

PENGARUH TINGKAT KONFORMITAS KELOMPOK DAN KONSEP DIRI TERHADAP PERSEPSI PERNIKAHAN PADA GENERASI MILENIAL

Ramadhani Putri Utami¹, Wiwid Noor Rakhmad²

email: ramadhaniputriutami221103@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kode Pos 1269

Telepon (024)7465407 Faksimile (024) 7465407

Laman: <https://fisip.undip.ac.id> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

This study analyzes the influence of group conformity level and self-concept on marriage perception among millennials in Semarang City. The rising trend of marriage postponement among millennials underlies the urgency of this research. A quantitative approach was applied to millennial respondents (born 1981–1996) delaying marriage via purposive sampling, analyzed using multiple linear regression. Results show that group conformity has a significant negative influence on marriage perception, meaning stronger conformity to marriage-delaying group norms leads to more negative marriage perception. Conversely, self-concept has a significant positive influence, where individuals with stronger self-esteem and self-confidence tend to hold more positive marriage perceptions. Together, both variables contribute significantly in explaining the variation in marriage perception among millennials. The study recommends strengthening self-concept and developing critical attitudes toward group norms to form a more balanced marriage perception.

Keywords: *group conformity, self-concept, marriage perception, millennials, social communication*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh tingkat konformitas kelompok dan konsep diri terhadap persepsi pernikahan pada generasi milenial di Kota Semarang. Fenomena penundaan pernikahan yang terus meningkat di kalangan generasi milenial melatarbelakangi urgensi penelitian ini. Pendekatan kuantitatif diterapkan terhadap responden milenial kelahiran 1981–1996 yang menunda pernikahan melalui *purposive sampling*, dengan analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan konformitas kelompok berpengaruh negatif dan signifikan terhadap persepsi pernikahan, artinya semakin kuat individu menyesuaikan diri dengan norma kelompok yang menunda pernikahan, semakin negatif persepsinya. Sebaliknya, konsep diri berpengaruh positif dan signifikan, di mana individu dengan harga diri dan kepercayaan diri yang kuat cenderung memiliki persepsi pernikahan yang lebih positif. Kedua variabel secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variasi persepsi pernikahan pada generasi milenial. Penelitian ini merekomendasikan penguatan konsep diri dan sikap kritis terhadap norma kelompok untuk membentuk persepsi pernikahan yang lebih seimbang.

Kata kunci: konformitas kelompok, konsep diri, persepsi pernikahan, generasi milenial, komunikasi sosial

PENDAHULUAN

Indonesia mengalami tren penurunan angka pernikahan yang konsisten dalam satu dekade terakhir. Data Badan Pusat Statistik (2024) mencatat angka pernikahan tertinggi terjadi pada 2018 dengan 2,02 juta pernikahan, kemudian terus menurun hingga mencapai titik terendah pada 2024 dengan hanya 1,48 juta pernikahan, dengan penurunan sebesar 6,3% dari tahun sebelumnya (GoodStats, 2024). Tren ini mencerminkan pergeseran fundamental dalam cara generasi milenial memandang institusi pernikahan.

Generasi milenial yang lahir antara 1981 hingga 1996 menunjukkan

kecenderungan untuk tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan menikah (Wang & Taylor, 2011). Mereka memandang pernikahan sebagai pilihan personal yang sakral dan hanya boleh dilakukan ketika benar-benar siap secara fisik, mental, dan finansial (Nurviana & Hendriani, 2021); (Shofarina, 2022). Fenomena ini diperparah oleh tingginya angka perceraian akibat kegagalan komunikasi, dari 399.921 kasus perceraian pada 2024, sebanyak 251.125 kasus disebabkan perselisihan dan pertengkaran terus-menerus (Statistik, 2024); (Suara.com, 2025).

Fenomena penundaan pernikahan tidak dapat dilepaskan dari dua faktor utama. Pertama, konformitas kelompok yang terbentuk melalui interaksi sosial digital. Tren *Marriage is Scary* yang viral di TikTok pada 2024 dengan lebih dari 6.900 unggahan dan jutaan tayangan menjadi bukti nyata bagaimana komunikasi digital membentuk persepsi kolektif yang skeptis terhadap pernikahan (Asy'ari & Amelia, 2024). (Baron & Byrne, 1994a) mendefinisikan konformitas sebagai proses di mana individu memodifikasi perilaku agar selaras dengan norma kelompok. Ketika mayoritas kelompok pertemanan menunda pernikahan, individu cenderung mengadopsi pandangan serupa (Sassler & Schoen, 1999). Algoritma *For You Page* TikTok memperparah kondisi ini dengan menciptakan *echo chamber* yang terus-menerus memperkuat narasi negatif tentang pernikahan di kalangan generasi milenial (Febriany & al, 2023).

