

Analisis Pengaruh *Fear of Marriage* terhadap Intensi Penundaan Pernikahan Generasi Z di Kota Semarang

Deanita Bella Putri Marennu¹, Nadia Itona Siregar²

^{1,2} Universitas Dian Nuswantoro, Indonesia

^{*)} Surel Korespondensi: deanitabella07@gmail.com

Kronologi Naskah: diterima 16 Mei 2026; direvisi 12 Juni 2026; diputuskan 21 Juni 2026

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi mendorong Generasi Z di Indonesia menjadi kelompok yang sangat rentan terpapar konten digital. Di ruang public virtual, maraknya tren narasi "*Marriage is Scary*" memicu fenomena *fear of marriage* (gamophobia) berupa kecemasan ekstrem terhadap tanggung jawab finansial dan risiko emosional pasca-menikah. Kondisi ini berkaitan erat dengan penurunan angka pernikahan yang tajam, termasuk di Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *fear of marriage* terhadap intensi penundaan pernikahan pada Generasi Z di Kota Semarang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi penelitian berfokus pada Generasi Z yang berada pada rentang usia 20-29 tahun di Kota Semarang dengan jumlah populasi sebanyak 257.078 jiwa dan sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden, diambil dengan teknik *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan melalui teknik penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan Generasi Z di Kota Semarang. Sementara itu, data sekunder diperoleh menggunakan teknik studi pustaka. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dengan koefisien regresi (B) sebesar 0,340. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,132 menunjukkan bahwa *fear of marriage* mampu menjelaskan 13,2% variasi intensi penundaan pernikahan. Dengan demikian, semakin tinggi *fear of marriage* yang dimiliki individu, semakin tinggi pula kecenderungannya untuk menunda pernikahan.

Kata Kunci: *fear of marriage*; generasi Z; penundaan pernikahan; terpapar media.

Abstract

The development of information technology has made Generation Z in Indonesia a group highly vulnerable to exposure to digital content. In the virtual public space, the rise of the "Marriage is Scary" narrative trend triggers the phenomenon of fear of marriage (gamophobia), characterized by extreme anxiety toward financial responsibilities and emotional risks post-marriage. This condition is closely related to the sharp decline in marriage rates, including in the city of Semarang. This study aims to analyze the influence of fear of marriage on the intention to delay marriage among Generation Z in Semarang City. The research method used is quantitative with a survey approach. The research population focuses on Generation Z aged 20-29 years in the city of Semarang, with a total population of 257,078 individuals and a sample of 100 respondents taken using a purposive sampling technique. Primary data was collected through the technique of distributing questionnaires to respondents who are part of Generation Z in the city of Semarang. Meanwhile, secondary data were obtained using the literature study technique. Data analysis was conducted using simple linear regression analysis with the aid of IBM SPSS software version 25. The results of this study show a significance value of 0.000 (< 0.05) with a regression coefficient (B) of 0.340. The coefficient of determination (R^2) value of 0.132 indicates that fear of marriage can explain 13.2% of the variation in the intention to postpone marriage. Thus, the higher the fear of marriage an individual has, the greater their tendency to postpone marriage.

Keywords: *fear of marriage*; generation Z; marriage delay; media exposure.

Pendahuluan

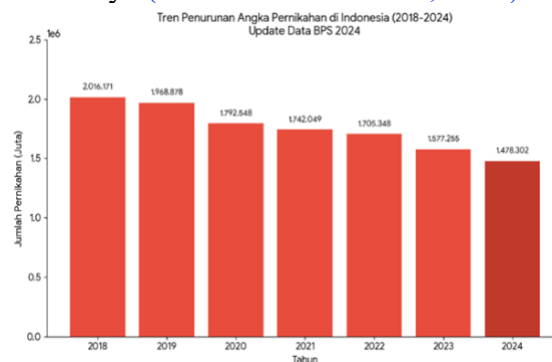
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong masyarakat untuk semakin mengandalkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk berkomunikasi maupun mencari informasi (Davina *et al.*, 2025). Media digital kini menjadi ruang publik baru yang memungkinkan akses informasi secara cepat sekaligus wadah ekspresi diri individu dalam menyampaikan pandangannya secara terbuka (Wahyuni & Fajarini, 2025; Sariswara *et al.*, 2025). Bagi Generasi Z, platform media sosial seperti Instagram, X, dan TikTok menjadi ruang untuk mengekspresikan rasa cemas dan ketakutan terhadap pernikahan melalui narasi “*Marriage is Scary*” yang sering berakar pada representasi tanggung jawab yang berat (Tiffany *et al.*, 2024). Generasi Z mendominasi pengguna internet di Indonesia dengan tingkat penetrasi mencapai 87,02% sehingga menjadi kelompok yang paling rentan terpapar konten digital (Nathania & Hartanti, 2025).

