

TREND AJAKAN NIKAH MUDA DI MEDIA SOSIAL (ANALISIS WACANA PERSUASIF DAN IMPLEMENTASINYA)

Afida Ilma Maula

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

E-mail: a.ilmamaula25@gmail.com

ABSTRACT: Early marriage is a phenomenon that occurs among society. In fact, in some places, early marriage is considered a culture within a group of people. Unfortunately, early marriage also contributes to divorce cases. The spread of discourse on early marriage is currently being done through social media, making it spread quickly. However, it is also necessary to examine how the method or content presented by early marriage accounts and how society can be influenced by persuasive discourse on these accounts. This paper uses qualitative research with a netographic field research approach. In addition, the analysis in this study uses Van Dijk's critical persuasive discourse theory. This study takes data through related articles and interviews. This study specifically examines three accounts that have persuasive discourse on early marriage, namely @nikahasik, @indonesiatanpapacaran, and @gerkannikahmuda. The results of the research in this paper are that there are 3 dimensions for analyzing persuasive discourse, namely the text dimension that the content has substance to immediately get married with religious wrapping, social cognition that the content stems from community complaints and observations of content creators, and social context that there are pros and cons in it. Based on interviews with people who follow persuasive discourse accounts on early marriage, the substance of the content does not provide much or even no influence to immediately get married.

Keywords: Persuasive Discourse, Trend of Early Marriage, Social Media

PENDAHULUAN

Pernikahan adalah hubungan antara laki-laki dan perempuan yang disatukan melalui akad nikah dimana adanya suatu pernikahan juga memberikan akibat hukum yakni adanya hubungan suami dan isteri yang disertai hak dan kewajiban yang melekat dengannya. Semua orang pasti mendambakan adanya suatu pernikahan yang harmonis dimana harmonis bisa diartikan juga sebagai pernikahan yang tenang dan bahagia sehingga tujuan dari adanya suatu pernikahan adalah mewujudkan keluarga yang *sakinah, mawaddah wa rahmah*. Pada awalnya, nikah hanyalah merupakan

konsep sederhana yaitu konsep al-am atau menyatukan dua orang yang berlainan jenis dengan satu ikatan tertentu dan dengan syarat dan rukun tertentu pula.¹

Namun dewasa ini terdapat fenomena yang terjadi yaitu mengenai nikah muda. Berbicara mengenai nikah muda, erat kaitannya dengan batasan usia nikah. Dalam beberapa aspek terdapat perbedaan mengenai batas usia nikah seperti dalam UUP tahun 1974, KHI, Fikih Konvensional, ilmu psikologi, ilmu sosial menetapkan batasan yang berbeda dalam dibolehkannya atau seseorang dianggap mampu dalam membina rumah tangga. Oleh karena itu, yang dinamakan dengan nikah muda adalah apabila seseorang menikah dan usia mereka belum melewati batas yang telah ditentukan.

Pada dasarnya terdapat banyak hal yang melatarbelakangi seseorang melakukan nikah muda, diantaranya:

1. Faktor ekonomi
2. Rendahnya tingkat pendidikan
3. Kekhawatiran orangtua akan aib anak perempuannya berpacaran dengan laki-laki yang sangat lengket
4. Gencarnya tayangan media yang berbau seks
5. Ketakutan orangtua terhadap persepsi masyarakat yang dikatakan anaknya sebagai perawan tua
6. Pemikiran laki-laki dan perempuan yang sudah terlanjur saling mencintai tanpa memikirkan konsekuensi pernikahan
7. Kurangnya perhatian dan bimbingan orangtua.²

Berdasarkan hal tersebut maka jika ditinjau kembali bahwasannya adanya pernikahan muda memiliki banyak hal yang melatarbelakangi. Adanya faktor yang melatarbelakangi adanya nikah muda juga ditinjau dari segi dimana daerah tempat tinggal. Seperti misalnya jika tinggal di desa maka

¹ Khoiruddin Nasution, *Hukum Perkawinan*, (Yogyakarta: Academia + Tazzafa, 2005), 17.

