

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena *childfree* merupakan fenomena dimana orang memutuskan untuk tidak memiliki anak atas pilihan pribadi maupun sukarela secara sadar baik secara biologis maupun melalui adopsi. (Neal & Neal, 2023, hlm. 1). Keputusan ini sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor yang bersifat pribadi dan kompleks. Keputusan untuk *childfree* sering kali memicu perdebatan di masyarakat yang masih memegang nilai-nilai tradisional tentang pernikahan dan keturunan. Istilah *childfree* mulai dikenal luas di Indonesia sekitar tahun 2020, setelah beberapa tokoh publik mengungkapkan keputusan mereka untuk *childfree*, namun sebenarnya fenomena tidak memiliki anak atas pilihan pribadi atau sukarela ini sudah ada jauh sebelum abad ke-20, meskipun belum ada istilah khusus seperti sekarang. (Zakiyyah & Mursalin, 2023, hlm. 195)

Peningkatan fenomena ini terbukti salah satunya dari data Badan Pusat Statistik dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2022 sekitar 8,2 % perempuan usia subur di Indonesia, sekitar 71.000 orang dari rentang usia 15–49 tahun memilih hidup *childfree* secara sadar. Mayoritas mereka tinggal di Pulau Jawa, termasuk Jakarta (14,3 %), Jawa Barat (11,3 %), dan Banten (15,3 %). Data ini

mengindikasikan adanya perubahan pandangan, terutama di kalangan perempuan Generasi Z, yang penting untuk ditelusuri lebih lanjut dalam penelitian ini.

Selain itu, penurunan populasi di Indonesia tercermin dari data Badan Pusat Statistik (2021) menunjukkan adanya penurunan secara nasional dari 1,49% pada periode 2000–2010 menjadi 1,25% pada periode 2010–2020. Penurunan angka kelahiran juga terlihat di DKI Jakarta tahun 2024 dari laju pertumbuhan penduduk menurun dari 0,92% pada September 2020 menjadi 0,31% pada Juni 2024 (Badan Pusat Statistik, 2024).

Beberapa negara juga mengalami peningkatan fenomena *childfree* terbukti dengan data dari *World Population Review* (2023), diperkirakan sekitar 15% hingga 20% pasangan di seluruh dunia memilih untuk hidup tanpa anak. Negara-negara Asia seperti Singapura, Korea Selatan, dan Jepang mengalami penurunan angka kelahiran yang signifikan. Banyak pasangan di negara-negara tersebut memilih untuk tidak memiliki anak. Meskipun keputusan *childfree* semakin diterima di berbagai negara, nilai dan norma di Indonesia masih menganggap memiliki anak sebagai bagian dari kewajiban dalam pernikahan namun seiring berjalannya waktu dan berkembangnya informasi, banyak Generasi Z yang terbuka terhadap pilihan ini sehingga diskusi mengenai *childfree* pun semakin berkembang.

Childfree dianggap sebagai respon terhadap berbagai faktor karena bagi Generasi Z, memiliki anak bukan lagi suatu keharusan, melainkan pilihan yang harus dipertimbangkan secara matang. Kesiapan mental dan emosional individu untuk menjadi orang tua penting dalam merawat, mendukung, dan mendidik anak mereka (Aminah, Ervina, & Sari, 2023, hlm. 3) sehingga hal ini menjadi salah satu pertimbangan dalam keputusan pasangan untuk *childfree*.