Fenomena “*Marriage is Scary*” ini berkaitan erat dengan konsep *fear of marriage*, yaitu kondisi di mana seseorang merasa takut terhadap institusi pernikahan atau komitmen jangka panjang (Widhyastuti *et al.*, 2024). Kondisi tersebut diperkuat oleh media sosial yang kerap menampilkan narasi kegagalan pernikahan, sehingga meningkatkan rasa takut dan keraguan Generasi Z terhadap pernikahan (Satriyanto & Oktaviani, 2025; Yuliasari *et al.*, 2025).

Media sosial tidak sekadar menjadi sarana distribusi informasi, melainkan juga berkontribusi dalam proses pembentukan dan pembingkai realitas melalui penggunaan simbol, citra, dan narasi yang disampaikan kepada khalayak (Prisilia *et al.*, 2025). Ketika individu terus menerus terpapar pada konten yang menyoroti perceraian, perselingkuhan, konflik rumah tangga, dan kegagalan pernikahan, mereka dapat mengonstruksi persepsi bahwa pernikahan merupakan institusi yang penuh risiko dan berpotensi menimbulkan berbagai konsekuensi negatif. Persepsi yang terbentuk melalui proses konstruksi sosial

tersebut dapat memperkuat *fear of marriage* dan pada akhirnya memengaruhi intensi Generasi Z untuk menunda pernikahan. Paparan informasi mengenai kegagalan rumah tangga di media digital dapat memengaruhi cara individu memaknai pernikahan. Hal ini sejalan dengan penelitian Haqqi *et al.*, (2025) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap aspek psikologis dan perilaku pengguna, sehingga aktivitas di media sosial dapat membentuk cara individu mengekspresikan diri dan merespon berbagai pengalaman sosial yang mereka hadapi. Informasi tersebut kemudian membentuk persepsi dan kekhawatiran terhadap kehidupan pernikahan (Ramadhani & Purnamasari, 2025).

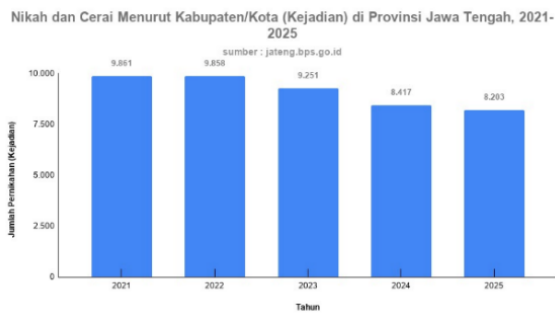
Fenomena meningkatnya kekhawatiran terhadap pernikahan tercermin dalam tren penurunan angka pernikahan di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah pernikahan mengalami penurunan yang signifikan, dari 1.705.348 pada tahun 2022 menjadi 1.478.302 pernikahan pada tahun 2024. Angka tersebut menunjukkan kondisi lebih rendah dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik, 2025).



Gambar 1 Grafik Penurunan Angka Pernikahan di Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Tren serupa juga terjadi secara lokal di Kota Semarang yang mencatat penurunan angka pernikahan hanya mencapai 8.203 hingga tahun 2025, angka tersebut menurun dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, 2025).



Gambar 2 Grafik Penurunan Angka Pernikahan di Kota Semarang
Sumber: Jateng.bps.go.id

Kondisi tersebut mengindikasikan adanya perubahan nilai di kalangan Generasi Z, yang memandang pernikahan sebagai tahapan kehidupan dengan tanggung jawab emosional dan finansial yang lebih kompleks. Rahmawati, (2025) menunjukkan bahwa media sosial berperan dalam membentuk persepsi individu mengenai pernikahan. Sementara itu, Sukri, (2024) menemukan bahwa fenomena *fear of marriage* cukup banyak dialami oleh Generasi Z. Namun, kedua penelitian tersebut belum secara spesifik menguji hubungan *fear of marriage* dengan intensi penundaan pernikahan pada Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis pengaruh *fear of marriage* terhadap intensi penundaan pada Generasi Z di Kota Semarang. Berdasarkan tujuan tersebut, hipotesis yang diajukan adalah adanya pengaruh *fear of marriage* terhadap intensi penundaan pernikahan pada Generasi Z di Kota Semarang.

Tinjauan Pustaka *Fear of Marriage*

Fear of marriage merupakan kondisi yang ditandai dengan adanya ketakutan terhadap pernikahan. Kondisi ini dapat berkembang sebagai akibat dari pengalaman buruk atau trauma yang pernah dialami individu di masa lalu (Lestari & Herdiana, 2026). Dalam mengukur tingkat *fear of marriage*, penelitian ini merujuk pada skala pengukuran *Lebanese fear of relationship commitment scale* (2019) dalam Mulyani et al., (2024) dengan indikator pengukurannya yaitu takut salah memilih pasangan, khawatir tidak bisa mengejar cita-cita setelah menikah, cemas dalam masalah

keuangan bersama pasangan, ketakutan akibat latar belakang keluarga yang bermasalah, dan memiliki trauma di masa lalu. Dalam penelitian ini, *fear of marriage* berperan sebagai variabel independen (X) yang diduga memengaruhi intensi Generasi Z untuk menunda pernikahan. Semakin tinggi tingkat *fear of marriage* yang dimiliki individu, semakin besar kemungkinan munculnya kecenderungan untuk menunda pernikahan.

