

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Televisi merupakan bagian dari media massa yang memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi dalam bentuk audio visual, menjadikannya sebagai sumber utama informasi bagi semua lapisan masyarakat. Media ini memberikan kesempatan kepada pemirsa untuk memperoleh informasi yang aktual dan tepat mengenai peristiwa-peristiwa di berbagai belahan dunia. Televisi menyajikan berbagai tayangan, mulai dari penyampaian informasi, acara hiburan, hingga iklan. Stuart Hall menyatakan bahwa televisi memiliki dampak besar dalam pembentukan dan konstruksi selektif terhadap pengetahuan sosial dan imajinasi sosial. Televisi memainkan peran penting dalam cara kita memahami "dunia" dan "realitas" yang dialami oleh orang lain, serta bagaimana kita secara imajinatif merekonstruksi kehidupan mereka dan kehidupan kita melalui persepsi "dunia secara keseluruhan" (Chris Baker, 2004). Hal ini juga berlaku pada salah satu jenis program televisi populer saat ini, yakni *talkshow* atau temu wicara seperti Kick Andy.

Kick Andy diakui sebagai salah satu program acara terbaik di Indonesia yang meraih penghargaan KPI Award 2019. Acara ini ditayangkan di stasiun televisi Metro TV setiap hari Minggu pukul 21.05 WIB, memiliki durasi 90 menit per episode, dan dipandu oleh Andy Flores Noya. Kick Andy dikenal dengan kehadiran narasumber yang inspiratif, seringkali merupakan individu dengan rekam jejak positif dan kisah-kisah yang menginspirasi penonton. Acara ini bertujuan untuk mengangkat kisah-kisah manusia yang sarat akan

nilai-nilai kemanusiaan. Program Kick Andy menjadi salah satu contoh dari metode penyampaian informasi melalui komunikasi massa.

Menurut Bittner dalam (Rahmat, 2015) Komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak luas atau masyarakat umum yang disampaikan melalui berbagai media massa, seperti surat kabar, majalah, televisi, dan radio. Menyampaikan sebuah pesan dengan menggunakan komunikasi massa seperti televisi, memudahkan talkshow Kick Andy dalam menyebarkan informasi yang bersifat *human interest* ke seluruh masyarakat. Hal ini sekaligus menjadikan Kick Andy dikenal banyak khalayak, terutama karena mengangkat tema-tema yang bernilai kemanusiaan dan mengundang narasumber yang memiliki kisah inspiratif atau jejak positif.

Beragam tayangan episode yang terdapat pada *talkshow*nya, salah satunya pada episode *childfree* yang ditayangkan pada tanggal 25 April 2022 sebagai objek penelitian. Fenomena *childfree* menarik perhatian *talkshow* Kick Andy. Dijelaskan bahwa *childfree* merupakan keputusan suami dan istri yang memutuskan untuk tidak memiliki anak dalam pernikahan mereka, bahkan ada sebagian dari mereka yang sudah menentukan sikap ini bahkan sejak sebelum menikah. Keputusan tersebut dilatar belakangi oleh banyak hal diantaranya latar belakang keluarga, lingkungan, pengalaman hidup, faktor ekonomi, trauma masa lalu, faktor pekerjaan ataupun faktor ketidaksiapan mengemban tanggung jawab dalam merawat anak, bahkan memang berkeinginan hidup berdua selamanya. Dalam tayangan tersebut dihadirkan beberapa narasumber di antaranya Psikolog Klinis yakni Analisa Widyaningrum, Penulis buku '*Childfree and Happy*' sekaligus pelaku *childfree* yakni Victoria Tunggono,

Content creator sekaligus pasangan *childfree* yakni Gita Savitri Devi dan Paulus Andreas Partohap, dan Pasangan *childfree* lainnya yakni Muhammad Arief Maulana dan Sarlinastiti Citra Hayu.

