

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sebuah keluarga umumnya terdiri dari ayah, ibu dan anak. Namun belakangan ini terdapat *trend* yang muncul mengenai konsep dalam berkeluarga yaitu *childfree*. *Childfree* diartikan dengan keadaan dimana pasangan yang telah menikah memutuskan untuk tidak memiliki anak. Dalam berkeluarga, memiliki anak adalah suatu karunia besar bagi seorang ibu. Tetapi di zaman sekarang ini *childfree* banyak menjadi pilihan untuk pasangan yang sudah menikah. Fenomena keluarga tanpa anak ini menjadi sangat menarik karena merupakan salah satu pandangan ekstrim yang muncul ditengah masyarakat. Melihat banyaknya perbincangan mengenai *childfree* di Indonesia dan menjadi topik pembahasan yang tidak henti-henti di media massa membuat penelitian ini perlu dikaji.

Di tengah berkembangnya fenomena *childfree* ini, dari sudut pandang ajaran agama islam, memiliki anak dianggap sebagai salah satu anugerah dan termasuk kewajiban bagi pasangan suami istri. Sehingga konsep *childfree* ini bertentangan dengan prinsip dasar ajaran islam dan membuat fenomena pasangan tanpa anak ini banyak menimbulkan pertanyaan status hukum *childfree*. Namun konsep *childfree* berkaitan dengan hak asasi manusia (HAM), yang memberikan kebebasan individu untuk memilih untuk memiliki seorang anak atau tidak. Dalam islam, kedua pasangan memiliki hak yang sama dalam memutuskan apakah mereka ingin memiliki anak atau tidak, dan hal itu memiliki arti bahwa mereka memiliki hak untuk menentukan nasib keluarganya (Salsabilla Yessino et al., 2024).

Bagi masyarakat yang memiliki pemikiran tradisional, mereka menganggap bahwa semakin banyak memiliki anak maka semakin banyak pula rezeki yang didapat. Namun bagi masyarakat yang memiliki pemikiran modern, Sebagian mereka menganggap bahwa anak adalah beban dan bisa termasuk penghambat karir juga kesuksesan, atau bisa menjadi penyebab gagalnya seseorang untuk mengembangkan potensi diri (Wathoni et al., 2023) dalam (Hasanah, 2025).

Istilah *childfree* mulai ramai dan banyak diperbincangkan di khalayak khususnya di media sosial mulai dari *Instagram, Youtube, Twitter, Quora*. *Childfree* sendiri awal muncul pada tahun 1972 oleh *National Organization for NonParents*. Istilah *childfree* tertuju pada individu atau pasangan yang memutuskan untuk tidak memiliki anak secara biologis atau dengan mengadopsi. Istilah *childfree* berbeda dengan *childless*, *childless* berarti pasangan yang telah menikah dan tidak memiliki anak karena terdapat kendala biologis sehingga meskipun pasangan tersebut berkeinginan memiliki anak namun tidak dapat memiliki anak biologis. Sedangkan *childfree* adalah keputusan pasangan yang telah menikah dan secara sukarela memilih tidak memiliki anak meskipun tidak memiliki masalah biologis (Agrillo & Nelini, 2008).

Hasil survey yang dilakukan oleh Statistik Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia menyatakan wanita berusia 15-49 tahun sekitar 8% atau sekitar 71 ribu wanita memutuskan untuk memilih *childfree*, karena tingginya angka tersebut hal ini perlu diperhatikan dan kemungkinan angka tersebut akan terus meningkat artinya masyarakat Indonesia akan tetap memilih *childfree* dan akan berdampak pada penurunan populasi. Masyarakat masih beranggapan bahwa jika memilih untuk melahirkan seorang anak harus ada harga yang harus dibayar sebagai orang tua termasuk mempersiapkan aspek aspek kehidupannya diantaranya aspek sosial, ekonomi dan psikologi (Koropeckyj-Cox et al., 2018).