² Doni Azhari, Arif Sugitananta dan Siti Aminah, "Trend Ajakan Nikah Muda: Antara Hukum Agama dan Hukum Positif", *The Indonesian Journal of Islamic Law dan Civil law*, Vol.3, No.1, 2022, 4-5.

pada umumnya alasannya adalah karena faktor stigma masyarakat, faktor ekonomi dan kurangnya pendidikan. Sedangkan jika di kota pada umumnya disebabkan oleh kurangnya perhatian orangtua atau kekhawatiran terhadap tingkah laku anak yang sudah menginjak masa remaja. Masalahnya adalah Indonesia memiliki angka perceraian yang cukup tinggi. Fakta menunjukkan ada 250.000 pasangan yang bercerai dan sebagian besar diantaranya dialami oleh pasangan yang menikah di usia muda.³ Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa menikah di usia muda tidak menjamin suatu pernikahan akan langgeng.

Adanya gerakan-gerakan yang menyerukan adanya nikah muda yang kini banyak dijumpai di media sosial ini seiring dengan munculnya antusiasme masyarakat tentang nikah muda. Pada era 4.0 ini informasi semakin mudah untuk diterima. Hampir di segala akses mulai di alihkan pada media *online* apalagi dengan adanya wabah COVID-19 yang terjadi belakangan ini membuat beberapa hal untuk di *upgrade* dan di alihkan ke *online*. Termasuk dalam hal ajakan nikah muda. Media sosial mengambil peran penting dalam hal penyebaran trend ajakan nikah muda tersebut dimana peminat konten tersebut juga tidak main-main jumlahnya. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah followers akun-akun media sosial yang bertema nikah di usia muda yang mencapai ribuan followers. Akun-akun tersebut menyajikan konten yang menarik dimana disertai dengan gambar, meme, quote yang persuasif mengenai nikah muda. Ketika isu pernikahan ditampilkan di media sosial (lewat meme, foto dan quote) teknik pendekatan edukatif mengenai wacana pernikahan yang dapat dilakukan menjadi terbatas dan cenderung memicu pemahaman yang bias. Nilai pemaknaan tereduksi menjadi sesuatu yang dirayakan tanpa ada alasan atau pemaknaan yang mendalam.⁴

³ Arif Sugitanata, "Relevansi Pembaharuan Islam Bidang Hukum Keluarga Terhadap Egaliter Laki-laki dan Perempuan", *Jurnal Bilancia* Vo.14, No.2, 2020. 303.

⁴ Wifa Lutfiani Tsani, "Trend Ajakan Nikah Muda Ditinjau dalam Aspek Positif dan Negatif", *El-Usrah; Jurnal Hukum Keluarga*, Vol.4, No. 2, 2021, 422.

Berdasarkan hal tersebut maka dengan adanya media sosial lewat aplikasi whatsapp, twitter, instagram, facebook maupun yang lain trend ajakan nikah muda ini mulai digaungkan dengan tujuan semakin banyak orang yang tertarik untuk menikah daripada harus pacaran. Oleh karena itu penelitian ini meneliti mengenai bagaimana wacana persuasif pada konten-konten ajakan nikah muda yang ada di media sosial. Selain itu juga meneliti mengenai sejauh mana konten-konten dalam media sosial tersebut mampu memberikan pengaruh untuk melakukan nikah muda. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah benar bahwasannya angka nikah muda yang naik dikarenakan adanya konten media sosial yang bersifat persuasif.

Menurut hasil penelitian Doni Azhari, Arif Sugitananta dan Siti Aminah disebutkan bahwa pertama berat ringannya tanggung jawab yang dipikul bukan hanya ditentukan oleh banyak sedikitnya beban melainkan pandangan masyarakat terhadap pernikahan dini, kedua keputusan nikah diusia muda karena rasa cinta yang begitu besar, kehamilan pra nikah, desakan dari orangtua atau tradisi, ketiga akan menerima banyak konsekuensi negatif dari pernikahannya.⁵ Penelitian lain yang ditulis oleh Rachma Dania dan Mahfid Ansori disebutkan bahwa propaganda-propaganda nikah muda disampaikan dalam bentuk gambar, video dan tulisan yang diidentikkan dengan keindahan dan keintiman yang merepresentasikan pernikahan itu sendiri dimana gambar juga disertai dengan kalimat propaganda untuk segera nikah muda. Berdasarkan konotasinya dijelaskan bahwasannya pernikahan merupakan suatu ibadah yang sangat menguntungkan dan dapat menjadi solusi bagi permasalahan yang terjadi sehingga tidak perlu takut. Berdasarkan mitos disebutkan bahwa masih terdapat tradisi bahwa menikah di usia muda dianggap baik.⁶ Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Wifa Lutfiani Tsani membuktikan bahwa hal-hal yang membuat nikah muda menjadi isu yang

⁵ *Ibid*, hlm. 1.

