

Potensi Kampanye Media Sosial dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat tentang Dampak *Fatherless* di Era Transformasi Digital

Yuliana Kamalia Putri¹, Agustina Kusuma Dewi²

Institut Teknologi Nasional (ITENAS) Bandung^{1,2}

Artikel History

Dikirim: 10 Juli 2024

Revisi : 10 Oktober 2024

Diterima: 29 November 2024

Abstract

Indonesia is known as a "fatherless country". This absence can be caused by various factors such as work demands, divorce, death, or inactivity in childcare. This condition has a negative impact on children, including insecurity, anxiety, restlessness, and loneliness. The lack of fatherhood also affects mental health and personal development, especially in adolescents who are in the process of searching for identity and need emotional support from family, especially fathers. Social media campaigns play an important role as a means of education to convey how important the active role of fathers in the lives of children and the impact if fathers are absent. This preliminary research was conducted using a qualitative approach through questionnaires, descriptive analysis, and literature study to explore more in-depth data – aims to identified the role of social media in constructing education about fatherless issue in Indonesia. The research findings conclude that social media campaigns play a significant role in the dissemination of information and education regarding the aforementioned issue. This is due to their ability to reach a broader target audience effectively, as stipulated in the UU ITE.

Keyword: *fatherless, father's role, campaign, social media*

Abstrak

Indonesia dikenal sebagai negara yang mengalami kekurangan peran ayah, atau sering disebut sebagai "fatherless country." Ketidakhadiran figur ayah ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti tuntutan pekerjaan, perceraian, kematian, atau ketidakaktifan dalam pengasuhan anak. Kondisi tersebut berdampak negatif pada anak, termasuk munculnya rasa tidak percaya diri, kecemasan, kegelisahan, dan kesepian – kesehatan mental maupun perkembangan pribadi. Kampanye media sosial diasumsikan berperan penting sebagai sarana edukasi untuk menyampaikan betapa pentingnya peran aktif ayah dalam kehidupan anak serta dampaknya jika ayah tidak hadir. Penelitian penjajagan ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif menggunakan instrumen penelitian kuesioner terbuka, dengan metode analisis deskriptif – bertujuan untuk mengidentifikasi peran media sosial dalam mengkonstruksi edukasi mengenai isu *fatherless* dan dampaknya di Indonesia. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kampanye media sosial berperan penting dalam distribusi informasi dan edukasi isu tersebut di atas; sebab memiliki keterjangkauan target audiens lebih luas secara efektif – merujuk pada UU ITE.

Kata Kunci: *fatherless, peran ayah, kampanye, media sosial*

Corresponding author.

Alamat E-mail: agustina@itenas.ac.id

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



10.33153/citrawira.v5i2.6447



<http://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/citrawira>



citrawira@isi-ska.ac.id

PENDAHULUAN

Peran ayah memiliki kedudukan penting di dalam keluarga. Bukan hanya sekedar memberi nafkah, seorang ayah juga memiliki peran penting dalam pengasuhan dan pendidikan (Nuhawa et al., 2023). Kehadiran dan keterlibatan peran ayah tidak hanya memberikan dukungan emosional, tetapi juga membentuk kepercayaan diri, keterampilan sosial, serta identitas anak. Ayah yang aktif dalam perannya dapat menjadi panutan yang positif, membantu anak tumbuh dengan kesehatan mental yang baik dan mampu menghadapi lingkungannya dengan lebih percaya diri.

Indonesia merupakan salah satu negara yang mendapatkan predikat kurang peran ayah atau dapat disebut juga sebagai *fatherless country*. Seringkali tugas untuk mengasuh anak diserahkan sepenuhnya kepada ibu sehingga peran ayah dalam membesarkan anak hilang dan tidak dirasakan oleh anak. (Willybaldus et al., 2023) Ketidakhadiran peran ayah dapat disebabkan oleh beberapa hal seperti pekerjaan, perceraian, meninggal,ataupun tidak aktif dalam pengasuhan. hal tersebut memiliki dampak beragam diantaranya tidak percaya diri, perasaan cemas, gelisah, kesepian, tidak layak dicintai, haus kasih sayang dan perhatian, sulit berekspresi, merasa tidak aman, dan sulit mengelola emosi. Saat menginjak dewasa, empati memiliki peran penting dalam keluarga *fatherless*. Di fase ini, anak membutuhkan dan mencari dukungan emosional serta pemahaman dari lingkungan sekitarnya. Empati menjadi perantara penting untuk menciptakan komunikasi yang sehat serta mendukung (Budiani et al., 2024).

