

**ANALISIS KONTEN STANDAR PERNIKAHAN DALAM
TIKTOK POPULER:
PERSPEKTIF SOSIOLOGI HUKUM KELUARGA ISLAM**



Acc.
11 June 2026

Oleh:
Sulistiani
NIM: 22421051

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah)

Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna

Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

YOGYAKARTA

2026

**ANALISIS KONTEN STANDAR PERNIKAHAN DALAM
TIKTOK POPULER:
PERSPEKTIF SOSIOLOGI HUKUM KELUARGA ISLAM**



Oleh:
Sulistiani
NIM: 22421051

Pembimbing:
Dr. Maulidia Mulyani, S.H., M.H.

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah)
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

YOGYAKARTA

2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sulistiani
NIM : 22421051
Program Studi : Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah)
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : **Analisis Konten Standar Pernikahan dalam TikTok Populer: Perspektif Sosiologi Hukum Keluarga Islam**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiasi atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 11 Juni 2026

Yang Menyatakan,


Sulistiani

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. faai@uii.ac.id
W. faai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Hukum Keluarga (Ahwal Al-Syakhshiyah) yang dilaksanakan pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 02 Juli 2026
Judul Tugas Akhir : Analisis Konten Standar Pernikahan dalam TikTok Populer:
Perspektif Sosiologi Hukum Keluarga Islam
Nama : SULISTIANI
Nomor Mahasiswa : 22421051

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Hukum Keluarga (Ahwal Al-Syakhshiyah) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI

Ketua/Pembimbing
Dr. Maulidia Mulyani, S.H., M.H.

Penguji 1
Prof. Dr. Yusdani, M.Ag

Penguji 2
Saiful Aziz, S.H., M.H.

(.....)

(.....)

(.....)



Yogyakarta, 02 Juli 2026
Fakultas Ilmu Agama Islam

[Signature]
M. H. Amuni, MA

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Yogyakarta 12 Juni 2026 M
26 Dzulhijjah 1447 H

Kepada : Yth. Ketua Program Studi
Program Studi Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah)
Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan penunjukan Ketua Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor :
30/Kaprodi/10/DAATI/FIAI/V/2026 pada tanggal : 13 Mei 2026 M, 26 Dzulqa'dah 1447 H.
Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara :

Nama : SULISTIANI

Nomor Mahasiswa : 22421051

Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Program Studi : S1 - Hukum Keluarga (Ahwal SYakhshiyah)

Tahun Akademik : 2025/2026

Judul Skripsi : Analisis Konten Standar Pernikahan dalam TikTok Populer: Perspektif Sosiologi Hukum Keluarga Islam

Setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya akhirnya kami anggap skripsinya memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasyah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasyahkan.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dosen Pembimbing,



(Dr. Maulidia Mulyani, S.H., M.H.)

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Berjudul : **Analisis Konten Standar Pernikahan dalam TikTok Populer: Perspektif Sosiologi Hukum Keluarga Islam**
Ditulis Oleh : Sulistiani
NIM : 22421051
Program Studi : Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah)

Disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Hukum Kelyarga Islam (Ahwal Syakhshiyah) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 11 Juni 2026

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'D. Mulyani', written over a horizontal line.

Dr. Maulidia Mulyani, S.H., M.H.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas segala rahmat dan kemudahan yang Allah berikan, skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan. Karya ini kupersembahkan untuk dua orang yang menjadi alasan terkuat mengapa aku tidak pernah berhenti. Untuk Ayah, yang tidak pernah lelah berjuang tanpa banyak bicara. Diam-diammu adalah kekuatan yang selalu aku rasakan. Untuk Ibu, yang selalu ada di balik setiap langkah. Doamu adalah yang paling pertama sampai sebelum aku bahkan memulai. Untuk Iyu, Ambi dan Mba Nafisa, yang menemani dengan cara yang paling tulus. Terima kasih sudah menjadi tempat pulang ketika perjalanan terasa berat dan menjadi telinga yang selalu ada ketika kata-kata pun sulit untuk diucapkan.

Semoga Allah membalas setiap doa, pengorbanan, dan kasih sayang kalian dengan kebaikan yang berlipat, senantiasa memberikan kesehatan dan umur panjang agar kalian selalu dapat menemani setiap langkahku ke depannya. Aamiin.

MOTTO

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ ۚ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

“Dan janganlah kamu mengikuti sesuatu yang tidak kamu ketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati nurani semua itu akan diminta pertanggungjawabannya.” (QS. Al-Isra': 36)

“Mendengar dan melihat tanpa berpikir hanyalah kebisingan dan kendala tidak pernah datang untuk menghentikan, ia datang untuk memastikan kamu benar-benar layak mempertanggungjawabkan apa yang kamu perjuangkan.”

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be

ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)

غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَـي	Fathah dan ya	ai	a dan u
ـَـو	Fathah dan wau	au	a dan u

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...إ...ى	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إ...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi Maddah

Contoh:

- قَالَ qāla

- رَمَى ramā

- قِيلَ qīla

- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *a/* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah / al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَة talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu

- الشَّمْسُ asy-syamsu

- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu

- شَيْءٌ syai'un

- النَّوْءُ an-nau'u

- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah.

Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim

dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha fahuwa khair ar-rāziqīn/

Wa innallāha fahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/

Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

ABSTRAK

Meluasnya konten bertema standar pernikahan di platform TikTok telah mengonstruksi gambaran kehidupan rumah tangga yang ideal dan dalam beberapa kasus terbukti memengaruhi ekspektasi serta keputusan nyata penggunanya. Penelitian ini dilaksanakan pada periode Januari hingga Juni 2026 dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode analisis konten dan netnografi yang didukung oleh text mining berbasis Python. Data diperoleh melalui dokumentasi digital terhadap 20 konten TikTok bertema standar pernikahan, analisis 8 video respons kreator, wawancara mendalam dengan 6 informan yang terdiri dari 5 orang belum menikah dan 1 orang sudah menikah, serta observasi interaksi audiens di ruang digital. Analisis menggunakan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann dan dievaluasi melalui perspektif sosiologi hukum keluarga Islam dengan tolok ukur prinsip *sakinah*, *mawaddah*, dan *rahmah*. Penelitian ini bertujuan: Pertama, menganalisis bagaimana standar pernikahan ideal dikonstruksi melalui narasi konten TikTok; Kedua, menelaah implikasi konsumsi konten tersebut terhadap perubahan cara pandang dan nilai pengguna mengenai kehidupan rumah tangga yang ideal. Hasil penelitian menunjukkan: Pertama, konten TikTok membentuk standar pernikahan melalui tiga tema narasi yang dominan yaitu standar pekerjaan domestik, standar finansial, dan standar komunikasi, yang bekerja melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Ketiga tema tersebut bersifat dua sisi, sebagian selaras dengan prinsip *mu'āsyarah bi al-ma'rūf*, sunnah Rasulullah SAW, dan prinsip *mubādalah* dalam Islam, namun sebagian lainnya cenderung menetapkan standar yang terlalu kaku dan berpotensi menggeser tujuan pernikahan dari nilai spiritualnya menjadi perhitungan yang bersifat material; Kedua, konsumsi konten standar pernikahan di TikTok menghasilkan tiga pola respons pengguna yaitu afirmatif, kritis-reflektif, dan selektif-adaptif. Dari delapan kreator yang dianalisis, dua berada pada pola afirmatif, empat kritis-reflektif, dan dua selektif-adaptif, sementara seluruh informan wawancara menunjukkan kecenderungan kritis-reflektif dan selektif-adaptif, yang membuktikan bahwa pengguna bukan penerima pasif melainkan aktor yang aktif menyaring narasi digital berdasarkan nilai yang sudah mereka pegang sebelumnya.

Kata Kunci: Standar Pernikahan, TikTok, Konstruksi Sosial, Hukum Keluarga Islam, Netnografi, *Sakinah Mawaddah Rahmah*.

ABSTRACT

The widespread proliferation of marriage standard-themed content on TikTok has constructed idealized portrayals of household life and in several cases has demonstrably influenced users' expectations and real-life decisions regarding marriage. This research was conducted from January to June 2026 using a qualitative approach through content analysis and netnography methods supported by Python-based text mining. Data were obtained through digital documentation of 20 TikTok contents on marriage standards, analysis of 8 creator response videos, in-depth interviews with 6 informants consisting of 5 unmarried individuals and 1 married individual, and observation of audience interactions in digital spaces. The analysis was conducted using Berger and Luckmann's social construction theory and evaluated through an Islamic family law sociology perspective with the principles of sakinah, mawaddah, and rahmah as normative benchmarks. This study aims: First, to analyze how ideal marriage standards are constructed through TikTok content narratives; Second, to examine the implications of consuming such content on changes in users' perspectives and values regarding ideal household life. The findings show: First, TikTok content shapes marriage standards through three dominant narrative themes, namely domestic work standards, financial standards, and communication standards, which operate through the processes of externalization, objectivation, and internalization. These three themes are two-sided in nature — some are consistent with the principles of mu'āsyarah bi al-ma'rūf, the Sunnah of the Prophet Muhammad, and the principle of mubādalah in Islam, while others tend to set overly rigid standards that potentially shift the purpose of marriage away from its spiritual values toward material calculation; Second, consumption of marriage standard content on TikTok produces three user response patterns, namely affirmative, critical-reflective, and selective-adaptive. Of the eight creators analyzed, two showed affirmative patterns, four critical-reflective, and two selective-adaptive, while all interview informants demonstrated critical-reflective and selective-adaptive tendencies, proving that users are not passive recipients but active actors who filter digital narratives based on the values they already hold.

Keywords: Marriage Standards, TikTok, Social Construction, Islamic Family Law, Netnography, Sakinah Mawaddah Rahmah

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ ، نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ ، أَمَّا بَعْدُ

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW., sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Konten Standar Pernikahan dalam TikTok Populer: Perspektif Sosiologi Hukum Keluarga Islam”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Jurusan Ahwal Syakhshiyah Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari berbagai keterbatasan, sehingga proses penulisannya memerlukan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan dukungan terhadap pengembangan akademik mahasiswa.

2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam UII yang telah memberikan dukungan kelembagaan selama penulis menempuh studi.
3. Bapak Muhammad Najib Asyrof, S.Pd.I., Lc., M.Ag. selaku Ketua Program Studi Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah) yang telah memberikan arahan dan motivasi selama penulis menempuh studi.
4. Bapak Fuat Hasanudin, Lc., M.A. selaku Sekretaris Program Studi Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah) yang telah memberikan arahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Maulidia Mulyani, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatiannya dalam membimbing penulis. Arahan dan masukan beliau sangat berarti dalam membentuk kualitas penelitian ini menjadi lebih baik.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Program Studi Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah) FIAI UII yang telah mendidik dan membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua, Ayah yang tidak pernah berhenti berjuang dan Ibu yang selalu ada di balik setiap langkah, kalian adalah alasan terkuat mengapa penulis tidak pernah menyerah. Untuk Iyu, kakak yang selalu memberikan semangat di saat yang paling dibutuhkan, Ambi yang meskipun ngeselin tapi aku tetap sayang,

dan Mba Nafisa yang dengan sabar bersedia menjadi tempat bercerita dan mendengarkan setiap keluh kesah tanpa pernah menghakimi, terima kasih sudah hadir dengan cara yang paling tulus. Kehadiran dan kepercayaan kalian adalah kekuatan terbesar yang menopang penulis hingga titik ini.

8. Bapak Muhammad Najib Asyrof, S.Pd.I., Lc., M.Ag. selaku Ketua Program Studi Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia atas dukungan dan kemudahan yang diberikan selama proses studi berlangsung.
9. Anggi, Vira, Josa, dan Nisa: empat orang yang sudah menemani penulis sejak awal masa perkuliahan hingga hari ini. Terima kasih sudah hadir di setiap momen, baik yang menyenangkan maupun yang berat. Kalian bukan sekadar teman, tapi rumah yang selalu bisa penulis pulangi.
10. Teman-teman kelas Ahwal Syakhshiyah IP yang telah menemani dua semester pertama perkuliahan dengan penuh kehangatan dan kebersamaan yang tidak akan pernah terlupakan.
11. Izzah, Bilak, dan Nabila yang telah hadir dengan cara masing-masing dan meninggalkan kesan yang berarti dalam perjalanan ini.
12. Aya, yang sudah menemani penulis skripsian hingga tengah malam, menemani mengurus berkas ke mana saja, dan tidak pernah keberatan meskipun selalu penulis repotkan. Kehadiranmu dalam perjalanan ini bukan hal kecil terima kasih sudah selalu ada.

13. Immang dan Zaki, terima kasih sudah bersedia membantu merapikan skripsi

ini. Kebaikan kalian sangat berarti dan tidak akan penulis lupakan.

14. Dan yang terakhir, terima kasih untuk diri sendiri yang sudah bertahan, terus

berjuang, dan tidak menyerah meskipun perjalanan ini tidak selalu mudah.

Kamu sudah melakukan yang terbaik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Kritik dan saran yang

membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga

skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa pun yang membacanya.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBNG	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
KATA PENGANTAR.....	xxi
DAFTAR ISI.....	xxv
DAFTAR GAMBAR.....	xxviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1. Tujuan penelitian	13
2. Manfaat Penelitian	13
D. Sistematika Pembahasan	15
BAB II	19

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	19
A. Kajian Pustaka	19
B. Kerangka Teori.....	28
1. Teori Konstruksi Sosial.....	28
2. Teori Hukum Keluarga Islam: Prinsip Sakinah, Mawaddah, dan Rahmah dalam Pernikahan	33
3. Sosiologi Hukum Islam sebagai Pendekatan Analitis	39
4. Teori Komunikasi Massa	43
BAB III.....	47
METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan.....	47
B. Unit Analisis.....	49
C. Tempat atau Lokasi Penelitian.....	50
D. Informan Penelitian	51
E. Teknik Penentuan Informan	53
F. Teknik Penentuan Penelitian.....	54
G. Keabsahan Data	55
H. Teknis Analisis Data	57
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Konstruksi Standar Pernikahan dalam Konten TikTok.....	63
1. Standar Pekerjaan Domestik	64
2. Standar Finansial	70
3. Standar Komunikasi dalam Relasi Suami-Istri.....	77
B. Implikasi Konsumsi Konten TikTok terhadap Persepsi dan Orientasi Nilai Pengguna.....	87
1. Pihak Afirmatif.....	88

2. Pihak Kritis-Reflektif.....	92
3. Pihak Selektif-Adaptif	100
C. Sintesis Pembahasan	104
BAB V.....	109
KESIMPULAN DAN SARAN	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN	117
A. Data Konten TikTok yang diteliti	117
B. Daftar Video Respons Kreator yang Diteliti	118
C. Transkrip Narasi Konten TikTok	118
D. Transkrip Video Respons Kreator	151
E. <i>Screenshot</i> Konten dan Komentar	165
F. Panduan Wawancara	181
G. Transkrip Wawancara	183
H. Dokumentasi Penelitian	197
I. Syntax Penelitian	201
CURRICULUM VITAE.....	211

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Komentar Audiens pada Konten @nyok_elen.....	65
Gambar 4. 2 Komentar Audiens pada Konten @rumah.ramai	67
Gambar 4. 3 Thumbnail Konten TikTok Kategori Standar Finansial.....	71
Gambar 4. 4 Komentar Audiens pada Konten @ahmadrisyad.....	72
Gambar 4. 5 Komentar Audiens pada Konten @christinaimmanuel	74
Gambar 4. 6 Komentar Audiens pada Konten @edlynsupian	75
Gambar 4. 7 Komentar Audiens pada Konten @rumah.ramai tentang Ekspektasi Pernikahan.....	80
Gambar 4. 8 Komentar Audiens pada Konten @rumah.ramai tentang Komunikasi dan Kepercayaan	82
Gambar 4. 9 Konten Slide @shafyrahadian tentang Hal-hal yang Perlu Dibicarakan Sebelum Menikah.....	84
Gambar 4. 10 komentar audiens pada konten @zona_menyala.....	89
Gambar 4. 11 komentar audiens pada konten @jonathan_abee	91
Gambar 4. 12 komentar audiens pada konten @ahmadrisyad	94
Gambar 4. 13 komentar audiens pada konten @kadamsidik00	95
Gambar 4. 14 komentar audiens pada konten @cresenciatanuwijaya	96
Gambar 4. 15 komentar audiens pada konten @dyahdeam	98
Gambar 4. 16 komentar audiens pada konten @ofa.mustofha.....	101
Gambar 4. 17 komentar audiens pada konten @agilnofian.....	103

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada awal tahun 2025, sebuah unggahan di media sosial menjadi viral dan memicu perdebatan publik secara luas: seorang suami membagikan kisah perceraian setelah sang istri menganggap nafkah sebesar tujuh juta rupiah per bulan tidak memadai sebuah standar yang diperolehnya dari konten seorang *influencer* di platform TikTok.¹ Kasus tersebut memantik diskursus mengenai sejauh mana narasi digital mampu membentuk ekspektasi terhadap kehidupan rumah tangga, dan apakah standar-standar yang dikonstruksi melalui media sosial bersifat realistis atau justru kontraproduktif terhadap keharmonisan keluarga. Fenomena ini bukan merupakan insiden tunggal, melainkan merepresentasikan gelombang besar pengaruh platform digital terhadap cara pandang masyarakat Indonesia terhadap institusi pernikahan.

Urgensi fenomena tersebut tidak dapat dilepaskan dari konteks penetrasi TikTok di Indonesia yang sangat masif. Data We Are Social dan Meltwater dalam laporan Digital 2025 July Global Statshot Report menunjukkan bahwa Indonesia

¹ Akun TikTok @arisvaraa, "Dampak Standar TikTok Terhadap Rumah Tangga," 2025, <https://www.tiktok.com/@arisvaraa/video/7463015409881517330>. Lihat juga: Akun TikTok @ahmadrisyad, "Standard TikTok dan Pengaruhnya Terhadap Rumah Tangga," 2025, <https://www.tiktok.com/@ahmadrisyad/video/7464918666740567301>.

menempati peringkat pertama sebagai negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia, yakni mencapai 194,37 juta pengguna per Juli 2025.² Laporan DataReportal mencatat bahwa TikTok menjangkau 53,5% dari seluruh penduduk dewasa (usia 18 tahun ke atas) di Indonesia pada awal tahun 2025.³ Lebih lanjut, data data.ai yang dipublikasikan oleh DataReportal mengungkapkan bahwa rata-rata pengguna TikTok di Indonesia menghabiskan waktu sekitar 45 jam per bulan untuk mengakses platform tersebut menempatkan Indonesia di peringkat keenam dunia dalam durasi penggunaan TikTok.⁴ Secara global, kelompok usia 18–24 tahun merupakan segmen terbesar pengguna TikTok dengan proporsi 33–35%, disusul oleh kelompok usia 25–34 tahun sebesar 33–34%.⁵ Dominasi generasi muda dalam konsumsi konten TikTok ini menjadikan platform tersebut sebagai ruang yang sangat berpengaruh dalam membentuk pandangan mereka terhadap berbagai dimensi kehidupan, termasuk pernikahan dan relasi domestik.

Di antara beragam genre konten yang beredar, terdapat dua arus narasi yang saling bertolak belakang namun sama-sama signifikan dalam membentuk persepsi generasi muda terhadap pernikahan. Arus pertama berupa konten yang mengkonstruksi model rumah tangga ideal melalui video pendek yang

² Amy Thompson, “Digital 2025 July Global Statshot Report,” *We Are Social Indonesia*, 23 Juli 2025.

³ “Digital 2025: Indonesia,” DataReportal – Global Digital Insights, 25 Februari 2025.

⁴ “Digital 2025: Top Social Platforms in 2025,” DataReportal – Global Digital Insights, 5 Februari 2025.

⁵ “TikTok Users, Stats, Data, Trends, and More,” DataReportal – Global Digital Insights, diakses 27 Februari 2026.

mengedepankan unsur romantisme, kerja sama domestik, serta pencapaian finansial pasangan representasi seperti pasangan yang saling membantu dalam pekerjaan rumah, pemberian hadiah bernilai tinggi sebagai simbol afeksi, hingga penetapan standar nafkah tertentu sebagai indikator kelayakan suami, telah memperoleh validasi luas dari publik digital melalui respons positif berupa komentar, likes, dan penyebaran ulang. Arus kedua berupa tren Marriage is Scary yang justru menampilkan dimensi negatif pernikahan perselingkuhan, konflik berkepanjangan, hingga kekerasan dalam rumah tangga yang tersebar melalui ribuan video dengan tagar #marriageissscary.⁶ Kedua arus narasi ini, meskipun berlawanan arah, secara simultan membentuk persepsi generasi muda: yang satu menciptakan ekspektasi yang cenderung utopis, sementara yang lainnya menumbuhkan kecemasan yang berlebihan terhadap institusi pernikahan.

Dampak dari pergeseran persepsi tersebut dapat ditelusuri melalui data demografis yang menunjukkan tren mengkhawatirkan. Laporan IDN Research Institute bertajuk Indonesia Gen Z Report 2024 mengungkapkan bahwa dari 602 responden di 10 kota besar, sebanyak 62% generasi Z memandang pernikahan sebagai tahap kehidupan yang masih jauh di masa depan dan belum menjadi prioritas.⁷ Badan Pusat Statistik mencatat bahwa angka pernikahan di Indonesia mengalami penurunan sebesar 28,63 persen dalam kurun waktu satu dekade dari

⁶ Khoirun Nisa, *FENOMENA "MARRIAGE IS SCARY" BAGI GEN Z DALAM KONTEN DILAN JANIAR DI TIKTOK*, t.t.

⁷ Kania Dewi Tirta dan Sinta Nur Arifin, "Studi Fenomenologi : Marriage is Scary pada Generasi Z," *TERAPUTIK: Jurnal Bimbingan dan Konseling* 8, no. 3 (2025): 12–20.

tahun 2014 hingga 2024, dengan jumlah pernikahan pada tahun 2024 tercatat sebesar 1.478.302 kasus terendah dalam satu dekade terakhir.⁸ Sementara itu, data Badan Peradilan Agama (Badilag) Mahkamah Agung RI mencatat total perceraian pada tahun 2024 sebesar 394.608 kasus.⁹ Dari jumlah tersebut, 308.956 kasus (78,3%) merupakan cerai gugat yang diajukan oleh pihak istri, jauh melampaui cerai talak oleh pihak suami yang hanya berjumlah 85.652 kasus.¹⁰ Adapun perselisihan dan pertengkaran terus-menerus menjadi faktor penyebab utama perceraian dengan 251.125 kasus (hampir 64%), diikuti oleh faktor ekonomi sebanyak 100.198 kasus.¹¹ Meskipun tidak seluruh fenomena perceraian dapat diatribusikan secara langsung kepada pengaruh media sosial, korelasi antara meningkatnya konsumsi konten pernikahan di platform digital dengan tren ekspektasi yang tidak realistis merupakan variabel yang patut menjadi perhatian akademis.

Dalam perspektif teoritis, fenomena ini dapat dipahami melalui kerangka konstruksi sosial yang dikemukakan oleh Berger dan Luckmann.¹² Menurut keduanya, realitas sosial dibentuk melalui tiga momen dialektik: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.¹³ Dalam konteks konten pernikahan di TikTok, para

⁸ Badan Pusat Statistik, *Nikah dan Cerai Menurut Provinsi, 2024* (Jakarta: BPS, 2025).

⁹ Badan Peradilan Agama (Badilag) Mahkamah Agung RI, *Laporan Tahunan 2024*. Akses: <https://badilag.mahkamahagung.go.id>

¹⁰ Admin Badilag, “Fenomena Walkaway Wife Syndrome Sebagai Penyebab Perceraian Yang Tidak Disadari | Oleh : Aulia Rochmani Lazuardi, S.H. (31/12),” Direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama MA RI, 31 Desember 2025.

¹¹ databoks.katadata.co.id, “Banyak Suami-Istri Cerai karena Pertengkaran pada 2024 | Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia | Databoks.”

¹² Peter L Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality*, t.t.

¹³ Argyo Demartoto, *TEORI KONSTRUKSI SOSIAL DARI PETER L. BERGER DAN THOMAS LUCKMAN – Dr. Argyo Demartoto, M.Si*, t.t., diakses 27 Februari 2026.

kreator konten mengekspresikan pandangan tentang pernikahan ideal melalui video (eksternalisasi); narasi tersebut kemudian memperoleh status sebagai "kenyataan bersama" ketika menjadi viral dan diterima secara luas oleh komunitas pengguna (objektivikasi); dan akhirnya para penonton terutama generasi muda mengadopsi standar tersebut ke dalam kerangka pemikiran mereka tentang pernikahan (internalisasi).¹⁴ Proses ini secara gradual menciptakan standar normatif baru yang membingkai realitas ideal rumah tangga dalam kerangka estetik digital, menggantikan atau setidaknya bersaing dengan standar-standar konvensional yang selama ini dipegang oleh masyarakat.

Proses konstruksi tersebut semakin diperkuat oleh karakteristik algoritmik platform TikTok itu sendiri. Hal ini sejalan dengan gagasan Baudrillard tentang simulacra, yang menyatakan bahwa representasi media tidak lagi sekadar merefleksikan realitas, melainkan menciptakan realitas baru yang dikonsumsi sebagai kebenaran.¹⁵ Nilai-nilai rumah tangga yang pada mulanya bersifat kontekstual dan fleksibel disesuaikan dengan kondisi sosial-ekonomi, budaya, dan keagamaan masing-masing keluarga kini dikemas secara universal, instan, dan menarik secara visual, kemudian dibingkai sebagai standar mutlak yang mesti dicapai oleh setiap pasangan. Algoritma TikTok yang menyajikan konten sesuai

¹⁴ Dina Rahmawati, "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, no. 1 (2025): 82–94.

¹⁵ Jean Baudrillard, *Simulacra and Simulation* (University of Michigan Press, 1994).

preferensi pengguna turut mempercepat proses ini dengan menciptakan echo chamber: pengguna yang sekali mengonsumsi konten bertema pernikahan akan terus-menerus terpapar konten serupa, sehingga satu narasi tertentu menguat tanpa diimbangi oleh perspektif alternatif yang kritis. Ketika realitas kehidupan rumah tangga tidak sejalan dengan ekspektasi yang terkonstruksi secara digital, tidak jarang muncul perasaan kecewa, ketidakpuasan, hingga ketegangan yang berpotensi mengarah pada perceraian.

Perlu dicermati bahwa narasi-narasi yang diusung dalam konten pernikahan di TikTok sesungguhnya tidak sepenuhnya merupakan hal baru dalam khazanah nilai keagamaan Islam. Prinsip-prinsip seperti musyawarah, saling menghargai, dan pembagian tanggung jawab rumah tangga telah lama menjadi bagian integral dalam ajaran Islam. Dalam QS. Al-Baqarah (2): 187, Allah SWT berfirman:

هُنَّ لِبَاسٌ لَّكُمْ وَأَنْتُمْ لِبَاسٌ لَهُنَّ

Artinya : *“Mereka (istri-istri) adalah pakaian bagimu, dan kamu adalah pakaian bagi mereka.”*

Ayat ini menggunakan metafora pakaian yang menekankan fungsi saling melindungi, menutupi kekurangan, dan menjaga kehormatan pasangan merupakan sebuah gambaran tentang relasi suami-istri yang bersifat setara dan saling

membutuhkan.¹⁶ Sementara itu, QS. Ar-Rūm (30): 21 menegaskan bahwa pernikahan disyariatkan untuk mencapai tiga fondasi utama, yaitu sakinah, mawaddah, dan rahmah:

وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً

وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

Artinya : *“Dan di antara tanda-tanda (kebesaran)-Nya ialah Dia menciptakan pasangan-pasangan untukmu dari jenismu sendiri, agar kamu cenderung dan merasa tenteram kepadanya, dan Dia menjadikan di antaramu rasa kasih dan sayang. Sungguh, pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang berpikir.”*

Ketiga tujuan pernikahan yang termaktub dalam ayat tersebut yaitu sakinah, mawaddah, dan rahmah bersifat relasional dan spiritual, bukan materialistis semata.¹⁷ Bahkan Rasulullah SAW sendiri memberikan teladan langsung tentang bagaimana seharusnya seorang suami memperlakukan istrinya. Beliau bersabda:

¹⁶ Al-Qur'an, Al-Baqarah (2): 187, terjemahan Kementerian Agama RI. Akses: <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=187&to=187>

¹⁷ Al-Qur'an, Ar-Rūm (30): 21, terjemahan Kementerian Agama RI. Akses: <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/30?from=21&to=21>

خَيْرُكُمْ خَيْرُكُمْ لِأَهْلِهِ وَأَنَا خَيْرُكُمْ لِأَهْلِي

Artinya : *"Sebaik-baik kalian adalah yang paling baik terhadap istrinya, dan aku adalah yang paling baik di antara kalian terhadap istriku."* (HR. Tirmidzi No. 3895)¹⁸

Beliau juga meletakkan mulutnya pada tempat yang sama ketika Aisyah r.a. minum (HR. Muslim No. 2269)¹⁹ dan berlomba lari bersamanya (HR. Abu Dawud No. 2578) teladan nyata bahwa keintiman emosional dan keromantisan dalam rumah tangga adalah bagian dari sunnah, bukan sesuatu yang asing dari ajaran Islam.²⁰

Fakta bahwa Rasulullah SAW mengajarkan romantisme dalam kehidupan berumah tangga menunjukkan bahwa sebagian dari standar TikTok tentang kasih sayang, perhatian, dan keintiman emosional sesungguhnya sejalan dengan sunnah Nabi dan penolakan terhadap ekspresi afeksi dalam rumah tangga di sebagian kalangan masyarakat boleh jadi lebih disebabkan oleh faktor kultural yang tidak terbiasa, bukan karena ajaran Islam melarangnya. Namun demikian, di sisi lain, simplifikasi narasi dalam media sosial kerap membuka ruang bagi interpretasi yang keliru dan tidak utuh. Sebagian pengguna, misalnya, mulai mengadopsi pandangan

¹⁸ Imam Tirmidzi, Sunan al-Tirmidzi, Kitab al-Manaqib, No. 3895. Akses: <https://sunnah.com/tirmidhi:3895>.

¹⁹ Imam Muslim, Shahih Muslim, Kitab al-Asyribah, No. 2269. Akses: <https://sunnah.com/muslim:2269>.

²⁰ Imam Abu Dawud, Sunan Abu Dawud, Kitab al-Jihad, No. 2578. Akses: <https://sunnah.com/abudawud:2578>

bahwa seluruh bentuk pekerjaan domestik merupakan penindasan patriarkis yang harus ditolak sepenuhnya padahal dalam perspektif Islam, kerja domestik tidak bersifat opresif selama dijalankan dengan prinsip kesalingan (*mubādalah*) dan keadilan. Demikian pula, tuntutan standar nafkah yang melampaui kemampuan suami bertentangan dengan prinsip Islam yang menegaskan bahwa nafkah diberikan sesuai dengan kadar kemampuan (*wasat*), sebagaimana ditegaskan dalam QS. *Aṭ-Ṭalāq* (65): 7.²¹ Pertentangan inilah yang menjadikan fenomena ini layak dikaji secara mendalam: di satu sisi konten TikTok berpotensi mengedukasi, namun di sisi lain berpotensi mendistorsi pemahaman terhadap nilai-nilai pernikahan Islam yang sesungguhnya.

Fenomena konstruksi standar pernikahan melalui media digital telah menarik perhatian sejumlah peneliti dari berbagai sudut pandang, mulai dari kajian psikologi sosial, komunikasi, hingga hukum Islam. Meskipun demikian, kajian-kajian yang ada umumnya masih bersifat parsial dan belum menyentuh irisan antara mekanisme konstruksi sosial melalui konten digital dengan evaluasi normatif berbasis hukum keluarga Islam secara bersamaan. Kajian lebih mendalam mengenai penelitian-penelitian terdahulu beserta perbandingannya dengan penelitian ini akan diuraikan secara komprehensif dalam bab tersendiri.

²¹ Al-Qur'an, *Aṭ-Ṭalāq* (65): 7, Terjemahan Kementerian Agama RI.

Kondisi tersebut menjadi perhatian penting dalam kajian sosiologi hukum keluarga Islam, mengingat keberadaan standar-standar baru yang dikonstruksi melalui media digital tidak hanya berdampak pada perubahan persepsi individual, tetapi juga berpotensi mengganggu stabilitas keluarga sebagai institusi sosial dan spiritual. Keluarga dalam Islam merupakan institusi fundamental yang menuntut keseimbangan antara prinsip agama dan dinamika zaman. Oleh karena itu, analisis terhadap konstruksi konten edukatif pernikahan di media sosial perlu diletakkan dalam kerangka yang lebih luas tidak hanya sebagai ekspresi digital semata, melainkan sebagai representasi nilai, relasi kuasa, dan interpretasi keagamaan yang membentuk arah baru dalam praktik kehidupan berumah tangga umat Muslim di era modern. Pemahaman yang komprehensif dan kontekstual terhadap ajaran agama sangat diperlukan agar nilai-nilai tersebut tidak sekadar menjadi wacana permukaan, melainkan benar-benar diinternalisasi dan diaplikasikan secara substantif dalam kehidupan berkeluarga.

Dari peta riset yang ada, Rahmawati mengkaji konstruksi makna pernikahan pada kalangan Muslim Gen Z melalui konten Marriage is Scary di TikTok dengan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, namun tidak menyentuh dimensi normatif hukum keluarga Islam secara spesifik.²² Siphutar dkk. meneliti bagaimana TikTok membentuk standar pasangan ideal di kalangan

²² Rahmawati, "Konstruksi Makna Pernikahan Pada Kalangan Muslim Gen Z Di Media Sosial."

Generasi Z, tetapi bertumpu pada metode studi pustaka semata dan tidak menempatkan perspektif sosiologi hukum keluarga Islam sebagai kerangka analisis.²³ Wulandari menelaah narasi marriage is scary dari perspektif hukum keluarga Islam, namun terbatas pada narasi ketakutan terhadap institusi pernikahan bukan proses konstruksi standar ideal.²⁴ Hakim dkk. mengkaji pengaruh TikTok terhadap ekspektasi pernikahan yang tidak realistis tanpa mengintegrasikan tolak ukur normatif Islam,²⁵ sementara Prastiti menggunakan kerangka konstruksi sosial untuk membaca persepsi Gen Z terhadap narasi negatif pernikahan,²⁶ dan Nurul Az Zahra meneliti dampak psikologis konsumsi konten TikTok pada ibu yang telah menikah bukan generasi muda yang belum menikah.²⁷ Chaliza dan Oktaviani meneliti kriteria pasangan ideal Gen Z dari perspektif hukum Islam dan maqāṣid al-syarī'ah, namun tidak secara khusus menganalisis mekanisme konstruksi sosial yang bekerja melalui narasi konten kreatif TikTok.²⁸ Dari peta riset tersebut, belum ada penelitian yang secara simultan menganalisis bagaimana narasi konten kreatif

²³ Eppagelia Mesyakh Sipahutar dkk., "PERSPEKTIF GEN Z TERHADAP STANDAR PASANGAN IDEAL DI TIKTOK," *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 2, no. 3 (2025): 1734–40.

²⁴ Amelia Wulandari, "Telaah 'Marriage Is Scary' di Media Sosial Perspektif Hukum Keluarga Islam" (Tesis (S2 / Master Thesis), Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2025).

²⁵ Ahmad Abdul Hakim dkk., "Fenomena Tiktok Dalam Mempengaruhi Ekspektasi Pernikahan," *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah* 4, no. 2 (2025): 3101–7.

²⁶ Jamalita Putri Prastiti, "Persepsi Generasi Z Terhadap Fenomena Marriage is Scary pada Platform TikTok di Kecamatan Rungkut" (Skripsi (Undergraduate Thesis), Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2025).

²⁷ "Pengaruh perbandingan sosial dan kualitas pernikahan terhadap kesejahteraan psikologis ibu generasi milenial pengikut konten momfluencer Tiktok - Walisongo Repository," diakses 27 Februari 2026.

²⁸ Olifa Chaliza dan Witia Oktaviani, "KRITERIA MEMILIH PASANGAN IDEAL DI ERA DIGITAL: PERSPEKTIF GEN Z," *USRAH: Jurnal Hukum Keluarga Islam* 6, no. 4 (2025): 495–508.

TikTok mengonstruksi standar ideal pernikahan sekaligus mengevaluasi implikasinya terhadap perubahan persepsi pengguna dalam kerangka sosiologi hukum keluarga Islam celah akademik yang menjadi titik tolak dan pembeda utama penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas mulai dari dominasi Indonesia sebagai negara pengguna TikTok terbanyak di dunia, maraknya konten standar pernikahan yang mengkonstruksi ekspektasi baru yang kerap tidak realistis, menurunnya angka pernikahan secara signifikan dalam satu dekade terakhir, tingginya angka perceraian yang salah satunya dipicu oleh kesenjangan antara ekspektasi digital dan realitas rumah tangga, adanya pertentangan antara standar TikTok dengan nilai-nilai Islam yang sesungguhnya mendukung prinsip kasih sayang dan keadilan dalam rumah tangga, hingga celah riset yang belum banyak mengkaji fenomena ini dari perspektif sosiologi hukum keluarga Islam maka penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten standar pernikahan dalam TikTok populer dari perspektif sosiologi hukum keluarga Islam, guna memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana standar pernikahan dikonstruksi dalam ruang digital, bagaimana hal tersebut memengaruhi persepsi generasi muda, serta bagaimana nilai-nilai Islam dapat menjadi kerangka analisis yang produktif untuk memahami dan merespons fenomena tersebut secara kritis dan kontekstual.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konstruksi standar ideal pernikahan di presentasikan melalui narasi konten kreatif pada platform TikTok?
2. Bagaimana implikasi konsumsi konten TikTok terhadap perubahan persepsi dan orientasi nilai pengguna mengenai standar kehidupan rumah tangga yang ideal?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana konstruksi standar ideal pernikahan dipresentasikan melalui narasi konten kreatif pada platform TikTok, dengan menelusuri pola-pola narasi visual dan verbal yang diproduksi oleh para kreator konten dalam mengonstruksi gambaran kehidupan rumah tangga yang ideal.
- b. Menganalisis implikasi konsumsi konten TikTok terhadap perubahan persepsi dan orientasi nilai pengguna mengenai standar kehidupan rumah tangga yang ideal, serta mengevaluasi sejauh mana implikasi tersebut selaras atau bertentangan dengan prinsip sakinah, mawaddah, dan rahmah dalam hukum keluarga Islam.

2. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis yang bersesuaian dengan dua rumusan masalah yang diajukan. Berkaitan

dengan rumusan masalah pertama, penelitian ini memperkaya khazanah kajian sosiologi hukum keluarga Islam dalam memahami mekanisme konstruksi standar pernikahan di era digital khususnya bagaimana narasi konten kreatif TikTok bekerja sebagai medium pembentukan realitas sosial baru mengenai kehidupan rumah tangga melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi sebagaimana dirumuskan Berger dan Luckmann. Berkaitan dengan rumusan masalah kedua, penelitian ini memperluas diskursus akademis mengenai implikasi konsumsi konten digital terhadap perubahan persepsi dan orientasi nilai generasi muda tentang pernikahan, sekaligus menawarkan kerangka normatif berbasis prinsip *sakinah*, *mawaddah*, dan *rahmah* sebagai tolok ukur kritis dalam mengevaluasi pengaruh tersebut sebuah sumbangsih yang membedakan penelitian ini dari kajian-kajian serupa yang tidak menggunakan perspektif hukum keluarga Islam secara eksplisit.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi dua kelompok yang bersesuaian dengan fokus kajian. Pertama, terkait rumusan masalah pertama, penelitian ini memberikan manfaat bagi pengguna aktif media sosial dan generasi muda sebagai bahan literasi digital yang membantu mereka membaca secara kritis narasi standar pernikahan yang dikonstruksi melalui konten TikTok. sehingga tidak

mudah terjebak dalam ekspektasi kehidupan rumah tangga yang tidak realistis dan tidak berpijak pada nilai-nilai Islam yang sesungguhnya. Kedua, terkait rumusan masalah kedua, penelitian ini bermanfaat bagi lembaga keagamaan, pendidik pranikah, dan pemangku kebijakan sebagai referensi dalam merancang program edukasi pernikahan yang kontekstual dan adaptif terhadap tantangan era digital, dengan tetap berpijak pada nilai-nilai Islam yang mendukung terwujudnya keluarga yang sakinah, mawaddah, dan rahmah di tengah derasnya arus informasi digital.

D. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini disusun dalam lima bab yang membentuk satu kesatuan kajian integral, di mana setiap bab tidak berdiri sendiri melainkan saling menopang dan menjawab rumusan masalah secara bertahap dari pembangunan konteks, penyusunan kerangka analisis, pengumpulan dan pembacaan data, hingga penarikan kesimpulan yang berimplikasi teoritis dan praktis.

Bab pertama berfungsi sebagai fondasi epistemologis seluruh penelitian. Di dalamnya diuraikan latar belakang yang menempatkan fenomena konten pernikahan di TikTok sebagai realitas sosial yang perlu dikaji secara ilmiah, mengingat meningkatnya tren penurunan angka pernikahan di Indonesia yang salah satunya dipengaruhi oleh konstruksi standar pernikahan yang tidak realistis

di media sosial. Bab ini menetapkan rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua membangun kerangka ilmiah yang menjadi alat analisis utama sepanjang penelitian. Kajian penelitian terdahulu dihadirkan untuk memperlihatkan celah akademik yang belum dijawab oleh penelitian sebelumnya, yakni kajian yang secara bersamaan menganalisis konstruksi standar pernikahan di TikTok sekaligus mengevaluasinya dalam perspektif sosiologi hukum keluarga Islam dengan melibatkan dua kelompok informan yang berbeda pengalaman. Tiga kerangka teori yang digunakan, yaitu teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, teori hukum keluarga Islam dengan prinsip sakinah, mawaddah, dan rahmah, serta sosiologi hukum Islam sebagai pendekatan analitis, dipaparkan secara mendalam karena ketiganya bekerja secara bersamaan dalam membaca dan mengevaluasi data pada bab selanjutnya.

Bab ketiga menguraikan metode penelitian yang digunakan, mencakup jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, informan penelitian, teknik penentuan informan, teknik pengumpulan data melalui dokumentasi digital, wawancara mendalam, dan observasi partisipatif, serta teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. Bab ini juga menjelaskan pemanfaatan text mining berbasis Python untuk mengidentifikasi frekuensi kata dan pola tematik awal dari caption, komentar, dan

tagar pada konten yang menjadi objek penelitian, serta strategi keabsahan data melalui triangulasi, member checking, dan audit trail.

Bab keempat menyajikan hasil penelitian dan pembahasan terhadap dua rumusan masalah. Bagian pertama menganalisis konstruksi standar pernikahan yang ditemukan dalam konten TikTok melalui tiga tema narasi dominan, yaitu standar pekerjaan domestik, standar finansial, dan standar komunikasi, yang dikaji melalui kerangka teori konstruksi sosial dan dievaluasi menggunakan perspektif sosiologi hukum keluarga Islam. Bagian kedua menelaah implikasi konsumsi konten tersebut terhadap perubahan persepsi dan orientasi nilai pengguna, dengan melibatkan delapan video respons kreator dan enam informan wawancara yang terdiri dari kelompok yang belum menikah dan yang sudah menikah. Dari analisis tersebut ditemukan tiga pola respons audiens, yaitu afirmatif, kritis-reflektif, dan selektif-adaptif, yang seluruhnya dievaluasi melalui prinsip *sakinah*, *mawaddah*, dan *rahmah* sebagai tolok ukur normatif.

