

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir pada tahun 1997-2012 atau usia 12 sampai 28 tahun. Tumbuh dalam lingkungan yang dekat dengan perkembangan teknologi digital dan media sosial (Wijoyo dkk., 2020). Generasi Z menjadi salah satu kelompok generasi terbesar di Indonesia. Berdasarkan hasil Survei Penduduk Antar-Sensus (SUPAS) 2025, Generasi Z mencakup sekitar 24,93% dari total penduduk Indonesia sehingga menjadi salah satu kelompok dengan proporsi terbesar dalam struktur penduduk Indonesia. Berdasarkan data terbaru BPS (2025), sebanyak 71,04% generasi Z yang berusia 16-30 tahun berstatus belum menikah, sedangkan 27,92% telah berstatus kawin. Selain itu, terlihat pada data status perkawinan penduduk usia 20-24 tahun, yang menunjukkan bahwa jumlah penduduk berstatus belum kawin lebih besar dibandingkan dengan yang telah kawin (BPS, 2022).

Menurut UUD No. 1 Tahun 1974 tentang perkawinan, bahwa individu yang boleh menikah baik laki dan perempuan minimal berusia 19 tahun. Selain itu BKKBN menganjurkan usia ideal menikah pada perempuan usia 21 dan laki-laki usia 25 tahun. Dengan demikian, data tersebut menunjukkan bahwa status belum menikah masih dominan pada kelompok pemuda yang sebagian besar berada dalam rentang usia Generasi Z, termasuk individu yang telah mencapai batas minimal usia perkawinan secara hukum dan sebagian telah mencapai usia ideal menikah menurut BKKBN.

Pada rentang usia tersebut sebagian berada pada masa *emerging adulthood*. Masa *emerging adulthood* adalah masa dimana individu berusia 18-25 tahun. Masa transisi dari remaja ke dewasa dan ditandai dengan eksplorasi identitas, ketidakstabilan, pencarian arah hidup, serta meningkatnya kemandirian. Pada masa ini, individu umumnya masih mengeksplorasi dan memahami tujuan hidup, karier, serta hubungan interpersonal. Seiring dengan proses tersebut, individu juga mulai membentuk hubungan romantis yang lebih serius dan mengembangkan dorongan untuk membangun komitmen jangka panjang. Oleh karena itu, hubungan interpersonal dan komitmen menjadi salah satu aspek penting yang mulai dipertimbangkan oleh individu pada masa *emerging adulthood*, termasuk dalam konteks pernikahan (Arnett, 2000).

Di sisi lain, individu yang berada pada rentang usia tersebut juga berhadapan dengan ekspektasi sosial terhadap pernikahan. Penelitian Himawan (2019), terhadap individu usia 18-50 tahun di Indonesia yang belum menikah menunjukkan bahwa individu lajang masih mengalami tekanan sosial untuk menikah, bahkan sebagian individu memandang pernikahan sebagai sesuatu yang perlu dilakukan karena tuntutan sosial atau budaya. Sejalan dengan itu, Suryadi dkk. (2023), yang mengkaji sikap dan intensi menikah pada dewasa muda berusia 17-25 tahun di Jabodetabek, menunjukkan bahwa pernikahan masih menjadi aspek yang dipertimbangkan dalam kehidupan dewasa muda di tengah perubahan kecenderungan pernikahan. Berdasarkan uraian data dan tuntutan dari masyarakat bahwa kelompok Generasi Z yang belum menikah pada rentang usia 18–25 tahun sekaligus di tahap *emerging adulthood* berada pada kondisi yang mulai adanya

dinamika dalam memandang, mempertimbangkan, dan mempersiapkan diri terhadap pernikahan.

Dalam konteks tersebut, kesiapan menikah menjadi salah satu aspek penting yang perlu dipertimbangkan ketika individu mulai memikirkan komitmen jangka panjang dan pernikahan. Menurut Shemila dan Manikandan (2018), kesiapan menikah merupakan kondisi ketika individu merasa mampu untuk memenuhi kebutuhan pasangan di masa depan serta melakukan evaluasi terhadap kapasitas dan sumber daya diri dalam menghadapi dinamika pernikahan. Kesiapan ini mencakup beberapa aspek, yaitu kesiapan psikologis, kesiapan moral, kesiapan finansial, serta kesiapan yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial atau orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian, Kiranasari dan Indriani (2025), menunjukkan bahwa 21% wanita dewasa awal berada pada kategori kesiapan menikah rendah. Selanjutnya, penelitian Al'azm dan Fitniwilis (2023), menemukan bahwa 28,3% responden memiliki kesiapan menikah pada kategori rendah. Sementara itu, penelitian Ulfa, Zubair, dan Syarvia (2025), menemukan bahwa 31% responden Generasi Z berada pada kategori kesiapan menikah rendah. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat proporsi dewasa awal yang memiliki kesiapan menikah pada kategori rendah sehingga memerlukan perhatian dalam persiapan menuju pernikahan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada 25 dan 28 Juli 2026, di Sala Pertemuan Gereja Babarsari pada generasi Z usia 18–25 tahun, ditemukan bahwa sebagian besar subjek menunjukkan kesiapan menikah yang masih rendah. Ketidaksiapan tersebut terlihat dari aspek finansial, di mana subjek merasa belum