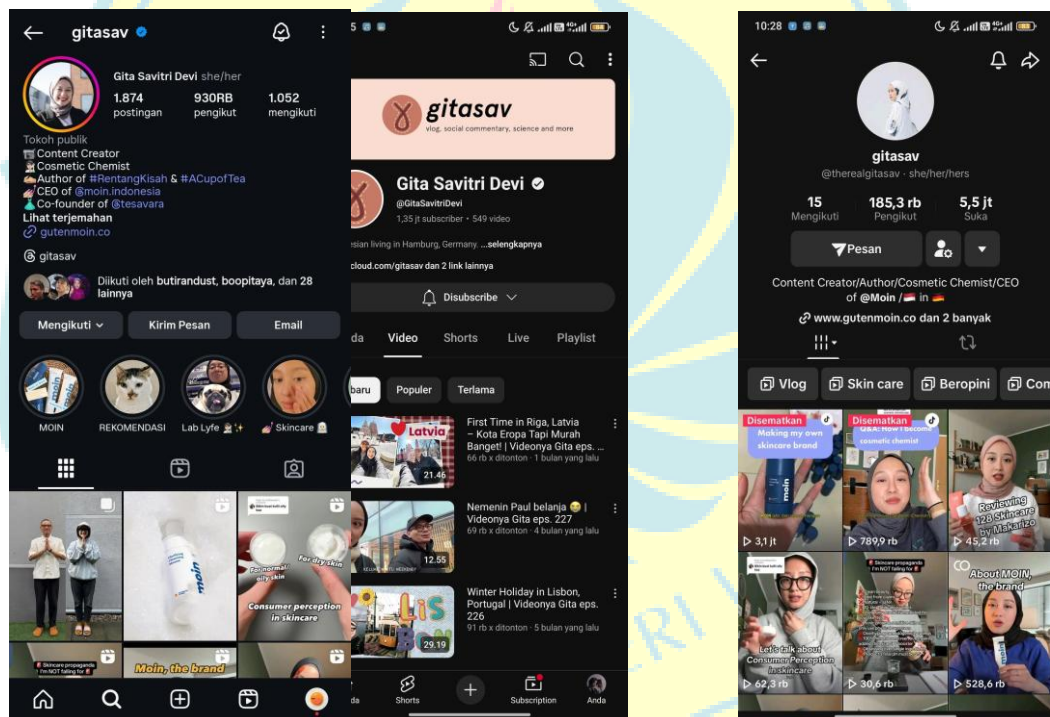
Di era globalisasi saat ini, media sosial menjadi sarana komunikasi massa yang efektif untuk menyampaikan informasi dan wawasan lewat konten. Keberadaan media sosial memberikan banyak kemudahan, seperti berbagi informasi cepat, akses mudah, biaya rendah, jangkauan khalayak yang luas, serta bersifat interaktif serta akses 24 jam (Shinta & Putri, 2021, hlm. 99-100).

Fungsi media sosial adalah sebagai sarana bersosialisasi sehingga memungkinkan individu untuk saling terhubung dan berbagi pengalaman (Putri et al., 2024, hlm. 1347). Hal ini membentuk pandangan khalayak tentang isu seperti *childfree*, di mana banyak individu berbagi pengalaman mereka dalam menjalani kehidupan tanpa anak, kemudian menginspirasi orang lain untuk mempertimbangkan hal serupa. Beberapa tokoh publik memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi langsung dengan publik melalui unggahan konten. Sebagai contoh, Gita Savitri Devi, seorang *influencer* yang aktif di berbagai media sosial pribadinya yaitu Instagram @Gitasav, YouTube

@GitasavitriDevi, dan TikTok @therealGitasav, serta diundang ke berbagai *podcast* untuk membahas keputusannya dan suami untuk *childfree*, hal ini juga dapat dibiang menjadi awal perbincangan fenomena *childfree* oleh khalayak Indonesia sekitar tahun 2020 awal.

Gambar 1.1

Akun Media Sosial Gita Savitri



(Sumber: Instagram @Gitasav, YouTube @GitasavitriDevi, dan TikTok @therealGitasav)

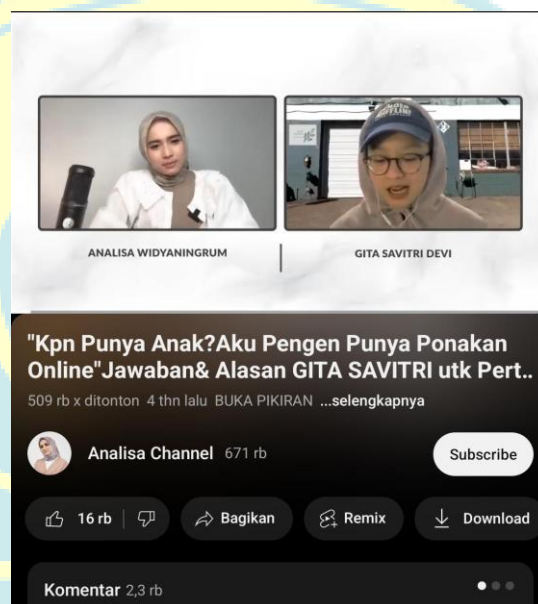
Intelligentia - Dignitas

Salah satu pernyataan *Childfree* terdapat dalam *podcast* “Kpn Punya Anak? Aku Pngen Punya Ponakan Online” Jawaban & Alasan GITA SAVITRI utk Pertanyaan Tersebut” di kanal YouTube Analisa

