

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Karya

Isu tentang tidak mempunyai anak (*childfree*) akhir-akhir ini muncul kembali menjadi sebuah polemik di beberapa kalangan. Bukan tanpa sebab. Dilansir melalui Kompas.com (2023), adanya balasan komentar dari seorang *youtuber* asal Indonesia yaitu Gitasav yang memilih untuk *childfree* dalam akun media sosial kepada pengikutnya, dipenuhi perbebatan dari publik (Gatra, 2023). Pasalnya, pernyataan balasan Gitasav terkait dampak atas pilihan *childfree* terhadap dirinya menuai banyak komentar, baik yang mendukung ataupun yang menentang. Dalam hal ini, topik ini didasari oleh unsur nilai berita konflik atas perdebatan pilihan untuk *childfree*. Tidak sedikit dari media yang hanya menitikberatkan informasi pada perdebatan, dengan tidak memberi informasi bagaimana masalah, pandangan, perbedaan, dan jawaban atas pilihan hidup dari narasumber yang berbeda-beda.

Selain itu, banyak media yang menjadikan pilihan untuk *childfree* sebuah survey untuk dapat melihat sisi pro dan kontra dari masyarakat. Seperti survey dari Personal Growth dalam “Survei Pandangan Masyarakat Muda Indonesia Mengenai *Childfree*” yang dilakukan pada 312 orang dari berbagai jenis gender dan umur 18-35 tahun. Survei menunjukkan dua jawaban terbanyak dengan 79,8% bahwa *childfree* dianggap sebagai pilihan yang bertentangan dengan sifat alami manusia dan 61,5% menjawab bahwa *childfree* tindakan yang egois (Dwitya, 2022). Namun, setelah diteliti, adanya pro dan kontra memiliki sudut pandang yang berbeda. Pro yang menggunakan sudut pandang sains, sedangkan kontra dengan sudut pandang agama serta beberapa alasan lainnya dari para pendukung atau penolak *childfree* (Haganta et al., 2022).

Istilah *childfree* bukanlah sesuatu yang baru. Menurut Houseknecht (1982 dalam Watling & Neal, 2021, p. 2) *childfree* sudah dikenal sejak 1970-an yang didefinisikan sebagai orang yang tidak memiliki anak dan tidak ingin mempunyai anak di masa depan. Selain itu, individu yang memilih untuk *childfree* mengalami peningkatan yang signifikan pada rentang usia 18-50 tahun, dengan persentase sekitar 15-25% di banyak negara berkembang di seluruh dunia (Blackstone & Stewart dalam Shapiro, 2014, p. 1).

Apabila memeriksa informasi yang dirilis oleh United Nations, angka fertilitas Indonesia mengalami penurunan jumlah kelahiran perempuan pada 2023 turun 0,89% dari 2.240 menjadi 2.220 dibandingkan dengan tahun 2022 (Macrotrends, n.d.). Informasi ini didasarkan pada data sensus populasi yang dirilis oleh BPS, di mana terdapat penurunan tingkat pertumbuhan penduduk. Tingkat pertumbuhan penduduk pada periode 2010-2022 mencapai 1,17%, menurun dari periode sebelumnya pada 2000-2010 yang mencapai 1,49% (“Laju Pertumbuhan Penduduk”, 2022).

Penurunan ini juga dianggap karena didukung oleh munculnya fenomena *childfree*. Meski begitu, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), melihat bahwa fenomena pasangan atau individu yang memilih kebebasan untuk mempunyai anak di Indonesia masih belum menjadi isu yang mengkhawatirkan (Khaerunnisa, 2023).

