

Hiperrealitas Pernikahan Di Media Sosial: Konstruksi *Wedding Goals* Pada Generasi Muda

M. Yuslan Ramdlany Mursalin¹¹, Adam Saleh² & Fariz Rifandi³

¹Magister Hukum Keluarga

^{2,3}Universitas Islam Negeri Datokarama Palu

Penulis korespondensi: M. Yuslan Ramdlany Mursalin, E-mail: myuslanramdlany26@gmail.com

INFORMASI INFORMASI

Volume: 5
ISSN: 2962-7257

KATAKUNCI

media sosial, hiperrealitas,
wedding goals, pernikahan,
budaya digital.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas konstruksi hiperrealitas pernikahan di media sosial melalui fenomena *wedding goals* pada generasi muda. Perkembangan platform digital seperti Instagram dan TikTok telah mengubah cara masyarakat memaknai relasi romantis dan institusi pernikahan. Pernikahan yang sebelumnya dipahami sebagai institusi privat dan sakral kini bergeser menjadi performa sosial yang dipertontonkan di ruang digital melalui konten visual yang estetis, romantis, dan simbolik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) yang bersumber dari jurnal ilmiah, buku akademik, dan literatur relevan mengenai budaya digital, hiperrealitas, dramaturgi media sosial, serta perbandingan sosial. Analisis dilakukan menggunakan teori hiperrealitas Jean Baudrillard, dramaturgi Erving Goffman, dan Social Comparison Theory Leon Festinger.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial membentuk standar hubungan ideal melalui budaya representasi visual dan validasi sosial. Fenomena seperti *wedding goals*, *couple goals*, dan romantisasi hubungan menciptakan simulasi hubungan yang sering kali tidak merepresentasikan realitas kehidupan rumah tangga secara utuh. Selain itu, media sosial mendorong praktik perbandingan sosial yang memengaruhi ekspektasi generasi muda terhadap cinta, komitmen, dan kehidupan pernikahan. Pernikahan dalam budaya digital tidak lagi hanya dipahami sebagai relasi emosional dan spiritual, tetapi juga sebagai simbol status sosial, identitas digital, dan komoditas visual yang dikonsumsi publik. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial berperan penting dalam membentuk realitas sosial baru mengenai pernikahan dalam masyarakat digital kontemporer.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola interaksi sosial masyarakat secara signifikan, terutama sejak media sosial menjadi bagian utama dalam kehidupan generasi muda. Platform seperti Instagram dan TikTok tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, melainkan telah berkembang menjadi ruang representasi identitas, ekspresi emosional, dan konstruksi realitas sosial baru. Menurut (Siswadi, 2022), media sosial membentuk budaya komunikasi visual yang

¹¹Mahasiswa Magister Program Studi Hukum Keluarga UIN Datokarama Palu. Makalah dipresentasikan pada Seminar Nasional Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5.0 (KIIIES 5.0) ke-5 pada Pascasarjana Universitas Islam Negeri Datokarama Palu sebagai Presenter.

memungkinkan individu menampilkan citra diri secara lebih terkurasi di ruang digital. Fenomena tersebut diperkuat oleh penelitian (Masut et al., 2023) yang menjelaskan bahwa generasi muda saat ini menjadikan media sosial sebagai medium utama dalam membangun eksistensi sosial dan validasi diri. Dalam konteks masyarakat digital, kehidupan personal yang sebelumnya bersifat privat kini berubah menjadi konsumsi publik yang dapat diakses, dinilai, dan divalidasi melalui likes, comments, serta engagement digital lainnya. Selain itu, penelitian oleh (Kamaruddin et al., 2024) menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan cara pandang generasi muda terhadap institusi pernikahan, termasuk dalam memahami ekspektasi hubungan dan kesiapan menikah. Dengan demikian, media sosial secara perlahan telah membentuk standar sosial baru mengenai kehidupan ideal, termasuk relasi romantis dan pernikahan.

