

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat di Indonesia sebagian besar merupakan penganut paham Pronatalis atau mendukung untuk memiliki anak. Indonesia merupakan negara pronatalis yang dibuktikan dengan adanya tekanan dari masyarakat untuk pasangan suami istri agar segera memiliki anak karena jika mereka tidak memiliki anak, maka pernikahan mereka dinilai tidak sempurna. Dilihat dari aspek sosial dan ekonomi, seorang anak dapat meningkatkan aspek ekonomi atau membawa rezeki sehingga dapat dinilai positif secara sosial atau diakui oleh masyarakat sekitar (Patnani, Takwin, and Mansoer 2020).

Namun menurut data sensus penduduk yang dirilis oleh Badan Pusat Statistika (BPS), menunjukkan bahwa laju pertumbuhan penduduk dalam 6 tahun terakhir mulai dari tahun 2017 hingga 2022 mengalami penurunan secara terus menerus. Persentase laju pertumbuhan penduduk pada tahun 2017 sebesar 1,34%, lalu tahun 2018 sebesar 1,33%, tahun 2019 sebesar 1,31%, tahun 2020 sebesar 1,25% , tahun 2021 sebesar 1,22%, dan tahun 2022 sebesar 1,17%. Grafik dibawah ini menggambarkan laju pertumbuhan penduduk.

Laju pertumbuhan penduduk merupakan angka yang menunjukkan kecepatan pertumbuhan penduduk dalam periode tertentu. Hal yang dapat mempengaruhi pertumbuhan penduduk yaitu fertilitas (kelahiran), mortalitas (kematian), dan migrasi (perpindahan penduduk) (Ainy, H., Nurrochmah, S., & Katmawanti, S, 2019). Pada grafik diatas menunjukkan penurunan laju pertumbuhan penduduk, dimana pertumbuhan penduduk melambat disebabkan oleh program keluarga berencana oleh BKKBN dan program minimal usia menikah (Trisiana A, 2022).

Pada saat ini fenomena *Childfree* dapat menjadi salah satu penyebab penurunan laju pertumbuhan penduduk. Fenomena *Childfree* atau yang disebut tidak ingin memiliki anak dalam 2 tahun terakhir sedang marak dibicarakan oleh masyarakat Indonesia. Fenomena ini mulai ramai diperbincangkan karena *influencer* yang bernama Gitasav di beberapa kontennya mengatakan memilih untuk *Childfree* atau

tidak ingin memiliki anak, alasan ia memilih untuk *Childfree* karena ia menganggap bahwa memiliki anak itu tanggung jawab yang besar pada zaman ini.

Fenomena *Childfree* ini masih sangat bertolak belakang dengan tradisi yang ada di Indonesia, tradisi yang ada di Indonesia masih menganut “banyak anak banyak rezeki” hal ini dianggap menyimpang oleh masyarakat karena masih kurangnya bacaan atau pembahasan tentang *Childfree*. Masih banyak masyarakat Indonesia yang berpikir bahwa jika mereka menikah berarti mereka harus mempunyai anak dan keluarga yang ideal yaitu keluarga yang terdiri dari suami istri dan anak, selain itu banyaknya tekanan dari masyarakat bahkan dari keluarga terdekat, secara sembunyi atau secara terang-terangan agar suami istri cepat memiliki anak, karena jika tidak memiliki anak belum menjadi keluarga yang sempurna. Beberapa masyarakat juga menilai bahwa tidak memiliki anak hidup kita akan suram dan tidak Bahagia, tetapi para peneliti dari *Michigan State University* menemukan bahwa seperempat orang dewasa yang memilih untuk tidak memiliki anak tetap bisa hidup dengan Bahagia. Dalam teori Erikson tentang perkembangan dan emosi tidak ada kaitan secara spesifik antara tidak memiliki anak dan kesepian. David Foot, seorang ekonomi di *University of Toronto*, berpendapat bahwa kecenderungan untuk tidak memiliki anak berkorelasi dengan pendidikan perempuan. Perempuan yang berpendidikan tinggi memiliki keinginan yang kuat untuk tidak memiliki anak atau membatasi jumlah anak.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, NF (2022) bahwa terdapat 6 alasan pasangan memilih untuk *Childfree* yaitu ; 1) Belum siap untuk memiliki anak secara cepat setelah pernikahan. 2) Memiliki trauma di masa lalu, hingga tak ingin kelak anaknya merasakan hal yang serupa. 3) Belum berkecukupan dalam urusan finansial. Karena, dengan memiliki anak kebutuhan hidup dalam rumah tangga semakin bertambah. 4) Ingin fokus kepada karier, dan ingin membahagiakan diri sendiri. 5) Belum bisa mengontrol emosi. Sehingga, takut jika anak kurang dengan kasih sayang dan orang tua bersikap responsibel. 6) Memiliki hobi yang kuat, hingga tak memikirkan untuk memiliki anak. Dari beberapa poin diatas dapat disimpulkan bahwa suatu pasangan perlu memiliki persiapan yang matang dalam memutuskan untuk memiliki anak.