Penundaan Pernikahan (*Marriage Postponement Intention Scale*)

Intensi penundaan pernikahan merupakan kecenderungan individu untuk menunda keputusan menikah hingga waktu yang dianggap lebih tepat berdasarkan pertimbangan pribadi maupun sosial. P. Siagian, menjelaskan pengambilan keputusan sebagai pendekatan sistematis dalam menyikapi suatu permasalahan, dengan melibatkan pengumpulan fakta serta data guna mengevaluasi berbagai alternatif dan tindakan yang mungkin akan dilakukan (Nitanto et al., 2024). Skala pengukuran pengambilan keputusan dalam penelitian ini merujuk pada model yang dikembangkan oleh Liu (2015) dalam Bashir et al., (2024) yaitu *Model General Attitudes toward Marriage Scale* (GAMS), dan *Model Aspect of Marriage Scale* (AMS) dengan indikator pengukurannya yaitu sikap positif terhadap pernikahan, keraguan terhadap pernikahan, kepercayaan, penyelesaian diri, dan kompatibilitas untuk pernikahan. Dalam penelitian ini, intensi penundaan pernikahan berperan sebagai variabel dependen (Y) yang digunakan untuk menggambarkan kecenderungan individu dalam menunda pernikahan sebagai hasil dari pertimbangan yang dimiliki.

Media Exposure Theory (Terpaan Media)

Menurut Ardianto (2014) dalam Jayamahe & Nuraeni, (2025) terpaan media merupakan aktivitas penerimaan pesan melalui media sosial melalui proses melihat, mendengar, dan membaca, serta melibatkan perhatian dan pengalaman individu maupun kelompok terhadap pesan yang diterima. Pengukuran paparan media dilakukan guna

memahami pola konsumsi media oleh audiens, yang meliputi jenis media yang digunakan, intensitas atau frekuensi penggunaan, serta lamanya waktu yang dihabiskan dalam menggunakan media tersebut. Adapun jenis media yang dimaksud mencakup media audio, audiovisual, cetak, dan internet (Sumampouw, 2023). Dalam penelitian ini, teori terpaan media digunakan untuk menjelaskan bagaimana paparan informasi mengenai pernikahan di media digital dapat memengaruhi pemaknaan Generasi Z terhadap pernikahan dan berpotensi memunculkan *fear of marriage*.

Perspektif Sosiologi Komunikasi

Menurut Berger & Luckmann (1966) dalam Prisilia et al., (2025) perspektif sosiologi komunikasi memandang bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses interaksi dan komunikasi antar manusia, bukan sebagai sesuatu yang bersifat objektif dan tetap. Dalam konteks media digital, berbagai informasi dan narasi yang beredar di media sosial dapat memengaruhi cara individu memaknai suatu fenomena sosial, termasuk pernikahan. Dalam penelitian ini, perspektif ini digunakan untuk memahami bagaimana paparan informasi mengenai pernikahan di media digital membentuk pemaknaan Generasi Z terhadap institusi pernikahan, sehingga dapat memengaruhi munculnya *fear of marriage* dan intensi penundaan pernikahan. Melalui proses eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi, berbagai narasi mengenai pernikahan yang beredar di media digital dapat diterima sebagai realitas sosial oleh Generasi Z, sehingga memengaruhi cara mereka memandang pernikahan dan mengambil keputusan terkait pernikahan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menetapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian terdiri atas Generasi Z yang berdomisili di Kota Semarang, dengan jumlah sebanyak 257.078 jiwa pada rentang usia 20-29 tahun (Badan Pusat Statistik Kota Semarang, 2024). Menurut Sugiyono (2017) dalam Husen, (2023) sampel adalah sejumlah anggota populasi yang dipilih karena memiliki

karakteristik tertentu yang dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi populasi secara umum. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria sebagai berikut; (1) Generasi Z usia 20-29 tahun, (2) Berdomisili di Kota Semarang, (3) Pernah mengakses atau melihat konten bertema pernikahan, konflik rumah tangga, maupun narasi "*Marriage is Scary*" di media sosial setidaknya sekali. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. Menurut Sugiyono (2017), rumus tersebut merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian kuantitatif (Husen, 2023). Perhitungan rumus Slovin menggunakan margin error sebesar 10% sehingga hasilnya diperoleh 100 responden. Penggunaan margin error 10% dipertimbangkan berdasarkan besarnya populasi penelitian serta keterbatasan waktu dan akses responden dalam pengumpulan data. Selain itu, berdasarkan Sugiyono (2015) dalam Maulani, (2024) tingkat margin error 10% masih dapat diterima dalam penelitian sosial untuk memperoleh gambaran umum fenomena yang di teliti.