memiliki pekerjaan dan penghasilan yang stabil sehingga belum yakin mampu memenuhi kebutuhan rumah tangga. Dari aspek psikologis, subjek mengaku belum cukup matang dalam mengelola emosi, menyelesaikan konflik, serta masih membawa kekhawatiran terhadap komitmen pernikahan. Pada aspek moral, beberapa subjek merasa belum mampu menjalankan tanggung jawab dan peran sebagai suami atau istri sesuai dengan nilai dan komitmen yang diyakini. Selain itu, pada aspek yang berkaitan dengan orang lain, subjek menyatakan bahwa belum memperoleh restu keluarga, masih mempertimbangkan harapan orang tua, serta belum menemukan pasangan yang sesuai dan mencari visi yang sejalan untuk membangun kehidupan berumah tangga.

Rendahnya kesiapan menikah dapat berdampak pada munculnya berbagai permasalahan dalam kehidupan rumah tangga. Individu yang belum siap cenderung mengalami kesulitan dalam mengelola emosi, memenuhi kebutuhan finansial, menjalankan peran sebagai suami atau istri, serta membangun hubungan interpersonal yang sehat. Kondisi tersebut dapat meningkatkan risiko terjadinya konflik rumah tangga, perselingkuhan, hingga perceraian yang pada akhirnya berdampak pada kesejahteraan psikologis individu, seperti munculnya kekecewaan terhadap pasangan dan ketidaksesuaian antara harapan dengan realitas pernikahan (Mahfudin dkk., 2019; Rahmalia & Sary, 2018; Suwarnoputri dkk., 2024). Selain itu, rendahnya kesiapan menikah juga berkaitan dengan kurang optimalnya keterbukaan diri (*self-disclosure*), kepercayaan, kesetaraan, keintiman, kemampuan menyelesaikan

konflik, dan komunikasi yang efektif, sehingga dapat menurunkan kualitas hubungan pernikahan (Aulia Hakim & Masfufah, 2023).

Sebaliknya, individu yang memiliki kesiapan menikah yang tinggi cenderung lebih mampu menjalankan tanggung jawab sebagai suami atau istri serta menghadapi berbagai tantangan dalam kehidupan rumah tangga. Kesiapan tersebut tercermin dari kematangan moral, mental, emosional, finansial, sosial, dan fisik yang mendukung terbentuknya komitmen jangka panjang, kemampuan menyelesaikan konflik secara konstruktif, serta pembagian peran yang seimbang dengan pasangan. Individu yang memiliki kesiapan menikah yang baik juga lebih mampu membangun komunikasi yang efektif, mempertahankan hubungan yang sehat, dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dalam kehidupan keluarga. Dengan demikian, kesiapan menikah yang tinggi menjadi salah satu faktor penting dalam mewujudkan kualitas pernikahan yang harmonis dan berkelanjutan (Hikmah & Rahayu, 2025; Muthi Annisa dkk., 2024).

Tinggi dan rendahnya kesiapan menikah dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti tingkat pendidikan, penyuluhan kesehatan, serta paparan media sosial dan informasi. Faktor pendidikan berperan dalam meningkatkan pemahaman individu mengenai kehidupan pernikahan, sedangkan paparan informasi dapat membentuk persepsi individu terhadap institusi pernikahan (Adyani & Wulandari, 2023). Pada era digital saat ini, paparan media sosial memiliki kontribusi yang cukup signifikan dalam membentuk sikap dan persepsi individu terhadap pernikahan

tergantung dengan konten yang dikonsumsi dan keterlibatannya dalam media sosial (Razania dkk., 2025; Rossanti dkk., 2024).

Keterlibatan dalam media sosial atau disebut *Social Media Engagement* ini dijelaskan oleh Ni dkk., (2020) sebagai keterlibatan individu secara multidimensi pada platform media sosial. *Social Media Engagement* ini terdiri dari aspek *affective engagement* yang berkaitan dengan keterlibatan emosional, *behavioral engagement* yang mencakup kebiasaan atau aktivitas rutin seperti browsing, serta *cognitive engagement* yang menunjukkan adanya kecenderungan atau preferensi kognitif, termasuk bias positif terhadap interaksi online dibandingkan tatap muka. Dengan demikian, ketiga aspek tersebut pada dasarnya saling melengkapi dalam menggambarkan tingkat keterlibatan individu dalam penggunaan media sosial.