Kesiapan menjadi orang tua terdiri dari 6 dimensi yaitu kesiapan emosi, finansial, sosial, fisik, manajemen dan hubungan antar orang tua. Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Setyowati, Yuli Dwi, Diah Krisnatuti, and Dwi Hastuti (2017) didapatkan bahwa semakin matang usia suami dan istri saat menikah maka semakin matang kesiapan menjadi orang tua maka akan semakin baik stimulasi psikososial yang diberikan kepada anak. Maka dari itu hal ini dapat meningkatkan perkembangan sosial anak untuk menjadi lebih baik.

1.2 Rumusan Masalah

Dari pemaparan yang telah dibahas di latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian yaitu apa yang harus disiapkan untuk menjadi orang tua dan bagaimana media yang dapat digunakan untuk kampanye sosial kesiapan menjadi orang tua pada usia 19-25 tahun di Desa Buah Batu?

1.3 Lingkup Perancangan

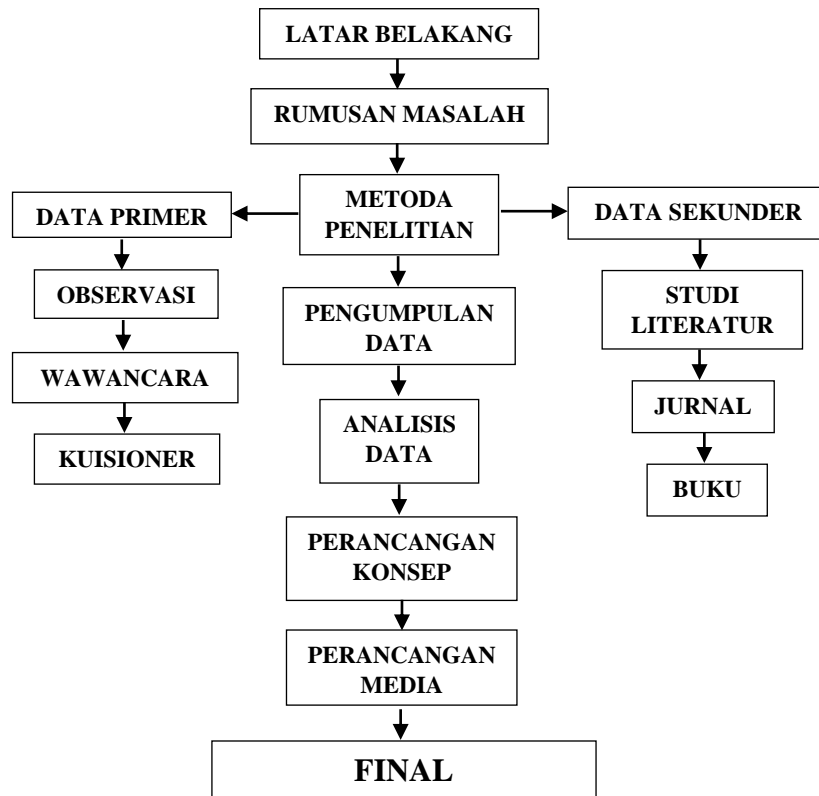
Memfokuskan penelitian pada kampanye sosial mengenai kesiapan menjadi orang tua di daerah Desa Buah Batu pada usia 19- 25 tahun. Tujuan pelaksanaan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kesiapan menjadi orang tua dan merancang media kampanye sosial mengenai kesiapan menjadi orangtua pada usia 19-25 tahun di Desa Buah Batu.

