

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dampak terpaparnya kisah kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) di media sosial terhadap minat menikah pada generasi Z di Kota Makassar. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak kasus KDRT yang dibagikan di media sosial sebagai bentuk curahan perasaan atau upaya untuk mencari dukungan publik. Salah satu contoh yang sering muncul adalah kisah individu yang merasa tidak dihargai dan mengalami kekerasan fisik serta emosional dari pasangannya. Beberapa postingan menggambarkan pengalaman dipukul, dibenturkan ke tembok, dan dilecehkan dengan kata-kata kasar, yang jelas memperburuk keadaan mental mereka. Selain itu, keluhan mengenai masalah finansial dan ketidakmampuan pasangan dalam memberikan dukungan yang cukup juga menambah beban psikologis dalam hubungan tersebut.

Kondisi ini mempengaruhi pandangan generasi Z terhadap pernikahan, khususnya dalam mempertimbangkan masalah yang mungkin timbul dalam kehidupan berumah tangga. Terpaparnya kisah kekerasan rumah tangga di media sosial memberi kesempatan bagi individu untuk merefleksikan dan mengeksplorasi pandangan mereka mengenai hubungan dan pernikahan. Namun, meskipun ada upaya untuk memperbaiki hubungan, seringkali komunikasi yang buruk dan ketidakharmonisan menjadi penyebab utama keretakan hubungan, yang berpotensi mempengaruhi cara pandang generasi Z terhadap pernikahan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang untuk berbagi pengalaman pribadi, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya kesejahteraan dalam hubungan. Meski demikian, dampak penyebaran informasi ini tidak selalu membawa pengaruh positif. Kisah-kisah yang dibagikan dapat menyebabkan penurunan minat untuk menikah di kalangan generasi Z, karena mereka menjadi lebih waspada terhadap kemungkinan masalah dalam pernikahan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami bagaimana terpaparnya kisah kekerasan dalam rumah tangga di media sosial dapat membentuk pandangan generasi Z terhadap pernikahan di masa depan, khususnya di Kota Makassar (Rahayu maharani, 2025).

Di Indonesia, data dari 23 tahun Catatan (Perempuan, 2025), tercatat sebanyak 582.780 kasus KDRT, dengan 90% di antaranya merupakan kekerasan terhadap istri. Bentuk kekerasan yang paling sering dialami oleh istri meliputi kekerasan psikis (seperti verbal, ancaman, poligami, dan lain-lain), kekerasan fisik (termasuk pukulan, cekikan, tendangan, dan sejenisnya), kekerasan seksual (seperti perkosaan), kekerasan ekonomi (seperti tidak diberikan nafkah atau dibebani utang), serta femisida dan kekerasan berbasis teknologi. Kekerasan terhadap anak perempuan juga menjadi sorotan, dengan pelaku utama biasanya adalah ayah kandung, ayah tiri, dan ibu. Dari tahun 2020 hingga 2023, terdapat 46 kasus perkawinan anak meskipun Undang-Undang Perkawinan telah diamendemen pada tahun 2019.

Di Indonesia, fenomena ini juga tercermin dalam data dari yang melaporkan bahwa media sosial menjadi salah satu saluran utama bagi korban KDRT untuk melaporkan pengalaman mereka. Sebanyak 40% laporan yang diterima oleh Komnas Perempuan pada tahun 2023 berasal dari informasi yang ditemukan melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi tempat untuk memproses dan mendiskusikan pengalaman-pengalaman traumatik seperti KDRT (Perempuan, 2024).

Kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) telah menjadi masalah yang mendapat perhatian besar, baik di Indonesia maupun secara global, seperti yang diungkapkan dalam penelitian Oyekale pada 2014. Meskipun bukan masalah baru, KDRT tetap menjadi isu yang serius (Dharmasetya dkk., 2024). Bentuk kekerasan yang termasuk dalam KDRT meliputi kekerasan fisik, seksual, dan psikologis, sesuai dengan ketentuan dalam UU No. 23 Tahun 2004. Berdasarkan penelitian (Davies & Dreyer, 2014) KDRT dapat menimbulkan berbagai masalah kesehatan serta gangguan emosional, seperti depresi, stres, dan perasaan bersalah.

Kasus kekerasan terhadap perempuan dan anak di Indonesia masih menjadi problem sosial masyarakat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan pada data Sistem Informasi Perlindungan Perempuan dan Anak (Simfoni PPPA), kasus kekerasan hingga September 2024 terdapat 19.406 laporan. Korban perempuan masih merupakan mayoritas sebanyak 16.825 orang. Tempat kejadian kekerasan terbanyak adalah di rumah tangga, yakni 12.792 korban. Bentuk

kekerasan yang paling sering dialami korban yaitu seksual 8.941 orang, fisik 6.780 orang, psikis sebanyak 5.790, sisanya yakni penelantaran, *trafficking*, hingga eksploitasi (Kementerian pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak, 2024).

(Merdeka.com, n.d.) mengungkapkan bahwa upaya perlindungan terhadap perempuan dan anak di Kota Makassar terus menunjukkan hasil positif. Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DPPPA) Makassar mencatat 508 laporan kasus kekerasan sejak awal tahun hingga September 2025. Meski jumlah ini masih tergolong tinggi, pemerintah optimis karena angka tersebut menunjukkan tren penurunan dibandingkan tahun sebelumnya, di mana total kasus mencapai 520 laporan sepanjang 2024 dan (DPPPA Kota Makassar, 2025) mencatat sebanyak 170 kasus kekerasan terhadap perempuan dan anak sepanjang Januari hingga akhir Maret 2025.

Viralitas kisah-kisah KDRT di media sosial memberikan dampak signifikan terhadap pola pikir dan persepsi masyarakat, termasuk tentang institusi pernikahan. Menurut teori efek media oleh (McQuail, 2010), paparan informasi yang berulang dan emosional dapat memengaruhi opini serta sikap audiens. Dalam konteks ini, narasi tentang KDRT yang mendominasi media sosial berpotensi memperkuat pandangan negatif terhadap pernikahan, khususnya di kalangan generasi muda yang masih dalam tahap membangun persepsi tentang hubungan jangka panjang.

Generasi Z, yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi digital native, yaitu kelompok yang tumbuh di tengah perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi. Dengan akses yang nyaris tak terbatas terhadap internet, Generasi Z menunjukkan preferensi yang kuat terhadap platform digital sebagai sumber utama informasi, dibandingkan dengan media konvensional seperti buku, surat kabar, atau televisi. Menurut laporan dari (Riyanto, 2024) tingkat penggunaan media sosial di kalangan Generasi Z di Indonesia mencapai 87%, menjadikannya salah satu kelompok demografi yang paling aktif secara daring. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka, tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi dan ruang ekspresi diri.

Berdasarkan data (Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, 2022) mengenai pernikahan dan perceraian menurut kabupaten/kota di Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2023 mencatat bahwa Makassar memiliki angka perceraian tertinggi di provinsi ini. Angka perceraian di Makassar jauh melebihi kabupaten/kota lain, mencerminkan tantangan sosial yang dihadapi di ibu kota provinsi tersebut. Ini menunjukkan bahwa meskipun pernikahan tetap menjadi institusi yang penting, tingkat perceraian yang tinggi di Makassar mencerminkan adanya isu yang lebih kompleks terkait dengan kestabilan rumah tangga. Data ini memberikan gambaran tentang kebutuhan untuk memperhatikan dan mengatasi masalah sosial yang memengaruhi keluarga di kawasan tersebut.

Tingginya ketergantungan pada media sosial membuat Generasi Z menjadi kelompok yang rentan terhadap narasi yang mereka konsumsi. Algoritma media sosial yang dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan sering kali memperkuat eksposur terhadap konten tertentu, termasuk kisah-kisah kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) yang viral. Studi oleh (Anderson dkk., 2023) menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung memiliki empati tinggi terhadap isu-isu sosial yang mereka temui secara daring, yang dapat membentuk pola pikir dan perilaku mereka. Dalam konteks KDRT, paparan yang terus-menerus terhadap kisah-kisah korban dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap pernikahan dan hubungan jangka panjang.

Menurut (Anderson dkk., 2023), media sosial tidak hanya memengaruhi cara generasi z mengonsumsi informasi, tetapi juga membentuk opini mereka tentang isu-isu sosial yang kompleks. Kisah-kisah KDRT yang emosional dan mendalam memiliki daya tarik kuat, yang dapat menciptakan rasa simpati sekaligus skeptisisme terhadap institusi pernikahan. Tingginya tingkat keterhubungan dan akses informasi ini menempatkan Generasi Z dalam posisi unik, di mana mereka lebih cepat terpapar pada narasi positif maupun negatif yang beredar di ruang digital.

Di Kota Makassar, yang merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia dengan tingkat urbanisasi yang tinggi, pola pikir generasi muda terhadap pernikahan menunjukkan perubahan signifikan. Generasi Z, sebagai bagian dari kelompok usia produktif, mulai menunjukkan kecenderungan untuk menunda atau bahkan menghindari pernikahan. Berdasarkan survei dari (Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, 2022), terdapat penurunan minat menikah di kalangan generasi muda sebesar 15% dibandingkan satu dekade sebelumnya. Tren ini tidak hanya terjadi di Makassar tetapi juga di berbagai kota besar lainnya di Indonesia, menunjukkan adanya pergeseran nilai-nilai tradisional menuju pandangan hidup yang lebih individualistis.

Fenomena viralnya kisah KDRT di media sosial juga mencuri perhatian di Kota Makassar. Berdasarkan laporan (Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A), 2022), media sosial menjadi salah satu media paling efektif dalam menjangkau masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Banyak remaja dan orang dewasa muda yang terpapar informasi mengenai KDRT melalui platform seperti Instagram dan TikTok, yang berdampak pada cara mereka memandang pernikahan dan hubungan interpersonal.

Beberapa faktor utama yang memengaruhi perubahan ini termasuk peningkatan independensi finansial, di mana generasi muda, khususnya perempuan, kini memiliki akses lebih besar terhadap pendidikan dan pekerjaan. Menurut (Achim Steiner, 2022) peningkatan partisipasi perempuan dalam dunia kerja mendorong munculnya prioritas baru seperti pengembangan karier dan stabilitas ekonomi pribadi, yang sering kali dianggap lebih penting daripada komitmen pernikahan. Selain itu, fokus generasi muda pada pengembangan diri dan kebebasan pribadi juga menjadi alasan mengapa institusi pernikahan mulai kehilangan daya tariknya di kalangan Generasi Z.

Salah satu faktor yang semakin memperkuat persepsi negatif terhadap pernikahan adalah paparan informasi di media sosial, terutama kisah-kisah kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) yang viral. Media sosial menjadi ruang publik di mana korban KDRT berbagi pengalaman, sering kali disertai dengan visual atau narasi emosional yang menggugah simpati sekaligus membangkitkan rasa takut terhadap pernikahan. Menurut teori efek media oleh (McQuail, 2010), terpapar informasi negatif yang intensif dan konsisten dapat membentuk opini masyarakat, khususnya kelompok usia muda yang sedang dalam tahap pembentukan identitas. Dalam konteks ini, viralitas kisah KDRT di platform seperti TikTok dan Twitter diakui oleh para sosiolog sebagai salah satu faktor yang berkontribusi pada penurunan minat menikah di kalangan Generasi Z.

Dengan meningkatnya kesadaran akan resiko-resiko yang dapat terjadi dalam pernikahan, sebagian Generasi Z di Kota Makassar mulai memandang institusi ini dengan skeptisisme. Pandangan bahwa pernikahan adalah jalan hidup yang ideal mulai terkikis oleh narasi yang menunjukkan sisi gelap dari hubungan jangka panjang, sebagaimana ditunjukkan dalam berbagai penelitian tentang dampak media sosial terhadap persepsi generasi muda (Anderson & Jiang, 2018). Oleh karena itu, memahami hubungan antara paparan media sosial dan perubahan pola pikir ini menjadi krusial untuk merancang kebijakan yang mendukung pemberdayaan dan kesejahteraan generasi muda.