⁶ Rachma Dania dan Mahfid Anshori, "Analisis Semiotika Propaganda Menikah Muda di Media Sosial Instagram (Studi Analisis Kualitatif Mengenai Propaganda Menikah Muda di Media Sosial Instagram @gerakannikahmuda November 2019-Januari2020)", *Jurnal Komunikasi Massa*, Vol.1, 2020, hlm. 17-18.

laris dijual di media sosial adalah nikah muda dengan balutan agama sehingga seolah agama menganjurkan untuk menikah muda. Selain itu adanya *public figure* yang melakukan nikah muda sekaligus memberikan iklan pada masyarakat akan kesuksesan pernikahan pada usia muda. Faktor pendukung adanya nikah muda adalah selain karena perkembangan zaman namun juga karena pergaulan.⁷

Selanjutnya penelitian ini akan difokuskan untuk mengkaji trend ajakan nikah muda yang ada pada media sosial. Akan dikaji melalui beberapa akun-akun media sosial yang memiliki konten mengenai wacana persuasif nikah muda. Selain itu juga memberikan hasil wawancara dari orang-orang yang telah mengikuti akun tersebut guna mendapatkan hasil sejauh mana wacana persuasif nikah muda tersebut dapat memengaruhi seseorang untuk melakukan nikah muda.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan dalam tulisan ini adalah menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan netografi. Penelitian netografi adalah proses penggalan berbagai data mengacu pada platform aplikasi yang ada di internet, maka penelitian ini bisa disebut sebagai kajian fenomena yang ada di internet atau dalam istilah lain netografi.⁸Selain itu analisis dalam penelitian ini menggunakan teori wacana kritis persuasif Van Dijk. Data diambil melalui artikel-artikel terkait dan wawancara.

Tulisan ini membahas mengenai wacana persuasif yang ada di beberapa akun media sosial yang memiliki konten mengenai ajakan nikah muda dimana dalam hal ini beberapa akun yang menjadi sumber kajian adalah @nikahasik, @indonesiatanpapacaran dan @gerakannikahmuda. Selanjutnya akan dibahas mengenai trend ajakan nikah muda yang mulai digaungkan di media sosial. Selain itu dicantumkan hasil wawancara dengan

⁷ *Ibid*, hlm 418.

⁸ Fathorrahman dan Ghazian Luthfi Zulhaqqi, " Fenomena Ta'aruf Online dan Praktik Komodifikasi Perkawinan di Dunia Digital", *Jurnal Kafa'ah* , Vol. 10, No. 1, 2020, hlm. 66.

responden sebagai bentuk implementasi pengaruh ajakan nikah muda di media sosial kemudian kesimpulan.

PEMBAHASAN

Fenomena Nikah Muda di Media Sosial

Adanya konten-konten mengenai ajakan nikah muda yang dibalut dengan agama seperti mengatasnamakan anjuran Nabi untuk segera menikah juga merupakan teknik marketing agar informasi tentang mudahnya nikah muda dapat tersampaikan kepada masyarakat. Konten-konten tersebut pada dasarnya membahas mengenai kebahagiaan dalam suatu pernikahan. Konten-konten tersebut juga bertujuan untuk membangun stigma masyarakat mengenai nikah muda bahwasannya menikah itu mudah. Dengan demikian, pernikahan dianggap seremeh dan gampang aktifitas harian seperti membaca koran, berjalan-jalan di taman dan sebagainya.⁹

Dewasa ini ajakan nikah muda makin sering digaungkan di media sosial. Adanya konten-konten dan akun-akun yang mengiklankan adanya nikah muda juga dapat sebagai pemicu seseorang melakukan nikah muda. Sayangnya lebih banyak akun yang terkesan hanya menunjukkan dampak positif dari adanya pernikahan seperti hidup akan lebih bahagia karena ada yang menemani dan lain sebagainya. Padahal adanya pernikahan tentu selain memiliki dampak positif juga memiliki konsekuensi yang tak kalah banyaknya. Apalagi berkaitan dengan nikah muda tentunya berkaitan dengan kesiapan seseorang dalam membina rumah tangga. Apabila seseorang tersebut tidak siap baik secara fisik, psikis maupun finansial maka tujuan kebahagiaan dalam rumah tangga tidak akan tercapai bahkan dapat pula mengakibatkan perceraian dengan umur pernikahan yang masih seumur jagung (singkat). Oleh karena itu, suatu pernikahan dilakukan dengan persiapan yang matang dan hendaknya masyarakat tidak mudah terpengaruh pada konten saja melainkan juga mempertimbangkan konsekuensinya.