Hadirnya media yang mengangkat isu *childfree* ini lebih membuat fenomena ini dikenal dan ramai dibicarakan oleh masyarakat, banyak konten dengan menggunakan tema *childfree*, mulai dari film, media online, konten youtube, hingga acara talkshow. Salah satunya adalah acara talkshow dari “Kick Andy” Metro TV yang mengunggah acara tersebut dalam kanal youtube mereka. Narasumber yang mereka undang dalam acara tersebut sangat beragam tetapi tetap didominasi oleh perempuan, seperti penulis buku “*childfree & happy*” yaitu Victoria Tunggono. Lalu ada dialog secara online dengan pasangan muda yang memutuskan untuk *childfree* dan mereka merupakan influencer yang secara terang terangan menyatakan bahwa mereka adalah pasangan yang menganut *childfree* yaitu Gita Savitri dan Paul Partohap, kemudian ada juga pasangan yang sudah memasuki umur pernikahan 10 tahun dan tetap memutuskan untuk *childfree* yaitu Arief dan Chibi. *Host* talkshow kick andy juga bertanya pertanyaan yang sering ditanyakan oleh warganet seperti alas an untuk tidak memiliki anak, isu trauma, isu agama, isu latarbelakang,

ekonomi keluarga, bagaimana tanggapan keluarga dan masyarakat dengan pilihan mereka hingga naluri alamiah seorang perempuan pada diri narasumber (Sudirman, 2024).

Tidak hanya di media sosial, beberapa stasiun televisi juga pernah menyiarkan talkshow bertemakan *childfree* salah satunya talkshow dari Kick Andy. Talkshow tersebut mendapat kepercayaan dari masyarakat sebagai salah satu program acara terbaik di Indonesia yang meraih penghargaan KPI Award 2019, acara yang dipandu oleh Andy Flores Noya ini sering mengundang narasumber yang inspiratif dan menampilkan kisah-kisah yang positif dan dapat menginspirasi penonton. Acara ini menawarkan dan memberi kesempatan para penonton untuk mendapat informasi yang actual dan tepat mengenai peristiwa yang sedang terjadi di berbagai belahan dunia. Stuart Hall menyatakan bahwa media memiliki pengaruh besar dalam membentuk konstruksi individu terhadap pengetahuan sosial atau fenomena yang terjadi. Media ini memiliki peran penting dalam proses memahami “dunia” dan “realitas” yang dialami oleh orang lain, dan bagaimana secara imajinatif merekonstruksi kehidupan mereka dan kehidupan kita melalui persepsi "dunia secara keseluruhan" (Baker Christ and Emma, 2016).

Dalam talkshow kick andy yang membahas mengenai *childfree*, mereka mewawancarai seseorang yang telah memutuskan untuk *childfree* setelah menikah yaitu *influencer* Gita Savitri Devi dan suaminya Paulus Andreas Partohap serta pasangan *childfree* lainnya yakni Arief Maulana dan Sarlinastiti Citra Hayu, selain itu mereka juga mewawancarai seseorang telah memilih *childfree* ketika muda yaitu penulis buku ‘*Childfree and Happy*’ Victoria Tunggono, dan menariknya keputusan mereka didasari dengan latar belakang, lingkungan, pengalaman hidup dan trauma masa lalu mereka. Dalam acara tersebut juga menghadirkan Analisa Widyaningrum yaitu seorang psikologi klinik yang memberikan temuan-temuannya dan pendapatnya mengenai *childfree* pada Andy Flores Noya sebagai host.

Berbagai pendapat khalayak tentang *childfree* penonton bisa terlihat jelas pada kolom komentar youtube kick andy, pro, kontra bahkan netral mereka mengutarakan pendapatnya berdasarkan pengalaman dan pengetahuan mereka mengenai hal tersebut. Mereka yang setuju dengan *childfree* menganggap bahwa seseorang bisa memutuskan pilihan hidupnya sendiri. Sementara orang yang tidak setuju dengan *childfree* menganggap bahwa *childfree* adalah

keputusan yang menentang agama dan budaya. Pendapat yang berbeda-beda bisa terjadi karena latar belakang yang tidak sama yang menghasilkan pemaknaan yang berbeda-beda. Hal itu menjadi menarik dikaji karena setiap orang memiliki gagasan dan *point of view* yang berbeda beda.