Keputusan untuk *childfree* dalam rumah tangga menjadi keputusan personal kedua belah pihak antar pasangan suami dan istri (Haganta et al., 2022). Banyak alasan yang menjadi faktor seseorang memilih untuk hidup *childfree*, berupa kekhawatiran terhadap perkembangan anak, masalah pribadi, masalah ekonomi, hingga masalah lingkungan (Siswanto & Nurhasanah, 2022). Seperti halnya *Influencer* Gitasav memutuskan *childfree* bersama suami dengan alasan seperti kesehatan, finansial, hingga nantinya mewujudkan kebudayaan yang

bukan mewajibkan untuk memiliki anak (Devi, dalam Blogspot Gita Savitri Devi, 2018).

Bicara mengenai *childfree*, banyak perempuan yang menjadikan ini bentuk perwujudan kesadaran akan haknya perempuan untuk memilih dan bertentangan dengan pandangan gender di dalam masyarakat tentang kewajiban menjadi seorang ibu (Mingkase & Rohmaniyah, 2022). Namun, selain perempuan laki-laki juga memiliki hak dalam menentukan pilihan hidup mereka. Dibuktikan melalui *gooddoctor.com* adanya laporan dari National Survey of Family, mencatat angka yang memilih untuk tidak mempunyai anak dari perempuan sekitar 15% sedangkan laki-laki 24% (Hanif, 2022).

Pasalnya, walaupun pria dan perempuan memiliki kodrat yang berlainan, tetapi mereka memiliki tanggung jawab yang setara. Laki-laki dan perempuan dibentuk dari adanya perbedaan kodrat, tetapi keduanya didorong untuk turut serta dalam menjalankan peran aktif dalam keluarga, termasuk dalam hak reproduksi (Khasanah & Ridho, 2021).

Sebagai pilihan yang diambil untuk *childfree*, ada laporan tentang timbulnya emosi negatif yang kuat menganggap manusia sebagai virus yang menjangkiti bumi (Haganta et al., 2022). Orang yang memilih untuk tidak mempunyai anak (*childfree*) juga kerap beranggapan bahwa kebahagiaan tidak hanya bergantung pada anak, masih banyak cara lain yang dapat dilakukan untuk meraih kebahagiaan (Siswanto & Nurhasanah, 2022).

Keputusan untuk *childfree* harus menghadapi sentimen negatif yang ada dan dianggap sebagai hal tabu. Seperti halnya mereka yang tidak memiliki anak dianggap kurang hangat dan lebih bermasalah secara emosional. (Koropecjy-Cox et al., 2018). Selain itu, banyak masyarakat terutama di Indonesia terkejut dengan kemunculan isu *childfree* yang menurut kebudayaan timur, struktur sosial, dan stereotipe masih sulit

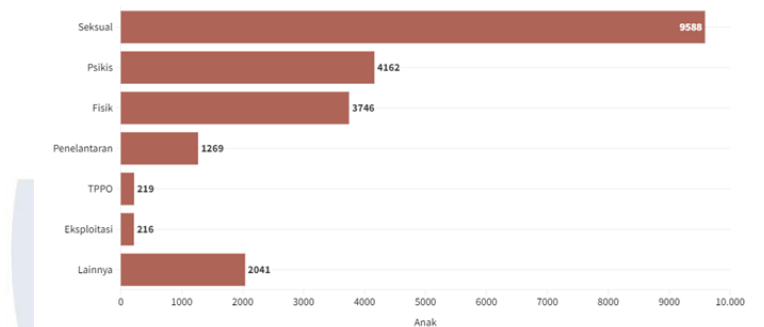
menerima gagasan tidak mempunyai anak (*childfree*) secara terbuka (Nadila & Ramli, 2022). Selain itu biasanya lingkungan yang masih bersifat ortodoks dengan aturan-aturan yang kuno lebih belum siap menerima keputusan yang terlihat kontroversial seperti memilih *childfree* sebagai pilihan hidup (Damayanti et al., 2022).

