

Analisis *Framing* Berita mengenai *Childfree* dalam Media Online *Republika.co.id* dan *Kompas.com*

Sandy Muhamad Alfari¹⁾ Heppy New Year Haloho²⁾

Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis dan Komunikasi, Universitas Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav.22, Jakarta 13210

¹⁾ Email: Sandyalfari2@gmail.com

²⁾ Email: Heppy.haloho@kalbis.ac.id

Abstract: This study aims to look at the different frames of *Republika.co.id* and *Kompas.com* in covering issue of *childfree*. This research uses framing analysis method. The results of this study indicate that there are differences in the frames used by *Republika.co.id* and *Kompas.com* in covering the issue of *childfree*. In *Republika.co.id*'s framework, *childfree* is considered as a problem that is contrary to the Islamic religion. In *Kompas.com*'s frame, *childfree* is seen from broader perspective and does not see only one side.

Keywords: *childfree*, framing, news, online media

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk melihat perbedaan bingkai dari *Republika.co.id* dan *Kompas.com* dalam memberitakan isu *childfree*. Penelitian ini menggunakan metode analisis framing. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan bingkai yang digunakan oleh *Republika.co.id* dan *Kompas.com* dalam memberitakan isu *childfree*. Pada bingkai *Republika.co.id*, *childfree* dianggap sebagai suatu masalah yang berlawanan dengan Agama Islam. Dalam bingkai *Kompas.com*, *childfree* dilihat dari sudut pandang yang lebih luas dan tidak melihat pada satu sisi saja.

Kata kunci: berita, *childfree*, framing, media online

I. PENDAHULUAN

Isu *childfree* menjadi isu yang banyak dibahas di media massa. Meski isu ini sudah awam di berbagai negara namun di Indonesia isu ini masih menjadi perdebatan. *Childfree* masih dianggap negatif karena bertentangan dengan tujuan pernikahan yang diyakini sebagian besar masyarakat Indonesia, yakni untuk memiliki keturunan atau anak. Meskipun *childfree* bukan merupakan suatu hal yang dilarang di Indonesia, akan tetapi masih sedikit pasangan di Indonesia yang memilih untuk *childfree* jika dibandingkan dengan pasangan yang ingin memiliki anak. Selain itu, tidak banyak pasangan *childfree* di Indonesia yang berani mengutarakan keinginan mereka untuk *childfree* kepada banyak orang. Hal itu terjadi karena keinginan mereka untuk *childfree* akan bertentangan dengan pandangan sebagian besar masyarakat Indonesia.

Isu *childfree* mendapatkan banyak perhatian dan menjadi perdebatan dari Masyarakat Indonesia, khususnya pada Februari 2023. Istilah *childfree* menjadi ramai dibahas karena pernyataan salah seorang *content creator* asal Indonesia yang berkarir di Jerman, Gita Savitri melalui media sosial Instagram yang mengatakan bahwa Gita dan suami memilih untuk tidak memiliki seorang anak. Permasalahan tersebut berawal ketika ada salah seorang *followers* Gita Savitri yang berkomentar tentang Gita yang masih terlihat muda meskipun sudah berusia 30 tahun. Gita Savitri menjawab komentar tersebut dengan jawaban *childfree* yang membuatnya masih terlihat muda. Karena dengan *childfree*, dirinya memiliki waktu istirahat yang cukup dan biaya yang ia punya dapat digunakan untuk melakukan perawatan. Selain itu, Gita Savitri juga membagikan hal-hal menyenangkan yang

dapat dilakukan ketika seseorang memutuskan untuk *childfree*.

Keputusan untuk memilih *childfree* tersebut merupakan keputusan yang masih jarang dipilih di Indonesia. Sehingga kemudian keputusan Gita Savitri untuk *childfree* menimbulkan berbagai reaksi atau pro dan kontra dari masyarakat, khususnya pada kolom komentar di media sosial Instagram dari Gita Savitri. Banyak *netizen* yang tidak setuju dengan keputusan *childfree* tersebut dengan memberi komentar bahwa ketika sudah berusia tua tidak akan ada yang mengurus dan merawat. Selain itu, ada juga yang memberi komentar bahwa banyak wanita yang sudah memiliki anak namun masih tetap terlihat cantik. Bahkan ada juga yang beranggapan bahwa ada yang mengalami kemandulan di antara Gita Savitri dan suami sehingga mereka memutuskan untuk *childfree*. Akan tetapi, ada juga yang berkomentar secara positif dengan mengatakan bahwa *childfree* hanya suatu perbedaan pandangan hidup yang harus diterima dan dihargai oleh setiap orang.

Pilihan untuk tidak memiliki anak atau *childfree* itu juga mendapatkan perhatian dan menjadi bahan pemberitaan dari berbagai media massa dengan berbagai sudut pandang dan cara penyampaian dalam menyajikan berita terkait keputusan *childfree* ini. Seperti pada salah satu berita mengenai *childfree* yang terdapat pada Republika.co.id dengan judul **“Hukum Childfree dalam Islam, Ulama: Kembali ke Niatnya”**, berisi tentang bagaimana hukum *childfree* dalam islam yang dikatakan oleh KH. Nur Hanan yang merupakan Ketua Asosiasi Ma’had Aly Indonesia (AMALI). Dalam berita tersebut dijelaskan bahwa hukum *childfree* dalam Islam bergantung kepada niat seseorang dalam mengambil keputusan untuk *childfree* (Muhyiddin, Republika.co.id, 2023).

Berbeda dengan Republika.co.id, Kompas.com membuat pemberitaan

mengenai *childfree* dengan cara dan sudut pandang yang lain. Seperti pada salah satu artikel berita dengan judul **“Pakar Unair: Ada Dampak Positif dan Negatif Orang Pilih Childfree”**, menjelaskan tentang beberapa dampak positif dan dampak negatif yang akan didapatkan oleh seseorang atau pasangan yang memilih untuk *childfree*. Selain itu, Kompas.com juga menyertakan pendapat dari Dr. Nur Ainy Fardana yang merupakan dosen dari Fakultas Hukum Universitas Airlangga (Unair) mengenai *childfree* (Ihsan, Kompas.com, 2023).

Pada penyajian berita yang dibuat oleh Republika.co.id dan Kompas.com terdapat sudut pandang yang berbeda dalam menyajikan berita mengenai *childfree*.

Republika.co.id menyampaikan berita mengenai *childfree* dengan mengaitkannya dengan agama, yaitu dengan hukum agama Islam. Sedangkan Kompas.com berusaha untuk memberitakan *childfree* dengan sudut pandang yang lebih luas dengan menyebutkan dampak-dampak yang akan diterima oleh seseorang yang memilih untuk *childfree*.