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk berbagi informasi, tetapi juga telah berkembang menjadi alat yang sangat efektif dalam membentuk opini publik. Dalam era digital ini, media sosial menjadi ruang di mana narasi dapat dengan cepat menyebar dan memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap isu-isu sosial, termasuk institusi pernikahan. Menurut (McQuail, 2010) dalam teori efek media, terpapar informasi yang intensif memiliki potensi besar untuk membentuk sikap, opini, dan bahkan perilaku audiens. Media memiliki kemampuan untuk mengatur agenda publik (agenda-setting), di mana topik yang sering diangkat dalam media cenderung dianggap lebih penting oleh masyarakat.

Dalam konteks isu kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), narasi yang negatif tentang pernikahan sering kali mendominasi platform seperti TikTok, Instagram, dan Twitter. Kisah-kisah korban KDRT yang viral, sering kali dilengkapi dengan detail emosional yang menggugah simpati, dapat memperkuat persepsi bahwa pernikahan adalah institusi yang berisiko, terutama bagi perempuan. Studi oleh (Anderson & Jiang, 2018) menunjukkan bahwa Generasi Z, yang dikenal sebagai pengguna media sosial yang aktif, sangat dipengaruhi oleh konten yang mereka konsumsi secara daring, termasuk konten yang memuat isu-isu sensitif seperti KDRT.

Lebih jauh, algoritma media sosial berperan dalam memperkuat efek ini. Menurut (Bakshy dkk., 2015), algoritma platform digital dirancang untuk menyajikan konten yang relevan dengan minat pengguna, yang berarti bahwa pengguna yang pernah berinteraksi dengan konten tentang KDRT cenderung terus menerima konten serupa. Kondisi ini menciptakan "*filter bubble*" di mana audiens terus terpapar pada narasi negatif, yang pada akhirnya memperkuat bias mereka terhadap pernikahan. Dalam hal ini, media sosial bukan hanya sekadar cermin dari realitas sosial, tetapi juga katalis yang membentuk realitas baru. Narasi negatif tentang pernikahan yang muncul dari kisah KDRT di media sosial memiliki dampak signifikan terhadap Generasi Z, kelompok usia yang sedang membangun pandangan hidupnya. Dengan tingkat konsumsi media sosial yang tinggi, Generasi Z menjadi kelompok yang rentan terhadap pengaruh

terpaan informasi yang intensif. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana narasi ini terbentuk dan dampaknya terhadap persepsi generasi muda, sekaligus mencari cara untuk menyeimbangkan narasi negatif dengan cerita-cerita yang lebih positif dan konstruktif tentang pernikahan.

Media sosial seperti TikTok, Twitter, dan Instagram memainkan peran penting dalam membentuk pandangan dan sikap Generasi Z, khususnya terkait dengan isu-isu sosial seperti pernikahan dan kekerasan dalam rumah tangga (KDRT). Melalui platform-platform ini, pengguna dapat berbagi cerita dan pengalaman pribadi, yang sering kali mencakup kisah-kisah positif maupun negatif, termasuk yang berkaitan dengan KDRT. Paparan terhadap konten-konten tersebut, baik berupa video, postingan, maupun diskusi di kolom komentar, dapat memengaruhi cara pandang generasi muda tentang pernikahan, memperkenalkan sudut pandang baru, dan bahkan menumbuhkan rasa takut atau keraguan terhadap pernikahan. Interaksi yang intens di media sosial turut berkontribusi pada pembentukan norma sosial dan memicu perdebatan tentang isu-isu sensitif, termasuk dampak kekerasan terhadap kesejahteraan psikologis, yang pada gilirannya dapat memengaruhi keputusan Generasi Z dalam mempertimbangkan minat menikah.

Mengingat pentingnya memahami pengaruh terpaan kisah kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) di media sosial terhadap minat menikah Generasi Z, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan dalam literatur akademik terkait fenomena tersebut. Hingga saat ini, penelitian tentang hubungan antara konsumsi konten media sosial dan perubahan pola pikir generasi muda terhadap institusi pernikahan masih terbatas, khususnya dalam konteks Indonesia. Dengan memperhatikan kompleksitas faktor sosial, budaya, dan teknologi yang memengaruhi Generasi Z, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi empiris yang mendalam untuk menjelaskan bagaimana narasi negatif tentang pernikahan dapat terbentuk dan berdampak pada pengambilan keputusan mereka.

Beberapa penelitian terdahulu banyak mengamati dampak konten KDRT terhadap minat menikah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan dampak psikologis dan emosional yang diakibatkan oleh media sosial, serta paparan KDRT yang memperkuat ketakutan terhadap pernikahan, dengan tujuan untuk mengeksplorasi dampaknya terhadap minat menikah, khususnya pada usia muda. Hal ini berbeda dengan penelitian oleh (M. Dewi dkk., 2024), yang lebih fokus pada kesiapan menikah secara umum, mencakup aspek emosional, finansial, dan sosial tanpa kaitan langsung dengan media sosial atau KDRT. Penelitian (Arifin & Fardiah, 2023) menyoroti frekuensi dan durasi paparan KDRT di media sosial yang dapat meningkatkan ketakutan terhadap pernikahan, namun tidak mendalami pengaruh langsung terhadap keputusan menikah pada Generasi Z. Adapun penelitian oleh (Rahma, 2025) dalam "*Marriage is Scary*" mengungkap fenomena ketakutan terhadap pernikahan yang muncul di kalangan Generasi Z, yang diperparah oleh media sosial yang sering menampilkan konten perceraian dan kegagalan rumah tangga. Hal ini sejalan dengan temuan (Razania & Muhtadin, 2025) yang menunjukkan bahwa paparan konten negatif mengenai pernikahan di TikTok dapat memperburuk persepsi generasi muda terhadap institusi pernikahan. Penelitian (Tirta & Arifin, 2025) juga menggarisbawahi peran media sosial dalam membentuk ketakutan terhadap pernikahan melalui narasi-narasi negatif yang tersebar. Selain itu, penelitian oleh (Munawaroh, 2025) menyatakan bahwa paparan konten KDRT di media sosial mengubah pandangan pemuda, dari idealisme tentang pernikahan menuju pandangan yang lebih realistis dan cemas terhadap potensi kekerasan dalam rumah tangga.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, banyak yang meneliti dampak paparan KDRT di media sosial terhadap trauma psikologis yang dialami oleh generasi z. Namun, masih terdapat kekurangan penelitian yang secara spesifik meneliti persepsi generasi z terhadap kasus KDRT yang tersebar di media sosial dan persepsi tersebut mempengaruhi minat menikah gen z. Penelitian ini akan menganalisis lebih dalam tentang dampak jangka panjang dari paparan KDRT di media sosial terhadap sikap dan keputusan menikah generasi z, khususnya di Kota Makassar. Hal ini penting untuk diteliti lebih lanjut, mengingat pengaruh media sosial yang semakin besar dalam membentuk pandangan tentang pernikahan. Penelitian ini akan menganalisis secara objektif persepsi terhadap kasus KDRT di media sosial dapat mengubah pandangan mereka terhadap institusi pernikahan dan minat untuk menikah di masa depan.

Penelitian ini juga relevan untuk memberikan masukan strategis kepada pembuat kebijakan, lembaga pendidikan, dan organisasi sosial. Para pembuat kebijakan, misalnya, dapat memanfaatkan temuan penelitian ini untuk

merancang program yang mendorong narasi positif tentang pernikahan melalui media sosial. Kampanye yang terarah dan berbasis data dapat membantu mengurangi dampak negatif dari terpaan kisah KDRT dan memperkuat persepsi masyarakat tentang pentingnya hubungan pernikahan yang sehat dan harmonis.

Bagi lembaga pendidikan, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam menyusun kurikulum pendidikan karakter dan literasi digital, khususnya yang berkaitan dengan hubungan interpersonal dan manajemen informasi di media sosial. Dengan memberikan edukasi yang memadai tentang bagaimana memilah informasi dan mengelola persepsi, generasi muda dapat lebih kritis dalam menyikapi narasi yang mereka konsumsi, termasuk tentang KDRT dan pernikahan. Organisasi sosial, seperti lembaga pemberdayaan perempuan dan anak, juga dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk memperkuat advokasi mereka. Dengan memahami bagaimana kisah KDRT memengaruhi pandangan Generasi Z terhadap pernikahan, mereka dapat merancang program-program dukungan psikososial yang tidak hanya membantu korban, tetapi juga memperkuat narasi tentang pentingnya membangun hubungan yang sehat dan setara.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat terpaan kisah kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) di media sosial pada generasi Z di Kota Makassar?
2. Bagaimana minat menikah generasi Z di Kota Makassar?
3. Apakah terdapat pengaruh terpaan kisah kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) di media sosial terhadap minat menikah pada generasi Z di Kota Makassar?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis tingkat paparan kisah kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) melalui media sosial terhadap sikap dan tindakan Generasi Z di Kota Makassar.
2. Menganalisis tingkat minat menikah pada Generasi Z di Kota Makassar.
3. Menganalisis pengaruh terpaan kisah kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) yang muncul di media sosial terhadap minat menikah Generasi Z di Kota Makassar.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4. 1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan memperkaya literatur akademik terkait pengaruh media sosial terhadap pola pikir generasi muda, khususnya dalam konteks hubungan interpersonal dan institusi pernikahan.
2. Penelitian ini diharapkan memperkuat atau memperluas penerapan teori efek media dalam konteks terpaan informasi negatif di media sosial, khususnya terkait isu kekerasan dalam rumah tangga (KDRT).
3. Penelitian ini diharapkan perspektif ilmiah tentang generasi Z di Indonesia, khususnya di Kota Makassar, membentuk persepsi mereka terhadap institusi sosial seperti pernikahan.

1.4. 2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan untuk merancang kebijakan yang mendorong narasi positif tentang pernikahan dan keluarga di media sosial, sekaligus meningkatkan literasi digital di kalangan masyarakat.
2. Hasil penelitian ini diharapkan digunakan untuk menyusun program pendidikan karakter dan literasi digital yang mengajarkan cara mengelola informasi dari media sosial secara kritis dan bijaksana.
3. Penelitian ini dapat membantu lembaga yang bergerak di bidang perlindungan perempuan dan anak untuk memahami dampak narasi kekerasan di media sosial terhadap persepsi generasi muda, sehingga mereka dapat merancang program advokasi yang lebih efektif.
4. Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama generasi Z, tentang pentingnya mengelola persepsi mereka terhadap narasi yang beredar di media sosial agar tidak memengaruhi pengambilan keputusan hidup secara negatif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Konsep

2.1.1 Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT)

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga (UU PKDRT), kekerasan dalam rumah tangga sering disebut sebagai kekerasan domestik. Kekerasan domestik tidak hanya terjadi pada pasangan yang sudah menikah, tetapi juga pada orang lain di dalam rumah tangga (Suaidi, 2024).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kekerasan adalah perihal yang bersifat (berciri) keras atau perbuatan seseorang atau sekelompok orang yang menyebabkan kerusakan fisik atau barang orang lain atau menyebabkan cedera atau kematian orang lain (S. Dewi, 2020).