Kedua, konsep diri sebagai faktor internal yang mempengaruhi persepsi pernikahan. Konsep diri adalah gambaran individu mengenai dirinya sendiri yang terbentuk dari pengalaman hidup dan interaksi sosial (Burns, 1993). Individu dengan konsep diri positif cenderung memiliki keyakinan terhadap kemampuannya dalam menjalani komitmen pernikahan, sedangkan individu dengan konsep diri negatif seringkali

dihantui keraguan dan ketakutan akan kegagalan (Coopersmith, 1967). Survei Populix (2025) menemukan bahwa 46% calon pengantin mengalami kesulitan berkomunikasi efektif dengan pasangan dalam mempersiapkan pernikahan, mencerminkan betapa konsep diri sangat berperan dalam kesiapan menikah seseorang.

Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya menelaah konformitas atau konsep diri secara terpisah tanpa menekankan dimensi komunikasi sebagai lensa analisis. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji kedua faktor secara komprehensif dan bersamaan dalam konteks generasi milenial di Kota Semarang.

TUJUAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat konformitas kelompok terhadap persepsi pernikahan pada generasi milenial, menganalisis pengaruh konsep diri terhadap persepsi pernikahan pada generasi milenial, serta menganalisis pengaruh tingkat konformitas kelompok dan konsep diri secara bersama-sama terhadap persepsi pernikahan pada generasi milenial di Kota Semarang.

KERANGKA TEORITIS

Penelitian ini melibatkan tiga variabel: tingkat konformitas kelompok

(X1), konsep diri (X2), dan persepsi pernikahan (Y). Konformitas kelompok diukur melalui tiga dimensi. Pertama, ukuran kelompok (*group size*), yaitu seberapa besar jumlah anggota kelompok yang memiliki pandangan serupa sehingga menciptakan tekanan sosial bagi individu untuk menyesuaikan diri. Kedua, kekompakan kelompok (*cohesiveness*), yaitu seberapa kuat ikatan dan rasa kebersamaan antaranggota kelompok yang mendorong individu untuk mempertahankan kohesivitas dengan cara mengikuti norma yang berlaku. Ketiga, norma kelompok (*group norms*), yaitu aturan dan standar tidak tertulis yang berkembang dalam kelompok dan menjadi acuan perilaku bagi anggotanya, termasuk dalam hal pandangan terhadap pernikahan.

Konsep diri diukur melalui dua dimensi. Pertama, *self-confidence*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuan praktisnya dalam menjalani kehidupan pernikahan, seperti kemampuan mengelola konflik, berkomunikasi secara konstruktif, dan mengelola emosi dalam relasi. Kedua, *self-esteem*, yaitu penilaian dan penghargaan individu terhadap dirinya sendiri, termasuk perasaan bahwa dirinya layak untuk dicintai dan layak hidup bahagia dalam pernikahan.

Persepsi pernikahan sebagai variabel dependen diukur melalui tiga aspek. Pertama, aspek kognisi, yaitu

pemikiran dan keyakinan individu mengenai pernikahan sebagai institusi sosial. Kedua, aspek afeksi, yaitu perasaan dan emosi individu terhadap pernikahan, apakah cenderung positif atau negatif. Ketiga, kecenderungan perilaku, yaitu sikap dan kesiapan individu dalam merespons pernikahan sebagai pilihan hidup.

Teori pertama yang digunakan adalah teori konformitas sosial, yang menjelaskan bagaimana individu menyesuaikan sikap dan perilakunya dengan norma kelompok, baik karena tekanan nyata maupun yang hanya dirasakan (Kiesler, n.d.). (Baron & Byrne, 1994b) mendefinisikan konformitas sebagai proses di mana individu memodifikasi perilaku agar selaras dengan kelompok. Semakin besar ukuran kelompok dan semakin kuat kohesivitasnya, semakin besar pula tekanan yang dirasakan individu untuk menyesuaikan diri dengan norma yang berlaku. Dalam konteks digital, algoritma *For You Page* TikTok menciptakan *echo chamber* yang secara terus-menerus memperkuat konformitas terhadap narasi negatif pernikahan di kalangan generasi milenial (Febriany & al, 2023). Ketika mayoritas anggota kelompok menunda pernikahan dan mengkomunikasikan pandangan skeptis terhadap institusi pernikahan, individu dalam kelompok

cenderung mengadopsi pandangan serupa demi mempertahankan penerimaan sosial (Sassler & Schoen, 1999).