Channel pada 13 Januari 2021 yang berdurasi 18 menit 32 detik, ditonton lebih dari 509 ribu kali, dengan 16 ribu *likes*, 2,3 ribu komentar.

Gambar 1. 2

Podcast awal Wawancara Gitasav mengenai Childfree di akun Analisa Channel



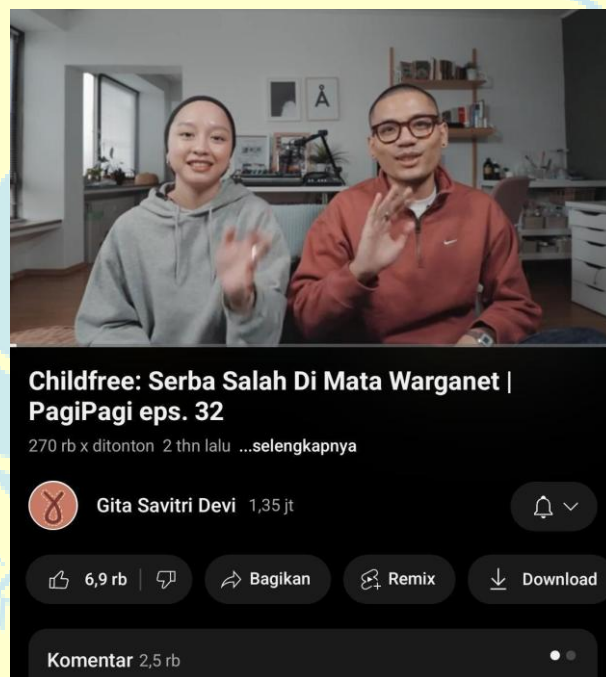
(Sumber: YouTube @AnalisaChannel)

Pada *podcast* tersebut khususnya pada menit 07.12-12.47, ia menyatakan bahwa setiap individu memiliki hak untuk menentukan hidupnya sendiri, termasuk keputusan tidak memiliki anak. Ia merasa belum siap memikul tanggung jawab besar sebagai orang tua, secara fisik, emosional, dan finansial. Pengalaman di masa kecil dengan pola asuh yang kurang sehat baginya turut menjadi alasan. Konten ini dipilih sebagai objek analisis karena merupakan momen awal yang paling eksplisit karena terdapat pernyataan jelas keputusan *Childfree* dari

Gitasav sendiri serta berbagai alasan Gitasav memutuskan *childfree* secara utuh sebelum diserbu berbagai tanggapan dari netizen, karena video ini dapat dikatakan menjadi awal pemicu isu *childfree* diketahui khalayak Indonesia secara luas.