Berdasarkan tayangan *childfree* yang disajikan oleh Noya di *talkshow*nya tersebut, berbagai bentuk komentar dituliskan sehingga menuai banyak pendapat yang pro dan kontra. Mereka yang pro menganggap bahwa keputusan individu yang memilih *childfree* sah-sah saja. Sementara yang kontra menganggap keputusan tersebut masih tabu dan menentang agama, budaya, adat dan lainnya. Maka dari itu, dapat dilihat bahwa khalayak memiliki rasa kebingungan terhadap fenomena *childfree* ini. Setiap orang mempunyai pandangan dan pemaknaan yang berbeda-beda satu sama lain terhadap suatu perkara atau fenomena sosial yang terjadi. Begitu pula dari pendapat-pendapat *childfree* yang dipilih oleh beberapa narasumber yang ditampilkan dalam tayangan, karena pada dasarnya pastilah setiap orang mempunyai anggapan atau pemaknaan yang berbeda-beda pula.

Alasan peneliti memilih episode ini dijadikan sebuah objek penelitian karena hal-hal yang disampaikan mengenai konsep *childfree*, cukup asing dilingkungan dan juga masyarakat Indonesia. Keputusan seseorang dalam memilih *childfree* atau memiliki anak juga tidak sesederhana yang dibayangkan. Seperti dalam episode tersebut disampaikan ada individu yang memilih *childfree* karena peka akan padatnya penduduk. Ada juga orang yang tidak memilih *childfree* karena memang ingin memiliki anak ataupun budaya yang melekat pada dirinya maupun lingkungannya.

Seperti Indonesia yang merupakan negara dengan kondisi masyarakat terdiri dari beraneka budaya dan agama, dan memiliki perbedaan budaya barat dan timur. Sebab, Berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) atau MABDA bertajuk *The Muslim 500* edisi 2022, ada 231,06 juta penduduk Indonesia yang beragama Islam. Jumlah itu setara dengan 86,7% dari total penduduk Indonesia (Kusnandar, 2021). Dapat disimpulkan bahwasannya mayoritas masyarakat Indonesia beragama islam. Agama Islam sendiri, sangat dianjurkan untuk memperbanyak keturunan atau anak Namun penelitian ini juga menjadi menarik karena *childfree* belum pernah dilakukan penelitiannya di Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Andalas.

Childfree sendiri memiliki arti yaitu istilah yang mengacu pada kondisi seseorang yang bebas dari anak, atau kondisi tanpa kehadiran anak. *Childfree* adalah pilihan hidup yang dibuat secara sadar oleh orang yang menjalani kehidupan tanpa ingin melahirkan atau memiliki anak. Gaya hidup bebas-anak kian banyak dianut orang maupun pasangan di negara-negara Barat, seperti Belgia, Belanda, Swedia dan Amerika Serikat. Dimana mereka secara gamblang mengungkapkan gaya hidup bebas-anak. Sementara di negara Asia seperti Jepang, gaya hidup bebas-anak sudah mulai digunakan sejak 20 tahun terakhir (Tunggono, 2021).

Maeda Masako, seorang profesor sekolah manajemen di Konan University, pada 2019 menuliskan sebuah artikel tentang gambaran masa depan jepang sebagai masyarkat tanpa anak dan masyarakat yang menua. Jepang menjadi salah satu negara Asia dengan angka kelahiran yang semakin

menurun dari tahun ke tahun. Ini dikarenakan penurunan angka pendapatan rumah tangga yang membuat perempuan harus ikut bekerja mendukung suami. Akibatnya, anak-anak terlantar dirumah. Fenomena di Jepang bukan satu-satunya didunia, meski kasusnya berbeda ditiap negara. Di Eropa, penyebab gaya hidup bebas-anak lebih dititikberatkan pada norma dan nilai yang berkembang dimasyarakat. Selain itu faktor ekonomi, orang-orang yang memikirkan kebebasan yang didapat dari kehidupan yang tidak melibatkan kehadiran anak (Tunggono, 2021).

Sebuah artikel di laman Population Europe menyebutkan bahwa kaitan penundaan menjadi orang tua dengan tahun-tahun yang dihabiskan untuk pendidikan, kesulitan untuk menyeimbangkan pekerjaan dan kehidupan keluarga atau meningkatnya ketidakpastian ekonomi di Eropa. Dari fenomena-fenomena diatar terlihat bahwa gaya hidup *childfree* dimulai karena faktor ekonomi atau waktu yang difokuskan untuk studi dan bekerja dimasa muda. Meski hasil penelitian menyatakan bahwa keadaan tanpa-anak lebih disebabkan oleh kesadaran untuk menunda kehamilan, tetapi gaya hidup ini mulai dikenal dan diterima sebagian dari masyarakat (Tunggono, 2021).

