanya narasi-narasi seolah merendahkan pilihan perempuan lain dalam memilih jalan hidupnya.

Konten TikTok @azkiavee yang berusaha merepresentasikan kebahagiaan kehidupan perempuan yang memilih menikah muda ini justru menuai kontroversi di media sosial TikTok serta mendapat respons audiens yang dominan merespons kontra dengan narasi-narasi pada konten TikTok miliknya. Banyak dari audiens perempuan yang merasa tersinggung atas beberapa narasi-narasi dalam konten TikTok @azkiavee yang dinilai tidak bijak dalam menyampaikan pesan tentang menikah muda di sosial media miliknya.



Gambar 1. 3 Komentar Netizen Pada Konten TikTok @azkiavee

Komentar-komentar di atas merupakan beberapa contoh respons audiens yang tidak dapat menerima dengan baik narasi-narasi yang ada pada konten TikTok

@azkiavee ini. Banyak dari netizen berkomentar bahwa narasi-narasi pada konten TikTok @azkiavee ini tentang perempuan menikah muda ini seolah menyalahkan ataupun merendahkan pilihan perempuan yang lain. Netizen lainnya juga berkomentar bahwa narasi-narasi tentang menikah muda di konten TikTok @azkiavee ini tidak dibuat dengan mempertimbangkan kondisi masyarakat secara lebih luas, sehingga banyak audiens beranggapan narasi-narasi yang dibuat oleh TikTok @azkiavee ini tidak cocok untuk semua orang.

Banyaknya netizen perempuan yang kontra dengan konten menikah muda yang ada di TikTok @azkiavee ini karena adanya penyajian narasi-narasi pada konten yang seolah menjadikan sebuah pernikahan menjadi sesuatu yang dapat memposisikan perempuan lebih istimewa dan lebih baik dibandingkan dengan perempuan yang memilih untuk lebih fokus berkarir, pendidikan maupun yang hanya santai menikmati masa muda dengan dirinya sendiri. Pertanyaanya adalah “apakah perempuan harus segera menikah agar dipandang lebih baik di tengah masyarakat?” Padahal menikah bukan satu-satunya solusi untuk perempuan agar dapat selalu berdaya. Akan tetapi, secara terus menerus TikTok @azkiavee membuat narasi-narasi tentang bagaimana pernikahan menjadi sebuah pencapaian istimewa bagi seorang perempuan di media sosialnya.

Keberadaan media sosial saat ini memang banyak diminati dan digunakan oleh masyarakat Indonesia baik untuk mencari tontonan yang menghibur, berbagi cerita keseharian ataupun wadah untuk mencari informasi. Media sosial dapat diartikan sebagai sebuah medium di internet yang memungkinkan adanya interaksi

antar pengguna, mempresentasikan diri, bekerja sama, berkomunikasi, serta membentuk ikatan sosial secara virtual (Rafiq, 2020).

Media sosial seperti Youtube, Instagram hingga TikTok ini merupakan salah satu hasil dari perkembangan *era new media*. Berbagai jenis *platform* media sosial di era media baru ini memiliki peran besar dalam proses komunikasi secara digital, penyebaran informasi yang cepat serta memungkinkan masyarakat untuk dapat saling terlibat dalam realitas sosial global (Daraini & Masnawati, 2024). Pada era *new media* atau media baru ini Terry Flew menjelaskan bahwa sebuah media memiliki format informasi yang meliputi isi data berupa teks, gambar, suara dan lain sebagainya dalam bentuk format digital dan didistribusikan melalui internet (Reynata, 2022).

Adanya internet dengan karakteristik menyajikan dunia yang tanpa batas, jarak ruang dan waktu ini akan memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mencari informasi yang dibutuhkan hingga melakukan interaksi dan komunikasi dengan skala global. Di Indonesia sendiri, berdasarkan data dari APJII yang dimuat dalam goodstats.id tingkat penetrasi internet di Indonesia per tahun 2025 sudah mencapai lebih dari 80% dari total populasi Indonesia (Yonatan, 2025). Hal ini menandakan bahwa masyarakat di Indonesia telah memasuki budaya digital dengan aktif dalam menggunakan internet dalam berbagai aspek kehidupan.

Penggunaan media sosial di Indonesia seperti TikTok, Instagram, Youtube, X maupun media sosial lainnya juga terbilang sudah sangat banyak. Menurut data dari We Are Social yang dimuat dalam datareportal.com pengguna aktif media

sosial di Indonesia pada tahun 2025 mencapai lebih dari 143 juta. Jenis media sosial yang paling banyak digunakan per tahun 2025 menurut data dari datareportal.com adalah Youtube dengan 143 juta pengguna. Kemudian disusul media sosial Facebook dengan 122 juta pengguna, Instagram 103 pengguna, dan TikTok dengan 108 pengguna (Kemp, 2025).