Rumah tangga di Indonesia kerap digambarkan dengan standar kewajiban untuk mendapatkan kebahagiaan, dengan unsur-unsur suami, istri, dan anak. Menurut Tanaka dan Johnson, Indonesia atau negara pro natalis yang mendukung tingkat kelahiran sebanyak 2.26 dan memiliki keyakinan mencapai 93 persen bahwa kehadiran anak dalam keluarga mempunyai peran penting dalam perkawinan (2016 dalam Patnani et al., 2021). Pasalnya, Indonesia memiliki budaya masyarakat yang menganggap usia dewasa wajib menikah dan tujuan menikah adalah mempunyai anak (Khasanah & Ridho, 2021). Itulah mengapa prinsip dan tradisi pada akhirnya mengakibatkan pembiasaan yang mempersempit pilihan pribadi yang bersifat rahasia (Damayanti et al., 2022).

Namun, tidak semua orang mau atau siap untuk mencapai titik menjadi orang tua dan lebih memilih hidup berdua dengan pasangannya tanpa memiliki keturunan. Belum siap mental dan belum bisa menerima kenyataan yang membawa mereka ke dalam perubahan peran terutama masalah yang harus dihadapi pasca menikah (Octaviani & Nurwati, 2020). Terutama ketika punya anak. Berbagai bentuk kesiapan menjadi orang tua juga harus dimiliki, baik dalam kesiapan mendidik, maupun kesiapan finansial, dan masih banyak lagi (Jenuri et al., 2022).

Dilansir dari *Databoks*, menurut Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) yang mencatat periode 2016 hingga 2020 ada 655 anak yang menjadi pelaku kekerasan (Pahlevi, 2022). Hal lain, dikutip dari *DataIndonesia.id* menurut Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA) tercatat, ada 21.241 kasus kekerasan di

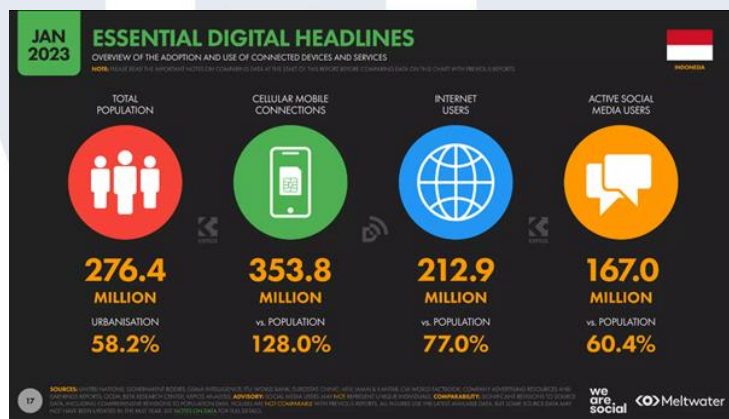
Indonesia pada 2022 terjadi pada anak (Pratiwi, 2023). Hal tersebut menunjukkan jenis kekerasan pada anak mulai dari kekerasan psikis, kekerasan fisik, perdagangan orang, eksploitasi, penelantaran, dan kekerasan lainnya.



Gambar 1.1 Jenis Data Kekerasan Anak di Indonesia
Sumber: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak

Setiap individu pasti menginginkan kehidupan yang dia pilih sendiri bukan karena paksaan dari lingkungan. Namun, dalam praktiknya *childfree* di Indonesia masih menemui sejumlah polemik. Mau tidak mau, seringkali individu mendapat tuntutan dari orang-orang atau lingkungan di sekitar mereka (Rezkisari, 2018). Sementara yang lain Berger (1996) menyatakan, bahwa manusia berada dalam realitas yang sangat faktual yang dipengaruhi oleh lingkungan di sekitar tempat tinggal mereka, pengaruh tersebut akhirnya menjadi kebiasaan yang diwariskan secara turun-temurun dan terus dilakukan (dalam Damayanti et al., 2022). Namun, jika dilihat menurut Koropecykj (2018, p. 19), pernikahan pasangan tanpa anak dianggap lebih baik daripada pasangan yang memiliki anak. Walau begitu, temuan semacam itu tidak mengurangi stigma sosial yang ditujukan pada orang-orang yang tidak ingin mempunyai anak (Harrington, 2019). Adanya penemuan bahwa perempuan dan laki-laki yang memilih untuk *childfree* secara sukarela menimbulkan kemarahan moral, kemarahan, rasa jijik, dan ketidaksetujuan serta dipandang kurang secara psikologis daripada orang tua (Ashburn, 2017).

