

PEMAKNAAN KONTEN *MARRIAGE IS SCARY* DALAM KONSEP DIRI REMAJA

Ladyva Aurellia Calista¹, Noor Afy Shovmayanti^{2*}, Dani Kurniawan³

Universitas Muhammadiyah Klaten

Korespondensi: noorafyshov@umkla.ac.id*

Submitted: 12 Januari 2026, Revised: 22 April 2026, Accepted: 24 April 2026, Published: 1 September 2026

ABSTRAK

Fenomena *Marriage is Scary* yang banyak dibahas di media sosial menunjukkan rasa takut pada pernikahan yang banyak disukai oleh generasi Z, terutama perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mahasiswi memahami konten *Marriage is Scary* di media sosial dan bagaimana hal itu berhubungan dengan pembentukan jati diri. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam menggunakan Google Form dengan sepuluh mahasiswi aktif FISHUM UMKLA yang pernah melihat konten *Marriage is Scary*. Analisis data dilakukan dengan tiga langkah yaitu *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai penyebab awal munculnya rasa takut akan pernikahan dengan menampilkan berbagai masalah dalam rumah tangga, kegagalan dalam hubungan, dan ketidakadilan dalam peran gender. Namun, mahasiswi tidak hanya menerima cerita tersebut tanpa berpikir. Beberapa responden melihatnya sebagai cerminan yang mendorong untuk lebih memperkuat jati diri, berhati-hati dalam menjalin hubungan, serta mempersiapkan diri secara mental, sosial, dan ekonomi sebelum menikah. Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena *Marriage is Scary* menggambarkan bagaimana generasi Z bernegosiasi makna dan membentuk jati diri dalam dunia komunikasi digital.

Kata kunci: *Marriage is Scary*, Media Sosial, Konsep Diri, Mahasiswi, Fenomenologi

ABSTRACT

The *Marriage is Scary* phenomenon circulating on social media represents narratives of fear toward marriage that are widely consumed by Generation Z, particularly young women. This study aims to explore how female students of the Faculty of Social Sciences and Humanities at Universitas Muhammadiyah Klaten interpret *Marriage is Scary* content on social media and its relation to self-concept formation. This research adopts a qualitative approach using a phenomenological method. Data were collected through in-depth interviews conducted via Google Forms with ten active female students who had been exposed to *Marriage is Scary* content. Data analysis was carried out through open coding, axial coding, and selective coding. The findings indicate that social media functions as an initial trigger shaping negative perceptions of marriage through representations of domestic conflict, relationship failure, and gender inequality. However, the participants were not passive recipients of these narratives. Many interpreted the phenomenon as a form of critical reflection that encouraged self-awareness, selective attitudes toward relationships, and a stronger focus on psychological, social, and economic readiness before marriage. This study highlights that the *Marriage is Scary* phenomenon reflects an ongoing negotiation of meaning and self-concept construction among Generation Z in the digital communication environment.

Keywords: *Marriage is Scary*, Social Media, Self-Concept, Female Students, Phenomenology

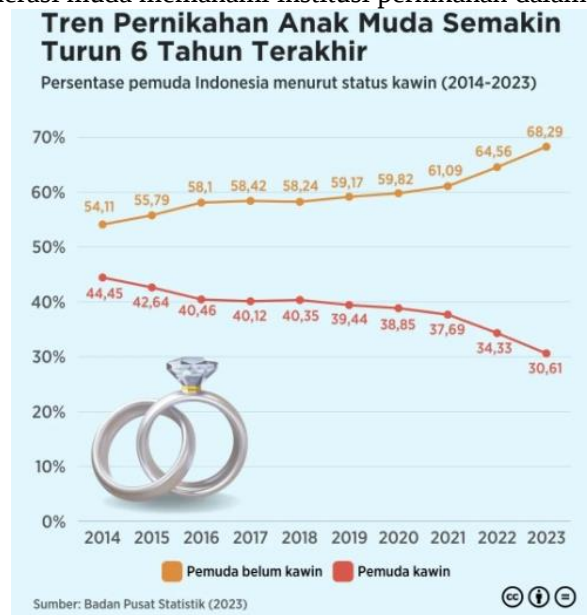
PENDAHULUAN

Secara umum, pernikahan saat ini tidak lagi dilihat dan direpresentasikan hanya sebagai fase kehidupan yang bersifat normatif dan universal. Beragam studi mengindikasikan terjadi perubahan nilai di kalangan generasi muda, khususnya wanita, yang mulai melihat pernikahan sebagai pilihan pribadi yang penuh dengan pertimbangan psikologis, ekonomi, dan sosial, bukan hanya sekadar tanggung jawab budaya atau sosial (Iqbal, 2020). Transformasi ini dipengaruhi oleh dinamika modernitas, bertambahnya keterlibatan perempuan dalam pendidikan dan dunia kerja, serta munculnya wacana kesetaraan gender yang menggugah arti pernikahan secara tradisional (Wahyudi et al., 2026).

Statistik menunjukkan terjadinya penurunan drastis jumlah pernikahan di antara pemuda Indonesia dalam sepuluh tahun terakhir. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), persentase pemuda yang belum menikah terus meningkat, dari 54,11% pada tahun 2014 menjadi 68,29% pada tahun 2023.

Pada waktu yang sama, proporsi pemuda yang telah menikah menunjukkan penurunan yang konsisten, dari 44,45% pada tahun 2014 menjadi hanya 30,61% pada tahun 2023. Pola ini menunjukkan perubahan struktural dalam transisi menuju pernikahan di kalangan generasi muda, di mana pernikahan tidak lagi dianggap sebagai langkah kehidupan yang wajib dicapai saat memasuki usia dewasa awal.

Tren itu didukung oleh penurunan jumlah kejadian pernikahan di seluruh negeri. BPS tahun 2023 melaporkan bahwa jumlah pernikahan yang tercatat berkurang dari sekitar 1,96 juta pada 2019 menjadi sekitar 1,47 juta pada akhir 2025. Visualisasi data pada gambar 1 memperlihatkan bahwa kenaikan proporsi pemuda yang belum menikah terjadi secara bertahap namun terus-menerus selama enam tahun terakhir, menandakan bahwa fenomena ini bukan sekadar akibat situasional, melainkan mencerminkan pergeseran pemikiran dan orientasi hidup generasi muda. Oleh karena itu, penundaan pernikahan dapat dilihat sebagai elemen dari dinamika sosial yang lebih luas, yang terkait dengan pergeseran nilai, prioritas hidup, serta cara generasi muda memahami institusi pernikahan dalam konteks sosial saat ini.