Menurut para ahli, "kekerasan" yang digunakan sehingga menyebabkan cedera fisik atau mental adalah kekerasan yang melanggar hukum dan karena itu merupakan kejahatan (Aslami, 2021). Kekerasan non-fisik yang sengaja dilakukan untuk melukai atau mengendalikan seseorang secara emosional atau psikologis disebut kekerasan psikologis atau emosional (Rusyidi & Hidayat, 2020)

Poerwadarminta mengatakan bahwa "rumah tangga" adalah "segala sesuatu yang mengenai urusan rumah atau kehidupan dalam rumah", seperti yang didefinisikan oleh WJS Poerwadarminta di atas. Selain itu, kata "rumah tangga" terkait erat dengan keluarga, karena Poerwadarminta mengartikan keluarga sebagai "segala sesuatu yang mengenai urusan rumah atau kehidupan dalam rumah" (Limbati, 2014).

Menurut Komnas Perempuan (2025) dalam pasal 1 UU PKDRT mendefinisikan KDRT sebagai perbuatan terhadap seseorang terutama perempuan, yang berakibat timbulnya kesengsaraan atau penderitaan secara fisik, seksual, psikologis, dan penelantaran rumah tangga termasuk ancaman untuk melakukan perbuatan, pemaksaan, atau perampasan kemerdekaan secara melawan hukum dalam lingkup rumah tangga.

Elli N. Hasbianto yang dikutip oleh Musiana (dalam Suaidi, 2024), memberikan pendefinisian kekerasan dalam rumah tangga sebagai suatu bentuk penganiayaan secara fisik maupun emosional dan/atau psikologis yang merupakan suatu cara pengontrolan terhadap pasangan dalam kehidupan keluarga.

Kekerasan dalam rumah tangga didefinisikan sebagai perilaku yang dilakukan oleh anggota keluarga terhadap anggota keluarga lainnya yang menyebabkan seseorang menderita atau sengsara secara fisik, psikis, atau seksual, serta menelepon, memaksa, atau merampas kemandirian individu di dalam rumah (Rifqi, 2022).

Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT) saat ini bukan lagi sekadar masalah pribadi yang harus disembunyikan, melainkan pelanggaran terhadap Hak Asasi Manusia (HAM) dan kejahatan yang menyalahi nilai-nilai kemanusiaan. KDRT juga merupakan bentuk intimidasi yang harus dihilangkan. Oleh karena itu, UU PKDRT atau Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga hadir sebagai bentuk jaminan dari negara untuk mencegah terjadinya kekerasan tersebut, mengambil tindakan terhadap pelaku, dan memberikan perlindungan bagi korban (Yuniarti, 2020).

(Straus, 2017) mengungkapkan bahwa dominasi pria dalam struktur masyarakat dan keluarga dapat berkontribusi pada persaingan yang muncul, yang pada gilirannya dapat memicu kekerasan dalam rumah tangga. Pengalaman pria di lingkungan kuliah, tempat kerja, dan masyarakat tempat mereka tinggal dapat menciptakan tekanan yang mendorong mereka untuk merasa harus selalu unggul, sementara istri merasa harus mempertahankan posisi yang setara dan tidak terkekang. Hal ini seringkali menyebabkan kekerasan dari suami kepada istri, terutama ketika suami merasa frustrasi karena tidak mampu memenuhi tanggung jawab yang diharapkan darinya. Situasi ini biasanya terjadi pada pasangan yang:

- a. Belum siap menikah.
- b. Suami belum memiliki pekerjaan tetap dan penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga.
- c. Masih bergantung pada orang tua atau mertua.

Dalam kondisi seperti ini, suami sering kali melarikan diri dengan cara yang merugikan, seperti mabuk-mabukan, yang kemudian berujung pada kekerasan terhadap istri, seperti memarahi, memukul, atau membentakinya. Kesempatan bagi perempuan untuk terlibat dalam proses hukum sangat terbatas. Dalam konteks kekerasan dalam rumah tangga, pembicaraan mengenai hak dan kewajiban suami-istri juga mencakup proses hukum. Hal ini menjadi penting karena

laporan yang disampaikan oleh korban ke polisi seringkali dianggap sebagai masalah keluarga, bukan tindakan kriminal. Istri dalam banyak kasus tidak memiliki hak atau kewajiban sebagai korban, dan hanya dianggap sebagai saksi pelapor atau saksi korban. Oleh karena itu, kesempatan bagi istri untuk mengungkapkan kekerasan yang dialaminya dalam rumah tangga sangat minim (Joko & SH, 2021).

Adapun Indikator kekerasan dalam berumah tangga (KDRT) sebagai berikut:

3.1.1 Kekerasan fisik

Pada dasarnya, istilah kekerasan fisik tidak disebutkan secara eksplisit dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), namun terdapat istilah penganiayaan yang secara substansial mengarah pada pengertian kekerasan fisik yang terjadi akibat suatu tindak pidana penganiayaan. Kekerasan fisik dalam tindak penganiayaan sebagaimana dijelaskan dalam pasal-pasal KUHP bertujuan untuk merugikan korban baik secara fisik maupun jasmani (Sukardi, 2015).

3.1.2 Kekerasan psikis

Kekerasan psikis adalah tindakan yang menyebabkan timbulnya rasa takut, kehilangan rasa percaya diri, hilangnya kemampuan untuk bertindak, perasaan tidak berdaya, dan/atau penderitaan mental yang berat pada seseorang (Alimi & Nurwati, 2021).

3.1.3 Kekerasan Seksual

Kekerasan seksual merujuk pada tindakan yang berhubungan dengan ajakan atau desakan seksual, seperti pelecehan terhadap perempuan, anak-anak, pembantu rumah tangga, penyimpangan seksual, tindakan tidak sopan, pemaksaan hubungan seksual, pornografi, pelecehan terhadap alat vital, serta ucapan yang bersifat melecehkan dan berkaitan dengan aspek seksual. Dampak yang timbul akibat kekerasan seksual ini dapat mencakup ketidakseimbangan mental, trauma, kehamilan di luar pernikahan, dan lainnya (Husin, 2020).

3.1.4 Penelantaran rumah tangga

Penelantaran dalam pasal 9 ayat (1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga menyatakan bahwa

“setiap orang dilarang untuk menelantarkan anggota keluarganya yang seharusnya mendapat pemeliharaan berdasarkan hukum yang berlaku”.

Berdasarkan pasal tersebut dengan penelantaran diartikan sebagai pengabaian terhadap kewajiban dan tanggung jawab seseorang dalam rumah tangga, yang menurut hukum, telah ditentukan sebagai pihak yang bertanggung jawab atas kehidupan orang-orang yang ada dalam lingkup keluarganya (Khaira dkk., 2022).

Dengan meningkatnya paparan terhadap cerita-cerita KDRT, generasi Z mungkin akan merasa lebih khawatir atau ragu untuk menikah. Penelitian yang dilakukan oleh Finkel dan rekan-rekannya (2014) mengungkapkan bahwa eksposur terhadap kekerasan dalam rumah tangga dapat menimbulkan rasa takut dan kecemasan terkait dengan hubungan pernikahan. Hal ini dapat memengaruhi minat mereka untuk menikah, karena adanya kekhawatiran tentang kemungkinan terjadinya kekerasan dalam pernikahan tersebut.

2.1.2 Media Sosial

Kata “media” berasal dari bahasa Latin, yaitu “medius,” yang berarti tengah, perantara, atau pengantar. “Media” adalah bentuk jamak dari kata “medium”, yang secara etimologis berarti perantara atau pengantar. Sementara itu, “sosial” berasal dari bahasa Latin “socius,” yang berarti berkawan atau masyarakat. Secara umum, sosial Merujuk pada hal-hal yang berkaitan dengan kemasyarakatan, dengan penekanan pada kepentingan bersama atau masyarakat (Amiman dkk., 2022).

Menurut Kotler dan Keller, media sosial adalah platform di mana pengguna berbagi informasi seperti teks, gambar, suara, dan video dengan orang lain (Sa'diyah dkk., 2022).

Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai kumpulan aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas ideologi dan teknologi Web 2.0. Mereka memungkinkan orang untuk membuat dan berbagi konten yang dibuat oleh pengguna (Sulaeman, 2019).

Media sosial adalah media di internet yang memungkinkan orang berkomunikasi, bekerja sama, berbagi, dan berinteraksi dengan orang lain, membentuk hubungan sosial secara virtual, menurut Nasrullah (2015). Tiga jenis makna bersosial dalam media sosial adalah pengenalan (kognitif), komunikasi (komunikasi), dan kerjasama (Rafiq, 2020).

Komunikasi di media sosial ini dilakukan secara publik. Keterbukaan media, atau keterbukaan informasi di media sosial, adalah yang memicu tingginya kecenderungan untuk melakukan kebencian masyarakat. Salah satu contohnya adalah fakta bahwa pembaca di media elektronik memiliki kesempatan untuk memberikan komentar. Hal ini membuat

hubungan antara penulis dan pembaca menjadi resiprokal, mudah untuk berkomentar satu sama lain (Ningrum dkk., 2018).

Media sosial memiliki keuntungan sebagai sumber informasi awal atau ide dalam mencari berita. Platform ini memungkinkan pengguna untuk mengetahui isu-isu yang tengah hangat diperbincangkan oleh masyarakat, yang kemudian bisa dikembangkan lebih lanjut dalam pemberitaan (Nuraeni, 2017). Media sosial memiliki fungsi utama untuk memudahkan orang berkomunikasi tanpa batas ruang dan waktu serta memberikan informasi dari belahan dunia manapun. Keempat media sosial yang berkembang dan disukai masyarakat saat ini adalah Facebook, WhatsApp, Instagram, dan Google.com. Keempat media sosial ini memudahkan siswa untuk mendapatkan literatur online dan menyebarkan informasi. Ini memiliki efek positif, tetapi juga memiliki efek negatif (Drakel dkk., 2018).

Pemanfaatan media sosial sebagai saluran utama komunikasi digital kewargaan semakin menegaskan bahwa indikator-indikator utama dalam komunikasi telah terbentuk dengan adanya media sosial. Beberapa indikator penting dalam komunikasi tersebut antara lain:

1. Komunikator, yaitu individu yang mengirimkan pesan atau gagasan. Seorang komunikator harus memiliki kemampuan dan keterampilan komunikasi yang baik, serta sikap dan pengetahuan yang memadai.
2. Pesan, yang merupakan konten atau informasi hasil transformasi dari pemikiran, perasaan, dan gagasan dalam proses encoding yang dilakukan oleh komunikator, kemudian diterima dan didekode oleh komunikan.
3. Media, yang merupakan saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan yang diterima melalui panca indera.
4. Komunikan, yakni orang yang menerima ide atau pesan yang telah dikirimkan oleh komunikator.
5. Efek, yang merujuk pada tanggapan atau reaksi yang muncul sebagai hasil dari kegiatan komunikasi atau dari penafsiran pesan oleh komunikan.
6. Umpan balik, yaitu respon yang diberikan selama atau setelah proses komunikasi berlangsung.
7. Gangguan komunikasi, yang merupakan faktor penghambat yang menyebabkan komunikasi tidak berjalan efektif, dan bisa berupa gangguan psikologis, fisik, semantik, atau mekanis.
8. Lingkungan, yang berperan sebagai pengaruh eksternal dalam proses komunikasi karena komunikasi tidak terjadi dalam ruang hampa (Iriantara, 2016).

Dengan berfungsinya indikator-indikator utama komunikasi ini, dapat tercipta komunikasi yang ideal, yaitu komunikasi dua arah yang saling mempengaruhi antara komunikator dan komunikan.