Berdasarkan data SUSENAS pada tahun 2019 hingga 2022 presentase perempuan menikah usia 15-49 tahun yang memilih hidup tanpa anak atau *childfree* mendapati hasil sekitar 8% yang dimana ini hampir setara dengan 71 ribu orang. Pola kenaikan jumlah perempuan *childfree* dalam empat tahun terakhir memberikan indikasi bahwa angka ini kemungkinan akan naik di tahun berikutnya. Jika tren ini berlanjut terus menerus, maka Indonesia beresiko kehilangan segmen generasi tertentu dalam piramida penduduk. Dalam jangka

pendek, perempuan *childfree* dapat dikatakan meringankan beban anggaran pemerintah karena subsidi pendidikan dan kesehatan untuk anak menjadi berkurang. Namun dalam jangka panjang, perempuan *childfree* ini akan menua tanpa keluarga (DATAin, 2023).

Penurunan angka kelahiran ini cukup mengkhawatirkan pemerintah. Pasalnya, Indonesia memiliki target menjadi negara maju pada 2035 dan bonus demografi adalah salah satu modal untuk mencapai hal ini. Fenomena menunda pernikahan dan pasangan yang memilih tak memiliki anak atau *childfree* makin menekan kekhawatiran pemerintah. Seperti hal yang disampaikan oleh, Kepala BKKBN Hasto Wardoyo mengungkapkan bahwa fenomena *childfree* yang berkembang dipicu oleh adanya ketiadaan informasi yang cukup dan benar soal pendidikan seksual dan reproduksi. BKKBN melihat fenomena ini timbul pada komunitas atau segmen masyarakat yang memiliki edukasi baik dan tinggal di daerah perkotaan yang ekonominya lebih maju (Rachman, 2023).

Salah satu pelaku *childfree* yang tinggal di perkotaan yang ekonominya lebih maju dan menyatakan bahwa dirinya memutuskan untuk *childfree* adalah seorang publik figur perempuan lulusan Freie Universität Berlin bernama Gita Savitri Devi. Gita aktif dalam menyampaikan pandangan dan pemikirannya melalui akun media sosial. Ia, bersama suaminya, telah menyepakati untuk menjalani kehidupan berdua tanpa memiliki anak. Keputusan ini didasarkan pada kekhawatiran mereka terhadap kemungkinan ketidakmampuan untuk bertanggung jawab dan potensi melibatkan anak dalam pengalaman yang dapat menimbulkan luka. Keputusan untuk menjadi *childfree* menjadi prinsip utama dalam gaya hidupnya bersama suaminya, yang menciptakan beragam

pandangan dan perdebatan di tengah masyarakat Indonesia. Pengakuan ini menarik perhatian masyarakat semua pihak terutama wanita dan laki-laki dewasa. Bukan hanya menarik perhatian masyarakat sebagai wanita dan laki-laki dewasa pada umumnya, melainkan juga menarik perhatian mayoritas selebriti di Indonesia.

Ramainya pengakuan tersebut terlihat dari berbagai komentar di saluran *youtube* Gita Devi Savitri. Di Indonesia, stigma yang menguat bahwa "banyak anak banyak rezekinya" masih melekat kuat hingga saat ini. Asumsi ini jelas berbeda dengan pandangan pasangan modern yang memilih gaya hidup *childfree*. Seiring berlalunya waktu, pola pikir manusia akan terus berkembang. Contohnya, memiliki anak bukan lagi dianggap sebagai kewajiban, melainkan sebagai pilihan hidup dan kesepakatan antara suami dan istri. Menjadi orangtua bukan hanya sebatas melahirkan, mengasuh, dan mendidik anak. Melainkan, ada tanggung jawab besar dalam memenuhi hak-hak mereka serta membentuk mereka menjadi individu yang berkualitas. Setelah terjadi pro dan kontra terhadap *childfree*, masyarakat mulai membicarakan apakah keputusan tersebut tepat atau tidak tepat. Namun, terlepas dari hal tersebut, melalui fenomena ini masyarakat perlu menaruh perhatian yang lebih untuk merencanakan masa depan seperti apa yang akan dibangun tanpa merugikan pihak manapun.