⁹ *Ibid*, hlm 422.

Wacana Persuasif Pada Akun Media Sosial yang Memiliki Ajakan Nikah Muda

Wacana di media sosial merupakan anggapan atau statement-statement yang ada di media sosial. Tentunya dalam wacana tersebut dimasukkan suatu pesan didalamnya. Wacana di media sosial juga berisi tentang adanya pendapat terhadap suatu peristiwa. Untuk mengetahui kenapa suatu berita cenderung seperti itu, atau kenapa peristiwa tertentu dimaknai dalam pengertian tertentu dibutuhkan analisis kognisi sosial untuk menemukan struktur mental wartawan ketika memahami suatu peristiwa.¹⁰ Sedangkan Persuasif sendiri adalah teori yang lebih tertuju pada merubah cara berpikir seseorang dengan pesan yang disampaikan. Bisa melalui media massa atau tatap muka dimana dalam memengaruhi seseorang membutuhkan strategi dalam mencapai tujuan¹¹

Berdasarkan teori wacana Van Dijk bahwasannya terdapat tiga tolak ukur dalam memahami suatu wacana kritis yang persuasif, yaitu:

1. Teks; berdasarkan struktur teks dan strategi wacana dimana akan menghasilkan representasi teks secara umum,
2. Kognisi sosial; berdasarkan latar belakang suatu teks itu muncul,
3. Konteks; berdasarkan bagaimana wacana tersebut muncul dalam kehidupan masyarakat.¹²

Oleh sebab itu, maka dapat disimpulkan bahwasannya suatu konten memiliki wacana propaganda mengenai ajakan nikah muda apabila beberapa indikator-indikator tersebut terpenuhi. Kaitannya dengan media sosial maka istilah wartawan disamakan dengan *content creator*. Berikut beberapa akun media sosial yang menyajikan konten mengenai ajakan nikah muda, diantaranya:

1. Akun @nikahasik

¹⁰ Eriyanto, *Analisis Wacana*, Cet. VIII (Yogyakarta: LKis Yogyakarta, 2011), Hlm. 267.

¹¹ Muhammad Akbar Riyanto, "Analisa Teori Persuasif Robert Cialdini dalam Prefrensi Lembaga Kemanusiaan Terhadap Perbankan Syari'ah (Studi Kasus Dompot Dhuafa, YBM-PLN, dan PKPU)", *Skripsi*, Fakultas Syari'ah Institut PTIQ Jakarta (2019), Hlm.3.

¹² *Ibid*, hlm.32.

Sesuai dengan namanya akun ini menyajikan konten mengenai betapa indahnyanya hidup berumah tangga. Akun ini dibuat dan dikembangkan oleh Sobar D Prabowo dimana akun ini tidak hanya memiliki akun di twitter namun juga di instagram. Akun twitter @nikahasik memiliki pengikut kurang lebih 39.700 akun sedangkan di instagram sendiri memiliki pengikut sekitar 820.000 akun. Sobar D Prabowo selain sebagai pengelola akun tersebut juga menulis buku-buku seputar pernikahan beberapa diantaranya adalah buku dengan judul “akad”, “jangan-jangan kita berjodoh”, “nikah asyik gak pake ribet”, “jodoh selalu datang tepat waktu”, “S.A.H sudah atau halalkan” dan yang terakhir kali ditulis dengan judul “#Pasutrilyf”

Berkaitan dengan wacana persuasif pada akun @nikahasik dalam penelitian milik Mutia Soleha disebutkan bahwa pada analisis tes mikro pada akun tersebut bahwasannya pemilik akun berpendapat bahwa pernikahan adalah satu-satunya jalan terbaik untuk menjalin sebuah hubungan percintaan sedangkan dalam analisis makro disebutkan bahwa akun tersebut mengajak para penggemar untuk berbagi pengalaman dan merubah pola pikir *followers* nya untuk segera menikah. Berkaitan dengan kognisi sosial *conten creator* mengamati kejadian yang ada dalam masyarakat mengenai hubungan percintaan yang tidak sesuai dengan syari’at islam serta adanya anggapan bahwa nikah muda dianggap belum matang oleh masyarakat maka *conten creator* berusaha mengubah pola pikir tersebut dengan mmberikan tips mengenai nikah muda. Berdasarkan konteks sosial nikah muda dimana lebih banyak orang yang memilih untuk pacaran daripada menikah muda.¹³