Gambar 1. Data Penurunan Pernikahan
Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Media sosial saat ini menjadi tempat utama bagi anak muda dalam menyampaikan pendapatnya tentang kehidupan, termasuk cara memandang sebuah pernikahan (Syam, 2023). Salah satu fenomena yang semakin populer beberapa tahun terakhir adalah munculnya konten *Marriage is Scary*. Istilah ini sering digunakan oleh perempuan muda (Gen Z) di *TikTok* untuk menggambarkan rasa takut, keraguan, atau pengalaman traumatis terhadap institusi pernikahan. Dalam berbagai konten yang diunggah, pernikahan sering kali digambarkan sebagai beban emosional, hilangnya kebebasan pribadi, atau tekanan sosial. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan dalam cara komunikasi dan pandangan Gen Z mengenai nilai-nilai pernikahan (Oktaviani, 2025).

Tren *Marriage is Scary* muncul dari semakin meningkatnya kesadaran perempuan muda (Gen Z) terhadap rumitnya kehidupan rumah tangga modern (Asyari & Suksmawati, 2025). Konten ini hadir sebagai bentuk pengungkapan pengalaman pribadi, trauma sosial, serta sikap kritis terhadap tekanan budaya untuk menikah di usia muda (Tirta & Arifin, 2025a). Dalam sistem algoritma media sosial, konten seperti ini cepat menyebar dan mudah viral karena memancing empati, diskusi, bahkan perdebatan (Sawitri & Chusumastuti, 2021). Melalui simbol, narasi, dan humor satir/sarkas, media digital menampilkan realitas baru bahwa pernikahan tidak selalu berarti kebahagiaan, melainkan bisa menjadi sumber ketakutan bagi sebagian perempuan (Hidayah & Sessiani, 2025). Stuart Hall (1997) mengatakan bahwa media tidak hanya menampilkan realitas, tetapi juga membentuknya melalui cara merepresentasikan sesuatu (Sholichah et al., 2023). Representasi ini menentukan bagaimana makna sosial dihasilkan, disebar, dan dipahami serta diterima oleh khalayak. Dalam konteks ini, konten *Marriage is Scary* berperan sebagai representasi simbolik dari perubahan nilai sosial yang mana pernikahan tidak lagi dianggap sebagai tujuan utama dalam hidup perempuan, melainkan sebuah

keputusan pribadi yang perlu dipertimbangkan secara rasional (Riska & Khasanah, 2023). Hal ini menunjukkan adanya proses negosiasi antara norma budaya dan identitas individu yang mengarah kepada konsep diri di era digital. Bagi mahasiswi, khususnya di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Klaten yang sedang membangun identitas dan konsep diri, kerap menggunakan konten *Marriage is Scary* sebagai bahan untuk merefleksikan masa depan, peran sosial, dan nilai-nilai diri. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana mahasiswa memaknai pesan-pesan tersebut dan bagaimana proses tersebut memengaruhi pembentukan konsep diri.

Penelitian sebelumnya telah menyelidiki fenomena ketakutan terhadap pernikahan di kalangan remaja. Namun, sebagian besar penelitian ini berkonsentrasi pada mengidentifikasi penyebab umum ketakutan tersebut, seperti tekanan sosial, trauma, dan dampak budaya patriarki. Selain itu, penelitian tentang peran media sosial biasanya melihatnya sebagai sumber paparan informasi atau penyebab persepsi negatif terhadap pernikahan. Namun, penelitian masih kurang dalam menjelaskan bagaimana narasi digital seperti *Marriage is Scary* dimaknai secara subjektif oleh orang-orang dan bagaimana pemaknaan ini diinternalisasikan dalam pembentukan konsep diri, khususnya pada kelompok mahasiswi yang sedang mencari identitas. Sebaliknya, penelitian yang mengaitkan representasi media digital dengan konsep diri seringkali melihat hubungan tersebut secara linier dan mengabaikan dinamika pertimbangan dan perselisihan makna yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari orang. Selain itu, tidak banyak penelitian yang dilakukan di lingkungan lokal, terutama di kampus seperti Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Klaten. Namun, konteks sosial lokal sangat memengaruhi cara orang menafsirkan dan merespons fenomena yang berkembang di ruang digital. Karena itu, penelitian ini menawarkan penemuan baru dengan memfokuskan pada pemaknaan subjektif terhadap konten *Marriage is Scary* dan bagaimana hubungannya dengan pembentukan konsep diri mahasiswi. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan fenomenologi. Studi ini melihat media sosial tidak hanya sebagai sumber pengaruh tetapi juga sebagai tempat percakapan makna yang memungkinkan orang membentuk identitas diri mereka secara sadar dalam konteks sosial tertentu. Diharapkan penelitian ini akan membantu meningkatkan studi komunikasi, terutama yang berkaitan dengan hubungan antara representasi media digital, pemaknaan subjektif, dan pembentukan identitas Generasi Z.

Fokus utama pada penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora (FISHUM), Universitas Muhammadiyah Klaten (UMKLA) memaknai konten *Marriage is Scary* yang ditemui di media sosial, faktor-faktor apa saja yang memengaruhi cara mahasiswi menafsirkan konten tersebut, bagaimana pemaknaan terhadap konten *Marriage is Scary* terhadap pembentukan konsep diri mahasiswi, serta nilai-nilai atau pandangan seperti apa tentang pernikahan dan kemandirian perempuan yang muncul dari proses pemaknaan tersebut. Secara teori, penelitian ini diharapkan bisa membuat penelitian tentang komunikasi lebih lengkap terkait bagaimana identitas Gen Z di era digital. Secara nyata, hasilnya bisa digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kemampuan literasi digital dan kesadaran kritis terhadap representasi pernikahan di media sosial.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka ini dirancang untuk menyusun kerangka konseptual penelitian dengan menghubungkan fenomena *Marriage is Scary* di media sosial, konsep diri, dan pendekatan fenomenologi sebagai dasar analisis. Bagian ini tidak hanya menggambarkan penelitian sebelumnya, tetapi juga menguraikan cara fenomena tersebut dipahami dalam studi komunikasi, terutama dalam konteks penafsiran simbolik dan pembentukan identitas di era digital. Fenomena *Marriage is Scary* merujuk pada konten digital yang menampilkan narasi ketakutan, keraguan, dan pengalaman negatif mengenai pernikahan, yang banyak beredar di media sosial, terutama di kalangan perempuan muda Gen Z. Konten ini umumnya disampaikan lewat cerita pribadi, simbol visual, humor satir, serta kritik sosial terhadap relasi gender, dinamika rumah tangga, dan tekanan budaya untuk menikah. Dalam sejumlah studi, fenomena ini diinterpretasikan sebagai reaksi terhadap kenyataan sosial yang dianggap tidak memuaskan, terutama berkaitan dengan masalah ketidaksetaraan peran gender, kekerasan domestik, serta bahaya emosional dalam pernikahan.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa ketakutan terhadap pernikahan di kalangan Gen Z banyak dipengaruhi oleh narasi negatif mengenai relasi gender dan risiko kegagalan rumah tangga. Riswandi et al., (2025) menemukan bahwa faktor seperti konflik peran gender, KDRT, trauma, dan