Variabel independen pada penelitian ini adalah *fear of marriage* yang diukur menggunakan skala *Lebanese Fear of Marriage Relationship Commitment Scale* (2019) dalam Mulyani et al., (2024) yang meliputi indikator; takut salah memilih pasangan, khawatir tidak bisa mengejar cita-cita setelah menikah, cemas dengan masalah keuangan bersama pasangan, ketakutan akibat latar belakang keluarga yang bermasalah, dan memiliki trauma di masa lalu. Sementara itu, variabel dependen adalah intensi penundaan pernikahan yang dioperasionalisasikan melalui *Marriage Postponement Intention Scale* dengan indikator; sikap positif terhadap pernikahan, keraguan terhadap pernikahan, kepercayaan, penyelesaian diri, dan kompatibilitas untuk menikah (Bashir et al., 2024).

Sebelum ditetapkan dalam penelitian, instrumen penelitian diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas untuk menjamin kelayakan penggunaannya. Hasil

pengujian tersebut ditampilkan pada Tabel berikut.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Jml. Item	Rentang r-hitung	r-tabel	Ket.
<i>Fear of Marriage</i>	25	0,421 – 0,876	0,2319	Valid
Penundaan Pernikahan	25	0,438 – 0,860	0,2319	Valid

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jml. Indikator	Rentang Cronbach Alpha	Ket.
<i>Fear of Marriage</i>	5	0,826 – 0,926	Reliabel
Penundaan Pernikahan	5	0,806 – 0,880	Reliabel

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistic deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden serta tingkat masing-masing variabel. Selain itu, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh *fear of marriage* terhadap intensi penundaan pernikahan. Proses pengolahan data dilakukan dengan bantuan IBM SPSS *Statistics* versi 25.

Hasil dan Pembahasan

Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada Generasi Z di Kota Semarang menghasilkan temuan penelitian yang selanjutnya disajikan sebagai berikut.

Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan 100 responden Generasi Z di Kota Semarang yang berada pada rentang usia 20-29 tahun dan merupakan pengguna aktif media digital. Distribusi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ditampilkan pada Tabel berikut.

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	44	44%
Perempuan	56	56%
Total	100	100%

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Berdasarkan data yang disajikan, responden penelitian didominasi oleh

perempuan sebanyak 56 orang (56%), sedangkan laki-laki tercatat sebanyak 44 orang (44%). Hal ini mengindikasikan bahwa kelompok perempuan cenderung lebih responsif dalam memberikan pandangan terkait fenomena penundaan pernikahan serta lebih aktif terlibat dalam diskursus mengenai isu relasi personal di ruang digital.

Selain itu, karakteristik responden berdasarkan kategori usia menunjukkan variasi yang cukup representatif. Rincian data dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Kelompok Usia	Frekuensi	Presentase
20-24 tahun	93	93%
25-29 tahun	7	7%
Total	100	100%

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia 20-24 tahun (93%), sedangkan kelompok usia 25-29 tahun hanya 7%. Dominasi kelompok dewasa awal (*early adulthood*) tersebut menunjukkan bahwa responden berada pada tahap transisi dari pendidikan tinggi menuju dunia kerja, sehingga isu perencanaan dan penundaan pernikahan menjadi relevan untuk dikaji pada Generasi Z di Kota Semarang.

Tingkat *Fear of Marriage* pada Generasi Z di Kota Semarang

Hasil penelitian mengenai tingkat *fear of marriage* pada Generasi Z di Kota Semarang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5 Distribusi Presentase Variabel *Fear of Marriage*

Indikator & Jenis Kelamin	Rendah	Sedang	Tinggi
Takut Salah Pilih Pasangan			
Laki-laki	9%	43%	48%
Perempuan	0%	36%	64%
Total (N=100)	4%	39%	57%
Khawatir Tidak Bisa Mengejar Cita-Cita Setelah Menikah			
Laki-laki	36%	45%	18%
Perempuan	16%	57%	27%
Total (N=100)	25%	52%	23%
Cemas Dengan Masalah Keuangan Bersama			
Laki-laki	11%	30%	59%
Perempuan	0%	39%	61%
Total (N=100)	5%	35%	60%

Ketakutan Akibat Latar Belakang Keluarga Yang Bermasalah			
Laki-laki	27%	50%	23%
Perempuan	21%	50%	29%
Total (N=100)	24%	50%	26%
Memiliki Trauma Di Masa Lalu			
Laki-laki	41%	39%	20%
Perempuan	36%	41%	23%
Total (N=100)	38%	40%	22%