Bab kelima menutup keseluruhan pembahasan dengan menyimpulkan temuan dari dua bab analisis sebelumnya secara integratif. Bab ini tidak sekadar merangkum, melainkan merumuskan implikasi teoritis bagi pengembangan kajian sosiologi hukum keluarga Islam di era digital, serta implikasi praktis bagi pengguna media sosial, pendidik pranikah, dan pembuat kebijakan terkait literasi digital dalam wacana pernikahan Islam. Dengan demikian, keseluruhan bab dalam

skripsi ini membentuk jalinan argumentatif yang bergerak dari konteks menuju analisis, dan dari analisis menuju refleksi normatif yang bermakna.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Eppagelia Mesyakh Sipahutar, Desy Safitri, dan Sujarwo²⁹ meneliti bagaimana TikTok memengaruhi pembentukan standar pasangan ideal di kalangan Generasi Z menggunakan studi pustaka terhadap literatur lokal dan internasional tahun 2020–2025. Hasil kajian menunjukkan bahwa konten pasangan di TikTok cenderung menampilkan hubungan yang ideal, harmonis, dan estetik sehingga membentuk standar tidak realistis bagi sebagian pengguna, meskipun respons Generasi Z bersifat beragam. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus yang sama dalam mengkaji pengaruh konten TikTok terhadap pembentukan standar pernikahan di kalangan generasi muda. Perbedaannya, penelitian Sipahutar dkk. menggunakan metode studi pustaka dan tidak menempatkan perspektif hukum keluarga Islam sebagai kerangka analisis, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologi hukum keluarga Islam untuk menilai kesesuaian standar tersebut dengan prinsip *sakinah, mawaddah, dan rahmah*.

²⁹ Sipahutar dkk., "PERSPEKTIF GEN Z TERHADAP STANDAR PASANGAN IDEAL DI TIKTOK."

2. Oktaviani dan Krismono³⁰ menganalisis fenomena "Marriage is Scary" yang marak di kalangan Generasi Z sebagai bentuk ketakutan terhadap institusi pernikahan, terutama sebagaimana tercermin dalam komentar-komentar di TikTok. Dengan pendekatan sosiologi hukum Islam, penelitian ini mengidentifikasi lima tema dominan dalam ketakutan tersebut, seperti pasangan yang menakutkan, ketidakpastian masa depan, dan tekanan finansial, serta menyoroti pengaruh budaya patriarki dan ekspektasi sosial yang membebani perempuan. Penelitian ini sejalan dengan fokus penulis mengenai pengaruh konten media sosial terhadap persepsi generasi muda tentang pernikahan, namun berbeda dalam sudut pandangnya penelitian ini menitikberatkan pada rasa takut terhadap pernikahan dan diskursus publik dalam komentar netizen, sedangkan penelitian penulis lebih berfokus pada bagaimana konten idealisasi rumah tangga di TikTok membentuk standar dan harapan tidak realistis bagi pengguna yang belum menikah. Keduanya sama-sama menyoroti pentingnya literasi dan edukasi pranikah yang lebih kontekstual dan adaptif.
3. Amelia Wulandari³¹ mengkaji fenomena "Marriage is Scary" di media sosial dari perspektif hukum keluarga Islam. Studi ini menganalisis bagaimana narasi negatif tentang pernikahan yang tersebar di media sosial bertentangan dengan

³⁰ Krismono dan Dwi Oktaviani, "ANALYSIS OF THE MARRIAGE IS SCARY PHENOMENON AMONG GENERATION Z:," *Sahaja: Journal Sharia and Humanities* 4, no. 1 (2025): 422–39.

³¹ Wulandari, "Telaah 'Marriage Is Scary' di Media Sosial Perspektif Hukum Keluarga Islam."

nilai-nilai Islam yang memandang pernikahan sebagai institusi sakral menuju keluarga sakinah, dan menegaskan bahwa edukasi berbasis nilai Islam serta penguatan literasi digital sangat diperlukan agar generasi muda mampu membangun persepsi positif terhadap pernikahan. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan perspektif hukum keluarga Islam dan perhatian terhadap dampak media sosial pada persepsi pernikahan generasi muda. Perbedaannya, penelitian Wulandari berfokus pada narasi ketakutan yang beredar di media sosial secara umum, sedangkan penelitian ini secara khusus menganalisis konten edukatif tentang pernikahan di TikTok dan mengkaji proses konstruksi standar ideal yang terkandung di dalamnya.

4. Ahmad Abdul Hakim, Hari Widiyanto, dan Najih Abqori³² melakukan penelitian mengenai fenomena TikTok dalam membentuk ekspektasi pernikahan yang cenderung tidak realistis di kalangan penggunanya. Penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar konten TikTok menampilkan gambaran pernikahan yang harmonis, romantis, dan minim konflik sehingga menciptakan standar ideal yang sulit diwujudkan dalam kenyataan. Persamaan dengan penelitian ini adalah keduanya sama-sama mengkaji bagaimana konten TikTok membentuk standar dan ekspektasi pernikahan yang tidak realistis di kalangan generasi muda. Perbedaannya, penelitian Hakim dkk. tidak mengintegrasikan perspektif sosiologi hukum keluarga Islam sebagai tolok ukur normatif,

³² Hakim dkk., "Fenomena Tiktok Dalam Mempengaruhi Ekspektasi Pernikahan."

sedangkan penelitian ini secara spesifik menggunakan prinsip *sakinah, mawaddah, dan rahmah* sebagai kerangka untuk menilai standar yang dikonstruksi dalam konten TikTok tersebut.

5. Jamalia Putri Prastiti³³ mengkaji persepsi Generasi Z terhadap fenomena “*Marriage is Scary*” pada platform TikTok menggunakan pendekatan konstruksi sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi Generasi Z terhadap pernikahan bersifat kompleks dan multidimensi, dipengaruhi oleh pengalaman traumatis, nilai-nilai kehidupan individualistis, dan paparan berulang terhadap narasi negatif tentang pernikahan di TikTok, meskipun mereka tidak sepenuhnya menolak institusi pernikahan. Persamaan dengan penelitian ini adalah keduanya menggunakan kerangka konstruksi sosial dan mengkaji peran TikTok dalam membentuk cara pandang generasi muda terhadap pernikahan. Perbedaannya, penelitian Prastiti berfokus pada persepsi terhadap narasi negatif pernikahan, sedangkan penelitian ini menganalisis konstruksi standar ideal pernikahan melalui konten edukatif TikTok dalam perspektif sosiologi hukum keluarga Islam.
6. Sugitanata, Hasan, dan Aminah³⁴ mengangkat fenomena “Efek Cermin Digital” sebagai cara media sosial membentuk persepsi diri perempuan dan

³³ Jamalia Putri Prastiti, “Persepsi Generasi Z Terhadap Fenomena *Marriage is Scary* pada Platform TikTok di Kecamatan Rungkut,” Skripsi (Undergraduate Thesis), Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2025.

³⁴ Arif Sugitanata dkk., “Efek Cermin Digital: Fenomena Di Media Sosial Yang Mempengaruhi Konstruksi Diri Perempuan,” *Fatayat Journal of Gender and Children Studies* 2, no. 1 (2024): 9–23.

ekspektasi sosial dalam hubungan interpersonal. Dengan memakai teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, mereka menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya memproyeksikan standar kecantikan dan gaya hidup, tetapi juga menciptakan tekanan terhadap perempuan untuk menyesuaikan diri dengan standar hubungan ideal yang tidak realistis. Persamaan dengan penelitian ini adalah keduanya sama-sama menggunakan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann dan mengkaji bagaimana media sosial mengkonstruksi standar ideal yang memengaruhi generasi muda. Perbedaannya, penelitian Sugitanata dkk. menekankan pada proses internalisasi terhadap identitas perempuan secara umum, sedangkan penelitian ini secara khusus berfokus pada konstruksi standar ideal rumah tangga melalui konten TikTok dalam perspektif sosiologi hukum keluarga Islam.

7. Khalili, Qargha, dan Quraishi³⁵ mengkaji bagaimana media sosial memengaruhi dinamika keluarga melalui persepsi dari dosen dan mahasiswa lintas disiplin ilmu dan kelompok usia. Dengan menggunakan kuesioner terstruktur pada 160 responden, penelitian ini menyoroti dampak positif dan negatif media sosial terhadap hubungan keluarga, terutama dalam hal pola komunikasi dan privasi, serta menegaskan perlunya pemanfaatan media sosial yang bijak untuk memperkuat ikatan keluarga. Persamaan dengan penelitian ini

³⁵ Barge Gul Khalili dkk., "The Influence of Social Media Networks on Families Dynamics: Opportunities and Challenges," *APLIKATIF: Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities* 3, no. 1 (2024): 1–11.

terletak pada perhatian yang sama terhadap pengaruh ganda media sosial terhadap hubungan dan standar kehidupan keluarga. Perbedaannya, penelitian Khalili dkk. bersifat kuantitatif dan berfokus pada dinamika keluarga yang sudah terbentuk, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan berfokus pada generasi muda yang belum menikah serta menganalisis konten TikTok dalam perspektif sosiologi hukum keluarga Islam.

8. Nurul Az Zahra³⁶ mengkaji pengaruh perbandingan sosial dan kualitas pernikahan terhadap kesejahteraan psikologis ibu generasi milenial yang mengikuti konten momfluencer di platform TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris bagaimana paparan konten media sosial, khususnya yang memicu proses perbandingan sosial, berhubungan dengan kondisi psikologis ibu milenial dalam konteks kehidupan pernikahan. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini melibatkan 100 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling, serta menggunakan instrumen berupa skala perbandingan sosial (UDACS), skala kualitas pernikahan, dan skala kesejahteraan psikologis. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbandingan sosial berpengaruh negatif terhadap kesejahteraan psikologis, sementara kualitas pernikahan berpengaruh positif, dan keduanya secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap

³⁶ "Pengaruh perbandingan sosial dan kualitas pernikahan terhadap kesejahteraan psikologis ibu generasi milenial pengikut konten momfluencer Tiktok - Walisongo Repository."

kesejahteraan psikologis ibu generasi milenial pengikut konten momfluencer TikTok. Penelitian ini relevan dengan kajian penulis karena sama-sama menyoroti peran media sosial dalam membentuk persepsi dan pengalaman individu terkait pernikahan, khususnya melalui mekanisme perbandingan sosial. Namun, penelitian ini berbeda dengan penelitian penulis dari segi pendekatan dan subjek kajian, karena penelitian ini bersifat kuantitatif dengan fokus pada ibu yang telah menikah dan kesejahteraan psikologisnya, sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji konstruksi standar pernikahan dalam konten edukatif TikTok serta pengaruhnya terhadap persepsi generasi muda yang belum menikah dalam perspektif hukum keluarga Islam.

9. Olifa Chaliza dan Witia Oktaviani³⁷ mengkaji kriteria pemilihan pasangan ideal di era digital dari perspektif Generasi Z, dengan menempatkan konteks masyarakat Muslim sebagai fokus utama analisis. Penelitian ini berangkat dari realitas bahwa perkembangan teknologi digital dan interaksi lintas budaya telah memengaruhi cara generasi muda memandang hubungan dan menentukan preferensi pasangan, sementara Islam sejak awal telah menetapkan prinsip-prinsip normatif dalam pemilihan pasangan hidup. Tujuan penelitian ini adalah untuk menelaah sejauh mana era digital membentuk pandangan Generasi Z dalam memilih pasangan ideal, mengidentifikasi kriteria yang dianggap

³⁷ Chaliza dan Oktaviani, "KRITERIA MEMILIH PASANGAN IDEAL DI ERA DIGITAL."

penting, serta mengkaji preferensi tersebut melalui perspektif hukum Islam, Undang-Undang Perkawinan, dan *maqāṣid al-syarī'ah*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi lapangan melalui wawancara dan kuesioner terbuka terhadap mahasiswa Muslim yang dipilih secara purposive dan tersebar di wilayah Jawa, Kalimantan, serta Madinah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z di era digital dipengaruhi oleh berbagai platform dan arus informasi yang membentuk kriteria pasangan ideal, yang meliputi penerapan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, kesamaan visi dan misi, tanggung jawab, keamanan, daya tarik fisik, kesepadanan (*kafā'ah*), serta kemampuan membangun hubungan yang sehat. Temuan ini menunjukkan adanya pergeseran dari standar tradisional menuju kriteria yang lebih kompleks dengan mempertimbangkan aspek religius dan sosial secara simultan. Meskipun demikian, analisis normatif penelitian ini menegaskan bahwa preferensi tersebut masih sejalan dengan prinsip hukum Islam dan hukum nasional. Penelitian ini relevan dengan kajian penulis karena sama-sama menyoroti konstruksi standar pasangan dan pernikahan di era digital, namun berbeda dari segi fokus dan objek kajian, di mana penelitian ini menitikberatkan pada preferensi pemilihan pasangan Generasi Z, sedangkan penelitian penulis berfokus pada konstruksi standar pernikahan yang dibentuk melalui konten edukasi TikTok serta pengaruhnya terhadap persepsi generasi muda yang belum menikah dalam perspektif sosiologi hukum keluarga Islam.

10. Muhammad Syafiq³⁸ mengkaji peran influencer di media sosial terhadap tren *Marriage is Scary* melalui analisis maqāṣid syariah. Dengan menggunakan metode kualitatif berbasis analisis pustaka dan konten, penelitian ini menemukan bahwa tren *marriage is scary* yang dipopulerkan oleh para influencer membentuk persepsi negatif terhadap institusi pernikahan yang bertentangan dengan prinsip maqāṣid syariah, di mana pernikahan dipandang sebagai fondasi penting dalam membangun keluarga yang maslahat. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus yang sama dalam mengkaji dampak konten media sosial terhadap persepsi pernikahan generasi muda dari perspektif hukum Islam. Perbedaannya, penelitian Syafiq menitikberatkan pada peran influencer dan analisis maqāṣid syariah, sedangkan penelitian ini menggunakan kerangka sosiologi hukum keluarga Islam dengan fokus pada prinsip sakinah, mawaddah, dan rahmah sebagai tolok ukur normatif konten edukatif pernikahan di TikTok.

Berdasarkan pemetaan terhadap sepuluh penelitian terdahulu di atas, dapat diidentifikasi beberapa celah akademik yang belum dijawab secara memadai. Pertama, sebagian besar penelitian yang ada mengkaji fenomena *marriage is scary* sebagai narasi negatif terhadap pernikahan secara umum, namun belum ada yang secara spesifik membedah tiga kategori standar pernikahan secara

³⁸ Prastiti, "Persepsi Generasi Z Terhadap Fenomena Marriage is Scary pada Platform TikTok di Kecamatan Rungkut."

bersamaan yaitu standar pekerjaan domestik, standar finansial, dan standar komunikasi sebagai objek konstruksi sosial yang terpisah dan saling berkaitan di platform TikTok. Kedua, penelitian-penelitian sebelumnya yang menggunakan perspektif hukum keluarga Islam umumnya berhenti pada evaluasi normatif yang bersifat umum, tanpa mengoperasionalkan prinsip *sakinah, mawaddah, dan rahmah* secara spesifik sebagai tolok ukur untuk menilai masing-masing kategori standar yang ditemukan. Ketiga, belum ada penelitian yang secara bersamaan melibatkan dua kelompok informan yang berbeda pengalaman pernikahan yaitu yang belum menikah dan yang baru menikah untuk melihat bagaimana konstruksi digital berinteraksi dengan realitas pernikahan nyata yang sedang dijalani. Keempat, dari sisi metodologi, penelitian ini mengintegrasikan tiga pendekatan sekaligus yaitu analisis konten, netnografi, dan *text mining* berbasis Python, yang memungkinkan pembacaan pola tematik secara lebih sistematis dan terukur dibandingkan penelitian terdahulu yang umumnya hanya menggunakan satu metode. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah-celah tersebut dengan menghadirkan analisis yang lebih komprehensif, spesifik secara tematik, dan membumi secara empiris melalui keterlibatan langsung dengan kreator konten dan audiens sebagai aktor sosial yang nyata.

B. Kerangka Teori

1. Teori Konstruksi Sosial

Teori konstruksi sosial yang dikembangkan Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam karya klasik mereka *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* menjelaskan bahwa realitas sosial bukan sesuatu yang “diberikan begitu saja” (*given*), melainkan hasil konstruksi manusia melalui interaksi sosial yang berlangsung terus-menerus.³⁹ Berbeda dari pandangan positivistik yang memandang realitas sebagai fakta objektif yang berdiri di luar manusia, Berger dan Luckmann menegaskan bahwa realitas sosial terbentuk, dipelihara, dan diubah melalui tindakan dan penafsiran para pelaku sosial dalam masyarakat.⁴⁰ Dengan demikian, institusi sosial yang tampak “alamiah” sesungguhnya adalah produk historis dari aktivitas manusia yang kemudian diterima seakan-akan objektif.⁴¹

Inti teori ini berada pada pembedaan antara realitas objektif dan realitas subjektif.⁴² Realitas objektif merujuk pada dunia sosial yang tampak berada di luar individu dan berhadapan dengannya sebagai fakta eksternal yang memiliki kekuatan memaksa misalnya lembaga keluarga, hukum, atau norma masyarakat.⁴³ Sementara itu, realitas subjektif adalah dunia makna

³⁹ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (Knopf Doubleday Publishing Group, 1967).

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ *Ibid.*

⁴² *Ibid.*

⁴³ *Ibid.*

yang hidup dalam kesadaran individu, berupa keyakinan, pengetahuan, dan definisi yang ia berikan terhadap dunia sekitarnya.⁴⁴ Dialektika keduanya menghasilkan situasi di mana manusia sekaligus menjadi pencipta masyarakat dan pada saat yang sama menjadi produk dari masyarakat yang ia ciptakan sendiri.⁴⁵

Berger dan Luckmann merumuskan bahwa proses terbentuknya realitas sosial berlangsung melalui tiga momen dialektik yang saling berkaitan dan terjadi secara simultan, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.⁴⁶ Eksternalisasi adalah proses di mana individu mengekspresikan dirinya ke dalam dunia sosial melalui tindakan, bahasa, dan simbol-simbol budaya.⁴⁷ Objektivasi merupakan tahap ketika produk-produk aktivitas manusia tersebut mengkristal menjadi kenyataan yang tampak berdiri sendiri dan dilembagakan sebagai institusi sosial.⁴⁸ Internalisasi adalah proses penghayatan kembali realitas objektif itu ke dalam kesadaran individu sehingga nilai dan norma sosial menjadi bagian dari struktur kepribadiannya.⁴⁹

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ *Ibid.*

⁴⁷ Demartoto, *TEORI KONSTRUKSI SOSIAL DARI PETER L. BERGER DAN THOMAS LUCKMAN* – Dr. Argyo Demartoto, M.Si.

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ *Ibid.*

Dalam konteks media sosial, terutama TikTok, proses eksternalisasi tampak ketika pembuat konten mengekspresikan pandangan, nilai, dan pengalaman mereka tentang kehidupan rumah tangga melalui video pendek yang dapat diakses publik.⁵⁰ Konten-konten tersebut dapat berangkat dari berbagai sumber, seperti psikologi modern, pengalaman personal, maupun ajaran keagamaan, dan masing-masing menyajikan definisi tentang “pernikahan ideal”, “pasangan ideal”, atau “standar keluarga bahagia”.⁵¹ Ekspresi individual ini menjadi bahan mentah bagi terbentuknya konstruksi sosial baru mengenai pernikahan di ruang digital.

Tahap objektivasi terjadi ketika konten-konten yang semula merupakan ekspresi subjektif memperoleh validasi kolektif melalui likes, komentar, shares, dan rekomendasi algoritma, sehingga diperlakukan seolah-olah sebagai standar umum yang sah.⁵² Melalui mekanisme viralitas dan sistem rekomendasi TikTok, narasi tertentu tentang standar pernikahan misalnya kewajiban gaji minimal, bentuk ekspresi romantis, atau pola pembagian kerja domestik berulang kali muncul di linimasa pengguna dan tampak sebagai “kebenaran” yang disepakati banyak orang.⁵³ Pada titik ini,

⁵⁰ Devy Putri Kussanti, “Konstruksi Sosial Media Pada Makna Realitas TikTok di Masyarakat,” *Jurnal Public Relations (J-PR)*, t.t.

⁵¹ *Ibid.*

⁵² *Ibid.*

⁵³ *Ibid.*

konstruksi digital mengenai rumah tangga ideal mulai tampil sebagai realitas objektif yang membingkai cara orang memandang pernikahan.

Selanjutnya, internalisasi terjadi ketika pengguna, khususnya generasi muda, menyerap narasi-narasi yang terobjektivasi tersebut ke dalam cara berpikir dan merasakan mereka.⁵⁴ Paparan yang intensif dan berulang menjadikan standar-standar pernikahan di TikTok sebagai kerangka acuan untuk menilai diri sendiri, pasangan, maupun rencana berkeluarga di masa depan.⁵⁵ Internalisasi ini dapat menghasilkan ekspektasi yang konstruktif misalnya pentingnya komunikasi terbuka dan saling menghargai tetapi juga dapat menimbulkan standar yang terlalu idealistik dan tidak kontekstual, sehingga memicu kekecewaan ketika realitas rumah tangga tidak sesuai dengan gambaran digital tersebut.⁵⁶

Sejumlah kajian kontemporer menunjukkan bahwa teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann relevan untuk membaca peran media sosial dalam membentuk realitas sosial baru.⁵⁷ Penelitian tentang konstruksi realitas sosial di Indonesia menegaskan bahwa platform seperti TikTok dan Instagram memfasilitasi budaya partisipatif di mana pengguna merundingkan kembali

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ Ferry Adhi Dharma, "Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger Tentang Kenyataan Sosial," *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2018): 1–9.

nilai-nilai tradisional dalam bingkai narasi global dan gaya hidup modern.⁵⁸ Studi lain mengenai konstruksi sosial media pada makna realitas TikTok menunjukkan bahwa media menyediakan bahan-bahan bagi proses konstruksi sosial, sementara pengguna, melalui interaksi dan interpretasi mereka, memproduksi dan mereproduksi norma, peran, dan makna secara kolektif.⁵⁹

Berdasarkan uraian tersebut, teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann digunakan dalam penelitian ini sebagai kerangka analitis untuk memahami bagaimana standar pernikahan ideal dikonstruksi melalui interaksi antara pembuat konten, audiens, dan algoritma TikTok. Proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi menjadi alat untuk menelusuri bagaimana konten-konten populer tentang pernikahan membentuk persepsi, sikap, dan ekspektasi generasi muda terhadap kehidupan rumah tangga, serta bagaimana konstruksi digital ini kemudian dinegosiasikan dengan nilai-nilai keluarga sakinah, mawaddah, dan rahmah dalam perspektif hukum keluarga Islam.

2. Teori Hukum Keluarga Islam: Prinsip Sakinah, Mawaddah, dan Rahmah dalam Pernikahan

⁵⁸ Yudha Catur Pamungkas dkk., “Konstruksi Realitas Sosial di Indonesia dalam Peran Media dan Identitas Budaya di Era Globalisasi,” *Metta : Jurnal Ilmu Multidisiplin* 4, no. 4 (2024): 28–36.

⁵⁹ Devy Putri Kussanti, “Konstruksi Sosial Media Pada Makna Realitas TikTok di Masyarakat,” *Jurnal Public Relations (J-PR)* 3, no. 2 (2023): 119–22.

Sebelum menguraikan prinsip *sakinah*, *mawaddah*, dan *rahmah* secara rinci, perlu ditegaskan lebih dahulu kerangka besar pendekatan sosiologis yang menaungi kajian hukum keluarga Islam dalam penelitian ini. Kajian sosiologi hukum Islam di Indonesia banyak merujuk pada kerangka yang dirumuskan M. Atho Mudzhar, yang mengidentifikasi lima tema besar dalam pendekatan sosiologis terhadap hukum Islam: pengaruh hukum Islam terhadap perubahan masyarakat, pengaruh perubahan struktur masyarakat terhadap pemahaman ajaran dan hukum Islam, tingkat pengamalan hukum agama dalam masyarakat, pola interaksi masyarakat seputar hukum Islam, serta gerakan atau organisasi kemasyarakatan yang mendukung maupun tidak mendukung penerapan hukum Islam.⁶⁰

Penelitian ini terutama bertumpu pada tema kedua dari kerangka tersebut, yaitu bagaimana perubahan struktur masyarakat memengaruhi pemahaman terhadap ajaran dan hukum Islam. Transformasi budaya digital yang ditandai masifnya konsumsi konten TikTok di kalangan generasi muda merupakan bentuk perubahan struktural masyarakat kontemporer yang berpotensi membentuk ulang cara generasi muda memahami dan memaknai prinsip *sakinah*, *mawaddah*, dan *rahmah* dalam kehidupan rumah tangga. Uraian berikut menjelaskan ketiga prinsip tersebut secara lebih rinci.

⁶⁰ M. Atho Mudzhar, *Pendekatan Studi Islam dalam Teori dan Praktek* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998).

Hukum keluarga Islam merupakan bagian dari hukum Islam yang mengatur pembentukan, keberlangsungan, dan pembubaran keluarga, meliputi aturan tentang perkawinan, hak dan kewajiban suami istri, nafkah, pemeliharaan anak, hingga perceraian.⁶¹ Di Indonesia, prinsip-prinsip hukum keluarga Islam didepositifkan melalui regulasi yang menempatkan tujuan perkawinan sebagai upaya mewujudkan keluarga yang sakinah, mawaddah, dan rahmah, sehingga konsep keluarga sakinah bukan sekadar ideal moral, tetapi juga tujuan normatif yang memiliki konsekuensi sosial dan hukum.⁶² Dengan demikian, setiap relasi suami istri dalam perspektif hukum keluarga Islam pada dasarnya diarahkan untuk mencapai kondisi keluarga yang tenang, penuh cinta, dan kasih sayang yang berkelanjutan.⁶³

Secara etimologis, istilah sakinah berasal dari kata sakana yang bermakna tenang atau tenteram, dan dalam konteks keluarga dipahami sebagai keadaan jiwa yang stabil, aman, dan tidak mudah terguncang oleh konflik rumah tangga.⁶⁴ Keluarga sakinah ditandai oleh kemampuan pasangan menjaga komunikasi, memenuhi kebutuhan spiritual dan material secara proporsional, serta menyelesaikan perselisihan melalui dialog dan

⁶¹ Lauhul Mahfudz dan Erina Rizki Amaliyah, *KONSEPSI KELUARGA SAKINAH MENURUT HUKUM ISLAM*, 3, no. 02 (2020).

⁶² Rahmad Sholihin, "KONSEP KELUARGA SAKINAH MAWADDAH WARAHMAH (STUDI KOMPARATIF TAFSIR IBNU KATSIR DAN AL-MUNIR)," 2021.

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ *Ibid.*

musyawarah.⁶⁵ Adapun mawaddah merujuk pada kasih sayang yang aktif, yaitu rasa cinta yang mendorong suami istri untuk saling menerima kelebihan dan kekurangan, saling menolong, serta memelihara komitmen pernikahan.⁶⁶ Sementara rahmah berarti belas kasih dan empati yang memunculkan sikap melindungi, memaafkan, dan mendahulukan kemaslahatan pasangan dan anak.⁶⁷

Konsep sakinah, mawaddah, dan rahmah berakar pada penafsiran para ulama terhadap QS. Ar-Rūm ayat 21 yang menegaskan bahwa Allah menciptakan pasangan hidup agar manusia memperoleh sakinah yang diselimuti mawaddah dan rahmah.⁶⁸ Kajian fikih munakahat menempatkan tiga istilah ini sebagai tujuan ideal perkawinan: menghadirkan ketenangan batin, cinta yang berlandaskan keimanan, dan kasih sayang yang meliputi seluruh anggota keluarga.⁶⁹ Penelitian tentang keluarga sakinah menunjukkan bahwa indikator konkret dari prinsip tersebut antara lain adanya saling pengertian, saling menghargai, pembagian peran yang proporsional,

⁶⁵ Malik Ibrahim, “Pembentukan Keluarga Sakinah Dan Problematikanya Pada Keluarga Muslim Di Kota Banjarmasin Dalam Perspektif Sosiologi Hukum Islam,” *Jurnal Hukum Caraka Justitia* 2, no. 1 (2022): 23–41.

⁶⁶ Sholihin, “KONSEP KELUARGA SAKINAH MAWADDAH WARAHMAH (STUDI KOMPARATIF TAFSIR IBNU KATSIR DAN AL-MUNIR).”

⁶⁷ Asep Fu’ad dkk., “Konsep Keluarga Sakinah, Mawaddah, Warahmah Dalam Tinjauan Psikologi,” *Mahkamah : Jurnal Riset Ilmu Hukum* 2, no. 4 (2025): 169–81.

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ Suryadi Suryadi, “Konsep Keluarga Sakinah Dalam Perspektif Fiqh Munakahat,” *Abdurrauf Law and Sharia* 1, no. 1 (2024): 79–102.

komitmen menjalankan ibadah bersama, serta kemampuan menyelesaikan konflik tanpa kekerasan.⁷⁰

Dari perspektif sosiologi hukum Islam, keluarga sakinah dipahami sebagai titik temu antara norma ideal (das sollen) yang bersumber dari nash dan tradisi fikih dengan realitas sosial konkret (das sein) yang dialami keluarga Muslim di tengah perubahan zaman.⁷¹ Prinsip sakinah, mawaddah, dan rahmah tidak hanya mengatur hubungan privat suami istri, tetapi juga memuat dimensi sosial seperti keadilan gender, tanggung jawab ekonomi, dan peran pendidikan dalam keluarga.⁷² Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kegagalan mewujudkan keluarga sakinah sering berkaitan dengan ketidakseimbangan peran, lemahnya komunikasi, serta tekanan sosial ekonomi yang tidak dikelola berdasarkan prinsip keadilan dan musyawarah.⁷³

Dalam kerangka demikian, standar relasi suami istri dalam hukum keluarga Islam dibangun atas beberapa prinsip utama, seperti mu'āsyrāh bi al-ma'rūf (memperlakukan pasangan dengan cara yang baik), keadilan,

⁷⁰ Firmansyah Firmansyah dkk., “AKTUALISASI KONSEP SAKINAH MAWADAH WARAHMAH PADA KELUARGA MUSLIM DI KOTA METRO,” *Syakhshiyah Jurnal Hukum Keluarga Islam* 2, no. 1 (2022): 90–106.

⁷¹ Achmad Thorik dkk., *THE SAKINAH FAMILY FROM THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC LEGAL SOCIOLOGY*, 7 (2025).

⁷² *Ibid.*

⁷³ Sri dan Hasanatul Wahida, “KONSEP KELUARGA SAKINAH DALAM KELUARGA KARIR PERSPEKTIF HUKUM ISLAM : Hasanatul Wahida, Sri Wahyuni, Hengki Januardi,” *JURNAL CERDAS HUKUM* 3, no. 2 (2025): 285–98.

tolong-menolong, dan musyawarah dalam mengambil keputusan.⁷⁴ Studi tentang implementasi mawaddah wa rahmah menegaskan bahwa keluarga sakinah menuntut pasangan yang memahami hak dan kewajiban masing-masing, mampu bekerja sama dalam urusan domestik maupun publik, serta menjadikan kasih sayang sebagai dasar dalam mengelola perbedaan.⁷⁵ Dengan demikian, standar “keluarga ideal” dalam perspektif hukum keluarga Islam tidak bertumpu pada ukuran material tertentu, melainkan pada kualitas relasi, komitmen ibadah, dan pemenuhan hak serta kewajiban secara adil.⁷⁶

Sejumlah kajian mutakhir mengenai keluarga sakinah dari perspektif sosiologi hukum Islam menunjukkan bahwa nilai-nilai sakinah, mawaddah, dan rahmah perlu terus direinterpretasi agar relevan dengan tantangan kontemporer, seperti meningkatnya angka perceraian, pergeseran peran gender, dan penetrasi media digital dalam kehidupan rumah tangga.⁷⁷ Artikel-artikel tersebut menyoroti bahwa media sosial kerap menghadirkan representasi keluarga yang sangat menonjolkan aspek gaya hidup dan standar material, sehingga berpotensi menggeser pemahaman masyarakat tentang

⁷⁴ Dewi Lestari dkk., “Pendekatan Sosiologi Hukum Islam Sebagai Upaya Menjaga Keharmonisan Keluarga Sakinah,” *Mabahits : Jurnal Hukum Keluarga Islam* 5, no. 02 (2024): 21–35.

⁷⁵ Almadison Almadison dkk., “IMPLEMENTASI KONSEP MAWADDAH WA RAHMAH DALAM KELUARGA ISLAM MODERN,” *ANDREW Law Journal* 4, no. 1 (2025): 118–30.

⁷⁶ “Karakteristik Keluarga Sakinah, Mawaddah, Wa Rahmah dalam Perspektif Hadits: Analisis Hadits-Hadits Kitabun Nikah dalam Kitab Shahih Al-Bukhari | Al-Usariyah: Jurnal Hukum Keluarga Islam,” diakses 27 Februari 2026.

⁷⁷ Achmad Thorik dan Fauzi Rahmat Pamula, “KELUARGA SAKINAH DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI HUKUM ISLAM,” *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyah (JAS)* 7, no. 1 (2025): 68–85.

makna kebahagiaan rumah tangga yang seharusnya berporos pada sakinah, mawaddah, dan rahmah.⁷⁸ Dalam konteks ini, pendekatan sosiologi hukum keluarga Islam berfungsi untuk menilai sejauh mana praktik sosial, termasuk konsumsi konten digital, mendukung atau justru menghambat terwujudnya keluarga sakinah dalam masyarakat Muslim.⁷⁹

Berdasarkan uraian tersebut, teori hukum keluarga Islam dalam penelitian ini digunakan untuk menjadikan prinsip sakinah, mawaddah, dan rahmah sebagai tolok ukur normatif dalam menilai standar pernikahan yang dikonstruksi melalui konten TikTok populer.⁸⁰ Analisis terhadap konten yang menonjolkan standar finansial, gaya hidup romantis, atau pembagian peran tertentu akan dikaitkan dengan sejauh mana standar tersebut selaras atau bertentangan dengan tujuan perkawinan dalam Islam dan indikator keluarga sakinah mawaddah rahmah sebagaimana dikemukakan dalam kajian hukum keluarga Islam kontemporer.

3. Sosiologi Hukum Islam sebagai Pendekatan Analitis

⁷⁸ Firmansyah dkk., “AKTUALISASI KONSEP SAKINAH MAWADAH WARAHMAH PADA KELUARGA MUSLIM DI KOTA METRO.”

⁷⁹ Lestari dkk., “Pendekatan Sosiologi Hukum Islam Sebagai Upaya Menjaga Keharmonisan Keluarga Sakinah.”

⁸⁰ Lihat antara lain: Thorik dan Pamula, “KELUARGA SAKINAH DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI HUKUM ISLAM.”, Firmansyah dkk., “AKTUALISASI KONSEP SAKINAH MAWADAH WARAHMAH PADA KELUARGA MUSLIM DI KOTA METRO.”, Lestari dkk., “Pendekatan Sosiologi Hukum Islam Sebagai Upaya Menjaga Keharmonisan Keluarga Sakinah.”, Almadison dkk., “IMPLEMENTASI KONSEP MAWADDAH WA RAHMAH DALAM KELUARGA ISLAM MODERN.”, “Karakteristik Keluarga Sakinah, Mawaddah, Wa Rahmah dalam Perspektif Hadits: Analisis Hadits-Hadits Kitabun Nikah dalam Kitab Shahih Al-Bukhari | Al-Usariyah: Jurnal Hukum Keluarga Islam.”

Sosiologi hukum Islam merupakan cabang kajian interdisipliner yang mengkaji hubungan timbal balik antara hukum Islam sebagai sistem normatif dan realitas sosial yang melingkupinya.⁸¹ Thorik dan Pamula mendefinisikan sosiologi hukum Islam sebagai pendekatan yang tidak hanya menelaah hukum Islam dari dimensi teks dan doktrin, tetapi juga dari perspektif bagaimana hukum tersebut hidup, berfungsi, dan berinteraksi dalam masyarakat Muslim yang terus mengalami perubahan sosial.⁸² Berbeda dari fikih konvensional yang lebih berfokus pada dimensi *das sollen* yakni norma sebagaimana seharusnya sosiologi hukum Islam beroperasi pada irisan antara teks normatif dan praktik sosial nyata: bagaimana norma-norma Islam diaktualisasikan, diperdebatkan, dan dinegosiasikan di tengah perubahan sosial yang terus berlangsung. Distingsi antara *das sollen* dan *das sein* ini, yang berakar dari tradisi sosiologi hukum umum, dalam konteks hukum Islam merujuk pada jarak antara cita-cita normatif pernikahan yang bersumber dari nash dan tradisi penafsiran (ijtihad), dengan kenyataan konkret yang dijalani keluarga Muslim dalam kehidupan sehari-harinya.⁸³

⁸¹ Thorik dan Pamula, "KELUARGA SAKINAH DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI HUKUM ISLAM."

⁸² *Ibid.*

⁸³ Abraham Abraham, "How Sociology Perspective Influence Law with a Social Contexts? A Book Review 'Pokok-Pokok Sosiologi Hukum', Prof Dr Soerjono Soekanto SH MA, Rajawali Pers, 269 Pages, ISBN 979-421-131-1," *Indonesian Journal of Advocacy and Legal Services* 3, no. 2 (2021): 251–56.

Lestari dkk. menegaskan bahwa pendekatan sosiologi hukum Islam memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana nilai-nilai Islam beroperasi dalam dinamika sosial yang nyata, termasuk dalam relasi keluarga yang dipengaruhi oleh tekanan ekonomi, pergeseran peran gender, dan paparan media digital.⁸⁴ Dalam kerangka ini, institusi keluarga bukan sekadar entitas hukum yang mengikuti ketentuan fiqh munakahat secara kaku, melainkan arena sosial di mana norma-norma Islam terus-menerus dikonstruksi, dipertahankan, dan ditransformasi melalui interaksi anggotanya dengan lingkungan sekitar termasuk interaksi dengan ruang-ruang digital seperti TikTok. Thorik dan Pamula mengemukakan bahwa dalam perspektif sosiologi hukum Islam, perubahan persepsi terhadap standar pernikahan yang dipicu oleh konten media sosial tidak dapat semata-mata dilihat sebagai deviasi dari norma, melainkan sebagai bagian dari proses sosial yang perlu dipahami secara kontekstual sebelum dievaluasi secara normatif.⁸⁵

Ibrahim menegaskan bahwa sosiologi hukum Islam berfungsi sebagai instrumen untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menjembatani gap antara dimensi *das sollen* dan *das sein* sebuah gap yang dalam konteks penelitian ini termanifestasi dalam kesenjangan antara standar pernikahan

⁸⁴ Lestari dkk., “Pendekatan Sosiologi Hukum Islam Sebagai Upaya Menjaga Keharmonisan Keluarga Sakinah.”

⁸⁵ Thorik dan Pamula, “KELUARGA SAKINAH DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI HUKUM ISLAM.”

ideal yang dikonstruksi melalui konten TikTok dan prinsip-prinsip normatif Islam yang sesungguhnya.⁸⁶ Dengan kata lain, sosiologi hukum Islam tidak sekadar memotret realitas sosial, tetapi juga memberikan landasan normatif untuk menilai apakah realitas tersebut bergerak menuju atau justru menjauh dari cita-cita hukum keluarga Islam yang berlandaskan *sakinah, mawaddah, dan rahmah*.

Dalam penelitian ini, pendekatan sosiologi hukum Islam digunakan untuk menjembatani dua dimensi analisis secara simultan. Di satu sisi, ia membantu peneliti memahami bagaimana konstruksi standar pernikahan di TikTok bekerja sebagai fenomena sosial yang membentuk persepsi dan orientasi nilai pengguna (dimensi deskriptif-sosiologis). Di sisi lain, ia menyediakan kerangka normatif untuk mengevaluasi fenomena tersebut dalam terang prinsip-prinsip hukum keluarga Islam (dimensi normatif-evaluatif). Dengan demikian, sosiologi hukum Islam dalam penelitian ini berfungsi sebagai jembatan metodologis antara teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann dengan teori hukum keluarga Islam sehingga analisis yang dihasilkan mampu menjangkau sekaligus dimensi deskriptif (bagaimana standar itu dikonstruksi dan memengaruhi persepsi pengguna) dan dimensi

⁸⁶ Ibrahim, "Pembentukan Keluarga Sakinah Dan Problematikanya Pada Keluarga Muslim Di Kota Banjarmasin Dalam Perspektif Sosiologi Hukum Islam."

normatif (sejauh mana standar tersebut selaras dengan nilai-nilai Islam tentang pernikahan yang sesungguhnya).

4. Teori Komunikasi Massa

Untuk memahami secara lebih menyeluruh bagaimana audiens memaknai konten TikTok dan bagaimana konsumsi yang berulang membentuk perubahan persepsi mereka terhadap standar rumah tangga ideal, penelitian ini juga menggunakan dua kerangka teori komunikasi massa, yaitu teori resepsi Stuart Hall dan teori kultivasi George Gerbner. Kedua teori ini saling melengkapi: yang pertama menjelaskan variasi cara audiens memaknai pesan media, sementara yang kedua menjelaskan efek jangka panjang dari paparan media yang berulang.

a. Teori Resepsi Encoding/Decoding - Stuart Hall

Untuk membaca variasi respons audiens terhadap konten standar pernikahan di TikTok, penelitian ini menggunakan model encoding/decoding yang dikembangkan Stuart Hall.[FN-BARU: Stuart Hall, "Encoding/Decoding," dalam *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*, 1972–79, London: Hutchinson, 1980] Hall menegaskan bahwa pesan media tidak diterima audiens secara seragam sebagaimana yang dimaksudkan produsennya (encoding), melainkan dimaknai kembali (decoding) melalui kerangka rujukan, pengalaman,

dan posisi sosial masing-masing individu. Hall merumuskan tiga posisi pembacaan (reading position) audiens terhadap suatu pesan media.

Pertama, dominant-hegemonic reading, yaitu posisi ketika audiens menerima makna pesan persis sebagaimana yang dimaksudkan oleh produsennya, tanpa negosiasi berarti. Kedua, negotiated reading, yaitu posisi ketika audiens menerima sebagian besar kerangka makna yang ditawarkan, namun menyesuaikan atau memodifikasinya berdasarkan konteks dan kepentingan personal. Ketiga, oppositional reading, yaitu posisi ketika audiens memahami kerangka makna yang dimaksudkan produsen, tetapi secara sadar menolak atau memaknainya secara berlawanan berdasarkan kerangka nilai alternatif yang dipegangnya.

Model ini relevan digunakan dalam penelitian ini untuk membaca tiga pola respons audiens yang ditemukan pada bagian pembahasan, yaitu pola afirmatif yang mendekati posisi dominant-hegemonic, pola selektif-adaptif yang mencerminkan negotiated reading, dan pola kritis-reflektif yang merepresentasikan oppositional reading.

b. Teori Kultivasi - George Gerbner

Untuk menjelaskan bagaimana konsumsi konten TikTok secara berulang dapat mengubah persepsi dan orientasi nilai pengguna mengenai standar kehidupan rumah tangga ideal, penelitian ini menggunakan teori kultivasi yang dikembangkan George Gerbner.⁸⁷ Gerbner berargumen bahwa paparan media yang bersifat kumulatif dan berkelanjutan, bukan paparan tunggal, secara bertahap membentuk persepsi khalayak terhadap realitas sosial sehingga cenderung selaras dengan pola-pola yang berulang kali ditampilkan oleh media tersebut.