Gambar 1. 3

Konten pandangan Gitasav dan Suami terhadap childfree



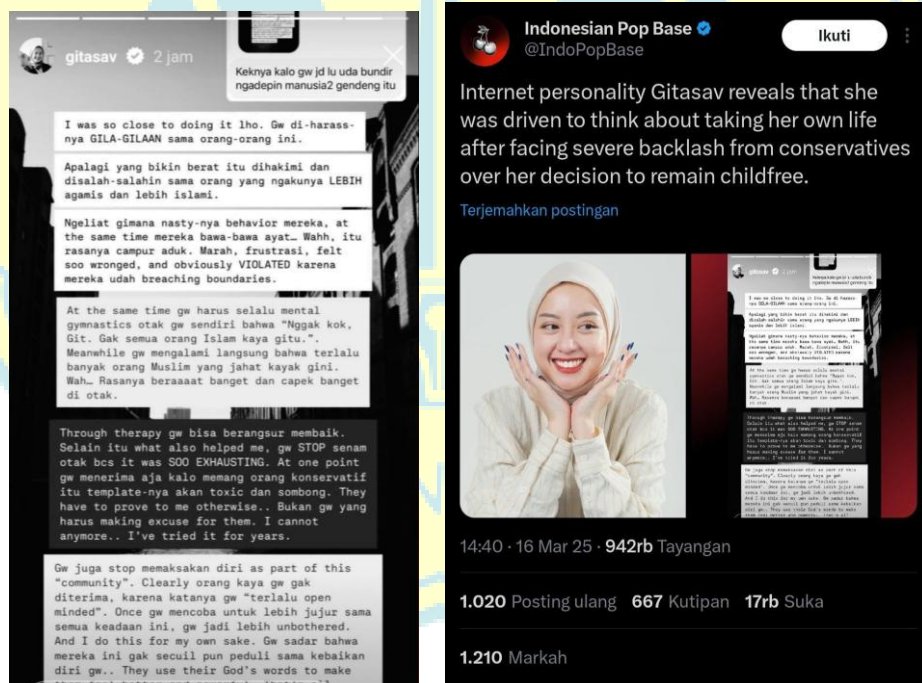
(Sumber: Youtube @GitasavitriDevi)

Setelah menjadi perbincangan oleh khalayak, akhirnya Gitasav membuat video khusus pada kanal YouTube pribadi @GitasavitriDevi berjudul "*Childfree: Serba Salah di Mata Warganet | PagiPagi eps. 32*" yang diunggah pada 15 Februari 2023 dengan membahas pilihan hidup *childfree* dari sudut pandang pribadi sekaligus merespon berbagai reaksi publik terhadap keputusannya dalam durasi 30 menit 35 detik.

Gitasav dan suaminya, Paul Andre Partohap, menjelaskan alasan mereka memilih untuk tidak memiliki anak serta merespons komentar yang mereka terima di media sosial. Mereka kerap mendapatkan berbagai komentar, mulai yang menghargai, mendukung, hingga komentar kasar, sindiran, bahkan ujaran kebencian, yang memperlihatkan bahwa isu *childfree* masih sangat sensitif di tengah masyarakat Indonesia hingga saat ini.

Gambar 1. 4

IG Story Gitasav menjadi perbincangan di sosial media



(Sumber: Instagram @Gitasav, X @IndoPopBase)

Pada tahun 2025 ini, unggahan Instagram *Story* di akun pribadinya kembali ramai diperbincangkan, ia mengaku sempat mengalami tekanan mental yang berat hingga nyaris ingin bunuh diri. Pengakuan ini muncul sebagai respon atas hujatan dan ancaman yang

ia terima setelah menyuarakan pandangannya soal keputusan untuk hidup *childfree*.

Setelah postingan *story*-nya itu, ia diperbincangkan di *platform* X (sebelumnya Twitter) salah satunya lewat postingan dari akun @IndoPopBase pada 16 Maret 2025 dengan 942 ribu tayangan, 1.020 retweet, 667 kutipan, 17 ribu suka, dan 1.210 bookmark, menunjukkan bahwa isu ini masih relevan dan menjadi perbincangan hangat di kalangan warganet, serta memperlihatkan besarnya dampak sosial dari tekanan terhadap pilihan hidup perempuan di media sosial

Konten-konten Gitasav sudah dikenal luas serta namanya sudah melekat dengan keputusannya untuk *Childfree*. Sebagai tokoh publik yang berpengaruh dan sering membagikan opininya dengan terbuka dan kritis, Gitasav juga konsisten yang menyuarakan *Childfree* dari sekitar tahun 2020 awal hingga saat ini. Sebagai publik figur perempuan, ia memberikan pengaruh pada pandangan sosial tertentu bagi khalayak, khususnya perempuan Generasi Z sehingga menarik untuk dianalisis dalam konteks bagaimana pernyataan khususnya tentang *childfree* diterima dan dimaknai oleh para pengikutnya.

Generasi Z yang lahir antara 1997 hingga 2012 berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) memiliki akses luas terhadap berbagai perspektif di media sosial, sehingga lebih terbuka terhadap pilihan hidup seperti *childfree* (Putri & Arianto, 2024, hlm. 13547-13548). Generasi ini tumbuh di era digital dan memanfaatkan media sosial

seperti TikTok, Instagram, X, dan YouTube untuk mengekspresikan diri, belajar, dan berinteraksi. Mereka terbiasa dengan teknologi sejak dini sehingga menganggap media sosial sebagai alat belajar yang relevan dan mudah diakses dan menunjukkan kuatnya peran media sosial dalam kehidupan Generasi Z.