Fenomena tersebut semakin terlihat melalui munculnya budaya wedding goals dan representasi hubungan romantis ideal di media sosial. Konten berupa prewedding sinematik, pesta pernikahan mewah, honeymoon aesthetic, hingga kehidupan rumah tangga yang tampak harmonis menjadi salah satu jenis konten paling populer di TikTok dan Instagram. Menurut penelitian (Damayanti & Hidayat, 2019), budaya visual media sosial mendorong individu untuk menampilkan kehidupan personal secara estetik demi memperoleh pengakuan sosial di ruang digital. Hal tersebut juga diperkuat oleh penelitian (Nugroho & Sari, 2022) yang menyatakan bahwa media sosial telah menciptakan budaya performatif, di mana relasi romantis dipertontonkan sebagai bagian dari identitas sosial modern. Dalam perspektif budaya digital, pernikahan tidak lagi hanya dipahami sebagai ikatan sakral, melainkan juga sebagai simbol pencapaian sosial dan estetika visual.

Transformasi tersebut secara tidak langsung menggeser makna pernikahan dalam masyarakat modern. Jika sebelumnya pernikahan dipandang sebagai institusi sosial dan spiritual yang menekankan komitmen, tanggung jawab, dan nilai sakralitas, maka dalam budaya digital pernikahan mulai mengalami estetisasi dan komersialisasi. Menurut (Sholahudin, 2020), media sosial telah mengubah orientasi masyarakat terhadap pernikahan dari nilai substantif menuju nilai simbolik dan visual. Realitas pernikahan tidak lagi diukur berdasarkan kualitas hubungan interpersonal semata, tetapi juga berdasarkan bagaimana hubungan tersebut direpresentasikan di ruang digital. Penelitian oleh (Destriana et al., 2020) menemukan bahwa algoritma media sosial secara aktif mereproduksi citra kehidupan rumah tangga harmonis dan romantis sebagai standar sosial baru. Dalam perspektif hiperrealitas Jean Baudrillard, kondisi tersebut menunjukkan bahwa representasi digital perlahan menggantikan realitas itu sendiri.

Fenomena hiperrealitas pernikahan juga berdampak pada cara generasi muda membangun ekspektasi terhadap hubungan dan kehidupan rumah tangga. Paparan terus-menerus terhadap konten pasangan ideal menyebabkan munculnya standar relasi yang tidak realistis. Menurut penelitian Rahmawati (2025), media sosial memainkan peran besar dalam membentuk konstruksi makna pernikahan pada Generasi Z melalui narasi digital yang menampilkan romantisasi maupun ketakutan terhadap relasi pernikahan. Penelitian oleh Lestari et al. (2022) menjelaskan bahwa intensitas konsumsi konten romantis di media sosial dapat memunculkan tekanan psikologis berupa kecemasan relasional dan ketidakpuasan terhadap hubungan pribadi. Selain itu, fenomena marriage is scary yang berkembang di TikTok menunjukkan adanya perubahan cara pandang generasi muda terhadap pernikahan akibat meningkatnya paparan konflik rumah tangga, tekanan ekonomi, dan standar hubungan ideal di media sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi pernikahan ideal di media sosial, mengkaji fenomena hiperrealitas wedding goals dalam budaya digital, serta memahami transformasi makna pernikahan pada generasi muda di era media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian komunikasi digital, budaya media, dan studi sosial kontemporer.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Media Sosial dan Budaya Digital

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan mendasar dalam pola komunikasi masyarakat modern, khususnya pada generasi muda yang hidup di tengah ekosistem digital. Media sosial tidak lagi dipahami sekadar sebagai alat komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial virtual yang membentuk cara individu berinteraksi, mengekspresikan identitas, serta membangun realitas sosial baru. Platform seperti Instagram dan TikTok memungkinkan pengguna untuk memproduksi, mendistribusikan, sekaligus mengonsumsi informasi secara cepat dan masif. Menurut penelitian Hidayatullah dan Irwansyah

(2022), media sosial membentuk budaya komunikasi baru yang menempatkan visualitas dan eksistensi digital sebagai bagian penting dalam kehidupan sosial masyarakat.

Budaya digital merupakan konsekuensi dari integrasi teknologi informasi dengan kehidupan sosial masyarakat modern. Dalam perspektif Manuel Castells, masyarakat digital membentuk apa yang disebut sebagai *network society*, yaitu masyarakat yang aktivitas sosial, budaya, dan ekonominya sangat dipengaruhi oleh jaringan teknologi informasi. Kondisi tersebut menyebabkan batas antara ruang privat dan ruang publik menjadi semakin kabur. Menurut penelitian Kurniawan et al. (2022), budaya digital mendorong masyarakat untuk menjadikan media sosial sebagai ruang utama dalam menampilkan aktivitas personal, termasuk relasi romantis dan kehidupan rumah tangga.