Berita *childfree* dalam Republika.co.id dan Kompas.com dipilih karena memiliki bingkai yang berbeda dalam menyajikan beritanya. Perbedaan bingkai dari kedua media tersebut disebabkan oleh ideologi, kepentingan, serta tujuan yang berbeda. Seperti misi dari Republika.co.id yang ingin membangun Umat Islam yang moderat, cerdas, dan berdaya. Kemudian misi tersebut berpengaruh kepada Republika.co.id dalam memberitakan isu *childfree*. Berbeda dengan Kompas.com yang mempunyai slogan “jernih melihat dunia”, yang membuat Kompas.com memiliki sudut pandang yang lebih luas dalam memberitakan suatu masalah. Selain itu, dalam profilnya Kompas.com juga menuliskan bahwa media tersebut ingin menjadi acuan jurnalisme yang baik. Perbedaan tersebut berpengaruh terhadap pemberitaan mengenai *childfree* yang

dilakukan oleh Republika.co.id dan Kompas.com.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana media memberitakan permasalahan *childfree*, serta isu apa yang ditonjolkan dalam peristiwa tersebut. Peneliti lalu memilih dua portal berita *online* sebagai objek untuk diteliti terkait isu tersebut yakni, Republika.co.id dan Kompas.com. Media *online* dipilih karena media *online* masih menjadi tempat yang paling digunakan banyak orang dalam mencari dan membaca berita. Pada data yang diperoleh Reuters Institute pada tahun 2021, media *online* masih menjadi yang paling banyak digunakan daripada tiga sumber berita lainnya dengan 89% responden. Pada posisi kedua, media sosial memiliki 64% responden yang masih menggunakan media sosial untuk mencari berita. Televisi menempati posisi ketiga dengan mendapatkan 58% responden yang mengakses berita melalui televisi. Selain itu, ada 20% responden yang masih mengakses berita melalui media cetak (Mahdi, dataindonesia.id, 2022).

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana *framing* berita mengenai *childfree* pada media *online* Republika.co.id dan Kompas.com?” dan tujuan penelitian ini untuk mengetahui *framing* media *online* Republika.co.id dan Kompas.com dalam memberitakan isu *childfree*.

II. METODE PENELITIAN

A. Teori Konstruksi Realitas Sosial Media Massa

Teori Konstruksi Realitas awalnya disampaikan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam buku mereka yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* pada 1966. Mereka menjelaskan terjadinya proses sosial melalui interaksi dan tindakan yang ada di dalamnya, di mana individu akan terus menghasilkan suatu realitas yang dimiliki

dan dialami bersama-sama secara subjektif (Bungin, 2008, p. 13-14).

Menurut Berger (Eriyanto, 2002, p. 18) realitas tidak terjadi secara ilmiah, serta bukan suatu hal yang didapatkan secara alamiah. Namun sebaliknya, realitas sudah melalui proses konstruksi dan pembentukan. Pada pemahaman seperti ini, realitas digambarkan memiliki wajah yang bermacam-macam. Suatu realitas akan dikonstruksi dengan berbagai macam oleh setiap orang. Pengalaman, pendidikan, dan lingkungan akan mempengaruhi seseorang dalam memahami serta mengkonstruksi suatu realitas.

Berger dan Luckmann (Bungin, 2008, p. 15) menyatakan bahwa orang dan masyarakat adalah item persuasif dan plural yang konsisten. Peristiwa logika antara manusia menghasilkan masyarakat dan masyarakat menghasilkan manusia. Siklus dialektika ini terjadi melalui tiga momen simultan.

- Pertama, Eksternalisasi, merupakan moment dimana individu menyesuaikan diri terhadap dunia sosiokultural dengan bentuk produk manusia. Momen ini terjadi pada tahap yang mendasar, ketika sebuah produk sosial menjadi bagian penting dalam masyarakat yang selalu dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luarnya. Dengan kata lain, masyarakat dan individu adalah entitas yang saling terkait dan tidak terpisahkan. Memang tidak mungkin bagi manusia untuk hidup dalam lingkungan tertutup dan tanpa gerak, tetapi mereka harus selalu mengeksternalisasikan diri dalam aktivitas.

- Kedua, objektivasi adalah gambar kerjasama sosial yang terjadi pada dunia terstrukturisasi intersubjektif atau melalui siklus standarisasi. Orang mengeksternalkan barang-barang sosial, baik pembuatnya maupun yang lainnya, dan kondisi ini dapat terjadi melalui penyebaran anggapan-anggapan dan

tidak mengharapkan pertemuan-pertemuan yang dekat dan personal antara orang-orang dan pembuat barang-barang sosial.

- Ketiga, internalisasi merupakan topik yang dimulai dengan memahami sebuah peristiwa sebagai pengungkapan makna. Umumnya waktu ini dikenal sebagai fase pemahaman individu terhadap orang lain dan dunia sebagai sesuatu yang penting dari realitas sosial.

B. Framing

Di tahun 1955, Beterson adalah ahli pertama yang menggunakan framing. Pada awalnya, istilah "frame" didefinisikan sebagai perkembangan alat mental atau keyakinan yang dapat bergabung melihat pada isu-isu legislatif, strategi, dan bicara, serta untuk menguraikan realitas dengan menggunakan kategori-kategori standar tertentu. Setelah itu, pada tahun 1974, Erving Goffman mendefinisikan konsep ini secara lebih jauh dengan mengibaratkan *frame* menjadi sebuah kepingan perilaku yang dapat membantu setiap individu dalam melihat suatu realitas yang ada (Sobur, 2018, p. 161-162).

Dalam kajian Ilmu Komunikasi, analisis *framing* digunakan untuk melihat dan juga membedah ideologi dari sebuah media serta bagaimana cara-cara media tersebut dalam mengkonstruksi fakta yang terjadi. Analisis *framing* ini mencermati bagaimana strategi dilakukan oleh media dalam menyeleksi, menonjolkan, serta memilih realitas apa yang perlu diingat untuk sebuah berita. Sehingga berita tersebut dapat menjadi lebih menarik, lebih memiliki makna, dan menjadi lebih mudah diingat. Dengan tujuan agar interpretasi khalayak atau masyarakat menjadi sama dengan perspektif dari media tersebut dalam melihat sebuah fakta yang terjadi. Dapat dikatakan juga, *framing* adalah teknik untuk melihat dan memahami cara wartawan menulis berita dan cara mereka

memilih dan menonjolkan topik tertentu (Sobur, 2018, p. 162).

Framing media yang bermacam-macam dalam menyampaikan sebuah berita akan terus terjadi dan tidak bisa dihindari karena realitas yang kompleks, serta mempunyai banyak sudut pandang. Akan tetapi, kebiasaan media dengan hanya menggunakan satu frame saja dalam memberitakan suatu permasalahan dapat menggiring opini publik. Sehingga masyarakat tidak mempertimbangkan perspektif lain tentang masalah (Haloho, 2021).

