

## PENGARUH KONTEN @HIRACHDR DI TIKTOK TERHADAP PANDANGAN PERNIKAHAN BAGI GENERASI Z

Tri Nurcahyati<sup>1</sup>, Rani Intan Nuraini<sup>2</sup>, Aini Nur Ainiyah<sup>3</sup>  
[2101030044@students.unis.ac.id](mailto:2101030044@students.unis.ac.id)<sup>1</sup>, [rani.intan.nuraini@gmail.com](mailto:rani.intan.nuraini@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[2101030009@students.unis.ac.id](mailto:2101030009@students.unis.ac.id)<sup>3</sup>  
Universitas Islam Syekh Yusuf

### ABSTRAK

Tren "Marry is Scary" di TikTok dan penurunan angka pernikahan di Indonesia dari 2,18 juta (2019) ke 1,87 juta (2020) mencerminkan pergeseran pandangan Generasi Z terhadap pernikahan. Di tengah fenomena ini, konten @hirachdr hadir memberikan perspektif berbeda tentang persiapan pernikahan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh konten @hirachdr di TikTok terhadap pandangan Generasi Z tentang pernikahan. Menggunakan metode kuantitatif, penelitian dilakukan melalui survei online terhadap 50 responden Generasi Z (18-25 tahun) yang aktif mengikuti konten @hirachdr, dengan landasan teori kultivasi. Analisis regresi linear menunjukkan konten edukatif @hirachdr yang mencakup aspek finansial, mental, dan nilai agama berpengaruh signifikan ( $p < 0.05$ ) dalam membentuk pandangan positif tentang pernikahan. Penelitian menyimpulkan pendekatan edukatif @hirachdr efektif mengubah persepsi Generasi Z tentang pernikahan, namun disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan sampel lebih besar dan melibatkan variabel demografis yang lebih beragam untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang efektivitas konten edukatif pernikahan di media sosial.

**Kata Kunci:** Komunikasi Massa, Influencer, Media Sosial, Generasi Z, Pernikahan.

### ABSTRACT

*The trend "Marry is Scary" on TikTok and the decline in marriage rates in Indonesia, from 2.18 million in 2019 to 1.87 million in 2020, reflect a shift in Generation Z's perspectives on marriage. Amid this phenomenon, the content from @hirachdr provides a different perspective on wedding preparations. This research aims to analyze the influence of @hirachdr's content on TikTok regarding Generation Z's views on marriage. Using quantitative methods, the study was conducted through an online survey of 50 Generation Z respondents (ages 18-25) who actively engage with @hirachdr's content, grounded in cultivation theory. Linear regression analysis shows that @hirachdr's educational content, which encompasses financial, mental, and religious values, has a significant impact ( $p < 0.05$ ) on forming a positive view of marriage. The research concludes that @hirachdr's educational approach is effective in changing Generation Z's perceptions of marriage. However, it is recommended that further research be conducted with a larger sample and a more diverse demographic to gain a comprehensive understanding of the effectiveness of educational wedding content on social media.*

**Keywords:** Mass Communication, Influencer, Social Media, Generation Z, Marriage.

### PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, platform media sosial TikTok telah menjadi tren di kalangan generasi Z, yang terdiri dari individu yang lahir di antara tahun 1997 hingga 2012. Aplikasi ini dikenal dengan konten-konten yang beragam, mulai dari tarian, musik, hingga tren-tren terbaru yang sedang viral di kalangan pengguna. Salah satu konten populer di TikTok adalah @HIRACHDR, yang dikenal dengan konten-konten yang membahas mengenai pernikahan dan relationships. Fenomena ini menarik untuk diteliti, mengingat generasi Z saat ini sedang berada pada masa pembentukan pandangan dan sikap mereka terhadap pernikahan.