Salah satu saluran komunikasi yang dapat mendukung peningkatan pengetahuan masyarakat adalah kampanye digital dengan fokus kepada informasi yang akan disampaikan melalui desain konten media sosial berdasar pada karakteristik *platform*nya. Media sosial merupakan *platform* yang bersifat terbuka, informatif, memiliki koneksi yang luas dan berbasis pengguna (Fitriani, 2021). Media sosial dapat menjadi jalan untuk menghasilkan perubahan sosial sehingga dapat mengubah apa yang terjadi dalam struktur masyarakat dan dapat mempengaruhi pola interaksi sosial dalam membangun karakter manusia menuju proses yang lebih baik ataupun sebaliknya (Aulia Junis et al., 2024) . Selain itu, media sosial dapat menjadi wadah bagi sarana edukasi dan informasi untuk masyarakat luas, mulai dari remaja hingga orang tua. Misalnya, media sosial Instagram dapat digunakan untuk kanal kampanye lingkungan dengan tujuan meningkatkan pemahaman masyarakat terkait dampak perubahan iklim (Ridlo et al., 2024).

Kampanye media sosial pun dapat berperan memberikan edukasi tentang beragam isu secara terbuka dengan jangkauan audiens yang luas. Keluasan jangkauan isu dan keragaman audiens ini menjadi dorongan apakah media sosial juga dapat digunakan dalam

kampanye dampak *fatherless*. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui seberapa besar potensi penggunaan media sosial sebagai kanal kampanye peningkatan pengetahuan masyarakat tentang dampak *fatherless* di era transformasi digital. Untuk menentukan potensi ini, penting untuk terlebih dahulu mengetahui pengalaman dan pandangan masyarakat tentang dampak *fatherless*. Hasil dari penentuan potensi ini akan menjadi gambaran bagaimana media sosial dapat digunakan untuk memberikan perubahan sosial yang baik pada masyarakat terhadap pentingnya peran ayah dalam keluarga dan kehidupan anak.

Penelitian tentang potensi media sosial ini dilakukan dengan penelitian penjajagan menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian ini untuk menentukan potensi penggunaan media sosial dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang dampak *fatherless* di era transformasi digital. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket terbuka berbasis digital melalui *Google Form* dan studi pustaka. Responden yang terlibat dalam pengumpulan data tersebut berusia 16-23 tahun dengan kriteria tidak memiliki hubungan baik dengan ayah atau pun kehilangan peran ayah. Angket ini ditujukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ketidakhadiran sosok ayah serta harapan responden terhadap sosok ayah dan kehadirannya. Data yang terkumpul dari kuesioner terbuka berupa pandangan para responden tentang *fatherless* dan potensi media sosial terkait isu tersebut. Data yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisis dan dibahas secara deskriptif.