Masifnya penggunaan media sosial di Indonesia ditunjukkan pula dari posisi Indonesia yang berada di posisi pertama sebagai negara pengguna media sosial TikTok secara global. Menurut data dari We Are Social yang dimuat dalam dataloka.id, pengguna TikTok di Indonesia menjadi yang paling banyak kemudian disusul oleh negara Amerika Serikat, Brasil, Meksiko, dan Vietnam. (Nouvan, 2026). Hal ini menunjukkan bagaimana masyarakat Indonesia sangat aktif dalam menggunakan dan mengakses media sosial TikTok dengan total pengguna aktif yang terbilang besar.



Gambar 1. 4 Data 10 Negara Pengguna Media Sosial TikTok Terbanyak Menurut We Are Social yang dimuat dalam dataloka.id

TikTok merupakan salah satu media sosial yang menyajikan konten berupa audio visual yang dapat dinikmati oleh penggunanya. Media sosial TikTok ini memungkinkan untuk setiap orang untuk berkreasi dalam pembuatan konten video yang berdurasi sekitar 15 detik (Claretta et al., 2022). TikTok dengan fiturnya saat ini memberikan kesempatan pengguna untuk dapat membuat konten video berdurasi panjang hingga berdurasi 10 menit. Fitur-fitur yang disajikan dalam media sosial TikTok ini seperti fitur penggunaan filter, efek dan juga musik latar yang lebih beragam dapat membantu pengguna dalam memproduksi konten yang beragam dan menghibur (Hidayanti, 2025).

Selain itu TikTok juga menyediakan fitur *stitch* yang memungkinkan terjadinya interaksi antar pengguna TikTok dengan merespons atau menanggapi video konten orang lain dengan mencuplik atau mengambil sebagian konten orang lalu menambahkannya pada video konten yang akan dibuat. Selain fitur-fitur tersebut, TikTok juga memiliki fitur FYP atau *for your page* bagi penggunanya. Fitur FYP ini merupakan fitur dalam menyajikan konten sesuai dengan algoritma minat dari pengguna hingga konten-konten yang sedang viral.

Konten TikTok milik @azkiavee tentang narasi perempuan menikah muda ini sempat viral di akhir tahun 2025 dan menjadi salah satu konten yang memungkinkan muncul pada FYP para pengguna TikTok. Seperti yang telah disinggung di atas, dalam konten TikTok @azkiavee, tidak hanya membahas tentang kehidupan selama menjalani pernikahan dengan usianya yang 19 tahun, akan tetapi juga tersimpan narasi-narasi seolah merendahkan pilihan hidup perempuan lain. Viralnya konten-konten TikTok @azkiavee tentang narasi perempuan menikah

muda ini mendapat atensi tinggi dari pengguna TikTok dibuktikan dari jumlah penonton konten yang mencapai jutaan.

Konten tentang pernikahan muda pada akun TikTok @azkiavee ini memang lebih menonjolkan pembahasan dari *point of view* dirinya sebagai perempuan yang memilih untuk menikah di usia muda. Berbeda dengan konten nikah muda lainnya seperti pada Instagram @ichannia_ yang lebih menunjukkan konten menikah muda baik dari sisi laki-laki maupun perempuan serta konten-konten edukasi dalam hubungan pernikahan. Beberapa contoh yang ada pada Instagram @ichannia_ ini seperti pada konten “istri marah bukan berubah, mungkin lelah?” ataupun pada konten “perempuan senang dipuji, laki-laki senang dihargai” dan konten-konten lainnya.

Narasi-narasi yang ada pada konten menikah muda @azkiavee ini memang banyak memicu pro dan kontra, karena seolah memaksakan standar kehidupan pribadinya untuk semua orang. Selain itu, beberapa narasinya tampak memaksa dan dipandang kurang relevan di kondisi sosial masyarakat saat ini. Salah satu narasi yang direspons kontra oleh netizen adalah narasi @azkiavee tentang keharusan untuk menikah bagi seseorang yang jatuh cinta tapi juga sedang fokus dalam pendidikan.

“Lagi fokus pendidikan, boleh jatuh cinta?”

Boleh! Tapi harus nikah”. ujar Azkia dalam konten.