Generasi ini, khususnya yang berusia di rentang 21 sampai 28 tahun dipilih sebagai fokus penelitian karena sudah masuk pada masa pengambilan keputusan jangka panjang seperti pertimbangan matang untuk menikah, mulai dari usia, karier, psikologis, pengetahuan serta kesetaraan peran dalam pernikahan (Herawati *et al.*, 2023, hlm. 2147-2148). Hal ini didukung secara hukum, usia dewasa dimulai pada 21 tahun (Pasal 330 KUHPer), sebagai prnansa kemampuan bertindak secara mandiri dan dari sisi psikologis, usia 21 juga bertepatan dengan perkembangan penting *prefrontal cortex* (PFC), bagian otak yang mengatur kontrol diri dan pengambilan keputusan (Larsen & Luna, 2021, hlm. 5-6).

Gender perempuan khususnya yang belum menikah dipilih dengan alasan, salah satunya karena perempuan pasti akan menghadapi tekanan sosial yang lebih besar terkait dengan tiga peran yaitu reproduktif, produktif, dan sosial (Sulistyowati *et al.*, 2020, hlm. 44). Sebagian masyarakat masih memiliki pandangan konservatif terkait peran perempuan, maka penting untuk memahami bagaimana mereka membentuk persepsi terhadap fenomena *childfree* dalam

konteks sosial yang lebih luas. Perempuan belum menikah juga dapat memberikan jawaban yang lebih terbuka tanpa keterikatan status sosial.

Lokasi penelitian ini dilakukan di lingkup Kota Jakarta karena merupakan pusat urbanisasi yang merepresentasikan kehidupan masyarakat modern dengan akses tinggi terhadap teknologi dan informasi terutama paparan media sosial. (Barunea et al., 2023, hlm. 32) Jakarta juga memiliki populasi Generasi Z yang besar, beragam, dan lebih terbuka terhadap isu-isu sosial dan gaya hidup non-konvensional serta memungkinkan adanya perbedaan cara pandang.

Teori Analisis Resepsi oleh Stuart Hall yang mengkaji studi budaya, relevan dengan fenomena *childfree*, resepsi khalayak dapat memberikan pemahaman lebih tentang cara pandang Generasi Z terhadap keputusan tersebut. Teori ini dapat mengidentifikasi pandangan khalayak khususnya Generasi Z tentang pendapat mereka mengenai pernyataan Gitasav tentang *Childfree*. Pemahaman yang mendalam tentang teori Stuart Hall dan penerapannya dalam konteks *childfree* di Indonesia menjadi dasar yang kuat untuk analisis.

Teori ini juga menekankan adanya *encoding/decoding*, bahwa pemaknaan media bersifat aktif, sejalan dengan paradigma kritis yang digunakan untuk menelaah bahwa khalayak tidak hanya menerima pesan begitu saja, melainkan menafsirkannya berdasarkan pengalaman hidup dan konteks sosial mereka. Proses ini melibatkan