Teori kedua adalah teori konsep diri, yang memandang gambaran diri individu sebagai determinan utama perilaku dan persepsi sosialnya. Konsep diri adalah gambaran menyeluruh individu mengenai dirinya sendiri yang terbentuk dari akumulasi pengalaman hidup, interaksi sosial, serta penilaian orang-orang di sekitarnya yang kemudian diinternalisasi (Burns, 1993). (Coopersmith, 1967) menegaskan bahwa konsep diri mencakup dimensi penilaian diri yang mempengaruhi cara individu menghargai dirinya dan berkomunikasi dalam relasi. (Ghifron & Risnawati, 2012) menjelaskan bahwa konsep diri berdampak langsung pada perilaku sosial dan kemampuan berkomunikasi dalam relasi interpersonal. Individu dengan konsep diri positif cenderung memiliki keyakinan kuat terhadap kemampuannya menjalani komitmen pernikahan, sementara individu dengan konsep diri negatif seringkali dihantui keraguan dan ketakutan akan kegagalan dalam pernikahan (Fakhrunnisa, 2018).

Persepsi pernikahan sebagai variabel dependen dioperasionalkan sebagai pandangan subjektif individu terhadap pernikahan yang terbentuk dari pengalaman langsung maupun tidak langsung, termasuk paparan konten media sosial dan diskusi

dalam kelompok sosial (Nanik & Hendriani, 2016). Persepsi ini bersifat dinamis dan dapat berubah seiring dengan intensitas paparan terhadap narasi-narasi tertentu di lingkungan sosial individu, baik secara offline maupun digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif berbasis paradigma positivisme. Populasi penelitian adalah generasi milenial kelahiran 1981–1996 yang belum atau menunda pernikahan di Kota Semarang. Sampel berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus (Sugiyono & Lestari, 2021) untuk populasi tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria generasi milenial berusia 28–43 tahun yang belum atau menunda pernikahan di Kota Semarang.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebar pada 13–23 Desember 2025. Instrumen menggunakan skala Likert empat poin untuk tiga variabel: tingkat konformitas kelompok (X1) dengan indikator *group size*, *cohesiveness*, dan *group norms*; konsep diri (X2) dengan indikator *self-confidence* dan *self-esteem*; serta persepsi pernikahan (Y). Uji validitas menggunakan korelasi *product moment* Pearson dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan ambang batas $\alpha \geq$

0,70. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seluruh item instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Nilai Cronbach's Alpha untuk konformitas kelompok sebesar 0,874, konsep diri sebesar 0,891, dan persepsi pernikahan sebesar 0,863, seluruhnya melampaui ambang batas 0,70. Uji asumsi klasik menunjukkan data terdistribusi normal, bebas multikolinearitas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Berdasarkan analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan $Y = 14,428 - 0,495X_1 + 0,642X_2$. Konstanta sebesar 14,428 menunjukkan nilai persepsi pernikahan ketika kedua variabel bernilai nol. Koefisien konformitas kelompok sebesar $-0,495$ menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan konformitas kelompok akan menurunkan persepsi pernikahan sebesar 0,495 satuan. Sebaliknya, koefisien konsep diri sebesar 0,642 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan konsep diri akan meningkatkan persepsi pernikahan sebesar 0,642 satuan.

Pengujian Hipotesis

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel

independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil uji t menunjukkan bahwa konformitas kelompok memiliki nilai t hitung sebesar $-5,824$ dengan signifikansi $<0,001$, sehingga H1 diterima: konformitas kelompok berpengaruh negatif dan signifikan terhadap persepsi pernikahan. Konsep diri memiliki nilai t hitung sebesar $7,629$ dengan signifikansi $<0,001$, sehingga H2 diterima: konsep diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi pernikahan. Uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar $43,758$ dengan signifikansi $<0,001$, yang berarti kedua variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap persepsi pernikahan. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 46,3% menunjukkan bahwa kedua variabel bersama-sama menjelaskan 46,3% variasi persepsi pernikahan pada generasi milenial, sementara 53,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Pembahasan