2.2 Teori Hiperrealitas

Teori hiperrealitas merupakan salah satu konsep penting dalam kajian budaya media dan masyarakat postmodern yang dikembangkan oleh Jean Baudrillard. Teori ini menjelaskan bahwa perkembangan media dan teknologi telah menciptakan kondisi di mana batas antara realitas dan representasi menjadi semakin kabur. Dalam masyarakat modern, individu tidak lagi berinteraksi secara langsung dengan realitas asli, melainkan dengan simbol, citra, dan simulasi yang diproduksi oleh media. Menurut Baudrillard, masyarakat postmodern hidup dalam dunia *simulacra*, yaitu dunia yang dipenuhi representasi buatan yang perlahan menggantikan realitas itu sendiri.

Dalam konteks relasi romantis dan pernikahan, hiperrealitas terlihat melalui munculnya representasi hubungan yang tampak sempurna di media sosial. Konten seperti *couple goals*, *wedding goals*, *honeymoon aesthetic*, hingga rumah tangga harmonis menjadi simulasi sosial yang terus direproduksi dalam ruang digital.

2.3 Dramaturgi Media Sosial

Teori dramaturgi dikembangkan oleh Erving Goffman melalui karyanya *The Presentation of Self in Everyday Life*. Goffman menjelaskan bahwa kehidupan sosial menyerupai panggung pertunjukan di mana individu secara sadar mengelola perilaku dan ekspresi diri untuk membentuk kesan tertentu di hadapan audiens. Dalam konteks media sosial, konsep ini menjadi relevan karena pengguna dapat mengatur bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain melalui unggahan visual, *caption*, dan interaksi digital yang terkurasi.

Goffman membedakan dua ruang utama, yaitu *front stage* dan *back stage*. *Front stage* merupakan ruang tempat individu menampilkan citra ideal di hadapan publik, sedangkan *back stage* adalah ruang privat yang memperlihatkan realitas autentik yang tidak selalu ditampilkan kepada audiens digital.

2.4 Social Comparison Theory

Social Comparison Theory dikembangkan oleh Leon Festinger pada tahun 1954 untuk menjelaskan bagaimana individu mengevaluasi diri melalui perbandingan dengan orang lain. Dalam konteks media sosial, individu terus-menerus terpapar pada representasi kehidupan orang lain yang telah dikonstruksi secara visual dan simbolik. Menurut penelitian Hidayat et al. (2022), media sosial memperluas praktik *social comparison* karena pengguna dapat mengakses representasi kehidupan orang lain tanpa batas ruang dan waktu.

Dalam media sosial, praktik *upward comparison* lebih dominan karena pengguna cenderung menampilkan aspek kehidupan yang ideal, estetik, dan membahagiakan. Akibatnya, pengguna media sosial semakin terdorong menilai kualitas hidup dan relasi mereka berdasarkan standar visual yang diproduksi di ruang digital.

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *library research* atau studi kepustakaan. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial dan budaya digital yang berkaitan dengan konstruksi hiperrealitas pernikahan di media sosial. Menurut John W. Creswell, penelitian kualitatif bertujuan memahami makna, interpretasi, dan konstruksi sosial yang berkembang dalam masyarakat melalui analisis terhadap berbagai sumber data kontekstual.

Sumber data terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari jurnal ilmiah nasional dan internasional, buku akademik, artikel ilmiah, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan tema media sosial, budaya digital, hiperrealitas, dramaturgi media sosial, relasi romantis, dan pernikahan. Penelitian ini memprioritaskan jurnal ilmiah empat tahun terakhir agar data yang digunakan tetap aktual dan relevan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan studi literatur, sedangkan teknik analisis data menggunakan content analysis dan analisis deskriptif-kritis. Analisis dilakukan dengan menginterpretasikan fenomena sosial berdasarkan teori hiperrealitas Jean Baudrillard, dramaturgi Erving Goffman, dan Social Comparison Theory dari Leon Festinger.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Media Sosial Sebagai Ruang Representasi Pernikahan

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat memaknai dan merepresentasikan pernikahan dalam kehidupan sosial modern. Pernikahan yang sebelumnya dipahami sebagai institusi privat dan sakral kini mengalami transformasi menjadi konsumsi publik dalam ruang digital. Platform seperti Instagram dan TikTok memungkinkan individu membagikan berbagai aspek kehidupan rumah tangga secara terbuka melalui foto, video, reels, maupun konten naratif yang dikemas secara visual dan emosional.