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Analisis deskriptif terhadap 100 responden Generasi Z di Kota Semarang menunjukkan adanya kecemasan psikososial dan kognitif terhadap pernikahan, dengan kelompok perempuan secara konsisten mendominasi tingkat ketakutan di setiap dimensi. Berdasarkan Tabel diatas, dua indikator utama yang menempati kategori “tinggi” secara signifikan adalah kecemasan masalah keuangan sebesar 60% (perempuan 61%, laki-laki 59%) dan ketakutan salah memilih pasangan sebesar 57% (perempuan 64%, laki-laki 48%). Temuan ini mengungkapkan bahwa stabilitas finansial serta rasa aman secara emosional menjadi pertimbangan dominan Generasi Z dalam membentuk pandangan terhadap pernikahan.

Temuan tersebut selaras dengan teori terpaan media, di mana narasi “*Marriage is Scary*”, seperti narasi kegagalan rumah tangga, dan konflik finansial, memperkuat ketakutan personal responden. Akumulasi pengalaman pribadi serta paparan konten negative di media sosial turut membentuk persepsi Generasi Z bahwa pernikahan merupakan institusi yang berisiko tinggi.

Gambaran Intensi Penundaan Pernikahan pada Generasi Z di Kota Semarang

Distribusi hasil penelitian mengenai intensi penundaan pernikahan pada Generasi Z di Kota Semarang disajikan pada tabel berikut.

Tabel 6 Distribusi Presentase Variabel Penundaan Pernikahan

Indikator & Jenis Kelamin	Rendah	Sedang	Tinggi
Sikap Positif Terhadap Pernikahan			
Laki-laki	5%	20%	75%
Perempuan	2%	14%	84%
Total (N=100)	3%	17%	80%
Keraguan Terhadap Pernikahan			
Laki-laki	14%	41%	45%
Perempuan	4%	57%	39%

Total (N=100)	8%	50%	42%
Kepercayaan			
Laki-laki	5%	20%	75%
Perempuan	0%	16%	84%
Total (N=100)	2%	18%	80%
Penyelesaian Diri			
Laki-laki	2%	23%	75%
Perempuan	2%	25%	73%
Total (N=100)	2%	24%	74%
Kompatibilitas Untuk Menikah			
Laki-laki	2%	36%	61%
Perempuan	0%	27%	73%
Total (N=100)	1%	31%	68%

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Berdasarkan data diatas, intensi penundaan pernikahan pada Generasi Z di Kota Semarang berada pada tingkat yang sangat tinggi di seluruh dimensi, dengan dominasi konsisten pada kelompok perempuan. Indikator sikap positif terhadap pernikahan dan kepercayaan mencatat angka tertinggi pada kategori “tinggi” sebesar 80% (perempuan 84%, laki-laki 75%). Temuan ini menunjukkan bahwa sikap positif dan kepercayaan terhadap pernikahan tidak selalu mendorong keinginan untuk segera menikah, melainkan menjadi bagian dari evaluasi kesiapan memasuki kehidupan pernikahan. Dengan demikian, penundaan pernikahan lebih mencerminkan upaya mempersiapkan komitmen secara matang daripada penolakan terhadap pernikahan.

Kondisi tersebut diperkuat oleh tingginya indikator kompatibilitas untuk menikah yaitu sebesar 68% (perempuan 73%, laki-laki 61%) dan penyelesaian diri sebesar 74% (perempuan 73%, laki-laki 75%), yang merefleksikan standarisasi ketat Generasi Z terhadap keselarasan karakter dan kesiapan psikologis. Secara konseptual, temuan ini mengindikasikan bahwa Generasi Z mengadopsi pendekatan yang lebih hati-hati (*cautious approach*) dalam mengambil keputusan untuk meminimalkan risiko kegagalan rumah tangga. Temuan ini sejalan dengan penelitian Permana & Medynna, (2021), yang menunjukkan bahwa individu pada fase *emerging adulthood* memandang pernikahan sebagai komitmen serius yang

memerlukan tanggung jawab, kesiapan menjalankan peran, serta pertimbangan yang matang sebelum memasuki kehidupan pernikahan.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linear sederhana, pengujian asumsi klasik terlebih dahulu dilaksanakan untuk menilai kelayakan model penelitian. Hasil pengujian tersebut disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 7 Hasil Uji Kelayakan Model Regresi

Pengujian	Hasil	Keterangan
Normalitas	Sig. Shapiro-Wilk sebesar 0,041	Residual mendekati distribusi normal berdasarkan Q-Q Plot
Linearitas	Deviation from Linearity sebesar 0,597	Linear
Koefisien Determinasi	R Square sebesar 0,132	Fear of Marriage menjelaskan 13,2% variasi penundaan pernikahan

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Analisis Pengaruh *Fear of Marriage* terhadap Intensi Penundaan Pernikahan pada Generasi Z di Kota Semarang

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji secara empiris pengaruh *fear of marriage* terhadap intensi penundaan pernikahan pada Generasi Z di Kota Semarang. Hasil pengujian statistic menunjukkan temuan sebagai berikut.

Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	59.281	6.471		9.161	.000
<i>Fear of Marriage</i>	.340	.088	.363	3.861	.000

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *fear of marriage* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih rendah dibandingkan batas signifikansi ($\alpha = 0,05$). Temuan ini secara empiris

mengonfirmasi bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *fear of marriage* (ketakutan terhadap pernikahan) dengan intensi penundaan pernikahan. Nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,340 menunjukkan arah pengaruh yang positif. Hal ini mengindikasikan hubungan yang searah. Dengan demikian, hipotesis diterima, yang berarti bahwa setiap peningkatan rasa takut terhadap pernikahan (*fear of marriage*) secara linear dan signifikan akan meningkatkan intensi Generasi Z di Kota Semarang untuk melakukan penundaan pernikahan.

Temuan ini membuktikan bahwa *fear of marriage* merupakan prediktor nyata bagi perilaku sosial Generasi Z di Kota Semarang. Secara fenomenologis, arah pengaruh positif ini menjelaskan bagaimana narasi "*Marriage is Scary*" di media sosial telah berhasil mengonstruksi ketakutan yang berbanding lurus dengan tindakan penundaan. Tingginya penetrasi internet pada Generasi Z memungkinkan paparan yang berulang terhadap berbagai konten terkait pernikahan di media sosial. Paparan tersebut tidak sekadar menjadi sarana penyampaian informasi, melainkan juga berperan dalam membentuk interpretasi individu terhadap realitas pernikahan. Proses penetrasi ini dapat memperkuat kekhawatiran terhadap risiko pernikahan, terutama ketika konten yang dikonsumsi didominasi oleh narasi kegagalan rumah tangga dan konflik relasi (Nathania & Hartanti, 2025).

Secara teoritis, signifikansi pengaruh ini memperkuat relevansi teori terpaan media dalam menjelaskan fenomena viral "*Marriage is Scary*" di ruang digital. Media sosial secara repetitive membanjiri Generasi Z dengan stimulus pesan negative berupa kegagalan rumah tangga, konflik finansial, dan isu otonomi diri. Informasi ini tidak sekadar dikonsumsi, melainkan terinternalisasi dan mengalami penguatan (*reinforcement*) kognitif yang menggeser skema berpikir Generasi Z dalam memandang pernikahan sebagai institusi yang berisiko tinggi (*high-risk institution*). Tingginya terpaan narasi negative, seperti kasus kekerasan rumah tangga di media sosial seperti TikTok, secara signifikan mampu mempengaruhi audiens muda dalam

mengambil keputusan untuk tidak menikah pada usia muda (Arifin & Fardiah, 2023).

Paparan narasi negative melalui media sosial memiliki kontribusi besar dalam mengaplikasi kecemasan psikososial generasi muda terhadap institusi pernikahan (Ghazali *et al.*, 2025). Ketika paparan digital tersebut secara konstan memvalidasi ketakutan mereka, *fear of marriage* bertransformasi menjadi mekanisme pertahanan diri (*self-defence mechanism*) yang rasional bagi generasi muda dalam menavigasi tekanan sosial dan ketidakpastian masa depan.

Namun, kekuatan pengaruh ini tetap berada pada level moderat, yang menandakan bahwa pengaruh media tidak bekerja secara mutlak. Hal ini berkaitan erat dengan kualitas komunikasi intrapersonal responden. Sebagaimana ditekankan bahwa individu melakukan dialog batin dan refleksi diri untuk menafsirkan informasi negatif yang diterima (Ramadhani & Purnamasari, 2025).

Sesuai dengan *limited effects theory*, audiens di Kota Semarang menunjukkan agensi sebagai audiens aktif yang memiliki control pribadi dan literasi digital. Meskipun paparan informasi negative mampu menciptakan arah pengaruh yang positif terhadap penundaan pernikahan, responden tidak serta-merta tertelan oleh ketakutan tersebut. Mereka menggunakan dialog intrapersonal sebagai filter kognitif untuk mempertimbangkan berbagai factor rasional seperti kesiapan emosional dan finansial sebelum akhirnya memutuskan untuk menunda komitmen jangka panjang seperti pernikahan. Dengan demikian, penundaan pernikahan pada Generasi Z di Kota Semarang merupakan hasil interaksi kompleks antara terpapar informasi negative di media digital dan proses penilaian diri yang mendalam.