tekanan sosial berkontribusi terhadap munculnya rasa takut terhadap pernikahan. Studi Lestari et al., (2024) dan Herdiansyah & Khaira (2025) menegaskan bahwa ketakutan tersebut berkaitan erat dengan budaya patriarki dan ekspektasi sosial yang menempatkan perempuan sebagai pihak yang paling rentan. Sementara itu, Tirta & Arifin (2025) serta Fikri et al., (2024) memperlihatkan bahwa media sosial, khususnya *TikTok* berperan dalam memperkuat narasi negatif, seperti perselingkuhan, perceraian, dan kegagalan hubungan, sehingga mendorong Gen Z untuk memandang pernikahan sebagai ancaman bagi kebebasan dan pengembangan diri.

Pemahaman terhadap konten *Marriage is Scary* tidak terpisahkan dari konsep diri seseorang yang merupakan produk dari proses komunikasi dan interaksi sosial. Konsep diri merujuk pada cara seseorang memandang dirinya sendiri, termasuk bagaimana individu memandang diri yang sebenarnya (*real self*), diri yang diinginkan (*ideal self*), dan gambaran diri yang ada dibenaknya (*self-image*) (Rogers, 1951, Shavelson et al., 1976). Dalam konteks komunikasi, konsep diri tidak terbentuk secara statis melainkan dinamis yang terus berkembang melalui berbagai proses interaksi sosial dan refleksi terhadap umpan balik dari lingkungan sekitar (Mead, 1934, Shavelson & Bolus, 1982). Paparan konten media sosial berperan sebagai cermin sosial baru, dimana seseorang menilai diri sendiri berdasarkan standar, nilai, dan representasi yang muncul (Sugitanata et al., 2024). Oleh karena itu, cara seorang mahasiswi memaknai konten *Marriage is Scary* dapat memengaruhi penilaian nilai diri, peran gender, dan rencana hidup.

Berbagai studi di bidang komunikasi menunjukkan bahwa identitas seseorang terbentuk melalui proses komunikasi sosial yang berjalan terus-menerus dalam konteks tertentu. Studi Jati & Hastasari, (2013) menunjukkan bahwa komunikasi, baik secara lisan maupun nonverbal, sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi individu terhadap diri sendiri, termasuk saat menghadapi stigma, tekanan sosial, dan pengalaman hidup yang rumit. Konsep diri tidak berkembang secara otomatis, tetapi dibentuk melalui proses pewarisan makna dari lingkungan sosial yang dianggap penting, sehingga komunikasi menjadi sarana utama dalam proses internalisasi nilai dan identitas individu. Temuan ini menegaskan bahwa konsep diri bersifat evolutif dan sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial serta cara berkomunikasi yang dialami individu dalam kehidupan sehari-hari.

Selain melalui interaksi tatap muka, penciptaan makna dan tujuan hidup seseorang juga dipengaruhi oleh simbol-simbol yang ditampilkan oleh media. Penelitian Nadhiroh & Wijayanti (2024) menunjukkan bahwa media visual, seperti film pendek, memiliki kemampuan untuk mempresentasikan realitas sosial dan memengaruhi cara orang menafsirkan pilihan hidup. Lewat narasi, simbol, dan hubungan sosial yang ditampilkan, media tidak hanya mengirimkan pesan normatif, melainkan juga menciptakan makna yang mampu memengaruhi sikap, introspeksi diri, dan proses pengambilan keputusan pribadi. Dalam konteks ini, media berperan sebagai arena penciptaan makna yang memungkinkan individu untuk menegosiasikan nilai-nilai sosial dengan pengalaman pribadi. Keterkaitannya dengan penelitian ini terletak di bagaimana konten *Marriage is Scary* di media sosial berfungsi sebagai simbol representasi yang memengaruhi cara mahasiswi memahami pernikahan dan menginternalisasikannya dalam pembentukan konsep diri.

Agar dapat memahami proses pemaknaan itu dengan lebih mendalam, penelitian ini menerapkan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi diterapkan untuk mengerti bagaimana seseorang menafsirkan pengalaman subjektifnya dalam situasi sosial tertentu. Fenomenologi menekankan bahwa kenyataan sosial tidak ada secara objektif, melainkan dibentuk melalui kesadaran dan pengalaman hidup individu. Dalam studi tentang komunikasi, metode ini memfasilitasi peneliti untuk menyelidiki arti yang diberikan individu terhadap pesan, simbol, dan cerita yang ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini, fenomenologi diterapkan untuk mendalami cara mahasiswi menginterpretasikan konten *Marriage is Scary* berdasarkan pengalaman, perasaan, dan refleksi pribadi. Pendekatan ini penting karena makna rasa takut terhadap pernikahan tidak bisa dijelaskan hanya dengan mengukur sikap atau persepsi umum, tetapi harus dipahami sebagai pengalaman subjektif yang diinternalisasikan dalam pembentukan identitas diri. Fenomenologi memungkinkan penelitian ini menghubungkan kajian tentang representasi media digital dengan proses pembentukan identitas pribadi mahasiswi.