Menurut (Kaplan & Haenlein, 2010), terdapat enam jenis media sosial:

1. Proyek Kolaborasi: Situs web yang memungkinkan pengguna untuk mengedit, menambah, atau menghapus konten yang sudah ada, seperti yang ada di Wikipedia.
2. Blog dan Microblog: Platform di mana pengguna dapat lebih bebas mengungkapkan diri, baik itu berbagi pengalaman pribadi maupun menyampaikan kritik terhadap kebijakan pemerintah, seperti Twitter.
3. Konten: Situs web yang memungkinkan pengguna untuk saling berbagi berbagai jenis konten media, seperti video, ebook, gambar, dan lainnya, contohnya adalah YouTube.
4. Situs Jejaring Sosial: Aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk terhubung satu sama lain dengan membuat profil pribadi yang bisa diakses oleh orang lain, termasuk foto dan informasi lainnya, seperti Facebook.
5. Dunia Permainan Virtual: Sebuah dunia virtual 3D yang meniru kehidupan nyata, di mana pengguna bisa berinteraksi dan berkomunikasi melalui avatar, seperti yang terdapat pada game online.
6. Dunia Sosial Virtual: Dunia virtual yang memungkinkan pengguna merasa seolah-olah benar-benar hidup di dalamnya, mirip dengan dunia permainan virtual, tetapi lebih mengarah pada kehidupan nyata, seperti pada platform *Second Life*.

2.1.3 Minat Menikah

Kata "minat" berasal dari bahasa Inggris dan berarti "kesukaan", "perhatian" (kecenderungan hati pada sesuatu), "keinginan", siswa harus memiliki minat atau keinginan untuk mengikuti kegiatan belajar. Oleh karena itu, minat akan mendorong siswa untuk menunjukkan perhatian, aktivitas, dan keterlibatan mereka dalam proses belajar (Sibirian dkk., 2023).

Secara umum, minat dapat didefinisikan sebagai rasa tertarik yang ditunjukkan oleh seseorang terhadap sesuatu, baik itu benda hidup maupun benda yang tidak hidup. Sementara itu, minat belajar dapat didefinisikan sebagai rasa tertarik yang ditunjukkan oleh siswa terhadap aktivitas belajar, baik di rumah, di sekolah, maupun di lingkungan sosial (Pramayshela dkk., 2023).

Menurut Sefriana (2013, h.28), minat adalah ketertarikan yang datang dari hati dan bukan karena tekanan dari luar. Minat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dapat diartikan sebagai gairah keinginan atau kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu (Saragih & Eka, 2020). Minat adalah keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu, atau kecendrungan seseorang terhadap sesuatu (Elendiana, 2020).

Minat pada dasarnya adalah menerima suatu hubungan luar diri dengan sesuatu. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Siswa dapat menunjukkan minat mereka dengan berpartisipasi dalam aktivitas tertentu atau dengan mengatakan bahwa mereka lebih menyukai hal tertentu. Siswa yang tertarik pada topik tertentu cenderung memberikan perhatian lebih besar pada topik tersebut (Zohriah, 2017).

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Pernikahan No. 1 tahun 1974, adalah ikatan lahir batin antara seorang pria dan wanita sebagai istri dengan tujuan membentuk keluarga (rumah tangga) yang bahagia dan kekal berdasarkan ketuhananyang maha esa (Ilham dkk., 2024).

Dalam pandangan Islam, nikah adalah suatu bentuk ibadah di mana seorang laki-laki dan perempuan melakukan akad untuk menjalani kehidupan yang sakinah (tenang dan damai), mawaddah (saling mencintai dan penuh kasih), dan warahmah (kehidupan yang dirahmati Allah) (Thobroni & Mun, 2010).

Secara terminologi, nikah didefinisikan sebagai akad yang menghalalkan hubungan haram antara laki-laki dan perempuan dan bertujuan untuk membangun keluarga yang sakinah, mawaddah, dan rahmah (Antony & Ja'far, 2024).

Eldridge (dalam Afunugo, 2024), lebih lanjut menjelaskan bahwa mayoritas generasi Z tinggal di kawasan perkotaan atau metropolitan, dengan hanya 13% yang dibesarkan di daerah pedesaan, dan mereka cenderung lebih sedikit berpindah tempat tinggal dibandingkan dengan generasi sebelumnya pada usia yang sama. Ia juga menyoroti temuan dari penelitian tahun 2018 yang menunjukkan bahwa generasi Z yang lebih tua cenderung menunda atau bahkan menghindari pernikahan, dengan hanya 4% yang menikah antara usia 18 hingga 21 tahun, yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan generasi Milenial, di mana sekitar 7% menikah pada usia yang sama. Fenomena ini mungkin terkait dengan meningkatnya jumlah generasi Z yang melanjutkan pendidikan tinggi.

Meskipun ada berbagai faktor yang menyebabkan generasi Z menunda pernikahan, ada juga faktor-faktor yang mendorong mereka untuk menikah lebih cepat. Faktor pertama adalah keinginan untuk memiliki pasangan hidup dan membangun sebuah keluarga. Faktor kedua adalah pengaruh lingkungan sosial, di mana banyak teman atau saudara mereka yang sudah menikah dan memiliki keluarga, yang kemudian menimbulkan dorongan untuk melakukan hal yang serupa (Riska & Khasanah, 2023).

Pernikahan merupakan lembaga sosial yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Di Indonesia, menikah tidak hanya dipandang sebagai hubungan antara dua individu, melainkan juga sebagai peristiwa sosial yang menyatukan dua keluarga besar dan memiliki dimensi religius yang kuat. Dalam ajaran agama, pernikahan dianggap sebagai ibadah yang bernilai sakral; sementara dalam tatanan sosial, ia berfungsi sebagai sarana pembentukan keluarga dan regenerasi nilai-nilai masyarakat (Sudarsono, 1991).

Dalam konteks sosiologi keluarga, orientasi seseorang terhadap pernikahan dapat dipahami melalui empat dimensi utama, yakni keinginan untuk menikah, sikap positif terhadap menikah, preferensi usia menikah, serta kesiapan finansial dan mental. Keempat aspek ini saling berkaitan dan membentuk gambaran utuh tentang kesiapan individu dalam menghadapi kehidupan pernikahan.

1. Keinginan untuk Menikah

Keinginan untuk menikah merupakan dorongan atau motivasi internal seseorang untuk membangun rumah tangga dan menjalani kehidupan bersama pasangan. Dalam psikologi sosial, keinginan ini sering dihubungkan dengan kebutuhan dasar manusia akan kasih sayang, rasa memiliki, dan kebutuhan sosial untuk diterima dalam lingkungan masyarakat (Rakhmat, 2011).

Keinginan untuk menikah juga dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator operasional, seperti adanya niat pribadi untuk menikah, dorongan untuk memiliki keluarga sendiri, serta kesiapan untuk membangun komitmen jangka panjang dengan pasangan. Di kalangan masyarakat perkotaan, keinginan ini sering kali diwarnai oleh pertimbangan realistis, seperti kesiapan karier, kestabilan ekonomi, dan kematangan emosional (dalam Helmiyah & Damaiyanti, 2025).

2. Sikap positif terhadap menikah

Sikap positif terhadap menikah mencerminkan cara individu memandang pernikahan sebagai sesuatu yang bernilai dan bermakna dalam kehidupan. Sikap ini mencakup aspek kognitif (pengetahuan dan keyakinan tentang pernikahan), afektif (perasaan atau emosi terhadap gagasan menikah), dan konatif (kesiapan bertindak untuk mewujudkan pernikahan) (Azwar, 2007).

3. Preferensi Usia Menikah

Preferensi usia menikah berkaitan dengan pandangan individu tentang kapan waktu yang tepat untuk melangsungkan pernikahan (Arlinda, 2015). Di Indonesia, norma sosial dan hukum memberikan batas minimal usia menikah melalui Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2019 tentang Perkawinan, yakni 19 tahun untuk laki-laki dan perempuan. Penetapan batas ini bertujuan untuk memastikan kesiapan fisik dan psikologis calon pasangan agar terhindar dari risiko sosial dan kesehatan akibat pernikahan dini (Yusuf, 2020).

4. Kesiapan Finansial dan Mental

Kesiapan finansial dan mental merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan pernikahan. Dalam masyarakat Indonesia, kedua aspek ini sering menjadi bahan pertimbangan utama bagi generasi muda sebelum melangkah ke jenjang pernikahan (Rachmawati, 2020).

2.1.4 Generasi Z

Generasi Z terdiri dari orang-orang yang lahir antara tahun 1997 dan 2012. Mereka adalah generasi yang tumbuh di era digital, memiliki akses mudah terhadap teknologi, dan cenderung lebih terbuka terhadap perubahan sosial dan budaya. Oleh karena itu, generasi ini sangat cerdas dalam memanfaatkan IPTEK, yang membuat mereka disebut sebagai "iGeneration" atau "Pendatang Digital" (Bambang dkk., 2020).

Dalam masyarakat modern, generasi muda disebut "generasi Z" atau "Gen Z". Sebuah jurnal penelitian (Hastini dkk., 2020) menyatakan bahwa generasi Gen Z adalah generasi yang lahir terlibat dalam kemajuan teknologi.

Generasi Z adalah generasi yang mudah menyerap informasi; (Rosdiana, 2020) menyatakan bahwa kemudahan mengakses internet memungkinkan mereka untuk mempelajari industri keuangan selain memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini penting karena pemahaman masyarakat tentang sistem keuangan bahwa perekonomian negara tidak akan bergerak.

Fungsi Generasi Z meliputi beberapa hal:

1. *Reliance on Technology*: Gen-Z dikenal sebagai "*Digital Native*" dan sangat bergantung pada perangkat digital dan Internet. (Anderson & Jiang, 2018) menemukan bahwa 95% remaja memiliki akses ke smartphone mereka, sementara 45% mengatakan mereka hampir konstan online. "Ketergantungan ini memengaruhi cara belajar, membangun kontak, dan mengonsumsi informasi.
2. Fungsi multitasking tinggi: Gen-Z digunakan secara bersamaan untuk mengelola berbagai tugas. (Premsky, 2020) seperti yang ditunjukkan Gen-Z, Anda dapat dengan cepat beralih antara berbagai platform dan tugas, yang bisa menjadi kekuatan dalam lingkungan kerja yang dinamis, tetapi membutuhkan fokus terperinci bahkan dalam situasi seperti itu, dapat dipertanyakan.
3. Tes Komunikasi Visual: Gen-Z cenderung lebih banyak merespons konten visual dibandingkan dengan teks. (Rao & Bresman, 2017) penelitian menemukan bahwa Gen-Z lebih suka platform komunikasi berbasis foto dan video seperti Instagram dan Tiktok. Preferensi ini mempengaruhi cara Anda menyerap dan mengomunikasikan informasi.
4. Tren kewirausahaan: Gen-Z menunjukkan minat yang kuat pada kewirausahaan. (Zaman, 2024) melaporkan bahwa 46% dari US Gen-Z menganggap perusahaan mereka menjadi 41% dari milenium. Tren ini mencerminkan keinginan Anda untuk otonomi dan inovasi karier.
5. Persepsi yang umum di seluruh dunia: Gen-Z memiliki akses ke informasi global yang belum pernah terjadi sebelumnya, membentuk perspektif global. Seperti yang dinyatakan oleh (Francis & Hoefel, 2018), Gen-Z memiliki kesadaran tinggi akan isu-isu global seperti perubahan iklim, ketidaksetaraan dan hak asasi manusia. Persepsi ini sering mendorong mereka untuk terlibat dalam behaviorisme dan menemukan solusi untuk masalah global.