Seorang ibu memiliki peran penting terhadap pemilihan keputusan untuk childfree karena mereka yang lebih banyak merasakan susah senang dengan sang anak, perubahan bentuk badan yang drastis, mengandung, melahirkan, menyusui, bahkan mereka mau mengorbankan nyawa untuk anaknya. Banyaknya pembahasan mengenai fenomena childfree dari sebuah tayangan maupun tokoh dan influencer yang mengguguh hal tersebut juga secara tidak langsung mempengaruhi pandangan masyarakat luas, seperti halnya dengan latar belakang seorang ibu yang bekerja dan sudah memiliki anak akan berpikir bahwa mereka bekerja untuk memenuhi kebutuhan anaknya sedangkan ibu yang bekerja tetapi belum memiliki anak akan berpikir dengan childfree mereka bisa terus menjaga bentuk tubuhnya sehingga bisa mendapat penghasilan lebih. Latar belakang ibu rumah tangga yang lama belum memiliki anak akan memiliki makna childfree yang berbeda pula, mereka bisa memaknai childfree sebagai alasan untuk mereka yang belum bisa dikaruniai anak, sedangkan ibu rumah tangga yang sudah punya anak bisa menganggap childfree adalah hal yang wajar karena mereka tahu susahny merawat dan mendidik seorang anak. Hal itu akan berbeda pula bagi ibu yang memiliki pengalaman broken home, mereka bisa menganggap lebih baik childfree daripada melibatkan anak dalam masalah suami istri dalam rumah tangga.

Pasangan yang memilih childfree mendapatkan respon yang beragam, mulai dari mendukung keputusan childfree mereka, menentang dan ada pula yang bersikap netral. Hal tersebut masih menjadi perdebatan keputusan pasangan yang memiliki anak dan tidak karena realitas yang terjadi sangat kompleks diantaranya salah satu penghambat adalah status sosial, ekonomi, dan psikologis yang sulit dari menjadi orang tua (Mollen, 2014).

Keterkaitan antara ilmu komunikasi dengan fenomena ini adalah bagaimana masyarakat menerima suatu pandangan dan keyakinan di luar dari norma dari sebuah media lalu menghasilkan sebuah makna bagi seseorang hal ini selaras dengan teori stuart hall dalam teori

analisis resepsi. Analisis resepsi menjelaskan bagaimana khalayak memaknai pesan dari media berdasarkan latar belakang, pengalaman dan pemaknaan individu hingga melewati proses *encoding* dan *decoding*. Dalam teori Stuart Hall juga terdapat tiga kategori resepsi yaitu hegemoni dominan, negosiasi, dan oposisi sehingga hasil penelitian dapat dikategorikan sesuai teori Stuart Hall (Salsabila & Febrianita, 2024).

Fenomena *childfree* ini banyak membuat masyarakat tidak hanya menonton secara pasif tetapi juga aktif dalam menuangkan pendapatnya. Adanya studi khalayak aktif akan menarik untuk melihat bagaimana masyarakat memaknai isu yang kontroversial dengan bermacam-macam latar belakang lingkungan, pendidikan, budaya maupun pengalaman. Dengan demikian peneliti ingin mengetahui bagaimana penerimaan dan pemaknaan dari seorang ibu mengenai konten youtube yang membahas tentang *childfree* dengan menggunakan komunikasi analisis resepsi (Febriani et al., 2018).

Dengan mengamati proses resepsi, peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana dampak pesan pada cara berpikir, emosionalitas, dan perilaku audiens, serta bagaimana khalayak dalam konteks tertentu, seperti ibu rumah tangga, memberikan makna khusus yang berbeda dari audiens lainnya terhadap konten media yang mereka konsumsi (Couldry & Hepp, 2017). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperlihatkan kategorisasi variasi pemaknaan pada ibu namun juga menawarkan pemahaman lebih dalam tentang media sosial youtube kaitannya dengan ibu yang menjadikan tempat untuk mengekspresikan pendapat dan *unek uneknya* di hadapan khalayak di dunia maya.