dua tahap utama: pengkodean oleh pembuat media yang menyampaikan pesan melalui simbol dan tanda, serta dekode oleh khalayak yang menafsirkan pesan tersebut. Pada penelitian ini, proses *encoding* terjadi saat Gitasav memberikan pernyataan keputusan untuk *childfree* melalui konten Instagram dan YouTube pribadinya serta pernyataannya pada *podcast* sedangkan proses *decoding* dilakukan oleh khalayak, khususnya perempuan Generasi Z di Jakarta, yang menafsirkan pesan tersebut berdasarkan latar belakang sosial, pengalaman pribadi, serta pandangan mereka terhadap isu *childfree* yang diangkat pada konten tersebut. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana perempuan Gen Z memahami, menerima, menolak, atau menegosiasikan makna dari pernyataan Gitasav sebagai tokoh publik terkait *childfree* sesuai dengan tiga posisi *decoding* yaitu posisi dominan (khalayak menerima pesan seperti yang dimaksudkan), negosiasi (khalayak menerima sebagian pesan dan menyesuaikan sisanya), dan oposisi (khalayak menolak makna yang dimaksud dan menyampaikan pemahaman yang berbeda).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam bidang ilmu komunikasi, serta memberikan perspektif baru dalam memahami fenomena sosial di era digital ini. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi fenomena *childfree* dan penerimaan khalayak perempuan Generasi Z di Jakarta.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang muncul dari latar belakang untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Fenomena *childfree* di Indonesia menjadi diskursus publik setelah disuarakan oleh tokoh publik melalui media sosial, salah satunya Gita Savitri Devi.
2. Keputusan *childfree* memicu perdebatan, karena bertentangan dengan nilai-nilai tradisional yang masih menganggap memiliki anak sebagai kewajiban dalam pernikahan.
3. Perempuan Generasi Z di Jakarta memiliki akses luas terhadap berbagai perspektif melalui media sosial, tetapi pemaknaan isu *childfree*.
4. Pernyataan Gitasav sebagai pesan media dikodekan dengan nilai kebebasan individu dan otonomi tubuh, namun khalayak mungkin memaknainya berbeda sesuai latar belakang dan pengalaman pribadi.

Berdasarkan poin-poin tersebut, maka posisi *decoding* dari perempuan Generasi Z di Jakarta, yang memiliki latar belakang dan pengalaman berbeda, dalam memaknai ideologi, kepentingan, dan konteks sosial dari pesan *childfree* yang telah di-*encode* oleh Gita Savitri dalam produk media tersebut, perlu dikaji dan diteliti lebih mendalam.

1.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada bagaimana pemaknaan khalayak perempuan Generasi Z di Jakarta pada pernyataan *childfree* Gitasav di media sosial?

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibuat, perempuan Generasi Z di Jakarta dapat memaknai fenomena *childfree* khususnya dari pernyataan tokoh publik di media sosial. Proses *decoding* dilakukan oleh perempuan Generasi Z di Jakarta yang memiliki berbagai latar belakang terhadap pernyataan *childfree* oleh Gitasav melalui konten media sosialnya sehingga konten Gitasav terutama pada video “Kpn Punya Anak? Aku Pngen Punya Ponakan Online” Jawaban & Alasan GITA SAVITRI utk Pertanyaan Tersebut” di kanal YouTube Analisa Channel pada 13 Januari 2021 menit ke 07:12 hingga 12:47 yang juga menjadi bagian dari hasil proses *encoding*.

1.4 Tujuan Penelitian

Fenomena *childfree* semakin menjadi sorotan di masyarakat Indonesia, khususnya perempuan Generasi Z di Jakarta, sebagai kelompok yang berada di rentang usia pengambilan keputusan jangka panjang dengan akses informasi luas, menjadi subjek relevan untuk diteliti.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana resepsi khalayak perempuan Generasi Z di Jakarta terbentuk pada pernyataan *childfree* Gitasav di media sosial khususnya pada video “Kpn Punya

Anak? Aku Pengen Punya Ponakan Online” Jawaban & Alasan GITA SAVITRI utk Pertanyaan Tersebut” di kanal YouTube Analisa Channel pada 13 Januari 2021 menit ke 07:12 hingga 12:47 dengan pendekatan teori Resepsi Stuart Hall untuk mengetahui bagaimana pesan dari media dalam hal ini pernyataan *childfree* dari Gitasav di media sosial dapat dimaknai oleh khalayak lewat berbagai faktor latar belakangnya sebagai proses *decoding* dan budaya serta mengkonstruksi makna pada pernyataan Gitasav sebagai proses *encoding*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian pada analisis resepsi khalayak perempuan Generasi Z di Jakarta terhadap fenomena *childfree* memiliki beberapa manfaat yaitu:

1.5.1 Manfaat Penelitian Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian Ilmu Komunikasi mengenai cara perempuan Generasi Z di Jakarta memaknai pesan, pengembangan metode analisis resepsi khalayak, dan media sosial dalam penelitian ilmu komunikasi

1.5.2 Manfaat Penelitian Praktisi

Manfaat praktisi dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para peneliti khususnya bidang ilmu komunikasi mengenai pengembangan metode analisis resepsi khalayak dan media sosial dalam penelitian ilmu komunikasi.