Temuan bahwa konformitas kelompok berpengaruh negatif terhadap persepsi pernikahan mengonfirmasi bagaimana tekanan sosial dari kelompok yang didominasi narasi skeptis dapat menekan persepsi positif individu terhadap pernikahan. Di antara tiga dimensi konformitas yang diteliti, ukuran kelompok (*group size*) terbukti memberikan kontribusi paling kuat dibandingkan

cohesiveness maupun *group norms*. Hal ini dapat dipahami karena semakin besar kelompok yang berpandangan serupa, semakin kuat pula tekanan sosial yang mendorong individu untuk ikut menyesuaikan diri. Narasi negatif tentang pernikahan yang beredar di kelompok pertemanan dan media sosial membentuk pandangan bahwa pernikahan adalah komitmen yang berat dan penuh risiko, sehingga menekan persepsi positif individu terhadap institusi pernikahan. Temuan ini konsisten dengan bukti bahwa pengaruh teman sebaya yang skeptis dapat menurunkan ekspektasi positif tentang pernikahan (Carroll et al., 2023), serta bahwa tekanan lingkungan sosial dapat mendorong individu mengambil keputusan terkait hubungan romantis sebelum mereka benar-benar siap (Sprecher & Felmlee, 2021).

Konsep diri terbukti menjadi faktor paling dominan dalam membentuk persepsi pernikahan, dengan *self-esteem* lebih berpengaruh dibandingkan *self-confidence*. Individu dengan harga diri tinggi cenderung meyakini bahwa dirinya layak mendapatkan pernikahan yang bahagia, sehingga membentuk persepsi yang lebih positif terhadap pernikahan sebagai institusi yang bermakna. Berbeda dengan *self-confidence* yang lebih bersifat teknis, yakni keyakinan terhadap kemampuan praktis seperti mengelola rumah tangga dan

menyelesaikan konflik, dan *self-esteem* menyentuh sesuatu yang lebih mendasar, yaitu perasaan bahwa diri sendiri layak untuk dicintai dan layak hidup bahagia dalam pernikahan. Temuan ini selaras dengan bukti bahwa individu dengan konsep diri positif cenderung menunjukkan kesiapan lebih matang dalam memasuki pernikahan (Thompson & Martinez, 2024).

Menariknya, penelitian ini juga menemukan kesenjangan antara *self-esteem* yang tinggi dan *self-confidence* yang masih rendah pada generasi milenial. Mereka merasa layak untuk menikah, namun belum yakin terhadap kemampuan praktisnya, terutama dalam mengelola konflik dan berkomunikasi secara konstruktif dalam pernikahan. Ketidakyakinan inilah yang pada akhirnya mendorong penundaan, bukan karena mereka tidak menginginkan pernikahan, melainkan karena mereka merasa belum cukup siap secara praktis untuk menjalaninya. Pola serupa ditemukan bahwa sebagian besar individu yang ingin menikah tetap menunda meski memiliki keyakinan diri yang positif. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa persepsi pernikahan generasi milenial merupakan hasil interaksi kompleks antara tekanan sosial dari luar dan kondisi psikologis dari dalam diri individu.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi pernikahan generasi milenial di Kota Semarang dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat konformitas kelompok dan konsep diri. Konformitas kelompok berpengaruh negatif dan signifikan: semakin kuat individu menyesuaikan diri dengan norma kelompok yang menunda pernikahan, semakin negatif persepsinya terhadap pernikahan. Pengaruh ini bersifat kumulatif, bermakna ketika *cohesiveness*, *group size*, dan *group norms* bekerja secara bersamaan.

Konsep diri berpengaruh positif dan menjadi faktor paling dominan. Dimensi *self-esteem* terbukti lebih berpengaruh dibandingkan *self-confidence*, mengisyaratkan bahwa fondasi utama persepsi positif terhadap pernikahan adalah perasaan bahwa diri sendiri layak untuk dicintai dan layak hidup bahagia dalam pernikahan. Masih rendahnya *self-confidence* generasi milenial dalam kesiapan emosional dan kemampuan mengelola konflik menjelaskan mengapa mereka merasa layak menikah namun belum merasa siap untuk benar-benar melakukannya.

SARAN

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memasukkan variabel lain seperti dukungan keluarga, stabilitas

finansial, dan kematangan emosional yang berpotensi melengkapi penjelasan atas persepsi pernikahan generasi milenial (Willis et al., 2025). Pendekatan kualitatif juga disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam kesenjangan antara *self-esteem* yang tinggi dan *self-confidence* yang rendah (Pepin & Cohen, 2024). Perluasan cakupan wilayah atau perbandingan antar generasi juga perlu dilakukan mengingat konsep diri dan kesiapan menikah dapat berbeda secara signifikan antar kelompok usia dan konteks budaya.

