

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kampanye gerakan nikah muda yang diinisiasi akun instagram @gerakannikahmuda menarik banyak perhatian khalayak, terutama bagi anak-anak muda (Masrurin, 2022). Akun @gerakannikahmuda merupakan akun yang bertujuan untuk mempropagandakan seruan gerakan nikah muda, dan juga untuk edukasi bagi masyarakat yang akan menikah muda (Dhania & Anshori, 2020). Gerakan nikah muda di media sosial semacam itu berpotensi menjadi sumber inspirasi pernikahan anak atau pernikahan dini. Akun-akun ini menggunakan cara-cara yang menarik perhatian anak muda dan memadukannya dengan dalil dari teks-teks agama (Masrurin, 2022). Dalam sebuah penelitian Mauludy (dalam Dhania & Anshori, 2020) menganalisis akun @gerakannikahmuda menggunakan analisis wacana kritis menemukan bahwa. Secara teks, ditemukan adanya ajakan untuk menyegerakan menikah yang terlihat pada level semantic. Menikah bukan lagi sebagai ritual yang sakral, tapi sebuah selebrasi atau perayaan untuk diakui secara publik dengan mendapatkan like, komentar sebanyak-banyaknya di akun sosial media. Fenomena di atas saat ini tidak hanya menjamur di kalangan kaum muda perempuan, tapi juga mulai merambah pada kaum muda laki-laki (Masrurin, 2022). Gerakan tersebut melihat potensi dan perlahan merambah dunia maya dan membuat trend baru bagi masyarakat milenial, @gerakannikahmuda merupakan akun yang bertujuan untuk mempropagandakan seruan gerakan nikah muda, dan juga untuk edukasi bagi masyarakat yang akan menikah muda (Dhania & Anshori, 2020). Kampanye kemudian ramai di Twitter juga dengan konten yang mengarah pada anjuran nikah muda. Jika dilihat dengan lebih seksama, terdapat cukup banyak akun di media sosial yang mengarah pada anjuran nikah muda, Hal ini dikarenakan karakteristik situs jejaring sosial yang

menyediakan platform untuk jangkauan luas minat dan praktik, yang telah berkembang secara dramatis dalam beberapa tahun terakhir dengan jumlah orang yang bertambah setiap hari. Jejaring sosial daring menjadi bagian integral dari kehidupan seseorang dan dipandang sebagai perluasan sarana komunikasi (Wahyuni et al., 2018).

Wacana yang hadir di media baru terkait nikah muda terpetakan dalam pro dan kontra. Porsi konten kontra atas nikah anak muncul dengan porsi yang lebih besar dibanding konten yang mendukung nikah anak (Wahyuni et al., 2018). *Masivitas* konten di mesin pencari dan media sosial daring dengan kata kunci nikah anak, nikah dini, dan nikah muda. Jika ditilik lebih lanjut, *viralitas* konten yang menyebar tak hanya di mesin pencari, tetapi juga *news aggregator* maupun *instant messaging*. *Viralitas* fenomena nikah anak menjadi hal yang cukup banyak direspons, baik pro maupun kontra, baik pada mesin pencari dan media sosial daring. Meski demikian, wacana nikah anak yang muncul dalam mesin pencari dan media sosial daring cenderung masuk dalam kategori kontra terhadap nikah anak. konten di media sosial melalui mesin pencari daring menunjukkan pernikahan anak secara faktual ada dalam masyarakat dan sangat terkait dengan aspek sosiologis dan budaya. Hal ini ditunjukkan melalui sejumlah konten *viral* terkait anak yang menikah di bawah umur dengan alasan budaya tanpa terlihat pertimbangan lain seperti kesehatan reproduksi, dan masa depan anak (Wahyuni et al., 2018). Struhar, (dalam Gumilar et al., 2017) bahwa berita-berita yang dibagikan secara viral melalui media sosial adalah berita yang mampu membangkitkan emosi positif atau negatif yang sangat kuat (*high-arousal emotions*). Media massa kontemporer memiliki kekuatan membombardir individu dari segala arah dan mengarahkan perhatian mereka lewat lewat pesan yang terlembagakan (John, dalam Khumairah, 2017).

Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan, bahwa perkawinan hanya diizinkan apabila pria dan wanita sudah mencapai umur 19 tahun. Namun menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), usia

ideal untuk menikah yaitu 25 tahun menjadi usia ideal menikah bagi laki-laki dan 21 tahun bagi perempuan. Di usia itu, mereka sudah memiliki kesiapan fisik dan mental yang baik. Berdasarkan ilmu kesehatan, usia ideal yang secara biologis dan psikologis adalah 20 hingga 25 tahun untuk perempuan dan 25 hingga 30 tahun untuk laki-laki. Di rentang usia tersebut, baik perempuan atau laki-laki dianggap sudah berumah tangga karena dianggap matang dan bisa berpikir dewasa secara rata-rata.