Karakteristik utama Gen Z antara lain:

a) Teknologi menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari

Generasi Z karena mereka tumbuh dan berkembang di era digital, sehingga teknologi menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari mereka. Menurut para ahli, ada banyak alasan Gen Z menggunakan teknologi sebagai bagian penting dari kehidupan mereka. Ini termasuk penggunaan teknologi sebagai alat komunikasi dan sosialisasi (Turner, 2015).

b) *Multitasking*

Kemampuan seseorang untuk melakukan beberapa tugas secara bersamaan atau bergantian dalam waktu yang sama atau serupa, tetapi Generasi Z tahu bahwa multitasking bisa membuat mereka lelah dan stres. Generasi Z

yang tumbuh di era teknologi digital biasanya memiliki kemampuan untuk melakukan banyak hal sekaligus (Shatto & Erwin, 2017).

c) **Fleksibel dan Adaptif**

Generasi Z dianggap lebih fleksibel dan adaptif dalam menghadapi perubahan, terutama karena mereka dibesarkan dalam lingkungan yang cepat berubah dan kompleks. Kemampuan mereka untuk menyesuaikan diri dengan perubahan dan kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan lingkungan yang berubah adalah salah satu ciri khas Generasi Z. Adanya perkembangan teknologi yang cepat adalah salah satu faktor yang dianggap membentuk karakteristik ini (Janssen & Carradini, 2021).

d) **Kritis dan Analitis**

Generasi Z cenderung lebih kritis dan analitis dalam memproses informasi, mengambil keputusan, dan menggunakan teknologi untuk mengakses banyak informasi dan sumber daya. Kemampuan mereka untuk menganalisis informasi secara objektif dan kritis adalah salah satu ciri khas Generasi Z. Adanya akses mudah terhadap informasi adalah salah satu komponen yang dianggap membentuk karakteristik ini (Schroth, 2019).

e) **Kemandirian**

Generasi Z tampak lebih mandiri dan berani dalam mengambil risiko dan mengambil keputusan (Connor, n.d.). Salah satu karakteristik yang dimiliki Generasi Z adalah kemampuan untuk memecahkan masalah secara mandiri dan mandiri. Beberapa faktor yang diyakini membentuk karakteristik ini termasuk pola pendidikan yang mendorong kemandirian. Pola pendidikan ini telah menjadi fokus utama dalam pendidikan Generasi Z dan bertujuan untuk mengajarkan siswa keterampilan mandiri, seperti kemampuan memecahkan masalah secara mandiri.

Generasi Z memiliki perspektif tersendiri mengenai pernikahan, di mana mereka cenderung memandangnya sebagai kemitraan yang seimbang dan fleksibel, dengan tekanan komunikasi yang jujur dan terbuka sebagai fondasi utama dalam hubungan (Moon dkk., 2025). Mereka mengutamakan keseimbangan peran serta menghargai kebutuhan masing-masing pasangan guna menciptakan hubungan yang harmonis. Selain itu, Gen Z lebih mengutamakan kebahagiaan pribadi dan pengembangan diri dalam pernikahan, meyakini bahwa hubungan tersebut seharusnya menjadi sarana untuk saling mendukung dalam mencapai tujuan individu (Demir & Sonmez, 2021).

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Teori Terpaan Media

1. Pengertian Terpaan Media

Terpaan media adalah situasi dimana masyarakat secara terus menerus menerima informasi dari media massa sehingga masyarakat mendapatkan informasi serta pengetahuan yang luas (Effendy, 1990). Terpaan media mengacu pada frekuensi dan durasi seseorang dalam mengonsumsi media serta bagaimana hal itu memengaruhi pemahaman mereka terhadap suatu isu atau fenomena sosial. Menurut (McQuail, 2010), terpaan media mencerminkan keterlibatan audiens terhadap media dalam berbagai tingkat, mulai dari paparan pasif hingga konsumsi aktif yang bersifat selektif. Dari perspektif komunikasi massa, terpaan media dapat dikategorikan dalam beberapa aspek:

Menurut Saari (dalam Kartini dkk, 2022), keberadaan media dianggap efektif jika jenis media yang digunakan, frekuensi penggunaannya, dan durasi penggunaannya berbeda. Dari sini, kita bisa menyimpulkan bahwa terpaan media dapat diukur dari segi frekuensi, durasi, dan intensitas. Oleh karena itu, terpaan kisah kekerasan KDRT di media sosial dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Frekuensi merujuk pada seberapa sering suatu tindakan diulang. Seberapa sering seseorang menonton kisah kekerasan KDRT di media sosial dapat berbeda-beda, apakah itu dilakukan setiap hari, minggu, atau bulan. Penelitian ini mengukur seberapa sering seseorang menonton kisah kekerasan KDRT di media sosial dalam sebulan.
- b. Durasi berkaitan dengan lamanya waktu seseorang menggunakan media. Indikator durasi terdiri dari dua aspek utama. Pertama, lamanya waktu yang dihabiskan seseorang untuk mengakses media tersebut. Kedua, lamanya seseorang terlibat dalam mengonsumsi konten atau pesan yang disampaikan oleh media. Kedua aspek ini memberikan gambaran tentang tingkat keterlibatan seseorang dengan media dan pesan yang diterimanya.
- c. Intensitas mengukur tingkat perhatian yang diberikan. Metrik yang digunakan untuk mengukur intensitas kisah kekerasan KDRT di media sosial melibatkan faktor intrinsik yang mempengaruhi perhatian serta faktor ekstrinsik yang turut memengaruhi perhatian. Dalam penelitian ini, perhatian terhadap detail diukur berdasarkan elemen-elemen hiasan dalam kisah kekerasan KDRT di media sosial.

Menurut Dominic (dalam Jamanti, 2014), terpaan media tidak hanya berkaitan dengan jumlah paparan terhadap media, tetapi juga dengan bagaimana individu memproses informasi tersebut berdasarkan pengalaman, kebutuhan, dan preferensi mereka.

2. Jenis-Jenis Terpaan Media

Terpaan media mengacu pada sejauh mana individu atau audiens terpapar terhadap berbagai jenis konten media. Pola konsumsi media ini dapat dikategorikan berdasarkan intensitas keterlibatan individu serta tujuan dari konsumsi media tersebut. Pemahaman tentang jenis-jenis terpaan media sangat penting dalam studi komunikasi, terutama dalam menganalisis bagaimana media memengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku individu. Berikut adalah beberapa jenis utama terpaan media:

a) Terpaan Pasif (*Passive Exposure*)

Terpaan pasif terjadi ketika seseorang mengonsumsi media tanpa memiliki niat atau perhatian penuh terhadap isi pesan yang disampaikan. Dalam konteks ini, individu tidak secara aktif mencari atau memproses informasi dari media yang dikonsumsi.

Ciri-ciri Terpaan Pasif:

1. Individu tidak memiliki kesadaran penuh terhadap konten media.
2. Informasi dari media hanya diterima secara sepintas tanpa analisis mendalam.
3. Terjadi dalam situasi di mana media berfungsi sebagai latar belakang, misalnya televisi yang menyala saat seseorang sedang melakukan aktivitas lain.

Contoh Terpaan Pasif:

1. Menonton televisi sambil bermain ponsel atau berbicara dengan orang lain.
2. Mendengarkan radio di dalam mobil tanpa memperhatikan isi siaran.
3. Melihat iklan di media sosial saat menggulir halaman tanpa benar-benar memperhatikan pesannya.

Menurut (Bryant & Oliver, 2009), terpaan pasif cenderung memiliki efek yang lebih lemah dibandingkan terpaan aktif karena individu tidak secara mendalam memproses informasi yang diterima. Namun, dalam beberapa kasus, terpaan pasif tetap dapat mempengaruhi individu melalui proses bawah sadar, seperti dalam pembentukan persepsi merek melalui iklan yang sering muncul di latar belakang.

b) Terpaan Aktif (*Active Exposure*)

Berbeda dengan terpaan pasif, terpaan aktif terjadi ketika individu secara sadar memilih untuk mengonsumsi media dengan tujuan tertentu. Dalam hal ini, individu memiliki kendali atas informasi yang mereka akses dan cenderung lebih selektif dalam memilih media yang sesuai dengan kebutuhannya.

Ciri-ciri Terpaan Aktif:

1. Individu secara sadar memilih dan mencari informasi dari media.
2. Terjadi keterlibatan kognitif yang lebih tinggi dalam memahami dan menganalisis isi media.
3. Biasanya dikaitkan dengan motivasi tertentu, seperti mencari berita, hiburan, atau pendidikan.

Contoh Terpaan Aktif:

1. Membaca artikel berita untuk memahami suatu isu sosial atau politik.
2. Menonton video tutorial di YouTube untuk belajar keterampilan baru.
3. Menganalisis konten dalam film dokumenter untuk keperluan akademik atau penelitian (Pujarama & Yustisia, 2020).

c) Terpaan Berulang (*Repeated Exposure*)

Terpaan berulang merujuk pada kondisi di mana individu secara terus-menerus terpapar oleh pesan media yang sama dalam jangka waktu tertentu. Fenomena ini berkaitan dengan teori *mere exposure effect*, yang dikemukakan oleh (Zajonc, 1968). Teori ini menyatakan bahwa semakin sering seseorang melihat atau mendengar suatu pesan, semakin besar kemungkinan mereka untuk menerima atau menyukai pesan tersebut.

Ciri-ciri Terpaan Berulang:

1. Pesan media yang sama dipaparkan berulang kali kepada individu.
2. Dapat meningkatkan daya ingat dan persepsi positif terhadap suatu pesan.
3. Biasanya digunakan dalam strategi pemasaran dan periklanan untuk membentuk opini publik.

Contoh Terpaan Berulang:

1. Iklan produk yang sering muncul di media sosial atau televisi sehingga konsumen menjadi familiar dan tertarik untuk membeli.

2. Lagu yang sering diputar di radio sehingga akhirnya melekat dalam ingatan seseorang.
3. Slogan politik yang berulang kali dikampanyekan untuk membentuk opini masyarakat.

Penelitian dalam bidang pemasaran menunjukkan bahwa pesan yang sering dipaparkan dapat meningkatkan kesadaran merek dan membentuk preferensi konsumen (Tellis dkk., 2009). Namun, terlalu banyak terpaan berulang juga dapat menimbulkan efek jenuh (*wear-out effect*), di mana individu menjadi bosan dan cenderung mengabaikan pesan tersebut.

d) Terpaan Selektif (Selective Exposure)

Terpaan selektif terjadi ketika individu secara sadar atau tidak sadar memilih untuk hanya mengonsumsi media yang sesuai dengan pandangan, nilai, dan keyakinan mereka, serta menghindari informasi yang bertentangan. Konsep ini erat kaitannya dengan teori selektivitas dalam komunikasi massa, yang menjelaskan bahwa individu lebih cenderung menerima informasi yang memperkuat perspektif mereka dan menolak informasi yang bertentangan dengan keyakinan mereka (Stroud, 2008).

Ciri-ciri Terpaan Selektif:

1. Individu memilih informasi yang sejalan dengan pandangan mereka.
2. Cenderung menghindari atau menolak informasi yang bertentangan.
3. Dapat memperkuat bias kognitif dan menciptakan efek *echo chamber* atau *filter bubble*.

Contoh Terpaan Selektif:

1. Seorang pendukung partai politik tertentu hanya mengikuti media yang sejalan dengan pandangannya dan menghindari media yang berseberangan.
2. Konsumen berita yang hanya membaca artikel dari sumber yang mendukung keyakinan mereka tanpa mencari sudut pandang lain.
3. Pengguna media sosial yang mengikuti akun atau grup yang memiliki opini serupa dengan mereka, sehingga memperkuat bias informasi yang diterima.

Menurut (Stroud, 2008) terpaan selektif dapat memperkuat polarisasi dalam masyarakat, di mana individu semakin sulit menerima pandangan yang berbeda karena mereka terus-menerus mendapatkan informasi yang mendukung keyakinan mereka. Hal ini menjadi perhatian dalam era digital saat algoritma media sosial semakin memperkuat pola selektif dengan menyajikan konten yang disesuaikan dengan preferensi pengguna.