Eriyanto (2002, p. 81) menjelaskan bahwa *framing* memiliki dua aspek. Aspek yang pertama, memilih fakta. Pada proses ini fakta dipilih dengan berdasarkan asumsi, dan para wartawan memandang suatu peristiwa dengan perspektif masing-masing. Dalam memilih fakta selalu terdapat dua kemungkinan, yaitu bagian yang dipilih untuk diberitakan dan bagian yang tidak dipilih. Akibatnya, media akan mengkonstruksi peristiwa yang sama dengan cara yang berbeda. Aspek yang kedua, yaitu menuliskan fakta. Proses ini menjelaskan tentang penyajian fakta yang sudah dipilih. Kata dan kalimat seperti apa yang digunakan untuk mengungkapkan fakta ke dalam sebuah berita, serta dibantu dengan penambahan gambar dan foto untuk memperkuat fakta tersebut. Selain itu, menekankan fakta-fakta tersebut dengan menggunakan perangkat tertentu. Seperti menggunakan penekanan yang menarik perhatian pada bagian *headline*, menggunakan grafis untuk memperkuat penekanan, atau menggunakan label tertentu untuk menjelaskan peristiwa atau tokoh yang diberitakan.

C. Media Online

Media *online* biasa dikenal juga dengan media baru, media siber, atau media internet. Media *online* dapat dicirikan menjadi media yang menyajikan informasi secara *online*

melalui sebuah situs. Media *online* juga bisa disinggung sebagai media yang merupakan era ketiga setelah media elektronik, misalnya televisi dan radio, dan media cetak, misalnya koran dan majalah. Dari segi tampilan beserta cara kerjanya, Media *online* merupakan media yang dapat diakses dengan memanfaatkan web. Media *online* dapat dilihat melalui beberapa kategori. Seperti website yang meliputi blog dan media sosial, portal berita, email, serta televisi dan radio dalam bentuk *online* (Romli, 2015, p. 34-35).

Media *online* memudahkan pengguna untuk mencari informasi dengan cepat, serta sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, media *online* mempermudah media untuk menyampaikan informasi.

D. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan sudut pandang yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan sebuah penelitian. Paradigma digunakan untuk memandang realita yang terjadi, serta untuk memahami fenomena tertentu. Selain itu, paradigma juga dapat menentukan metodologi penelitian dan interpretasi hasil. Paradigma penelitian juga akan berpengaruh pada asumsi, pendekatan, dan teori yang akan digunakan dalam sebuah penelitian (Pujileksono, 2016, p. 26).

Paradigma konstruktivistik merupakan paradigma yang memandang setiap realitas terbentuk dari latar belakang yang berbeda-beda dan menjadi bentuk konstruksi dari realitas tersebut. Paradigma ini juga bersifat kualitatif, di dalam penelitian dengan paradigma ini terdapat nilai-nilai pendapat yang dimasukkan oleh peneliti. Selain itu, penelitian yang menggunakan paradigma ini memiliki sifat yang subjektif (Pujileksono, 2016, p. 28).

Paradigma konstruktivistik melihat setiap realitas yang terjadi di dalam kehidupan ini tidak terjadi secara natural, akan tetapi realitas yang sudah

dikonstruksi. Oleh karena itu, fokus dari paradigma ini untuk mengetahui bagaimana suatu realitas atau peristiwa dikonstruksi, serta cara membentuk konstruksi tersebut. Dalam kajian ilmu komunikasi, paradigma konstruktivistik banyak disebut juga sebagai paradigma yang menciptakan makna dan pertukaran makna (Eriyanto, 2002, p. 43). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivistik untuk mengetahui bagaimana konstruksi yang dilakukan oleh *Republika.co.id* dan *Kompas.com* dalam menyampaikan berita tentang isu *childfree*.

E. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, analisis *framing* Robert N. Entman dipilih menjadi teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pembingkai yang dilakukan oleh *Republika.co.id* dan *Kompas.com* dalam memberitakan isu *childfree*. Robert N. Entman memandang framing ke dalam dua dimensi yang besar, yaitu menyeleksi isu dan melakukan penekanan pada hal-hal tertentu dari suatu isu atau realitas yang ada. Penonjolan tersebut merupakan sebuah proses untuk membuat konten lebih menarik, mudah dipahami, dan mudah diingat oleh pembaca. Penonjolan dan penekanan yang dilakukan dalam menyajikan suatu realitas, akan menarik perhatian khalayak dan berpengaruh terhadap khalayak dalam menerima dan memahami realitas tersebut (Eriyanto, 2002, p. 221).

Proses seleksi dan penekanan tersebut digunakan untuk membuat framing yang dilakukan media dalam sebuah berita menjadi lebih tajam. Fakta-fakta yang diambil, ditekankan, dan dibuang, bergantung kepada cara pandang wartawan terhadap suatu peristiwa yang terjadi dalam membuat sebuah berita (Sobur, 2018, p. 163).

Analisis *framing* Robert N. Entman memiliki empat langkah atau cara untuk

membedah framing yang dilakukan oleh media (Butsi, 2019), yaitu:

1. **Define Problems** (Pendefinisian masalah). Ketika suatu peristiwa terjadi, bagaimana atau seperti apa wartawan memahami peristiwa tersebut. Pada satu peristiwa yang sama, media memahami secara berbeda-beda.
2. **Diagnose Causes** (Memperkirakan sumber masalah). Melihat yang dianggap menyebabkan suatu masalah atau peristiwa terjadi. Penyebab bisa dalam bentuk siapa (*who*) dan apa (*what*).
3. **Make Moral Judgement** (Membuat keputusan moral). Bagian ini untuk memberikan bukti dan menilai, ketika masalah sudah didefinisikan dan ditemukan penyebabnya.
4. **Treatment Recommendation** (Menekankan Penyelesaian). Penyelesaian yang diusulkan untuk masalah ini. Penyelesaian ini bergantung kepada bagaimana masalah tersebut dipahami dan penyebab masalahnya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Frame Republika.co.id

1. Define Problem

Republika.co.id pada bingkainya menyoroti *childfree* sebagai tindakan yang bertentangan dengan hukum agama, khususnya Agama Islam. Republika.co.id dalam bingkai beritanya menyatakan bahwa ide atau konsep *childfree* merupakan sesuatu yang berlawanan dengan Agama Islam. Ada beberapa bukti dalam berita Republika.co.id mengenai *childfree* yang dapat mendukung hal tersebut.

Pertama, dapat dilihat dari narasumber yang dipilih oleh

Republika.co.id dalam semua pemberitaannya merupakan narasumber yang masih berhubungan dengan Agama Islam. Narasumber yang dipilih oleh Republika.co.id hanya tokoh Islam yang sepemahaman saja, yaitu yang menolak *childfree*. Narasumber yang dipilih yaitu Ustadzah Tria Meriza selaku founder dari @sekolahmuslim.bahagia, Wakil Presiden KH. Ma'ruf Amin, sampai dengan KH. Nur Hanan yang menjadi ketua pada Asosiasi Ma'had Aly Indonesia (AMALI). Selain itu, Republika.co.id juga menambahkan dua narasumber lainnya yang juga masih memiliki kaitan yang kuat dengan Agama Islam. Dari dua narasumber tersebut, salah satu narasumbernya merupakan seorang pakar hukum Islam dari Universitas Airlangga yang bernama Fiska Silvia Raden Roro. Sedangkan satu narasumber lainnya merupakan seorang ketua umum dari Pengurus Besar (PB) Wanita Al-Irsyad bernama Fahimah Abdul Kadir Askar. Dari beberapa narasumber tokoh Agama Islam yang dipilih oleh Republika.co.id, secara dapat terlihat cara pandang Republika.co.id yang cenderung kontra dalam memberitakan permasalahan *childfree* ini.