2. Akun Instagram @indonesiatanpapacaran

Akun selanjutnya yang juga sebagai penggerak ajakan nikah muda adalah @indonesiatanpapacaran (ITP). Akun ini didirikan oleh La Ode Munafar pada 7 September 2015 dimana Munafar juga sebagai penggerak

¹³ Mutia Soleha, “ Analisis Wacana Nikah Muda Pada Akun Twitter @nikahasik”, *Skripsi* Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2016) hlm.86-87.

gerakan nikah muda.¹⁴ Akun ini memiliki kurang lebih 885.000 followers dan didalamnya berisi sekitar 39.600 postingan *feed* instagram. Selain aktif sebagai pegiat media sosial pemilik akun ini juga aktif dalam menulis buku, membuat konten youtube, mengisi seminar dan lain sebagainya. Munafar melakukan hal tersebut sebagai upaya untuk menyebarluaskan gerakan tanpa adanya pacaran dan menganjurkan adanya nikah muda. Dalam kontennya akun ini pada umumnya membahas mengenai seputar kehidupan rumah tangga. Selain itu, akun ini juga mengedukasi masyarakat agar stop untuk berpacaran melewati pendekatan problematika yang biasa terjadi pada saat menjalani hubungan pacaran yang dikaitkan dengan manfaat dan dampak positif dari adanya nikah muda.

Berkaitan dengan wacana persuasif dalam penelitian yang dilakukan oleh Nur Sarah disebutkan bahwa dimensi teks pada konten dalam akun ini menyiratkan larangan untuk melakukan pacaran, akan tetapi kalimat yang digunakan adalah kalimat sindiran yang terkadang cenderung radikal sehingga menyinggung netizen sebagai penikmat konten. Secara kognisi sosial akun ini didasarkan pada keluhan atau curahan hati seseorang melalui pesan maupun seminar yang dilakukan La Ode Munafar dengan catatan orang yang berkeluh kesah tersakiti atau tidak. Berkaitan dengan dimensi konteks bahwasannya terdapat respon yang berbeda-beda terhadap konten dalam akun ini. Tanggapan negatif dikarenakan anggapan bahwasannya konten tersebut kurang sesuai dengan negara Indonesia dimana konten yang disajikan dibalut dengan agama islam sedangkan Indonesia bukanlah negara islam.¹⁵

3. Akun Instagram @gerakannikahmuda

¹⁴ Indiana Malia, "Bom Waktu dari Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran", <https://www.idntimes.com/news/indonesia/indianamalia/bom-waktu-dari-gerakan-indonesia-tanpa-pacaran-2>

Diakses pada 22 Oktober 2022.

¹⁵ Nur Sarah, " Analisis Wacana Kritis Perspektif Teun A.Van Dijk Terhadap Media Sosial Pada Akun Instagram @indonesiatanpapacaran", *Skripsi* Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (2019). hlm. 66.

Akun terakhir yang membahas mengenai wacana persuasif nikah muda adalah akun @gerakannikahmuda. Akun ini memiliki *followers* sekitar 413.000 akun. Didalamnya berisi sekitar 23.500 postingan dimana substansi dari konten-konten tersebut pada dasarnya berisi dampak positif nikah muda, romantisme dalam suatu kehidupan pernikahan, sikap-sikap yang harusnya dimiliki suami atau isteri, pernikahan dimana dikaitkan dengan syariat islam, larangan untuk pacaran serta anjuran untuk menikah muda dan lain sebagainya. Hingga saat ini akun @gerakannikah muda masih aktif hal tersebut dapat dilihat dari potingan feed yang hampir setiap hari dan instagram *story* yang juga masih rutin diposting. Pada setiap postingan di *feed* instagram selalu disertai dengan tagline wacana persuasif nikah muda seperti #gerakannikahmuda, #muhasabahcinta, #jejakhalalku dan lain sebagainya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Naufal Mauludy mengenai akun @gerakan nikah muda disebutkan bahwa pada teks mikro semantik ditemukan bahwa adanya wacana persuasif untuk menikah muda dimana dalam konten tersebut dicantumkan manfaat adanya nikah muda dan pemberian edukasi yang bersifat meyakinkan para pembaca untuk menikah muda. Berdasarkan kognisi sosial akun tersebut selain untuk menyegerarakan menikah namun juga memberikan tips-tips agar masyarakat memiliki persiapan untuk menikah sehingga harapannya seseorang yang akan menikah sudah siap secara fisik dan mental. Berdasarkan konteks sosial bahwasannya terdapat pro dan kontra dalam konten tersebut, golongan pro yang menganggap bahwa adanya konten tersebut membuat mereka mebenahi diri kembali untuk mempersiapkan pernikahan sedangkan golongan kontra adalah mereka yang menganggap bahwa anak muda seharusnya lebih produktif dan tidak melulu memikirkan