3. Efek Terpaan Media

Terpaan media memiliki berbagai dampak terhadap individu dan masyarakat, yang dapat bersifat langsung maupun tidak langsung, jangka pendek maupun jangka panjang. Efek media ini sangat bergantung pada beberapa faktor, termasuk frekuensi paparan, jenis konten yang dikonsumsi, serta karakteristik individu yang menerima pesan media.

2.2.2 Teori Kultivasi

1. Kemunculan Teori Kultivasi

Pada akhir 1960-an, Gerbner seorang peneliti komunikasi, mulai tertarik pada bagaimana televisi memengaruhi cara orang memandang dunia. Bersama rekan-rekannya di University of Pennsylvania, ia melakukan studi dalam proyek besar bernama *Cultural Indicators*. Fokus utama mereka adalah memahami dampak jangka panjang dari konsumsi televisi terhadap persepsi khalayak (Gerbner & Gross, 1976).

Gerbner berpendapat bahwa televisi tidak hanya menghibur, tetapi juga membentuk cara orang berpikir tentang dunia. Berbeda dengan teori efek langsung yang mengasumsikan bahwa media memiliki dampak instan, teori kultivasi berpendapat bahwa perubahan terjadi secara bertahap, seiring dengan akumulasi eksposur terhadap media.

2. Teori Kultivasi di Era Digital

Ketika teori kultivasi pertama kali dikembangkan, televisi adalah media utama yang dikonsumsi masyarakat. Namun, dengan munculnya internet dan media sosial, cara orang mengakses informasi telah berubah drastis. Kini, individu dapat memilih sendiri konten yang mereka konsumsi, tidak lagi hanya bergantung pada televisi. Hal ini menimbulkan pertanyaan: Apakah efek kultivasi masih relevan? Beberapa peneliti berpendapat bahwa prinsip dasar teori ini tetap berlaku, tetapi harus diperluas untuk mencakup media digital. Misalnya, pengguna media sosial yang terus-menerus terpapar pada konten negatif atau informasi tertentu dapat mengalami efek serupa dengan yang ditemukan dalam studi kultivasi awal (Morgan dkk., 2018).

Dalam konteks politik, misalnya, orang yang terus-menerus membaca berita dari satu sumber dengan perspektif tertentu dapat mulai melihat dunia melalui lensa yang sempit. Fenomena ini terlihat dalam munculnya *echo chambers* dan *filter bubbles*, di mana individu hanya terpapar pada pandangan yang menguatkan keyakinan mereka sendiri.

3. Efek Kultivasi dalam Berbagai Konteks: Bagaimana Media Membentuk Persepsi Sosial

Sejak dikembangkan oleh George Gerbner dan timnya, teori kultivasi telah digunakan untuk memahami berbagai aspek komunikasi massa. Tidak hanya dalam hal kekerasan di media, tetapi juga dalam representasi gender, politik, dan persepsi sosial terhadap kelompok tertentu. Berikut adalah beberapa bidang utama di mana teori ini berperan dalam membentuk cara kita melihat dunia:

a) Kekerasan di Media dan Sindrom Dunia yang Kejam

Salah satu fokus utama penelitian awal Gerbner adalah hubungan antara tayangan kekerasan di televisi dan persepsi masyarakat terhadap dunia. Dalam studinya, ia menemukan bahwa pemirsa berat televisi cenderung percaya bahwa dunia lebih penuh dengan ancaman dan kekerasan daripada yang sebenarnya terjadi (Gerbner dkk., 1980).

Fenomena ini dikenal sebagai *Mean World Syndrome*, di mana individu yang sering terpapar tayangan kekerasan, seperti berita kriminal dan film aksi, lebih cenderung merasa takut, curiga terhadap orang lain, dan percaya bahwa dunia dipenuhi dengan kejahatan. Dalam konteks sosial, ini dapat menyebabkan peningkatan dukungan terhadap kebijakan yang lebih represif, seperti kontrol ketat terhadap hukum dan kebijakan keamanan yang lebih ketat (Romer dkk., 2003). Namun, beberapa studi menunjukkan bahwa dampak ini juga bergantung pada faktor individu, seperti lingkungan sosial dan pengalaman pribadi. Misalnya, seseorang yang tinggal di lingkungan dengan tingkat kriminalitas tinggi mungkin mengalami resonansi yang lebih kuat terhadap tayangan media yang penuh kekerasan (Shanahan & Morgan, 1999).

b) Representasi Gender dan Stereotip dalam Media

Media massa tidak hanya membentuk persepsi tentang keamanan dan kekerasan, tetapi juga memengaruhi bagaimana masyarakat memahami peran gender. Studi oleh (Signorielli & Bacue, 1999) menemukan bahwa perempuan sering kali digambarkan dalam peran tradisional di televisi, seperti ibu rumah tangga atau objek seksual, sementara laki-laki lebih sering ditampilkan dalam peran kepemimpinan dan kekuatan.

Paparan berulang terhadap stereotip ini dapat memperkuat norma-norma gender yang membatasi peran perempuan dalam kehidupan nyata. Misalnya, anak-anak yang tumbuh dengan menonton tayangan yang menggambarkan perempuan sebagai pasif dan laki-laki sebagai dominan cenderung menginternalisasi pandangan ini, yang kemudian berpengaruh pada pilihan karier, ekspektasi sosial, dan dinamika hubungan gender di masyarakat (Lauzen dkk., 2008).

Dalam beberapa dekade terakhir, ada perubahan dalam cara media merepresentasikan gender, terutama dengan meningkatnya jumlah karakter perempuan dalam peran kuat, seperti dalam film superhero dan serial televisi. Namun, studi menunjukkan bahwa meskipun ada kemajuan, stereotip masih tetap ada dalam banyak bentuk media, terutama dalam iklan dan film anak-anak (England dkk., 2011).

c) Pengaruh Media terhadap Persepsi Politik

Dalam dunia politik, teori kultivasi juga menjelaskan bagaimana media membentuk pandangan masyarakat terhadap isu-isu politik. Studi oleh (Shanahan & Morgan, 1999) menunjukkan bahwa pemirsa berat berita televisi cenderung memiliki pandangan politik yang lebih sejalan dengan cara isu-isu politik dipresentasikan dalam media massa.

Misalnya, jika suatu saluran berita secara konsisten menampilkan imigrasi sebagai ancaman terhadap ekonomi dan keamanan nasional, pemirsa berat dari saluran tersebut lebih cenderung mendukung kebijakan imigrasi yang lebih ketat. Sebaliknya, jika suatu media menampilkan imigrasi dalam konteks hak asasi manusia dan kontribusi ekonomi, pemirsanya lebih mungkin memiliki sikap yang lebih terbuka terhadap imigran (Stroud, 2011).

Fenomena ini semakin diperkuat di era digital, di mana algoritma media sosial menciptakan *filter bubbles* dan *echo chambers* yang membuat individu hanya terpapar pada perspektif yang sejalan dengan keyakinan mereka sendiri (Pariser, 2011). Ini dapat menyebabkan polarisasi politik yang lebih tajam, di mana individu semakin sulit menerima sudut pandang yang berbeda.

d) Efek Kultivasi pada Persepsi Sosial dan Kelompok Minoritas

Selain memengaruhi pandangan tentang kekerasan, gender, dan politik, media juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap kelompok sosial tertentu. Misalnya, studi oleh (Shanahan & Morgan, 1999) menunjukkan bahwa representasi etnis minoritas dalam televisi sering kali terbatas pada stereotip negatif. Orang kulit hitam, misalnya, sering kali digambarkan sebagai kriminal atau individu dengan latar belakang ekonomi rendah, sementara orang Asia cenderung digambarkan sebagai karakter yang cerdas tetapi kurang dalam aspek sosial. Representasi semacam ini dapat memperkuat prasangka dan bias dalam masyarakat.

2.2.3 Teori Efek Media

Sejarah penelitian mengenai efek media dimulai dengan studi tentang surat kabar beberapa abad yang lalu. Ini berawal dari penemuan kertas pada tahun 105 oleh Ts'ai Lung di China, diikuti oleh penemuan mesin cetak pada tahun 1400-1468 oleh (Spilsbury, 2015) di Jerman. Pada tahun 1622, koran harian pertama, yaitu *Weekly News*, diterbitkan di London, Inggris. Selanjutnya, penelitian media berkembang ke arah film, dengan produksi film pertama yang dimulai pada akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20. Radio pun berkembang pesat, di mana stasiun radio pertama kali beroperasi pada 2 November 1920. Pada tahun 1947, televisi swasta pertama, CBS, memulai siarannya. Terakhir, internet ditemukan pada tahun 1969 oleh militer AS melalui pengembangan ARPANET untuk menghubungkan kontraktor dan peneliti.

Pada awalnya, para peneliti hanya melihat efek media melalui perspektif Teori Stimulus Respon yang dikemukakan oleh Melvin DeFluer dan Teori Opini Umum dari Walter Lippmann. Namun, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi media, penelitian tentang efek media menjadi semakin serius pada tahun 1920-an. Hal ini mengarah pada lahirnya Teori Efek Media, yang mencakup tiga paradigma utama untuk memahami pengaruh media. Paradigma pertama adalah paradigma efek kuat (*Direct Effects Models*), paradigma kedua adalah efek minimalis atau terbatas (*Limited Effects Models*), dan paradigma ketiga adalah efek kumulatif (*Cumulative Effects Models*).

Dalam teori efek media tiga paradigma yang digunakan media untuk mengetahui efek dari media sebagai berikut:

1. Paradigma pertama efek kuat (*Direct Effects Models*)

Paradigma penelitian pertama berfokus pada efek kuat media. Penelitian tentang efek kuat (*Direct Effects Models*) dimulai pada tahun 1920-an di Amerika Serikat. Model ini didasarkan pada teori stimulus-respons (S-R) yang dikembangkan oleh (DeFleur & DeFleur, 2016). Dalam teori ini, para psikolog beranggapan bahwa khalayak massa cenderung pesimis. Media dianggap memiliki kekuatan yang sangat besar, sehingga individu yang terisolasi dan anonim dalam khalayak massa akan segera terpengaruh (Littlejohn & Foss, 2009). Asumsi lain dari teori ini adalah bahwa dampak komunikasi massa yang kuat bersifat lebih universal dibandingkan dengan audiens yang lebih terbatas (dalam Anggraini, 2020). Model ini muncul seiring dengan perkembangan media penyiaran massa seperti radio, film, dan televisi, serta efek yang ditimbulkannya.

Pada 30 Oktober 1938, Orson Welles, seorang produser radio, menghasilkan sebuah siaran radio yang menceritakan tentang serangan alien ke bumi. Naskah ini diadaptasi dari cerita fiksi ilmiah "*War of the Worlds*" dan disiarkan oleh *Mercury Theatre of the Air*. Siaran tersebut menyebabkan sekitar 1 juta orang di Amerika mengalami histeria massal. Pendengar yang mendengarnya mengira bahwa negara mereka benar-benar diserang oleh makhluk dari Mars. Efek dari histeria massal yang ditimbulkan oleh siaran radio tersebut kemudian memunculkan teori jarum hipodermik (*Hypodermic Needle Theory*) menurut penelitian saat ini.

2. Paradigma Kedua Efek Minimalis atau Efek Terbatas (*Limited Effects Models*)

Paradigma efek terbatas adalah pandangan yang menekankan bahwa media berada di bawah kendali khalayak dalam hal selektivitas. Menurut paradigma ini, saat kita mengonsumsi media, kita dapat secara selektif menerima pesan-pesan yang disampaikan. Khalayak juga dapat memilih elemen-elemen tertentu dari pesan media untuk diperhatikan, dan memilih bagaimana mereka akan menerima atau menafsirkan pesan tersebut. Selain itu, mereka dapat memilih apa yang akan disimpan, diingat, atau dipelajari dari media.