Hal ini menjadi sangat menarik untuk dikaji secara ilmiah mengapa setiap individu memiliki keputusan besar yang sama dengan alasan yang berbeda-beda meskipun harus mendapatkan label yang cenderung memiliki makna “negatif” hanya karena mengambil keputusan yang berbeda dari kebanyakan orang. Selain itu peran media sosial yang tidak lepas di gandrungi masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang tua adalah salah satunya media sosial termasuk youtube.

Penelitian terdahulu mengenai persepsi khalayak terhadap fenomena *childfree* menimbulkan berbagai respons dari masyarakat Indonesia, terutama melalui media sosial. Menurut (Zulaikha, 2023) dalam studinya mengkaji persepsi sosial terhadap keputusan *childfree*, mengungkapkan bahwa fenomena ini sering dilihat sebagai bentuk penolakan terhadap norma dari program pemerintah yang membantu mendukung meningkatkan angka kelahiran (*pronatalis*) yang dominan. Hal ini ditunjukkan dalam cara para individu yang memilih *childfree* dianggap berbeda atau bahkan menantang konstruksi budaya yang umum di Indonesia, di mana memiliki anak adalah bagian dari ekspektasi sosial yang kuat.

Penelitian lain terkait dengan fenomena *childfree* di era modern yang diteliti oleh (Rindu Fajar Islamy et al., 2022) menyatakan bahwa terdapat perbedaan pendapat terkait fenomena *childfree* yang diterima oleh masyarakat, mayoritas menyatakan tidak setuju terhadap *trend* *childfree* jika ditinjau dari pandangan islam, karena memiliki penerus dari darah daging sendiri adalah anugerah dari tuhan dan berdampak positif pada kehidupan. Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa pandangan dan persepsi masyarakat akan berbeda bergantung pada latar belakang yang tidak sama dan budaya masing-masing.

Berdasarkan paparan diatas, fokus penelitian ini adalah untuk melihat fenomena penerimaan khalayak mengenai *childfree*, yang saat ini ramai diperbincangkan dan banyak dibahas oleh khalayak umum khususnya pada media sosial youtube. Alasan menggunakan media sosial ini adalah karena youtube memiliki jam tayang dan durasi yang lebih panjang dari pada media sosial lainnya seperti instagram dan facebook. Dengan durasi yang panjang, influencer dapat menjelaskan dan memberikan alasan dan cerita dibalik alasan ia memilih *childfree*, selain itu dalam youtube juga dapat berkomentar dengan teks yang cukup panjang sehingga khalayak umum dapat memberikan tanggapan mengenai konten tersebut dan memberikan sudut pandangnya masing - masing. Orang yang menggunakan youtube juga bervariasi di indonesia ini mulai dari anak anak hingga orang tua paling banyak melihat media sosial youtube dibandingkan media sosial lainnya.

Hal tersebut bukan berarti *childfree* tidak dibahas pada media sosial lainnya, *childfree* juga ramai diperbincangkan pada media sosial lain seperti facebook, instagram, dsb namun pada

penelitian ini hanya berfokus pada konten youtube metro tv kick andy episode *childfree* maka analisis yang dilakukan dibatasi pada ibu atau wanita yang sudah menikah yang tertarik dengan konten yang membahas mengenai *childfree*. Alasan memilih respon ibu karena berdasarkan data (#1 Parenting App in Southeast Asia, 2022) menunjukkan bahwa ibu di indonesia rata rata menghabiskan 3-5 jam untuk media sosial dan 83% dihabiskan untuk platform youtube. Hal tersebut selaras dengan pengamatan peneliti mengenai banyaknya menemukan komentar ibu yang lebih banyak menanggapi konten serupa mengenai *childfree*. Selain itu, anak lahir dari rahim ibu sehingga ibu dianggap dapat lebih merasakan dan memahami suka duka mengasuh anak, banyak beban dan norma sosial yang melekat pada seorang wanita misalnya pada usia tertentu harus menikah dan memiliki anak.