mengenai pernikahan selain itu adanya visualisasi mengenai ikhwan dan akhwat yang bermesraan dapat memancing syahwat seseorang.¹⁶

Berdasarkan hal tersebut maka dapat dilihat bahwasannya antusiasme masyarakat mengenai nikah muda masih sangat tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah pengikut dari ketiga akun tersebut dimana jumlahnya mencapai ratusan ribu bahkan hampir menyentuh angka satu juta pengikut. Terlepas dari alasan masyarakat banyak yang mengikuti akun tersebut namun pada realitasnya berdasarkan penelitian masih terdapat pro dan kontra terhadap ajakan nikah muda. Maka dapat disimpulkan bahwasannya alasan masyarakat mengikuti akun tersebut adalah selain karena memang ingin menambah wawasan melainkan juga terdapat orang yang hanya sekedar ingin tahu.

Implementasi Wacana Persuasif Trend Ajakan Nikah Muda

Trend ajakan nikah muda merupakan fenomena yang mulai disoroti masyarakat. Penyebaran ajakan nikah muda yang kini mulai dilakukan lewat media sosial disebut sebagai dakwah bagi pemiliki akun yang didalamnya terdapat wacana persuasif nikah muda. Oleh karena itu, adanya konten-konten tersebut tentunya sedikit banyak telah merubah stigma masyarakat dimana akun-akun tersebut beranjak dari pelarangan pacaran kemudian anjuran agar melakukan nikah muda.

Tulisan ini mengambil responden dari orang-orang yang mengikuti salah satu dari ketiga akun yang memiliki wacana persuasif nikah muda yaitu akun @nikahasik, @indonesiatanpapacaran, dan @gerakannikahmuda. Penelitian ini mengambil sample 4 orang yang dimana mereka merupakan pengikut dari salah satu akun tersebut. Responden diberikan identitas dengan nama samaran U, A,F dan W.

¹⁶ Muhammad Naufal Mauludy, “ Analisis Wacana Persuasif Pada Akun Instagram @gerakannikahmuda”, *Skripsi* Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2018) hlm. 117-118.

Berdasarkan wawancara dengan responden maka yang dimaksud nikah muda menurut U adalah pernikahan yang dilakukan pada usia muda kisaran umur dibawah 20 tahun.¹⁷ Menurut A nikah muda adalah pernikahan yang dilakukan oleh seseorang yang belum berusia 19 tahun menurut pemerintah atau 21 bagi perempuan dan 25 bagi laki-laki menurut BKKBN.¹⁸ Menurut F nikah muda adalah pernikahan yang dilakukan pada usia sekitar belasan tahun hingga dibawah 25 tahun.¹⁹ Sedangkan menurut W nikah muda adalah pernikahan yang dilakukan oleh pasangan dibawah usia 19 tahun dimana diperbolehkan pelaksanaannya atas izin pengadilan.²⁰

Berkaitan dengan pilihan mengenai lebih memilih nikah muda atau tidak pada dasarnya 3 responden yaitu A,F dan W mengatakan bahwasannya lebih baik menikah kalau memang sudah siap sehingga mereka tidak menjadikan usia sebagai patokan. Berbeda halnya dengan U yang dalam hal ini juga menikah diusia muda yaitu 18 tahun berpendapat bahwasannya dengan menikah muda dapat terjauh dari perbuatan zina yang dapat merugikan diri sendiri. Sedangkan F memberikan kriteria tersendiri mengenai pernikahan selain seseorang dianggap sudah mampu dan siap, seseorang juga sudah harus menyelesaikan pendidikannya terlebih dahulu ketika hendak menikah karena mengenyam pendidikan bersamaan dengan menikah maka menurut F akan beresiko lebih banyak adanya konflik. Sepaham dengan F, W berpendapat bahwasannya tidak memilih nikah muda karena banyaknya hal yang harus dipertimbangkan untuk menikah.