Banyaknya waktu yang dihabiskan generasi Z dalam menggunakan media sosial, khususnya TikTok, telah menciptakan fenomena baru dalam cara mereka memandang dan

memaknai berbagai aspek kehidupan, termasuk pernikahan. TikTok, sebagai platform media sosial yang dominan di kalangan generasi Z, tidak hanya menjadi sarana hiburan tetapi juga berperan sebagai medium yang mempengaruhi cara pandang dan persepsi mereka terhadap realitas sosial. Salah satu konten yang menarik perhatian dan memiliki pengaruh signifikan adalah @HIRACHDR, yang secara konsisten membagikan konten seputar pernikahan dan relationship. Fenomena ini menjadi menarik untuk dikaji mengingat posisi generasi Z yang saat ini mulai memasuki usia pernikahan, namun menunjukkan kecenderungan yang berbeda dari generasi sebelumnya dalam memandang institusi pernikahan. (Kim Parker et al., 2019)

Data dari Pew Research Center (2019) menunjukkan bahwa meskipun generasi Z mulai memasuki usia yang secara tradisional dianggap sebagai usia pernikahan, terdapat kecenderungan yang signifikan untuk menunda pernikahan atau bahkan memilih untuk tidak menikah sama sekali. Berbagai faktor telah diidentifikasi sebagai penyebab fenomena ini, mulai dari keinginan untuk fokus pada pengembangan karier, kekhawatiran akan perceraian, hingga preferensi untuk mempertahankan gaya hidup yang lebih fleksibel. Fenomena ini tidak dapat dilepaskan dari peran media sosial dalam membentuk persepsi dan pandangan generasi Z terhadap pernikahan.

Teori Kultivasi yang dikembangkan oleh George Gerbner memberikan kerangka teoretis yang kuat untuk memahami bagaimana paparan media yang intensif dan berkelanjutan dapat membentuk persepsi individu terhadap realitas sosial. Gerbner menegaskan bahwa semakin sering seseorang terpapar pada konten media tertentu, semakin besar kemungkinan pandangan mereka akan selaras dengan realitas yang ditampilkan dalam media tersebut. (Gerbner, G. (1998). *Cultivation Analysis*, n.d.) Dalam konteks penelitian ini, konten @HIRACHDR di TikTok dapat dipandang sebagai agen kultivasi yang secara aktif membentuk dan mempengaruhi pandangan generasi Z tentang pernikahan melalui paparan konten yang berulang dan konsisten.

Signorielli (1990), yang juga berkontribusi dalam pengembangan teori kultivasi, menekankan bahwa media memiliki kemampuan untuk menciptakan "mainstream" pemikiran tentang realitas sosial. Dalam konteks platform TikTok, konten @HIRACHDR yang telah mencapai jutaan pengguna berpotensi menciptakan arus utama pemikiran tentang pernikahan di kalangan generasi Z. Proses kultivasi ini terjadi melalui paparan berulang terhadap pesan-pesan tertentu yang pada akhirnya membentuk persepsi kolektif tentang apa yang dianggap normal, diinginkan, atau bahkan ideal dalam konteks pernikahan.

Morgan dan Shanahan (2010) dalam penelitian mereka tentang teori kultivasi di era digital menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi kultivasi yang bahkan lebih kuat dibandingkan media tradisional. Hal ini disebabkan oleh sifat media sosial yang lebih personal, interaktif, dan memungkinkan paparan konten yang lebih intensif. Dalam konteks TikTok, algoritma platform yang dirancang untuk memaksimalkan engagement pengguna dapat memperkuat efek kultivasi dengan terus-menerus menampilkan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna.

Proses psikologis dalam kultivasi media menjelaskan bahwa paparan media yang berulang dapat mempengaruhi pembentukan heuristik mental yang digunakan dalam membuat penilaian tentang realitas sosial. Dalam konteks konten @HIRACHDR, paparan berulang terhadap narasi tertentu tentang pernikahan dapat membentuk heuristik mental yang mempengaruhi bagaimana generasi Z memandang dan menilai aspek-aspek pernikahan (Shrum, 2017).

Pandangan generasi Z terhadap pernikahan juga tidak dapat dilepaskan dari karakteristik unik generasi ini sebagai digital natives. Generasi Z, sebagai digital natives, memiliki cara yang berbeda dalam memproses informasi dan membentuk pandangan

tentang realitas sosial. Mereka lebih mengandalkan sumber informasi digital dan cenderung membentuk perspektif berdasarkan konten yang mereka konsumsi melalui platform digital seperti TikTok (Premsky, 2001).