Dalam paradigma efek terbatas, terjadi perubahan dalam pengaruh media terhadap khalayak. Perubahan ini mencakup pergeseran dari persepsi bahwa media memiliki pengaruh yang kuat, menjadi pandangan bahwa media hanya memiliki pengaruh minimal pada audiens. Perubahan ini muncul dari penelitian yang dilakukan oleh (Lazarsfeld dkk., 1948). Penelitian yang dilakukan oleh Universitas Columbia pada tahun 1940 menunjukkan bagaimana hubungan sosial antara individu dan pengaruh mereka dalam jaringan komunikasi serta atribut pribadi lainnya memiliki efek terbatas pada pesan yang disampaikan melalui media (Littlejohn & Foss, 2009). Kemudian, Lazarsfeld dan rekan-rekannya mengembangkan konsep aliran dua langkah dalam penyebaran pesan media, di mana pemimpin opini memainkan peran penting. Secara singkat, karakteristik pribadi dan sosial individu serta kelompok mempengaruhi pilihan mereka terhadap komunikasi massa yang mencerminkan keyakinan mereka sendiri, dengan media hanya berfungsi sebagai penguat.

Efek media merujuk pada perubahan perilaku manusia yang terjadi akibat paparan pesan dari media massa (Ensiklopedia dunia, 2013). Menurut Donald F. Roberts (dalam Liebers & Schramm, 2019), efek ini berkaitan erat dengan pesan yang disampaikan oleh media. Selain itu, efek media juga dapat dipahami sebagai dampak sosial

yang ditimbulkan oleh keberadaan media, yang mempengaruhi perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku manusia. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi media massa dalam menyampaikan informasi dan hiburan, manusia kini tidak dapat terhindar dari pengaruh media massa tersebut. Setiap hari, otak manusia terus dipenuhi oleh informasi yang disajikan oleh media.

3. Paradigma ketiga efek (*Cumulative Effects Models*)

Paradigma ketiga didasarkan pada penggunaan metode ilmiah yang jelas, seperti metode penelitian yang melibatkan laboratorium dan pendekatan penelitian multimetode. Paradigma ini muncul karena pandangan mengenai pengaruh yang lebih besar. Asumsi utama dari model efek kumulatif adalah kekuatan potensi audiens terhadap media, di mana paparan terbatas melalui penyampaian tema dan pesan yang konsisten serta berulang-ulang dapat memiliki dampak yang signifikan (Anggraini, 2020).

Model ini menyatakan bahwa pengaruh media tidak terjadi secara langsung, melainkan berkembang secara bertahap melalui akumulasi paparan media yang konsisten. Pengaruh media pada individu tidak hanya dipengaruhi oleh satu kali paparan, tetapi oleh paparan yang berulang seiring waktu. Dengan demikian, efek media semakin kuat seiring berjalannya waktu dan semakin banyak paparan yang diterima (Juwandi & Widyana, 2019).

2.4 Penelitian Relevan

Sebuah penelitian yang baik selalu dibangun berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki fokus serupa. Pada bagian ini, akan dijelaskan kajian-kajian terdahulu yang digunakan sebagai referensi utama dalam penelitian ini. Temuan-temuan dari penelitian sebelumnya berperan penting sebagai acuan yang membantu peneliti untuk memahami berbagai aspek yang telah diteliti, sehingga memungkinkan untuk menemukan celah atau kesempatan untuk memberikan kontribusi baru dalam bidang yang sama. Laporan hasil penelitian sebelumnya menjadi referensi penting bagi peneliti dalam menyusun draf proposal penelitian ini. Penelitian-penelitian yang relevan tersebut adalah sebagai berikut:

2. 4.1 Pengaruh Terpaan Berita Kasus KDRT pada Media Sosial Tiktok terhadap Pengambilan Keputusan Tidak Menikah Muda Oleh Arifin & Fardiah, Tahun 2023.

Peneliti mengkaji dampak berita tentang kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) yang viral di TikTok, khususnya terkait kasus Rizky Billar dan Lesti Kejora, terhadap keputusan Generasi Z mengenai pernikahan dini di Indonesia. Penelitian ini menyoroti pengaruh signifikan dari frekuensi, durasi, dan tingkat perhatian terhadap demografi ini. Paparan berita KDRT melalui media sosial TikTok dapat memengaruhi keputusan pengguna, termasuk keputusan untuk menghindari pernikahan muda. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode survei menggunakan kuesioner. Populasi penelitian mencakup 3,7 juta followers akun TikTok @Liputan6.sctv, dengan sampel yang diambil sebanyak 100 orang berdasarkan rumus Slovin dan teknik purposive sampling.

2. 4.2 “Analisis Perspektif Mahasiswa Muslim Gen-Z terhadap Isu Pernikahan Itu Menakutkan” oleh Riswandi dkk., Tahun 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis pandangan mahasiswa muslim generasi Z di perguruan tinggi di Kota Bandung terkait isu "pernikahan itu menakutkan". Dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive* sampling, lalu dianalisis. Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi untuk pengembangan program pendidikan pranikah yang lebih sesuai dan aplikatif dalam kehidupan pelajar muslim. Temuan penelitian menunjukkan bahwa beberapa faktor memengaruhi ketakutan terhadap pernikahan, seperti dinamika peran gender, risiko konflik dan kekerasan dalam rumah tangga, serta pengaruh lingkungan sosial. Selain itu, faktor lain yang turut berkontribusi adalah stigma sosial dan kesulitan dalam mencari pasangan yang cocok.

2. 4.3 “Pengaruh Tayangan Kekerasan Dalam Film The Doll 3 Terhadap Agresivitas Generasi Z” oleh Batrisyia dkk.,Tahun 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tayangan kekerasan dalam film “The Doll 3” mempengaruhi tingkat agresivitas generasi Z dengan menggunakan teori SOR (Stimulus, Organism, Response). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan rumus Slovin berdasarkan jumlah populasi yang diketahui. Populasi penelitian ini adalah penonton film *The Doll 3*, yang berjumlah 1.764.077 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tayangan kekerasan dalam film “The Doll 3” berpengaruh terhadap agresivitas generasi Z sebesar 8,8%, yang menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tergolong lemah.

2. 4.4 “Perspektif Generasi Z di Platform X Terhadap Penurunan Angka Pernikahan di Indonesia” oleh Adhani & Aripudin, Tahun 2024.

Hasil penelitian ini menekankan pentingnya kondisi keuangan, tingginya angka perceraian akibat kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) dan perselingkuhan, serta perubahan pandangan terhadap institusi pernikahan. Dengan memahami perspektif generasi Z, penelitian ini memberikan wawasan yang bernilai bagi pembuat kebijakan, akademisi, dan masyarakat umum untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam mengatasi tantangan-tantangan yang dihadapi dalam mendukung terciptanya hubungan pernikahan yang sehat dan berkelanjutan di kalangan generasi muda Indonesia.

2. 4.5 Persepsi Remaja Generasi Z Tentang Kesiapan Menikah Dan Keselarasan Kebijakan Pernikahan” oleh M. Dewi dkk.,Tahun 2024.

Penelitian ini untuk mengetahui perspektif remaja generasi Z tentang kesiapan menikah dengan keselarasan kebijakan pernikahan. Penelitian ini menggunakan metode studi potong lintang (*cross-sectional*) dengan subjek remaja generasi Z, yaitu mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Brawijaya, yang berjumlah 360 responden, serta melibatkan petugas Kantor Urusan Agama (KUA), petugas kesehatan, dan petugas kelurahan. Penelitian dilaksanakan di wilayah Lowokwaru, Kota Malang. Pengumpulan data dilakukan melalui Google Form, wawancara, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 50% remaja tidak siap untuk menikah. Meskipun sudah ada program untuk remaja pra-nikah di Departemen Agama dan Puskesmas, pelaksanaannya masih kurang optimal. Metode edukasi yang digunakan cenderung konvensional dan belum memanfaatkan media sosial yang mudah diakses. Oleh karena itu, disarankan agar program pra-nikah untuk remaja generasi Z dapat dijalankan secara sinergis antara Departemen Agama dan Puskesmas. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan aplikasi berbasis website untuk konsultasi dan edukasi bagi remaja.

2. 4.6 “Pengaruh Konten Kekerasan dalam Rumah Tangga di Media Sosial terhadap Persepsi Pernikahan (Studi Fenomenologi Pemuda Desa Ngrancang Tambakrejo Bojonegoro)” oleh Munawaroh, Tahun 2025.

Penelitian yang menyoroti dampak maraknya konten kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) di media sosial terhadap pandangan pemuda mengenai pernikahan. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, penelitian ini mengungkapkan bahwa paparan konten KDRT yang tersebar luas melalui video, curahan pengalaman pribadi, dan pemberitaan terkait kekerasan fisik, verbal, atau psikologis dalam rumah tangga, memunculkan reaksi emosional seperti rasa takut, cemas, dan kehati-hatian pada sebagian besar partisipan. Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan persepsi di kalangan pemuda Desa Ngrancang, dari pandangan idealis tentang pernikahan menuju pandangan yang lebih realistis dan waspada. Meskipun begitu, terdapat beberapa partisipan yang tetap memandang pernikahan sebagai hal positif meskipun dengan sikap yang lebih kritis terhadap dinamika hubungan rumah tangga. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial memainkan peran signifikan dalam membentuk dan mempengaruhi cara pandang pemuda terhadap pernikahan, khususnya dalam menghadapi potensi kekerasan yang dapat terjadi dalam rumah tangga. Hal ini menunjukkan pentingnya literasi media sosial dalam membantu generasi muda mengembangkan pandangan yang lebih seimbang tentang pernikahan dan hubungan interpersonal.

2. 4.7 Studi Fenomenologi: Marriage Is Scary Pada Generasi Z oleh Tirta & Arifin, Tahun 2025.

Fenomena "*Marriage is Scary*" di kalangan Generasi Z yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan budaya, terutama melalui peran media sosial. Generasi Z sering kali terpapar narasi negatif tentang pernikahan, seperti perceraian dan ketidakbahagiaan dalam hubungan jangka panjang, yang semakin memperkuat ketakutan mereka terhadap pernikahan. Fenomena ini, yang didorong oleh nilai-nilai individualisme dan pengaruh media sosial, menyebabkan penurunan minat untuk menikah di kalangan generasi muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami persepsi dan pengalaman Generasi Z, serta faktor-faktor yang membentuk pandangan mereka terhadap pernikahan. Selain itu, solusi seperti pendidikan seks yang komprehensif, konseling, dan penyebaran konten positif di media sosial diusulkan untuk mengatasi ketakutan ini, dengan tujuan membantu Generasi Z mengembangkan pandangan yang lebih realistis dan positif tentang pernikahan.

2. 4. 8 “Marriage Is Scary” Dalam Perspektif Al-Qur’an: Analisis Tematik Terhadap Fenomena Ketakutan Menikah Di Kalangan Generasi Z oleh Rahma, Tahun 2025.

Fenomena *"Marriage is Scary"* yang muncul di kalangan Generasi Z mengungkapkan adanya keresahan kolektif terhadap institusi pernikahan, yang dianggap sebagai suatu beban emosional, psikologis, dan finansial. Dalam konteks ini, media sosial berperan besar dalam memperkuat persepsi negatif tentang pernikahan. Platform seperti TikTok sering kali menampilkan konten yang mengangkat tema perceraian, kegagalan rumah tangga, dan konflik dalam hubungan, yang semakin memperburuk pandangan generasi muda terhadap pernikahan. Penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z lebih terbuka terhadap kritik terhadap norma-norma tradisional, termasuk pernikahan. Ketakutan terhadap pernikahan juga muncul dari pengalaman masa lalu atau cerita dari orang-orang terdekat yang memberikan dampak negatif terhadap pandangan mereka tentang hubungan jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan pendidikan pra-nikah yang lebih aplikatif dan relevan untuk membekali generasi muda dengan pengetahuan yang memadai mengenai pernikahan serta cara menghadapinya secara bijaksana dan dewasa.