Narasi yang ada pada salah satu konten @azkiavee ini memicu komentar yang kontra dari netizen. Salah satu netizen pada kolom komentar mengatakan

bahwa narasi tersebut tidak cocok untuk semua orang karena tidak semua orang memiliki ekonomi yang baik untuk menyegerakan menikah. Meski begitu apabila ditelusuri lebih dalam, @azkiavee juga menghimbau bahwa pernikahan dapat dilakukan apabila dengan pernikahan tersebut membuat kehidupan lebih tenang, lebih fokus, lebih aman dan lebih banyak membawa kebaikan.

Konten-konten yang berisi tentang narasi perempuan menikah muda pada TikTok @azkiavee ini viral dan mendapat banyak reaksi dari pengguna TikTok hingga para *content creator* dengan jumlah pengikut yang cukup banyak. Melalui fitur *stitch* yang ada pada TikTok, konten menikah muda milik @azkiavee ini mendapat respons dari *content creator* @feilianaveve dengan 1,4 juta pengikut dan akun TikTok @niloverjudge dengan pengikut 283 ribu. Konten *stitch* yang dilakukan oleh akun @feilianaveve dan @niloverjudge terhadap konten menikah muda oleh @azkiavee ini telah ditonton sebanyak lebih dari 3 juta penonton.

Berdasarkan uraian di atas, menunjukkan bahwa terdapat narasi-narasi pada beberapa konten TikTok @azkiavee tentang perempuan menikah muda yang tampak kurang berimbang dalam merepresentasikan perempuan. Terdapat pula narasi-narasi yang dianggap merendahkan sebagian perempuan dalam memilih jalan hidupnya di tengah masyarakat. yang justru dilakukan oleh sesama perempuan yakni Azkia sebagai pemilik konten. Narasi-narasi yang dibangun Azkia dalam konten nikah mudanya juga tampak adanya wacana tersirat yang perlu dianalisis lebih dalam. Oleh sebab itu, penulis beranggapan perlunya sikap kritis terhadap konten-konten perempuan menikah muda milik TikTok @azkiavee tersebut serta pentingnya fenomena ini untuk dikaji lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana

narasi tentang perempuan menikah muda yang berusaha dibangun oleh @azkiavee dalam konten TikTok miliknya.

Selanjutnya, melalui konten-konten TikTok @azkiavee yang berisi narasi-narasi kontroversi tentang perempuan menikah muda ini, penulis ingin mengkaji tentang konstruksi narasi perempuan menikah muda pada konten TikTok @azkiavee dengan menggunakan analisis wacana kritis oleh Sara Mills. Analisis wacana kritis milik Sara Mills ini sesuai untuk digunakan sebagai pisau analisis penelitian ini karena dapat digunakan untuk menganalisis adanya narasi-narasi yang merendahkan perempuan serta untuk menganalisis pola pemarginalan terhadap perempuan dalam sebuah teks media, dalam hal ini adalah pada konten Azkia yang kontroversi karena adanya konten yang narasinya seolah merendahkan sebagian perempuan.

Eriyanto dalam bukunya yang berjudul *Analisis Wacana; Pengantar Analisis Teks Media* menjelaskan bahwa analisis wacana kritis Sara Mills ini memang dikenal sebagai analisis tentang representasi perempuan dalam teks media yang dalam analisisnya terdapat dua fokus utama yang akan dilihat pada sebuah teks wacana yakni posisi subjek-objek dan posisi pembaca (Eriyanto, 2011). Penelitian ini akan menggunakan jenis metode penelitian kualitatif serta menggunakan paradigma kritis dengan memilih 7 konten dari TikTok @azkiavee yang di dalamnya terdapat narasi perempuan menikah muda yang kontroversial dan menjadi perbincangan di TikTok.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana konstruksi narasi perempuan menikah muda pada konten TikTok @azkiavee di tengah fenomena *marriage is scary*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konstruksi wacana narasi perempuan menikah muda pada konten TikTok @azkiavee di tengah fenomena *marriage is scary*.

1.4 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Akademis

Manfaat akademis penelitian ini adalah diharapkan dapat menjadi salah satu acuan untuk penelitian-penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian penulis serta harapannya mampu memberikan kontribusi dalam memperluas kajian Ilmu Komunikasi terutama dalam kajian media sosial TikTok dan juga terkait dengan analisis wacana kritis.

2) Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dalam memaknai teks media serta dapat membantu untuk lebih memahami tentang wacana yang berusaha dibangun melalui media sosial

terutama TikTok. Penulis juga berharap melalui penelitian ini masyarakat mampu lebih kritis dan paham tentang fenomena-fenomena yang tercipta melalui pesan teks media.