Meskipun berbagai penelitian berhasil menjelaskan faktor penyebab kecemasan dan persepsi negatif tentang pernikahan, semuanya masih berhenti pada level persepsi umum dan belum mengkaji bagaimana narasi digital seperti *Marriage is Scary* dimaknai secara personal dan diinternalisasikan ke

dalam pembentukan konsep diri, khususnya pada mahasiswi sebagai kelompok yang paling banyak mengonsumsi bahasan diskusi ini. Selain itu, belum ada penelitian yang meneliti fenomena ini dalam konteks budaya kampus lokal seperti FISHUM UMKLA. Ini membuka ruang baru bagi penelitian yang berfokus pada pemaknaan konten *Marriage is Scary* kaitannya dengan konsep diri mahasiswi, bukan sekadar ketakutan pernikahan secara umum. Penelitian ini menawarkan kebaruan melalui eksplorasi pemaknaan konten *Marriage is Scary* dalam pembentukan konsep diri mahasiswi FISHUM UMKLA menggunakan pendekatan kualitatif. Fokus ini berbeda dari penelitian terdahulu yang hanya menyoroti persepsi umum terhadap ketakutan pernikahan, tanpa melihat bagaimana narasi digital yang diinternalisasikan menjadi bagian identitas personal dalam konteks budaya kampus lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini dipilih agar dapat mengeksplorasi pengalaman pribadi mahasiswi dalam memahami makna konten *Marriage is Scary* dan menggambarkan hubungannya dengan proses pembentukan konsep diri. Subjek penelitian ini adalah 10 mahasiswi aktif FISHUM UMKLA yang secara aktif menggunakan media sosial dan pernah terpapar atau berinteraksi dengan konten *Marriage is Scary*. Pemilihan informan yang seluruhnya berasal dari FISHUM UMKLA didasarkan pada temuan awal peneliti bahwa fenomena tersebut menjadi salah satu topik yang cukup intens diperbincangkan di lingkungan kampus khususnya lingkungan FISHUM, baik dalam interaksi langsung maupun melalui media digital. Selain itu, pemilihan 10 informan dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat keterlibatan dan keaktifan informan dalam membicarakan isu pernikahan dan relasi di media sosial maupun dalam lingkungan pergaulan. Informan yang dipilih merupakan individu yang dianggap memiliki pengalaman dan refleksi yang lebih mendalam terkait fenomena *Marriage is Scary*, sehingga mampu memberikan data yang kaya dan bermakna sesuai dengan pendekatan fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian, pemilihan lokasi penelitian tidak dimaksudkan untuk menggeneralisasi fenomena, melainkan untuk menggali secara mendalam pengalaman dan pemaknaan dalam konteks sosial tertentu.

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan dengan menggunakan *Google Form* yang disusun dalam bentuk pertanyaan terbuka. Instrumen wawancara bertujuan untuk mempelajari pengalaman pribadi partisipan dan bagaimana mahasiswi memaknai konten *Marriage is Scary*, serta bagaimana hal itu berdampak pada pemahaman mahasiswi tentang diri sendiri. Pengalaman dengan paparan konten, respons emosional dan kognitif, refleksi diri, dan perubahan perspektif tentang pernikahan dan identitas diri adalah fokus pertanyaan. Wawancara dilakukan dalam dua tahap menggunakan *Google Form*. Pada tahap pertama, pertanyaan eksploratif digunakan untuk menggambarkan pengalaman umum para partisipan. Untuk mendapatkan makna yang lebih mendalam, dalam tahap kedua, pertanyaan probing atau pendalaman dikirim secara individual berdasarkan jawaban awal peserta. Ini dilakukan berdasarkan prinsip fenomenologi. Metode langkah demi langkah ini digunakan untuk memastikan bahwa makna subjektif yang muncul tidak terbatas pada deskripsi permukaan. Memungkinkan partisipan menuliskan pengalaman mahasiswi secara jujur dan tanpa tekanan interaksi langsung, penggunaan *Google Form* dipilih untuk memberikan ruang untuk refleksi pribadi yang lebih bebas. Setelah memberikan persetujuan penelitian, setiap peserta mengisi formulir secara anonim dan sukarela. Setelah menemukan pernyataan yang memerlukan klarifikasi, peneliti melanjutkan melalui wawancara pribadi untuk menjelaskan konteks jawaban. Untuk mendukung proses interpretasi dan triangulasi sumber data, peneliti juga mengumpulkan dokumentasi dan tangkapan layar konten digital *Marriage is Scary* dari partisipan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari pengumpulan data, didapatkan sepuluh informan mahasiswi disajikan dalam bab ini. Informan berasal dari semester tiga dan lima serta berusia antara 19-22 tahun. Mahasiswi berasal dari tiga program studi yaitu Komunikasi, Manajemen, dan Akuntansi. Karakteristik informan tersebut menunjukkan bahwa responden berada di fase perkembangan dewasa awal, saat mulai memperhatikan masalah relasi interpersonal dan pernikahan.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Informan	Umur	Semester	Prodi
RWH	19	3	Ilmu Komunikasi
DPP	19	5	Manajemen
SRPS	20	3	Ilmu Komunikasi
IRF	20	5	Manajemen
BJ	20	5	Manajemen
FR	20	5	Manajemen
MDR	21	5	Akuntansi
NBS	21	5	Ilmu Komunikasi
AO	22	5	Akuntansi
FP	22	5	Akuntansi

Sumber: Olah data penelitian

Analisis menunjukkan meskipun ada variasi dalam cara informan memahami representasi pernikahan di media sosial, terdapat pola makna yang cukup konsisten di antara mahasiswi. Paparan konten digital yang menggambarkan pernikahan sebagai pengalaman berisiko tidak dipahami dengan cara yang sama, tetapi ditafsirkan melalui pengalaman pribadi, konteks sosial, serta tahap perkembangan identitas yang tengah dialami. Media sosial tidak beroperasi dengan cara yang pasti, melainkan berfungsi sebagai ruang simbolik yang mendorong proses penilaian diri dan tawar-menawar makna.

Seperti pada Tabel 2, makna yang didasarkan pada ketakutan muncul sebagai reaksi utama dalam konsumsi konten negatif mengenai konflik rumah tangga dan pengalaman sosial di sekitarnya. Namun, hasil ini tidak langsung mengindikasikan penolakan sepenuhnya pada lembaga pernikahan. Sebaliknya, media sosial berfungsi sebagai agen pembentuk makna yang mendorong mahasiswi untuk mengevaluasi kembali kesiapan diri, peran gender, dan akibat hubungan jangka panjang. Hal ini terlihat dari tanggapan konsep diri yang berkembang menuju strategi penanggulangan, seperti menjadi lebih selektif, waspada, dan fokus pada persiapan diri sebelum menikah.