Gerbner merumuskan dua mekanisme utama dalam proses kultivasi. Pertama, mainstreaming, yaitu proses di mana paparan media yang intens mendorong penyeragaman persepsi khalayak lintas latar belakang sosial ke arah pola pandangan yang paling dominan ditampilkan media. Kedua, resonance, yaitu penguatan efek kultivasi yang terjadi ketika narasi media selaras dengan pengalaman nyata individu, sehingga menciptakan penguatan berlapis antara apa yang dilihat di media dan apa yang dialami dalam kehidupan sehari-hari.

Kerangka ini relevan mengingat tingginya intensitas konsumsi TikTok oleh generasi muda Indonesia, dengan rata-rata durasi akses mencapai 45 jam per bulan sebagaimana telah diuraikan pada latar

⁸⁷ George Gerbner dan Larry Gross, "Living with Television: The Violence Profile," *Journal of Communication* 26, no. 2 (1976): 172–99.

belakang penelitian. Intensitas konsumsi tersebut memenuhi prasyarat mendasar bagi terjadinya efek kultivasi, yakni paparan yang bersifat berulang dan berkelanjutan. Teori ini digunakan untuk membaca bagaimana tiga tema standar rumah tangga yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu standar domestik, standar finansial, dan standar komunikasi secara berulang ditampilkan dalam konten TikTok sehingga berpotensi ter-*mainstream* menjadi tolok ukur bersama bagi generasi muda dalam memandang kehidupan rumah tangga ideal, terlepas dari realistis atau tidaknya standar tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis konten (*content analysis*) dan netnografi (*netnography*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena konstruksi standar pernikahan dalam konten TikTok serta pengaruhnya terhadap persepsi pengguna, yang memerlukan interpretasi makna, konteks, dan proses sosial yang tidak dapat diukur secara kuantitatif.

Menurut Creswell, penelitian kualitatif adalah pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi bagaimana konten TikTok mengonstruksi standar pernikahan ideal dan bagaimana audiens memaknai konten tersebut dalam kehidupan mereka.

Metode analisis konten digunakan untuk mengkaji isi pesan yang terkandung dalam konten video TikTok serta respons audiens melalui komentar. Krippendorff mendefinisikan analisis konten sebagai teknik penelitian untuk

membuat inferensi yang dapat direplikasi dan valid dari data ke konteksnya.⁸⁸ Melalui metode ini, peneliti dapat mengidentifikasi pola, tema, dan makna yang muncul dalam konten edukatif pernikahan di TikTok, serta memahami bagaimana narasi tersebut membentuk persepsi sosial mengenai kehidupan rumah tangga. Analisis data dilakukan secara sistematis dengan bantuan perangkat lunak Python menggunakan library NLTK (Natural Language Toolkit), Pandas, dan WordCloud untuk melakukan text mining, tokenisasi, stopword removal, dan analisis frekuensi kata pada data tekstual berupa caption, komentar, dan tagar (hashtag) yang selanjutnya diinterpretasi secara mendalam oleh peneliti.

Selain analisis konten, penelitian ini juga menggunakan pendekatan netnografi (netnography) yang dikembangkan oleh Kozinets sebagai adaptasi metode etnografi dalam konteks ruang digital.⁸⁹ Netnografi memungkinkan peneliti untuk mengamati, mengumpulkan, dan menganalisis interaksi sosial yang terjadi secara online, dalam hal ini berupa konten, komentar, dan pola keterlibatan (engagement) audiens pada platform TikTok. Pendekatan ini dipilih karena objek penelitian berupa konten digital yang tidak dapat diteliti menggunakan metode observasi konvensional, sehingga netnografi menjadi metode yang paling relevan untuk menangkap dinamika konstruksi sosial yang terjadi di ruang digital.

⁸⁸ {Citation}Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (SAGE Publications, 2018).

⁸⁹ Robert V. Kozinets, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online* (SAGE Publications, 2010).

Analisis dalam penelitian ini dilakukan dari perspektif sosiologi hukum keluarga Islam, yang memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana nilai-nilai Islam tentang pernikahan berinteraksi dengan konstruksi sosial yang dibentuk melalui media digital, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi pemahaman dan ekspektasi generasi muda terhadap kehidupan berumah tangga.

B. Unit Analisis

Sebagai penelitian yang menggunakan metode analisis konten (content analysis), penelitian ini memiliki unit analisis yang bersifat berlapis, disesuaikan dengan karakteristik data pada masing-masing rumusan masalah. Krippendorff membedakan unit analisis ke dalam tiga tingkatan, yaitu unit sampel (sampling unit), unit pencatatan (recording unit), dan unit konteks (context unit).⁹⁰

Pertama, pada rumusan masalah pertama dan bagian dokumentasi digital rumusan masalah kedua, unit sampelnya adalah konten video TikTok, di mana satu video dihitung sebagai satu unit analisis (20 video kreator konten untuk rumusan masalah pertama, dan 8 video respons kreator untuk rumusan masalah kedua). Dalam setiap unit sampel tersebut, unit pencatatan yang dianalisis meliputi narasi verbal (transkrip ucapan), narasi visual (adegan, gestur, dan teks pada layar), caption, serta hashtag, yang selanjutnya diolah menggunakan text mining berbasis Python (NLTK, Pandas, dan WordCloud) untuk mengidentifikasi frekuensi kata

⁹⁰ Krippendorff, *Content Analysis*.

dan pola tematik. Adapun komentar audiens pada masing-masing video berfungsi sebagai unit konteks, yakni data pendukung yang digunakan untuk menafsirkan dan memvalidasi makna serta pola respons yang terkandung dalam unit pencatatan, bukan sebagai obyek analisis utama.

Kedua, pada bagian wawancara mendalam dalam rumusan masalah kedua, unit analisis bergeser dari konten menjadi individu, yaitu enam informan yang dipilih secara purposive. Pergeseran ini terjadi karena pada tahap ini penelitian tidak lagi membedah pesan digital sebagai obyek, melainkan menggali pengalaman, persepsi, dan proses reflektif informan sebagai subjek yang mengonsumsi konten tersebut.

Dengan demikian, unit analisis dalam penelitian ini bekerja secara berjenjang: dari unit sampel berupa konten, ke unit pencatatan berupa elemen naratif dan tekstual di dalamnya, dengan unit konteks berupa komentar audiens sebagai alat interpretasi, hingga pada tahap tertentu bergeser ke unit individu ketika data yang digali bersifat pengalaman personal informan.

C. Tempat atau Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di ruang digital, khususnya pada platform media sosial TikTok. TikTok dipilih sebagai lokasi penelitian karena platform ini merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi

muda di Indonesia, khususnya kelompok usia di bawah 35 tahun yang sedang dalam tahap pembentukan identitas dan nilai-nilai terkait pernikahan.

Berdasarkan laporan DataReportal Digital 2025: Indonesia, TikTok memiliki 108 juta pengguna dewasa berusia 18 tahun ke atas di Indonesia pada awal 2025, dengan mayoritas pengguna berada pada rentang usia 18–34 tahun yang merupakan kelompok generasi muda dan milenial.⁹¹ Kelompok usia ini berada dalam fase kritis pembentukan persepsi dan ekspektasi terhadap kehidupan rumah tangga. Oleh karena itu, konten yang beredar di TikTok memiliki peran signifikan dalam membentuk pemahaman mereka tentang standar pernikahan ideal.

Konten yang menjadi fokus penelitian ini adalah video edukatif yang membahas tema pernikahan, kehidupan rumah tangga, relasi suami-istri, dan nilai-nilai keluarga yang diunggah oleh para kreator konten, baik yang berlatar belakang keagamaan maupun psikologi. Penelitian ini tidak terbatas pada wilayah geografis tertentu, melainkan berfokus pada ruang digital sebagai arena konstruksi sosial yang membentuk persepsi generasi muda lintas daerah di Indonesia.

D. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini terdiri atas dua kategori yang disesuaikan dengan masing-masing rumusan masalah. Pengumpulan data dihentikan ketika

⁹¹ “Digital 2025: Indonesia,” DataReportal – Global Digital Insights, 25 Februari 2025.

telah mencapai titik saturasi, yakni kondisi di mana data yang diperoleh sudah tidak lagi menghasilkan temuan baru yang signifikan.⁹²

1. Konten Kreator (Rumusan Masalah Pertama)

Informan pertama adalah kreator konten TikTok yang memproduksi konten bertema standar pernikahan. Peneliti menganalisis 20 video dengan kriteria:

- a. akun memiliki minimal 9.000 pengikut
- b. video memiliki jumlah penayangan minimal 700.000 tayangan.

4. Audiens (Rumusan Masalah Kedua)

Informan kedua terdiri atas dua sumber data. Pertama, 8 video respons dari kreator konten yang menyampaikan opini terhadap fenomena standar pernikahan di TikTok, dengan kriteria minimal 30.000 penayangan dan tingkat keterlibatan (engagement) yang tinggi, tanpa batasan jumlah pengikut. Kedua, 6 informan wawancara yang terdiri atas 3 perempuan (2 belum menikah, 1 menikah kurang dari lima tahun) dan 3 laki-laki (seluruhnya belum menikah), dengan kriteria:

- a. berusia di atas 20 tahun;
- b. aktif menggunakan TikTok dan mengikuti konten standar pernikahan;

⁹² Benjamin Saunders dkk., "Saturation in Qualitative Research: Exploring Its Conceptualization and Operationalization," *Quality & Quantity* 52, no. 4 (2018): 1893–907.

- c. mampu merefleksikan konten yang dikonsumsi secara kritis;
- d. serta identitasnya dikenal dan dapat dipertanggungjawabkan oleh peneliti.

E. Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian.⁹³

1. Untuk konten kreator dan video respons, informan ditentukan melalui observasi awal terhadap konten TikTok bertema standar pernikahan, kemudian diseleksi berdasarkan kriteria jumlah pengikut, jumlah penayangan, dan tingkat keterlibatan audiens sebagaimana ditetapkan pada bagian sebelumnya.
2. Untuk informan wawancara, perekrutan dilakukan melalui unggahan Instagram Story yang mengajukan pertanyaan terbuka mengenai pengalaman mengikuti konten standar pernikahan di TikTok. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana perekrutan informan merupakan strategi yang lazim digunakan dalam penelitian kualitatif berbasis digital karena memungkinkan peneliti menjangkau populasi spesifik secara lebih efisien dan tepat sasaran.⁹⁴ Calon informan yang merasa relevan dipersilakan menghubungi peneliti secara sukarela melalui direct message (DM). Dari respons yang masuk, peneliti

⁹³ “Qualitative Research & Evaluation Methods | SAGE Publications Ltd,” diakses 27 Februari 2026.

⁹⁴ Nana Sledzieski dkk., “Optimizing Recruitment for Qualitative Research: A Comparison of Social Media, Emails, and Offline Methods,” *International Journal of Qualitative Methods* 22 (Oktober 2023): 16094069231162539.

menyeleksi informan berdasarkan kriteria usia, status pernikahan, keaktifan menggunakan TikTok, serta kemampuan merefleksikan konten secara kritis. Seluruh informan wawancara merupakan individu yang dikenal oleh peneliti sehingga identitas dan latar belakangnya dapat dipertanggungjawabkan.

F. Teknik Penentuan Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga cara berikut.

1. Dokumentasi Digital

Peneliti mengumpulkan dan mendokumentasikan konten video TikTok yang menjadi objek penelitian, meliputi 20 video kreator konten bertema standar pernikahan untuk menjawab rumusan masalah pertama, serta 8 video respons kreator konten untuk menjawab rumusan masalah kedua. Data yang dikumpulkan mencakup transkrip narasi video, *caption*, serta komentar audiens. Data tekstual selanjutnya diolah menggunakan perangkat lunak Python dengan *library* NLTK, Pandas, dan WordCloud untuk mengidentifikasi tema dan pola dominan yang kemudian diinterpretasi secara mendalam oleh peneliti.⁹⁵

2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur terhadap 6 informan untuk menggali persepsi dan pengalaman mereka dalam

⁹⁵ <https://www.nltk.org/book/>

mengonsumsi konten standar pernikahan di TikTok. Wawancara dilaksanakan secara daring melalui direct message (DM) pada platform media sosial tanpa pertemuan langsung. Pelaksanaan wawancara secara daring melalui platform pesan digital merupakan metode yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis dalam penelitian kualitatif.⁹⁶ Seluruh data wawancara didokumentasikan dan ditranskrip untuk keperluan analisis.

3. Observasi Partisipatif

Observasi partisipatif dilakukan dalam kerangka netnografi, yakni dengan mengamati secara langsung interaksi yang terjadi pada akun-akun kreator konten yang menjadi objek penelitian, termasuk pola keterlibatan audiens di kolom komentar. Observasi dilakukan selama periode pengumpulan data untuk memperoleh pemahaman yang kontekstual terhadap fenomena yang diteliti.

G. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui tiga strategi berikut.

1. Triangulasi

Triangulasi dilakukan melalui tiga cara sesuai konsep Moleong.⁹³

Pertama, triangulasi sumber, yakni membandingkan data yang diperoleh dari konten kreator, video respons, dan informan wawancara. Kedua, triangulasi

⁹⁶ Janet Salmons, *Doing Qualitative Research Online*, 2nd edition (Los Angeles London New Delhi Singapore Washington DC Melbourne: Sage, 2022).

metode, yakni membandingkan data hasil dokumentasi digital, wawancara mendalam, dan observasi partisipatif. Ketiga, triangulasi teori, yakni menginterpretasi data menggunakan dua kerangka sekaligus, yaitu teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann serta perspektif hukum keluarga Islam.

2. Member Checking

Member checking dilakukan dengan mengirimkan ringkasan hasil wawancara kepada informan untuk dikonfirmasi kebenarannya. Strategi ini bertujuan meningkatkan kredibilitas dan keterpercayaan hasil penelitian dengan memastikan bahwa interpretasi peneliti benar-benar mencerminkan maksud informan.⁹⁷ Informan diberi kesempatan memberikan klarifikasi apabila terdapat hal yang kurang tepat.

3. Audit Trail

Audit trail dilakukan dengan mendokumentasikan seluruh proses penelitian secara sistematis, mulai dari pengumpulan data, koding, hingga pengambilan keputusan metodologis.⁹⁸ Dokumentasi ini memungkinkan proses penelitian dilacak dan dievaluasi untuk menjamin kredibilitas dan dependabilitas hasil penelitian.

⁹⁷ Linda Birt dkk., "Member Checking: A Tool to Enhance Trustworthiness or Merely a Nod to Validation?," *Qualitative Health Research* 26, no. 13 (2016): 1802–11.

⁹⁸ Marian Carcary, *The Research Audit Trail -- Enhancing Trustworthiness in Qualitative Inquiry*, 7, no. 1 (2009).

H. Teknis Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang terdiri atas tiga tahapan yang dilakukan secara simultan dan berkesinambungan.⁹⁶

1. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan menyaring dan memilih data yang relevan dari transkrip video, komentar audiens, dan hasil wawancara, dengan memfokuskannya pada isu konstruksi standar pernikahan dalam perspektif hukum keluarga Islam. Data tekstual diolah menggunakan Python dengan *library* NLTK, Pandas, dan WordCloud untuk mengidentifikasi frekuensi kata dan tema dominan yang kemudian diinterpretasi secara mendalam oleh peneliti.

2. Penyajian Data

Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk uraian deskriptif-analitis yang ditata secara sistematis berdasarkan tema-tema yang ditemukan. Penyajian data mencakup pola narasi konten kreator, respons audiens, serta hasil wawancara yang dianalisis menggunakan kerangka teori konstruksi sosial dan perspektif hukum keluarga Islam.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap seiring berlangsungnya proses analisis. Kesimpulan bersifat sementara hingga seluruh data terverifikasi melalui proses triangulasi dan member checking, sehingga kesimpulan akhir yang dihasilkan bersifat kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasan terhadap dua rumusan masalah. Pertama, bagaimana konten TikTok mengonstruksi standar pernikahan ideal melalui tiga tema utama: pekerjaan domestik, finansial, dan komunikasi. Kedua, bagaimana implikasi konsumsi konten tersebut terhadap persepsi dan orientasi nilai pengguna. Data diperoleh melalui observasi netnografi, analisis konten, text mining dengan Python, dan wawancara mendalam dengan informan.

Tabel berikut menyajikan hasil text mining terhadap keseluruhan data tekstual dari 20 video kreator konten, meliputi caption, komentar, dan tagar, yang dikelompokkan ke dalam tiga kategori tema.

	Kata/Frasa	Frekuensi	Kategori Tema
1	Suami ideal	1245	Domestik
2	Bantu istri	754	Domestik
3	Tugas suami	612	Domestik
4	Kerja sama rumah tangga	589	Domestik
5	Masak Bersama	476	Domestik
6	Jaga anak	445	Domestik
7	Bagi peran	398	Domestik
8	Suami mau bantu	367	Domestik
9	Rumah tangga Bahagia	334	Domestik
10	Domesstik	301	Domestik
11	Nafkah	987	Finansial
12	Siap nikah	698	Finansial
13	Nabung dulu	645	Finansial
14	Finansial stabil	601	Finansial
15	Modal nikah	574	Finansial

	Kata/Frasa	Frekuensi	Kategori Tema
16	Investasi	532	Finansial
17	Gaji cukup	489	Finansial
18	Hutang	421	Finansial
19	Tabungan	398	Finansial
20	Penghasilan	356	Finansial
21	Komunikasi pasangan	876	Komunikasi
22	Jujur sama pasangan	712	Komunikasi
23	Saling pengertian	654	Komunikasi
24	Dengerin pasangan	598	Komunikasi
25	Diskusi bareng	543	Komunikasi
26	Ngobrol dulu	478	Komunikasi
27	Terbuka	456	Komunikasi
28	Salah paham	389	Komunikasi
29	Ego masing masing	334	Komunikasi
30	Ngerti perasaan	298	Komunikasi

Kata dengan frekuensi tertinggi pada kategori domestik adalah “suami ideal” (1.245), pada kategori finansial adalah “nafkah” (987), dan pada kategori komunikasi adalah “komunikasi pasangan” (876). Distribusi ini menunjukkan bahwa ketiga tema tersebut mendominasi narasi konten pernikahan yang diproduksi kreator dan menjadi basis konstruksi standar yang dianalisis pada bagian berikut.

Visualisasi wordcloud berikut memperkuat pola tematik yang ditemukan pada tabel di atas dengan menampilkan kata dan frasa paling dominan secara visual per kategori tema.



Gambar 4. 1 Visualisasi Wordcloud pada 20 Konten Video

Pada kategori domestik, kata “rumah”, “suami”, dan “tugas” mendominasi, mencerminkan bahwa konstruksi peran domestik suami menjadi narasi sentral. Kategori finansial didominasi oleh “finansial”, “nafkah”, dan “standar”, yang mengindikasikan adanya ekspektasi material yang eksplisit dalam konten. Adapun kategori komunikasi didominasi oleh “komunikasi”, “pasangan”, dan “perasaan”, yang menunjukkan bahwa standar relasional dikonstruksi melalui dimensi emosional dan keterbukaan antar pasangan.

Kemudian pada tabel berikut menyajikan hasil text mining terhadap data tekstual dari 8 video kreator yang secara khusus menyampaikan respons kritis terhadap fenomena standar pernikahan di TikTok, tanpa pengelompokan tema karena respons audiens bersifat lintas isu.

No	Kata/Frasa	Frekuensi
1	Patriarki	417
2	Miris	312
3	Nafkah	356
4	Toxic	301
5	Merendahkan perempuan	298
6	Toxic masculinity	289
7	Kecewa	289
8	Laporkan	258
9	Kesetaraan	379

Wordcloud di atas mempertegas bahwa wacana yang paling banyak dimunculkan audiens berputar pada isu ketidakadilan gender, dengan “patriarki”, “toxic”, dan “merendahkan perempuan” tampil paling menonjol secara visual. Kata-kata seperti “unfollow”, “laporkan”, dan “ngaco” mencerminkan bentuk penolakan aktif audiens terhadap konten yang dinilai merugikan, sementara kemunculan “nafkah” dan “rumah tangga” menunjukkan bahwa isu finansial dan domestik tetap menjadi titik perdebatan utama sebagaimana ditemukan pada konten kreator di rumusan masalah pertama.

Dari 20 konten yang menjadi objek penelitian, dipilih konten-konten yang paling representatif untuk dibahas secara mendalam pada setiap kategori tema berdasarkan pertimbangan tingkat engagement, keberagaman narasi, dan relevansinya dengan rumusan masalah penelitian. Seluruh daftar konten beserta data engagement lengkapnya dapat dilihat pada Lampiran.

A. Konstruksi Standar Pernikahan dalam Konten TikTok

Berdasarkan hasil observasi netnografi dan analisis text mining, ditemukan tiga tema yang paling dominan muncul dalam konten TikTok bertema pernikahan, yaitu standar pekerjaan domestik, standar finansial, dan standar komunikasi. Ketiga tema ini berulang secara konsisten pada konten-konten dengan engagement tinggi dan terdistribusi luas melalui mekanisme FYP TikTok. Berikut pembahasan masing-masing tema.

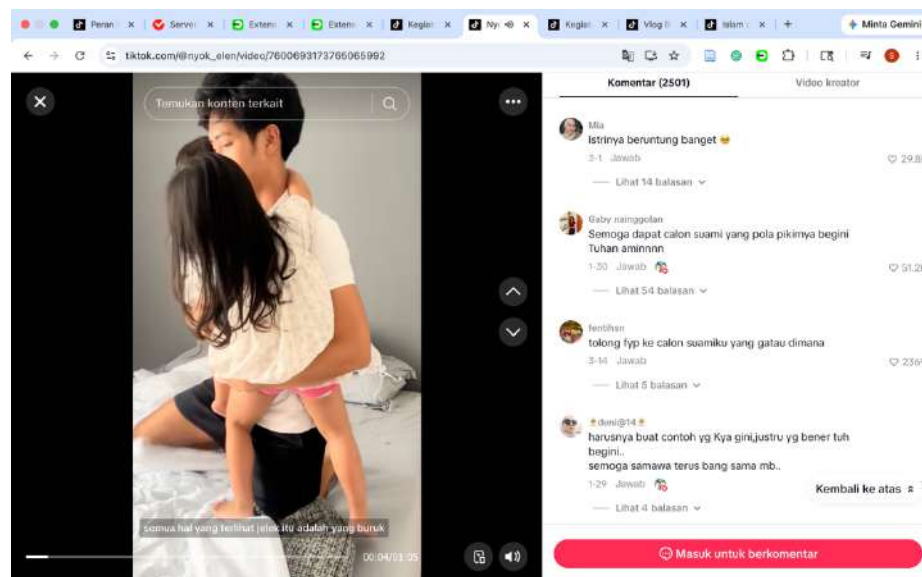
1. Standar Pekerjaan Domestik

Tema pekerjaan domestik menjadi salah satu yang paling banyak muncul dalam konten TikTok bertema pernikahan. Konten dalam kategori ini terbagi dalam dua arus utama: konten yang menampilkan suami yang aktif mengerjakan urusan rumah tangga dan mendapat apresiasi besar dari audiens, serta konten yang menceritakan pengalaman istri menanggung beban domestik sendirian sebagai bentuk ketidakadilan yang perlu disuarakan.

Konten pertama dalam kategori pekerjaan domestik berasal dari akun @nyok_elen dengan 1,1 juta pengikut, diunggah pada 29 Januari 2026. Video ini meraih 4,1 juta penayangan, 559,2 ribu likes, 2.501 komentar, dan 78,7 ribu shares menjadikannya salah satu konten dengan engagement tertinggi dalam kategori ini. Dengan caption "udah siap nikah?", kreator menampilkan keseharian rumah tangganya: membangunkan dan memakaikan baju anak, mencuci pakaian, mengikat rambut anak, menemani istri di rumah sakit pascamelahirkan, hingga belanja bulanan bersama. Dalam narasinya, kreator menyampaikan:

“Kalo lu ngerasa nikah dan semua pekerjaan rumah itu adalah tugas cewek, lu salah banget sih. Tugas di rumah itu tugas bareng-bareng, apalagi didik anak... setelah gua memperlakukan istri gua dengan baik, gua ngerasa rejeki gua tuh jadi deras banget.”

Narasi ini memperlihatkan dua hal yang bekerja secara bersamaan. Pertama, kreator secara eksplisit menolak pembagian peran domestik yang bersifat sepihak dan menegaskan bahwa pekerjaan rumah tangga adalah tanggung jawab bersama. Kedua, ia mengaitkan keterlibatan suami dalam urusan domestik dengan kelancaran rezeki, sebuah framing yang bernuansa religius dan resonan bagi audiens Muslim. Kombinasi keduanya menjadikan narasi ini tidak hanya terasa otentik secara personal, tetapi juga terlegitimasi secara nilai, sehingga mudah diterima dan disebarluaskan oleh audiens secara masif.



Gambar 4. 3 Komentar Audiens pada Konten @nyok_elen

Respons audiens pada konten ini sangat signifikan. Komentar teratas dengan 51,2 ribu likes berbunyi “Semoga dapat calon suami yang pola pikirnya begini, Tuhan aminnnn”, diikuti komentar lain seperti “Istrinya

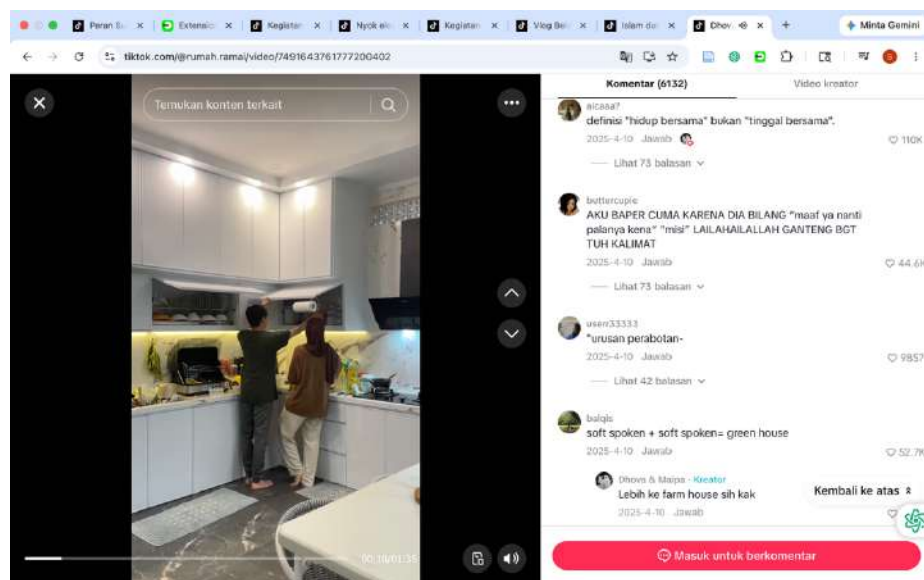
beruntung banget” dengan 29,8 ribu likes, dan “harusnya buat contoh yang kaya gini, justru yang bener tuh begini” dengan 9.203 likes. Pola komentar ini menunjukkan dua hal: audiens tidak hanya mengapresiasi konten, tetapi secara aktif menjadikan narasi tersebut sebagai standar yang mereka harapkan ada pada pasangan mereka. Frasa “semoga dapat calon suami yang pola pikirnya begini” secara eksplisit memperlihatkan proses internalisasi standar dari sekadar menonton konten menjadi ekspektasi konkret tentang seperti apa seharusnya seorang suami.

Konten kedua berasal dari akun @rumah.ramai dengan 269,9 ribu pengikut, diunggah pada 10 April 2025. Video ini justru melampaui konten pertama dalam hal penayangan dengan 7,4 juta views, 882,2 ribu likes, 6.132 komentar, dan 77,2 ribu shares. Berbeda dari konten @nyok_elen yang bersifat naratif langsung, konten @rumah.ramai dikemas dalam format slice of life merekam momen keseharian pasangan yang sedang memasak dan membereskan dapur bersama tanpa ada narasi yang direncanakan sebelumnya. Dengan caption “Kita dengan seribu kegiatan di rumahnya, its baking time”, video ini menampilkan interaksi natural suami-istri: suami membantu merapikan rak piring, mencuci peralatan masak, dan membantu membuat kue meski mengaku tidak tahu letak perabotan setelah tiga bulan menikah.

Salah satu momen yang paling banyak dikutip audiens adalah ketika suami hendak membuka lemari di atas kepala istrinya dan berkata dengan

lembut, “maaf ya, nanti kena kepala kamu, misi.” Kalimat sederhana ini justru menjadi titik viral dari konten tersebut, sebagaimana tercermin dari komentar teratas dengan 44,6 ribu likes:

“AKU BAPER CUMA KARENA DIA BILANG 'maaf ya nanti palanya kena' 'misi' LAILAHAILALLAH GANTENG BGT TUH KALIMAT”



Gambar 4. 4 Komentar Audiens pada Konten @rumah.ramai

Dua komentar lain yang memperoleh respons masif adalah “definisi 'hidup bersama' bukan 'tinggal bersama’” dengan 110 ribu likes menjadi komentar dengan likes tertinggi di seluruh konten yang diteliti dalam kategori ini serta “soft spoken + soft spoken = green house” dengan 52,7 ribu likes. Komentar-komentar ini bukan sekadar reaksi spontan, melainkan bentuk artikulasi kolektif tentang standar komunikasi dan keterlibatan suami dalam

kehidupan domestik. Audiens tidak hanya merespons apa yang terjadi dalam video, tetapi merumuskan ulang standar tersebut ke dalam kalimat-kalimat yang kemudian ikut viral dan direproduksi oleh pengguna lain.

Jika konten @nyok_elen membangun standar pekerjaan domestik melalui narasi yang tegas dan langsung, @rumah.ramai membangunnya melalui keotentikan momen sehari-hari yang tidak diskenariokan. Keduanya sama-sama efektif, namun bekerja melalui mekanisme yang berbeda: yang pertama melalui persuasi verbal, yang kedua melalui daya tarik visual dan emosional dari intimitas yang tampak nyata dan dapat diidentifikasi oleh audiens.

Dari perspektif hukum keluarga Islam, narasi keterlibatan suami dalam pekerjaan domestik yang dikonstruksi oleh kedua konten ini sejatinya sejalan dengan sunnah Rasulullah SAW. Imam Bukhari meriwayatkan dari Aisyah r.a. bahwa Rasulullah SAW senantiasa membantu pekerjaan keluarganya di dalam rumah. Dalam riwayat tersebut, Aisyah r.a. ditanya tentang apa yang biasa dilakukan Rasulullah SAW di rumah, dan beliau menjawab:

كَانَ يَكُونُ فِي مِهْنَةٍ أَهْلِهِ فَإِذَا حَضَرَتِ الصَّلَاةُ خَرَجَ إِلَى الصَّلَاةِ

Artinya : “Beliau senantiasa membantu pekerjaan keluarganya di rumah, dan apabila waktu salat tiba, beliau keluar untuk melaksanakan salat.” (HR. Bukhari No. 676)⁹⁹

Hadis ini secara tegas menunjukkan bahwa keterlibatan suami dalam urusan domestik bukan sesuatu yang asing dari ajaran Islam, melainkan bagian dari teladan langsung yang diperlihatkan Rasulullah SAW dalam kehidupan sehari-harinya. Prinsip mubādalah yang dikembangkan Faqihuddin Abdul Kodir juga menegaskan hal yang sama: hak dan kewajiban dalam pernikahan bersifat timbal balik, termasuk dalam urusan rumah tangga.¹⁰⁰ Prinsip ini berakar pada semangat QS. Al-Baqarah (2): 228:

وَلَهُنَّ مِثْلُ الَّذِي عَلَيْهِنَ بِالْمَعْرُوفِ

Artinya : “Dan para perempuan mempunyai hak yang seimbang dengan kewajibannya menurut cara yang patut.”¹⁰¹

Namun demikian, sebagian respons audiens yang membingkai keterlibatan suami dalam urusan domestik sebagai sesuatu yang luar biasa dan langka, alih-alih sebagai hal yang wajar dan semestinya justru secara tidak

⁹⁹ Imam Bukhari, Shahih al-Bukhari, Kitab al-Adab, No. 676. Akses: <https://sunnah.com/bukhari:676>

¹⁰⁰ M. Afiqu Adib dan Natacia Mujahidah, “Konsep Mubadalah Faqihuddin Abdul Kodir Dan Formulasinya Dalam Pola Pengasuhan Anak,” *FOKUS Jurnal Kajian Keislaman dan Kemasyarakatan* 6, no. 2 (2021): 171.

¹⁰¹ Al-Qur'an, Al-Baqarah (2): 228, terjemahan Kementerian Agama RI. Akses: <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=228&to=228>

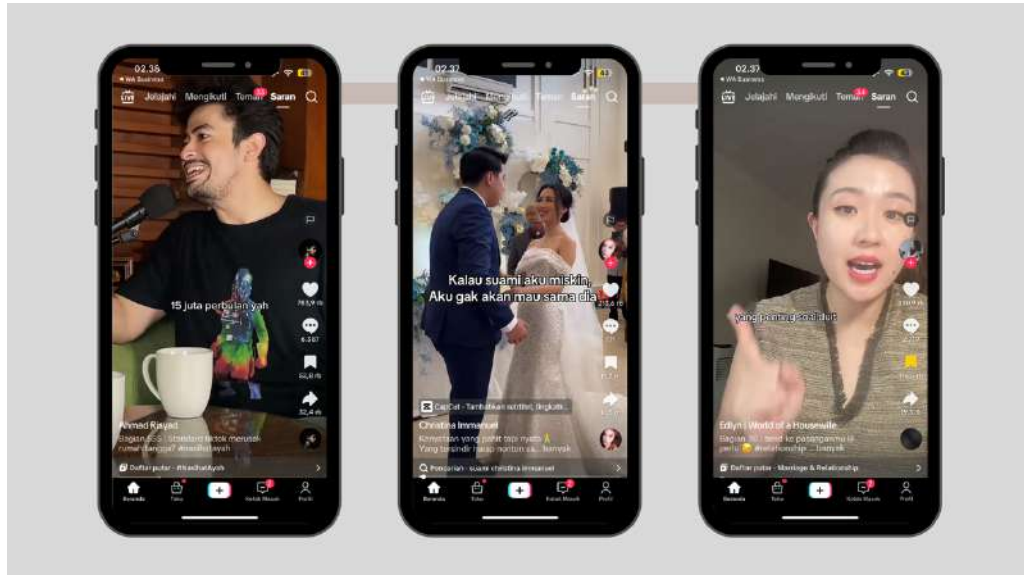
langsung menormalisasi kondisi sebaliknya sebagai standar yang masih bisa diterima. Islam tidak mengukur kebahagiaan rumah tangga dari pembagian tugas yang merata secara mekanis, melainkan dari kualitas relasi yang dibangun atas dasar musyawarah, kesalingan, dan niat tulus untuk meringankan beban pasangan.

2. Standar Finansial

Di antara tiga kategori yang ditemukan dalam penelitian ini, tema standar finansial adalah yang paling ramai diperdebatkan dan memiliki daya viral tertinggi. Hal ini tidak lepas dari konteks yang secara langsung melatarbelakangi penelitian ini, yaitu kasus viral yang diangkat oleh akun @ahmadrisyad pada Januari 2025 seorang suami yang memberikan nafkah tujuh juta rupiah per bulan di luar kebutuhan rumah tangga, namun istrinya menuntut minimal lima belas juta per bulan setelah mengonsumsi konten seorang influencer di TikTok hingga berujung pada keretakan rumah tangga. Kasus ini menjadi bukti konkret bahwa konstruksi standar finansial di TikTok bukan sekadar diskursus digital yang berhenti di layar, melainkan memiliki implikasi nyata dalam kehidupan berumah tangga.

Analisis terhadap konten-konten dalam kategori ini menemukan tiga pola narasi yang berbeda namun saling melengkapi. Pertama, narasi yang menempatkan kemapanan finansial sebagai indikator karakter dan tanggung jawab calon suami. Kedua, narasi reflektif yang mendiskusikan kasus viral

nafkah dari sudut pandang yang lebih kritis. Ketiga, narasi yang mendorong transparansi dan perencanaan keuangan bersama sebelum menikah.



Gambar 4. 5 Thumbnail Konten TikTok Kategori Standar Finansial

Konten @ahmadrisyad dengan 11,3 juta penayangan dan 783,9 ribu likes merupakan konten dengan engagement tertinggi dalam kategori ini. Dalam videonya, kreator mengangkat kasus viral tersebut dalam format deeptalk bersama ayahnya, di mana sang ayah merespons:

“Orang itu komunikasi suami istri itu harus terbuka, orang harus mau menerima kenyataan, jadi kalau istrinya ga mau menerima kenyataan ya suami harus memberikan pengertian kalau mampunya hanya sekian, masa gara-gara itu harus bercerai.”

Yang menarik, kreator sendiri tidak sepenuhnya menyalahkan TikTok: “Sebenarnya tidak semudah itu terpengaruh dengan TikTok, pasti ada bagian kecil dari hatinya yang memang ingin lebih lagi uangnya.”

Pernyataan ini relevan secara akademis karena mengonfirmasi bahwa proses internalisasi standar dari konten digital tidak berlangsung di ruang yang kosong ia selalu berinteraksi dengan nilai dan keinginan yang sudah ada dalam diri individu sebelumnya.



Gambar 4. 6 Komentar Audiens pada Konten @ahmadrisyad

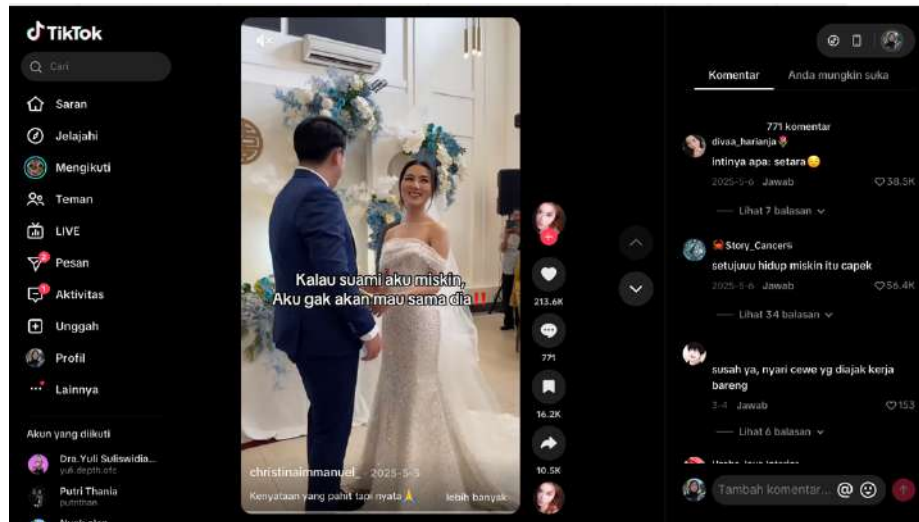
Komentar teratas dengan 50,1 ribu likes berbunyi :

“7jt sebulan, maasyaAllah pdhl itu gede bgt jiiiiir 🤔”, diikuti “7 jt diluar kebutuhan rumah dll?? woowww.. itu udh lebih dari makmur lo..”

dengan 21,6 ribu likes. Dua komentar ini memperlihatkan sesuatu yang penting: mayoritas audiens justru menilai nafkah tujuh juta di luar kebutuhan rumah sebagai angka yang sangat layak. Ini secara tidak langsung merupakan kritik kolektif terhadap standar nafkah yang dikonstruksi oleh konten-konten sebelumnya sebuah bentuk objektivasi tandingan yang terjadi secara organik di kolom komentar.

Pola narasi kedua hadir melalui konten @christinaimmanuel dengan 2,6 juta penayangan dan 213,6 ribu likes, diunggah 5 Mei 2025. Dengan pernyataan pembuka yang provokatif *“kalau suamiku miskin, aku ga akan mau sama dia”* kreator membangun argumen bahwa kemapanan finansial bukan soal mengejar kekayaan, melainkan soal kesetaraan pola pikir dan kemampuan untuk memimpin, menafkahi, dan melindungi keluarga:

“Kekayaan dan kestabilan seorang lelaki sangat penting untuk aku, bukan karena uangnya, tapi karena mindset dan pola pikirnya. Kalau dia aja ga bisa provide buat diri dia sendiri, gimana caranya dia bisa provide untuk satu keluarga.”



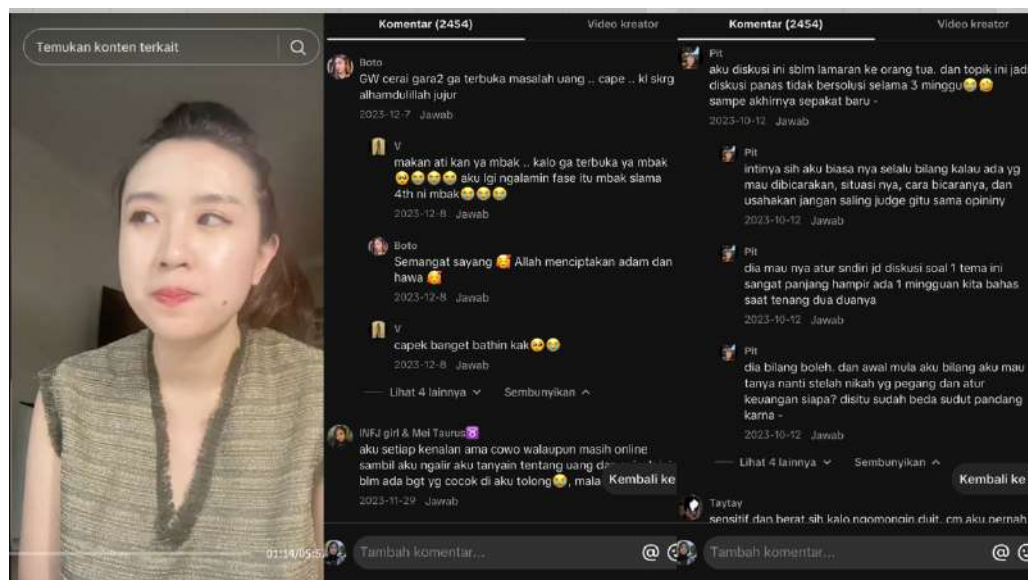
Gambar 4. 7 Komentar Audiens pada Konten @christinaimmanuel

Respons audiens pada konten ini lebih kompleks. Komentar “*setujuuu hidup miskin itu capek*” meraih 56,4 ribu likes, sementara “*intinya apa: setara 😊*” meraih 38,5 ribu likes. Namun muncul pula komentar dari sisi laki-laki: “*berarti kami yang cowok harus nyari yg setara jg kn? 🤔*” yang memperlihatkan bahwa narasi ini tidak diterima secara tunggal, melainkan memantik negosiasi nilai yang aktif dari berbagai sudut pandang.

Konten ketiga dari @edlynsupian hadir dengan pendekatan yang berbeda. Meski hanya memiliki 26,6 ribu pengikut, video ini meraih 3 juta penayangan dengan 116,8 ribu *saves* angka *saves* tertinggi di antara seluruh konten finansial yang diteliti. Tingginya *saves* mengindikasikan bahwa *audiens* tidak hanya menikmati konten ini, tetapi secara aktif menyimpannya sebagai referensi. Kreator tidak membahas angka nominal nafkah, melainkan

mendorong pasangan untuk membicarakan kebiasaan dan perencanaan keuangan sebelum menikah:

“Jangan sampai kamu married sebelum kamu bahas yang penting soal duit... bukan sekedar nominal yang diberikan atau dihasilkan, tapi cara menyimpannya seperti apa, siapa pegang berapa, punya mimpi apa... jangan habis married baru marah, sejak pacaran lah diomongin baik-baik.”