Isu pernikahan dini ditampilkan di media sosial, teknik pendekatan edukatif mengenai wacana pernikahan yang dapat dilakukan menjadi terbatas dan cenderung bias. Nilai pernikahan menjadi sesuatu yang dirayakan tanpa adanya landasan atau pemaknaan yang mendalam. Dengan demikian pernikahan dianggap sepele (Khumairah, 2017). Terjadinya perubahan alami dalam hubungan media massa dan khalayak. Hal ini disebabkan karna kemajuan teknologi, memungkinkan khalayak menjadi lebih maju dan menjadi khalayak yang interaktif (Livingstone, dalam Nuzuli & Sunata, 2022). Internet muncul dengan sejumlah aktivisme atau gerakan sosial. Aktivisme atau gerakan sosial yang dicetuskan oleh kaum muda banyak berbarisan di media sosial daring. Isu yang dibawa pun beragam, mulai dari kampanye kesehatan, budaya, sampai pada kampanye politik, tak terkecuali kampanye yang terkait dengan isu relasi personal antar anak muda (Wahyuni et al., 2018).

Stuart Hall (dalam Nuzuli & Sunata, 2022) menjelaskan, dalam mengolah pesan khalayak tidak hanya menerima pesan namun juga mereproduksi pesan yang disampaikan oleh media. Hal ini pada dasarnya menunjukkan bahwa makna erat hubungannya dengan teks dan pembacanya. Pemaknaan khalayak pada dasarnya bersifat polisemi yang memungkinkan penafsiran berbeda diantara para khalayak, bahkan pesan bisa saja ditolak atau ditafsirkan kembali oleh khalayak. Kontinuitas hegemoni media massa diteruskan dalam relasi antara pemberi informasi dan penerima informasi: konsumen secara terus menerus dicekoki berbagai informasi sehingga menimbulkan dependensi dari sisi konsumen terhadap produk yang disuguhkan oleh media massa. Implikasi yang

dialami konsumen atas perilaku dependensi pada media massa beserta produknya adalah sikap keingintahuan yang menurun. Semua informasi yang diterima individu dianggap suatu kebenaran yang hakiki lewat imaji yang berada di bawah kontrol media massa (Khumairah, 2017).

Media massa merupakan media yang dipakai secara *massive* untuk menyebarkan berbagai informasi baik itu berita, pendidikan maupun hiburan kepada khalayak. Berdasarkan fungsinya, media massa digunakan untuk memberikan informasi, mendidik, membentuk opini atau pendapat dan untuk menghibur. Paparan berbagai macam informasi dari media membuat kebanyakan orang kebingungan mana informasi yang bermanfaat dan mana yang tidak (Restianty, 2018). Secara umum, masivitas data yang didapatkan dari mesin pencari dan media sosial daring memberikan temuan bahwa fenomena nikah anak juga menjadi bahasan yang tak asing dalam percakapan di mesin pencari dan media sosial daring. Interaktivitas sebagai karakteristik media baru ditunjukkan melalui riuhnya komentar pemilik akun dalam menanggapi tautan maupun artikel yang diunggah situs berita (Wahyuni et al., 2018).

Wilbur Lang Schramm (dalam Saputra & Amalia, 2021) menyebutkan bahwa media massa merupakan sebuah media yang dapat mempengaruhi kehidupan manusia sehari-harinya dan lembaga masyarakat yang lain. Media massa merupakan suatu kelompok kerja yang terorganisasi disekitar beberapa perangkat untuk mengedarkan pesan yang sama, pada waktu yang sama, dan disebarkan pada sejumlah besar orang. Media-media baru muncul untuk membantu terjadinya pertukaran informasi ini. Lebih dari itu pengguna internet tidak lagi bertindak hanya sebagai penerima apa yang diberitakan melainkan sebagai produsen atau penyebar informasi yang relevan (Karyati, 2022).

Perkawinan di bawah umur 21 tahun bagi perempuan dan dibawah umur 25 tahun bagi laki-laki dinilai menjadi masalah serius karena memunculkan kontroversi di masyarakat, tidak hanya di Indonesia namun juga menjadi isu internasional. Perkawinan di bawah umur menjadi permasalahan karena fakta di masyarakat yang masih terus berkembang (Innayati, 2015). Argumen yang sering

ditemukan dalam perdebatan pernikahan usia muda. Penolakan pernikahan muda karena jalan mereka masih panjang dan banyak yang harus dipersiapkan. Pihak lain berpendapat bahwa sah-sah saja selama mereka mampu dan itu adalah salah satu upaya menghindari zina (Prasetya, 2020).