Tabel 2. Temuan Utama Pola Pemaknaan Konten *Marriage is Scary*

Temuan Utama	Deskripsi	Responden Dominan
<i>Fear-based Meaning</i>	Ketakutan muncul karena paparan konten negatif & pengalaman sosial	1,5, 8, 9
<i>Media Influence on Identity</i>	Media menjadi agen konstruksi persepsi pernikahan	Hampir semua
<i>Self-Concept Response</i>	Identitas berkembang lewat <i>coping</i> (selektif, hati-hati, mempersiapkan diri)	1, 3, 4, 6, 10
<i>Emotional vs Rational Interpretation</i>	Ada yang terpengaruh emosional, ada yang tetap rasional	2,3 vs 5,8

Sumber: olah data penelitian.

Temuan juga mengindikasikan adanya perbedaan dalam cara interpretasi antara informan yang memberikan respons emosional dan yang lebih banyak berpegang pada penalaran rasional. Informan yang terjangkit emosi biasanya menginternalisasi narasi negatif sebagai gambaran kenyataan masa depan, sementara informan yang berpikiran rasional menganggap konten itu sebagai informasi sebagian yang perlu diseleksi. Perbedaan ini menekankan bahwa proses penafsiran bersifat subjektif dan tidak dapat dipisahkan dari latar belakang pengalaman serta kemampuan reflektif setiap individu. Tabel 3 menunjukkan bahwa *Marriage is Scary* dipahami bukan hanya sebagai tren media sosial, tetapi juga sebagai fenomena sosial yang berfungsi dalam konteks mahasiswi Gen Z yang sedang berada di fase eksplorasi identitas. Penyajian konten konflik rumah tangga, algoritma platform yang menonjolkan kisah trauma, serta rendahnya literasi digital berperan dalam stereotip negatif pernikahan. Akibatnya tidak hanya timbul ketakutan untuk menikah, tetapi juga perubahan dalam cara melihat diri, seperti munculnya rasa ragu, sikap defensif, dan keterlambatan dalam mengambil keputusan untuk menikah.

Tabel 3. Hubungan Antara Tema dalam Pemaknaan Konten *Marriage is Scary*

Fenomena	Kondisi Penyebab	Konteks	Konsekuensi	Strategi Coping
<i>Marriage is Scary</i>	Paparan konflik rumah tangga, media sosial, pengalaman lingkungan	Mahasiswa Gen Z yang sedang membentuk identitas diri	Ketakutan menikah, kecemasan masa depan, perubahan konsep diri	Self-improvement, filtering content, menunda pernikahan
Representasi pernikahan di media sosial	Algoritma platform, tren konten trauma/ <i>failure stories</i>	Minim edukasi & literasi digital	Generalisasi negatif, bias persepsi	Literasi digital, dukungan sosial
Pembentukan konsep diri	Tekanan budaya, standar kesuksesan & pasangan ideal	Proses pencarian jati diri Gen Z	Self-doubt, proteksi diri, selektif memilih pasangan	Fokus pada stabilitas personal dan karier

Sumber : olah data penelitian

Walaupun begitu, hasil ini juga mengindikasikan bahwa mahasiswi tidak sepenuhnya bersikap pasif pada dampak media. Strategi *coping* seperti pengembangan diri, penyaringan informasi, peningkatan literasi digital, serta penekanan pada kestabilan pribadi dan karier menjadi wujud agensi dalam menanggapi narasi negatif itu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterkaitan antara media sosial, interpretasi, dan pengembangan konsep diri bersifat dinamis, di mana individu aktif berperan dalam merundingkan makna serta arah identitasnya. Hasil analisis menunjukkan bahwa, meskipun ada perbedaan dalam persepsi informan pada representasi pernikahan di media sosial menunjukkan adanya kecenderungan umum.

Fenomena *Marriage is Scary* dalam studi ini tidak hanya dipahami sebagai ungkapan ketakutan pada lembaga pernikahan, tetapi juga sebagai wadah refleksi bagi mahasiswi Gen Z untuk mengevaluasi kesiapan diri dari segi emosional, finansial, dan moral. Penelitian ini mengindikasikan bahwa eksposur konten di media sosial berperan sebagai ruang simbolik, di mana makna pernikahan dibuat, dinegosiasikan, dan diinternalisasikan ke dalam pengertian diri. Sejalan dengan perspektif Stuart Hall tentang representasi media, konten *Marriage is Scary* tidak hanya merefleksikan realitas sosial, tetapi juga berkontribusi pada cara individu memahami dan menafsirkan pernikahan dalam konteks identitas pribadi.

Pada pembentukan konsep diri, proses makna terjadi melalui interaksi antara pengalaman subjektif para informan dan narasi digital yang diakses. Seperti yang diuraikan oleh Mead dan Rogers, konsep diri terbentuk secara dinamis melalui pewarisan makna dari lingkungan sosial dan simbol-simbol yang relevan. Oleh karena itu, media sosial dalam kajian ini berfungsi sebagai “cermin sosial” yang mendorong mahasiswi untuk menilai posisi, peran gender, dan rencana masa depan. Pembahasan ini menunjukkan bahwa *Marriage is Scary* bukan hanya sekadar wacana kolektif di ruang digital, melainkan juga menjadi pengalaman fenomenologis yang memengaruhi pemahaman mahasiswi pada diri dan masa depannya.

Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, hasil penelitian mengindikasikan bahwa cara mahasiswi memaknai konten *Marriage is Scary* berkembang melalui beberapa tema utama yang saling terhubung. Tema-tema ini mencerminkan proses bagaimana representasi pernikahan di media sosial diinternalisasikan, dinegosiasikan, dan direspon dalam pembentukan identitas diri. Pembahasan selanjutnya dimulai dengan tema yang paling fundamental, yaitu bagaimana pernikahan terlebih dahulu dipahami sebagai sumber kecemasan dan risiko sebelum melanjutkan pada peran media, pengaruh identitas, serta strategi penyesuaian yang dikembangkan oleh mahasiswi.