Oleh sebab itu, segala bentuk literasi ini perlu disampaikan secara jelas agar dapat menjadi perhatian masyarakat. Proses penyebaran informasi di era *modern* ini lebih praktis karena kemunculan internet yang sudah semakin canggih memudahkan semuanya terutama untuk sekadar menyebarkan informasi. Adanya riset yang diberikan dari Hootsuite dan We Are Social mengenai Global Digital Report 2023 yang mana Indonesia tercatat 212,9 juta menggunakan internet hingga Jan 2023 yang menunjukkan penerobosan internet mencapai 77,0% (Kemp, 2023).



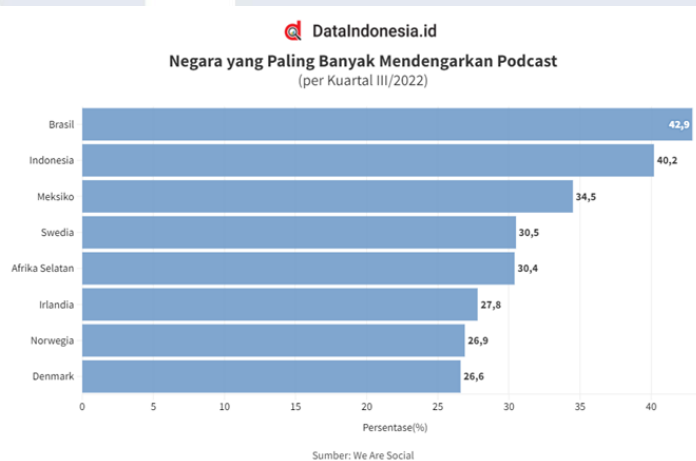
Gambar 1.2 Digital 2023 Indonesia
Sumber: *Datereportal.com*

Perkembangan media massa terjadi mendekati abad 21 karenanya adanya pengaruh kemajuan teknologi komunikasi. Salah satunya format siniar yang baru dikenal sejak tahun 2004, format ini menunjukkan peningkatan tren dalam penyampaian audio yang cukup signifikan (Dalila, 2020). *Podcast* atau siniar sendiri hadir dari adanya media alternatif yang biasa dikenal dengan radio.

Siniar hadir dengan konsep audio daring yang bisa diakses dari situs web serta yang bisa diunduh kapanpun untuk bisa berlangganan (Fadilah et al., 2017). Akses ke siniar di Indonesia menjadi lebih mudah setelah kanal siniar tersedia di Spotify pada tahun 2018, sehingga pintu masuk ke dunia siniar terbuka lebar (Samosir & Putra, 2020). Menurut

Henning (2017) menjelaskan, tipe dari siniar sangat beragam mulai dari adanya wawancara, rekaman sejarah, percakapan, drama audio, *storytelling*, rekaman dalam bentuk musik, komedi, cerita horor, cerita monolog hingga serial siniar (dalam Jati, 2021).

Adanya survei DailySocial pada 2018 dengan responden 2032, memperoleh hasil hampir 68 persen partisipan yang menyatakan familiar dengan podcast dan 80 persen diantaranya telah mendengarkan podcast dalam enam bulan terakhir (Namira & Wicaksono, 2020). Dikutip dari DataIndonesia melalui We Are Social, Indonesia menjadi negara terbesar kedua dengan 40,2% yang menghabiskan waktu selama satu jam dua menit untuk mendengarkan siniar (Sadya, 2023).