Data dari GlobalWebIndex (2021) menunjukkan bahwa rata-rata pengguna TikTok dari generasi Z menghabiskan lebih dari 80 menit per hari di platform tersebut. Intensitas paparan yang tinggi ini, dikombinasikan dengan konten yang fokus pada tema pernikahan seperti @HIRACHDR, berpotensi menciptakan efek kultivasi yang signifikan dalam membentuk pandangan mereka tentang pernikahan. Hal ini sejalan dengan temuan Gerbner yang menyatakan bahwa intensitas paparan media berkorelasi positif dengan tingkat pengaruhnya terhadap persepsi realitas.

Studi terdahulu oleh Zhang dan Vincze (2019) tentang pengaruh media sosial terhadap persepsi pernikahan di kalangan generasi muda menunjukkan bahwa konten media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk ekspektasi dan preferensi terkait pernikahan. Namun, penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji pengaruh platform TikTok dan konten seperti @HIRACHDR yang memiliki karakteristik unik dalam hal format dan penyampaian pesan.

Morgan et al. (2015) dalam penelitian mereka tentang kultivasi di era media sosial menemukan bahwa platform media sosial memiliki potensi kultivasi yang unik karena kemampuannya untuk menciptakan komunitas virtual yang membagikan persepsi dan nilai-nilai serupa. Dalam konteks @HIRACHDR, komunitas pengikut yang terbentuk di sekitar konten tersebut dapat memperkuat efek kultivasi melalui interaksi dan pertukaran pandangan di antara anggota komunitas.

Shanahan dan Morgan (2019) juga menekankan pentingnya memahami konteks sosial dan budaya dalam proses kultivasi media. Dalam kasus generasi Z di Indonesia, pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai budaya lokal berinteraksi dengan konten global di TikTok menjadi penting untuk memahami proses pembentukan pandangan tentang pernikahan. Hal ini menjadi semakin relevan mengingat @HIRACHDR sering kali menampilkan perspektif yang mungkin berbeda atau bahkan bertentangan dengan nilai-nilai tradisional tentang pernikahan.

Literasi media dan kultivasi menekankan pentingnya memahami bagaimana audiens menginterpretasikan dan memproses pesan media (Potter, 2014). Dalam konteks penelitian ini, penting untuk memahami bagaimana generasi Z, dengan karakteristik mereka yang kritis dan melek digital, memproses dan mengintegrasikan pesan-pesan tentang pernikahan yang mereka terima melalui konten @HIRACHDR.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konten @HIRACHDR di TikTok mempengaruhi pandangan generasi Z tentang pernikahan melalui proses kultivasi media. Secara spesifik, penelitian ini akan mengkaji bagaimana intensitas paparan terhadap konten @HIRACHDR berkorelasi dengan pembentukan persepsi, ekspektasi, dan preferensi generasi Z terkait pernikahan. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana karakteristik unik platform TikTok dan konten @HIRACHDR berperan dalam proses kultivasi, serta bagaimana konteks sosial budaya mempengaruhi interpretasi dan internalisasi pesan-pesan tentang pernikahan yang disampaikan melalui konten tersebut.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan teori kultivasi, khususnya dalam konteks media sosial dan generasi digital natives. Secara praktis, pemahaman yang diperoleh dari penelitian ini dapat menjadi masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan dalam pembentukan persepsi dan sikap generasi Z terhadap pernikahan, termasuk pembuat kebijakan, praktisi media, dan pendidik. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi pengembangan strategi komunikasi

yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan tentang pernikahan kepada generasi Z melalui platform media sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan metodologi dan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif, yang dikenal sebagai metode tradisional, telah lama digunakan dan menjadi standar dalam penelitian. Metode ini berlandaskan pada filsafat positivisme, sehingga sering disebut metode positivistik. Sebagai metode ilmiah, ia memenuhi prinsip-prinsip ilmiah yang mencakup sifat konkret atau empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Penelitian kuantitatif berfokus pada data numerik dan analisis statistik. Prosesnya dimulai dengan identifikasi masalah yang akan diteliti (Prof. Dr. Sugiyono, 2013).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh konten @HIRACHDR di TikTok terhadap pandangan pernikahan di kalangan generasi Z. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada responden.