Peneliti juga melakukan observasi awal dalam bentuk wawancara dengan salah satu penonton tayangan episode *childfree* Kick Andy yang mana hasil wawancara tersebut menyatakan bahwa ia lebih *open minded* dibandingkan dirinya sebelumnya karena menurut informan, seseorang yang

memilih *childfree* atau tidak merupakan keputusan seseorang itu yang bersifat individual tanpa harus dicemooh atau bahkan menyudutkan mereka. Pola hidup *childfree* lebih banyak dianut pada masyarakat perkotaan yang memiliki perekonomian lebih maju daripada masyarakat yang hidup di daerah pedesaan. Di perkotaan besar memiliki tuntutan yang banyak dan manusia lebih bersaing baik itu karir maupun finansial. Sebaliknya, di pedesaan tuntutan hidup ataupun aktifitas yang ada tidak terlalu beragam karena tidak banyak mengejar sesuatu. Dengan demikian yang mereka lakukan adalah memiliki keturunan agar dapat mewarisi atau bagikan kepada anak-anak mereka.

Tentu saja hal tersebut sedikit gambaran mengenai bagaimana khalayak memaknai *childfree*. Kecondongan setiap orang dalam mengamati benda yang sama dapat dilakukan dengan cara yang berlainan. Perbedaan tersebut dapat dilatarbelakangi oleh banyak faktor, seperti yang disampaikan oleh Leavit (dalam Hadi, 2017) bahwa cara seseorang dalam melihat dunia berasal dari keanggotaannya dan kelompoknya pada masyarakat. Dengan hal ini berarti dapat diartikan bahwa adanya pengaruh lingkungan atas cara seseorang dalam memandang dunia yang dapat disebut dengan istilah tekanan sosial.

Bentuk pemaknaan khalayak yang berbeda-beda dalam menonton tayangan episode *childfree* Kick Andy sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Stuart Hall dalam teori analisis resepsi. Analisis resepsi menjelaskan tentang penerimaan dan pemaknaan khalayak pada pesan yang diterima melalui media dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, proses produksi makna dilakukan secara aktif oleh khalayak. Dengan adanya suatu proses

produksi makna tersebut kemudian akan menghasilkan tiga kecondongan khalayak yaitu posisi hegemoni dominan dengan khalayak menerima secara penuh suatu pesan yang diterima, posisi negosiasi yaitu khalayak menerima pesan namun juga menilai beberapa penerapannya dalam kasus tertentu yang tidak sesuai dengan dirinya, dan yang ketiga adalah posisi oposisi yaitu khalayak menolak pesan yang ia terima dari si pembuat pesan.

Analisis resepsi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ingin melihat bagaimana pemaknaan dan penerimaan pesan khalayak atau informan memaknai konsep *childfree* serta menganalisis bentuk penerimaannya sesuai dengan pemaknaan mereka sendiri. Kemudian peneliti juga menganalisis posisi khalayak dalam meresepsikannya. Peneliti menuangkan ide tersebut dan tertarik untuk melakukan penelitian terkait hal ini dengan judul **Resepsi Khalayak Dewasa Muda Tentang *Childfree* (Studi Analisis Resepsi Tayangan Episode *Childfree Talkshow Kick Andy* di Metro TV).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti merumuskan permasalahan penelitian ini yaitu bagaimana penerimaan khalayak dewasa muda tentang konsep *childfree* dalam program Kick Andy episode *Childfree* di Metro TV?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pemaknaan khalayak terhadap pesan *childfree* dalam program *talkshow* Kick Andy episode *childfree*.

2. Menganalisis posisi khalayak dewasa muda terhadap konsep *childfree* dalam program *talkshow* Kick Andy episode *childfree*.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pengembangan keilmuan dan referensi kajian analisis resepsi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan khazanah dalam disiplin ilmu komunikasi dan dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya dalam melihat hubungan khalayak dengan media massa.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi peneliti tentang resepsi pada tayangan televisi dengan melihat isi ataupun pesan komunikasi di dalamnya yang berisi informasi yang positif.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan bagi televisi, *talkshow*, pembawa acara dan penontonnya agar dapat menyaring beberapa tayangan yang disajikan dan disaksikan agar selalu berisi tayangan yang mengedukasi, informatif serta tidak mengajak ke hal-hal yang negatif.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan bagi mahasiswa dalam mempelajari resepsi pada tayangan televisi atau *talkshow* ataupun tentang *childfree*. Nantinya, dapat digunakan dan dijadikan sebagai referensi, pembandingan, acuan dan pengembangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.