Nikah dini rata-rata dipandang sebagai solusi terbaik atas fenomena pergaulan bebas tanpa batas. Melihat manfaat dan kebaikan dari pernikahan, tidak sedikit remaja yang melakukan pernikahan dini. Pernikahan dini ini dilakukan karena beberapa faktor, salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya pernikahan dini adalah faktor agama. Banyak yang berpendapat bahwa perbuatan zina bisa dihindarkan dengan adanya pernikahan (Suprema, 2022). Pernikahan dini juga akan menjadi suatu hal negatif jika dipandang dari beberapa aspek. Misalnya dari segi aspek kesehatan, psikologis anak, pola kehidupan rumah tangganya kelak, maupun dari aspek psikologis pasangan itu sendiri (Sarradian & Hasibua, 2015). Bila ditinjau dari perspektif gender, perkawinan dini merupakan praktik diskriminasi terhadap hak asasi perempuan atau sering disebut “kekerasan berbasis gender”. Alasan karena perempuan “bukan pencari nafkah” maka praktik perkawinan dini semakin kuat di sejumlah daerah. Di satu pihak, perkawinan dini dianggap seolah “memuliakan” perempuan, karena tidak ada tuntutan untuk ikut mencari nafkah dan semua menjadi tanggung jawab suami. Namun sesungguhnya situasi tersebut “memandang rendah perempuan,” yang secara inheren menyuburkan perspektif bias gender dalam konfigurasi perkawinan (Susanto, 2012).

Media massa dan pernikahan dini yang terjadi di Samarinda salah satunya, hal tersebut terjadi disebabkan rasa penasaran remaja terhadap lingkungan sekitarnya dan juga pada dirinya sendiri sehingga mereka terus melakukan pencarian informasi melalui media massa yang dapat memberikan informasi yang positif ataupun negatif. Hal-hal negatif ini seperti konten-konten dewasa yang dengan mudahnya diakses kapan dan dimana saja tanpa perlu bersusah payah untuk mengaksesnya sehingga hal tersebut menjadi salah satu pendorong terjadinya pernikahan dini (Asnuddin & Matrah, 2020).

Media massa telah memengaruhi segala tindak-tanduk individu (McLuhan, dalam Khumairah 2017). Alhasil, media massa telah menjadi saluran yang tepat bagi mobilisasi kelompok dan menciptakan sebuah standar moral-universal bagi setiap orang (Khumairah, 2017). faktor-faktor yang berhubungan dengan pernikahan usia dini terhadap remaja putri antara lain pendidikan, pengetahuan, pekerjaan, status ekonomi, budaya, pergaulan bebas, dan media massa (Hermambang et al. 2021).

Council of Foreign Relations mengungkapkan, Indonesia merupakan salah satu dari sepuluh negara di dunia dengan angka absolut tertinggi perkawinan anak dan tertinggi kedua di ASEAN setelah Kamboja. Diperkirakan satu dari lima anak perempuan di Indonesia menikah sebelum mereka mencapai 18 tahun (Innayati, 2015) Ketika trend menikah muda sedang ramai di media sosial, namun angka perceraian di usia dini juga semakin meningkat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Statistik Indonesia 2022, sebanyak 447.743 kasus perceraian terjadi pada tahun 2021. Angka tersebut mengalami kenaikan dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 291.677 perkara (Annur, 2022). Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA) mencatat, sebanyak 25.050 perempuan menjadi korban kekerasan di Indonesia sepanjang 2022. Jumlah tersebut meningkat 15,2% dari tahun sebelumnya sebanyak 21.753 kasus. Menurut usianya, 30,3% perempuan yang menjadi korban kekerasan berusia 25-44 tahun. Ada pula 30% perempuan yang menjadi korban kekerasan berusia 13-17 tahun.

Pernikahan dini masih menjadi persoalan dan bahan perdebatan. Wilayah kajiannya pun mencakup berbagai aspek serta melibatkan banyak pihak, seperti lembaga-lembaga keagamaan, lembaga-lembaga pemerintahan (eksekutif dan legislatif), dan media-media massa (online, cetak, dan televisi) (Umah, 2020). Pernikahan dini bukanlah suatu hal yang baru untuk diperbincangkan. Masalah ini sangat sering “diangkat” dalam berbagai seminar dan diskusi. Bahkan juga sering dibicarakan oleh media massa, baik media elektronik maupun non elektronik (Tsany, 2015). Jika dirunut melalui hasil tangkapan layar pada tiap platform media sosial, konten nikah anak cenderung *anticipated* karena mencemaskan dampak

yang terjadi jika ada nikah anak. Hal ini makin menunjukkan betapa pentingnya melakukan kajian serius mengenai hal ini dan perlunya upaya penyadaran serta pemahaman masyarakat akan pentingnya membahas nikah anak (Wahyuni et al., 2018).