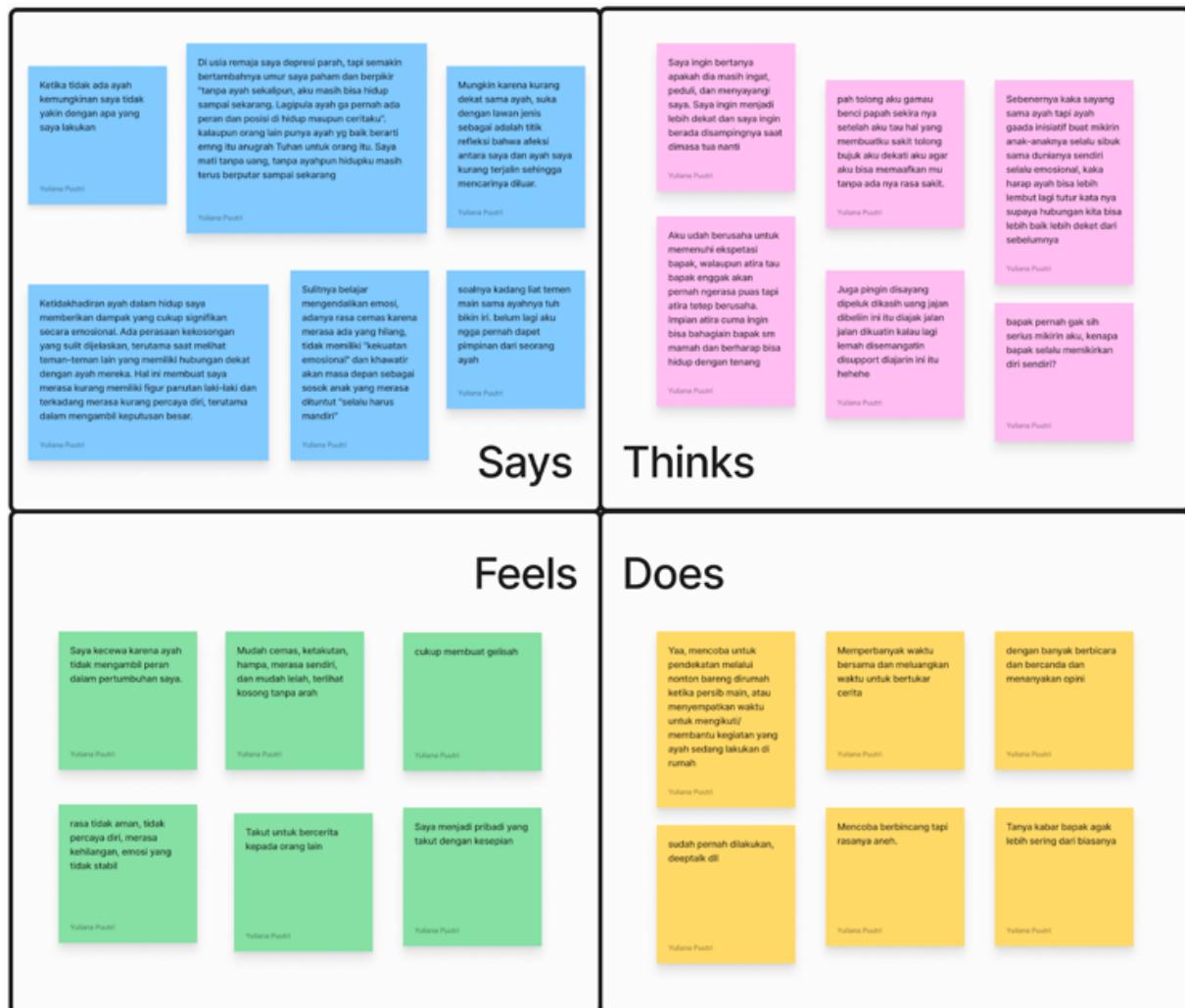
HASIL & PEMBAHASAN

Gambaran Peran Ayah

Data kuesioner mengidentifikasi sebagian besar dari responden menggambarkan dirinya tidak memiliki hubungan yang dekat dengan ayahnya dengan beragam alasan seperti perceraian, kematian, kekosongan peran, dan pekerjaan. Responden juga setuju bahwa ketidakhadiran peran ayah mempengaruhi kepercayaan diri dan membuat rasa kesepian serta cemas. Responden juga menyetujui bahwa figur seorang ayah sangat berpengaruh dalam membentuk identitas diri. Data ini kemudian diidentifikasi menggunakan *Emphaty Map* dengan tujuan untuk memetakan hasil dari jawaban para responden agar memudahkan analisis data dalam memahami dan mengidentifikasi kebutuhan serta pengalaman responden.

Hasil yang didapatkan berdasarkan apa yang dikatakan oleh responden meliputi ungkapan-ungkapan tentang pengalaman tanpa kehadiran seorang ayah. Para responden menyampaikan apa yang dialami terkait bagaimana menjalai kehidupan sehari-hari tanpa seorang ayah, misalnya ketika menjalin hubungan dengan lawan jenis hingga pengaruhnya

terhadap kepercayaan diri. Hal ini membuat para responden berpikir/timbul rasa penasaran apakah ayah mereka masih memikirkan keadaan para responden. Para responden berpikir bahwa ayah mereka terlalu mementingkan dirinya sendiri. Hal-hal yang dikatakan dan dipikirkan para responden membuat mereka merasa tidak aman, kecewa, dan cemas. Rasa tidak aman, kecewa, dan cemas tersebut membuat para responden terdorong untuk melakukan sesuatu. Misalnya, dengan melakukan pendekatan hubungan mulai dari mengajak untuk *deeptalk* dan menonton film bersama. Keseluruhan hasil *empathy map* dapat dilihat pada Gambar 1.