Gambar 4. 8 Komentar Audiens pada Konten @edlynsupian

Respons audiens pada konten ini berbeda secara kualitatif dari dua konten sebelumnya. Komentar yang muncul lebih personal dan reflektif: *“GW cerai gara-gara ga terbuka masalah uang.. cape.. kl skrg alhamdulillah jujur”*, atau *“aku diskusi ini sbkm lamaran ke orang tua dan topik ini jadi diskusi panas tidak bersolusi selama 3 minggu”*. Komentar-komentar

semacam ini menunjukkan bahwa konten @edlynsupian bekerja melalui mekanisme yang berbeda dari dua konten sebelumnya bukan objektivasi standar angka, melainkan validasi pengalaman kolektif yang mendorong audiens untuk berefleksi dan berbagi.

Ketiga pola narasi di atas bersama-sama memperlihatkan bahwa konstruksi standar finansial di TikTok tidak berlangsung melalui satu narasi yang seragam. Namun demikian, dari perspektif hukum keluarga Islam, ketiganya perlu diletakkan dalam kerangka normatif yang tepat. Islam mewajibkan nafkah berdasarkan prinsip proporsionalitas, bukan angka absolut, sebagaimana ditegaskan dalam QS. At-Talaq (65): 7:

لِيُنْفِقَ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ لَا يُكَلِّفُ

اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مِمَّا آتَاهَا

Artinya : *“Hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya, dan orang yang terbatas rezekinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak membebani seseorang*

melainkan sesuai dengan apa yang Allah berikan kepadanya.”¹⁰²

Ayat ini secara tegas menetapkan bahwa ukuran nafkah dalam Islam bukan ditentukan oleh angka tertentu yang berlaku seragam untuk semua orang, melainkan oleh kemampuan nyata masing-masing suami. Imam Syafi'i dalam al-Umm menegaskan hal yang sama: kadar nafkah ditentukan berdasarkan kondisi ekonomi suami, bukan standar tunggal yang berlaku universal.¹⁰³ Dengan demikian, narasi @christinaimmanuel yang mengedepankan kesetaraan mindset dan tanggung jawab sesungguhnya memiliki resonansi dengan prinsip Islam tentang kesiapan menikah, namun narasi yang menetapkan angka nafkah tertentu sebagai standar absolut bertentangan dengan prinsip proporsionalitas yang menjadi inti ketentuan nafkah dalam hukum keluarga Islam.

3. Standar Komunikasi dalam Relasi Suami-Istri

Tema ketiga yang dominan muncul adalah standar komunikasi dalam relasi suami-istri. Berbeda dari dua kategori sebelumnya yang lebih mudah diukur secara konkret, standar komunikasi menyentuh dimensi yang lebih dalam: bagaimana pasangan saling mendengarkan, memahami, dan

¹⁰² Al-Qur'an, At-Talaq (65): 7, terjemahan Kementerian Agama RI. Akses: <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/65?from=7&to=7>

¹⁰³ sri dan Wahida, “KONSEP KELUARGA SAKINAH DALAM KELUARGA KARIR PERSPEKTIF HUKUM ISLAM.”

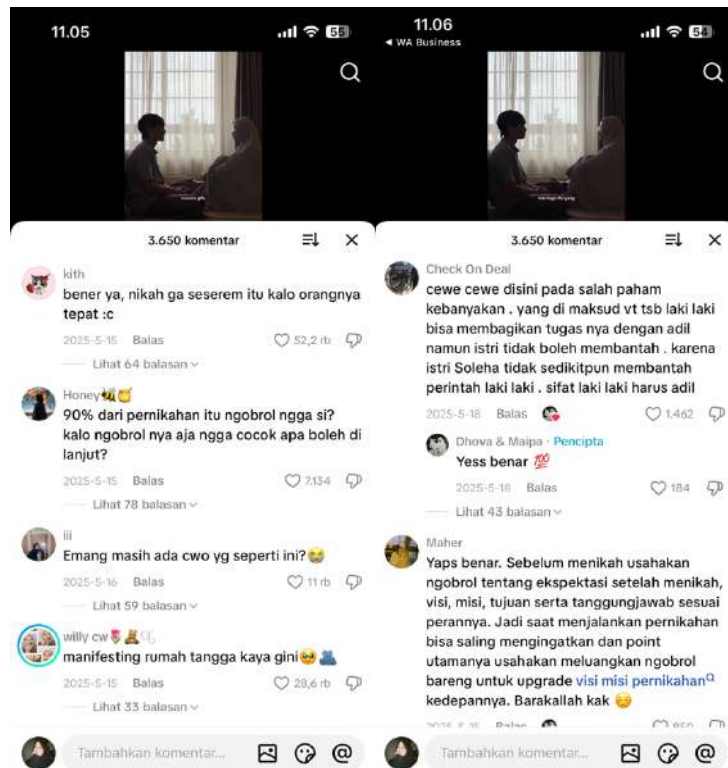
melibatkan satu sama lain dalam keseharian. Konten dalam kategori ini secara konsisten mendapatkan respons yang sangat tinggi karena menawarkan gambaran tentang bagaimana komunikasi yang sehat seharusnya terasa dalam sebuah pernikahan.

Tiga pola narasi yang paling sering muncul dalam kategori ini: pertama, konten yang menampilkan komunikasi sehari-hari pasangan secara natural dan tidak diskenariokan. Kedua, konten yang mendiskusikan ekspektasi dan visi pernikahan sebelum dan sesudah menikah. Ketiga, konten yang menyajikan daftar hal-hal penting yang perlu dibicarakan sebelum menikah sebagai bentuk edukasi pranikah berbasis pengalaman.

Konten pertama berasal dari akun @rumah.ramai (Dhova & Maipa) dengan 624,3 ribu pengikut, diunggah 15 Mei 2025. Video ini meraih 3.650 komentar, 142,7 ribu saves, dan 76,9 ribu shares. Tingginya angka saves tertinggi di antara seluruh konten komunikasi yang diteliti menunjukkan bahwa audiens tidak sekadar menikmati konten ini, tetapi menyimpannya sebagai referensi yang ingin mereka kembalikan. Dengan caption *“ekspektasi yang kita punya sebelum menikah akhirnya jadi hal yang sama-sama kita upayakan dalam pernikahan”*, konten ini menampilkan percakapan pasca-sholat di mana keduanya mendiskusikan ekspektasi dan realitas pernikahan mereka. Suami menyampaikan:

“Di Islam itu aturannya udah paling sempurna, harusnya ketika dijalankan rumah tangga jadi bahagia. Misalkan kaya kemarin ada momen yang aku bersihin kamar mandi pas aku pulang kerja, aku tuh ngerasa males sebenarnya, cuma nggak dho, ini kan tanggung jawab kamu kok, insya Allah pahala, ini bukan tanggung jawab Maipa.”

Narasi ini memperlihatkan sesuatu yang jarang muncul dalam konten pernikahan di TikTok: kejujuran tentang rasa malas yang kemudian diatasi dengan kesadaran tanggung jawab dan spiritualitas. Suami tidak menampilkan dirinya sebagai sosok yang selalu sempurna dan ikhlas, melainkan sosok yang sedang belajar dan berproses. Inilah yang membuat konten ini terasa autentik dan berbeda dari konten-konten yang hanya menampilkan momen terbaik.



Gambar 4. 9 Komentar Audiens pada Konten @rumah.ramai tentang Ekspektasi Pernikahan

Respons audiens memperlihatkan dua pola yang menarik. Komentar teratas dengan 52,2 ribu likes berbunyi “*bener ya, nikah ga seserem itu kalo orangnya tepat :c*” sebuah komentar yang secara tidak langsung mengonfirmasi bahwa standar komunikasi yang ditampilkan dalam konten telah membentuk gambaran tentang seperti apa pernikahan yang tidak menakutkan itu. Komentar lain seperti “*manifesting rumah tangga kaya gini*” dengan 28,6 ribu likes memperlihatkan bagaimana audiens yang belum menikah menjadikan konten ini sebagai referensi untuk apa yang mereka harapkan dari pernikahan mereka kelak. Namun ada pula komentar kritis:

“90% dari pernikahan itu ngobrol ngga si? kalo ngobrolnya aja ngga cocok apa boleh dilanjut?” dengan 7.134 likes yang justru menunjukkan bahwa sebagian audiens tidak sekadar mengidealkan narasi yang ditampilkan, melainkan menggunakannya sebagai bahan refleksi yang lebih dalam.

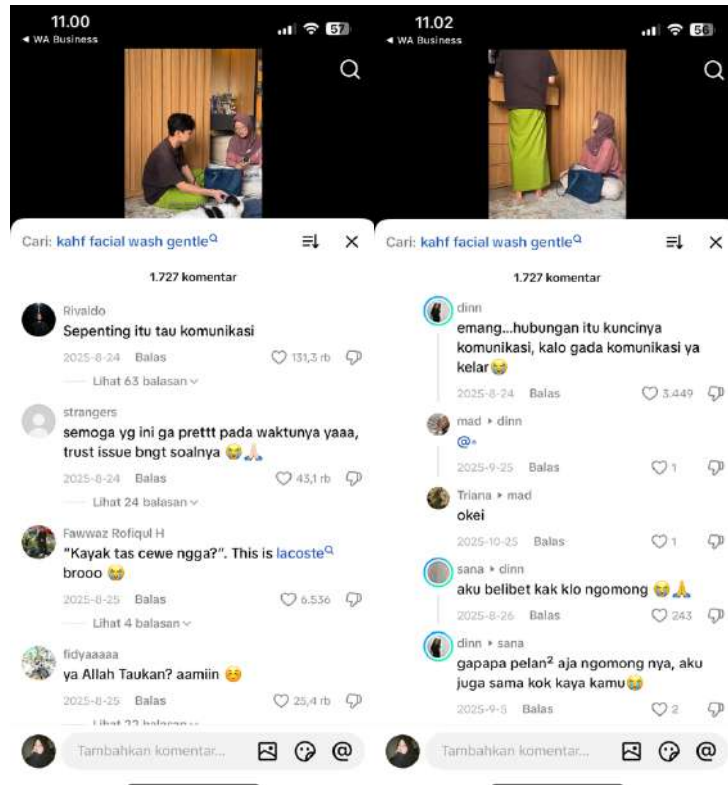
Konten kedua masih dari @rumah.ramai, diunggah dengan engagement yang jauh lebih besar: 11,9 juta penayangan, 643 ribu likes, dan 1.727 komentar. Konten ini sebenarnya adalah konten endorsement produk skincare Kahf, namun justru menjadi viral bukan karena produknya melainkan karena kualitas komunikasi pasangan yang tertangkap kamera secara natural. Adegan packing suami sebelum menginap bersama teman-temannya merekam momen-momen kecil yang mencerminkan kepercayaan, kehangatan, dan humor dalam relasi mereka termasuk ketika istri mempertanyakan izin suami pergi menginap:

“Kamu kenapa ngizinin aku dengan mudah buat nginep sama temen-temen aku?”

“Karena temen-temen kamu nelpon langsung ke aku, dan aku juga kenal kok sama temen-temen kamu.”

Percakapan singkat ini mengonstruksi standar kepercayaan dalam pernikahan secara implisit: tidak ada larangan atau kecurigaan, melainkan keterbukaan yang dibangun atas dasar saling mengenal. Konten endorsement

yang biasanya terasa artifisial justru menjadi kuat karena komunikasi pasangan yang tampak di dalamnya terasa genuinely natural.

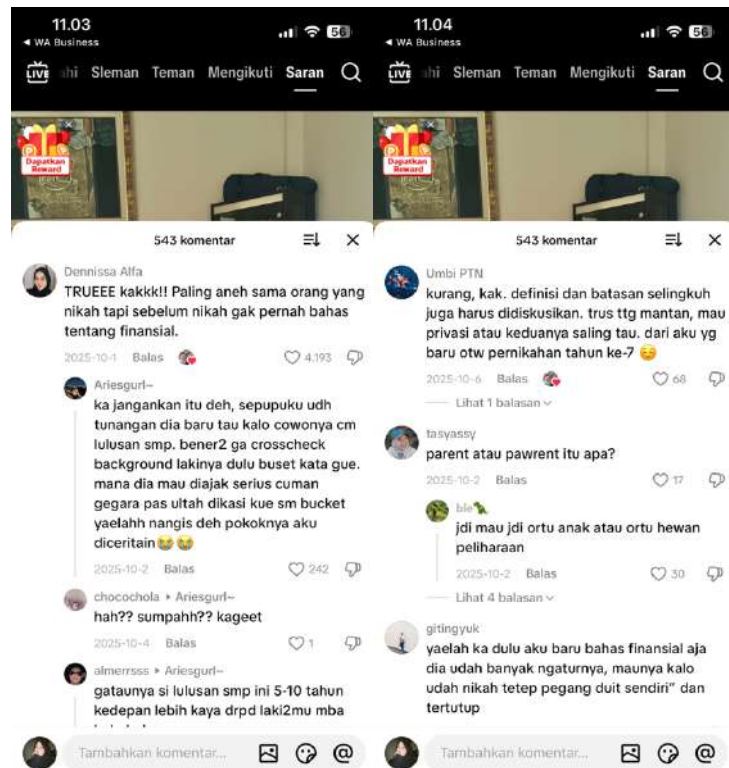


Gambar 4. 10 Komentar Audiens pada Konten @rumah.ramai tentang Komunikasi dan Kepercayaan

Komentar teratas dengan 131,3 ribu likes berbunyi “*Sepenting itu tau komunikasi*” sebuah komentar singkat yang justru menjadi semacam ringkasan kolektif dari apa yang ditangkap audiens dari konten ini. Komentar lain seperti “*ya Allah Taukan? Aamiin*” dengan 25,4 ribu likes dan “*semoga yg ini ga prettt pada waktunya yaaa, trust issue bngt soalnya*” dengan 43,1 ribu likes memperlihatkan dua sisi respons audiens: mereka yang mengaspirasi standar komunikasi yang ditampilkan, dan mereka yang

membawanya ke realitas yang lebih berat tentang kepercayaan dalam hubungan.

Konten ketiga berasal dari akun @shafyrahadian dengan 9.165 pengikut jumlah yang sangat kecil dibandingkan dua kreator sebelumnya. Namun konten berbentuk *slide photo* ini meraih 1,9 juta penayangan, 182,5 ribu *likes*, dan 122,8 ribu *saves*. Angka *saves* yang sangat tinggi dibandingkan jumlah pengikutnya menjadi bukti bahwa konten ini menyebar jauh melampaui basis pengikut sang kreator melalui mekanisme FYP. Konten ini menyajikan daftar pertanyaan penting yang perlu didiskusikan pasangan sebelum menikah, mencakup lima domain: finansial, pembagian kerja rumah tangga, rencana anak dan masa tua, agama dan karir, serta manajemen konflik dan komunikasi. Caption konten menegaskan: “*Nggak pernah berantem soal prinsip karena udah ngobrolin hal-hal ini sebelum nikah.*”



Gambar 4. 11 Konten Slide @shafyrahadian tentang Hal-hal yang Perlu Dibicarakan Sebelum Menikah

Respons audiens pada konten ini berbeda secara kualitatif dari dua konten sebelumnya. Komentar teratas dengan 4.193 likes berbunyi *“TRUEEE kakkk!! Paling aneh sama orang yang nikah tapi sebelum nikah gak pernah bahas tentang finansial”* yang menunjukkan bahwa konten ini berhasil memvalidasi keyakinan yang sudah dimiliki sebagian audiens, bukan sekadar menawarkan perspektif baru. Ada pula komentar yang lebih reflektif: *“as pasutri aku sepakat! cuma 3x ketemu sama suamik tapi cocok untuk menikah karena tiap ketemu langsung bahas hal prinsip. after married gapernah*

berantem karena hal prinsip” sebuah kesaksian dari audiens yang sudah menikah dan mengonfirmasi relevansi konten dari pengalaman nyata mereka.

Yang menarik dari konten @shafyrahadian adalah cara kerjanya yang berbeda dari dua konten @rumah.ramai. Jika @rumah.ramai mengonstruksi standar komunikasi melalui visualisasi momen keseharian yang autentik, @shafyrahadian mengonstruksinya melalui format yang lebih terstruktur dan didaktis daftar pertanyaan yang bisa langsung digunakan. Keduanya viral dengan mekanisme yang berbeda, namun bersama-sama membentuk lanskap narasi standar komunikasi pernikahan yang dikonsumsi oleh jutaan pengguna.

Ketiga konten di atas memperlihatkan bahwa konstruksi standar komunikasi di TikTok bekerja melalui dua jalur sekaligus: jalur emosional melalui visualisasi momen yang autentik dan dapat diidentifikasi oleh audiens, dan jalur rasional melalui panduan terstruktur yang dapat langsung diterapkan. Dari perspektif hukum keluarga Islam, standar komunikasi yang dikonstruksi dalam ketiga konten ini memiliki resonansi yang kuat dengan kewajiban *mu'āsyarah bi al-ma'rūf* sebagaimana ditegaskan dalam QS. An-Nisa (4): 19:

وَعَاشِرُوهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ فَإِنْ كَرِهْتُمُوهُنَّ فَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَيَجْعَلَ اللَّهُ فِيهِ

خَيْرًا كَثِيرًا

Artinya : *“Dan bergaullah dengan mereka secara patut. Apabila kamu tidak menyukai mereka, maka bersabarlah karena boleh jadi kamu tidak menyukai sesuatu, padahal Allah menjadikan kebaikan yang banyak di dalamnya.”*¹⁰⁴

Ayat ini tidak hanya memerintahkan komunikasi yang baik dalam pernikahan, tetapi sekaligus menyertakan dimensi kesabaran sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari *mu'āsyarah bi al-ma'rūf* itu sendiri yang merupakan sebuah dimensi yang justru hampir tidak pernah muncul dalam narasi konten TikTok bertema komunikasi. Hal ini diperkuat oleh teladan Rasulullah SAW yang senantiasa mendengarkan dan melibatkan istri-istrinya dalam kehidupan sehari-hari. Imam Bukhari meriwayatkan:

كَانَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَكُونُ فِي مِهْنَةِ أَهْلِهِ

Artinya : *“Nabi SAW senantiasa berada dalam kesibukan membantu urusan keluarganya.”* (HR. Bukhari No. 6039)¹⁰⁵

Namun seperti yang telah dibahas sebelumnya, aspek kesabaran dan proses bertumbuh bersama yang merupakan inti dari prinsip rahmah dalam Islam hampir tidak pernah hadir dalam narasi konten digital, dan justru

¹⁰⁴ Al-Qur'an, An-Nisa (4): 19, terjemahan Kementerian Agama RI. Akses: <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=19&to=19>

¹⁰⁵ Imam Bukhari, Shahih al-Bukhari, Kitab al-Adab, No. 6039. Akses: <https://sunnah.com/bukhari:6039>

ketidakhadiran inilah yang menjadi titik buta terbesar dari seluruh konstruksi standar komunikasi di TikTok. di TikTok.

B. Implikasi Konsumsi Konten TikTok terhadap Persepsi dan Orientasi Nilai Pengguna

Bagian ini menjawab rumusan masalah kedua dengan menelaah bagaimana konsumsi konten standar pernikahan di TikTok berimplikasi terhadap perubahan persepsi dan orientasi nilai pengguna. Analisis dilakukan terhadap delapan konten kreator yang secara eksplisit merespons narasi standar pernikahan di TikTok dengan kriteria minimal 30 ribu penayangan, serta diperkuat dengan wawancara mendalam terhadap enam informan yang direkrut melalui mekanisme *self-selection* berdasarkan kriteria yang ditetapkan peneliti. Keenam informan terdiri dari lima orang yang belum menikah yaitu tiga laki-laki dan dua perempuan, serta satu perempuan yang telah menikah dengan usia pernikahan kurang dari lima tahun.

Kreator konten dipilih sebagai sumber data utama karena mereka adalah aktor wacana yang teridentifikasi secara publik, memiliki jangkauan yang jauh lebih luas dibandingkan komentar anonim, dan posisi nilainya dapat ditelusuri secara permanen. Dalam kerangka netnografi, mereka termasuk kategori informan kunci daring yang secara aktif membentuk diskursus komunitas digital.¹⁰⁶

¹⁰⁶ Kozinets, *Netnography*.

Berdasarkan analisis terhadap seluruh data, ditemukan tiga pola respons: afirmatif, kritis-reflektif, dan selektif-adaptif.

1. Pihak Afirmatif

Pola afirmatif ditemukan pada kreator yang secara terbuka menerima, memperkuat, dan mempertahankan standar pernikahan yang dikonstruksi melalui konten TikTok. Dua kreator yang mewakili pola ini adalah **@zona_menyala** dan **@jonathanabee**.

Konten **@zona_menyala** diunggah pada 9 Januari 2025 dan meraih 342,3 ribu penayangan dengan caption yang langsung konfrontatif: *“'Standar TikTok' ujar pecundang tak mampu yang memaksakan diri untuk menarik orang ke standar hidup dia yang rendah.”* Dalam narasinya, kreator secara tegas menolak anggapan bahwa standar tinggi perempuan adalah produk TikTok yang tidak realistis:

“Kenapa ya di Indonesia itu kalau perempuan naikin standar dibilangnya standar TikTok? Standar hidup semua orang boleh punya ekspektasi yang tinggi, ga bikin orang mati kok... nggak buru-buru nikah, sabar nunggu orang yang tepat, dan menjadi orang tepat itu sendiri.”

Yang membedakan kreator ini dari kreator afirmatif lainnya adalah kesediaannya merespons komentar-komentar yang menantang posisinya

secara langsung. Ketika ada komentar “*teman gua kayak gini... janda 3x*”, kreator merespons “*pantes banyak orang bilang di TikTok banyak badut*” sebuah respons yang menunjukkan konsistensi posisi nilai sekaligus memperkuat narasi awal melalui interaksi di kolom komentar. Pola semacam ini adalah mekanisme objektivasi yang efektif: standar yang semula merupakan posisi personal kreator semakin terlembagakan sebagai kebenaran kolektif melalui pertarungan argumentatif yang berlangsung secara publik.



Gambar 4. 12 komentar audiens pada konten @zona_menyala

Konten kedua dari @jonathan_abee dengan 3,8 juta pengikut meraih 14,4 juta penayangan tertinggi di antara seluruh konten yang diteliti dalam kategori ini. Format percakapan ringan antara kreator dan pasangannya

berhasil menyampaikan pesan afirmatif tentang kesetaraan standar dengan cara yang jauh lebih mudah dikonsumsi dibandingkan narasi konfrontatif. Ketika kreator bertanya apa yang harus disiapkan perempuan sebelum menikah, pasangannya menjawab:

“Rumah sama kendaraan... menurut aku semua harus setara. Emang istri kerjanya rapiin rumah doang, suami istri harus bisa rapiin rumah.”

Respons audiens sangat signifikan. Komentar teratas dengan 363 ribu likes berbunyi *“betul harus setara bjir”* sebuah validasi kolektif yang sangat besar. Komentar lain dengan 115,8 ribu likes berbunyi *“yaudah nanya nanti lagi kalau udah punya”* yang secara implisit menegaskan bahwa kesiapan finansial dan materi memang merupakan syarat yang tidak bisa dikompromikan sebelum menikah. Kedua komentar ini memperlihatkan bagaimana narasi afirmatif yang disampaikan secara ringan justru menghasilkan internalisasi yang lebih masif karena tidak memunculkan resistensi yang biasanya muncul ketika narasi serupa disampaikan secara konfrontatif.



Gambar 4. 13 komentar audiens pada konten @jonathan_abee

Dari hasil wawancara, pola yang paling mendekati afirmatif ditemukan pada Informan P-1 (perempuan, 25 tahun, belum menikah) yang menyatakan bahwa konten TikTok memengaruhi kriterianya dalam memilih pasangan ke arah karakter dan kemampuan komunikasi. Meski demikian, informan ini tetap mengakui adanya konten yang berlebihan dan tidak realistis, sehingga posisinya lebih tepat disebut afirmatif-selektif.

Penulis: *“Apakah konten tiktok memengaruhi kriteria pasangan idealmu? dalam hal apa?”*

“Iya. Jadi lebih mikir cari yang bisa diajak komunikasi dengan baik, nggak egois, mau kerja sama dalam kehidupan rumah tangga. Jadi lebih ke karakter daripada sekadar mapan atau romantis.”

Temuan ini mengonfirmasi bahwa pola afirmatif murni lebih banyak ditemukan pada level produksi konten oleh kreator, sementara pada level konsumsi individual, audiens cenderung menunjukkan sikap yang lebih bernuansa. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan Berger dan Luckmann bahwa proses internalisasi tidak pernah berlangsung secara pasif individu selalu membawa kerangka referensi yang sudah ada dalam memaknai realitas yang ditawarkan kepadanya.¹⁰⁷

Dari perspektif hukum keluarga Islam, pola afirmatif mengandung nilai yang perlu dievaluasi secara proporsional. Dorongan untuk memiliki standar yang jelas dan menuntut kesetaraan dalam pembagian peran memiliki resonansi dengan prinsip mu'asyarah bi al-ma'ruf dan sunnah Rasulullah SAW. Namun ketika standar dipegang secara kaku dan dipertahankan melalui narasi yang menutup ruang untuk dialog, ia berpotensi bergeser dari panduan menuju penghalang bagi terwujudnya relasi pernikahan yang sakinah.¹⁰⁸

2. Pihak Kritis-Reflektif

¹⁰⁷ Peter L. Berger dan Luckmann, *The Social Construction of Reality*.

¹⁰⁸ <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=19&to=19>

Pola kritis-reflektif adalah pola yang paling banyak ditemukan dalam penelitian ini, diwakili oleh empat kreator: **@ahmadrisyad**, **@kadamsidik00**, **@cresenciatanuwijaya**, dan **@dyahdeam**. Yang menyatukan keempatnya bukan penolakan terhadap nilai yang diangkat dalam konten standar pernikahan, melainkan keberatan terhadap cara standar tersebut dikonstruksi dan diterapkan secara absolut tanpa mempertimbangkan konteks masing-masing individu.

Konten **@ahmadrisyad** dengan 4,2 juta penayangan mengangkat fenomena standar TikTok melalui format *deeptalk* yang sudah dibahas pada Bagian A. Dalam konteks Bagian B, yang relevan adalah bagaimana konten ini direspons audiens. Komentar *“standar TikTok membuat value wanita meningkat, tapi standar TikTok membuat laki-laki semakin insecure”* dan *“udah paling bener jangan mengikuti standar TikTok”* dengan 3.886 likes memperlihatkan bahwa audiens konten ini lebih banyak bersikap kritis terhadap dampak standar TikTok secara keseluruhan konsisten dengan posisi kreator yang reflektif dan tidak menyalahkan satu pihak secara tunggal.



Gambar 4. 14 komentar audiens pada konten @ahmadrisyad

@kadamsidik00 dengan 3,9 juta penayangan menyajikan kritik yang paling analitis di antara keempat kreator kritis-reflektif. Argumen utamanya bahwa audiens memaksakan kelebihan dari banyak orang yang berbeda kepada satu pasangan mendapat konfirmasi kuat dari kolom komentar. Komentar “*percayalah laki-laki atau perempuan sempurna cuman ada di wattpad, novel, drakor*” dengan 9.898 likes dan “*itulah kenapa orang-orang dulu kebanyakan langgeng karena dulu gada TikTok buat insecure*” dengan 2.746 likes menunjukkan bahwa audiens tidak hanya memahami kritik yang disampaikan, tetapi mampu mengartikulasikannya kembali dalam bahasa mereka sendiri.



Gambar 4. 15 komentar audiens pada konten @kadamsidik00

@cresenciatanuwijaya dengan 1,5 juta penayangan menghadirkan perspektif yang paling kontekstual karena datang dari seseorang yang sudah menikah dan memiliki anak. Kontennya mengkritisi suami yang menggunakan label “standar TikTok” sebagai pembenaran untuk menghindari tanggung jawab domestik. Yang menarik, kolom komentar konten ini memperlihatkan eskalasi narasi yang tidak terduga: komentar “*wanita kalau bisa cari duit sendiri + urus rumah + urus anak artinya gak butuh laki-laki*” dengan 6.248 likes justru mendorong narasi jauh melampaui maksud asli kreator. Ini adalah fenomena yang perlu dicatat bahwa konten kritis-reflektif pun tidak imun terhadap proses objektivasi yang menggeser maknanya di

tangan audiens. Di sisi lain, komentar *“ini bukan ngikutin standar TikTok ya, tapi dengan adanya TikTok para perempuan jadi tahu kondisi pernikahan di luar sana dan bisa menyelamatkan nasib perempuan yang ingin nikah muda”* dengan 1.870 likes menunjukkan kelompok audiens yang lebih reflektif dan mampu membedakan antara mengikuti standar dan menggunakan platform sebagai sumber informasi.



Gambar 4. 16 komentar audiens pada konten @cresenciatanuwijaya

@dyahdeam dengan 6,5 juta penayangan menghadirkan dimensi yang paling akademis di antara seluruh konten yang diteliti. Berlatar sarjana psikologi, kreator mengkritisi kebiasaan mengonsumsi kutipan-kutipan ringkas dari FYP sebagai panduan hidup menggunakan data riset American

Psychological Association tahun 2018 tentang kesehatan mental Generasi Z sebagai basis argumentasinya. Respons audiens pada konten ini sangat beragam. Komentar *“emg klo ngikutin standar TikTok gk ada abisnya, coba deh sesekali nonton dr Aisyah Dahlan, akan mengubah cara pandang kita terhadap laki-laki apalagi yang udah jadi suami”* dengan 6.513 likes menunjukkan audiens yang secara aktif mencari sumber nilai alternatif berbasis keagamaan. Komentar *“cinta laki-laki harus lebih besar? NGGAK! CINTA ITU HARUS SETARA!”* dengan 17,8 ribu likes dan *“iya siapa sih yang awalnya bikin ide standar kek begitu”* dengan 38,4 ribu likes memperlihatkan kelompok yang tidak sekadar menolak standar tertentu, tetapi mempertanyakan akar konstruksinya sebuah sikap kritis yang jauh lebih dalam dari sekadar ketidaksetujuan.



Gambar 4. 17 komentar audiens pada konten @dyahdeam

Dari hasil wawancara, pola kritis-reflektif ditemukan pada sebagian informan, yaitu Informan L-1 dan L-3, dari total enam informan yang diwawancarai. Informan L-1 (laki-laki, belum menikah) menyatakan bahwa standar yang dikonstruksi TikTok cenderung tidak seimbang karena hanya menuntut perubahan dari satu pihak:

Kutipan wawancara Informan L-1 :

“Banyak konten yang menuntut laki-laki untuk mapan, dewasa, peka, sabar, dan selalu bisa memahami pasangan. Sebenarnya hal itu bagus, tapi kalau hanya laki-laki yang dituntut berubah, menurut

saya jadi kurang seimbang. Dalam hubungan, perempuan juga punya tanggung jawab yang sama untuk komunikasi, menghargai pasangan, dan mengelola konflik. Jadi standar pernikahan seharusnya dua arah.”

Informan L-3 yang memiliki latar belakang psikologi menambahkan dimensi yang lebih tajam, bahwa menurunnya minat menikah di kalangan generasi muda tidak lepas dari tekanan standar yang dikonstruksi secara digital:

Kutipan wawancara terhadap Informan L-3 dengan pertanyaan :

“Menurut kamu apa dampak konten-konten standar pernikahan ini ke generasi muda secara umum? ”, Informan L-3 menjawab “makin turun angka pernikahan karna banyak orang takut buat nikah, cuma karna takut berjuang bareng dan takut kalo nanti miskin. aku gak menyalahkan itu, but THINK ya kalo kalian udh mau nikah ya harus secure dulu dong dari segi apapun. buat yang laki” aku saranin buat usaha buat diri sendiri dulu, kalo udh siap jadi suami baru boleh. dan untuk perempuan jaga diri kalian, dunia makin aneh jangan terlalu mudah termakan omongan orang”.

Dari perspektif hukum keluarga Islam, pola kritis-reflektif adalah yang paling selaras dengan perintah tabayun dalam QS. Al-Hujurat (49): 6,

yakni kewajiban melakukan klarifikasi dan verifikasi sebelum menerima informasi sebagai kebenaran.¹⁰⁹ Kritik terhadap bias narasi yang tidak resiprokal juga selaras dengan prinsip *mubadalah* yang menegaskan bahwa standar dalam pernikahan harus berlaku secara timbal balik antara suami dan istri.¹¹⁰

3. Pihak Selektif-Adaptif

Pola selektif-adaptif diwakili oleh dua kreator: **@ofa.mustofha** dan **@agilnofian**. Kreator dalam kelompok ini tidak menolak keseluruhan narasi standar pernikahan di TikTok, namun menekankan pentingnya menyesuaikan standar dengan konteks dan kondisi nyata masing-masing individu dan pasangan.

Konten **@ofa.mustofha** dengan 36,2 ribu penayangan hadir dengan engagement yang paling kecil di antara seluruh konten yang diteliti, namun memperlihatkan pola komentar yang konsisten. Kreator menegaskan bahwa standar orang lain tidak bisa dijadikan dasar dalam berumah tangga karena setiap rumah tangga memiliki dinamikanya sendiri. Komentar-komentar yang muncul seperti “*sulit buat istri jaman sekarang, tolak ukurnya slalu standar TikTok*”, “*bermazhab TikTok*”, dan “*iman standar TikTok*” memperlihatkan

¹⁰⁹ <https://quran.nu.or.id/al-hujurat/6>

¹¹⁰ Faqihuddin Abdul Kodir, *Qira'ah Mubadalah: Tafsir Progresif untuk Keadilan Gender dalam Islam* (Yogyakarta: IRCiSoD, 2019).

audiens yang menyikapi fenomena standar TikTok dengan nada ironis. Penggunaan istilah religius seperti “bermazhab” dan “iman” dalam konteks TikTok bukan sekadar humor ia adalah ekspresi dari sistem nilai yang sudah mapan dan menjadikan standar digital sebagai sesuatu yang terasa asing dari kerangka hidup mereka.



Gambar 4. 18 komentar audiens pada konten @ofa.mustofha

@agilnofian dengan 800,2 ribu pengikut dan 23,4 juta penayangan menjadikannya konten dengan penayangan tertinggi di antara seluruh konten yang diteliti dalam Bagian B menggunakan format satire untuk menyampaikan kritik yang paling bernuansa. Konten ini menampilkan dua sisi sekaligus tanpa menghakimi salah satunya secara mutlak: istri yang terlalu

tenggelam dalam konten media sosial hingga mengabaikan tanggung jawab nyata, dan suami yang tetap membantu sambil mengingatkan bahwa tidak semua yang ada di TikTok dapat diterapkan dalam kehidupan nyata. Komentar *“sumpah standar TikTok beneran bikin murka asli”* dengan 53,2 ribu likes mewakili satu kubu. Namun komentar *“bojoku ora patriarki tapi aku yo risih dewe nek omah mawut mawut”* dengan 15 ribu likes dan *“suami yang cari duit, aku yang bersih-bersih, masak, nyuci. yang penting kebutuhan gak kurang-kurang. apakah itu normal?”* dengan 2.514 likes menunjukkan kelompok yang secara aktif mengadaptasi standar berdasarkan kondisi rumah tangga mereka sendiri tidak mengikuti standar TikTok secara kaku, namun juga tidak menolaknya secara total.



Gambar 4. 19 komentar audiens pada konten @agilnofian

Dari hasil wawancara, pola selektif-adaptif ditemukan pada sebagian besar informan, yaitu Informan L-2, P-2, dan P-3, dari total enam informan yang diwawancarai. Informan L-2 (laki-laki, belum menikah) menyatakan bahwa ia tidak menerima konten TikTok secara langsung melainkan selalu mencari sumber lain untuk verifikasi:

“Sebenarnya itu eh kembali lagi ke diri masing-masing ya. Kalau saya sih setelah nonton konten sebenarnya ada dapat insight juga, tapi tidak langsung ditelan mentah-mentah tapi dicari lagi sumber-sumber yang relevan seperti nyari di website atau diartikel gitu. Jadi tidak langsung ditelan mentah-mentah isi konten tersebut.”

Informan yang sudah menikah (perempuan, usia pernikahan kurang dari lima tahun) memberikan perspektif yang paling konkret karena terverifikasi oleh pengalaman langsung:

“nggak sih, aku dan suami punya standar sendiri, kita nggak pernah mau jadikan konten-konten tiktok sebagai standar rumah tangga kita. karena rumah tangga yg sedang kita bangun ya rumah milik kita, dan yg nentuin segalanya kita. mungkin konten tiktok cukup kita jadikan motivasi atau referensi aja.”

Dari perspektif hukum keluarga Islam, pola selektif-adaptif memiliki resonansi yang kuat dengan prinsip al-hikmah atau kebijaksanaan dalam menerima pengetahuan, serta dengan kaidah fiqh *“al-muhafadhah 'ala al-qadim al-shalih wa al-akhdzu bi al-jadid al-ashlah”* menjaga tradisi yang baik dan mengambil hal baru yang lebih baik.¹¹¹ Pola ini juga mencerminkan kematangan dalam memahami prinsip *maslahah*, di mana setiap standar yang diadopsi dalam pernikahan seharusnya dievaluasi berdasarkan apakah ia membawa kemaslahatan nyata bagi pasangan, bukan berdasarkan seberapa viral narasi tersebut di ruang digital.¹¹²

C. Sintesis Pembahasan

¹¹¹ Wahbah al-Zuhayli, *Ushul al-Fiqh al-Islami*, Juz II (Damaskus: Dar al-Fikr, 1986), hlm. 1017-1025.

¹¹² Jasser Auda, *Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach* (London: IIIT, 2008). Akses: <https://iiit.org/publications>

Berdasarkan seluruh analisis di atas, ada tiga simpulan yang dapat dirumuskan. Pertama, konsumsi konten standar pernikahan di TikTok tidak menghasilkan dampak yang seragam. Keberagaman tiga pola respons yang ditemukan membuktikan bahwa audiens bukan entitas pasif yang menerima begitu saja konstruksi sosial dari platform digital. Temuan ini selaras dengan prinsip teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann yang menegaskan bahwa internalisasi selalu dimediasi oleh kerangka referensi yang sudah dimiliki individu sebelumnya.¹¹³

Kedua, pola afirmatif murni lebih banyak ditemukan pada level produksi konten oleh kreator, sementara pada level konsumsi individual, mayoritas informan menunjukkan kecenderungan kritis-reflektif atau selektif-adaptif. Ini menunjukkan bahwa meski narasi afirmatif mendominasi ruang digital TikTok secara kuantitatif terbukti dari tingginya engagement konten-konten afirmatif ia tidak serta-merta menghasilkan internalisasi yang total pada level individu.

Ketiga, temuan paling signifikan dari penelitian ini adalah fenomena eskalasi narasi yang ditemukan pada kolom komentar konten **@cresenciatanuwijaya** di mana konten kritis-reflektif justru memunculkan respons yang lebih ekstrem dari yang dimaksud kreatornya. Fenomena ini memperlihatkan bahwa proses objektivasi di ruang digital tidak selalu bergerak

¹¹³ Peter L. Berger dan Luckmann, *The Social Construction of Reality*.

sesuai arah yang dikehendaki produsen konten, melainkan dapat mengambil jalurnya sendiri melalui interaksi kolektif audiens. Dari perspektif sosiologi hukum keluarga Islam, temuan ini menegaskan bahwa yang paling mendesak bukan sekadar mengkritisi standar mana yang benar atau salah, melainkan membangun kapasitas literasi digital berbasis nilai Islam di kalangan generasi muda kemampuan mengevaluasi standar yang beredar di media sosial melalui kerangka maqashid al-syariah yang menekankan kemaslahatan, kontekstualitas, dan prinsip kesalingan sebagai fondasi pernikahan yang sakinah, mawaddah, dan rahmah.

D. Makna dan Kontribusi terhadap Konsep Keluarga Samawa

Penerapan perspektif sosiologi hukum keluarga Islam dalam penelitian ini tidak sekadar berfungsi sebagai alat ukur normatif untuk menilai selaras-tidaknya standar TikTok dengan ajaran Islam, melainkan juga memberikan kontribusi pada tiga tingkatan pemahaman terhadap konsep keluarga samawa itu sendiri.

Pertama, secara epistemologis, penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip sakinah, mawaddah, dan rahmah dapat dioperasionalkan untuk membaca fenomena sosial yang sepenuhnya baru sekalipun tidak pernah dibayangkan oleh tradisi fikih klasik, yaitu konstruksi standar rumah tangga melalui algoritma media sosial. Dengan demikian, SMR terbukti bukan sekadar konsep normatif yang statis (das sollen), melainkan kerangka analitis yang lentur dan mampu menjembatani

jarak dengan realitas sosial yang terus berubah (*das sein*) sebagaimana ditegaskan dalam pendekatan sosiologi hukum Islam.

Kedua, secara substantif, tiga tema standar yang ditemukan penelitian ini yaitu standar pekerjaan domestik, standar finansial, dan standar komunikasi pada dasarnya adalah indikator operasional dari prinsip *sakinah mawaddah dan rahmah* di ruang digital. Penelitian ini menawarkan pemetaan konkret antara narasi kontemporer di media sosial dan prinsip fikih klasik: standar finansial yang kaku bertentangan dengan prinsip nafkah sesuai kadar kemampuan (*wasat*, QS. *At-Talāq*: 7); standar pekerjaan domestik yang resiprokal sejalan dengan prinsip *mubādalah*; sementara standar komunikasi yang menuntut keterbukaan emosional selaras dengan teladan Rasulullah SAW dalam berumah tangga. Pemetaan ini memberi kontribusi berupa “jembatan konversi” yang memungkinkan nilai-nilai SMR diterjemahkan ke dalam bahasa dan konteks generasi digital, tanpa kehilangan akar normatifnya.

Ketiga, dan yang paling penting, penelitian ini memperluas pemahaman tentang ancaman terhadap keluarga samawa di era digital. Temuan menunjukkan bahwa distorsi terhadap keluarga samawa tidak selalu datang dari nilai yang bertentangan dengan Islam, melainkan sering kali dari nilai yang sebenarnya sejalan dengan Islam seperti romantisme, kesetaraan, dan komunikasi terbuka, namun disampaikan secara terputus dari konteks dan tanpa kedalaman spiritual, sehingga berubah menjadi standar material yang kaku dan menekan. Dengan

demikian, kontribusi teoretis penelitian ini terhadap konsep keluarga samawa adalah menegaskan bahwa mewujudkan keluarga sakinah, mawaddah, dan rahmah di era digital menuntut lebih dari sekadar kepatuhan normatif; ia menuntut kapasitas literasi digital yang kritis, agar nilai-nilai yang secara substansi islami tidak justru terdistorsi menjadi beban material ketika dilepaskan dari kerangka spiritualnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik dua kesimpulan yang menjawab rumusan masalah penelitian ini:

1. Konten TikTok mengonstruksi standar pernikahan ideal melalui tiga kategori narasi yang dominan: standar pekerjaan domestik, standar finansial, dan standar komunikasi. Ketiga kategori ini dikonstruksi melalui mekanisme eksternalisasi oleh kreator konten, diobjektivasi melalui viralitas dan algoritma FYP, dan berpotensi terinternalisasi oleh audiens yang terpapar secara berulang. Evaluasi dari perspektif hukum keluarga Islam menunjukkan bahwa ketiga kategori standar tersebut bersifat ambivalen: sebagian narasinya sejalan dengan prinsip *mu'asyarah bi al-ma'ruf*, sunnah Rasulullah SAW, dan prinsip *mubadalah* dalam Islam, namun sebagian lainnya cenderung menyederhanakan persoalan yang kompleks, menetapkan standar yang bersifat absolut, dan berpotensi menggeser orientasi pernikahan dari tujuan spiritualnya mewujudkan sakinah, mawaddah, dan rahmah menuju kalkulasi material yang transaksional.
2. Konsumsi konten standar pernikahan di TikTok menghasilkan tiga pola respons di kalangan pengguna. Pola afirmatif ditemukan terutama pada kreator konten

yang secara vokal memperkuat dan mempertahankan standar yang dikonstruksi. Pola kritis-reflektif ditemukan pada kreator maupun informan yang menerima nilai yang diangkat namun mempertanyakan cara konstruksi dan penerapannya yang terlalu absolut. Pola selektif-adaptif ditemukan pada kreator dan informan yang menyaring standar secara kontekstual berdasarkan kondisi nyata masing-masing. Temuan penting dari penelitian ini adalah bahwa pola afirmatif murni lebih banyak ditemukan pada level produksi konten, sementara pada level konsumsi individual, mayoritas informan justru menunjukkan kecenderungan kritis-reflektif dan selektif-adaptif. Hal ini menunjukkan bahwa audiens bukan entitas pasif yang menerima begitu saja konstruksi sosial dari platform digital, melainkan aktor yang aktif bernegosiasi dengan narasi tersebut berdasarkan kerangka nilai yang mereka miliki.