Tema 1: Pernikahan sebagai Sumber Ketakutan dan Risiko

Sejumlah informan memandang pernikahan sebagai fase kehidupan yang sarat beban tanggung jawab, konsekuensi serius, dan risiko kegagalan. Persepsi ini tidak terbentuk secara instan, melainkan berkembang melalui proses bertahap yang dipengaruhi oleh pengalaman personal serta hasil observasi

realitas sosial di lingkungan sekitar. Dengan demikian, rasa takut yang muncul tidak semata-mata bersifat emosional, tetapi merefleksikan bentuk kesadaran reflektif dalam implikasi jangka panjang dari pernikahan. Namun, dari sudut pandang kritis, muncul pertanyaan apakah pemaknaan tersebut merupakan ekspresi rasionalitas yang matang atau justru generalisasi berlebihan yang bertumpu pada representasi kasus-kasus ekstrem. Temuan ini sekaligus menggugat narasi budaya konvensional yang menempatkan pernikahan sebagai capaian hidup utama bagi perempuan. Dalam konteks ini, mahasiswi Gen Z terlihat berupaya menegosiasikan ulang makna pernikahan, tidak lagi sebagai penanda keberhasilan sosial, melainkan sebagai komitmen hidup yang menuntut kesiapan psikologis, emosional, dan ekonomi. Ketakutan yang diekspresikan tidak menunjukkan penolakan total, melainkan berfungsi sebagai mekanisme perlindungan diri dalam menghadapi keputusan hidup yang dianggap krusial.

Tema 2: Media Sosial sebagai Agen Pembentuk Persepsi dan Pembingkai Realitas

Responden menyatakan bahwa media sosial memiliki kontribusi penting dalam membentuk cara pandang pada pernikahan, meskipun pengaruh tersebut tidak bersifat langsung atau seragam. Sebagian responden menilai paparan konten viral seperti kasus kekerasan dalam rumah tangga, perselingkuhan, dan perceraian yang cenderung memperkuat persepsi negatif dan rasa takut terhadap institusi pernikahan. Di sisi lain, responden lain memandang bahwa media sosial hanya merepresentasikan potongan realitas tertentu sehingga tidak dapat dijadikan rujukan utama dalam memahami pernikahan secara menyeluruh. Dengan demikian, media sosial tidak secara langsung menciptakan realitas sosial, melainkan menonjolkan narasi tertentu melalui praktik framing serta sistem algoritmik yang mengutamakan konten bernuansa sensasional. Dalam konteks ini, muncul kebutuhan untuk meninjau kembali apakah konten yang dikonsumsi responden benar-benar mencerminkan kondisi sosial secara luas atau justru merupakan hasil dari bias kognitif akibat paparan selektif dan terbentuknya ruang gema (*echo chamber*). Apabila kecenderungan tersebut terjadi, maka fenomena *Marriage is Scary* dapat dipahami bukan semata sebagai refleksi realitas sosial, melainkan sebagai konstruksi yang diproduksi dan direproduksi oleh dinamika media digital.

Tema 3: Dampak pada Pembentukan Konsep Diri dan Identitas Gen Z

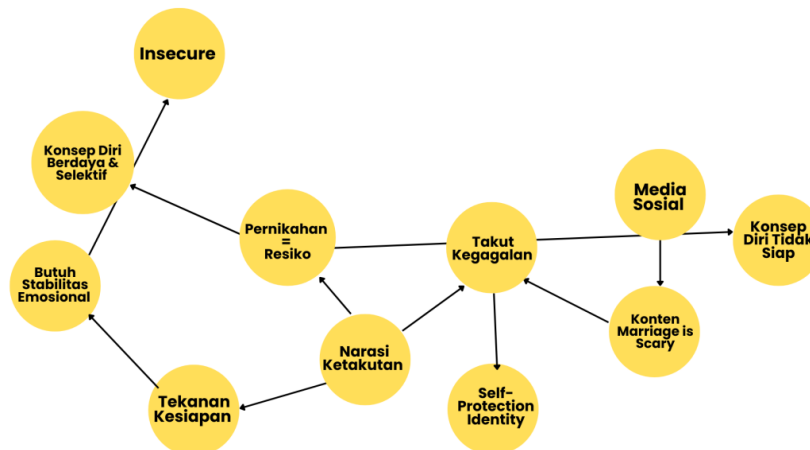
Ketakutan pada institusi pernikahan, baik yang bersumber dari pengalaman personal maupun paparan media, berpengaruh pada dinamika pembentukan konsep diri responden. Sejumlah responden mengadopsi pemaknaan yang cenderung negatif, yang kemudian memunculkan rasa tidak aman, keraguan dalam menentukan pasangan, serta kecemasan tentang masa depan relasional. Sebaliknya, responden lainnya justru menafsirkan fenomena tersebut sebagai dorongan untuk memperkuat identitas personal melalui pengembangan diri, peningkatan kapasitas regulasi diri, serta keputusan menunda pernikahan hingga mencapai kesiapan psikologis dan sosial. Temuan ini mengindikasikan adanya pergeseran pola pembentukan identitas, dari orientasi yang bertumpu pada tuntutan dan validasi sosial menuju identitas reflektif yang menekankan pencapaian dan kesiapan individu. Sikap kritis pada nilai-nilai tradisional dalam konteks ini tidak dapat dipahami semata sebagai bentuk penolakan, melainkan sebagai hasil proses evaluasi rasional yang dilakukan oleh individu dalam kerangka modernitas.

Tema 4: Strategi Coping sebagai Mekanisme Adaptasi Psikologis dan Sosial

Para responden tidak semata-mata berhenti pada rasa takut pada pernikahan, melainkan menunjukkan upaya adaptif melalui berbagai strategi coping. Strategi tersebut meliputi peningkatan kehati-hatian dalam memilih pasangan, penekanan pada pencapaian pendidikan dan karier, pengendalian konsumsi konten media, serta penguatan nilai-nilai spiritual. Pola ini mengindikasikan bahwa fenomena *Marriage is Scary* tidak selalu dimaknai sebagai penolakan pada pernikahan, melainkan sebagai pergeseran sikap menuju proses persiapan yang lebih matang. Dalam kerangka analisis kritis, strategi coping tersebut dapat dipahami sebagai manifestasi agensi generasi Z dalam merespons tekanan kultural dan dominasi narasi negatif di media sosial. Responden tidak berada pada posisi pasif sebagai penerima makna, tetapi secara aktif mengonstruksi penafsiran personal yang selaras dengan kebutuhan dan kondisi hidup.