Dari kelima narasumber tersebut, semua tokoh tersebut berpendapat bahwa *childfree* menjadi pilihan hidup yang tidak sesuai dengan syariat Agama Islam. Mereka berpendapat bahwa memiliki keturunan sudah menjadi fungsi dari pernikahan dalam Islam. *Childfree* menjadi tindakan yang berlawanan dengan Agama Islam karena dianggap mendahului Allah yang menciptakan manusia. Akan tetapi, di sisi lain ada juga pandangan tokoh Islam lainnya yang berpendapat bahwa *childfree* boleh saja dilakukan sebab tidak ada hukum yang secara langsung menolak hal tersebut. Namun Republika.co.id tidak menghadirkan suara mereka di dalam beritanya.

Kemudian dalam salah satu beritanya, *Republika.co.id* memberitakan *childfree* dengan judul “*Childfree dalam Islam, Bagaimana Hukumnya Menurut Agama?*” (Sopia, *Republika.co.id*, 2023). Dengan ini semakin menegaskan bagaimana *Republika.co.id* dalam memandang masalah *childfree* ini. Bahkan *Republika.co.id* tidak hanya menganggap masalah *childfree* sebagai hal yang berlawanan dengan Islam. Akan tetapi sudah membawa *childfree* ke level masalah yang lebih serius, dengan mengaitkannya dengan Hukum Islam. Dengan menghubungkan *childfree* dengan Hukum Islam, *Republika.co.id* ingin memperkuat pandangannya mengenai *childfree*. Karena dalam Hukum Islam terdapat hal-hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam Agama Islam. Jika dalam *Republika.co.id* *childfree* dianggap sesuatu yang berlawanan dengan Hukum Islam, maka secara tidak langsung *Republika.co.id* menegaskan bahwa *childfree* merupakan tindakan yang tidak boleh dilakukan khususnya bagi orang-orang yang beragama Islam.

Republika.co.id juga menjelaskan pandangan Agama Islam mengenai *childfree* dengan menambahkan dalil yang berasal dari Ayat Al-Qur'an yang berseberangan dengan konsep *childfree*. “*“Dan janganlah kamu membunuh anak-anak kamu karena takut kemiskinan, Kami akan memberi rezeki kepadamu dan kepada mereka.” (QS. Al-An'am: 151)*” (Muhyiddin, *Republika.co.id*, 2023). Pada kutipan tersebut menegaskan bahwa ketika seseorang memilih *childfree* dengan alasan finansial atau ekonomi menjadi sebuah keputusan yang salah dan berlawanan dengan Islam. Ketakutan dalam hal finansial ketika mempunyai anak dianggap sebagai suatu tindakan yang tidak percaya kepada Allah yang memberikan rezeki setiap orang. Penggunaan Ayat Al-Qur'an dipilih untuk menguatkan argumentasi dari *Republika.co.id* yang menganggap *childfree* sebagai sesuatu yang berlawanan

dengan Agama Islam. Karena Al-Qur'an merupakan buku pedoman yang digunakan oleh orang yang beragama Islam dalam menjalankan kehidupan ini.

Realitas ini menarik sebab *Republika.co.id* tampak berupaya untuk meyakinkan masyarakat melalui beritanya dengan menonjolkan bahwa *childfree* benar-benar bertentangan dengan hukum Islam. Dari beberapa penjelasan di atas, semakin menegaskan jika *Republika.com* hanya melihat *childfree* hanya dari satu sudut pandang saja, yaitu sudut pandang Agama Islam. *Republika.com* tidak melihat *childfree* dengan sudut pandang yang lebih luas dengan tidak mengaitkannya dengan hal-hal lain, seperti misalnya politik, ekonomi, sosial, dan kesehatan.

2. Diagnose Causes

Dalam bingkai *Republika.co.id*, istilah *childfree* muncul dan menjadi tren perbincangan anak muda saat ini, karena dipegaruhi oleh Budaya Barat. Untuk mendukung argumentasi tersebut, *Republika.co.id* juga menuliskan terkait sejarah munculnya *childfree* di negara-negara barat. “*Penggunaan istilah childfree untuk menyebut orang-orang yang memilih tidak memiliki anak ini mulai muncul di akhir abad 20 di Negara Barat, seperti Amerika Serikat (AS), Prancis, Inggris, dan lainnya*” (Sopia, *Republika.co.id*, 2023).

Dari pernyataan tersebut, *Republika.co.id* menegaskan bahwa istilah *childfree* ini bukanlah suatu budaya atau kebiasaan yang biasa dilakukan di Indonesia. *Republika.co.id* menganggap *childfree* sebagai pengaruh dari Budaya Barat yang saat ini mulai berpengaruh kepada beberapa pasangan suami istri di Indonesia dalam menentukan keputusan untuk berketurunan. Kemudian *Republika.co.id* juga menyatakan adanya ketidaksesuaian antara istilah *childfree* yang berasal dari pemikiran Bangsa Barat dengan hukum dan ketentuan yang ada pada Agama

Islam. Ketidaksesuaian tersebut disebabkan karena istilah *childfree* itu sendiri yang berasal dari ideologi sekulerisme. Sekulerisme merupakan suatu ideologi yang berasal dari Bangsa Barat yang memisahkan antara urusan agama dengan kehidupan keluarga.

Kemudian pada berita yang lain dengan judul “Soal Childfree, Ada Rahasia Allah SWT di Balik Aturan Memperbanyak Keturunan”, *Republika.co.id* kembali menuliskan bahwa pengaruh dari paham barat yang menyebabkan hadir dan meluasnya istilah *childfree*.

“Fiska berpendapat bahwa alasan-alasan seseorang memilih childfree sejatinya merupakan salah satu symptoms overthinking dari hidup dengan paham liberalisme yang dibalut dengan paham sekularisme. Akibatnya, terjadi man made law yaitu baik-buruk dan benar-salah ditentukan manusia. Terlebih, dalam paham liberalisme-sekularisme juga tidak dikenal halal dan haram.” (Kurnia, *Republika.co.id*, 2023).

Dengan pernyataan tersebut terlihat bahwa *Republika.co.id* menegaskan lagi bahwa istilah *childfree* berasal dari pemikiran Bangsa Barat yang berawal dari rasa *overthinking* dan ketakutan mereka akan resiko yang dihadapi ketika memiliki anak. Ketakutan untuk memiliki anak tersebut menjadi berlawanan dengan Agama Islam yang meyakini bahwa Allah akan menjamin rezeki untuk setiap anak yang lahir ke dunia. *Republika.co.id* juga menyoroti paham liberalisme dan sekulerisme barat yang memutuskan benar atau tidaknya suatu masalah hanya dengan berdasarkan ketentuan manusia. Paham tersebut berlawanan dengan syariat Islam yang meyakini bahwa hukum dan ketentuan yang paling benar adalah hukum Allah SWT.