Dalam pandangan masyarakat pada umumnya yang menganut budaya dan norma yang lazim diikuti, seseorang dianggap sebagai perempuan jika dapat melahirkan anak, terutama anak yang lahir dari rahimnya sendiri. Menurut (Ruegamer & Dziengel, 2022) kemampuan melahirkan dan memiliki anak bisa membuat perempuan memiliki status sosial lebih tinggi karena mereka memiliki keturunan untuk menjadi penerus. Maka dari itu ketika seorang perempuan memutuskan untuk tidak memiliki anak maka akan dipandang sebagai orang yang memiliki masalah di masyarakat. Menurut (Lee, 1998) ketika suami istri memilih untuk melakukan *childfree*, stigma negatif dari masyarakat akan melekat pada pasangan tersebut karena mereka berbeda dari norma sosial ataupun regulasi tertulis.

Penelitian (Blackstone & Stewart, 2016) menyatakan suami istri yang memutuskan untuk tidak memiliki anak akan mendapatkan label negatif seperti egois, terlalu sibuk bekerja, materialistis, tidak feminine, menyimpang dan rasa belas kasihan dari masyarakat. Selain itu tidak sedikit pula yang melabeli wanita yang *childfree* dengan mengaitkan antara kondisi fisik yang tidak sehat seperti mandul atau tidak stabil secara mental sehingga takut untuk memiliki seorang anak. Penelitian kualitatif lainnya yang diteliti oleh (Shapiro, 2014) telah banyak meneliti sudut pandang dan stigma dari masyarakat, pasangan yang tidak memiliki anak mendapatkan stereotype negatif seperti egois, tidak memiliki naluri keibuan dan sebagainya.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis resepsi yang dikembangkan oleh Stuart Hall pada tahun 1980 dengan melakukan analisis pemaknaan khalayak. Dalam hal ini wanita yang telah menikah dan menggunakan media sosial Youtube. Teori ini menjelaskan bahwa dalam proses pemaknaan terdapat proses encoding dan decoding. Encoding merupakan proses media memberikan pesan melalui kode lalu audience memaknai pesan yang ia dapat secara aktif berdasarkan latar belakang atau pengalaman pribadi (decoding), teori ini juga menjelaskan hubungan simbiotik antara media, masyarakat dan sistem sosial, ketiganya berada dalam hubungan yang saling bergantung. Media menjadi penyedia informasi yang penting bagi kehidupan sehari-hari dan bahan pertimbangan pengambilan keputusan, dalam hal ini paparan yang didapatkan terus menerus dari beberapa tokoh publik dan influencer akan dapat mempengaruhi keputusan dan prinsip hidup masyarakat, terlebih jika salah satu tokoh tersebut merupakan *role model* atau salah satu orang yang ia gemari. Hal tersebut dapat memperkuat dan memperlemah individu dalam menanggapi setuju dan tidak nya dengan *childfree*.

Berdasarkan penjelasan dan urgensi penelitian yang telah dijelaskan di atas mengenai banyaknya bentuk ragam penerimaan *childfree* pada media sosial youtube kick andy yang membahas mengenai *childfree* serta peran ibu yang menjadi penentu keluarga, maka judul penelitian ini adalah resepsi khalayak terhadap fenomena *childfree* khususnya pada ibu dalam konten youtube kick andy yang membahas mengenai *childfree*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Setelah menganalisis latar belakang yang ada peneliti akan memfokuskan masalah dalam penelitian ini. Peneliti akan berfokus pada:

**“Bagaimana penerimaan khalayak wanita yang sudah menikah terhadap fenomena *childfree* pada konten Kick Andy pada episode *childfree*?”**

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerimaan *childfree* pada seorang ibu dengan mengidentifikasi kecenderungan interpretasi dominan, negosiasi, atau oposisi dalam pemaknaan ibu terhadap fenomena *childfree* berdasarkan teori Stuart Hall.

#### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Diharapkan adanya penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan penelitian di bidang komunikasi khususnya pada teori komunikasi massa. Selain itu, penelitian ini diharapkan juga memberikan gambaran secara keseluruhan untuk meningkatkan wawasan pada studi yang berkaitan.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Melalui hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan mengenai persepsi childfree dari sudut pandang seorang ibu. Peneliti juga berharap, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi civitas akademika instansi pendidikan lain dan masyarakat umum.