Selain menjawab kedua rumusan masalah di atas, penelitian ini juga menghasilkan kontribusi teoretis terhadap konsep keluarga samawa: bahwa prinsip *sakinah*, *mawaddah*, dan *rahmah* bukan sekadar konsep normatif yang statis, melainkan kerangka analitis yang dapat terus direinterpretasi untuk membaca dan mengevaluasi fenomena sosial baru, termasuk konstruksi digital tentang standar rumah tangga. Penelitian ini juga menegaskan bahwa ancaman terhadap keluarga samawa di era digital kerap muncul dari distorsi nilai yang secara substansi sejalan dengan Islam, bukan dari nilai yang bertentangan dengannya.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, peneliti merumuskan beberapa saran yang ditujukan kepada pihak-pihak yang relevan.

1. Bagi Pengguna Media Sosial, Khususnya Generasi Muda

Konsumsi konten bertema pernikahan di media sosial sebaiknya disertai dengan sikap kritis yang memadai. Standar yang tampak meyakinkan di ruang digital tidak selalu mencerminkan realitas pernikahan yang sesungguhnya karena konten yang viral adalah konten yang telah melalui proses kurasi dan hanya menampilkan aspek-aspek terbaik dari sebuah hubungan. Generasi muda Muslim khususnya perlu menjadikan nilai-nilai hukum keluarga Islam terutama prinsip proporsionalitas nafkah, *mu'asyarah bi al-ma'ruf*, dan *mubadalah* sebagai kerangka utama dalam mengevaluasi standar yang beredar di media sosial, bukan sebaliknya.

2. Bagi Kreator Konten

Kreator konten bertema pernikahan perlu menyadari tanggung jawab yang melekat pada jangkauan konten mereka. Format video pendek secara struktural mendorong penyederhanaan yang berpotensi menimbulkan kesan bahwa pernikahan adalah sesuatu yang dapat distandarisasi. Kreator yang memiliki jangkauan luas sebaiknya menyertakan konteks, nuansa, dan pengakuan terhadap keberagaman kondisi audiens dalam setiap narasi yang mereka sampaikan, agar konten tidak menjadi sumber ekspektasi yang tidak realistis bagi jutaan pengguna yang mengonsumsinya.

3. Bagi Lembaga Pendidikan dan Keagamaan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa informan dengan pemahaman agama dan sistem nilai yang lebih kuat cenderung lebih kritis dan selektif dalam mengonsumsi konten standar pernikahan di media sosial. Hal ini menegaskan pentingnya penguatan pendidikan pranikah berbasis nilai Islam yang tidak hanya membahas fiqh munakahat secara normatif, tetapi juga membekali generasi muda dengan kemampuan untuk mengevaluasi pengaruh media digital terhadap orientasi nilai mereka tentang pernikahan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal jumlah informan wawancara dan cakupan konten yang diteliti. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian dengan melibatkan lebih banyak informan dari latar belakang sosial-ekonomi yang lebih beragam, menggunakan analisis sentimen berbasis kecerdasan buatan untuk data komentar yang lebih besar, atau mengkaji platform media sosial lain seperti Instagram dan YouTube untuk perbandingan yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, Abraham. "How Sociology Perspective Influence Law with a Social Contexts? A Book Review 'Pokok-Pokok Sosiologi Hukum', Prof Dr Soerjono Soekanto SH MA, Rajawali Pers, 269 Pages, ISBN 979-421-131-1." *Indonesian Journal of Advocacy and Legal Services* 3, no. 2 (2021): 251–56.
- Adib, M. Afiquil, dan Natacia Mujahidah. "Konsep Mubadalah Faqihuddin Abdul Kodir Dan Formulasinya Dalam Pola Pengasuhan Anak." *FOKUS Jurnal Kajian Keislaman dan Kemasyarakatan* 6, no. 2 (2021): 171.
- Almadison, Almadison, Rizki Anla Pater, Hidayatullah Ismail, dan Ilyas Husti. "IMPLEMENTASI KONSEP MAWADDAAH WA RAHMAH DALAM KELUARGA ISLAM MODERN." *ANDREW Law Journal* 4, no. 1 (2025): 118–30.
- Badilag, Admin. "Fenomena Walkaway Wife Syndrome Sebagai Penyebab Perceraian Yang Tidak Disadari | Oleh : Aulia Rochmani Lazuardi, S.H. (31/12)." Direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama MA RI, 31 Desember 2025.
- Baudrillard, Jean. *Simulacra and Simulation*. University of Michigan Press, 1994.
- Berger, Peter L, dan Thomas Luckmann. *The Social Construction of Reality*. t.t.
- Berger, Peter L., dan Thomas Luckmann. *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Knopf Doubleday Publishing Group, 1967.
- Birt, Linda, Suzanne Scott, Debbie Cavers, Christine Campbell, dan Fiona Walter. "Member Checking: A Tool to Enhance Trustworthiness or Merely a Nod to Validation?" *Qualitative Health Research* 26, no. 13 (2016): 1802–11.
- Carcary, Marian. *The Research Audit Trial -- Enhancing Trustworthiness in Qualitative Inquiry*. 7, no. 1 (2009).
- Chaliza, Olifa, dan Witia Oktaviani. "KRITERIA MEMILIH PASANGAN IDEAL DI ERA DIGITAL: PERSPEKTIF GEN Z." *USRAH: Jurnal Hukum Keluarga Islam* 6, no. 4 (2025): 495–508.
- databoks.katadata.co.id. "Banyak Suami-Istri Cerai karena Pertengkaran pada 2024 | Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia | Databoks." Diakses 27 Februari 2026.

DataReportal – Global Digital Insights. “Digital 2025: Indonesia.” 25 Februari 2025.

———. “Digital 2025: Indonesia.” 25 Februari 2025.

———. “Digital 2025: Top Social Platforms in 2025.” 5 Februari 2025.

———. “TikTok Users, Stats, Data, Trends, and More.” Diakses 27 Februari 2026.

Demartoto, Argyo. *TEORI KONSTRUKSI SOSIAL DARI PETER L. BERGER DAN THOMAS LUCKMAN – Dr. Argyo Demartoto, M.Si. t.t.* Diakses 27 Februari 2026.

Dharma, Ferry Adhi. “Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger Tentang Kenyataan Sosial.” *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2018): 1–9.

Firmansyah, Firmansyah, Tarmizi Tarmizi, dan Anisa Parasetiani. “AKTUALISASI KONSEP SAKINAH MAWADAH WARAHMAH PADA KELUARGA MUSLIM DI KOTA METRO.” *Syakhshiyah Jurnal Hukum Keluarga Islam* 2, no. 1 (2022): 90–106.

Fu’ad, Asep, Encup Supriatna, dan Irfan Fahmi. “Konsep Keluarga Sakinah, Mawaddah, Warahmah Dalam Tinjauan Psikologi.” *Mahkamah : Jurnal Riset Ilmu Hukum* 2, no. 4 (2025): 169–81.

Gerbner, George, dan Larry Gross. “Living with Television: The Violence Profile.” *Journal of Communication* 26, no. 2 (1976): 172–99.

Hakim, Ahmad Abdul, Hari Widiyanto, dan Najih Abqori. “Fenomena Tiktok Dalam Mempengaruhi Ekspektasi Pernikahan.” *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah* 4, no. 2 (2025): 3101–7.

Hasibuan, Linda Sari. “Survei Terbaru Ungkap Angka Pernikahan di Indonesia Terus Menurun.” CNBC Indonesia. Diakses 27 Februari 2026.

<https://dki.kemenag.go.id>. “Angka Pernikahan di Indonesia Turun Drastis, Kemenag Imbau Generasi Muda.” Diakses 27 Februari 2026.

Ibrahim, Malik. “Pembentukan Keluarga Sakinah Dan Problematikanya Pada Keluarga Muslim Di Kota Banjarmasin Dalam Perspektif Sosiologi Hukum Islam.” *Jurnal Hukum Caraka Justitia* 2, no. 1 (2022): 23–41.

- “Karakteristik Keluarga Sakinah, Mawaddah, Wa Rahmah dalam Perspektif Hadits: Analisis Hadits-Hadits Kitabun Nikah dalam Kitab Shahih Al-Bukhari | Al-Usariyah: Jurnal Hukum Keluarga Islam.” Diakses 27 Februari 2026.
- Khalili, Barge Gul, Rahima Qargha, dan Tamanna Quraishi. “The Influence of Social Media Networks on Families Dynamics: Opportunities and Challenges.” *APLIKATIF: Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities* 3, no. 1 (2024): 1–11.
- Kozinets, Robert V. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. SAGE Publications, 2010.
- Krippendorff, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications, 2018.
- Krismono, dan Dwi Oktaviani. “ANALYSIS OF THE MARRIAGE IS SCARY PHENOMENON AMONG GENERATION Z:” *Sahaja: Journal Sharia and Humanities* 4, no. 1 (2025): 422–39.
- Kussanti, Devy Putri. “Konstruksi Sosial Media Pada Makna Realitas TikTok di Masyarakat.” *Jurnal Public Relations (J-PR)*, t.t.
- . “Konstruksi Sosial Media Pada Makna Realitas TikTok di Masyarakat.” *Jurnal Public Relations (J-PR)* 3, no. 2 (2023): 119–22.
- Lestari, Dewi, Hani Hafizah Putri Santoso, Pipit Darmayanti, Dawamil Ikrom, dan Asrizal Saiin. “Pendekatan Sosiologi Hukum Islam Sebagai Upaya Menjaga Keharmonisan Keluarga Sakinah.” *Mabahits : Jurnal Hukum Keluarga Islam* 5, no. 02 (2024): 21–35.
- Mahfudz, Lauhul, dan Erina Rizki Amaliyah. *KONSEPSI KELUARGA SAKINAH MENURUT HUKUM ISLAM*. 3, no. 02 (2020).
- Mudzhar, M. Atho. *Pendekatan Studi Islam dalam Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Nisa, Khoirun. *FENOMENA “MARRIAGE IS SCARY” BAGI GEN Z DALAM KONTEN DILAN JANIAR DI TIKTOK*. t.t.
- Pamungkas, Yudha Catur, Agoes Moh. Moefad, dan Ryan Purnomo. “Konstruksi Realitas Sosial di Indonesia dalam Peran Media dan Identitas Budaya di Era Globalisasi.” *Metta : Jurnal Ilmu Multidisiplin* 4, no. 4 (2024): 28–36.

- “Pengaruh perbandingan sosial dan kualitas pernikahan terhadap kesejahteraan psikologis ibu generasi milenial pengikut konten momfluencer Tiktok - Walisongo Repository.” Diakses 27 Februari 2026.
- Prastiti, Jamalia Putri. “Persepsi Generasi Z Terhadap Fenomena Marriage is Scary pada Platform TikTok di Kecamatan Rungkut.” Skripsi (Undergraduate Thesis), Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2025.
- . “Persepsi Generasi Z Terhadap Fenomena Marriage is Scary pada Platform TikTok di Kecamatan Rungkut.” Skripsi (Undergraduate Thesis). Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2025.
- “Qualitative Research & Evaluation Methods | SAGE Publications Ltd.” Diakses 27 Februari 2026.
- Rahmawati, Dina. “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, no. 1 (2025): 82–94.
- Salmons, Janet. *Doing Qualitative Research Online*. 2nd edition. Los Angeles London New Delhi Singapore Washington DC Melbourne: Sage, 2022.
- Saunders, Benjamin, Julius Sim, Tom Kingstone, dkk. “Saturation in Qualitative Research: Exploring Its Conceptualization and Operationalization.” *Quality & Quantity* 52, no. 4 (2018): 1893–907.
- Sipahutar, Eppagelia Mesyakh, Desy Safitri, dan Sujarwo Sujarwo. “PERSPEKTIF GEN Z TERHADAP STANDAR PASANGAN IDEAL DI TIKTOK.” *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara* 2, no. 3 (2025): 1734–40.
- Sledzieski, Nana, Tiffany D. Gallicano, Samira Shaikh, dan Sara Levens. “Optimizing Recruitment for Qualitative Research: A Comparison of Social Media, Emails, and Offline Methods.” *International Journal of Qualitative Methods* 22 (Oktober 2023): 16094069231162539.
- sri, dan Hasanatul Wahida. “KONSEP KELUARGA SAKINAH DALAM KELUARGA KARIR PERSFEKTIF HUKUM ISLAM : Hasanatul Wahida, Sri Wahyuni,Hengki Januardi.” *JURNAL CERDAS HUKUM* 3, no. 2 (2025): 285–98.

Sugitanata, Arif, Faradila Hasan, dan Siti Aminah. "Efek Cermin Digital: Fenomena Di Media Sosial Yang Mempengaruhi Konstruksi Diri Perempuan." *Fatayat Journal of Gender and Children Studies* 2, no. 1 (2024): 9–23.

Suryadi, Suryadi. "Konsep Keluarga Sakinah Dalam Perspektif Fiqh Munakahat." *Abdurrauf Law and Sharia* 1, no. 1 (2024): 79–102.

Thompson, Amy. "Digital 2025 July Global Statshot Report." *We Are Social Indonesia*, 23 Juli 2025.

Thorik, Achmad, dan Fauzi Rahmat Pamula. "KELUARGA SAKINAH DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI HUKUM ISLAM." *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyah (JAS)* 7, no. 1 (2025): 68–85.

Thorik, Achmad, Fauzi Rahmat Pamula, dan Universitas Islam Syekh-Yusuf. *THE SAKINAH FAMILY FROM THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC LEGAL SOCIOLOGY*. 7 (2025).

Tirta, Kania Dewi, dan Sinta Nur Arifin. "Studi Fenomenologi : Marriage is Scary pada Generasi Z." *TERAPUTIK: Jurnal Bimbingan dan Konseling* 8, no. 3 (2025): 12–20.

Wulandari, Amelia. "Telaah 'Marriage Is Scary' di Media Sosial Perspektif Hukum Keluarga Islam." Tesis (S2 / Master Thesis), Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2025.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. Data Konten TikTok yang diteliti

No	Username	Pengikut	Link video	View	Kategori
1	@nyok_elen	1,1jt	https://vt.tiktok.com/ZSusLK4kJ/ https://vt.tiktok.com/ZSQUudUjb/	4,1jt 1,8jt	Domestic Finansial
2	@yuli.depth.ofc	474,2rb	https://vt.tiktok.com/ZSusF5LkX/	2,7jt	Domestic
3	@fsandrad	161rb	https://vt.tiktok.com/ZSusFsPXy/	2jt	Domestic
4	@rumahramai	270rb	https://vt.tiktok.com/ZSxkfpJxB/ https://vt.tiktok.com/ZSxkfn9qT/	7,4jt 5,1jt	Domestic Domestic

			https://vt.tiktok.com/ZSxkfENLa/ https://vt.tiktok.com/ZSxkfKEym/ https://vt.tiktok.com/ZSxkfmRLd/ https://vt.tiktok.com/ZSxkfG4jr/ https://vt.tiktok.com/ZSxkfbnge/ https://vt.tiktok.com/ZSxAeCkga/	5,4jt 859,3rb 11,9jt 2,1jt 2,6jt 4,5jt	Domestic Finansial Komunikasi Komunikasi Komunikasi Komunikasi
5	@christinaimma nuel	916,4rb	https://vt.tiktok.com/ZSusF9o9d/	2,6jt	Finansial
6	@edlynsupian	26,6rb	https://vt.tiktok.com/ZSusFxFxTPK/	3jt	Finansial
7	@felicia.tjiasaka	1,3jt	https://vt.tiktok.com/ZSxkPQNYL/	1,2jt	Finansial
8	@mamaber.uan g	40,6rb	https://vt.tiktok.com/ZSxkPs91h/	2,2jt	Finansial
9	@ahmadrisyad	1,1jt	https://vt.tiktok.com/ZSusFyjCR/	11,3jt	Finansial
10	@shfnzd	10,4rb	https://vt.tiktok.com/ZSxAJn1WN/	3jt	Finansial
11	@azzahranafifah	29,7rb	https://vt.tiktok.com/ZSusFHs2X/	710,5rb	Komunikasi
12	@shafyrahadian	9,160	https://vt.tiktok.com/ZSxAerMGy/	1,9jt	Komunikasi

B. Daftar Video Respons Kreator yang Diteliti

No	Username	Pengikut	Link Video	View
1	@jonathanabee	3,8jt	https://vt.tiktok.com/ZSQBNkUFD/	14,4jt
2	@ahmadrisyad	1,1jt	https://vt.tiktok.com/ZSQBNcE1P/	4,2jt
3	@zona_menyala	28.6rb	https://vt.tiktok.com/ZSQBFLnBo/	342,5rb
4	@kadamsidik00	6,3jt	https://vt.tiktok.com/ZSQBFyD1G/	3,9jt
5	@ofa.mustofha	97,8rb	https://vt.tiktok.com/ZSQBFKmyX/	36,2jt
6	@keluargacina	341,5rb	https://vt.tiktok.com/ZSQBFsU8w/	1,6jt
7	@dyahdeam	106,9rb	https://vt.tiktok.com/ZSQBYA8gg/	7,1jt
8	@agilnofian	801,7rb	https://vt.tiktok.com/ZSQBYeSQY/	23,4jt

C. Transkrip Narasi Konten TikTok

1. @nyok_elen

Action video nya sambil melakukan pekerjaan rumah, memakaikan baju anak, mencuci baju, mengikat rambut anaknya, *scene* saat istrinya di rumah sakit

setelah melahirkan dengan memberikan bucket bunga, belanja bulanan bersama.

Caption: udah siap nikah?

Transkrip:

“kok mau sih bang nikah sama istri yang pagi pagi masih tidur. ga semua hal yang terlihat jelek itu adalah yang buruk, kalo lu udah nikah dan punya 2 anak pasti tau kenapa. anak gua itu 22nya setiap malam masih suka kebangun untuk nyusu, ditambah lagi gua tu tidurnya suka ngorok, makanya pagi-pagi gua tu kasian sama istri gua. jadi dari dulu sebelum punya babysitter dan ART kita tu bareng bareng bagi tugas, kadang pagi pagi gua tuh yang cuci baju, jemur pakaian, dan jaga anak, kadang juga istri gua. kalo lu ngerasa nikah dan semua pekerjaan rumah itu adalah tugas cewek, lu salah banget sih. tugas dirumah itu ugas bareng-bareng apalagi didik anak. sebelum kita nikah, kita tu ga pernah bikin aturan seperti ini mungkin kita sama-sama mengerti, kareba setelah gua menperlakujab istri gua dengan baik, gua ngerasa rejeki gua tuh jadi deras banget, makanya gua sekarang tuh udah ga peduli sama komenan orang-orang yang bilang istri gua tuh gimana-gimana. karena yang jalanin hidup ini adalah kita, jadi kita yang tahu gimaba semuanya. mungkin karena gua udah punya dia anak jadi gua tuh mulai di fase yang ga peduli sana omongan orang dan gua fokus ke anak anaj dab keluarga kecuk gua. ini bisa jadi pelajaran buat kalian yang may nikah atau punya anak karena ini realita kita. thank you udah nonton.”

2. @rumah.ramai

Caption: Kita dengan seribu kegiatan di rumahnya, its baking time

Scene: Di dapur berdua

Transkip:

Istri : *aku lagi bikin kue, boleh ga minta tolong rapihin ini (sambil menunjuk rak piring), biar nanti cuciannya ga terlalu numpuk*

Suami: *oh ini udah di cuci semua?*

Istri: *udah (suami mengambil piring dari rak samping wastafel dan taro di rak kering)*

Suami : *mangkok taro disini semua kan ya?*

(lalu suami membuka rak yang letaknya diatas kepala istri, sambil bilang,)

“maaf ya, nanti kena kepala kamu, misi”

Suami: *kayanya aku sudah harus evaluasi diri ini*

Istri: *kenapa?*

Suami: *udah 3 bulan, tapi masih belum tahu tata letak perabotan2, spatula?*

Istri : *spatula disini*

Suami : *penuh ih, dimana lagi ya*

Istri: *apa*

Suami: *mangkoknya (lalu istri bergerak membantu merapikan dan mencari tempat untuk mangkoknya)*

Suami: *oh.. dibawah masih ada, hehe sorry*

Istri : *besok ingetin aku beli vanilla extract sama brown sugar*

Suami: *oke, udah ada yang bisa aku cuci?*

Istri : *ada, pan ini*

Suami: *pake itu dulu, celemek, timothy celemek* (lalu cuci piring)

(tiba tiba ada barang yang jatuh didepan istri, terus suaminya bilang) “*hati-hati*”, setelah itu cuci piringnya selesai.

Suami: *aku tunggu kuenya, mau dibantuin ga?*

Istri: *boleh*

Suami: *aku basa basi sebenarnya tadi* (sambil tertawa)

Istri: *yaudah yaudah yaudaahhhh, siniii*

(scene rebutan tempat untuk membantu, terus bahas kue)

istri : *kurang dong sayang, kamu makan segede gitu*

suami: *oh jadi ini ga di cairin?*

istri : *enggga*

suami: *ga harus rapi kan?*

istri : *nggak*

suami: *aku kaya karyawan magang, kamu kayak ownernya, udah cukup bu, segini bu, dah, masukin*

istri : *boleh*

suami: *dah, selesai, aku capek jadi anak magang, aku mau jadi customer aja*
(sambil pergi)

istri: *eh ntar dulu, ini belum di cuci* (sambil tertawa)

suami: *tapi abis ini aku jadi customer*

istri: *iyaa tinggal di wrap*

(kuenya udah jadi dan mereka bercanda bercanda istrinya ngebalik mangkok yang isi kue dan ga tumpah di atas kepala suaminya) “*dibalik tidak tumpah*”

3. @rumah.ramai

A: *istri*

B: *suami*

A: *Kalau di Islam, laki-laki kan fitrahnya memang mencari nafkah perempuan fitrahnya di rumah lah istilahnya. Kedengerannya kayak patriarki gak sih?*

B: *Awal-awal aku memahami hak laki-laki dan perempuan pun aku ngerasanya takan-akan itu patriarki tapi setelah aku cari-cari tahu lagi ternyata Islam tuh agama yang sempurna sama sekali jauh dari kata patriarki aku kasih ibarat gini misalkan kamu adalah seorang pembuat sepatu kamu membuat sepatu lari udah kamu buat dengan kualitas yang kamu tahu itu bagus desainnya bagus tiba-tiba ada orang lain pake sepatu kamu bukan dipake untuk lari dipake untuk naik gunung eh taunya rusak terus dia marah-marah sendiri nyalahin produk kamu ini kualitasnya jelek bahannya gak bagus lah desainnya jelek lah apa tanggapan kamu sama orang itu?*

A: *kesel, karena dia emang pakenya gak sesuai fungsi*

B: *itu yang terjadi sekarang Mai kalau kita mikir Islam adalah agama yang patriarki kita tuh adalah orang yang menggunakan sepatu lari itu untuk naik gunung sok-sokan ngeklaim sebuah ciptaan Allah yang ternyata kita gunakan*

tidak sesuai fungsinya bahaya banget kan siapa sih kita makhluk mencoba untuk menentukan fungsi dari masing-masing atau berusaha untuk menyeimbangkan padahal dari fiturnya aja beda kan mau kamu liat di negara manapun laki-laki dan perempuan tuh punya fitur yang berbeda-beda makanya kenapa? di Islam itu kesetaraan tuh bukan solusi tapi Islam itu punya cara tersendiri untuk memuliakan laki-laki dan perempuan ada di surat Anisa ayat 32 ini Allah bilang karena bagi laki-laki ada bagian dari apa yang mereka usahakan dan bagi perempuan pun ada bagian dari apa yang mereka usahakan sebagian dari karunianya sungguh Allah maha mengetahui segala sesuatu kalau istri memang harus menurut sama suami tapi dengan cara itulah dia bisa lebih mudah untuk masuk surga laki-laki memang jadi lebih berat karena harus menafkahi anak dan istrinya tapi dari situlah akan terbuka pintu surga baginya jadi Islam tuh gak pernah memberikan beban yang tidak sesuai dengan kemampuannya

A: makanya kenapa ya? kalau suami mencari rezeki itu nafkah tapi kalau istri itu sedekah karena buat istri itu bukan suatu kewajiban gitu

B: makanya kenapa Allah kasih ujian masing-masing perempuan ada ujiannya sendiri tapi dikasih fitrahnya juga laki-laki juga dikasih ujiannya sendiri tapi ada fitrahnya juga yang membedakan laki-laki dan perempuan itu adalah ketakwaan kalau ternyata perempuan itu menjalani tanggung jawabnya tanpa adanya ketakwaan sudah pasti laki-laki yang lebih bertakwa yang akan lebih tinggi derajatnya dibanding perempuan itu begitu pun sebaliknya memang ada

laki-laki yang bekerja sesuai fitrahnya tapi tidak dibandingkan dengan ketakwaan bisa jadi derajatnya gak lebih tinggi dari perempuan yang dirumah aja tapi dia bertakwa sepenuh hati dan itu bukan privilege salah satunya Allah kasih kemudahan dua-duanya

4. @edlynsupian

Transkip :

jangan sampai kamu married sebelum kamu bahas yang penting soal duit. dulu aku ga bahas soal duit jujur aja, jadi aku bisa ngobrolin duit sama suami itu tanpa ada baku hantam bisa dibilang. jadi cukup bisa saling denger tentang kebutuhan dan pakai cara reasonable. tapi aku banyak denger kalo habis married banyak org berantem soal duit. soal duit tu apa sih? bukan sekedar nominal yang diberikan atau dihasilkan tapi ya, cara menyimpannya seperti apa? siapa pegang berapa? terus mau ditaronya dmn? bentuk investasi spt apa? punya mimpi apa? punya hobi apa yg perlu banyak duit?, skinker harganya berapa? trs ke beauty salon itu gmn? wajarnya sebulan sekali, 6 bln sekali atau setaun sekali? menipedi itu kebutuhan atau luxury? hal2 yg kaya gitu lah yg bisa di obrolun kecil2 dari pacaran, krn kebiasaan kita hidup itu ya pakai duit, kita hidup memang oerlu duit dan bagaimana cara kita spend gmn cara kita save, dmn kita menyimpannya brp bnyk yg dibutuhkan utk menyimpan kebiasaan rumah, hal2 kaya gt tuh perlu bgt di obrolin. dulu tuh aku sekedar mengetahui bahwa, oh dia pekerja keras, oh aku jg pekerja keras, kita bukan tipe yg hamburin duit tanpa sebab, kita bisa tanggung jawab sama perkataan

kita sendiri, kita ga keliatan shoppingnya terlalu kalap, tp kalo aku dari dulu cenderung mau punya barang bagus, misalnya kalo aku pakainya iphone, ya kalo sampe harus ganti aku bakal ganti iphone, aku bakal cari uangnya dan ya sampai ada gitu maksudnya, dan aku bukan tipe yg tidak pernah punya tabungan, jadi aku sekaku ada tabungan yang bisa menghidupi berapa lama gitu, jadi itu udh menjadi kebiasaan aku gitu, jd kl misalnya tabungannya udh menipis, udh di pakai buat kanan kiri, misalnya sisa buat 2 taun hidup nih, atau buat setaun hidup nih, atau buat 6 bulab, wah itu udh mulai iritnya tuh daru situ gitu, aku tu ga mulai irit dari ketika uangnya ga ada, tp ketika ini buat berapa lama gitu, jadi aku udh mulau deg degannya dari situ biasanya, dan aku terbiasa untuk hidup dibawah budget, kira kira di budgetin berapa, kebiasaannya gimana, nah itu perku di omongin sebelum married, jangan sampe kamu kaget kalo pasanganmu itu selain setiap hari gofood, dia juga setiap hari beli baju, jangan kaget kalau misalnya emang dia biasanya seperti itu, jangan habis married baru marah, sejak pacaran lah di omongin baik baik, planningnya tuh seperti apa, bentuk tabungannya itu nanti gimana, keinginannya bersamanya itu apa, yg mau di achieve apa, solusinya apa, jadi hal hal ky gitu tuh yang cenderung bisa bikin orang nyesel nikah, orang mgerasa nikah dengan orang yg tidak tepat, merasa uang bulanannnya kecil, atau nggak bersyukur aja gitu kesannya. padahal dia udh mikirin itu dari jaman pacaran bisa juga, jadi jangab sampai nggak di bahas dan terlena karena pas pacaran kita belum ada tanggung jawab maksudnya dalam bentuk keuangan

ya, untuk pacaran bersi aku itu tdk ada tanggung jawab untuk memberikan semacam nafkah gitu ya, kaya uang jajan, yuang nyimpen harus bayar ini itu, harus beliin, itu ga ada si di aku, jadi kaya oh mau makan disini oke ganti gantian bayarnya, terus misalnya kita udah makan di tempat yang rada bagus, ya the next meal aku cenderung memberikan opsi gitu misalnya, dan kalo misalnya ke mall yaudah di adjust gitu loh restorannya. dan buat aku makanan yang kaya harus fine dining gitu gitu aku sama sekali nggak, aku cenderung save yg begitu untuk occation, untuk hal hal yg spesial, krn menurut aku akan lebih ada meaningnya kalau kita jarang menikmati yg levelnya engga, memang bukan lifestyle aku aja gitu, karena aku jg sehari hari bukan tipe yang ngemall atau harus makan cantik super duper jarang, jadi aku save itu for special occation supaya aku bisa menikmati. dan ya kaya gitu, basic things di obrolin sm pasangan, ngobrolnya sambil ngewibe atau sambil santai jauh lebih enak daripada ketika butuh duitnya di pernikahan misalnya duitnya ga ada, misalnya kaluan varu sadar ternyata hobi shopee nya gila bgt, atau mainan mainannya yg di koleksi itu ternyata puluhan ratusan juta, dan wah, kalian nggak bisa terima itu kacau banget. jangan bahas itu setelah menikah baru tau, bahaslah sebelum nikah. kira kira kalo menurut kalian nih apa yang menurut kalian dibahas sebelum menikah, stich video ini atau komen ya

5. @christinaimmanuel

Transkip:

kalau suamiku miskin aku ga akan mau sama dia. iya bener kalau dia orang miskin aku ngga bakal mau nikah sama dia dan ga akan memandang dia sedikitpun. bukan karena aku matre atau cuman incar duitnya melainkan karena standarku tinggi. ya kita jujur jujur aja ya, kalau aku jelek aku ga sesuai kriteria dia, aku ngga bisa ikutin lifestyle dia, ngga nyambung kalau diajak ngomong, ngga mungkin aku bisa ada di sini dan jadi istrinya. jadi kenapa aku harus menikah sama suamiku kalau dia miskin sedangkan aku aja berusaha hidup berkwkupan secara mindset financial dan juga kehidupanku. jadi ya kekayaan dan kestabilan seornag lelaki sangat penting untuk aku bukan karena uangnya tapi karena mindset dan pola pikirnya. kegairahan dia yang aku butuh untuk dia lead, provide, dan protect keluarga aku. kalau dia aja ga bisa provide buat diri dia sendiri gimana caranya dia bisa provide untuk satu keluarga, mustahil. dan untungnya puji tuhan aku menikah dengan suami yang berkecukupan ngga cuma secara finansial tapi juga secara mindset, pola pikirnya, dia otaknya waras, dia memenuhi semua tanggung jawabnya sebagai suami dengan baik bahkan sangat baik sampai yang tidak perlu dipenuhi aja dipenuhi, kayak sesimple kemarin cuman ke mall mau lihat lihat tas eh tiba tiba dibeliin. kenapa, karena dia ingin membahagiakan istrinya, ini bukan kewajiban tapi memang dia ingin lakukan, yang dikeluarin juga nggak seberapa tapi bahagia istrinya itu luar biasa dan kalian tau apa yang twrjadi setiap kali dia ingin istrinya happy, berkat yang datang itu selalu datang berpuluh puluh kali lipat dibandingkan yang dia

keluarkan tapi nggak semua orang bisa punya mindset ini makanya menikahlah dengan lelaki yang setara yang waras nggak cuman secara finansial tapi pola pikirnya juga

6. @rumah.ramai

caption: *ekspektasi yang kita punya sebelum menikah akhirnya jadi hal yang sama-sama kita upayakan dalam pernikahan*

so menurut kita, punya visio yang jelas tentang life after marriage busa bikin kita lebih siap pas akhirnya “nyebur” ke pernikahan ini, adaptasinya kerasa lebih smooth aja gitu

analoginya mu gk kayak ujian yang dikasih kisi-kisi, tetep susah, namanya juga ujian tapi at least ga sebuta itu pas ngerjainnya

Scene: *deeptalk pakai mukena karena sehabis sholat*

Transkip :

istri: sebelum nikah apakah kamu punya ekspektasi tertentu soal pernikahan, dan kalau ada sekarang saja kamu mengusahakannya saja sih? Kaya aku selalu punya ekspektasi marriage life yang bukan cuman tinggal bareng, tapi hidup bareng, makanya kenapa aku saja selalu saja melibatkan kamu dalam apapun itu, dan untungnya kamu dengan senang hati dan kaya selalu excited tiap kali aku ajak

suami: mirip sebenarnya, saja kalau di saja ini kan stigmanya adalah laki laki saja mencari nafkah, perempuan ngurusin rumah, dari kecil juga aku ngeliatnya kaya saja, pas saja gede pas mau nikah itu kan awal awal kemarin

aku sadar ternyata semua itu tanggung jawab suami, istri itu tugasnya hanya nurut sama suami, disitu jg aku aware alhamdulillahnya sebelum menikah. Jadi ketika pas mau nikah itu ekspektasi aku udh 129esan amai, krn di islam itu aturannya saja paling sempurna, harusnya ketika dijalankan rumah tangga jadi bahagia, harusnya saja kan, rumah tangga sesuai fitrahnya saja. Misalkan kaya kemarin ada momen yang aku bersihin kamar mandi pas aku pulang kerja, aku saja ngerasa males sebenarnya, Cuma nggak dho ini kan tanggung jawab kamu kok, insya allah pahala, ini bukan tanggung jawab maipa, jadi aku selalu ikhlas saja kalau misalkan kamu minta tolong cuci piring saja abis masak, ya krn memang itu tanggung jawab aku sebenarnya, ya itu sih ekspektasi menikah. Jadi saja mengupayakan kesana saja. Kita punya anak juga anak nya jadi stigma nya juga ohiya ini semua tanggung jawab ayah ya, ibu mah Cuma nolongin ayah saja saja. Mengandung, melahirkan sama menyusui saja sih yang aku masih butuh bantuan kamu itu mah, aku gabisa soalnya

7. @shafyrahadian

konten slide photos 1.9M view

isi dari slide 1 : *ga pernah berantem soal prinsip karena udah ngobrolin hal-hal ini sebelum nikah*

slide 2 : pertanyaan finansial : 1. *ada utang nggak? (kamu maupun keluarga)*

2. *gimana cara kita ngelola uang? gabung atau pisah?*

3. *siapa yg pegang kendali budgeting?*
4. *apa hal hal yg gabisa ditolerir? contoh: judok & minjem duit terus"an*
5. *prioritas keuangan kamu apa aja?*

slide 3: pertanyaan pembagian kerja rumah : 1. kamu ngenal pekerjaan

feminim maskulin?

2. kalau 22nya kerja, gmn

cara bagi tugas rumah?

3. perlu pakai ART?

4. masak/catering/beli?

slide 4: Pertanyaan anak dan masa tua : 1. mau punya anak atau engga?

1. pov tentang anak?

2. parent or pawrent?

3. kalo tua tinggal di panti jompo atau rumah sendiri?

slide 5: agama, karir, keluarga besar, gaya hidup, manajemen konflik dan komunikasi

8. @rumah.ramai

caption: packing kali ini beda karena yg berangkat cuma dhova aja, lebih simple

ya kayanya klo perginya sendiri 🙄

yang penting galupa bawa kahf amino gel bright & acne

disini endors tapi kontennya rame banget

transkrip :

istri : bawa tas aku gpp sayang?

suami : gapapa, emg kenapa?

istri : kayak tas cewek nggak? ngga yah

suami : ada buayanya padahal hehe

ini dulu nih baju tidur, kamu kenapa ngijinin aku dengan mudah buat nginep

sama temen temen aku?

istri: krn temen temen km nelpon lgsg ke aku,

suami: emg kalo ga nelpon ga di izininin?

istri: ngga lah, di izinin lah, kan kamu juga udh lama ga main sama temen

temen, terus aku jg kenal kok sama temen temen kamu,

suami: jadi as long as kenal

istri: aku ngga apa apa

istri: jadi kamu pergi sm pulang celananya sama?

suami: emang gitu kan? apalagi ya, istri: handuk

suami: oiya handuk,

istri: skincare,

suami: kayanya aku ga skincare an deh

istri: gapapa bawa ini aja, moisturizer, sunscreen,

suami: handuk dulu kali ya, yg inget

istri: handuk kecil aja cukup kan?

suami: cukup, belum tentu mandi juga

istri: eh ini kamu dalemannya nggak dinmain dulu? hahhaaha kaya bocil study tour, tau nggak?

tinggal skincare, skincare aku mau siapin, aku bawain moisturizer, sunscreen, sikat gigi sama odol, sabun cuci muka dikamar mandi, tolong ambilkan

suami: oke (sambil otw ke kamar mandi)

setelah kembali, dia bawa sabun cuci mukanya: mending yg mana ya yang? yang biru apa yang hijau, kan kalau yg biru mencerahkan, kalo yg hijau buat jerawat

istri: biru oke

suami: ini kayanya bakal diminta sama temen temen nih

istri; si kahf ini?

suami: iya, soalnya kan dia dikebal cocok buat semua kulit, ph nya rendah, non sls sama no colorant

istri; iya gapapa kalo mo pada minta jg nanti gampang kita tinggal repurchase lag beli di indomaret deket kan jadi mau bawa dua duanya ga buat bagi bagi

suami: boleh deh sedekah guys

istri: hahaha iya deh soalnya ini kayanya punya kamu juga udah harus repurchase nih

suami: yaudah nanti kita beli lagi di indomaret, kamu yakin ngga apa apa aku tinggal sendirian

istri: ngga apa apa lah

suami: kalau dua hari?

istri: eh kalau itu ngelunjak namanya

suami: katanya ngga apa apa tadi

istri: soju ikut masuk, dah ini doang bawanya

suami: sarung, lupa lupa bentar ganti dulu ganti dulu, ini tuh alat penting kalau nginep nginep gada jaket pakai sarung terus ini juga bisa buat selimut buat salat semua all in one ini teknologi canggih buatan indonesia. kamu ngga ikut juga ini jadinya?

istri: engga sayang, masih tidak mau menyerah dia. dah

suami: pamit ya assalamualaikum

istri: belum belum

9. @nyok_elen

foto slide

slide 1: mari kita mulai kehidupan di tangerang mulai dari 0 lagi dan semoga luka kamu bisa sembuh di kota baru

slide 2: aku beliin kamu rumah di tangerang

slide 3: isi isi barang dari 0 lagi

slide 4: jadi suami kamu, membawa rejeki yg luar biasa buat aku

slide 5: beliin kamu sapi pertama

slide 6: curhat ga kebagian slot pilates, aku bukain kamu pilates

slide 7: kita ukur ukur dulu

slide 8: kita cari vnyl

slide 9: ukur ukur lagi, biar sesuai kemauan kamu

slide 10: mulai proses

slide 11: cat sesuai warna kesukaan kamu

slide 12: aku bantuin pasang vnyl biar bisa cepet open

slide 13: jadi sesuai kemauan kamu

slide 14: request studio yang bagus, yang estetik, tapi harganya 79rb doang,
yauda gapapa yang penting bahagia ya ibu negara

slide 15: untuk kamu dari aku, semoga bahagia selamanya

10. @rumah.ramai

caption: kalau alokasi rumah tangga kalian gimana nih?

caption: in this economy, menikah seakan-akan jadi sesuatu yang sulit untuk diwujudkan. boro boro nikah, beli kebutuhan pribadi aja kadang masih harus mikir dua kali

mungkin video ini bisa bantu kalian khususnya yang gajinya pas pasan untuk setidaknya berani bermimpi untuk menikah

A: suami

B: istri

A: Tapi kenapa kamu mau sama laki-laki yang gajinya UMR? Apa yang sebenarnya kamu lihat sehingga kamu bisa menerima Dova yang pada saat itu gajinya masih pas-pasan?

B: Posisinya waktu kamu ngajakin aku nikah, alhamdulillah aku pada saat itu udah punya penghasilan sendiri. Jadi aku gak pernah punya ekspektasi yang kayak, aku pengen punya suami yang penghasilannya segini-gini gitu. Karena aku dari dulu selalu diajarkan, aku yang harus mandiri. Aku gak boleh bergantung sama siapapun gitu. Jadi istilahnya aku gak pernah punya patokan suami aku harus seperti apa gitu. Waktu kamu ngajak aku nikah dan kamu buka-bukaan soal gaji kamu berapa, terus nanti kira-kira setelah menikah akan seperti apa dan lain sebagainya. Sebenarnya yang meyakinkan aku bukan nominal dari gaji kamu.

A: Tentu saja bukan. Gak mungkin yakin.

B: Tapi serius, maksudnya aku kenal kamu dari 2019 sampai akhirnya di tahun kamu ngajak aku nikah. Aku selalu ngerasa kamu punya goals-goals baru yang bisa terlihat di tiap tahunnya kamu tuh berkembang. Sebelum kita menikah, kamu juga nge-state kamu tuh nanti rencananya kedepannya akan seperti apa. Dan hal itu yang bikin aku mau menikah sama kamu. Karena aku percaya sama rencana kamu. Dan aku tau kamu tuh adalah tipe orang yang kalau udah punya

rencana, kamu pasti bakalan work really hard untuk bisa nyampe ke goals itu gitu loh. Untuk bisa ngejalanin rencana itu.

A: Tapi ini pertanyaan yang pasti muncul di sama laki-laki ketika diberi kesempatan seperti ini. Kalau gagal gimana? Kata kamu kan poinnya adalah di rencana. Tapi namanya rencana bisa jadi berhasil, bisa jadi gagal.

B: Aku jawab gini karena aku tau kamu. Kalau misalkan seandainya kamu gagal, aku tau itu bukan karena kamu. Itu karena memang Allah belum kasih. (Dan aku merasa gak apa-apa, gak masalah gitu.

Mungkin rezekinya memang belum lewat kamu. Bisa jadi lewat aku dulu.