Dalam budaya digital, representasi pernikahan dibangun melalui proses kurasi visual yang sangat selektif. Pasangan cenderung hanya menampilkan sisi terbaik dari hubungan mereka seperti momen romantis, perjalanan bersama, pesta pernikahan mewah, dan keharmonisan rumah tangga. Konflik dan dinamika relasi yang kompleks sering kali tidak ditampilkan dalam ruang publik digital.

4.2 Wedding Goals dan Budaya Hiperrealitas

Fenomena wedding goals merupakan salah satu bentuk representasi budaya digital yang berkembang pesat di media sosial. Istilah tersebut digunakan untuk menggambarkan konsep pernikahan ideal yang ditampilkan melalui visualisasi estetik, romantis, dan mewah. Konten seperti prewedding cinematic, pesta pernikahan elegan, dekorasi estetik, dan honeymoon romantis diproduksi secara intens dan dikonsumsi secara luas oleh masyarakat digital.

Dalam perspektif hiperrealitas Jean Baudrillard, budaya wedding goals dipahami sebagai bentuk simulasi sosial yang menghasilkan realitas semu mengenai pernikahan. Representasi hubungan romantis di media sosial tidak lagi sekadar merefleksikan kehidupan nyata, tetapi menciptakan realitas baru yang dianggap lebih ideal dibanding kenyataan itu sendiri.

Budaya wedding goals juga memperlihatkan bagaimana media sosial mengubah pernikahan menjadi objek visual yang dikonsumsi publik. Pernikahan tidak lagi diposisikan semata sebagai institusi sosial dan spiritual, tetapi juga sebagai simbol status sosial, gaya hidup, dan pencapaian personal.

4.3 Pernikahan sebagai Performa Sosial

Dalam era budaya digital, pernikahan telah berkembang menjadi bentuk performa sosial yang dipertontonkan di ruang publik digital. Media sosial memungkinkan pasangan menampilkan kehidupan rumah tangga mereka secara terbuka melalui foto, video, dan berbagai bentuk narasi visual lainnya.

Fenomena tersebut dapat dipahami melalui perspektif dramaturgi Erving Goffman. Pasangan melakukan impression management dengan cara mengelola bagaimana hubungan mereka terlihat di mata publik. Foto romantis, unggahan anniversary, dan dokumentasi pernikahan menjadi bagian dari strategi pencitraan hubungan yang bertujuan membangun kesan harmonis dan bahagia.

Performa sosial dalam pernikahan juga berkaitan erat dengan kebutuhan akan validasi sosial di media digital. Likes, komentar, viewers, dan engagement menjadi bentuk pengakuan simbolik yang memengaruhi perilaku pasangan dalam merepresentasikan hubungan mereka.

4.4 Transformasi Makna Pernikahan

Perkembangan media sosial dan budaya digital telah membawa perubahan mendasar terhadap cara masyarakat memaknai institusi pernikahan. Pernikahan yang sebelumnya dipahami sebagai ikatan sosial dan spiritual kini mengalami transformasi menjadi simbol sosial yang dipengaruhi budaya visual dan representasi digital.

Transformasi tersebut terlihat dari pergeseran orientasi masyarakat terhadap tujuan dan simbol pernikahan. Jika sebelumnya pernikahan dipandang sebagai bentuk ibadah dan komitmen jangka panjang, maka dalam budaya digital pernikahan semakin dipahami sebagai pencapaian sosial dan gaya hidup.

Media sosial juga mengubah batas antara ruang privat dan ruang publik dalam kehidupan rumah tangga. Aktivitas yang sebelumnya bersifat personal kini dipublikasikan secara terbuka melalui berbagai bentuk konten digital.