2. 2.9 “Pengaruh Media Sosial Terhadap Penurunan Minat Menikah Di Kalangan Generasi Muda (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Media Sosial TikTok)” oleh Razania & Muhtadin, Tahun 2025.

Penelitian tentang konten yang sering dipaparkan di media sosial dapat menciptakan persepsi yang terdistorsi tentang pernikahan, khususnya di kalangan generasi muda. TikTok dan platform lainnya sering kali menyajikan konten yang menekankan aspek negatif pernikahan, seperti konflik rumah tangga, perceraian, dan kekerasan dalam rumah tangga. Ini menambah ketakutan dan kecemasan tentang komitmen jangka panjang. Penelitian menunjukkan bahwa semakin banyak konten yang berfokus pada kegagalan pernikahan yang dilihat oleh generasi muda, semakin besar pengaruhnya terhadap pandangan mereka. Hal ini dapat menciptakan sikap skeptis terhadap pernikahan. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi digital yang dapat membantu individu dalam memilah informasi yang diterima dari media sosial dan memfilter pesan-pesan yang berpotensi negatif. Selain itu, penguatan pendidikan agama yang relevan dengan kehidupan pernikahan juga dapat memberikan perspektif yang lebih menenangkan bagi mereka yang cemas terhadap komitmen rumah tangga.

2. 4.10 “Pengaruh Postingan Instagram @Lambe_Turah Terhadap Kesiapan Untuk Menikah (Studi Kasus Perceraian Baim Wong dan Paula Verhoeven oleh Al Fauziah dkk., Tahun 2025.

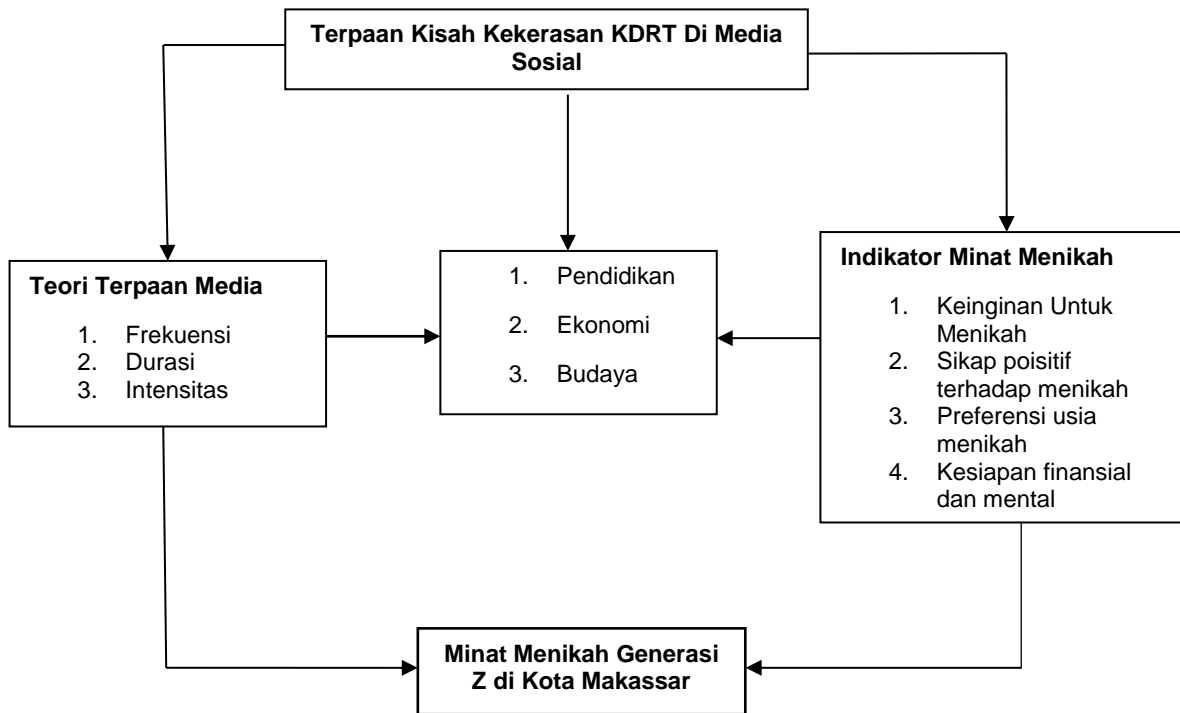
yang berjudul “Pengaruh Postingan Instagram @Lambe_Turah Terhadap Kesiapan Untuk Menikah (Studi Kasus Perceraian Baim Wong dan Paula Verhoeven) membahas pengaruh postingan Instagram @Lambe_Turah terhadap kesiapan individu untuk menikah, dengan fokus pada tiga subvariabel utama: intensitas, isi pesan, dan daya tarik. Berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa ketiga subvariabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap kesiapan menikah, dengan kontribusi total sebesar 44,2%. Paparan konten yang intens, pesan yang sering kali mengandung isu-isu rumah tangga selebritas, dan daya tarik visual dari postingan berperan besar dalam membentuk persepsi individu tentang pernikahan. Temuan ini menyoroti pentingnya peran media sosial, khususnya platform seperti Instagram, dalam membentuk sikap dan keputusan terkait pernikahan di kalangan generasi muda.

2.5 Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan terpaan kisah kekerasan KDRT di media sosial sebagai variabel bebas yang merepresentasikan stimulus utama, yaitu tingkat paparan generasi Z terhadap konten kekerasan rumah tangga yang beredar di media sosial. Paparan tersebut dianggap sebagai faktor eksternal yang memengaruhi pandangan dan sikap generasi Z terhadap institusi pernikahan. Selanjutnya, variabel antara terdiri dari dua aspek utama, yaitu teori terpaan media dan faktor sosial budaya. Teori terpaan media mencakup frekuensi, durasi, dan intensitas paparan pesan kekerasan KDRT yang diterima individu; semakin sering, lama, dan intens pesan tersebut diterima, maka pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku akan semakin besar. Sementara itu, faktor sosial budaya meliputi pendidikan, kondisi ekonomi, dan budaya lokal yang berperan sebagai variabel *intervening* yang dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh terpaan media terhadap minat menikah. Dalam hal ini, pendidikan menentukan tingkat pemahaman individu terhadap pesan yang diterima, ekonomi berpengaruh pada kesiapan finansial, dan budaya membentuk norma serta harapan sosial terkait pernikahan. Minat menikah sebagai variabel terikat diukur melalui indikator-indikator seperti keinginan untuk menikah, sikap positif terhadap pernikahan, preferensi usia menikah, serta kesiapan finansial dan mental dalam menjalani kehidupan berumah tangga. Indikator-indikator ini digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh terpaan kisah kekerasan di media sosial dan faktor sosial budaya terhadap minat menikah generasi Z. Akhirnya, fokus utama penelitian adalah melihat keseluruhan variabel tersebut memengaruhi minat menikah generasi Z.

di Kota Makassar. Dalam kerangka ini, terpaan kisah kekerasan di media sosial memengaruhi teori terpaan media dan faktor sosial budaya, yang kemudian bersama-sama berdampak pada indikator minat menikah, sehingga membentuk kecenderungan generasi Z dalam mengambil keputusan menikah.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan sementara atau asumsi awal yang diajukan sebagai jawaban atas rumusan masalah atau pertanyaan dalam penelitian, namun masih memerlukan pembuktian lebih lanjut untuk memastikan kebenarannya (Zaki & Saiman, 2021). Penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh tingkat terpaan kisah KDRT di media sosial

H1 : Terdapat pengaruh minat menikah generasi Z di Kota Makassar.

H1 : Terdapat pengaruh terpaan kisah KDRT di media sosial terhadap minat menikah generasi Z di Kota Makassar.

2.7 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjelasan mengenai suatu variabel dengan menetapkan makna atau mendefinisikan langkah-langkah operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel utama, yaitu Terpaan Kisah Kekerasan Kdrt Di Media Sosial sebagai variabel X, Minat Menikah Pada Generasi Z Di Kota Makassar sebagai variabel Y. Variabel-variabel tersebut didefinisikan secara operasional untuk memperjelas perannya dalam penelitian serta memastikan maknanya tetap jelas dan tidak menimbulkan ambiguitas. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi perbedaan dalam menafsirkan judul penelitian.

1. Terpaan Kisah Kekerasan Kdrt Di Media Sosial

Terpaan media, merujuk pada penggunaan media yang mencakup jumlah waktu yang dihabiskan untuk mengakses berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, atau media secara keseluruhan. Selain itu, terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi, dan perhatian individu terhadap media. Indikator-indikator terpaan media meliputi:

- a. Frekuensi, yaitu mencakup sejauh mana seseorang secara rutin menggunakan media dan mengonsumsi isi pesan yang disampaikan oleh media tersebut.
- b. Durasi, yaitu mengukur berapa lama seseorang menggunakan media dan berapa lama waktu yang dihabiskan untuk mengonsumsi isi pesan dari media tersebut.

c. Intensitas, yaitu mengacu pada lamanya waktu yang digunakan untuk melakukan suatu kegiatan (durasi) serta seberapa sering kegiatan tersebut dilakukan dalam jangka waktu tertentu (frekuensi).

2. Minat Menikah

Pernikahan merupakan salah satu institusi sosial yang memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Di Indonesia, perkawinan tidak hanya dilihat sebagai ikatan antara dua orang, tetapi juga sebagai momentum sosial yang mempertemukan dua keluarga besar dan sarat dengan nilai-nilai keagamaan. Dalam perspektif agama, menikah dipandang sebagai bentuk ibadah yang memiliki kesakralan tersendiri, sedangkan dalam konteks sosial, pernikahan menjadi wadah untuk membangun keluarga serta meneruskan nilai-nilai dalam masyarakat.

1. Keinginan untuk Menikah

Keinginan untuk menikah adalah motivasi internal yang mendorong seseorang untuk membentuk keluarga dan berbagi kehidupan dengan pasangannya. Dalam perspektif psikologi sosial, keinginan ini sering kali terkait dengan kebutuhan dasar manusia akan cinta, rasa diterima, serta keinginan untuk menjadi bagian dari komunitas sosial.

2. Sikap positif terhadap menikah

Sikap positif terhadap menikah mencerminkan bagaimana seseorang memandang pernikahan sebagai sesuatu yang penting dan berarti dalam hidup. Sikap ini melibatkan tiga aspek, yaitu aspek kognitif (pengetahuan dan keyakinan mengenai pernikahan), afektif (perasaan atau emosi terhadap ide pernikahan), dan konatif (kesediaan untuk bertindak guna mewujudkan pernikahan).

3. Preferensi Usia Menikah

Preferensi usia menikah meliputi pandangan tentang usia ideal untuk menikah, pertimbangan karier dan pendidikan, serta sikap terhadap pernikahan dini dan pernikahan di usia matang. Dalam masyarakat kontemporer, preferensi usia menikah tidak lagi seragam, melainkan sangat tergantung pada pengalaman hidup, gaya hidup, dan nilai-nilai personal yang dianut seseorang.

4. Kesiapan Finansial dan Mental

Kesiapan secara finansial dan mental adalah faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan sebuah pernikahan. Di Indonesia, kedua hal ini sering kali menjadi pertimbangan utama bagi generasi muda sebelum memutuskan untuk menikah.