Gambar 1.3 Negara yang Paling Banyak Mendengarkan *Podcast* (Kuartal III/2022)
Sumber: We Are Social

Dari adanya perkembangan distribusi, masyarakat banyak mengalami ketertarikan ketika mengakses siniar melalui Spotify. Berdasarkan data lansiran *businessofapps.com* adanya pengguna Spotify terus bertambah hingga 489 juta yang bergabung pada kuartal IV-2022 yang naik sekitar 20% di tahun sebelumnya (Clinten & Nistanto, 2023).

Adanya hasil rekaman audio memberikan penawaran cerita, kedekatan, dan koneksi yang erat antara pembawa acara (Heshmat et al.,

2018). Pada zaman sekarang, siniar merupakan salah satu bentuk baru dari *audio storytelling* secara digital. Adanya *storytelling* juga memiliki manfaat seperti mengedukasi pendengar, melatih daya pikir dan kecerdasan, melatih konsentrasi, melatih imajinasi dan kreativitas, melatih kemampuan berbicara dan mendengar, menumbuhkan minat baca, literasi finansial, literasi budaya, hingga literasi digital (Fadillah & Dini, 2021). Sehingga penulis ingin menghadirkan siniar yang berbentuk *storytelling* untuk mengedepankan imajinasi dari berbagai suara yang nyata dengan topik isu atas pilihan untuk *childfree* yang menjadi perbincangan di beberapa kalangan.

Penjelasan inilah yang membawa penulis membuat karya dengan bentuk siniar yang bertajuk *Lini Masa*. Dalam KBBI, lini masa dimaknai sebagai gambaran peristiwa penting secara linear dalam subjek tertentu. Sama halnya dengan siniar ini, yaitu ingin memberikan gambaran peristiwa mengenai isu yang terjadi di skala dekat dan global, yaitu fenomena *childfree* dan dampaknya terhadap fenomena *aging population* serta menjadi pihak yang netral dan memberi masyarakat ruang untuk bisa menghargai setiap keputusan yang ada. Episode satu, tiga, dan lima menyuguhkan cerita-cerita narasumber yang memilih untuk *childfree* terkait bagaimana perjalanan masalah yang dihadapi, pandangan yang berbeda-beda, tanggapan mempunyai anak atau tidak, dan jawaban atas hidup yang dipilih untuk *childfree*. Siniar *Lini Masa* juga memberi penjelasan dari berbagai ahli serta pandangan dari masyarakat sebagai *vox pop*. Dikemas dalam 6 episode dengan durasi 20 menit bersama rekan, Melati Pramesthi.

1.2 Tujuan Karya

Dalam pembentukan karya siniar *Lini Masa*, memiliki beberapa tujuan yang penulis ingin capai melalui karya ini,

- 1) Membuat konten jurnalistik berupa judul siniar *Lini Masa* yang mengangkat tema *childfree* dengan menggunakan konsep *audio storytelling*.
- 2) Menghasilkan siniar *Lini Masa* yang terdiri atas 3 episode dengan durasi 20 menit.
- 3) Memublikasikan siniar *Lini Masa* dengan tema besar mengenai polemik isu *childfree* di Spotify dengan total pendengar sebanyak 200 pendengar dari per-episode satu, tiga, dan lima.

1.3 Kegunaan Karya

Kegunaan yang ingin dicapai melalui hasil karya dari *Lini Masa* ini, antara lain,

- 1) Dapat dijadikan komponen karya jurnalistik dalam produksi siniar dengan penerapan teknik *audio storytelling*.
- 2) Menjadi wadah bagi mereka yang memilih *childfree* agar dapat menyalurkan cerita-cerita dari pilihan mereka yang dijadikan perdebatan.
- 3) Mendorong masyarakat agar bisa menghargai setiap pilihan yang berbeda dan menjadi wadah pengetahuan bahwa setiap individu memiliki kebebasan untuk memilih jalan hidup, seperti *childfree* atau mempunyai anak.