4.5 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi interpersonal, tetapi telah berkembang menjadi ruang representasi sosial yang membentuk standar, makna, dan ekspektasi baru mengenai pernikahan. Relasi romantis dan kehidupan rumah tangga dikonstruksi melalui budaya visual, performa sosial, dan validasi digital.

Temuan penelitian memperlihatkan relevansi teori dramaturgi Erving Goffman dalam menjelaskan fenomena hubungan romantis di media sosial. Media sosial menjadi front stage tempat pasangan menampilkan kehidupan rumah tangga yang harmonis dan romantis, sedangkan konflik dan dinamika relasi disembunyikan dalam ruang back stage.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa budaya wedding goals telah melahirkan hiperrealitas mengenai pernikahan dalam masyarakat modern. Representasi hubungan harmonis di media sosial akhirnya dianggap sebagai standar realitas baru mengenai kehidupan rumah tangga. Akibatnya, nilai substansial seperti komitmen, komunikasi interpersonal, dan ketahanan relasi menjadi kurang terlihat dibanding dominasi simbol visual dan pencitraan digital.

Selain itu, budaya media sosial memengaruhi cara generasi muda membangun ekspektasi terhadap pernikahan. Paparan terhadap konten romantisasi hubungan menyebabkan munculnya standar hubungan yang tinggi dan sulit dicapai, sehingga memunculkan tekanan psikologis berupa rasa insecure, ketidakpuasan relasional, hingga kecemasan terhadap pernikahan.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial telah merekonstruksi makna pernikahan dalam masyarakat digital melalui budaya representasi, performa sosial, dan hiperrealitas hubungan. Pernikahan tidak lagi dipahami semata sebagai institusi sosial dan spiritual, tetapi juga sebagai simbol visual yang diproduksi dan dipertontonkan di ruang digital melalui fenomena wedding goals, romantisasi hubungan, dan budaya validasi sosial. Melalui perspektif hiperrealitas Jean Baudrillard, dramaturgi Erving Goffman, dan Social Comparison Theory Leon Festinger, penelitian ini menemukan bahwa media sosial membentuk standar hubungan ideal yang sering kali bersifat simulatif dan tidak sepenuhnya merepresentasikan realitas kehidupan rumah tangga. Kondisi tersebut memengaruhi cara generasi muda memahami cinta, komitmen, dan pernikahan, sekaligus memunculkan tekanan sosial serta ekspektasi relasional yang tinggi dalam budaya digital kontemporer. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi ruang komunikasi, tetapi juga menjadi agen utama dalam membentuk realitas baru mengenai pernikahan dalam kehidupan masyarakat modern.

Referensi

- Damayanti, N. L., & Hidayat, M. A. (2019). Hiperreality of social media: A phenomenology study of self confession of housewives of Facebook users. *The Journal of Society and Media*, 3(2), 261–277.
- Destriana, N. M., Nurhadi, & Pranawa, S. (2020). Foodstagramming hyperreality in consumption behavior in Indonesia. *Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan IPS*, 7(1).
- Erving Goffman. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books.
- Jean Baudrillard. (1994). *Simulacra and Simulation*. University of Michigan Press.
- John W. Creswell., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Kamaruddin, S., Adam, A., & Chakti, A. (2024). Komodifikasi media sosial dalam perspektif teori Jean Baudrillard. *Bosowa Journal of Education*, 5(1), 177–180.
- Leon Festinger. (1954). *A theory of social comparison processes*. *Human Relations*, 7(2), 117–140.
- Masut, V. R., Wijanarko, R., & Pandor, P. (2023). Objektifikasi subjek dalam budaya kontemporer berdasarkan konsep hiperrealitas Jean Baudrillard. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 6(3), 303–315.
- Saputra, E. E. (2016). Hiperrealitas relasi dalam sinetron komedi “Tetangga Masa Gitu?”. *Informasi*, 46(1).
- Sholahudin, U. (2020). Selebrasi pernikahan artis dalam perspektif teori masyarakat konsumsi Baudrillard. *Journal of Urban Sociology*, 2(2), 57–68.
- Siswadi, G. A. (2022). Hiperrealitas di media sosial dalam perspektif simulakra Jean Baudrillard: Studi fenomenologi pada trend foto prewedding di Bali. *Dharmasmrti: Jurnal Ilmu Agama dan Kebudayaan*, 22(1), 9–18.
- Zed, M. (2018). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.