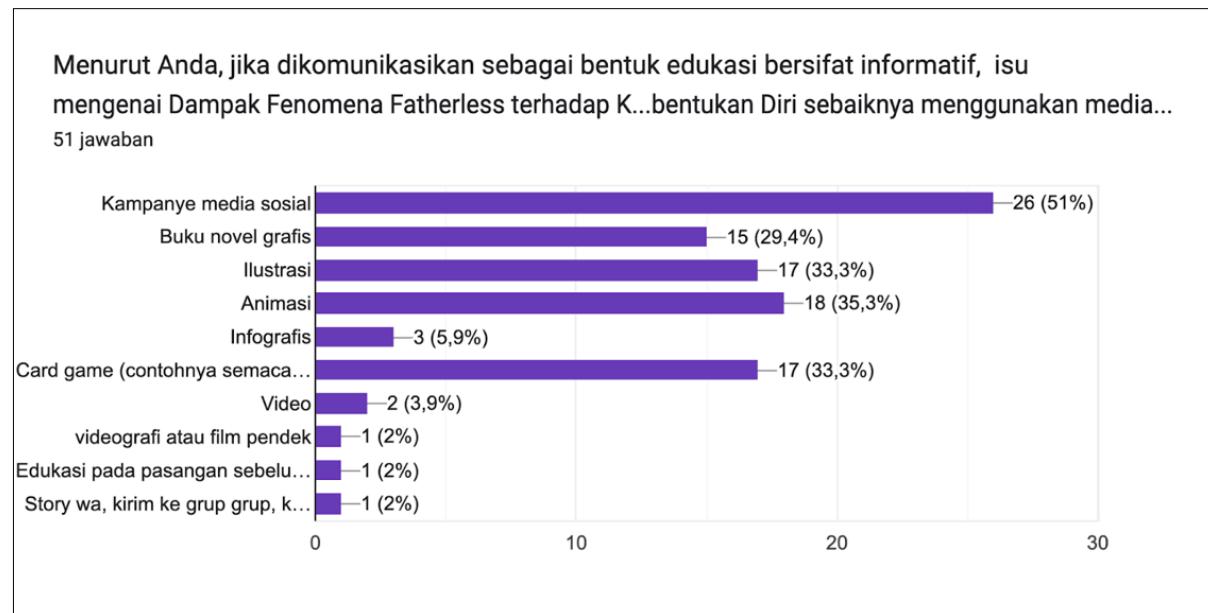


Gambar 1. Empathy Map Hasil Kuesioner
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Potensi Media Kampanye Dampak *Fatherless*

Para responden juga ditanya tentang potensi penggunaan media yang paling efektif untuk meningkatkan pengetahuan tentang dampak *fatherless*. Para responden dapat memilih lebih dari satu media yang menurut mereka paling efektif. Berdasarkan angket yang telah dijawab oleh responden (N=51) lebih dari 50% responden memilih kampanye media sosial sebagai sarana edukasi informatif. Hal ini, menurut responden, karena di era transformasi

digital, media sosial dengan berbagai *platform* digital memudahkan audiens untuk mendapatkan informasi yang dicari dengan mudah dan cepat. Selain itu, terdapat media-media lain yang juga memiliki potensi dalam kampanye tentang dampak *fatherless*. Hasil angket tentang potensi media kampanye dampak *fatherless* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Potensi media kampanye dampak *fatherless*.

(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Meski demikian, kampanye media sosial dalam mengkomunikasikan isu mengenai dampak *fatherless* perlu memperhatikan *platform* yang sesuai dengan target audiens. Terutama disebabkan karena belum banyak masyarakat yang mengetahui mengenai isu tersebut – di samping juga, bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, isu *fatherless* masih merupakan hal tabu dan sensitif untuk dibahas secara terbuka.

Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) dipakai untuk memperkirakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mungkin dihadapi terkait potensi kampanye media sosial dalam mengedukasi masyarakat, terutama untuk isu-isu sensitif. Dengan menganalisis SWOT, kampanye dapat ditujukan untuk memaksimalkan dampak positif, meminimalisir kendala, serta memanfaatkan peluang yang ada, sekaligus mengantisipasi tantangan yang mungkin muncul saat penerapannya.