Hasil wawancara didapatkan bahwasannya keempat responden sebagai pengikut salah satu akun @nikahasik, @indonesiatanpapacaran dan @gerakannikahmuda. Alasan responden mengikuti akun tersebut bermacam-macam seperti U yang mengikuti salah satu akun tersebut karena menurutnya akun tersebut memiliki konten yang menarik dan cukup mendidik sehingga kontennya cocok dinikmati untuk anak muda. A yang juga

¹⁷ Wawancara dengan U secara *online* tanggal 22 Oktober 2022.

¹⁸ Wawancara dengan A secara *online* tanggal 23 Oktober 2022.

¹⁹ Wawancara dengan F secara *online* tanggal 22 Oktober 2022.

²⁰ Wawancara dengan W secara *online* tanggal 22 Oktober 2022.

mengikuti salah satu akun tersebut berpendapat bahwa alasan mengikuti akun adalah karena membutuhkan info mengenai pernikahan dimana responden A selain mengikuti salah satu dari ketiga akun pilihan tersebut juga mengikuti akun lain yang bertemakan pernikahan untuk membandingkan mana yang lebih relevan.

Namun berbeda dengan U, A merasa bahwa salah satu dari ketiga akun pilihan tersebut belum terlalu dewasa untuk diikuti karena isi kontennya hanya melihat dari satu sudut pandang. Hal tersebut disebabkan karena konten dari akun tersebut hanya membahas mengenai keutamaan nikah, pola asuh anak zaman Rasulullah dan lain sebagainya padahal seharusnya tidak melihat dari satu sudut pandang misalnya pernikahan kaitannya dengan kehidupan sosial, ekonomi, psikis dalam berumah tangga yang dimana aspek tersebut tidak ditemukan dalam konten salah satu dari tiga akun pilihan tersebut.

Responden F berpendapat bahwa alasannya mengikuti salah satu dari 3 akun pilihan tersebut adalah akun tersebut sedikit banyak mampu menghibur F ketika galau dengan kontennya serta memotivasi untuk dapat keluar dari masalah terutama hal percintaan. Selain itu menurut F akun tersebut bagus karena memiliki fokus mengajak anak muda untuk menjauhi pacaran dan memotivasi bagi yang sudah terlanjur pacaran untuk menjadi jomblo sampai halal. Sedangkan W mengikuti akun tersebut karena merasa membutuhkan info seputar pernikahan dimana membutuhkan pembelajaran mengenai hak dan kewajiban rumah tangga.

Berkaitan dengan wacana persuasif dalam konten, responden juga berbeda-beda dalam menanggapi nya seperti halnya dengan responden U yang merasa pada saat menikah terpengaruh dengan adanya konten tersebut dikarenakan U menikah di usia yang belum memasuki usia dewasa. Sedangkan A berpendapat bahwa akun tersebut tidak terlalu memengaruhi untuk segera menikah hal tersebut dikarenakan A menikah karena merasa sudah siap bukan karena akun. Selain itu F dan W memiliki pendapat yang

sama mengenai wacana persuasif nikah muda dalam suatu akun yaitu F dan W merasa adanya konten tersebut tidak memengaruhi mereka untuk segera melakukan nikah muda dikarenakan pada dasarnya mereka memiliki target sendiri ketika akan melangsungkan pernikahan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hal tersebut maka didapatkan kesimpulan bahwasannya kaitannya dengan analisis teks mikro pada akun tersebut pada dasarnya akun tersebut memiliki substansi ajakan untuk menyegerakan menikah daripada harus pacaran dengan balutan ilmu agama. Berkaitan dengan kognisi sosial akun-akun tersebut berangkat dari adanya keluhan dan pengamatan mengenai hubungan yang tidak sesuai dengan syariat, adanya anggapan nikah muda belum matang serta menyegerakan menikah yang disertai tips-tips pernikahan. Berdasarkan konteks sosial terdapat pro dan kontra terhadap adanya akun tersebut dimana golongan pro berpendapat bahwa adanya akun tersebut untuk menambah pengetahuan serta persiapan untuk pernikahan sedangkan golongan kontra yang menganggap bahwa konten tersebut tidak sesuai dengan negara Indonesia, adanya konten bermesraan yang dapat mengundang syahwat selain itu adanya pendapat bahwasannya seharusnya anak muda tidak melulu hanya memikirkan pernikahan.