3. Moral Judgement

Pada bingkai *Republika.co.id*, tindakan *childfree* dinilai sebagai suatu hal yang buruk. Hal ini dapat terlihat dalam salah satu berita pada *Republika.co.id* yang menyatakan bahwa, *“ide ini justru bertentangan dengan syariat Islam yang menyatakan bahwa prinsip pernikahan itu untuk berketurunan dan memiliki anak. Kaidah ini terdapat dalam Alquran Surah an-Nahl Ayat 72”* (Sopia, *Republika.co.id*, 2023). Dengan pernyataan tersebut, *Republika.co.id* menegaskan penilaiannya yang buruk terhadap *childfree*. Tindakan *childfree* yang tidak memiliki anak sangat bertentangan dengan apa yang disampaikan *Republika.co.id* bahwa prinsip pernikahan dalam Islam untuk mempunyai anak. Penambahan Ayat Al-Qur’an juga semakin menguatkan penilaian *Republika.co.id* yang buruk terhadap *childfree*.

Republika.co.id juga menilai bahwa seseorang yang memilih untuk *childfree* sebagai seseorang yang berdosa karena melakukan sesuatu yang dianggap berlawanan dengan Agama Islam. *Republika.co.id* menegaskan bahwa memiliki anak sudah menjadi prinsip dalam sebuah pernikahan menurut Agama Islam. Tentu saja hal tersebut bertentangan dengan konsep *childfree* yang membebaskan seseorang atau pasangan yang sudah menikah untuk tidak mempunyai anak.

Seseorang dinilai berdosa ketika memilih *childfree*, karena adanya ketakutan dan kekhawatiran seseorang untuk memiliki anak, khususnya ketakutan dalam hal finansial sehingga memilih *childfree*. Seperti yang disampaikan oleh *Republika.co.id* pada salah satu beritanya:

“Kiai Hanan mengatakan Alquran telah menegaskan Allah lah yang akan memberikan rezeki kepada anak-anak yang dilahirkan. “Artinya kalau alasan tidak ingin punya anak karena takut miskin, alasan seperti itu tidak dibenarkan. Karena miskin dan tidaknya itu, itu semuanya adalah Allah yang

menentukan,” jelas dia” (Muhyiddin, *Republika.co.id*, 2023).

Dalam bingkai *Republika.co.id*, orang yang mempraktikkan *childfree* karena alasan finansial dianggap sebagai orang yang tidak percaya bahwa Allah memberikan rejeki kepada anak-anak yang dilahirkan. Sehingga ketakutan orang untuk punya anak karena alasan finansial dianggap tidak cukup beralasan. Dari bingkai ini dapat dilihat bahwa *Republika.co.id* sedang berupaya untuk menyederhanakan persoalan *childfree* sebagai sesuatu yang sebenarnya tidak perlu dipikirkan karena dalam bingkai *Republika.co.id* nasib anak ditentukan oleh Allah. Meskipun dalam agama hal tersebut benar, namun dalam realitasnya membesarkan anak membutuhkan finansial yang memadai selain juga tentu kemampuan mengasuh anak. Hal inilah yang tidak disoroti oleh *Republika.co.id* dalam bingkai beritanya sehingga *childfree* dinilai sangat negatif.

4. Treatment Recommendation

Dalam melihat permasalahan *childfree* yang dianggap tidak sesuai dan berlawanan dengan syariat Agama Islam, *Republika.co.id* juga menawarkan jalan keluar terkait masalah ini. *Republika.co.id* menyarankan kepada masyarakat, khususnya yang beragama Islam agar melakukan sesuatu dengan berdasarkan hukum dan ketentuan yang berasal dari Allah SWT. Seperti pendapat yang dikatakan oleh Fiska Silvia selaku Pakar Hukum Islam UNAIR. “Makna kebahagiaan seorang Muslim adalah teraihnya ridha Allah SWT. Oleh karena itu, standar perbuatan manusia adalah halal atau haram demi teraihnya al-falah atau kemenangan dunia dan akhirat” (Kurnia, *Republika.co.id*, 2023).

Republika.co.id menyarankan khususnya kepada orang yang beragama Islam agar selalu berpegang kepada aturan-aturan Islam dalam melakukan sesuatu. *Republika.co.id* juga menegaskan

bahwa baik atau buruknya perbuatan manusia dinilai dari halal atau haramnya hukum dari perbuatan tersebut dalam Agama Islam. Dari pernyataan di atas, *Republika.co.id* tidak menyarankan kepada seseorang yang beragama Islam untuk memilih *childfree*. *Republika.co.id* juga menyarankan kepada pasangan yang belum siap untuk memiliki anak untuk menunda terlebih dahulu.

B. Frame Kompas.com

1. Define Problem

Kompas.com melihat permasalahan *childfree* sebagai suatu konsep pilihan hidup yang luas atau dilihat dari beberapa sisinya. Pada bingkai beritanya, Kompas.com terlihat menjadi media yang cenderung netral dan tidak memihak ke sisi tertentu dalam melakukan pemberitaan mengenai masalah *childfree* ini. Kompas.com terlihat hanya memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai *childfree*. Ada beberapa bukti yang terlihat pada berita Kompas.com mengenai *childfree* yang dapat mendukung hal tersebut.

Kompas.com cenderung menyajikan berita yang hanya berisi penjelasan-penjelasan mengenai konsep *childfree* ini. Seperti pada salah satu beritanya yang berjudul “Pakar UNAIR : Ada Dampak Positif dan Negatif Orang Pilih Childfree” (Ihsan, Kompas.com, 2023). Pada berita tersebut Kompas.com menjelaskan dampak positif dari *childfree*, seperti menghindari resiko sakit yang akan dialami dan menjadi bebas dalam memilih gaya hidup karena tidak memiliki anak. Kompas.com juga menyebutkan dampak negatif yang akan didapatkan ketika seseorang memilih *childfree*. Dampak negatif tersebut seperti kemungkinan adanya rasa kesepian di kemudian hari, kurangnya dukungan finansial ketika tua, dan tidak ada yang meneruskan keturunan. Kompas.com menegaskan bagaimana mereka memandang *childfree* ini pada

dua sisi, dengan memilih untuk menyebutkan kedua dampak *childfree* tersebut. Kompas.com juga berusaha memberikan bahan pertimbangan bagi seseorang untuk memilih menjadi *childfree* atau tidak.

Cara pandang Kompas.com mengenai masalah *childfree* ini juga dapat terlihat dari pemilihan narasumbernya. Beberapa narasumber yang dipilih oleh Kompas.com merupakan narasumber yang memiliki keahlian dan latar belakang keilmuan yang berbeda-beda. Narasumber yang dipilih yaitu mulai dari dosen psikologi dari Universitas Aisyiah Yogyakarta, dosen psikologi Universitas Airlangga, sampai dengan dosen kedokteran dari Universitas Muhammadiyah Surabaya. Selain itu, Kompas.com juga menambahkan narasumber lainnya seperti seorang ahli saraf dari Science Focus dan juga seorang pakar perencanaan keuangan yang juga menjabat sebagai CEO dari Finante.id. Keberagaman narasumber ini semakin menguatkan argumentasi bahwa Kompas.com melihat masalah *childfree* ini dalam pandangan yang luas.