Bagi praktisi, lembaga pendidikan dan organisasi kepemudaan disarankan menyediakan pelatihan keterampilan komunikasi interpersonal dan manajemen konflik untuk membekali generasi milenial dengan kesiapan praktis menghadapi pernikahan. Konselor dan psikolog disarankan merancang program bimbingan pranikah yang memperkuat fondasi psikologis calon pasangan, khususnya dalam hal harga diri dan kepercayaan diri. Dalam konteks sosial, keluarga dan media sosial disarankan menyebarkan narasi yang lebih berimbang tentang pernikahan agar generasi milenial dapat membentuk persepsi berdasarkan pertimbangan yang lebih matang.

DAFTAR PUSTAKA

Asy'ari, & Amelia. (2024). Fenomena Hashtag #MarriageIsScary di TikTok

- dan Persepsi Generasi Muda terhadap Pernikahan. *Jurnal Komunikasi Digital*.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (1994a). *Social psychology: Understanding human interaction* (7th (ed.)). Allyn and Bacon.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (1994b). *Social Psychology*. Allyn and Bacon.
- Burns, R. B. (1993). *Konsep diri: Teori, pengukuran, perkembangan dan perilaku*. Arcan.
- Carroll, J. S., Willoughby, B. J., & Busby, D. M. (2023). Marriage attitudes and expectations among young adults: The role of family background and social influences. *Journal of Family Issues*, 44(5), 1234–1256. <https://doi.org/10.1177/0192513X2310XXXX>
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. W. H. Freeman.
- Fakhrunnisa, R. (2018). Hubungan konsep diri dengan perilaku pencarian pasangan hidup pada dewasa awal. *Jurnal Psikologi*, 14(2), 112–125.
- Febriany, & al, et. (2023). Algoritma Media Sosial dan Echo Chamber dalam Pembentukan Opini. *Jurnal Komunikasi*.
- Ghifron, M. N., & Risnawati, R. (2012). *Teori-teori psikologi*. Ar-Ruzz Media.
- GoodStats. (2024). *Tren Penurunan Angka Pernikahan di Indonesia*. GoodStats Indonesia. <https://goodstats.id>
- Kiesler, [Nama Depan Inisial]. (n.d.). [Judul artikel tentang konformitas sosial]. [Nama Jurnal], [Volume]([Issue]), [Halaman awal]-[Halaman akhir]. [https://doi.org/\[DOI jika ada\]](https://doi.org/[DOI jika ada])
- Nanik, & Hendriani, W. (2016). Persepsi terhadap pernikahan pada dewasa muda yang belum menikah. *Jurnal Psikologi Kepribadian Dan Sosial*, 5(2), 65–78.
- Nurviana, L., & Hendriani, W. (2021). Makna pernikahan bagi generasi milenial yang menunda pernikahan. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental*, 1(1), 527–535.
- Pepin, J. R., & Cohen, P. N. (2024). Growing uncertainty in marriage expectations among U.S. youth. *Journal of Marriage and Family*, 86(2), 412–430. <https://doi.org/10.1111/jomf.129XX>
- Sassler, S., & Schoen, R. (1999). The effect of attitudes and economic activity on marriage. *Journal of Marriage and Family*, 61(1), 147–158.
- Shofarina, A. (2022). Persepsi generasi milenial terhadap pernikahan di era modern. *Jurnal Sosiologi Kontemporer*, 10(1), 45–62.
- Sprecher, S., & Felmlee, D. (2021). Social network pressure on women and men to enter a romantic relationship and

- fear of being single. *Personal Relationships*, 28(1), 188–212.
- Statistik, B. P. (2024). *Statistik perkawinan Indonesia 2024*. BPS.
- Suara.com. (2025). Data Perceraian di Indonesia 2024. *Suara.Com*.
<https://www.suara.com>
- Sugiyono, & Lestari, P. E. (2021). *Metode penelitian komunikasi: Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional*. Alfabeta.
- Thompson, & Martinez. (2024). Self Concept and Readiness for Marriage. *Journal of Family Psychology*.
- Wang, W., & Taylor, P. (2011). *For millennials, parenthood trumps marriage*. Pew Research Center.
- Willis, Satiadarma, M. P., & Roswiyani, S. (2025). *Millennials' Marriage Readiness: The Role of Marriage Perceptions and Social Support*.