Berkaitan dengan implementasi bahwasannya terdapat respon positif dan negatif terhadap substansi konten dari akun tersebut. Sedangkan kaitannya dengan wacana persuasif para responden sepakat bahwasannya konten pada salah satu dari tiga akun tersebut tidak terlalu atau bahkan tidak sama sekali memengaruhi untuk segera menikah.

Saran

Berdasarkan penelitian tersebut maka berikut dicantumkan beberapa saran dari peneliti :

1. Bagi orangtua hendaknya tetap mengawasi anaknya yang masih dibawah umur dalam penggunaan gadget agar anak tersebut tidak mudah terpengaruh adanya ajakan nikah muda.
2. Bagi orang dewasa hendaknya juga membatasi diri dalam penggunaan gadget, kaitannya dengan trend ajakan nikah muda hal tersebut dikarenakan kesiapan seseorang merupakan hal yang harus dipertimbangkan dalam membina rumah tangga sehingga seseorang menikah bukan hanya karena ingin namun juga siap secara lahir dan batin serta mengetahui beberapa konsekuensi dari adanya pernikahan.
3. Bagi peneliti berikutnya diharapkan agar dapat melakukan penelitian kaitannya dengan trend ajakan nikah muda secara luas mengingat trend ini mulai marak seiring dengan peminat gadget yang semakin banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, Doni .Arif Sugitananta dan Siti Aminah. "Trend Ajakan Nikah Muda: Antara Hukum Agama dan Hukum Positif". *The Indonesian Journal of Islamic Law dan Civil law*, Vol.3, No.1, 2022.
- Dania, Rachma dan Mahfid Ansori."Analisis Semiotika Propaganda Menikah Muda di Media Sosial Instagram (Studi Analisis Kualitatif Mengenai Propaganda Menikah Muda di Media Sosial Instagram @gerakannikahmuda November 2019-Januari2020)". *Jurnal Komunikasi Massa*, Vol.1 , 2020.
- Eriyanto, *Analisis Wacana*, Cet VIII, Yogyakarta: LKis Yogyakarta, 2011.
- Fathorrahman dan Ghazian Luthfi Zulhaqqi. "Fenomena Ta'aruf Online dan Praktik Komodifikasi Perkawinan di Dunia Digital", *Jurnal Kafa'ah* , Vol. 10, No. 1, 2020.
- Malia, Indiana. "Bom Waktu dari Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran", <https://www.idntimes.com/news/indonesia/indianamalia/bom-waktu-dari-gerakan-indonesia-tanpa-pacaran-2>. Diakses pada 22 Oktober 2022.
- Mauludy, Muhammad Naufal. "Analisis Wacana Persuasif Pada Akun Instagram @gerakannikahmuda". *Skripsi*, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.

Nasution, Khoiruddin, *Hukum Perkawinan*, Yogyakarta:Academia+ Tazzafa, 2005.

Riyanto, Muhammad Akbar, “ Analisa Teori Persuasif Robert Cialdini dalam Prefrensi Lembaga Kemanusiaan Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Dompot Dhuafa, YBM-PLN, dan PKPU”, *Skripsi*, Fakultas Syariah Institut PTIQ Jakarta, 2019.

Sarah, Nur . “Analisis Wacana Kritis Perspektif Teun A.Van Dijk Terhadap Media Sosial Pada Akun Instagram @indonesiatanpapacaran”. *Skripsi*, Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.

Soleha, Mutia. “Analisis Wacana Nikah Muda Pada Akun Twitter @nikahasik”. *Skripsi*, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016.

Sugitanata, Arif. “Relevansi Pembaharuan Islam Bidang Hukum Keluarga Terhadap Egaliter Laki-laki dan Perempuan” . *Jurnal Bilancia* Vo.14, No.2, 2020.

Tsani, Wifa Lutfiani. “Trend Ajakan Nikah Muda Ditinjau dalam Aspek Positif dan Negatif”, *El-Usrah: Jurnal Hukum Keluarga*, Vol.4, No. 2, 2021.