Penelitian mendapati temuan bahwa mahasiswi FISHUM UMKLA tidak memahami fenomena *Marriage is Scary* dengan benar, menurut hasil wawancara mendalam yang dilakukan melalui *Google Form*. Proses interpretasi subjektif yang dipengaruhi oleh paparan media sosial, pengalaman sosial

yang diamati, dan refleksi pribadi tentang kesiapan diri membentuk makna tersebut. Hasil analisis yang dilakukan dengan metode pengkodean tematik menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai pemicu awal (*trigger*), tetapi bukan satu-satunya faktor yang menentukan ketakutan pernikahan. Responden memiliki reaksi yang beragam dalam pembentukan konsep diri karena aktif terpapar konten tentang makna pernikahan.



Gambar 2. *Network Map* Media-Makna-Konsep Diri

Diagram ini menunjukkan alur kausal dan relasional antara Media, Makna, dan Konsep Diri yang selaras dengan tujuan penelitian. Melalui diagram ini, pembaca dapat melihat secara utuh bagaimana narasi ketakutan yang beredar di media sosial dimaknai sebagai risiko pernikahan, kemudian dinegoisasikan dalam bentuk refleksi diri, kebutuhan stabilitas emosional, hingga pembentukan identitas protektif dan selektif.

Paparan Media

Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengaitkan fenomena *Marriage is Scary* dengan paparan konten media sosial yang menampilkan realitas negatif yang berkaitan dengan pernikahan, seperti perselingkuhan, konflik rumah tangga, kekerasan dalam rumah tangga, dan ketidakstabilan ekonomi. Tidak semua konten dianggap sebagai hiburan, sebaliknya, dianggap sebagai realitas sosial alternatif yang dianggap lebih adil daripada narasi pernikahan ideal yang ada dalam budaya tradisional. Dalam hal ini, media sosial berfungsi sebagai tempat pembelajaran sosial yang menunjukkan ancaman yang mungkin terjadi dalam kehidupan pernikahan. Namun, penting untuk diingat bahwa responden tidak secara pasif menerima pesan media. Temuan menunjukkan fakta bahwa media sosial sering menampilkan gambar ekstrim dan menakutkan dari realitas, yang memicu refleksi daripada kepanikan instan.

Konstruksi Makna *Marriage is Scary*

Hasil coding menunjukkan beberapa konstruksi makna dominan dari pengalaman responden. Ini termasuk persepsi pernikahan sebagai risiko, tanggung jawab besar, dan keputusan yang harus ditunda sampai individu merasa siap. "Seram" tidak selalu dimaksudkan sebagai penolakan pernikahan; itu lebih sering merujuk pada kesadaran akan efek jangka panjang. Ketakutan yang muncul lebih reflektif daripada irasional. Responden menilai bahwa pernikahan tidak dapat dijalani hanya berdasarkan usia atau norma sosial karena memerlukan persiapan mental, emosional, dan finansial yang matang. Oleh karena itu, fenomena *Marriage is Scary* dapat dipahami sebagai proses redefinisi makna pernikahan di kalangan generasi muda yang lebih masuk akal.

Dampak Fenomena pada Pembentukan Konsep Diri

Studi menunjukkan bahwa pembentukan konsep diri mahasiswa dipengaruhi langsung oleh konstruksi makna pernikahan. Beberapa responden mengatakan bahwa rasa tidak aman, atau insecurity, timbul karena kesiapan untuk menjalin hubungan yang bertahan lama. Namun, pada orang lain, fenomena ini justru mendorong identitas diri yang lebih selektif, mandiri, dan berorientasi pada

pertumbuhan. Konsep diri yang terbentuk tidak sama. Sebagian responden mengembangkan identitas perlindungan diri, yang berarti mahasiswa lebih berhati-hati saat memilih pasangan dan membatasi harapan romantis. Selain itu, responden lain menunjukkan konsep diri yang lebih stabil dan rasional, dan menggunakan fenomena ini sebagai alasan untuk mempersiapkan diri secara lebih matang. Ini menunjukkan bahwa media sosial tidak secara langsung membentuk pribadi seseorang; sebaliknya, mahasiswa membentuk pemaknaan subjektif yang dipengaruhi oleh pengalaman sosial dan kesehatan mental setiap orang.

Strategi Coping dan Negoisasi Makna oleh Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden tidak hanya takut. Mahasiswa mengembangkan berbagai metode *coping* untuk mengatasi kecemasan yang disebabkan oleh terlalu banyak berinteraksi dengan konten media sosial. Salah satu bagian dari strategi ini adalah mengurangi paparan narasi negatif dan berkonsentrasi pada pembelajaran dan pengembangan diri. Dalam menghadapi arus informasi digital, strategi ini menunjukkan adanya agensi individu. Fakta bahwa fenomena *Marriage is Scary* tidak sepenuhnya berdampak negatif pada konsep diri seseorang karena responden secara aktif memilih makna dan membentuk sikap pribadi tentang pernikahan.

Sintesis Temuan Penelitian

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi kompleks antara paparan media sosial, pembentukan makna subjektif, dan pembentukan konsep diri menyebabkan fenomena *Marriage is Scary*. Ketakutan tidak selalu bersifat negatif, sebaliknya, itu dapat berfungsi sebagai mekanisme refleksi yang mendorong orang untuk lebih sadar terkait kesiapan mahasiswa dan kualitas hubungan. Fenomena ini menunjukkan perubahan perspektif generasi muda pada pernikahan, sebelumnya mahasiswa melihat pernikahan sebagai institusi normatif, tetapi sekarang melihatnya sebagai keputusan vital yang memerlukan pertimbangan emosi dan akal sehat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pembentukan konsep diri tidak terjadi secara instan. Riset ini menunjukkan bahwa mahasiswi tidak hanya secara pasif menerima cerita *Marriage is Scary*, tetapi juga secara aktif berpikir tentang artinya dan membahasnya sebelum memasukkannya ke dalam konsep diri mereka sendiri. Hal ini mendukung temuan sebelumnya bahwa komunikasi, baik melalui media maupun interaksi langsung, berperan sebagai media utama dalam pembentukan identitas individu. Dalam penelitian ini, konten *Marriage is Scary* berfungsi sebagai representasi simbolik yang menyampaikan informasi dan membentuk cara mahasiswi memahami bahaya, peran gender, dan harapan yang diharapkan dari pernikahan. Meskipun demikian, penelitian ini menunjukkan perbedaan penting tentang pengaruh media tidak selalu hasil. Informasi dalam penelitian ini menunjukkan kemampuan reflektif, yang memungkinkan untuk menyaring, menafsirkan, dan bahkan menolak beberapa makna yang disampaikan media.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena *Marriage is Scary* tidak hanya menimbulkan ketakutan atau ketakutan tentang pernikahan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana refleksi diri yang mendorong konsep diri yang lebih selektif, melindungi, dan siap secara pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa ketakutan yang muncul tidak selalu bersifat disfungsional, sebaliknya, mereka dapat menjadi bagian dari proses pembentukan identitas individu yang konstruktif. Akibatnya, penelitian ini memasukkan fenomena baru *Marriage is Scary* tidak hanya di mata media, tetapi juga sebagai tempat di mana generasi Z membuat konsep diri mereka sendiri.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswi FISHUM UMKLA memberikan banyak arti pada fenomena *Marriage is Scary*, dan mahasiswa tidak hanya melihatnya sebagai penolakan untuk menikah. Media sosial menjadi tempat di mana makna dibentuk, dengan fokus pada cerita tentang masalah dan bahaya dalam pernikahan. Ini membuat orang berpikir lebih dalam tentang lembaga pernikahan itu sendiri. Tetapi, ketakutan yang muncul adalah hasil dari pemikiran dan situasi, bukan reaksi emosional yang tidak masuk akal. Cara mahasiswa memahami konten *Marriage is Scary* berdampak pada cara pandang diri mahasiswi. Ini bisa berupa kekhawatiran dalam hubungan atau penguatan identitas pribadi. Beberapa mahasiswi mulai membangun jati diri yang lebih hati-hati, mandiri, dan memikirkan apakah