A: Malah pertanyaan, kalau gagal gimana? Kayaknya gak pentes itu dipertanyakan sama laki-lakinya. Kok belum mulai udah nanya kalau gagal gimana ya? Karena mau bagaimanapun, seburuk apapun hasilnya, kalau memang pasangan kita baik, as long as kita udah usaha sama doa yang maksimal, akan di-appreciate juga ya. Dan bener kata kamu, rezeki itu gak cuma datang dari satu pintu aja. Jadi buat para teman-teman, terutama yang cowok-cowok ini, jujur namanya insecure itu pasti ada. Aku pun merasakannya. Tapi dengan dibekali rencana dan ikhtiar yang kuat, insya Allah yang namanya menikah, hal baik, pasti juga akan dipermudah sama Allah..

11. @rumah.ramai

Caption: nama: Dhova & Maipa Hobby: Belanja

A istri B suami

Transkrip:

A: Tolong pegang sayang

B: Oke, kita beli sabun cicipin dulu A: Bentar, ini ukuran berapa?

B: Jumbo. “Sedikit, demi sedikit”

A: Ini aja ya, yang polomo ya

B: Tahan, tahan, tahan

A: Dodol, Jumbo

AB: Sedikit, demi sedikit

B: Pokoknya kalau beli sesuatu, ukurannya yang paling besar, Biar nggak mencemari lingkungan

A: Kita kayaknya harus mundur ke pembersih kloset

B: Kamu setir kanan, aku setir kiri

A: Woy, emang bisa kayak gitu. Terus jalan, terus jalan

A: Dia berada jauh di sana

B: Ubi, bahasa Inggrisnya apa ya? A: Sweet potato?

B: Hei, betul

A: Kamu ada kantong nggak?

B: Ada, kenapa kamu suka banget Ubi?

A: Enak, dua aja cukup

B: Coba ceritain tadi kenapa kita bisa ngambil Ajwa

A: Buat tatakan kamera (0:47) A: Maaf ya, kurma Ajwa

A: Kamu payment ya

B: Oke (lanjut payment belanjaan)

A: Udah?

B: Udah

A: Kameranya mana?

B: Tebak dimana?

A: Ini

A: Let's go!.. Perjalanan kita belum selesai, Karena selanjutnya kita mau sarapan

12. @nyok_elen

foto slide

slide 1: mari kita mulai kehidupan di tangerang mulai dari 0 lagi dan semoga luka kamu bisa sembuh di kota baru

slide 2: aku beliin kamu rumah di tangerang

slide 3: isi isi barang dari 0 lagi

slide 4: jadi suami kamu, membawa rejeki yg luar biasa buat aku

slide 5: beliin kamu sapi pertama

slide 6: curhat ga kebagian slot pilates, aku bukain kamu pilates

slide 7: kita ukur ukur dulu

slide 8: kita cari vnyl

slide 9: ukur ukur lagi, biar sesuai kemauan kamu

slide 10: mulai proses

slide 11: cat sesuai warna kesukaan kamu

slide 12: aku bantuin pasang vnyl biar bisa cepet open

slide 13: jadi sesuai kemauan kamu

slide 14: request studio yang bagus, yang estetik, tapi harganya 79rb doang, yauda gapapa yang penting bahagia ya ibu negara

slide 15: untuk kamu dari aku, semoga bahagia selamanya

13. @rumah.ramai

caption: Sebelum masuk ke tahun baru, kita mutusin buat bikin vision board bareng dalam bentuk visual. Tujuannya simpel, yaitu biar mimpi-mimpi kita lebih achievable, lebih kebayang, dan jadi penyemangat buat ngejalaninnya.

Doain ya, semoga satu per satu dimudahkan🙏

Kalau kalian tim bikin vision board juga atau nggak? 🤔

suami: “Vision Board 2026. Ini kita coba samain persepsinya dulu ya m. Vision Board ini berarti kan kita bikin vision ke depan. Kita tuh mau kayak gimana di tahun selanjutnya gitu kan. Berarti yang simple-simple aja kali ya. Yang nggak terlalu detail banget gitu kan”

istri: “Kita mulai dari kategori apa dulu?”

suami: “Ibadah dulu kali ya, yang lebih wajib. Puasa sunnah. Emang berat sih aku lakuin puasa itu. Karena nggak cuman menahan hawa nafsu. Tapi disiplin gitu loh”

istri: “Berarti puasa ya? Kalau dari kamu apa?”

suami: “Mungkin agak membedakan dan bisa tervisualisasi di tahun depan tuh.

Pengen membedakan solat malam sih. Ini yang puasa aku masukin sini ya”

istri: “Maksudnya solat malam kan berat ya? Jadi kayak kita pelan-pelan aja dulu gitu loh. Jadi misalnya kayak setidaknya ngejadwalin.”

suami: “Minggu sekali?”

istri: “Iya, minggu sekali kayak weekend. Misalnya kayak gitu.”

suami: “Aku ada ide, tiap Madrid main gimana? Aku dulu gitu tau, jaman-jaman aku ujian nasional atau UTBK. Aku akan wajib solat tahajud kalau ada Real Madrid main pagi-pagi”

istri: “Nggak akan itu, lu doang yang nonton”

suami: “Oke lanjut, aku mau bahas family. Karena aku pengen jadi ayah Insya Allah tahun depan. Kalau ada rezekinya ya, mudah-mudahan dapet. Aku sih nggak neko-neko ya. Mau laki-laki, mau perempuan. Yang penting soleh atau soleha.”

istri: “Pengin keluar negeri.”

suami: “Asia, Eropa, Australia, Afrika?” Gimana kalau kita pisahin family sama travelling? Tapi nggak apa-apa itu masukin aja. Jadi travelling, satu lagi family kita tinggal pikirin. Kita mulai dari kecil-kecil aja dulu kali ya.”

istri: “Cina sih, Beb”

suami: “Waduh, Cina kecil. Apa nama kotanya?”

istri: “Yuzhago”

suami: “Yuzhago? Yaudah setting fotonya aja. We don't have to spell it kan di vision board. Kenapa Yuzhago? Karena ada apa itu?”

istri: “Nggak terlalu rame gitu loh”

suami: “Kurang Yuzhago ya?”

istri: “Yang penting kita tau itu dimana, Seng. Vision board, itu tuh buat kita. Nggak peduli orang kayak, apa nih? gitu. Nanti kita tau itu tuh apa yang kita maksud. Aku mau masukin Makkah, boleh nggak?”

suami: “Manifest aja ya. Just my granite. Bawa nih ibunya nih. Nggak terlihat. Ini kayak apa? Kayak anugumbolo.”

istri: “Iya, kayak anugumbolo. Coba tadi kita flashback sebelumnya. Ada ngomong apa? Vision board. Itu tuh buat kita. Jadi nggak peduli orang kayak, Eh, apa nih?”

suami: “Tapi, kampung terlalu banyak langitnya. Oke, ibadah udah. Travel udah. Family, satu lagi. Jadi kita pengen ini sih, Renov rumah.”

istri: “Rumah ya, Itu juga bagus, Mas. Next Ini deh, bisnis kita. Aku ini tahun depan tuh pengen punya bisnis real. Kamu udah kepikiran nggak? Kamu sih udah kepikiran beberapa produk yang Lumayan visible Yang kita lakukan. Aku mau bisnis Jual beli. Ini aku mau bisnis fashion kayaknya Lifestyle, boleh nggak? Lifestyle Aku pengen punya healthy lifestyle.”

suami: “Adem. Padahal pake foto kamu aja, Beb. Terus? Ini gym.”

istri: “Oke, itu boleh. Ini maksudnya ibadah sih. Tapi bisa jadi lifestyle. Berbagi, sharing. Jadi part of exercise. Dari spiritual.”

suami: “Oh ini aja. Foto kita di Rio kemarin.”

istri: “Oh iya, boleh bagus ya, yang gini ya. Ini, gini. Udah jadi deh. Ini deh,
Vision Board 2026 Maipah Dan Da'afan

suami: “Yeay, doakan Semoga terwujud ya, guys

14. @rumah.ramai

caption: dibalik khawatirnya kita dengan tantangan di awal pernikahan, disaat yang bersamaan Allah tunjukan ke kita makna bertambahnya pintu rejeki yang terbuka setelah menikah

suami: “Menikah enak gak”

istri: “Kamu tuh once nikah, kamu punya tanggung jawab yang way bigger than kamu sebelumnya. Lu harus ngapain aku. Berat gak sih? Ya, semenakutkan itu sih.

Jadi justru yang bikin Dovah khawatir itu bukan ada rezekinya atau enggak. kan kalau di Islam, insya Allah menikah itu kan juga membuka pintu rezekinya. Yang Dovah khawatir kan adalah tanggung jawab Dovah bagi suaminya. Gimana caranya Dovah bisa memastikan income di keluarga itu halal. Bukan cuma banyak, tapi halal juga sih. Gimana caranya Dovah bisa ngerti pengeluaran kita tuh semuanya efektif. Dua poin itu sih, caranya kasihin kekhawatiran itu karena Dovah udah terbiasa menghitung pengeluaran Dovah sendiri. Dovah bawa kebiasaan baik itu semua income, Dovah catat bulanan, pengeluaran Dovah catat bulanan. Bahkan kan kamu juga lakukan kita bisa

pisahin akun-akunnya. Supaya Dovah ngerti ini income kita halal dan keluarnya kemana aja ketika ditanya siapapun bahkan nanti di akhiran. Dovah bisa jelasinnya dengan mudah gitu. Jadi pertanggung jawabannya jelas lah ya?”

suami: “Benar. Itu sih yang khawatir bukan masalah jumlahnya, tapi cara bertanggung jawabnya. So far kamu gimana gak?”

istri: “Enggak misalnya sendiri. Aku masih kayak kalau kamu nyuruh aku ngikutin pengeluaran harian, bilang tuh suka ada yang ngeskip karena aku belum terbiasa gitu kan.

Cuman lama-kelamaan nyaman sih. Bener kata kamu, kita tau keluarnya kemana, lebih enak gitu kontrolnya. Yang Dovah rasain sekarang ya kalau dari jumlah, alhamdulillah jauh lebih besar. Memang terbukti lah menikah itu membuka pintu rezeki. Asal kita sama-sama ikhtiar berdua gitu kan. Yang menantanginya itu memang jadi lebih sulit dalam mengelola keuangannya. Tantangannya disana sih.”

suami: “Tapi berarti kalau menikah kamu gak pernah merasa ada milikku tuh jadi lebih banget dari kamu gitu ya?

istri: “Maksudnya?”

suami: “Pengeluaran sebulan tadinya cuman berapa, setidaknya aku terpaksa harus naik.”

istri: “Enggak lah, gak pernah sih. Malah aku merasa ada kamu mah ngebuka pintu rezeki baru kan. Jadi ada teman diskusi. Karena Dovah juga cuman baca buku, bukan yang bikin bukunya. Jadi butuh teman diskusi bener gak sih yang

Dovah dapet tuh kayak gini. Kalau ada kamu itu justru jadi lebih semangat juga sih.”

suami: “Memang kita ada perbedaan di hidup lah ya. Aku lebih nyantai. Laki-laki tuh gak pernah ke pastry, gak pernah makan sushi kalau gak pakai cewek.”

istri: “Hei, gak boleh cahet. Kita mau makan nasi padang waktu nasi padang.”

suami: “Nasi goreng.”

15. @rumah.ramai

A: suami

B: istri

A: Tapi kenapa kamu mau sama laki-laki yang gajinya UMR? Apa yang sebenarnya kamu lihat sehingga kamu bisa menerima Dova yang pada saat itu gajinya masih pas-pasan?

B: Posisinya waktu kamu ngajakin aku nikah, alhamdulillah aku pada saat itu udah punya penghasilan sendiri. Jadi aku gak pernah punya ekspektasi yang kayak, aku pengen punya suami yang penghasilannya segini-gini gitu. Karena aku dari dulu selalu diajarkan, aku yang harus mandiri. Aku gak boleh bergantung sama siapapun gitu. Jadi istilahnya aku gak pernah punya patokan suami aku harus seperti apa gitu. Waktu kamu ngajak aku nikah dan kamu buka-bukaan soal gaji kamu berapa, terus nanti kira-kira setelah menikah akan

seperti apa dan lain sebagainya. Sebenarnya yang meyakinkan aku bukan nominal dari gaji kamu.

A: Tentu saja bukan. Gak mungkin yakin.

B: Tapi serius, maksudnya aku kenal kamu dari 2019 sampai akhirnya di tahun kamu ngajak aku nikah. Aku selalu ngerasa kamu punya goals-goals baru yang bisa terlihat di tiap tahunnya kamu tuh berkembang. Sebelum kita menikah, kamu juga nge-state kamu tuh nanti rencananya kedepannya akan seperti apa. Dan hal itu yang bikin aku mau menikah sama kamu. Karena aku percaya sama rencana kamu. Dan aku tau kamu tuh adalah tipe orang yang kalau udah punya rencana, kamu pasti bakalan work really hard untuk bisa nyampe ke goals itu gitu loh. Untuk bisa ngejalanin rencana itu.

A: Tapi ini pertanyaan yang pasti muncul di sama laki-laki ketika diberi kesempatan seperti ini. Kalau gagal gimana? Kata kamu kan poinnya adalah di rencana. Tapi namanya rencana bisa jadi berhasil, bisa jadi gagal.

B: Aku jawab gini karena aku tau kamu. Kalau misalkan seandainya kamu gagal, aku tau itu bukan karena kamu. Itu karena memang Allah belum kasih. (Dan aku merasa gak apa-apa, gak masalah gitu.

Mungkin rezekinya memang belum lewat kamu. Bisa jadi lewat aku dulu.

A: Malah pertanyaan, kalau gagal gimana? Kayaknya gak pentes itu dipertanyakan sama laki-lakinya. Kok belum mulai udah nanya kalau gagal

gimana ya? Karena mau bagaimanapun, seburuk apapun hasilnya, kalau memang pasangan kita baik, as long as kita udah usaha sama doa yang maksimal, akan di-appreciate juga ya. Dan bener kata kamu, rezeki itu gak cuma datang dari satu pintu aja. Jadi buat para teman-teman, terutama yang cowok-cowok ini, jujur namanya insecure itu pasti ada. Aku pun merasakannya. Tapi dengan dibekali rencana dan ikhtiar yang kuat, insya Allah yang namanya menikah, hal baik, pasti juga akan dipermudah sama Allah.

16. @felicia.tjiasaka

A: felicia

B: narasumber 1

C: narasumber 2

D: narasumber 3

A: cinana boleh cerita, kalau dalam rumah tangga Cici tuh bagi-bagi uangnya tuh gimana sih? Kayak income suami untuk apa, income Cici untuk apa?

B: Kita sih sebenarnya income-nya digabung ya, jadi misalnya suami ada income, biasanya dia langsung transfer ke aku juga gitu.

A: Transfer semuanya?

B: Harusnya ya. (0:14) Nanti habis itu baru aku yang biasanya lokasiin.

Untuk mana pendidikan, untuk rumah tangga, semuanya ngatur.

A: Cici jadi menteri keuangannya?

B: Iya, gue menteri keuangannya di rumah.

A: Oke.

C: Nggak dibagi gimana-gimana sih?

A: Jadi uang Cici, Cici pegang, uang suami, suami pegang?

C: Iya, terus kalau ya ada bil, ada apa ya, siapa ini duluan ya, yaudah ini gue dulu deh, kayak gitu. Kita nggak perhitungan soalnya.

A: Kalau kayak biaya sekolah anak siapa yang bayar?

C: Iya, berdua gitu. Uang gue, uang dia, uang dia, uang gue gitu.

A: Kenapa milih cara yang seperti itu?

C: Nggak milih sih, kayaknya kebiasaan aja kali ya.

D: Bener nggak ada spesifiknya dibagi, begini lu, gini-gini, nggak sih. Maksudnya uang bersama. Cuman ya maksudnya memang yang part suami kan ya itu ya, keluarga, hari-hari, uang sekolah, bla-bla-bla. Cuman disisinya ya maksudnya kalau misalnya mau traveling mau apa, kita sih pakai uang

barengnya. Ya namanya uang bersama ya bareng aja lah gitu. Nggak payah sih dipisahkan maksudnya.

A: Oke, oke.

17. @mamaber.uang

caption: keuangan harus diatur sama istri atau suami?

Keluarga yang keuangannya diatur sama istri, pasti dalam jangka panjang itu akan lebih wealthy daripada yang dipegang suami. Keuangan itu adalah alasan perceraian kedua terbesar pasangan di Indonesia. Yang pertamanya adalah cek cok. Cek cok karena apa? Karena uang juga. Sebenarnya kalau kita lihat dari penelitian manapun, cari penelitian World Bank, cari penelitian Asian Development Bank, tentang pengaturan keuangan keluarga, keluarga yang keuangannya diatur sama istri, pasti dalam jangka panjang itu akan lebih wealthy. Muscle memory-nya kita yang memang harus take care of everything, dan karena kita yang either take care of everything, atau kita yang lebih tahu di rumah itu kayak gimana, jadi kan kita lebih tahu gitu loh. Jadi itu juga yang make sense kenapa perempuan atau istri yang pegang uang kalau di rumah. Setiap rumah tangga kan beda banget ya dinamikanya, dan gak semua perempuan juga jago keuangan, gak semua laki-laki juga jago keuangan.

18. @shfnzd

caption: nikah itu mudah, karena yang penting “SAH” nya bukan “WAH” nya betul apa betul?

Emang bisa nikah modal 5 juta doang? Bisa! Buktinya adalah kita! Hai, aku Sofina dan suami, alumni nikah di KUA tahun 2023. Dan sekarang udah punya anak satu. Sebelumnya, aku mau minta maaf karena ada misinformasi di video sebelumnya. Karena aku bilang budget nikahku di KUA cuma 3 juta. Tapi ternyata yang bener adalah 5 juta. Beda tipis lah ya, nambah 2 juta aja. Oke, sekarang aku mau kasih liat ke kalian gimana sih proses acara nikah di KUA sekalian aku spil budgetnya satu persatu. Oke, ini pagi-pagi aku udah di make up-in tapi bukan sama MUA. Melainkan sama temenku sendiri. Karena aku pengen make up-nya yang simple aja. Jadi aku percaya sama temenku. Dan yang pasti budgetnya lebih minim.

Range-nya di bawah 500 ribu. Setelah selesai, kita keluar rumah dan aku foto-foto dulu sama temenku. Percaya nggak kalau attire aku yang kalian liat ini, dari atas sampai bawah aku belinya di Shopee. Total budget semuanya kurang lebih 559 ribu. Lanjut, setelah itu kita berangkat ke KUA jam setengah delapan. Sampai di KUA kita foto-foto dulu sekeluarga. Nah, tapi aku misah dulu nih sama suami. Karena belum halal, jadi belum boleh foto bareng. Kalau attire suami udah mainstream lah ya, pake jazz. Dan ini semuanya juga beli di Shopee. Budgetnya 894 ribu. Jadi total budget attire aku sama suami kurang

lebih segini. Setelah selesai foto sama keluarga, lanjut, akad dimulai, aku belum masuk ruangan. Setelah selesai akad, baru deh aku boleh masuk. Kalau ditanya, undang siapa aja sih pas akad di KUA? Kita cuma undang keluarga inti dan dua temen dekat. FYI, kita sebenarnya temen tapi menikah. Jadi kita emang punya temen yang sama, alias satu circle. Oke, setelah akad selesai, kita udah boleh foto bareng nih. Kita juga pake jasa dokumentasi ya, guys. Nama vendornya Yubimoto. Untuk budgetnya di 1,8 juta. Ini udah dapet unlimited shoot dan video sinematik selama satu menit. Kalau kalian tanya, nikah di KUA itu gratis atau bayar nggak sih? Nah, karena aku nikahnya hari Kamis, pas weekday, jadi itu gratis. Kalau weekend, kalau nggak salah, bayarnya 600 ribu. Tapi nggak sepenuhnya gratis juga sih, karena kita juga kasih 20 nasi kotak untuk pegawai KUA-nya. Budgetnya sekitar 400 ribu. Setelah selesai acara di KUA, sekitar jam sebelasan, kita langsung geser ke restoran untuk makan-makan bareng keluarga dan temen yang diundang. Untuk budget makan-makannya di 1,2 juta untuk 20 orang. Dan selesai deh acaranya, jam 12 siang. Sesimpel itu dan nggak bikin capek. Untuk total budget kurang lebih 5 juta. Tapi ini belum termasuk seserahan dan mahar ya, guys. Karena menurutku ini ranah privacy.

Yang penting, yang tidak memberatkan calon suami dan juga tidak merendahkan calon istri. Tiga hari setelah acara Aka di KUA, kita juga

ngadain acara resepsi kecil-kecilan atau intimate wedding di rumah. Jadi lanjut part 2 nggak nih?

D. Transkrip Video Respons Kreator

1. @jonathan_abee

Caption: Apa yang harus disiapkan sebelum menikah?

Transkrip :

ABE: *bi kalau laki laki harus siapin penghasilan cukup rumah sama kendaraan sebelum menikah perempuan harus siapin apa?*

CIA: *rumah sama kendaraan.*

ABE: *kok sama.*

CIA: *jadi?*

ABE: *bukannya perempuan harus siapin emosional intelligence, good parenty lah.*

CIA: *jadi cowo ngga butuh, kalau misalkan suaminya bisa kasih rumah sama kendaraan tapi istrinya tiap hari dikentung kantung siapa yang mau, menurut aku semua harus setara, emang istri kerjanya rapiin rumah doang , suami istri harus bisa rapiin rumah.*

ABE: *anjir wise banget.*

CIA: *siapa sih yang nanya. ABE: liat di tiktok.*

CIA: *emang yang nanya udha punya penghasilan cukup rumah sama kendaraan.*

ABE: *ngga tahu juga.*

CIA: *ya udah nanya nanti lagi aja kalau udah punya anjir.*

ABE: *sedih*

4. @ahmadrisyad

Caption : standar tiktok yang merusak ekspektasi kita

obrolan *bersama* ayah : A sebagai risyad dan B sebagai ayah

Transkip:

A: *"standar tiktok merusak keindahan asli dari manusia, media sosial membuat semua orang merasa punya begitu banyak pilihan untuk dirinya padahal sebetulnya tidak cobalah untuk memperhatikan orang-orang yang mencintai menghargai dan peduli padamu dalam kehidupan nyata, membuat kita terlihat seperti ada banyak ikan di laut tapi sebagian besar tidak layak untuk ditangkap, aku berani jamin, jadi sekarang itu lagi ada fenomena apa, standar tiktok gitu itu memberikan kita ilusi bahwa apa seakan akan pilihan kita nih banyak sekali gitu*

tapi ilusi ini jadi kadang merusak juga baik untuk laki laki dan untuk wanita tuh ya kan karena mungkin ekspektasi jadi terlalu tinggi."

B: *"iya betul itu, ada orang orang yang kena gitu pengaruh itu, makanya orang gitu itu harus belajar mengendalikan pikirannya ya kan karena orang ini sebetulnya dia kan diatur sama dia punya pikiran hmm dan dilandasi sama pengalaman hidupnya dia kan kalau orang jawa itu bilang ojo gumunan ojo kagetan ojo dumeh hmm tiga itu ojo gumunan tuh jangan heran melihat segala sesuatu yang engga, artinya yang megah kelihatan wah itu ya kan kemudian ojo kagetan terus dan yang ketiga ojo dumeh jangan merasa diri hyebat."*

A: *"jangan sombong gitu maksudnya."*

B: *"nah itu filosofi lama tapi itu pantas untuk dijadikan bahan pertimbangan buat kita di zaman medsos ini gitu loh kita ngambil pelajaran dan ngambil manfaat dari medsos itu nah jadi itu yang harus dikendalikan, mengambil manfaat tuh darimana saja bisa kita ngambil manfaat ."*

5. @zona_menyala

Caption: *"standar tiktok" ujar pecundang tak mampu yang memaksakan diri untuk menarik orang ke standar hidup dia yang rendah. Gausah dengerin, jadilah orang yang tepat sampai kita bisa ketemu orang*

yang tepat juga. tingkatkan kualitas diri dan lingkungan, terserah orang mau bilang apa.

Transkrip : *kenapa ya di indonesia itu klo perempuan naikin standar dibilangnya standar tiktok? standar hidup semua orang boleh punya ekspektasi yg tinggi, ga bikin orang mati kok, ya nggak sih? nggak buru buru nikah, sabar nunggu orang yang tepat, dan menjadi orang tepat itu sendiri, memperbaiki diri, memperbaiki kualitas diri, memperbaiki kapasitas, memperbaiki lingkungan, sabar sampai akhirnya ketemu dengan orang yang tepat dengan standar hidup yang kita bidik gitu. kenapa emang bikin orang sakit? bikin org mati? terus kalo ga nikah muda mati? meninggal? enggak kan. kenapa sih? sumpah kenapa? standar tiktok, patriarki, kenapa? takut ga laku? takut semua perempuan gamau sama cowo2 yg ga effort, ga punya tujuan hidup, gapunya strategi, emang kalian harusnya dibuang. gue ya, tau dari berita aja, ternyata oh ada loh kasus perceraian laki-lakinya ga kerja padahal sehat, nggak setia, nggak kerja, judi online, kayak gitu itu kan sampah, lo pikir orang kayak gitu layak dijaga perasaannya? astaga.. semoga konten kaya gini lewat kedepan mukanya, sampah lu tuh. nggak usah ngerasa*

bersalah untuk naikin standar hidup nggak untuk laki-laki dan untuk perempuan gitu. udah, gitu, salam menyala

6. @kadamsidik00

Caption : *ga ada habisnya standar tiktok*

Transkip: *saya ketemu satu konten dan sebenarnya konten ini bener bener nyebelin banget, kenapa, karena dia terlalu memaksakan standar yang dimiliki oleh orang lain dia paksakan agar itu ada pada satu orang saja dan komentarnya wow luar biasa sekali mari kita tonton videonya ya. oke tiga dua satu. orang tuaku gak setuju sama kamu, oke ini ceritanya cukup mengharukan, kisah seorang pangeran yang rela meninggalkan jabatan kepangerannya demi sosok yang dicintainya oke lanjut, jangan gitulah depan teman temanku malu maluin, oke besok aja jalannya, jangan sekarang lagi hujan, oke saya nggak tahu ini foto dari mana tapi sepertinya dari film, oke aku sibuk jadi nggak sempat balesin chat kamu, oke ini ceritanya dia seorang tentara yang sedang menulis surat untuk istrinya di tengah masa masa peperangan, aku gak bisa sama kamu lagi bakalan susah ketemu, oke saya bakalan blur nanti fotonya, intinya itu adalah orang yang ditangkap di penjara tapi dia masih sempat ciuman sama istrinya sama pacarnya, wallahualam, ortuku ketat banget sama aku, oke ini seperti ini*

juga adalah fotonya, entah ini real apa film wallahualam, kita bakalan cepat bosan udah pasti, oke seperti itu real, tempat tinggal kamu jauh banget sih, oke saya gak tahu cerita dibaliknya, tapi lanjut, ldr ga worth it, oke kita intinya intinya ini semua adalah cerita cerita yang sekumpulan cerita manusia yang berbeda beda dimana sifat sifat terbaik mereka itu ditampilkan dalam satu gambar tertentu dimana sebenarnya kita tidak bisa mengambil satu kesimpulan yang amat sangat mendetail hanya dari satu gambar saja, satu gambar tidak akan pernah mewakili cerita yang amat sangat panjang memang kita bisa bikin berbagai macam cerita cukup dari satu gambar saja tapi kalau semisal kita mau kaji lebih dalam lagi susah kita menentukan kesimpulan cukup dari satu gambar saja, dan ini semua adalah sesuatu yang amat sangat menyebalkan, kenapa, karena anda memaksakan kelebihan yang dimiliki oleh banyak orang anda paksakan ada pada satu orang saja, kita analogikan seperti ini, orang a punya kelebihan loyal tapi dia cuek, dia ngga pekaan dan dia pemaarah, yang b dia perhatian tapi gak loyal dia pemaarah dan dia gak pekaan, yang ke-3 dia p-enyabar tapi sayangnya dia cuek dia tidak perhatian dan dia tidak loyal dan orang yang terakhir dia pekaan tapi dia cuek dia gak loyal dan dia cepat marah mereka semua punya kelebihan dan kekurangan masing masing, bukan.

dan 4 orang ini adalah orang yang berbeda semuanya, nah anda melupakan semua kekurangan dari 4 orang ini anda melihat kelebihan dari 4 orang ini anda konversikan dan paksakan harus ada pada satu orang sama seperti video video yang ada di sini, ini adalah orang yang berbeda dengan kelebihan masing masing anda paksakan itu semua pada satu orang saja, mungkin prince Harry rela untuk meninggalkan tahtanya sebagai seorang pangeran demi sosok yang dicintain ya tapi prince Harry di masa peperangan belum tentu mau menulis surat seperti ini mungkin dia rela nulis surat seperti ini ketika masa peperangan tapi ketika mungkin dia masuk penjara dia juga tidak bisa untuk masih datengin pacarnya atau istrinya yang sedang duduk di sana mungkin dia rela menua bersama tapi andaikan dia punya tahta sebagai seorang pangeran dia tidak ingin melepaskan tahta kepangerannya so, please stop stop anda paksakan standar yang ada pada orang lain anda tetapkan kepada pasangan anda ini ngga berlaku buat pasangan doang, ini berlaku buat segala hal, saudara, orang lain, ngga usah dibandingin sama saudara anda, terima saudara anda apa adanya terima realita bahwa hidup itu memang tidak semenyenangkan fyp tiktok, fyp tiktok itu adalah sekumpulan imajinasi imajinasi orang lain dikumpulkan jadi satu yang namanya imajinasi dicari yang baik baiknya doang

sedangkan hidup itu tidak seindah imajinasi yang dibuat oleh orang orang, stop bandingkan kehidupan anda kehidupan pasangan anda kehidupan saudara kehidupan orang tua dengan kehidupan orang lain dengan kehidupan imajinasi orang orang tiktok

3. @ofa.mustofha

Caption: *lagi rame dibahas nih standar tiktok yang bikin rumah tangga hancur, bahaya banget gak sih??*

Transkrip: *Stop! Lihat konten TikTok sebelum rumah tangga hancur. Lagi ramai dibahas nih tentang konten TikTok yang bisa menghancurkan rumah tangga banyak orang. Kok bisa? Buat yang belum tahu, standar App TikTok biasanya terdiri daripada quotes-quotes.*

Nah, quotes-quotes ini biasanya mempengaruhi overthinking mereka yang sudah berumah tangga. Padahal, quotes-quotes tersebut tidak jelas sumbernya. Dan juga, masalah rumah tangga tidak bisa kita samakan dengan masalah orang lain.

Artinya, masalah rumah tangga si A dengan si B itu jelas berbeda. Apabila ada quotes yang menunjukkan untuk rumah tangga si C diambil oleh si A dan si B, tentu tidak tepat dan tidak benar. Yang terjadi, malah rumah tangganya hancur.

Karena masalah rumah tangga kita tidak bisa samakan. Yang terpenting adalah kita percaya pada pasangan kita setiap masalah lalui berdua agar semuanya bisa memahami satu sama lain. Perihal konten-konten TikTok, itu bisa saja diambil jika baik.

Tapi jangan sampai menjadi standar dan dasar Anda dalam berumah tangga. Karena orang-orang yang membuat quotes-quotes tersebut pun tidak jelas sumbernya. Mungkin orang-orang yang membuat quotes tersebut belum merasakan apa itu masalah rumah tangga. Bisa saja terjadi. Makanya, jangan termakan oleh quotes-quotes yang lain. Silahkan diskusikan masalah tersebut dengan pasangan Anda sendiri. Jangan dibawa keluar. Nah, itulah sekilas standar TikTok yang ramai dibahas tentang rumah tangga. Kalau menurut sahabat pikir bagaimana? Coba tulis di kolom komentar.

4. @cresenciatanuwijaya

Deeptalk Bersama suami, sudah berumah tangga, sudah punya 2 anak, isi konten terkait realita permasalahan dalam rumah tangga, rata2 viewers jutaan.

Caption: *kunci pernikahan itu saling respect ya.. jadilah pribadi yang mau saling respect dengan pasangannya bukan yang malah ngomng “dasar standar tiktok”*

Transkip:

Suami : *“say, kamu jadi perempuan jangan suka pakai standar tiktok lah, “*

Istri : *Standar apa?*

Suami : *“Kamu pengen dapet suami yang bisa bantu pekerjaan rumah, kamu kan ga kebayang aku tu juga cape, cari duit, abis itu di suruh bantuin pekerjaan rumah, lah kamu enak, dapet gaji buta, coba deh kamu cari nafkah, “*

Istri : *“Beresin rumah dan masak itu basic skill, kamu kebayang gabkalau kamu ga nikah sama aku terus tua sendirian bersrti kamu yang beresin rumah dan masak sendirian dong? Dan soal cari nafkah pun kita sebagai para istri sebelum menikah juga mencari nafkah, kerja, terus sampai rumah kita tetap masak dan tetep beresin rumah, kita ga ada ngeluh apa2 tuh dirumah dulu pas melajang, dan soal gaji buta, menurut kamu tuh kamu ngegaji aku? Nih ya uang yang kamu kasih itu untuk biaya sekolah anak, buat lauk pauk 4 sehat 5 sempurna pagi siang malam, buat bayar Listrik, bayar air, gas, iuran sampah, etapi enak juga ya kalo semisal dapet gaji dari kamu? Buat tambahan beli kebutuhan sendiri. Lagian ya yg Namanya rumah tangga itu jangansuka merasa paling cape, jangan suka merasa yang paling berpengaruh soal keuangan, karena rumah tangga itu harusnya saling, saling menguatkan, saling membantu, kalau mau ngaduan cape mah ga ada abisnya, Namanya menikah itu 2 orang yang jadi satu jadi harusnya saling respect aja supaya rumah*

tangganya itu fun, apalagi kalau punya anak itu kemauannya siapa sih? Kan mau 22nya dong berarti harus saling bantu, kecuali salah satu doang yang mau punya anak”

5. @dyahdeam

Caption: Cukup ya dikit-dikit kemakan QUOTES

Transkrip: *Jangan kebanyakann nonton video kaya gini, (mennunjukkan isi dari konten fyp terkait quotes idealis pasangan), siapa yg kemarin ngikutin konten mokondo, selain donator dlarang mengatur, atau sering juga baca konten tentang hubungan yang isinya “carilah laki2 yang cintanya lebih besar dari kamu maka hidup kamu akan lebih bahagia”*

TOTALLY NONSENSE, belajar menjalani hidup realitamu sendiri, bahkan walaupun kamu nemuin riset2 yang mungkin membatu kamu itu bisa jadiin referensi saja untuk hidup kamu, kamu ga akan benar-benar bisa menerapkan itu dalam hidup kamu, itulah kenapa Cuma ada 50% gen Z yang bisa handle stress nya dengan baik dan kesehatan mentalnya cenderung buruk banget di bandingin generasi lainnya, dan data ini real di lakukan sama APA di tahun 2018, benar sekali bahwa stress itu banyak penyebabnya tapi jangan di tambahi dengan standar2 yang ga di ketahui

juntrungannya kemanaapalagi ngelihat dari sosmed, cerita orang, pengalaman orang, yang kita saja belum tentu merasakan itudan kita belum tentu ngehadapin itu juga.

Dia tidak mengatakan bahwa gen z itu generasi yang lemah, justru generasi yang penuh dengan challenge dari pandemi, menghadapi transisi oerkembangan zaman, lalu kemudian banyak informasi yang didapat sampai akhirnya bisa bikin burnout, jangan sampai kalah sama tantangan, jadi tolong deh jangan sampai salah fokus ngelihat banyaknya informasi yang bisa kamu akses terus kamu ambil itu mentah mentah dalam hidup kamu, yang ada malah bikin kamu overthinkingdan ga fokus sama realita kehidupan kamu, harusnya kamu improve diri malah jadi overthinking, harusnya kamu mencari tahu bagaimana cara kamu menyelesaikan masalaha kamu, tapi kamu malah kebanyakan scrolling2 dan akhirnya kemakan itu sama omongan dan pengalaman yang gatau asalnya darimana dan kemana? Jangan kasih makan pikiran kamu dengan hal hal yang ga relevan sama kehidupan kamu, selesain sekarang masalah kamu, tulis semua hal yang mau kamu lakuin dari hari ini, besok, setahun lagi dua tahun lagi, jadikan sibuk yang bermanfaat buat diri kamu, lingkungan kamu, dan msa depan kam, apasih yang sudah kamu hadapin selama jadi gen z dan selalu di

rendahi sama genrasi lainnya, dan kira2 apa sih yang ingin kamu pelajarin lebih jauh lagi, karir kah? Bisnis? Self improvement?

6. @agilnofian

Caption: *POV menikahi wanita yang mengikuti standar tiktok*

Judul konten di dalam opening video: *POV: Menikahi wanita yang suka Mengikuti standar tiktok*

Transkip:

suami baru plg kerja: *sayang.. mass.. (ketendang toples dan ngelihat istri sedang scroll sosmed)*

suami: *sayang? (scene menampilkan rumah yg berantakan)*

(lalu suami merebut *handphone* istri)

istri : *opo to?*

suami : *km itu ngapain aja dirumah? mulai dari aku berangkat kerja sampai sekarang pulang rumah sama sekali tidak disapu. sudah di ringankan, pakaian dilaundry, makanan beli, terus tugas kamu itu mau apa? kamu mau jadi seperti nyi blorong gitu? memperbudak aku? buat cariin kamu uang aja gitu?*

Istrii : *oohhh??*

Suami: *iyaa, saya patriarki, mau apa? saya patriarki kadang patrick star
patric wanggai, patrick kluviert, mau apa lagi hah?*

👤: *sesungguhnya suami yg tulus mencintaimu ialah yang meratukan istrinya,
bukan yg menjadikan kamu pembantu dirumah*

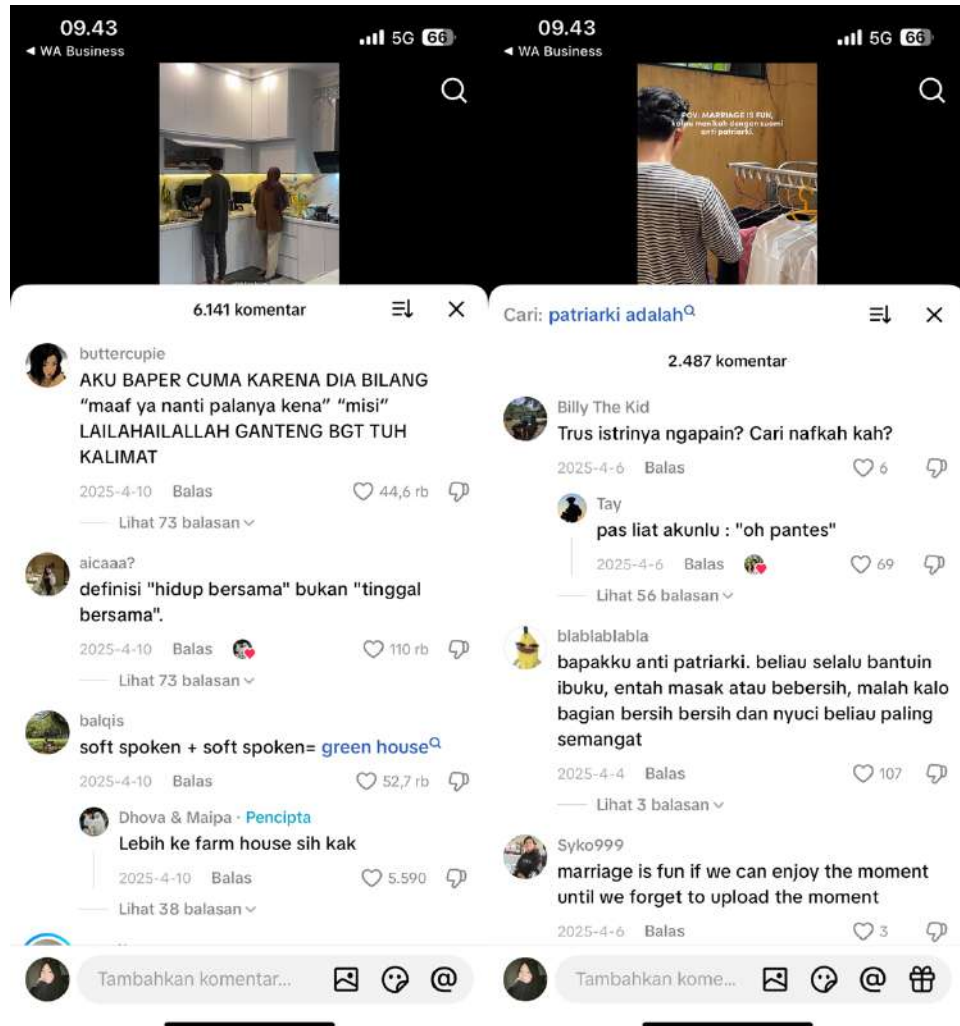
Suami: *tidak semua yg kamu lihat di tiktok itu bisa di terapkan di realita,
sekarang di bersihin dulu ayo, mas bantu..*

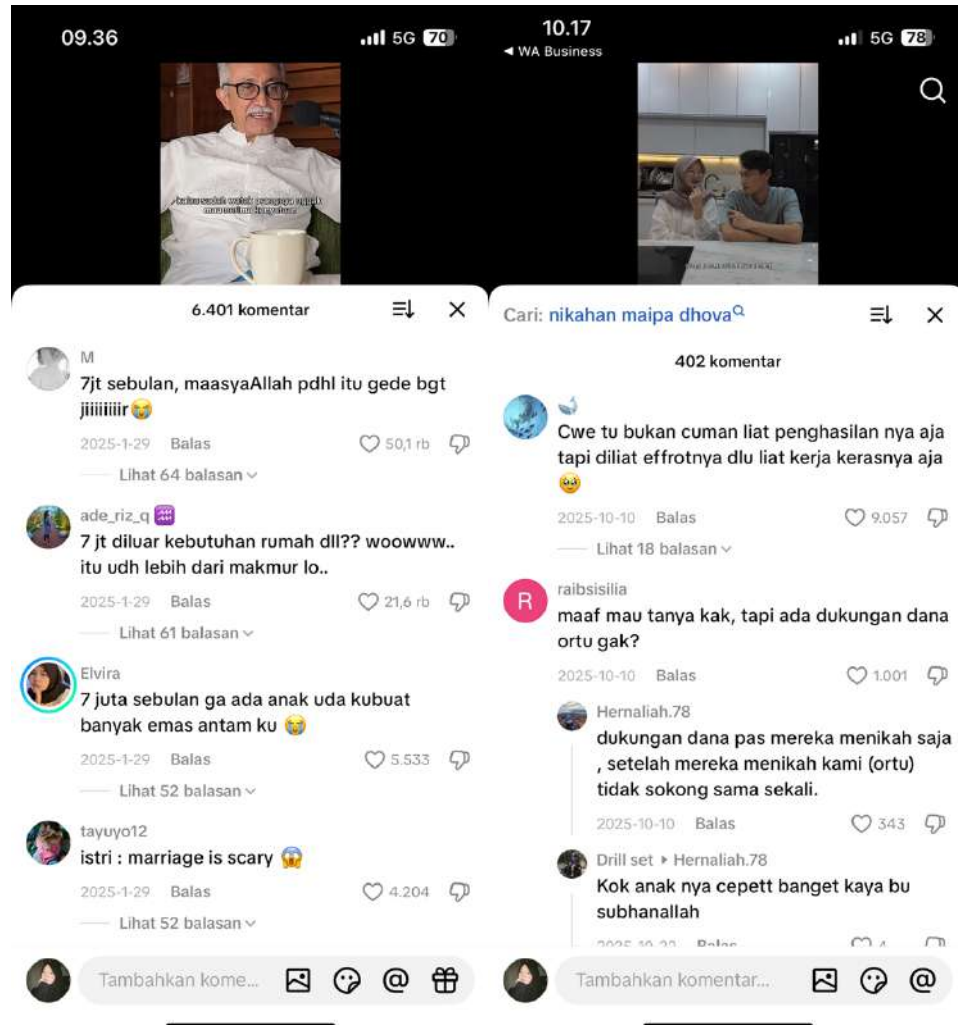
(scene suami mengambil sapu tapi tidak tersentuh alias tembus pandang)