2. Diagnose Causes

Dalam bingkai Kompas.com, *childfree* menjadi tren perbincangan dan diikuti banyak anak muda karena disebabkan oleh banyak dan beragamnya kebutuhan serta latar belakang yang menjadi penyebabnya. Kompas.com dalam beberapa beritanya menjelaskan beberapa hal yang dianggap menjadi penyebab konsep *childfree* menjadi kini menjadi salah satu pilihan hidup dalam masyarakat.

Salah satu hal yang menjadi penyebab seseorang memilih *childfree* yaitu karena alasan finansial. Seperti pendapat dari Pakar Perencanaan Keuangan dalam salah satu berita Kompas.com, "*Enggak punya anak juga tetap mengeluarkan living cost kok tapi memang jika ditambahi dengan anak yah jelas pengeluaran makin nambah, mulai dari*

biaya pendidikan, les, dan banyak lagi," (Catriana, Kompas.com, 2023). Kompas.com menganggap jika salah satu yang menyebabkan seseorang memilih untuk *childfree* yaitu karena banyaknya kebutuhan yang harus dipenuhi ketika mempunyai anak. Kompas.com juga menganggap jika dengan tidak memiliki anak biaya yang dikeluarkan seseorang untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari menjadi lebih sedikit. Masalah tersebut yang dianggap Kompas.com sebagai salah satu penyebab seseorang untuk tidak mempunyai anak.

Kompas.com juga menambahkan beberapa penyebab lain yang membuat seseorang memilih *childfree*. Penyebab seseorang untuk memilih *childfree* juga lahir dari keinginan seseorang untuk fokus dalam mengejar karir dan cita-citanya. Serta, adanya penyakit tertentu yang diderita dan tidak memungkinkan untuk memiliki anak. Kemudian, rasa trauma yang dirasakan seseorang juga dapat menjadi penyebab seseorang untuk memilih *childfree*. Seperti yang disampaikan Kompas.com pada salah satu beritanya, "*Berbeda kasus dengan childfree, pedophobia cenderung karena mereka memiliki fobia dengan anak-anak yang mungkin saja dikarenakan trauma*" (Diahwahyuningtyas, Kompas.com, 2023).

Berdasarkan pernyataan tersebut, Kompas.com juga melihat keputusan seseorang untuk *childfree* bisa terjadi dari *childphobia* yang diderita seseorang. *childphobia* tersebut tidak disebabkan oleh alasan-alasan finansial atau kesehatan. Akan tetapi, Kompas.com menjelaskan penyebab *childphobia* lebih berbahaya, yaitu karena trauma yang dideritanya ketika masa kecil. Kompas.com menganggap bahwa seseorang yang mengalami *childphobia* akan memilih untuk *childfree*, karena mereka tidak ingin anaknya merasakan hal yang sama dengan yang dialami. Bahkan, beberapa orang yang mengalami *childphobia* takut ketika melihat anak

kecil karena trauma dengan masa kecilnya. Dari beberapa penyebab yang sudah disebutkan, Kompas.com ingin menekankan bahwa penyebab seseorang memilih *childfree* berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

3. Moral Judgement

Bingkai Kompas.com yang melihat *childfree* dengan sudut pandang yang luas dan cenderung netral, membuat Kompas.com tidak terlihat memberikan penilaian moral secara langsung terkait *childfree*. Dalam beberapa beritanya mengenai *childfree*, Kompas.com terlihat hanya menyampaikan informasi tentang *childfree* kepada masyarakat dan membiarkan masyarakat yang memberikan penilaian terkait masalah *childfree* tersebut.

Kompas.com hanya menyajikan informasi dari dua sisi mengenai *childfree* agar kemudian masyarakat dapat membuat penilaian sendiri terhadap *childfree*. Kompas.com menyampaikan beberapa hal yang baik dan buruk yang ditimbulkan oleh masalah *childfree* ini. Dalam menyampaikan informasi tersebut, Kompas.com juga menyertakan pendapat dari narasumbernya untuk memperkuat penjelasan yang disampaikan. Dengan begitu, masyarakat yang membaca berita pada Kompas.com dapat menilai baik atau tidaknya *childfree* untuk dijadikan sebagai pilihan hidup.

Selain itu, Kompas.com juga melakukan penilaian terhadap seseorang yang memilih *childfree*. Penilaian dari Kompas.com terhadap seseorang yang memilih *childfree* bergantung kepada alasan dari pilihan *childfree* tersebut. Kompas.com terlihat memberikan dua penilaian moral terkait seseorang yang memilih *childfree*. Kompas.com memberikan penilaian yang positif dan juga penilaian yang negatif mengenai isu *childfree* ini, sesuai dengan alasan seseorang dalam memilih *childfree*.

4. Treatment Recommendation

Dalam melihat permasalahan *childfree* ini, kemudian Kompas.com menawarkan langkah penyelesaian untuk masalah ini. Kompas.com menyarankan masyarakat agar memikirkan dengan baik sebelum memutuskan untuk *childfree*. Keputusan seseorang untuk *childfree* harus disesuaikan lagi dengan kondisi dan kebutuhan masing-masing. Kompas.com melalui beberapa beritanya mengenai *childfree* hanya menyampaikan hal-hal yang berkaitan dengan *childfree* agar dapat menjadi bahan pertimbangan seseorang sebelum memutuskan untuk memilih *childfree* atau tidak.

Kompas.com memberikan beberapa informasi mengenai *childfree* seperti menyebutkan dampak positif dan negatif dari *childfree*. Kompas.com juga memberitakan *childfree* dari beberapa sisi, baik dari sisi keuangan, kesehatan, dan juga psikologi. Dengan beberapa penjelasan dari Kompas.com mengenai *childfree*, terlihat bahwa Kompas.com ingin menyarankan kepada masyarakat untuk memikirkan dengan baik sebelum menentukan keputusan untuk *childfree*. Kompas.com tidak menyarankan masyarakat memilih *childfree* dengan gegabah tanpa alasan-alasan yang penting. Kemudian Kompas.com juga menyarankan agar masyarakat dapat menyesuaikan dengan kondisi masing-masing, ketika ingin memutuskan untuk memiliki anak atau memilih untuk *childfree*.

C. Pembahasan

Menurut temuan analisis dari lima berita pada Republika.co.id dan Kompas.com pada tanggal 8 Februari sampai dengan 8 Maret 2023 dengan analisis *framing* Robert N. Entman, peneliti menemukan bingkai yang berbeda pada kedua media tersebut dalam memberitakan isu *childfree*. Seperti yang telah dikatakan Robert Entman mengenai *framing* (Eriyanto, 2002, p. 221), bahwa

framing dilihat dalam dua dimensi yang besar, yakni pemilihan masalah dan penekanan pada aspek tertentu atau realitas yang ada.