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, diantaranya; (1) Cangkupan penelitian yang terbatas pada Generasi Z di Kota Semarang menyebabkan hasil penelitian belum tentu dapat mewakili kondisi di daerah lain dengan karakteristik sosial dan budaya yang berbeda, (2) Penelitian ini hanya menguji pengaruh *fear of marriage* terhadap intensi penundaan pernikahan tanpa

mempertimbangkan factor lain seperti kondisi ekonomi, religiusitas, pendidikan, maupun dukungan keluarga. Oleh karena itu hasil penelitian perlu diinterpretasikan sesuai dengan konteks penelitian yang dilakukan.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, Generasi Z di Kota Semarang menunjukkan tingkat *fear of marriage* yang relatif tinggi, terutama pada aspek kecemasan terhadap masalah keuangan bersama dan ketakutan salah memilih pasangan. Intensi penundaan pernikahan juga berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa penundaan pernikahan lebih mencerminkan upaya mempersiapkan kesiapan emosional, psikologis, dan kompatibilitas dengan pasangan daripada penolakan terhadap institusi pernikahan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *fear of marriage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penundaan pernikahan pada Generasi Z di Kota Semarang, yang berarti semakin tinggi tingkat *fear of marriage* yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk menunda pernikahan. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,132 menunjukkan bahwa variabel *fear of marriage* berkontribusi sebesar 13,2% dalam menjelaskan variasi intensi penundaan pernikahan, sedangkan 86,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Secara teoritis, temuan ini memperkuat *media exposure theory* dan perspektif sosiologi komunikasi yang menjelaskan bahwa paparan informasi di media digital dapat memengaruhi persepsi serta pengambilan keputusan Generasi Z terkait pernikahan. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Kementerian Agama, konselor pernikahan, dan edukator media dalam mengembangkan edukasi mengenai kesiapan pernikahan, literasi digital, dan pengelolaan kecemasan terhadap komitmen jangka panjang. Penelitian selanjutnya, disarankan mengkaji factor lain yang memengaruhi intensi penundaan pernikahan pada Generasi Z.

Referensi

- Arifin, S. M., & Fardiah, D. (2023). Pengaruh Terpaan Berita Kasus Kdrt Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Pengambilan Keputusan Tidak Menikah Muda. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(2), 450–458. <https://doi.org/10.29313/Bcspr.V3i2.7595>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Nikah Dan Cerai Menurut Provinsi (Kejadian)*, 2024. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/Vkhvwusztjxjpvmq2zfrkamnizg9rmv02vedsbvumdkjmw==/Nikah-Dan-Cerai-Menurut-Provinsi.Html?Year=2024>
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2024). *Penduduk Kelompok Umur (Jiwa)*, 2023. Badan Pusat Statistik Kota Semarang. <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/Ndkjmg==/Penduduk-Kelompok-Umur.Html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2025). *Nikah Dan Cerai Menurut Kabupaten/Kota (Kejadian) Di Provinsi Jawa Tengah*, 2025. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/3/Vkhvwusztjxjpvmq2zfrkamnizg9rmv02vedsbvumdkjmw==/Nikah-Dan-Cerai-Menurut-Kabupaten-Kota-Di-Provinsi-Jawa-Tengah--2022.Html>
- Bashir, D. R., Kazmi, D. S. F., & Naz, D. S. (2024). Translation And Validation Of Marital Scales: Measurement Of Intent, Attitudes And Aspects Of Marital Relationships. *Pakistan Languages And Humanities Review*, 8(1), 553–564.
- Davina, K. D., Keisha Salsabila, D., Safitri, S. N., & Ridho, K. (2025). Pengaruh Terpaan Media Massa Online Terhadap Perilaku Konsumtif Dan Dampaknya Terhadap Psikologi Generasi Z. *Padaringan (Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi)*, 7(01), 22. <https://doi.org/10.20527/Pn.V7i01.14253>
- Ghazali, M., Rahmadani, Pranajaya, S. A., Suardi, Alfiyanto, A., & Ridho, M. (2025). Marriage Is Scary Among Indonesian Youth: Theological And Social Perspectives. *Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah Dan Studi Keagamaan*, 13(1), 81–96. <https://doi.org/10.21043/Fikrah.V13i1.29219>
- Haqqi, A. M. L., Ilmi, M. K., & Adi, N. R. M. (2025). Pengaruh Akun Kedua Instagram Terhadap Keterbukaan Diri Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 9(1), 48–57.
- Husen, A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Campaign Di Toko Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1356–1362. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i6.608>
- Jayamahe, S. A. J., & Nuraeni, Y. (2025). Pengaruh Terpaan Media Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Dalam Konten English Academy Pada Channel Youtube Ruang Guru Terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Mahasiswa. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 8(5), 1–10. <https://doi.org/10.9963/Cp2kqv44>
- Lestari, Y. D., & Herdiana, I. (2026). *Gambaran Gamophobia Pada Perempuan Dewasa Awal Yang Mengalami Perceraian Orang Tua*. Universitas Airlangga. <https://repository.unair.ac.id/140710/1/Artikel-Ilmiah-Yunita-Dwi-Lestari.Pdf>
- Maulani, F. I. (2024). *Pengaruh Experience Quality Terhadap Revisit Intention Melalui Customer Perceived Value: Survei Pada Wisatawan Yang Pernah Berkunjung Ke World Of Wonders Sarae Hills* [Universitas Pendidikan Indonesia]. <https://repository.upi.edu/119235/>
- Mulyani, I., Ariadna, A. S., Syahrani, A. C., Wulandari, B. A., Nurshadrina, S., & Murzha, Y. M. (2024). Penyusunan Skala Pengukuran Gamophobia. *Arjwa: Jurnal Psikologi*, 3(4), 224–231. <https://doi.org/10.35760/Arjwa.2024.V3i4.13923>
- Nathania, P., & Hartanti, L. E. P. (2025). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Social Comparison Pada Orang Muda Di Jakarta (Studi Pada Konten Flexing Influencer Tiktok @Siscakohl). *Jurnal Audience*, 08(02), 246–265. <https://doi.org/10.33633/Ja.V8i2.13496>
- Nitanto, F. S., Nabila, L. S., N, R. H., & Kusumasari, I. R. (2024). Teori Pengambilan Keputusan: Mengupas Definisi, Proses, Dan Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Dalam Konteks Organisasi. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(4), 1–10.
- Permana, M. Z., & Medynna, A. D. N. (2021). Ribet!: Persepsi Menikah Pada Emerging Adulthood. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 10(3), 248–257. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30872/Psikostudia.V10i3.5509>