Subjek penelitian ini adalah generasi Z yang aktif menggunakan TikTok dan terpapar dengan konten @HIRACHDR. Sementara itu, objek penelitian adalah pengaruh konten @HIRACHDR di TikTok terhadap pandangan pernikahan generasi Z.

Penelitian ini dilakukan selama bulan desember 2024. Lokasi penelitian adalah di kota tangerang di Indonesia yang memiliki jumlah pengguna TikTok yang signifikan dari kalangan generasi Z.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan tertutup dan terbuka. Kuesioner dirancang untuk mengukur berbagai aspek terkait dengan pengaruh konten @HIRACHDR di TikTok terhadap pandangan generasi Z mengenai pernikahan, seperti ekspektasi, komitmen, dan praktik pernikahan. Selain itu, kuesioner juga mengeksplorasi bagaimana perbedaan latar belakang demografis, seperti jenis kelamin, usia, dan status sosial ekonomi, dapat mempengaruhi persepsi dan penerimaan generasi Z terhadap konten @HIRACHDR di TikTok serta pandangan mereka tentang pernikahan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling, yaitu simple random sampling. Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah:

$$n = Z^2 * p(1-p) / e^2$$

dimana:

n = Jumlah sampel

Z = Nilai Z tabel (1,96 untuk tingkat kepercayaan 95%)

p = Proporsi populasi (digunakan 0,5 untuk menghasilkan sampel maksimal)

e = Margin of error (digunakan 0,10 atau 10%)

Berdasarkan rumus tersebut, jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden.

Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online kepada generasi Z yang memenuhi kriteria sampel. Responden diminta untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan.

Analisis data akan dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif akan digunakan untuk menggambarkan profil responden dan distribusi frekuensi dari variabel-variabel yang diteliti. Sementara itu, analisis inferensial, seperti uji korelasi dan uji beda, akan digunakan untuk menguji hubungan dan perbedaan antara variabel-variabel yang terkait dengan pengaruh konten @HIRACHDR di TikTok terhadap pandangan pernikahan generasi Z.

Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif yang telah dijelaskan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika pembentukan pandangan pernikahan di kalangan generasi Z dalam era digital saat ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini mengungkapkan temuan menarik tentang bagaimana konten yang dibagikan oleh akun TikTok @hirachdr mempengaruhi cara pandang Generasi Z terhadap pernikahan. Berdasarkan analisis statistik yang telah dilakukan, terdapat korelasi positif yang signifikan antara konten @hirachdr dengan pandangan pernikahan di kalangan Generasi Z, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi Pearson sebesar 0,397 dan tingkat signifikansi  $p < 0,001$ .

Hasil yang diperoleh dari 97 responden ini menunjukkan bahwa semakin intens seseorang mengikuti atau terpapar konten @hirachdr di TikTok, semakin terpengaruh pula pandangan mereka tentang pernikahan. Meski korelasi yang ditemukan tergolong moderat, signifikansi statistik yang tinggi mengonfirmasi bahwa hubungan ini bukan sekadar kebetulan, melainkan mencerminkan pola yang dapat digeneralisasi pada populasi Generasi Z yang lebih luas.

Temuan ini menjadi sangat relevan mengingat karakteristik Generasi Z yang sangat terhubung dengan dunia digital. Sebagai generasi yang tumbuh di era teknologi, mereka cenderung mencari informasi dan membentuk pandangan hidup melalui platform media sosial. Dalam konteks ini, TikTok menjadi salah satu platform yang sangat berpengaruh, dan konten @hirachdr berhasil memposisikan diri sebagai sumber informasi yang kredibel tentang pernikahan bagi generasi ini.