Seperti yang dilakukan oleh kedua media ini, Republika.co.id dan Kompas.com melakukan seleksi dan menekankan isu-isu tertentu dalam melakukan pemberitaan mengenai *childfree*. Perbedaan tersebut dapat terlihat dalam empat perangkat framing Robert Entman yaitu pendefinisian masalah, diagnosa sumber masalah, membuat penilaian moral, dan penyelesaian yang ditawarkan.

Pada pendefinisian masalah, terdapat perbedaan dari Republika.co.id dan Kompas.com dalam melihat isu *childfree* ini. Republika.co.id melihat *childfree* sebagai suatu masalah yang berlawanan dengan agama, khususnya Agama Islam. Ini terlihat dari beberapa artikel di Republika.co.id yang lebih menekankan aspek agama Islam yang bertentangan dengan gagasan *childfree*. Republika.co.id juga menyertakan beberapa pendapat dari tokoh Islam yang tidak setuju dengan konsep *childfree* karena dianggap berlawanan dengan syariat Agama Islam. Republika.co.id juga kembali memperkuat argumentasinya dengan menambahkan hukum dan ketentuan Allah yang maknanya berlawanan dengan konsep *childfree*.

Sedangkan Kompas.com melihat masalah *childfree* ini dengan sudut pandang yang lebih luas. Pada bingkai Kompas.com, *childfree* tidak dilihat dari satu sisi, namun dari beberapa sisi. Ini tidak sama dengan Republika.co.id yang memandang *childfree* hanya dari satu sisi, yaitu Islam secara spesifik. Hal-hal yang diberitakan Kompas.com juga lebih variatif. Kompas.com memberitakan *childfree* dengan mengaitkan dengan beberapa hal seperti kesehatan, psikologi, dan keuangan. Kompas.com juga menyampaikan hal apa saja yang menjadi dampak positif dan negatif. Dalam

memberitakan isu *childfree*, Kompas.com terlihat netral dalam memberitakannya tanpa memihak ke satu sisi saja. Berbeda dengan Republika.co.id yang terlihat hanya memihak kepada Agama Islam, dengan memberitakan *childfree* dengan sudut pandang Agama Islam.

Perbedaan bingkai dari kedua media tersebut menunjukkan objektivitas yang berbeda dalam memberitakan *childfree*. Pada bingkai Republika.co.id, *childfree* hanya diberitakan dari sisi Agama Islam. Hal tersebut akan mempengaruhi pemahaman dan penilaian masyarakat mengenai *childfree* yang hanya berdasarkan sudut pandang agama saja. Berbeda dengan bingkai Kompas.com yang memberitakan *childfree* dari berbagai sisi. Hal tersebut membuat masyarakat mempunyai banyak sudut pandang dalam memahami dan menilai *childfree*.

Dalam menentukan penyebab dari masalah *childfree*, terdapat perbedaan dari Republika.co.id dan Kompas.com dalam menentukan penyebabnya. Republika.co.id menganggap bahwa isu *childfree* ini muncul karena adanya pengaruh dari Budaya Barat. Republika.co.id juga menegaskan bahwa budaya barat tersebut berlawanan dengan Islam karena kebenarannya hanya diukur dari hukum manusia dan bukan hukum Allah. Sedangkan Kompas.com menganggap bahwa penyebab dari masalah *childfree* ini adalah perbedaan kebutuhan dan juga latar belakang setiap orang. Kompas.com juga menyebutkan beberapa hal yang menyebabkan seseorang atau pasangan memutuskan *childfree*. Di sini terlihat perbedaan dari kedua media tersebut dalam menentukan penyebab dari masalah *childfree* ini.

Penilaian moral dari Republika.co.id terhadap *childfree* berbeda dengan penilaian moral dari Kompas.com. Dari cara melihat *childfree* dan penentuan penyebabnya, Republika.co.id menilai *childfree* sebagai suatu hal yang buruk. Republika.co.id menilai seseorang yang

memilih *childfree* sebagai orang yang berdosa dan tidak taat pada perintah Agama Islam. Dinilai sebagai orang yang berdosa karena telah memilih *childfree* yang dianggap berlawanan dengan Agama Islam.

Berbeda dengan Republika.co.id, Kompas.com tidak menilai *childfree* secara langsung, namun hanya memberikan beberapa informasi dan membiarkan pembaca untuk membuat penilaian sendiri. Kompas.com juga melakukan penilaian terhadap seseorang yang memilih *childfree* dengan dua penilaian, yaitu menilai sebagai hal positif dan negatif. Penilaian yang diberikan oleh Kompas.com terhadap *childfree* bergantung kepada alasan yang digunakan seseorang ketika memilih untuk *childfree*.

Penyelesaian yang ditawarkan dari kedua media tersebut tentang masalah *childfree* juga berbeda. Republika.co.id menawarkan penyelesaian sesuai dengan bingkai yang dibuat mengenai *childfree*, yaitu dari sudut pandang Agama Islam. Republika.co.id menyarankan agar hanya melakukan sesuatu yang sesuai dengan hukum dan ketentuan Allah. Sedangkan Kompas.com menyarankan agar seseorang dapat memikirkan dengan baik setiap alasan yang digunakan dalam memilih *childfree* beserta dampaknya. Jika dilihat dari empat perangkat *framing* Robert Entman tersebut, dapat terlihat perbedaan bingkai dari Republika.co.id dan Kompas.com dalam memberitakan isu *childfree*.

Selain itu, perbedaan bingkai dari Republika.co.id dan Kompas.com juga bisa terlihat pada perbedaan narasumber yang dipilih dalam beritanya. Republika.co.id memilih narasumber yang merupakan tokoh-tokoh yang berkaitan dengan Agama Islam. Sedangkan narasumber pada Kompas.com merupakan narasumber yang mempunyai keahlian yang berbeda-beda serta latar belakang keilmuan yang berbeda-beda. Jika Republika hanya

menggunakan orang-orang yang mengerti tentang Agama Islam, Kompas.com justru lebih beragam dalam memilih narasumber. Narasumber yang dipilih oleh Kompas.com adalah seorang Psikolog, Pakar Perencanaan Keuangan, Dosen Kedokteran, sampai dengan Ahli Saraf. Perbedaan dalam pemilihan narasumber ini semakin menunjukkan perbedaan bingkai dari kedua media dalam memberitakan isu *childfree*.