Generasi Z menjadi salah satu kelompok yang sangat aktif dalam menggunakan media sosial sehingga lebih sering terpapar berbagai informasi (Wijoyo dkk., 2020). Generasi Z juga menjadi salah satu generasi yang paling mendominasi keterlibatan di media sosial (APJII, 2024). Informasi dalam media sosial dapat membentuk persepsi, sikap, dan ekspektasi individu terhadap pernikahan, baik secara positif maupun negatif. Konten yang menampilkan hubungan yang harmonis dapat mendorong individu untuk memahami pentingnya komunikasi, komitmen, dan kerja sama dalam rumah tangga, sedangkan paparan terhadap konflik rumah tangga, perselingkuhan, kekerasan dalam rumah tangga, dan perceraian dapat meningkatkan kekhawatiran serta menurunkan keyakinan individu terhadap kehidupan pernikahan (Razania & Muhtadin, 2025; Azzahra dkk., 2026; Rossanti dkk., 2024).

Namun, berdasarkan *Social Cognitive Theory*, individu tidak hanya menerima informasi secara pasif, melainkan secara aktif mengamati, mengolah, dan mengevaluasi pengalaman yang diperoleh dari lingkungannya sebelum membentuk keyakinan dan perilaku (Bandura, 1986). Melalui proses *observational learning*, individu dapat belajar dari pengalaman maupun konsekuensi yang dialami orang lain tanpa harus mengalaminya secara langsung. Dengan demikian, paparan terhadap berbagai konten mengenai pernikahan di media sosial dapat menjadi sumber pembelajaran yang membantu individu membangun pemahaman yang lebih realistis mengenai kehidupan berumah tangga. Oleh karena itu, tingginya keterlibatan Generasi Z dalam media sosial menjadikan *Social Media Engagement* sebagai salah satu faktor yang mengindikasikan kesiapan menikah melalui proses pembelajaran sosial, pembentukan persepsi, dan ekspektasi terhadap kehidupan pernikahan (Bandura, 1986; Aji Sonhaji dkk., 2025).

Meskipun sejumlah penelitian menunjukkan bahwa sosial media dapat mengindikasikan pada kesiapan menikah, hasil penelitian yang ada masih menunjukkan inkonsistensi. Prasessy (2025) menemukan adanya hubungan negatif yang signifikan antara penggunaan media sosial dan kesiapan menikah, di mana semakin tinggi penggunaan media sosial maka semakin rendah kesiapan menikah individu. Temuan tersebut didukung oleh Herawati dkk. (2026) yang melaporkan bahwa paparan media sosial turut memengaruhi kesiapan menikah pada Generasi Z. Namun, berbeda dengan hasil tersebut, Risnawati (2025) menemukan bahwa penggunaan media sosial justru memiliki

hubungan positif dengan sikap terhadap pernikahan pada Generasi Z, meskipun kekuatan hubungannya tergolong sangat lemah. Inkonsistensi temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antara sosial media dan kesiapan menikah masih memerlukan penelitian lebih lanjut. Lebih lanjut, penelitian terdahulu lebih banyak memaparkan tentang paparan sosial media dan kesiapan menikah yang hanya mencakup intensitas atau frekuensi, sedangkan penelitian ini mengkaji keterlibatan media sosial dan kesiapan menikah pada generasi Z yang belum menikah dalam masa *emerging adulthood*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, rumusan masalah dalam penelitian yaitu apakah terdapat hubungan antara *Social Media Engagement* dan Kesiapan Menikah pada Generasi Z yang belum menikah dalam masa *emerging adulthood*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian serta rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *Social Media Engagement* dengan Kesiapan Menikah pada Generasi Z yang belum menikah dalam masa *Emerging adulthood*.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis: Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan memperkaya referensi ilmiah dalam bidang akademis, khususnya bidang ilmu Psikologi perkembangan dan sosial dan diharapkan dapat menjadi acuan untuk peneliti selanjutnya yang terkait dengan hubungan antara *Social Media Engagement* dengan Kesiapan Menikah pada generasi Z yang belum menikah dalam masa *Emerging adulthood*.
- b. Manfaat Praktis: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta tambahan informasi bagi generasi Z yang belum menikah dalam memahami Kesiapan Menikah serta keterlibatan dalam media sosial (*Social Media Engagement*) terhadap pembentukan sikap dan persepsi mengenai pernikahan dalam masa *emerging adulthood*.