1.4 Manfaat perancangan

Tujuan pelaksanaan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kesiapan menjadi orang tua dan merancang media kampanye sosial mengenai kesiapan menjadi orangtua pada usia 19-25 tahun di Desa Buah Batu.

1.5 Skema Perancangan

Manfaat penelitian ini ditujukan untuk masyarakat agar lebih mengetahui mengenai kesiapan menjadi orang tua pada usia 19-25 tahun di Desa Buah Batu.



Bagan 1.1 Skema Perancangan

1.6 Metode Perancangan

Skema perancangan digunakan sebagai alur atau tahapan yang dilakukan untuk sebuah proses perancangan, dimulai dari pengamatan fenomena, pengumpulan data, dan pembuatan media visual.

1.7 Sistematika Penulisan

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data meliputi data primer, dan data sekunder, yaitu dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode dalam konsep perancangan tersebut digunakan untuk menciptakan respon berdasarkan pengetahuan dan pandangan sasaran penelitian.

a. Metode pengumpulan data

Dalam metode ini pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi dari setiap sasaran untuk mencapai tujuan penelitian. Data yang dikumpulkan antara lain :

1) Data Primer

Data primer adalah data utama yang digunakan dalam penelitian. Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya seperti melakukan wawancara, survey, eksperimen, dan lain-lain. Data primer ini bersifat spesifik karena disesuaikan oleh kebutuhan penelitian.

2) Data Sekunder

Menurut Nur Indrianto dan Bambang Supomo (2011:143) data sekunder adalah data yang merupakan sumber penelitian yang di peroleh peneliti secara tidak langsung sebagai referensi, yang bersumber dari jurnal tentang *Childfree*.

b. Tahapan Perancangan

Pada hal ini digunakan untuk menghasilkan rancangan untuk memenuhi kebutuhan

1. Studi literasi objek penelitian

Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi secara lengkap

2. Melakukan wawancara pada sasaran

Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait masalah yang diteliti

3. Mengolah data yang telah diperoleh

Hal ini dilakukan agar informasi yang telah di peroleh dapat dipusatkan atau memfokuskan pada hal yang dianggap penting bagi penulis. Juga untuk membuat data menjadi tersusun jelas dan terangkum.

1.8 Konsep Perancangan

Untuk mencapai manfaat dari perancangan, maka dibuat Sosial media untuk mengedukasi masyarakat agar siap memiliki anak. Dengan menggunakan *flat design* atau desain yang sederhana dan minimalis pada setiap kontennya, dimana konten tersebut berisikan informasi tentang persiapan menjadi orang tua dan menggunakan bahasa sehari – hari agar mudah dipahami dan lebih santai.

Bab I Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup perancangan, manfaat dari perancangan, skema perancangan, metode yang digunakan berikut tahap-tahap perancangan, dan yang terakhir yaitu sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini membahas teori-teori mendasar yang merupakan panduan dalam penulisan. Pada bab ini terdapat teori utama dan teori pendukung terkait pembahasan penelitian.

Bab III Analisis Data

Pada bab ini dibahas data-data yang dianalisis, mulai dari objek data dan analisis objek penelitian, meliputi, observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan lainnya, untuk data target berupa persona, consumer journey, dan preferensi visual, dan permasalahan serta kesimpulan yang ditemukan

Bab IV Perancangan

Bab ini berisi berisi tahap perancangan dan hasilnya yang meliputi konsep komunikasi, konsep media, dan konsep kreatifnya beserta visualisasinya.

Bab V Penutup

Bab terakhir ini meliputi kesimpulan dan saran, yang berlandaskan pada hasil perancangan.