Berger dan Luckmann (Bungin, 2008, p. 15) menjelaskan bahwa manusia dan masyarakat merupakan produk dialektis dan plural secara terus menerus. Peristiwa logika antara manusia yang disampaikan oleh masyarakat dan masyarakat yang diciptakan oleh manusia. Siklus argumentatif ini terjadi melalui tiga fase yang terjadi secara bersamaan, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Tahapan-tahapan tersebut berdasarkan analisis peneliti terhadap kedua media yang diteliti adalah :

Eksternalisasi, dalam tahap eksternalisasi Republika.co.id dan Kompas.com menggunakan bingkai tertentu dan melakukan konstruksi dalam pemberitaan mengenai isu *childfree* menjadi suatu informasi yang penting untuk diketahui publik. Di tahap ini, isu *childfree* yang telah dikonstruksi dalam bentuk berita kemudian disampaikan kepada masyarakat dan akan berpengaruh kepada pandangan masyarakat mengenai masalah tersebut. Republika.co.id berusaha menegaskan bahwa *childfree* merupakan suatu masalah yang berlawanan dengan Agama Islam. Sehingga kemudian masyarakat muslim yang membaca berita Republika.co.id mengenai *childfree* juga menganggap bahwa *childfree* merupakan sesuatu yang berlawanan dengan Islam. Berbeda dengan Republika.co.id, Kompas.com ingin menunjukkan isu *childfree* menjadi suatu masalah yang harus dipandang secara luas. Sehingga masyarakat

mempunyai banyak bahan pertimbangan dalam menilai isu *childfree* ini.

Objektivasi, tahap ini merupakan tahap di saat Republika.co.id dan Kompas.com mulai menyeleksi isu-isu tertentu dari *childfree* dan kemudian dilihat dari bingkai dan sudut pandang yang diinginkan. Pada tahap ini dua media tersebut mengkonstruksi berita *childfree* ini dari realitas yang objektif menjadi realitas yang subjektif. Pembingkai dan konstruksi yang dilakukan oleh Kedua media tersebut pasti dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Seperti tujuan Republika.co.id untuk mengembangkan umat Islam yang moderat, pintar, dan mampu. Kemudian misi tersebut berpengaruh kepada Republika.co.id yang melihat isu *childfree* ini hanya dari sisi agama. Atau seperti keinginan Kompas.com untuk menjadi acuan jurnalisme yang baik, membuat Kompas.com memberitakan *childfree* dengan sudut pandang yang lebih luas.

Internalisasi, tahap ketika Republika.co.id dan Kompas.com sudah memutuskan untuk memandang masalah *childfree* dalam bingkai yang dipilih. Republika.co.id yang memandang *childfree* dari bingkai Agama Islam kemudian menyeleksi dan menekankan hal-hal tertentu yang berkaitan dengan Islam dalam menuliskan berita mengenai *childfree*. Sedikit berbeda dengan Kompas.com yang lebih netral dalam memberitakan *childfree*, dalam beritanya Kompas.com menjelaskan tentang *childfree* dari berbagai sisi dengan mengaitkannya dengan beberapa hal.

IV. SIMPULAN

Setelah melakukan analisis dan pembahasan, peneliti menemukan bahwa Republika.co.id dan Kompas.com memiliki bingkai yang berbeda untuk menginformasikan masalah *childfree*. Perbedaan bingkai tersebut dapat terlihat dari beberapa hal. Pada bingkai Republika.co.id, masalah *childfree* ini

dilihat sebagai suatu konsep yang berlawanan dengan Agama Islam. Sedangkan pada bingkai Kompas.com masalah *childfree* dilihat dengan sudut pandang yang luas. Jika dilihat dari beberapa beritanya mengenai *childfree*, Kompas.com terkesan lebih netral karena memberitakan *childfree* dari berbagai sisi. Berbeda dengan Republika.co.id yang hanya memberitakan *childfree* dari satu sisi saja, yaitu Agama Islam.

DAFTAR RUJUKAN

- Bungin, B. (2008). Konstruksi Sosial Media Massa (Edisi Pert). PRENADAMEDIA GROUP.
- Butsi, F. I. (2019). Mengenal Analisis Framing : Tinjauan Sejarah dan Metodologi. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique, 1(2), 52–58.
- Catriana, E. (2023). Benarkah “Childfree” Bikin Biaya Pengeluaran Sehari-hari Berkurang? [Kompas.Com](https://money.kompas.com/read/2023/02/17/112507726/benarkah-childfree-bikin-biaya-pengeluaran-sehari-hari-berkurang?page=all#page2).
<https://money.kompas.com/read/2023/02/17/112507726/benarkah-childfree-bikin-biaya-pengeluaran-sehari-hari-berkurang?page=all#page2>
- Diahwahyuningtyas, A. (2023). Ramai soal Anggapan Anak Bikin Cepat Tua, Gaya Hidup “Childfree” atau Fobia? [Kompas.Com](https://www.kompas.com/tren/read/2023/02/08/153000965/ramai-soal-anggapan-anak-bikin-cepat-tua-gaya-hidup-childfree-atau-fobia-?page=all#page2).
<https://www.kompas.com/tren/read/2023/02/08/153000965/ramai-soal-anggapan-anak-bikin-cepat-tua-gaya-hidup-childfree-atau-fobia-?page=all#page2>
- Eriyanto. (2002). Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media (N. Huda SA (ed.)). LKiS Yogyakarta.
- Ihsan, D. (2023). Pakar Unair: Ada Dampak Negatif dan Positif Orang Pilih Childfree. [Kompas.Com](https://www.kompas.com/edu/read/2023/02/20/190040571/pakar-unair-ada-dampak-negatif-dan-positif-orang-pilih-childfree?page=all#page2).
<https://www.kompas.com/edu/read/2023/02/20/190040571/pakar-unair-ada-dampak-negatif-dan-positif-orang-pilih-childfree?page=all#page2>
- Kurnia, D. (2023). Soal Childfree, Ada Rahasia Allah SWT di Balik Aturan Memperbanyak Keturunan. [Republika.Co.Id](https://khazanah.republika.co.id/berita/rqwk-gz320/soal-childfree-ada-rahasia-allah-swt-di-balik-aturan-memperbanyak-keturunan).
<https://khazanah.republika.co.id/berita/rqwk-gz320/soal-childfree-ada-rahasia-allah-swt-di-balik-aturan-memperbanyak-keturunan>
- Mahdi, I. (2022). Media Online, Sumber Berita Utama Masyarakat Indonesia.

Dataindonesia.Id.

<https://dataindonesia.id/digital/detail/media-online-sumber-berita-utama-masyarakat-indonesia>

Muhyiddin. (2023). Hukum Childfree dalam Islam, Ulama: Kembali ke Niatnya. Republika.Co.Id.
<https://islamdigest.republika.co.id/berita/rpvdfa366/hukum-childfree-dalam-islam-ulama-kembali-ke-niatnya>

Pujileksono, S. (2016). Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif (Edisi Kedu). Kelompok Intrans Publishing.

Romli, A. (2015). Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online (Edisi Kedu). PENERBIT NUANSA CENDEKIA.

Sobur, A. (2018). Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing (kedelapan). PT. REMAJA ROSDAKARYA.

Sopia, S. (2023). Childfree dalam Islam, Bagaimana Hukumnya Menurut Agama? Republika.Co.Id.
<https://ameera.republika.co.id/berita/rpurxk425/childfree-dalam-islam-bagaimana-hukumnya-menurut-agama>

Y Haloho, H. N. (2021). Framing Media Online Terhadap Kebijakan Penanganan Pandemi Covid-19 Di Indonesia Online Media Framing On Policies For Handling The Covid-19 Pandemic In Indonesia. In Jurnal Dakwah dan Komunikasi | (Vol. 12, Issue 1).