- Prisilia, O., Andita, N., Zikri, F. D., & Muchith, C. (2025). Konstruksi Identitas Politik Melalui Representasi Media Digital. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 2(7), 1296–1302. <https://doi.org/10.59837/Jpnmb.V2i7.681>
- Rahmawati, D. (2025). Konstruksi Makna Pernikahan Pada Kalangan Muslim Gen Z Di Media Sosial : Studi Kasus Penonton Konten “Marriage Is Scary” Di Tiktok. *Mukadimah Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 9(1), 82–94. <https://doi.org/10.30743/Mkd.V9i1.10405>
- Ramadhani, N. O., & Purnamasari, D. (2025). Analisis Social Comparison Dan Life Satisfaction Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Dari Perspektif Sosiologi Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 7(2), 299–305.
- Sariswara, V., Putri, P. D., & Reza, M. (2025). Analisis Hubungan Konten Media Sosial @Tabu.Id Pada Persepsi Seksual Aman Generasi Z Di Wilayah Jabodetabek. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 9(1), 21–28.
- Satriyanto, H. M., & Oktaviani, W. (2025). Analisis Dampak Fenomena ‘Marriage Is Scary’ terhadap minat Menikah Di Kecamatan Serang Baru, Bekasi. *Al-Mabsut: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 19(2), 209–225. <https://doi.org/10.56997/Almabsut.V19i2.2392>
- Sukri, S. (2024). Menggali Mindset Generasi Muda Terhadap Tren Baru Sosial Media (Analisis Konten Tren Marriage Is Scary) Minat Terhadap Tren Seiring Waktu. *Lorong: Media Pengkajian Sosial Budaya*, 13(2), 82–94.
- Sumampouw, L. F. (2023). Pengaruh Terpaan Media Instagram Terhadap Perubahan Sikap Untuk Hidup Sehat. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial (Jkis)*, 1(3), 123–129. <https://doi.org/10.38035/Jkis.V1i3.256>
- Tiffany, R., Azhari, P., Nasution, A. R., Apriani, N. S., & Siregar, H. L. (2024). Mengurai Fenomena “Marriage Is Scary” Di Media Sosial: Perspektif Peran Perempuan Dalam Islam. *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera*, 22(2), 66–74. <https://doi.org/10.24114/Jkss.V22i2.64486>
- Wahyuni, H., & Fajarini, S. D. (2025). Ruang Ekspresi Diri Di Era Digital (Analisis Peran Tiktok Di Kalangan Mahasiswa Fisip Umb). *Jurnal Madia*, 6(1), 125–141.
- Widhyastuti, C., Putri, P. S., & Limin, D. S. (2024). Efektivitas Psikoedukasi “Bersiaga” Dalam Menurunkan Tingkat Fear Of Commitment Pada Dewasa Awal. *Jipsi*, 6(2), 151–160. <https://doi.org/10.37278/Jipsi.V6i2.1014>
- Yuliasari, I., Mbooh, M., Kesyarani, N., Yudha, A., & Nuraida. (2025). Strategi Komunikasi Akun Instagram @ Rahasiagadis Dalam Pemberdayaan Perempuan Muda : Analisis Uses And Gratifications Dan Model Race Pendahuluan Peradaban Manusia Berkembang Dengan Arus Globalisasi Dan Kemajuan Teknologi Media Digital . Dewasa Ini Dijump. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 9(2), 107–115.