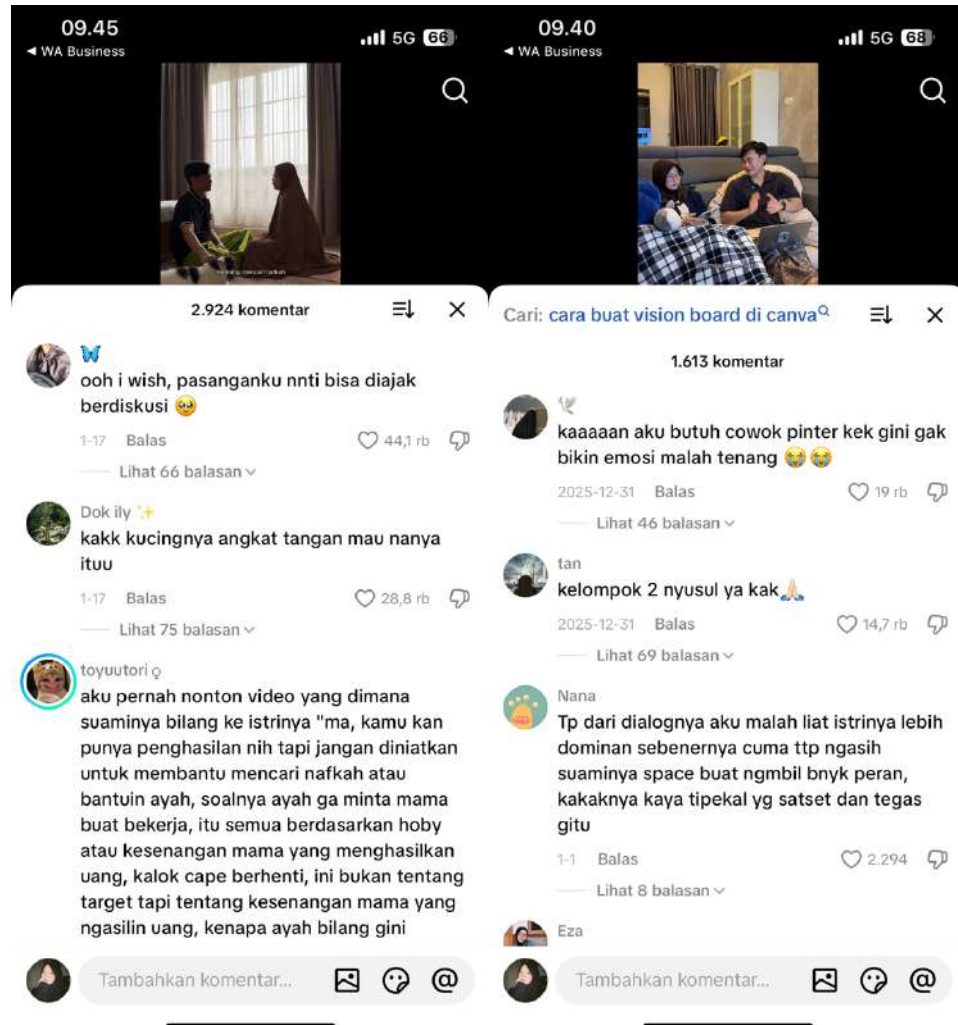
👤: *kamu harus terima semua ini mas, kamu tuh udah gak tinggal bareng
kita lagi*

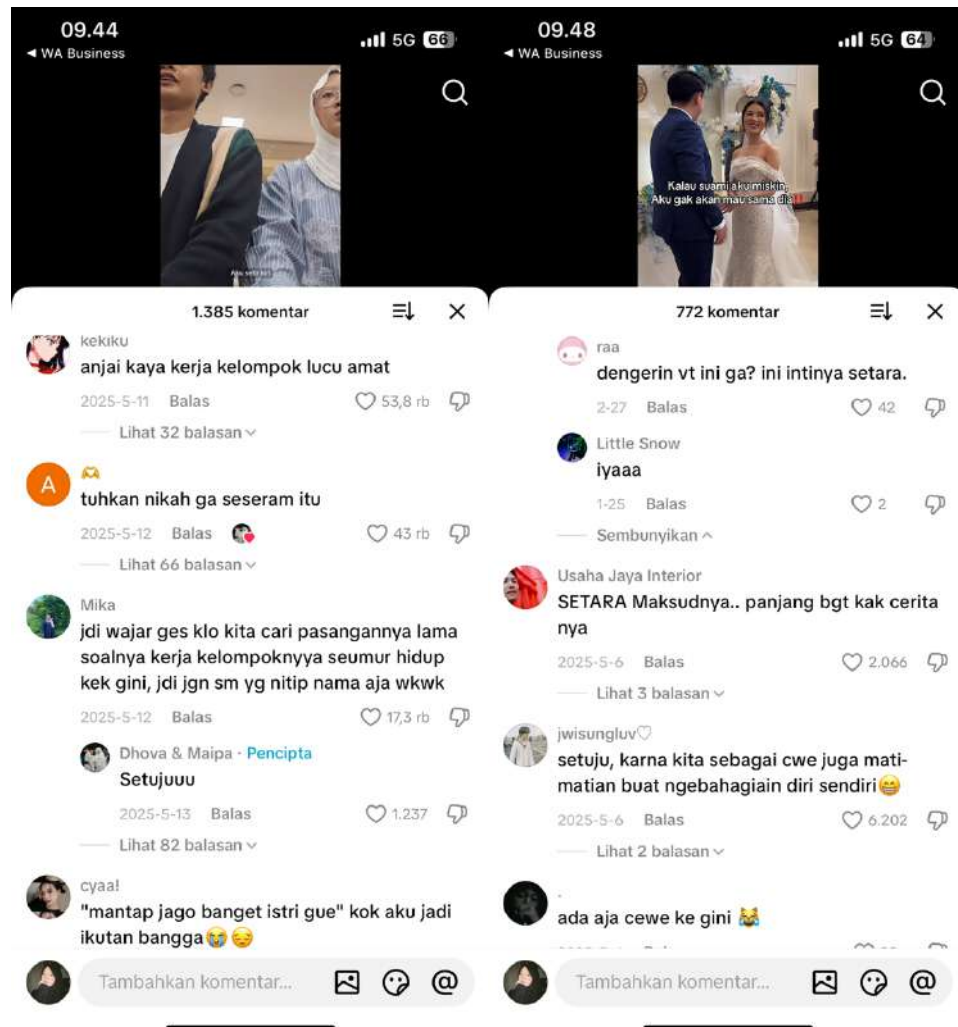
suami: *hah? saya demit?*

E. Screenshot Konten dan Komentar









09.41

WA Business

5G 68

09.46

5G 65

5G 65

Cari: **ibunya nyok sindir elen**

2.503 komentar

Gaby nainggolan

Semoga dapat calon suami yang pola pikirnya begini Tuhan aminnnn

1-30 Balas

51,2 rb

Lihat 54 balasan

Mia

Istrinya beruntung banget

3-1 Balas

29,8 rb

Lihat 14 balasan

deni@14

harusnya buat contoh yg Kya gini,justru yg bener tuh begini.. semoga samawa terus bang sama mb..

1-29 Balas

9.203

Lihat 4 balasan

fentihsn

tolong fyp ke calon suamiku yang gatau dimana

Tambahkan kome...

2.924 komentar

Gala Lemia

Istri di rumah dan suami keluar itu udah "setara" kok. Istri dirumah kerja sesuai dengan fitrah atau "fitur"nya, sedangkan suami kerja keluar sesuai fiturnya yang pejuang. Siapa blg istri dirumah diem aja? Mengurus all details itu keunggulan istri, coba dibalik? Suami nyari kunci yg didepan mata aja gak keliatan. Istri kerja diluar? Bisa, tapi apa yg sering terjadi? Emosi gak stabil, cuapek bgt sampe rumah suka sensi marah2 (gak semua tp bbrp demikian termasuk aku), dan udah habis energi untuk urus rumah apalagi nyenengin suami. Padahal itu tnggjwb utamanya. Aturan Allah tidak akan menyesatkan, aturan Allah itu menyelamatkan insyaa Allah kontennya bermanfaat dunia & akhirat ya ka, semoga Allah selalu jaga keluarganya

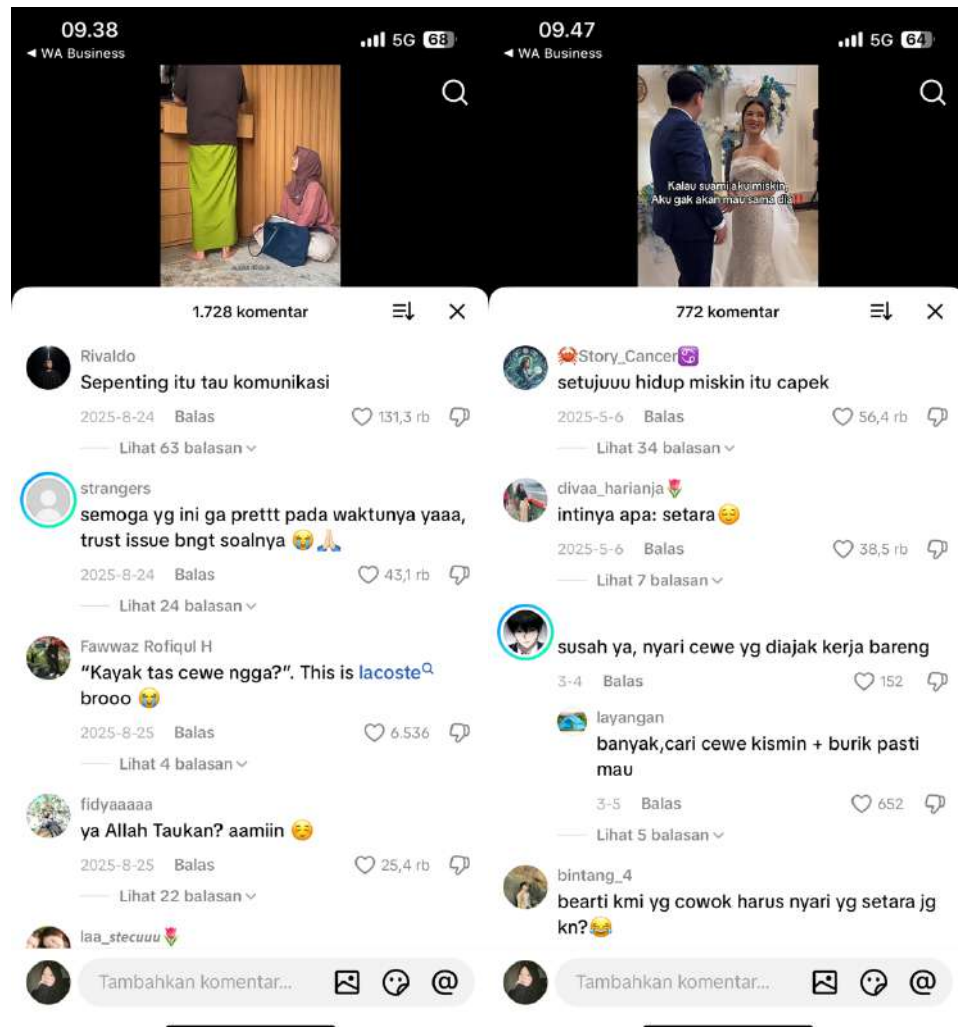
1-19 Balas

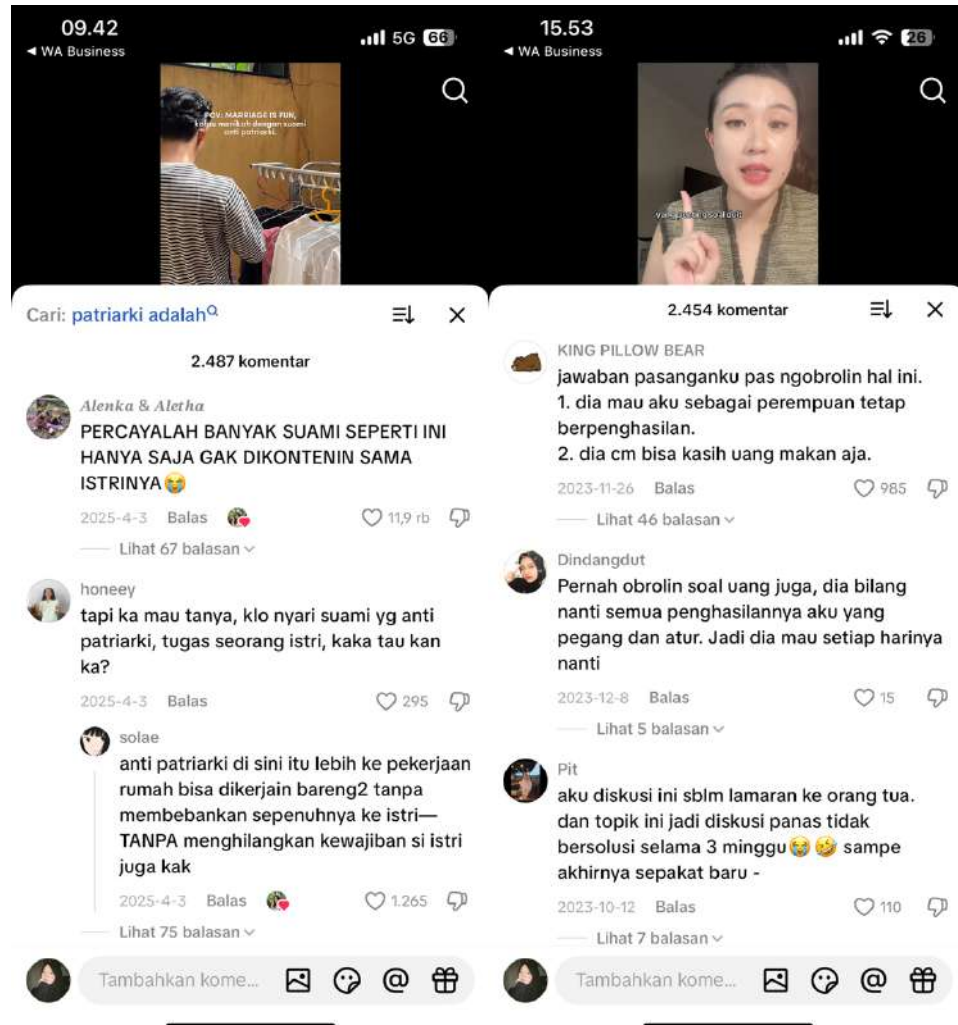
419

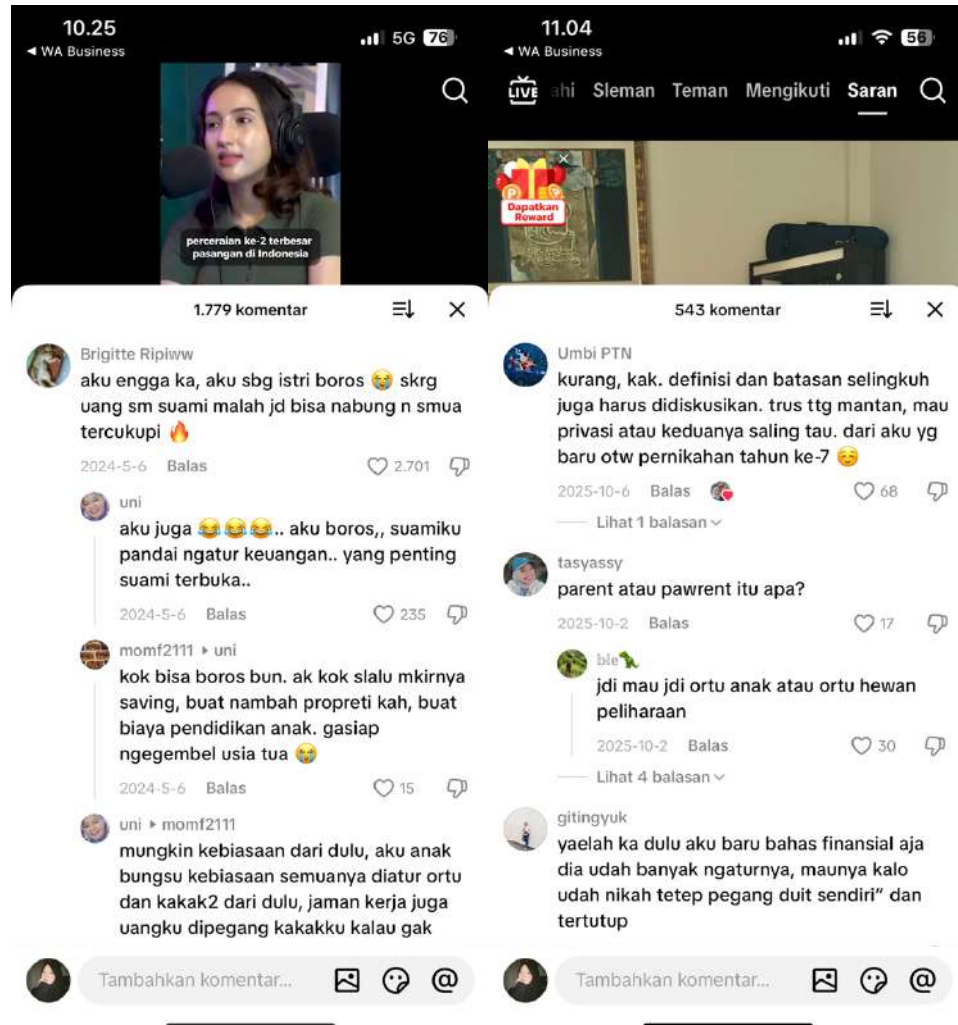
sasa

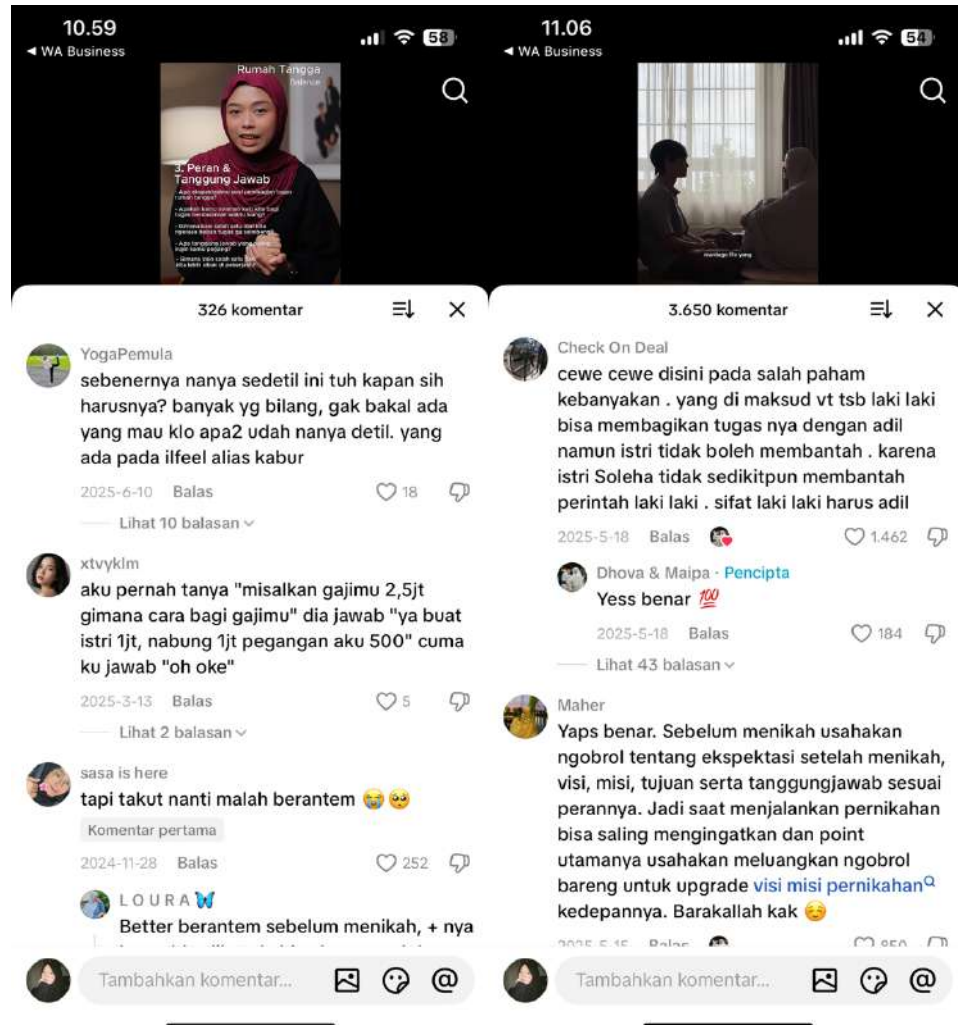
tp aku dirumah aja emosi trs kak hahahhah

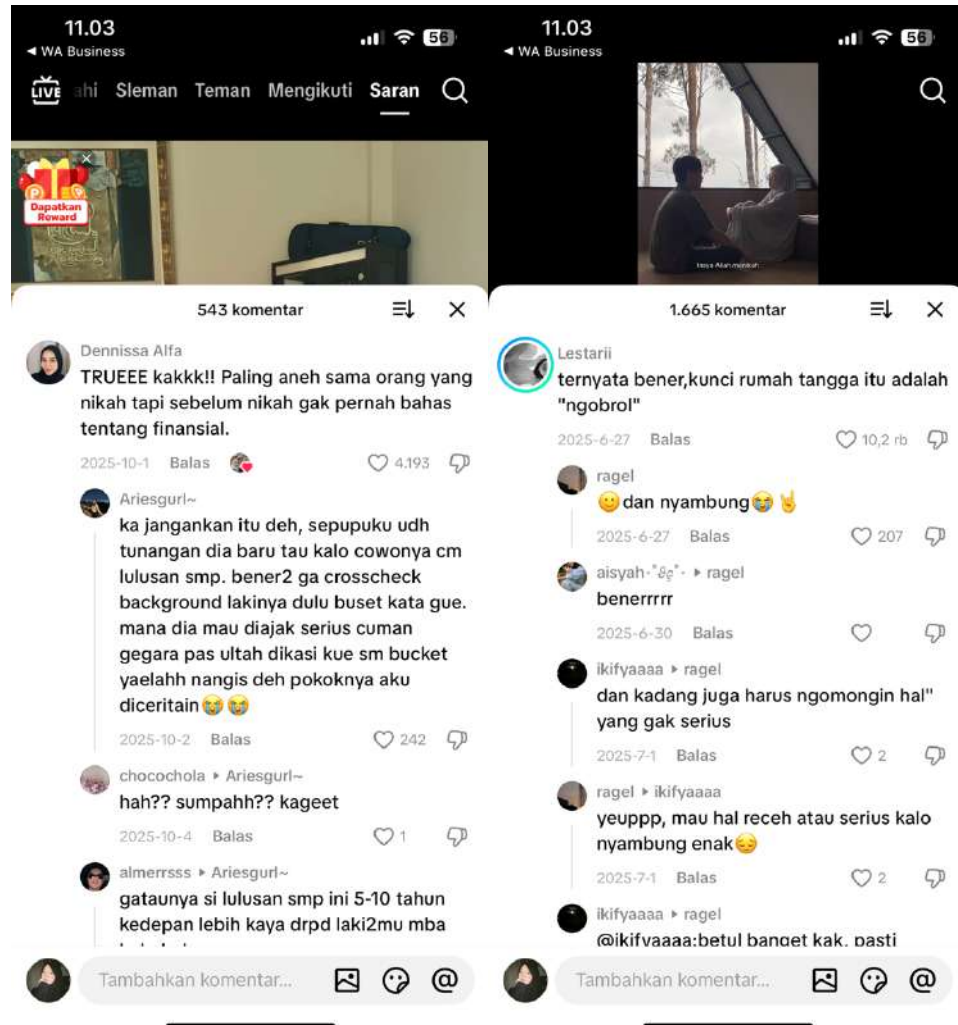
Tambahkan komentar...

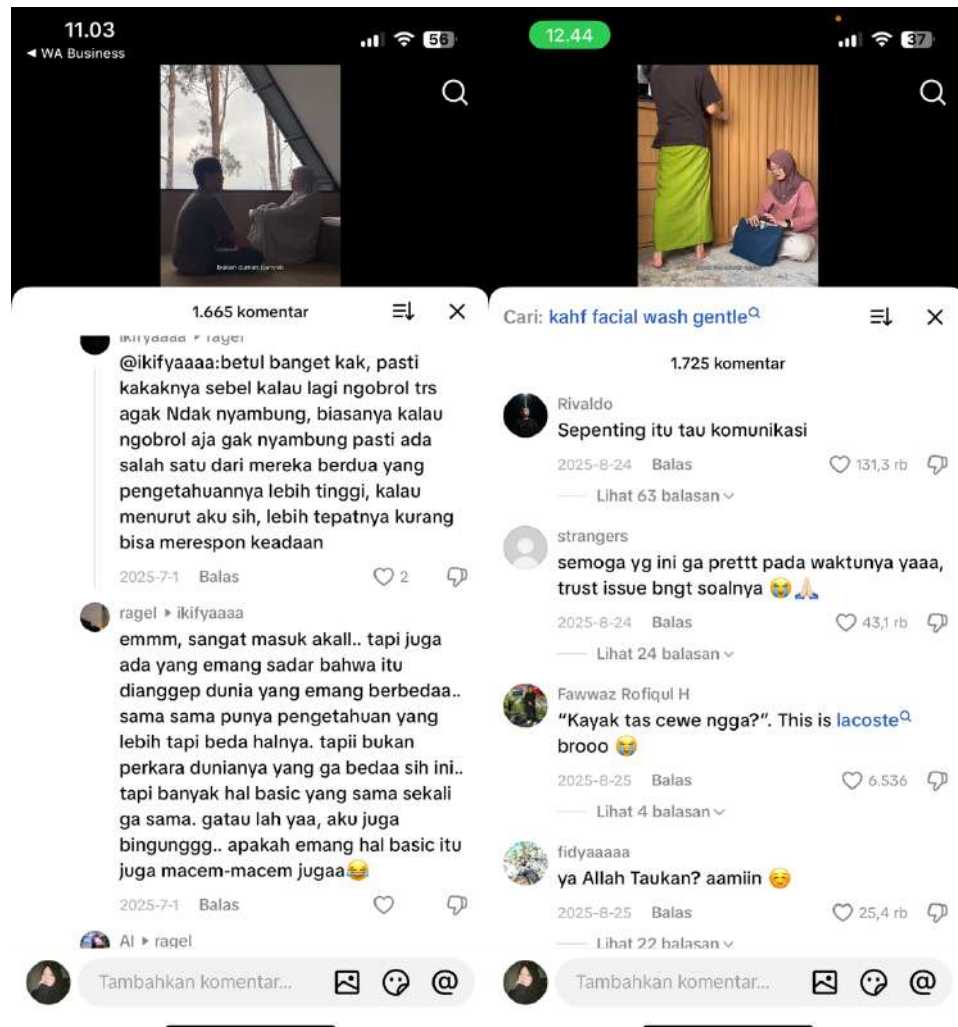


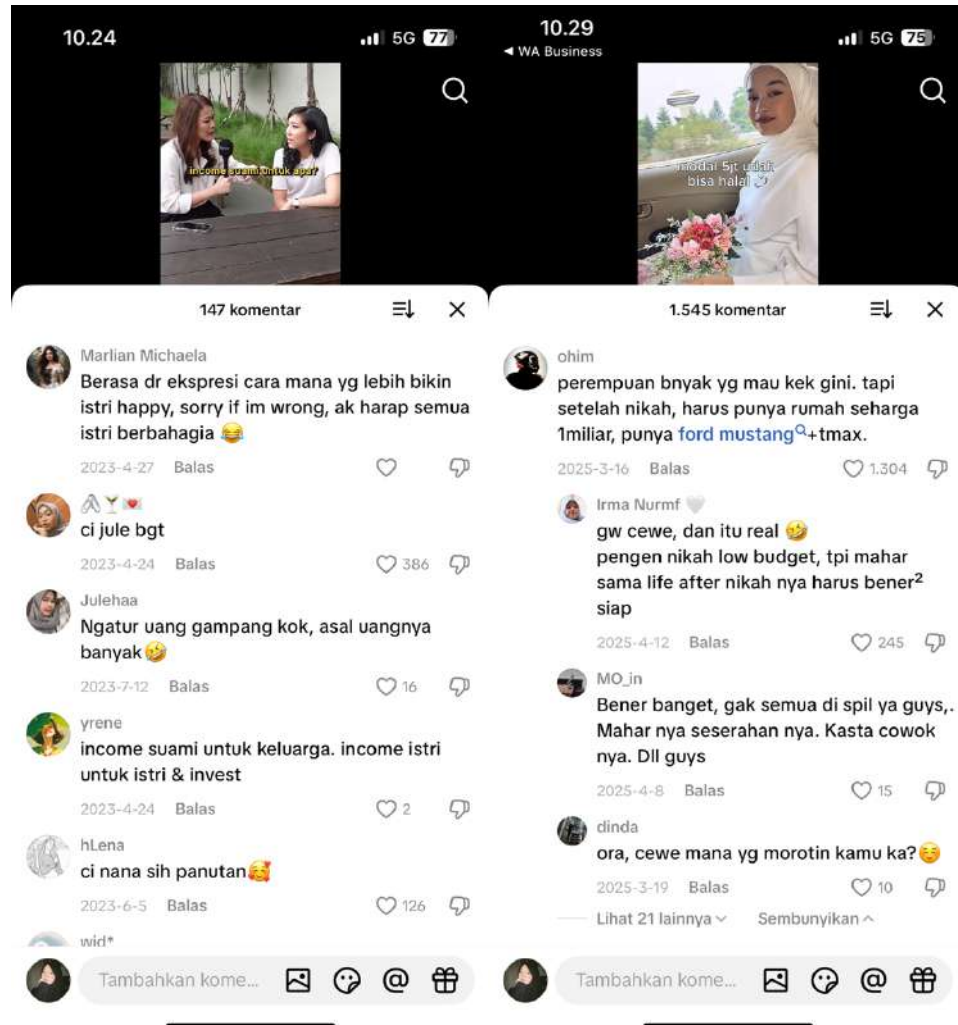


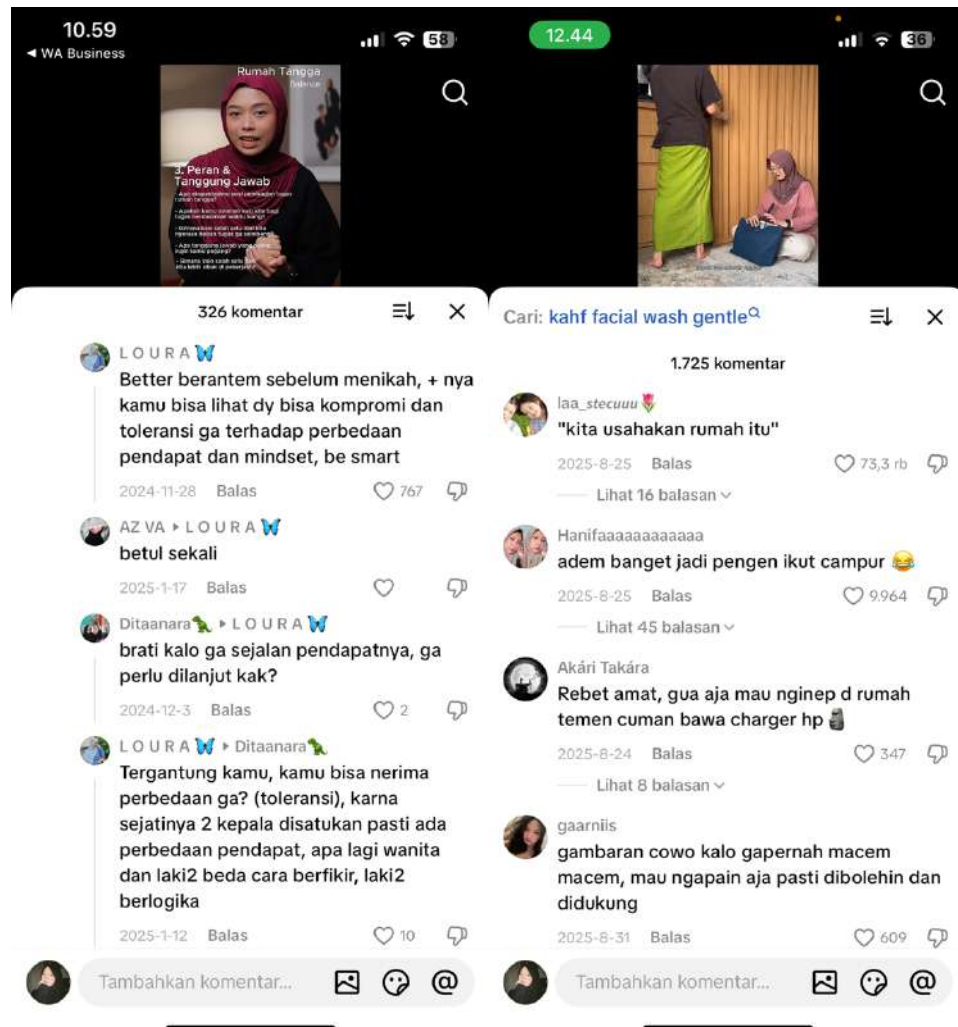


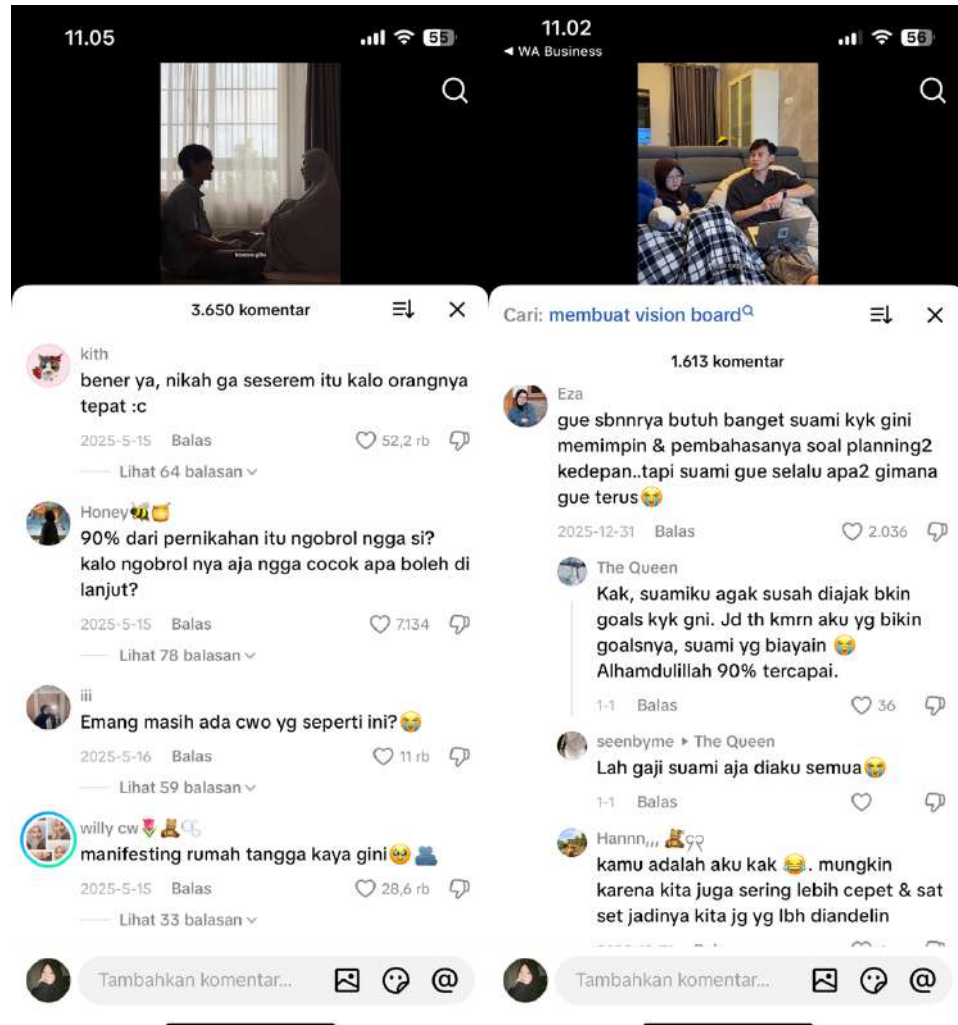


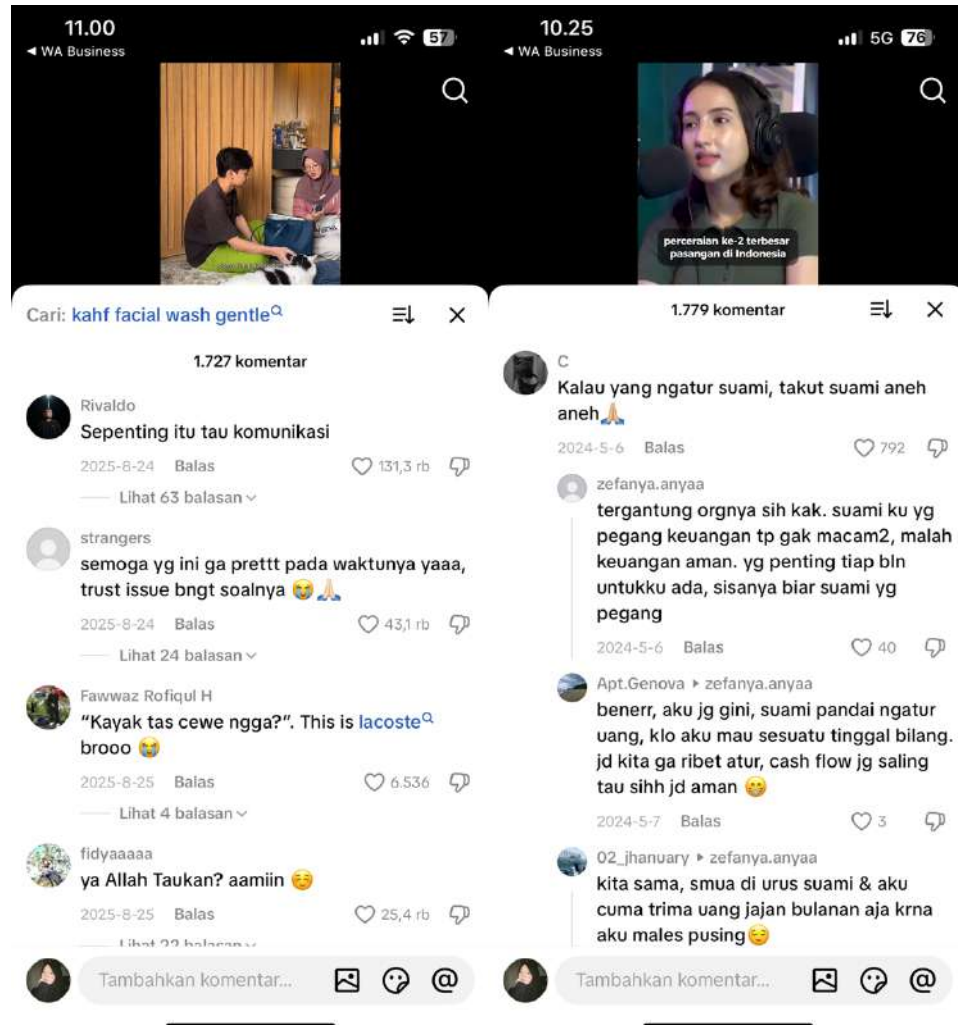


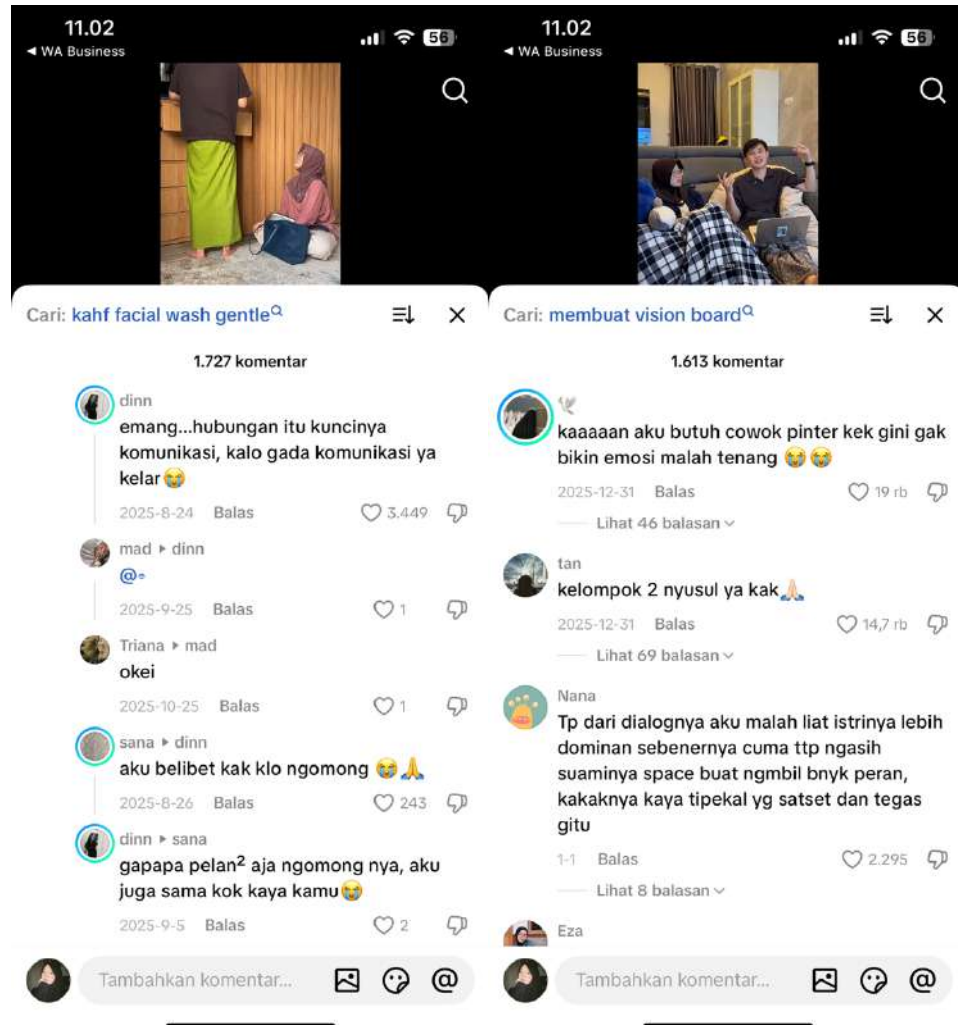














F. Panduan Wawancara

Panduan ini digunakan sebagai acuan wawancara semi-terstruktur. Pewawancara dapat mengembangkan pertanyaan sesuai arah diskusi tanpa mengubah substansi pokok pertanyaan. Pertanyaan nomor 1-5 diajukan kepada seluruh informan, sedangkan pertanyaan nomor 6-7 disesuaikan dengan profil masing-masing informan.