Akun serupa yang bermunculan di media sosial seperti @nikahasik, @nikahmudahvibes, @nikahmudah. Penelitian ini fokus pada akun Instagram @gerakannikahmuda. Akun @gerakannikahmuda ini diikuti oleh 407.000, akun ini mendorong mereka agar **menyegerakan pernikahan**. Padahal, pemerintah justru tengah berupaya **menaikkan batasan usia pernikahan**. Musababnya jelas: pernikahan dini **rentan masalah** (Kartika, 2018). Saat pemerintah sedang gencar-gencarnya melakukan kampanye Pendewasaan Usia Pernikahan (PUP) ini, salah satu media sosial bernama *Instagram* justru dijadikan sarana untuk mengkampanyekan nikah muda lewat sejumlah akun, salah satunya @gerakannikahmuda (Athiya, 2018). Gerakan ini mendapat sambutan dari anak muda yang aktif di media sosial. Dalam kurun waktu 24 jam, akun tersebut bisa membuat 10 sampai 19 postingan. Dalam kacamata mereka, gerakan ini adalah gerakan mengedukasi anka-anak muda tentang menikah dalam usia muda (Kresna, 2019). Gerakan **nikah muda** di akun @gerakannikahmuda ini memiliki dampak resiko perceraian yang cukup tinggi. Tapi, gerakan nikah muda ini masih menjadi tren hingga saat ini. Lalu, diikuti oleh beberapa akun yang serupa di media sosial Instagram (Pradita, 2022).

1.2 Rumusan Masalah

Akun @gerakannikahmuda merupakan akun yang bertujuan untuk mempropagandakan seruan gerakan nikah muda, dan juga untuk edukasi bagi masyarakat yang akan menikah muda. Gerakan nikah muda di media sosial semacam itu berpotensi menjadi sumber inspirasi pernikahan anak atau pernikahan dini. fenomena nikah anak menjadi hal yang cukup banyak direspons, baik pro

maupun kontra, baik pada media sosial. Ketika isu pernikahan muda ditampilkan di media sosial, teknik pendekatan edukatif mengenai wacana pernikahan yang dapat dilakukan menjadi terbatas dan cenderung bias. Nilai pernikahan menjadi sesuatu yang dirayakan tanpa adanya landasan atau pemaknaan yang mendalam.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana Resepsi khalayak pada pesan konten Instagram @gerakannikahmuda?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan penerimaan khalayak pada pesan konten Instagram @gerakannikahmuda.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan rujukan bagi peneliti komunikasi dengan metode analisis resepsi khalayak pada konten di media sosial.

2. Secara Praktis

Penelitian ini mampu menjadi masukan pembaca untuk memperkaya tema mengenai analisis resepsi khalayak pada pesan konten Instagram @gerakannikahmuda.

3. Secara Akademi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi di bidang ilmu komunikasi khususnya di bidang *media studies*.

1.5 Sistematika Bab

Bagian Awal Skripsi

Pada bagian awal skripsi ini memuat halaman sampul, halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian skripsi, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, dan yang terakhir adalah halaman daftar table.

Bagian Utama/Inti Skripsi

Bagian utama pada penulisan skripsi ini sendiri terbagi atas bab dan sub bab, yaitu sebagai berikut

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I Pendahuluan, bab ini sendiri membahas mengenai penjelasan – penjelasan yang sifatnya umum antara lain, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika bab.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini tinjauan pustaka sendiri meliputi:

1. Landasan teori

Landasan teori sendiri berisikan pembahasan mengenai Analisis Respsi pada konten di Media sosial.

2. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, menjelaskan dan menelaah mengenai penelitian yang berisikan tentang hasil – hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3. Kerangka Berpikir

Pada bagian ini, menjelaskan mengenai variabel penelitian yang mana variabel pada penelitian ini adalah resepsi khalayak pada pesan di media social (pesn konten di Instagram @gerakannikahmuda).

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai paradima dan pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, dan rencana jadwal penelitian (tempat dan waktu penelitian).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, berisikan mengenai hasil analisis dari Resepsi khalayak pada pesan konten Instagram @gerakannikahmuda.

BAB V KESIMPULAN

bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