Tabel 1. Analisis SWOT Kampanye Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi

<i>Strengths</i>	<i>Weaknessess</i>	<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
1. Mudah disebarluaskan 2. Bisa menjangkau berbagai target audiens 3. Informasi tersimpan di media sosial sehingga bisa diakses kapan saja	1. Topik yang mungkin sensitif untuk sebagian orang 2. Rentan menimbulkan kesalahpahaman karena persepsi orang berbeda-beda	1. Meningkatkan kesadaran publik terkait isu dan dampak <i>fatherless</i> 2. Menambah pengetahuan mengenai pentingnya peran seorang ayah 3. Membantu komunikasi dan hubungan antara ayah dan anak	1. Perbedaan pendapat 2. Kritik publik 3. Penolakan

Tabel 1 menunjukkan bahwa potensi kampanye media sosial di era transformasi digital cenderung pada kuadran *Strength-Opportunities* ketika diterapkan sebagai saluran komunikasi untuk isu-isu sensitif seperti salah satunya isu *fatherless*. Karakteristiknya yang memungkinkan dilaksanakan secara *multi-platform* (Instagram, TikTok, dan Facebook), memungkinkan menjangkau masyarakat secara lebih luas pada beragam segmentasi dengan tingkat kompleksitas informasi yang dapat disaring secara lebih efektif dan efisien. Meski demikian, perlu juga pencermatan terhadap area *Weakness-Threats* yang memungkinkan munculnya diskusi mengenai isu *fatherless* mengarah pada kritik negatif yang dapat menyudutkan pihak-pihak tertentu, hingga pada pembunuhan karakter di dunia maya. Dengan kata lain, kampanye media sosial berpotensi untuk mengedukasi masyarakat mengenai dampak *fatherless*, tetapi dengan tetap memegang teguh pada norma dan etika, serta peraturan perundang-undangan yang mengatur produksi dan distribusi informasi di era transformasi digital.

KESIMPULAN

Merujuk pada *Emphaty Map*, fenomena *fatherless* dapat memberikan dampak negatif terutama pada kesehatan mental dan diri anak. Namun, isu ini masih tabu dibicarakan secara

terbuka. Oleh karena itu perlu adanya saluran komunikasi yang efektif dan efisien untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait dampak *fatherless*. Dari hasil penelitian, kampanye media sosial merupakan saluran komunikasi yang berpotensi besar untuk mengangkat isu dan dampak *fatherless*. Simpulan ini dikuatkan oleh hasil kuesioner, di mana lebih dari 50% responden memilih kampanye media sosial untuk edukasi isu *fatherless* dibandingkan media lain. Hal ini selaras dengan karakteristik komunikasi di era transformasi digital yang memungkinkan informasi dikomunikasikan melalui multi-*platform* media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Selain itu, dengan adanya potensi kemasan informasi yang dapat dirancang melalui kampanye media sosial merujuk pada analisis SWOT tetapi perlu adanya kesadaran penerapan produksi dan distribusi pesan merujuk pada norma dan etika serta perundang-undangan yang mengatur mengenai hal tersebut (UU ITE). Dengan demikian, isu yang masih sensitif dalam persepsi masyarakat Indonesia seperti *fatherless* dan dampaknya tidak lantas menyebabkan munculnya kritik bersifat negatif yang menyudutkan sebagian orang atau mengarah pada pembunuhan karakter di dunia maya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia Junis, M., Nurul Fadillah, H., Fauzi Rachman, I., Studi Akuntansi, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Siliwangi, U. (2024). Transformasi Sosial di Era Digital: Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Kesadaran terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan 2030. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1, 31-39. <https://doi.org/10.62017/jimea>
- Budiani, S. C. A., Ratnaningrum Z.D, & Fatihatul Lailiyah. (2024). Peran Empati di Keluarga Fatherless pada Anak Usia Dewasa Awal. *SABER : Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(4), 73-83. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i4.1688>
- Fitriani, Y. (2021). Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional. PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PENYAJIAN KONTEN EDUKASI ATAU PEMBELAJARAN DIGITAL. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006-1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Nuhawa, A., Halim, B., & Mubarat, H. (2023). Kampanye Sosial Stop Fatherless pada Figur Seorang Ayah di Kota Palembang. *VisART Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 1(2), 370-385.
- Ridlo, M. H. R., Risqita, E. S. J., & Amalia, F. (2024). Bijak Makan: Instagram Campaign Mitigasi Perubahan Iklim dengan Strategi Kreatif Makanan Lokal Rendah Karbon. *Gestalt Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(1).
- Willybaldus, R., Wuda, S., Sandri, R., Supraba, D., Psikologi, F., Malang, M., Terusan, J., Dieng, R., & Kunci, K. (2023). Perilaku Agresi Pada Remaja Ditinjau Dari Fatherless (Father Absence). *Seminar Nasional Sistem Informasi*.