1. Pertanyaan Umum (seluruh informan)

- a. Seberapa sering Anda mengakses konten TikTok bertema pernikahan atau kehidupan rumah tangga?
- b. Konten seperti apa yang paling sering muncul di For You Page (FYP) Anda, misalnya terkait pembagian tugas rumah tangga, nafkah, atau pola komunikasi pasangan?
- c. Apakah terdapat konten yang menurut Anda sangat relevan dengan kondisi pribadi Anda? Jika ada, seperti apa konten tersebut?
- d. Apakah terdapat konten yang menurut Anda berlebihan atau tidak realistis? Apa yang mendasari penilaian tersebut?
- e. Setelah terpapar konten-konten tersebut secara berulang, apakah cara pandang Anda terhadap pernikahan mengalami perubahan?

2. Pertanyaan Tambahan Informan Sudah Menikah

- a. Apakah Anda atau pasangan pernah mendiskusikan sesuatu yang terinspirasi dari konten TikTok? Bagaimana hasilnya?
- b. Apakah terdapat standar yang dikonstruksi konten TikTok yang sesuai dengan realita pernikahan Anda? Apakah ada yang justru tidak sesuai?

3. Pertanyaan Tambahan Informan Belum Menikah

- a. Apakah konten TikTok memengaruhi kriteria pasangan ideal Anda? Dalam hal apa pengaruh tersebut paling terasa?

- b. Apakah Anda pernah memberikan komentar pada konten bertema pernikahan? Apa yang mendorong Anda untuk terlibat dalam kolom komentar tersebut?

4. Pertanyaan Tambahan Informan Laki-laki dengan Perspektif Kritis

- a. Sebagai laki-laki, bagaimana Anda menilai standar pernikahan yang dikonstruksi konten TikTok apakah bersifat berimbang atau cenderung bias terhadap salah satu pihak?
- b. Menurut Anda, apa dampak konten bertema standar pernikahan ini terhadap cara pandang generasi muda secara umum?

G. Transkrip Wawancara

INFORMAN L-1 (Laki-laki, Belum Menikah)

- a. **Seberapa sering kamu scroll konten TikTok bertema pernikahan atau rumah tangga?**

Lumayan sering, tapi sebenarnya bukan karena saya sengaja cari. Biasanya muncul sendiri di FYP. Kalau sudah nonton satu atau dua video tentang rumah tangga, nanti konten yang mirip jadi sering lewat. Jadi dalam seminggu pasti ada beberapa kali saya lihat konten soal pernikahan, suami istri, atau hubungan pasangan.

- b. **Konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP kamu?**

Yang paling sering muncul itu soal nafkah, peran suami, pembagian tugas rumah, dan cara komunikasi dengan pasangan. Banyak juga konten yang membahas laki-laki harus siap secara finansial sebelum menikah. Selain itu, ada konten tentang suami yang harus peka, harus bisa mendengarkan pasangan, dan tidak boleh menganggap pekerjaan rumah sebagai tugas istri saja.

c. Ada tidak konten yang menurutmu sangat relate dengan kondisi kamu?

Seperti apa?

Ada. Yang paling relate itu konten tentang laki-laki yang merasa belum siap menikah karena faktor ekonomi. Menurut saya itu cukup nyata. Banyak laki-laki sebenarnya bukan tidak mau menikah, tapi masih mikir soal pekerjaan, penghasilan, tempat tinggal, dan tanggung jawab setelah menikah. Jadi saya merasa konten seperti itu cukup menggambarkan kondisi laki-laki muda sekarang.

d. Ada konten yang menurutmu lebay atau tidak realistis? Kenapa?

Ada. Menurut saya, konten yang terlalu menggambarkan suami ideal itu kadang lebay. Misalnya suami harus selalu kuat secara finansial, selalu romantis, selalu peka, selalu sabar, dan tidak boleh salah. Menurut saya itu kurang realistis. Laki-laki juga manusia biasa. Dalam pernikahan, dua-

duanya pasti punya kekurangan. Jadi kalau semua tuntutan hanya diarahkan ke satu pihak, rasanya kurang adil.

e. Setelah sering menonton konten-konten itu, apakah cara pandangmu tentang pernikahan berubah?

Iya, sedikit banyak berubah. Dulu mungkin saya melihat pernikahan sebagai hal yang sederhana, asal saling sayang dan cocok. Tapi setelah sering lihat konten seperti itu, saya jadi sadar kalau pernikahan jauh lebih kompleks. Ada urusan ekonomi, komunikasi, emosi, pembagian peran, dan kesiapan mental. Tapi di sisi lain, terlalu banyak konten seperti itu juga kadang bikin overthinking soal menikah.

f. Sebagai laki-laki, bagaimana kamu melihat standar yang dibentuk konten TikTok? Apakah adil atau cenderung bias ke satu pihak?

Menurut saya, kadang standar yang dibentuk TikTok masih cenderung bias. Banyak konten yang menuntut laki-laki untuk mapan, dewasa, peka, sabar, dan selalu bisa memahami pasangan. Sebenarnya hal itu bagus, tapi kalau hanya laki-laki yang dituntut berubah, menurut saya jadi kurang seimbang. Dalam hubungan, perempuan juga punya tanggung jawab yang sama untuk komunikasi, menghargai pasangan, dan mengelola konflik. Jadi standar pernikahan seharusnya dua arah.

g. Menurut kamu apa dampak konten standar pernikahan ini ke generasi muda secara umum?

Menurut saya dampaknya campur. Positifnya, anak muda jadi lebih sadar kalau menikah itu bukan cuma soal cinta. Mereka jadi lebih mikir soal kesiapan mental, finansial, komunikasi, dan tanggung jawab. Tapi negatifnya, konten seperti itu juga bisa bikin orang takut menikah. Banyak standar yang kelihatan terlalu tinggi, sampai orang merasa dirinya belum cukup layak atau pasangannya belum cukup ideal. Akhirnya, orang bisa terlalu banyak membandingkan hubungan nyata dengan konten TikTok yang belum tentu sesuai kenyataan.

INFORMAN L-2 (Laki-laki, Belum Menikah)

1. Seberapa sering kamu scroll konten TikTok bertema pernikahan atau rumah tangga?

Untuk saat ini sebenarnya tidak terlalu sering, tapi kemarin-kemarin karena pernah mencari konten bertema pernikahan atau pasangan, FYP-nya jadi sering memunculkan konten tentang pernikahan atau pasangan.

2. Konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP kamu?

Yang muncul di FYP saya adalah bagaimana cara komunikasi pasangan yang baik, seperti komunikasi dua arah.

3. Ada tidak konten yang menurutmu relate dengan kondisi kamu?

Seperti apa?

Sebenarnya ada beberapa yang relate. Yang pertama konten tentang bagaimana cara menyelesaikan konflik dalam suatu hubungan, dan yang kedua bagaimana cara saling mempercayai pasangan.

3. Ada konten yang menurutmu lebay atau tidak realistis? Kenapa?

Untuk konten yang lebay, di TikTok hampir mayoritas kontennya menurut saya memang lebay. Contohnya konten-konten yang terlalu bucin atau terlalu mengumbar-umbar hubungan dengan pasangan.

4. Setelah sering menonton konten-konten itu, apakah cara pandangmu tentang pernikahan berubah?

Sebenarnya itu kembali lagi ke diri masing-masing. Kalau saya, setelah menonton konten tersebut memang ada insight yang didapat, tapi tidak langsung ditelan mentah-mentah. Saya mencari lagi sumber-sumber yang relevan seperti di website atau artikel. Jadi tidak langsung menerima begitu saja isi konten tersebut.

5. Sebagai laki-laki, bagaimana kamu melihat standar yang dibentuk konten TikTok? Apakah adil atau cenderung bias ke satu pihak?

Menurut saya TikTok itu cenderung memihak ke salah satu pihak. Terutama kalau algoritmanya sebelumnya pernah terpapar konten tentang kesedihan, biasanya yang muncul memihak ke kesedihan dari sudut pandang laki-laki. Jadi cenderung memilih ke salah satu pihak.

6. Menurut kamu apa dampak konten standar pernikahan ini ke generasi muda secara umum?

Sebenarnya tergantung dari penggunaanya dan konten apa yang pernah dicari sebelumnya. Kalau yang keluar di FYP saya, sebenarnya bisa berdampak positif bagi anak muda. Karena ada juga tren pernikahan yang memindahkan paradigma lama ke paradigma sekarang, seperti tren pernikahan cukup di KUA saja. Itu membuat banyak orang tertarik dan berdampak pada cara pandang generasi muda terhadap pernikahan.

INFORMAN L-3 (Laki-laki, Belum Menikah)

1. Seberapa sering kamu scroll konten TikTok bertema pernikahan atau rumah tangga?

Sering scroll tapi lebih sering di-skip kontennya.

2. Konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP kamu?

Akhir-akhir ini konten yang muncul lebih ke pertanyaan sidang skripsi, olah data, dan yang paling tidak bisa dan tidak akan aku hilangkan adalah konten gym dan social experiment tentang orang yang mengalami depresi.

3. Ada tidak konten yang menurutmu relate dengan kondisi kamu?

Seperti apa?

Konten yang paling relate itu yang isinya tentang "kita hidup ini buat apa sih?" sama "be a good person" dan "be kind to others."

4. Ada konten yang menurutmu lebay atau tidak realistis? Kenapa?

Kalau secara personal menurutku hampir 90% konten itu dilebih-lebihkan dan sangat tidak realistis, jadi tidak menggambarkan realita yang sesungguhnya terjadi.

5. Setelah sering menonton konten-konten itu, apakah cara pandangmu tentang pernikahan berubah?

Aku melihat pernikahan adalah salah satu tujuan hidupku, tapi yang membuat pandanganku berubah bukan konten, lebih ke perilaku mantan waktu pacaran dulu. Untuk konten pernikahan yang sering muncul saat ini tidak membuatku takut, tapi lebih ke merasa kehilangan harapan saja.

6. Sebagai laki-laki, bagaimana kamu melihat standar yang dibentuk konten TikTok? Apakah adil atau cenderung bias ke satu pihak?

Menurutku cenderung bias ke sisi perempuan, karena memang sejak kemerdekaan pun kaum perempuan selalu berjuang untuk menyuarkan hak mereka. Sampai saat ini, sebagai laki-laki, mekanisme pertahanan diriku adalah setuju dulu dengan apa yang mereka sampaikan dan lebih merespons dengan sikap tidak terlalu ambil pusing.

7. Menurut kamu apa dampak konten standar pernikahan ini ke generasi muda secara umum?

Angka pernikahan makin turun karena banyak orang takut untuk menikah, hanya karena takut berjuang bersama dan takut kalau nanti miskin. Aku tidak menyalahkan itu, tapi kalau sudah mau menikah ya harus secure dulu dari segala sisi. Buat laki-laki, saranku adalah usaha untuk diri sendiri dulu, kalau sudah siap jadi suami baru boleh menikah. Untuk perempuan, jaga diri karena dunia makin aneh, jangan terlalu mudah termakan omongan orang.

INFORMAN P-1 (Perempuan, Belum Menikah)

1. Seberapa sering kamu scroll konten TikTok bertema pernikahan atau rumah tangga?

Lumayan sering. Selain karena algoritma dari yang pernah ditonton, mungkin juga faktor usia karena sudah 25 tahun jadi konten pernikahan lebih sering dimunculkan. Apalagi di usia segini topik nikah sudah mulai dekat dan

relevan, jadi makin kebaca sama sistem TikTok dan akhirnya sering muncul di FYP.

2. Konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP kamu?

Biasanya pembagian peran suami istri seperti siapa yang kerja dan siapa yang urus rumah, nafkah dan finansial, serta komunikasi pasangan. Kadang juga hal sepele tapi romantis yang bikin betah nonton video itu, tapi tidak jarang juga yang isinya curhatan konflik rumah tangga.

3. Ada tidak konten yang menurutmu relate dengan kondisi kamu?

Seperti apa?

Yang relate itu yang bahas soal "pengen nikah tapi belum ketemu orang yang tepat" atau yang ngomongin rasa takut salah pilih pasangan. Itu kayak mewakili banget apa yang lagi aku rasain sekarang.

4. Ada konten yang menurutmu lebay atau tidak realistis? Kenapa?

Ada. Yang terlalu sempurna, suami selalu romantis, istri selalu sabar, hidup harmonis tanpa masalah. Menurutku itu tidak realistis karena pasti ada fase capek, emosi, dan konflik dalam rumah tangga.

5. Setelah sering menonton konten-konten itu, apakah cara pandangmu tentang pernikahan berubah?

Iya. Jadi lebih sadar kalau nikah itu bukan cuma soal cinta atau umur, tapi kesiapan mental, komunikasi, dan tanggung jawab. Tapi jujur, kadang juga jadi overthinking gara-gara lihat sisi negatifnya.

6. Apakah konten TikTok memengaruhi kriteria pasangan idealmu?

Dalam hal apa?

Iya. Jadi lebih mikir cari yang bisa diajak komunikasi dengan baik, tidak egois, mau kerja sama dalam kehidupan rumah tangga. Jadi lebih ke karakter daripada sekadar mapan atau romantis.

7. Pernah tidak kamu berkomentar di konten pernikahan? Apa yang mendorongmu?

Pernah. Biasanya kalau kontennya relate banget atau aku punya sudut pandang sendiri. Kadang juga pengen tahu apakah orang lain merasakan hal yang sama, jadi sekalian cari validasi. Di fase ini rasanya antara "pengen nikah" dan "takut salah pilih" jalan bareng, yang membuat situasi jadi pengen ikut bertanya dan komentar di kolom komentar.

INFORMAN P-2 (Perempuan, Belum Menikah)

a. Seberapa sering kamu scroll konten TikTok bertema pernikahan atau rumah tangga?

Tidak pernah dihitung, tapi sering lewat dan suka ditonton untuk memperdalam wawasan dan membangun pola pikir ke depannya.

b. Konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP kamu?

Semuanya, mulai dari tugas rumah, tugas sesama pasangan, peran pasangan dalam berbagai hal, dan lain sebagainya.

c. Ada tidak konten yang menurutmu relate dengan kondisi kamu? Seperti apa?

Ada satu konten yang menurutku sangat relate meskipun belum menikah, yaitu tentang peran pasangan dan pentingnya menghargai perbedaan agar pasangan tidak meremehkan. Kadang butuh validasi bahwa mungkin ada perbedaan dalam cara pandang atau berperilaku.

d. Ada konten yang menurutmu lebay atau tidak realistis? Kenapa?

Banyak. Salah satunya soal konten kesetaraan atau kesesuaian kodrat tapi isinya menyimpang. Contohnya konten tentang kodrat istri adalah menjaga anak dan mengurus rumah, padahal yang tinggal di rumah bukan cuma istri, dan tanggung jawab anak bukan hanya istri tapi sama-sama punya tanggung jawab.

e. Setelah sering menonton konten-konten itu, apakah cara pandangmu tentang pernikahan berubah?

Sangat berubah. Dari yang masih menata masa depan hubungan agar lebih baik, bisa sedikit banyak mengambil sisi positif dari konten-konten tersebut.

f. Apakah konten TikTok memengaruhi kriteria pasangan idealmu?

Dalam hal apa?

Sedikit banyaknya iya, dalam sisi positif. Karena setiap hubungan pasti ada yang namanya perubahan fase dan harus disesuaikan, lebih tepatnya bukan mengubah standar idealnya.

g. Pernah tidak kamu berkomentar di konten pernikahan? Apa yang mendorongmu?

Pernah, tentang pernikahan di bawah umur yang mengklaim bahwa menikah dini adalah keputusan yang benar dan mengatakan bahwa pendidikan adalah hal yang bisa dinomor duakan.

INFORMAN P-3 (Perempuan, Sudah Menikah)

a. Seberapa sering kamu scroll konten TikTok bertema pernikahan atau rumah tangga?

Sesekali, tidak begitu sering.

b. Konten seperti apa yang paling sering muncul di FYP kamu?

Lebih ke cara menjaga keharmonisan dan ketahanan dalam rumah tangga, supaya rumah tangga tetap dalam konsep sakinah, mawaddah, dan rahmah.

- c. Ada tidak konten yang menurutmu relate dengan kondisi kamu? Seperti apa?**

Ada, tentang betapa beruntungnya punya pasangan yang memahami hak dan kewajiban suami istri, tidak banyak menuntut namun selalu menemani.

- d. Ada konten yang menurutmu lebay atau tidak realistis? Kenapa?**

Ada, konten tentang suami yang patriarki, yang maunya semua tanggung jawab rumah diserahkan ke istri namun suami kurang bertanggung jawab untuk segala kebutuhannya.

- e. Setelah sering menonton konten-konten itu, apakah cara pandangmu tentang pernikahan berubah?**

Tidak semuanya berubah, tergantung diri kita mengartikannya melalui kacamata pemahaman kita. Ada beberapa yang bisa diterima namun ada juga beberapa yang kurang sesuai dengan konsep pernikahan kami, ya tidak diambil.

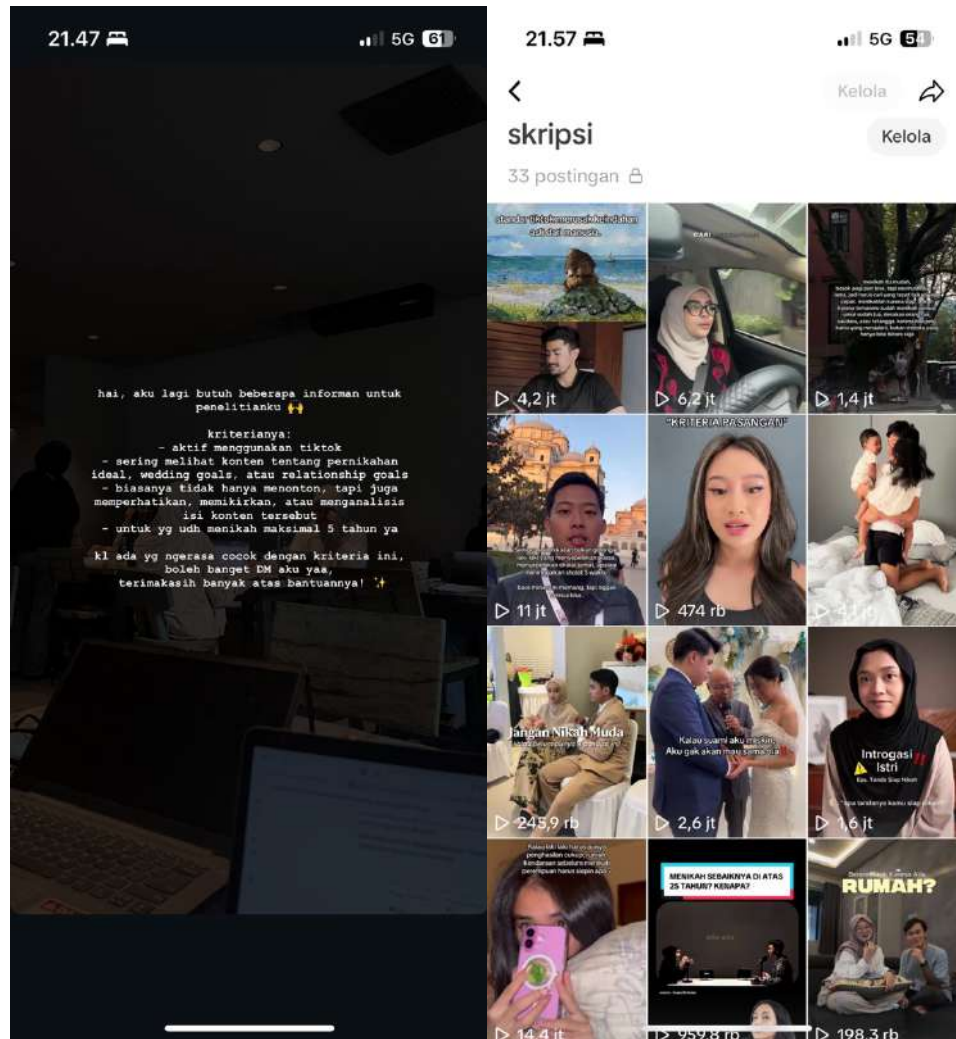
- f. Apakah kamu dan pasangan pernah membahas konten yang dilihat dari TikTok?**

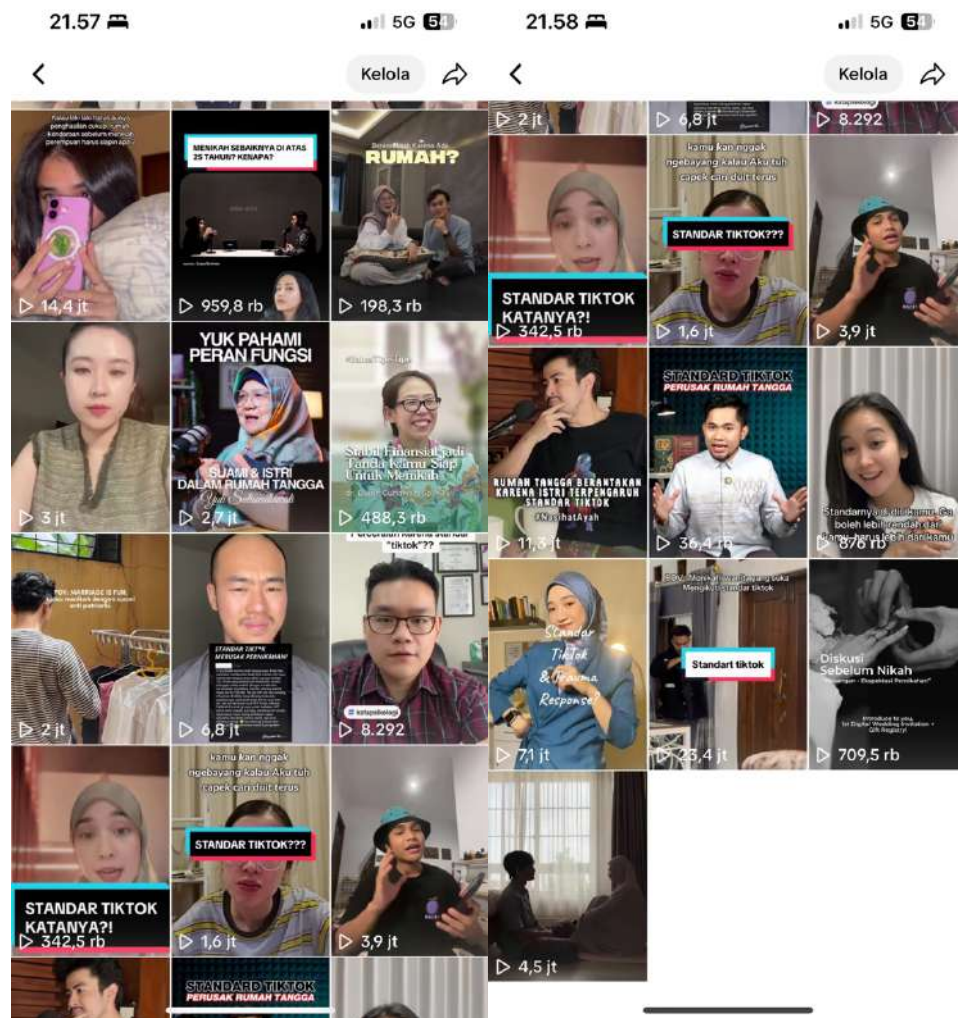
Pernah, kami selalu bahas bersama-sama dan mencari solusi untuk selalu bisa mewujudkan keinginan kami bersama.

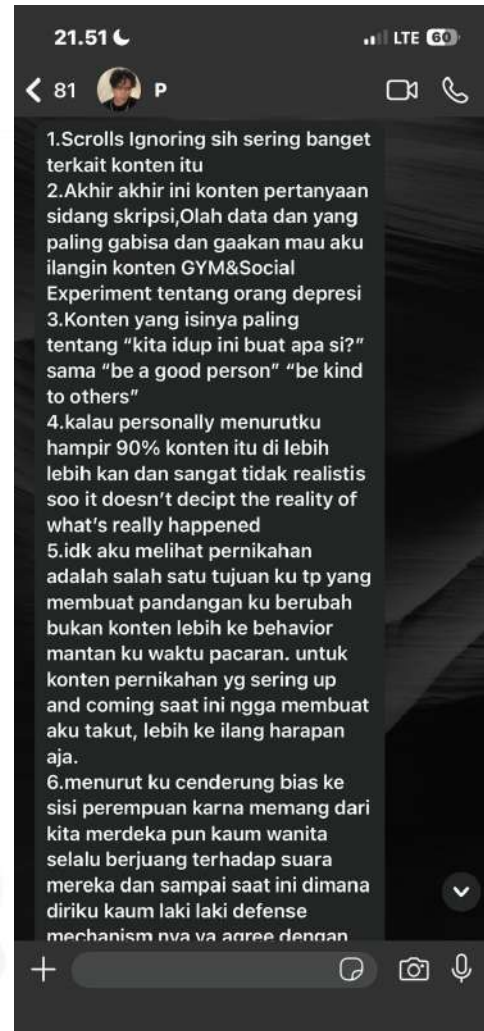
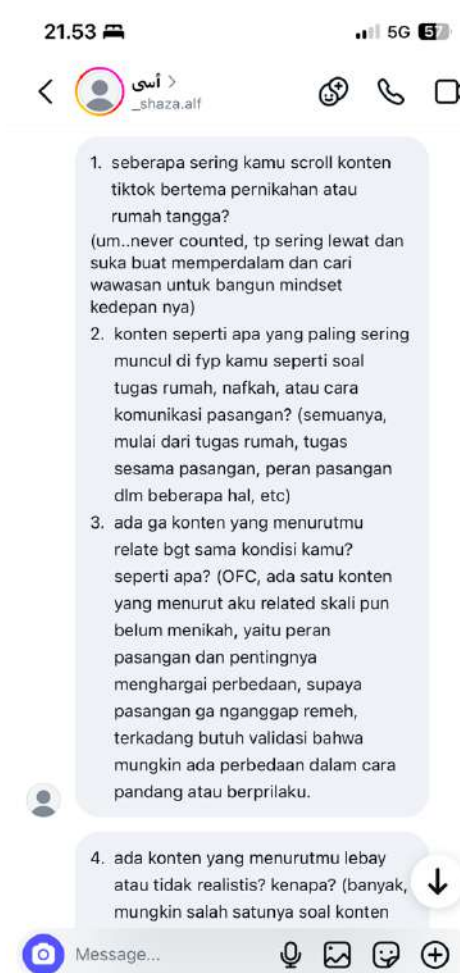
g. Apakah TikTok memengaruhi standar dalam rumah tangga kamu?

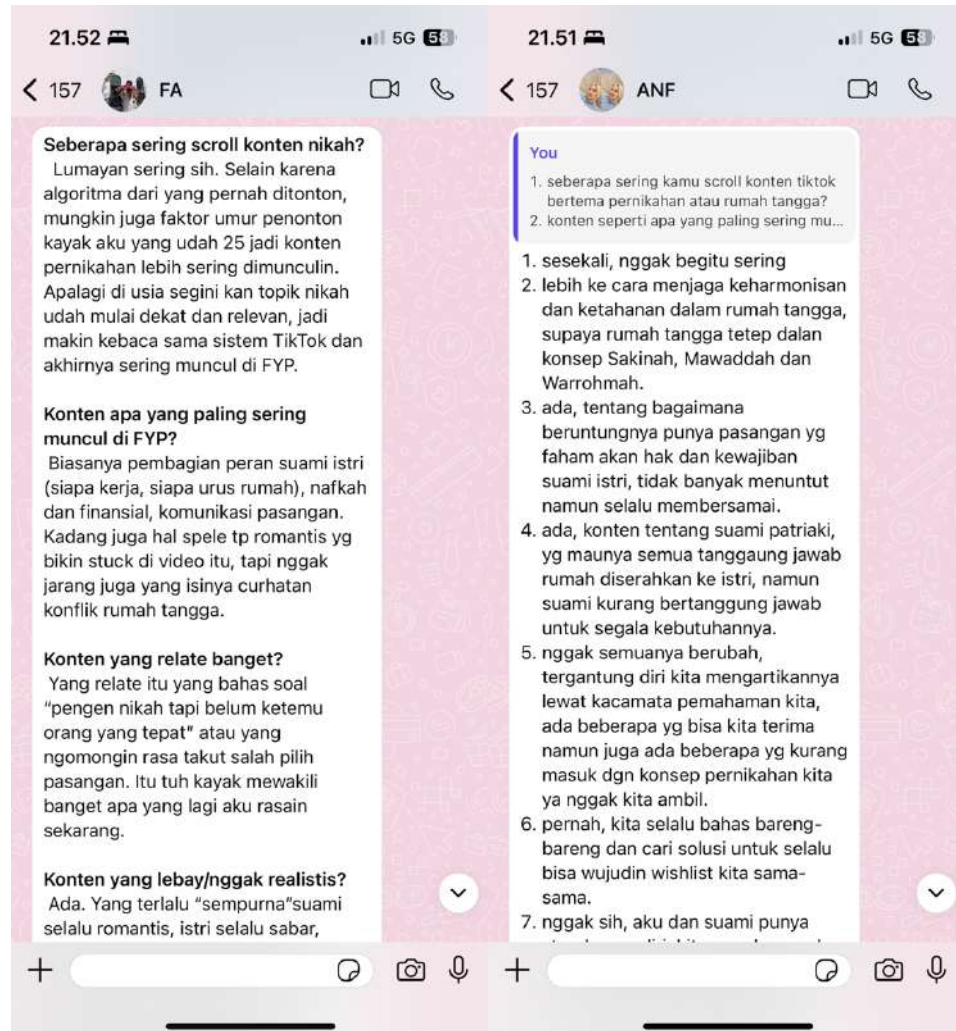
Tidak. Aku dan suami punya standar sendiri, kami tidak pernah mau menjadikan konten-konten TikTok sebagai standar rumah tangga kami. Karena rumah tangga yang sedang kami bangun adalah rumah milik kami, dan yang menentukan segalanya adalah kami. Mungkin konten TikTok cukup kami jadikan motivasi atau referensi saja.

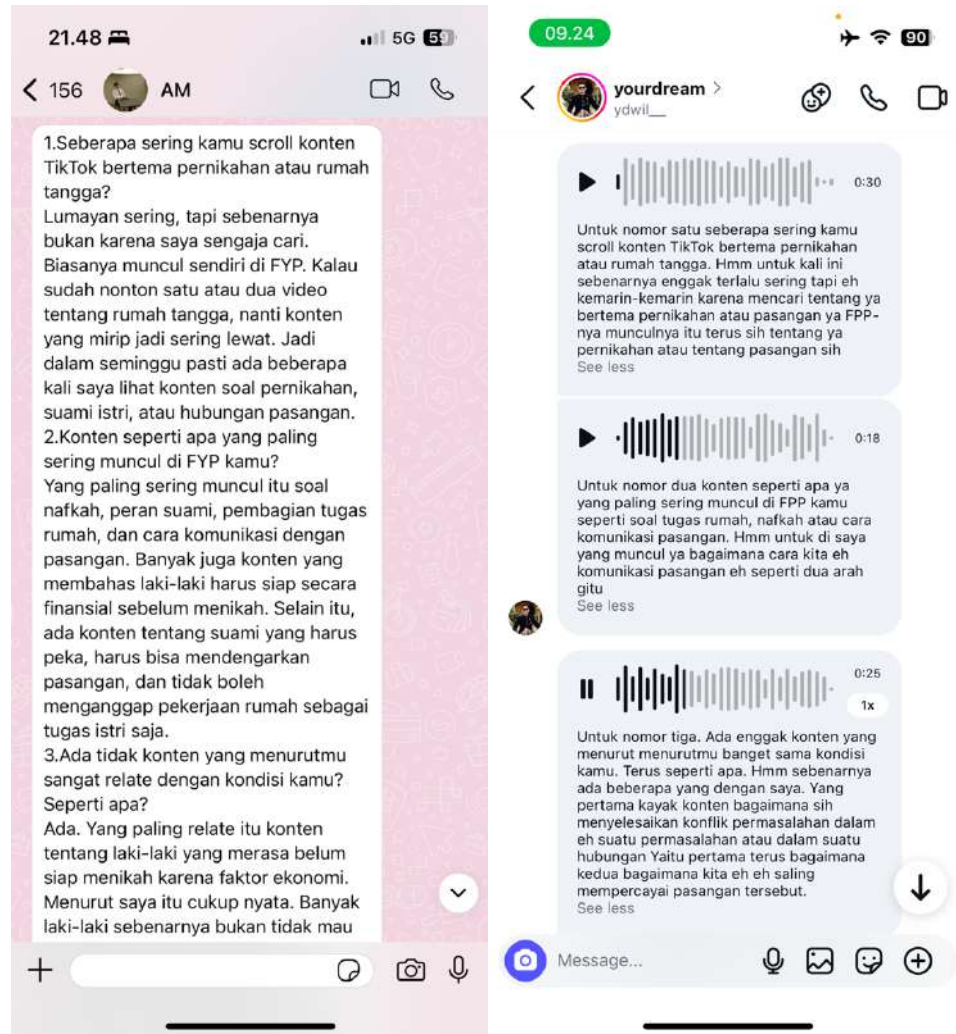
H. Dokumentasi Penelitian











I. Syntax Penelitian

```
# =====
# TABEL FREKUENSI KATA/FRASA KOMENTAR - 3 KATEGORI TEMA
# Domestik | Finansial | Komunikasi
# =====

!pip install apify-client pandas
!pip install TikTokApi
!playwright install
```

```

import pandas as pd
from IPython.display import display
import matplotlib.pyplot as plt
import matplotlib.ticker as mticker

from apify_client import ApifyClient
API_TOKEN = "apify_api_keHYQaE6eIW2gFcSsdLd1mHG5Ub9b0IG1HW"
client = ApifyClient(API_TOKEN)

run_input = {
    "postURLs": video_urls,
    "maxCommentsPerPost": 1000
}

run = client.actor(
    "clockworks/tiktok-comments-scraper"
).call(run_input=run_input)

# — 2. GABUNG SEMUA DATA —————
kolom = ["Kata/Frasa", "Frekuensi", "Kategori Tema"]

df_domestik = pd.DataFrame(data_domestik, columns=kolom)
df_finansial = pd.DataFrame(data_finansial, columns=kolom)
df_komunikasi = pd.DataFrame(data_komunikasi, columns=kolom)
df_all = pd.concat([df_domestik, df_finansial, df_komunikasi], ignore_index=True)
df_all.index = df_all.index + 1
df_all.index.name = "No"

# — 3. TABEL FREKUENSI PER KATEGORI —————

```

```

for kategori, df_kat in [
    ("DOMESTIK", df_domestik),
    ("FINANSIAL", df_finansial),
    ("KOMUNIKASI", df_komunikasi),
]:
    df_tampil = df_kat.copy().reset_index(drop=True)
    df_tampil.index = df_tampil.index + 1
    df_tampil.index.name = "No"

    # Tambah baris total
    total_row = pd.DataFrame(
        [{"TOTAL", df_tampil["Frekuensi"].sum(), ""}],
        columns=kolom,
        index=[""]
    )
    df_tampil = pd.concat([df_tampil, total_row])

    print("\n" + "="*55)
    print(f"  TABEL FREKUENSI KATA/FRASA – KATEGORI {kategori}")
    print("="*55)
    display(df_tampil)

# — 4. TABEL GABUNGAN SEMUA KATEGORI (diurutkan frekuensi) —
print("\n" + "="*55)
print("  TABEL FREKUENSI GABUNGAN – SEMUA KATEGORI")
print("="*55)

df_gabungan = df_all.sort_values("Frekuensi",
ascending=False).reset_index(drop=True)
df_gabungan.index = df_gabungan.index + 1
df_gabungan.index.name = "No"
total_gabungan = pd.DataFrame(

```

```

        [{"TOTAL", df_gabungan["Frekuensi"].sum(), ""}],
        columns=kolom, index=[""])
    )
display(pd.concat([df_gabungan, total_gabungan]))

# — 5. TABEL FREKUENSI PER KATEGORI TEMA (Ringkasan) —————
print("\n" + "="*55)
print("  RINGKASAN FREKUENSI PER KATEGORI TEMA")
print("="*55)
ringkasan = df_all.groupby("Kategori Tema")["Frekuensi"].agg(
    Total_Frekuensi="sum",
    Jumlah_Kata="count",
    Rata_rata="mean",
    Tertinggi="max",
    Terendah="min"
).round(2).reset_index()
ringkasan.index = ringkasan.index + 1
ringkasan.index.name = "No"
display(ringkasan)

# — 6. VISUALISASI —————
fig, axes = plt.subplots(1, 3, figsize=(20, 6))
fig.suptitle("Frekuensi Kata/Frasa Komentar TikTok per Kategori
Tema",
            fontsize=14, fontweight="bold")

warna = {"Domestik": "#4C72B0", "Finansial": "#55A868",
        "Komunikasi": "#DD8452"}

for ax, (kat, df_kat) in zip(axes, [
    ("Domestik", df_domestik),

```

```

        ("Finansial", df_finansial),
        ("Komunikasi", df_komunikasi),
    ]):
        df_sorted = df_kat.sort_values("Frekuensi", ascending=True)
        bars = ax.barh(df_sorted["Kata/Frasa"],
            df_sorted["Frekuensi"],
            color=warna[kat], edgecolor="white")
        ax.set_title(f"Kategori: {kat}", fontsize=12,
            fontweight="bold")
        ax.set_xlabel("Frekuensi")
        ax.xaxis.set_major_locator(mticker.MaxNLocator(integer=True))
    )
    for bar in bars:
        w = bar.get_width()
        ax.text(w + 5, bar.get_y() + bar.get_height()/2,
            str(int(w)), va="center", fontsize=9)

plt.tight_layout()
plt.savefig("frekuensi_kata_frasa_tiktok.png", dpi=150,
    bbox_inches="tight")
plt.show()

print("\n✅ Grafik tersimpan sebagai 'frekuensi_kata_frasa_tiktok.png'")

# =====
# VISUALISASI PIE CHART - PROPORSI FREKUENSI KATA/FRASA
# 3 KATEGORI DALAM SATU FIGURE
# =====

fig, axes = plt.subplots(1, 3, figsize=(20, 8))

palette = {

```

```

    "Domestik":    ["#1f4e79", "#2e75b6", "#4C72B0", "#6fa8dc", "#9f
c5e8",
                  "#b4c6d6", "#c9daf8", "#d6e4f0", "#e8f1f8", "#f0
f7ff"],
    "Finansial":   ["#1e5631", "#2d7a47", "#55A868", "#74c27a", "#93
cc8c",
                  "#aad69e", "#c1e0b0", "#d4eac2", "#e5f2d4", "#f2
f9e8"],
    "Komunikasi":  ["#7b3500", "#b34700", "#DD8452", "#e8956a", "#f0ad87",
                  "#f5c4a4", "#f8d5be", "#fbe3d2", "#fdefea", "#ff
f7f4"],
}

```

```

dataset = [
    ("Domestik",    df_domestik),
    ("Finansial",   df_finansial),
    ("Komunikasi",  df_komunikasi),
]

```

```

for ax, (kat, df_kat) in zip(axes, dataset):
    df_sorted = df_kat.sort_values("Frekuensi",
ascending=False).reset_index(drop=True)
    labels    = df_sorted["Kata/Frasa"]
    sizes     = df_sorted["Frekuensi"]
    colors    = palette[kat]
    total     = sizes.sum()

    # Explode slice terbesar
    explode = [0.05 if i == 0 else 0 for i in range(len(sizes))]

    wedges, texts, autotexts = ax.pie(
        sizes,
        labels=None,

```

```

                                autopct=lambda pct:
f"{pct:.1f}%\n({int(round(pct/100*total))})",
                                colors=colors,
                                explode=explode,
                                startangle=140,
                                pctdistance=0.78,
                                wedgeprops={"edgecolor": "white", "linewidth": 1.2},
                                )

# Ukuran teks persentase
for autotext in autotexts:
    autotext.set_fontsize(7.5)
    autotext.set_fontweight("bold")

# Judul tiap pie
ax.set_title(
    f"Kategori: {kat}\nTotal Frekuensi: {total:,.}",
    fontsize=12, fontweight="bold", pad=15
)

# Legend di bawah tiap pie
ax.legend(
    wedges, labels,
    title="Kata/Frasa",
    title_fontsize=9,
    loc="lower center",
    bbox_to_anchor=(0.5, -0.42),
    ncol=2,
    fontsize=8,
    frameon=True,
    framealpha=0.9,

```

```

    )

plt.tight_layout()

plt.savefig("piechart_kata_frasa_tiktok.png",          dpi=150,
bbox_inches="tight")

plt.show()

# =====
# WORD CLOUD - KOMENTAR AUDIENS MENINGKRITISI
# 8 Video TikTok
# =====

# — Install library yang dibutuhkan —————
!pip install wordcloud matplotlib -q

import matplotlib.pyplot as plt
from wordcloud import WordCloud
import numpy as np
from PIL import Image
import urllib.request

# — DATA KATA/FRASA KOMENTAR —————

# — BUAT WORD CLOUD —————
wc = WordCloud(
    width          = 1600,
    height         = 900,
    background_color = "white",
    colormap       = "RdYlBu_r",          # merah-kuning-biru
(cocok untuk kritik)
    max_words      = 200,

```

```

        max_font_size      = 130,
        min_font_size      = 11,
        prefer_horizontal= 0.75,
        collocations       = False,
        relative_scaling   = 0.55,
        margin             = 8,
        random_state       = 42,
    ).generate_from_frequencies(komentar_kritisi)

```

```

# TAMPILKAN

```

```

fig, ax = plt.subplots(figsize=(18, 10))
ax.imshow(wc, interpolation="bilinear")
ax.axis("off")
ax.set_title(
    "Word Cloud Komentar Audiens Mengkritisi\n"
    "8 Video TikTok – Kata/Frasa Paling Sering Muncul",
    fontsize=16, fontweight="bold", pad=20
)

# Keterangan skala warna
cbar_ax = fig.add_axes([0.92, 0.15, 0.015, 0.7])
sm = plt.cm.ScalarMappable(
    cmap=plt.cm.RdYlBu_r,
    norm=plt.Normalize(
        vmin=min(komentar_kritisi.values()),
        vmax=max(komentar_kritisi.values())
    )
)
sm.set_array([])
cbar = plt.colorbar(sm, cax=cbar_ax)

```

```

cbar.set_label("Frekuensi Kemunculan", fontsize=10,
rotation=270, labelpad=15)

plt.tight_layout(rect=[0, 0, 0.92, 1])

plt.savefig("wordcloud_kritisitiktok.png", dpi=200,
bbox_inches="tight")

plt.show()

print("✅ Word cloud tersimpan sebagai
'wordcloud_kritisitiktok.png'")

# — TABEL FREKUENSI TOP 20 KATA/FRASA —————
import pandas as pd
from IPython.display import display

df_wc = pd.DataFrame(
    sorted(komentar_kritisitiktok.items(), key=lambda x: x[1],
reverse=True),
    columns=["Kata/Frasa", "Frekuensi"]
)

df_wc.index = df_wc.index + 1
df_wc.index.name = "No"

df_wc["Persentase (%)"] = (df_wc["Frekuensi"] /
df_wc["Frekuensi"].sum() * 100).round(2)

print("\n" + "="*50)
print(" TOP 20 KATA/FRASA TERBANYAK")
print("="*50)
display(df_wc.head(20))

print(f"\nTotal kata/frasa unik : {len(komentar_kritisitiktok)}")
print(f"Total frekuensi keseluruhan :
{sum(komentar_kritisitiktok.values()):,}")

```

CURRICULUM VITAE