mahasiswa siap sebelum menikah. Dengan demikian, fenomena ini menunjukkan bagaimana generasi Z menyesuaikan diri dengan berbagai gambaran yang rumit di media digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Asyari, N. P., & Suksmawati, H. (2025). Tren “*Marriage is Scary*” di *TikTok*: Analisis resepsi perempuan generasi Z. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 11(2), 520–530.
- Fikri, M., Amelia, A. R., & Indonesia, U. A. (2024). Terjebak dalam standar *TikTok*: Tuntutan yang harus diwujudkan. *Studi Kasus Tren Marriage is Scary*, 3(09), 1438–1445.
- Herdiansyah, D., & Khaira, R. (2025). Menyelami persepsi ‘*Marriage is Scary*’ dalam perspektif religius dan emosional di konteks sosial budaya kontemporer serta faktor-faktor yang mempengaruhi: Sebuah literatur review. *Prosiding Konseling Kearifan Nusantara (KKN)*, 4, 605–612.
- Hidayah, N. A., & Sessioni, L. A. (2025). The Impact of the “*Marriage is Scary*” *TikTok* Trend on Gen Z’s Anxiety Toward Marriage. *Psikologi Prima*, 8(1), 185–198.
- Iqbal, M. (2020). *Psikologi pernikahan: Menyelami rahasia pernikahan*. Gema Insani.
- Jati, T. A., & Hastasari, C. (2013). Model Komunikasi Dan Pembentukan Konsep Diri: Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Model Komunikasi Pembimbing dalam Proses Pembentukan Konsep Diri pada Klien di Balai Rehabilitasi Sosial Kartini Tawangmangu. *JURNAL KOMUNITAS*, 2(2).
- Lestari, M., Aimmah, S. L., Cahyadi, S. F., Putri, K., & Mustofa, M. M. (2024). Bagaimana fenomena ‘*Marriage is Scary*’ dalam pandangan perempuan generasi Z. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Ar-Rahman*, 10(2), 278–291.
- Nadhiroh, M. I., & Wijayanti, T. N. T. (2024). Analisis Makna Dakwah Film Pendek “Hijab dari Masa Depan” di Channel YouTube Film Maker Muslim. *JURNAL KOMUNITAS*, 10(2), 12–17.
- Oktaviani, D. (2025). Analysis Of The *Marriage Is Scary* Phenomenon Among Generation Z. *Sahaja: Journal Sharia and Humanities*, 4(1), 422–439.
- Riska, H., & Khasanah, N. (2023). Faktor yang memengaruhi fenomena menunda pernikahan pada generasi Z. *Indonesian Health Issue*, 2 (1), 48–53.
- Riswandi, R., Surahman, C., & Nugraha, R. H. (2025). Analisis Perspektif Mahasiswa Muslim Gen-Z terhadap Isu *Marriage is Scary*. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Indonesia (JPPI)*, 5(1), 10–25.
- Sawitri, N. M. A., & Chusumastuti, D. (2021). Peran media sosial *TikTok* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan masker kecantikan Yeppeoskin. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 92–100.
- Shavelson, R. J., & Bolus, R. (1982). Self concept: The interplay of theory and methods. *Journal of Educational Psychology*, 74(1), 3.
- Shavelson, R. J., Hubner, J. J., & Stanton, G. C. (1976). Self-concept: Validation of construct interpretations. *Review of Educational Research*, 46(3), 407–441.
- Sholichah, I. M., Putri, D. M., & Setiaji, A. F. (2023). *Representasi Budaya Banyuwangi Dalam Banyuwangi Ethno Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall*. *Education: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 3 (2), 32–42.
- Sugitanata, A., Hasan, F., & Aminah, S. (2024). Efek Cermin Digital: Fenomena di Media Sosial yang Mempengaruhi Konstruksi Diri Perempuan. *Fatayat Journal of Gender and Children Studies*, 2(1), 9–23.
- Syam, S. (2023). Pemicu Media Sosial Dan Pengaruhnya Akibat Perselingkuhan: Fenomena Dalam Kehidupan Keluarga. *Al-Usrah: Jurnal Al Ahwal As Syakhsyah*, 11(1).
- Tirta, K. D., & Arifin, S. N. (2025a). Studi Fenomenologi: *Marriage is Scary* Pada Generasi Z. *Terapeutik: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 8(3), 12–20.

- Tirta, K. D., & Arifin, S. N. (2025b). Studi Fenomenologi: *Marriage is Scary* Pada Generasi Z. *Terapeutik: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 8(3), 12–20.
- Wahyudi, F. D., Damanik, F. H. S., Nur, R. J., Pujiriyani, D. W., Abdulhadi, D., Sawitri, I., Sabariman, H., Daulay, H., Kusumastuti, S. Y., & Indah, P. D. P. (2026). *Sosiologi gender: Teori, dinamika, dan isu kontemporer*. Star Digital Publishing.