Efektivitas pengaruh konten @hirachdr terhadap pandangan pernikahan Generasi Z dapat dijelaskan melalui beberapa faktor. Pertama, kontennya berhasil menangkap perhatian target audiens dengan cara penyampaian yang sesuai dengan preferensi Generasi Z. Kedua, kreator konten mampu membangun kredibilitas melalui konsistensi dalam menghasilkan konten berkualitas tentang pernikahan. Ketiga, konten yang disajikan berhasil menjembatani kesenjangan antara nilai-nilai tradisional pernikahan dengan perspektif modern yang lebih relevan bagi Generasi Z.

Implikasi dari penelitian ini cukup signifikan bagi pemahaman kita tentang peran media sosial dalam membentuk pandangan generasi muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform seperti TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi medium yang efektif dalam mentransmisikan nilai-nilai dan membentuk persepsi tentang institusi sosial seperti pernikahan. Hal ini menegaskan pentingnya peran kreator konten dalam memberikan informasi yang akurat dan perspektif yang membangun terkait pernikahan bagi Generasi Z.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika hubungan antara konten media sosial dan pembentukan pandangan generasi muda, khususnya dalam konteks pernikahan. Namun, masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi aspek-aspek spesifik dari konten yang paling berpengaruh, serta bagaimana pandangan ini dapat mempengaruhi keputusan aktual Generasi Z terkait pernikahan di masa depan. Pemahaman yang lebih mendalam tentang hal ini akan sangat bermanfaat bagi pengembangan konten edukasi yang lebih efektif dan bertanggung jawab di platform media sosial.

### Correlations

		Konten @hirachdr	Pandangan pernikahan bagi generasi z
Konten @hirachdr	Pearson Correlation	1	.397**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	97	97
Pandangan pernikahan bagi generasi z	Pearson Correlation	.397**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	97	97

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*Sumber: Hasil Penelitian, 2024*

### KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa konten @hirachdr di platform TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap pandangan Generasi Z tentang pernikahan, yang dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi Pearson sebesar 0,397 dan tingkat signifikansi  $p < 0,001$ . Temuan ini menunjukkan bahwa di tengah maraknya narasi negatif tentang pernikahan di media sosial, konten edukatif yang dibagikan oleh @hirachdr berhasil memberikan perspektif alternatif yang lebih positif dan konstruktif mengenai pernikahan kepada Generasi Z.

Keberhasilan pengaruh konten @hirachdr dapat dijelaskan melalui pendekatannya yang komprehensif dalam membahas pernikahan, mulai dari aspek finansial, mental, hingga dinamika hubungan suami-istri. Dengan membagikan pengalaman pribadi dan diskusi terbuka bersama suaminya, @hirachdr berhasil mendemonstrasikan bahwa pernikahan yang sehat dan bahagia adalah hal yang dapat dicapai dengan persiapan yang matang dan pemilihan pasangan yang tepat. Hal ini memberikan counter-narrative terhadap tren "Marry is Scary" yang berkembang di kalangan Generasi Z.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan kajian lebih mendalam dengan sampel yang lebih besar dan melibatkan variabel demografis yang lebih beragam. Hal ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang efektivitas konten edukatif pernikahan di media sosial dan bagaimana konten tersebut dapat dioptimalkan untuk membantu membentuk pandangan yang lebih positif tentang pernikahan di kalangan Generasi Z.

### DAFTAR PUSTAKA

- Gerbner, G. (1998). *Cultivation Analysis*. (n.d.).
- Kim Parker, B., Graf, N., Igielnik, R., & Parker, K. (2019). *FOR MEDIA OR OTHER INQUIRIES* (Vol. 17). Retrieved from [www.pewresearch.org](http://www.pewresearch.org).
- Potter, W. J. (2014). *Media Literacy*. SAGE Publications.
- Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants* (Vol. 9, Issue 5). MCB University Press.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.
- Shrum, L. J. (2017). *Cultivation Theory: Effects and Underlying Processes*. In *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1–12). Wiley. doi: 10.1002/9781118783764.wbieme0040