



Penerimaan Pesan *Childfree* pada Generasi Z di Media Sosial X

Firdha Rahmania Sandhika Putri^{*1}, Irwan Dwi Arianto²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: firdharahmania3@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-10-11 Revised: 2024-11-27 Published: 2024-12-01 Keywords: <i>Message Reception;</i> <i>Childfree;</i> <i>Generation Z;</i> <i>Social Media X.</i>	This research aims to analyze the reception of <i>childfree</i> messages among Generation Z through the social media platform X. The <i>childfree</i> phenomenon is gaining increasing attention in modern society, especially among young people. Generation Z, known as the digital native generation, has communication and interaction patterns that are heavily influenced by social media. This research uses a qualitative approach with a phenomenological study to understand how messages about being <i>childfree</i> are received, interpreted, and perceived by Generation Z users of social media X. Data were collected through in-depth interviews with 9 active Gen-Z users of social media X who were involved in the discussions. The research results show that the acceptance of <i>childfree</i> messages by Gen-Z on social media X is influenced by various factors, including awareness of social and environmental issues, as well as pressure or stigma from society regarding traditional family norms. Although most showed a positive and open attitude towards the <i>childfree</i> choice, some informants also expressed tension with more conservative social views, especially regarding expectations of women's roles as mothers. This research is expected to contribute to the understanding of the dynamics of social change among Generation Z and the implications of digital communication in altering perceptions of modern lifestyle choices such as being <i>childfree</i>.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-10-11 Direvisi: 2024-11-27 Dipublikasi: 2024-12-01 Kata kunci: <i>Penerimaan Pesan;</i> <i>Childfree;</i> <i>Generasi Z;</i> <i>Media Sosial X.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan pesan <i>childfree</i> di kalangan Generasi Z melalui platform media sosial X. Fenomena <i>childfree</i> semakin mendapat perhatian di masyarakat modern, khususnya di kalangan anak muda. Generasi Z, yang dikenal sebagai generasi <i>digital native</i>, memiliki pola komunikasi dan interaksi yang sangat dipengaruhi oleh media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi fenomenologi untuk memahami bagaimana pesan-pesan mengenai <i>childfree</i> diterima, diinterpretasikan, dan dipersepsikan oleh Generasi Z pengguna media sosial X. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 9 Gen-Z pengguna aktif media sosial X yang terlibat dalam diskusi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan pesan <i>childfree</i> oleh Gen-Z di media sosial X dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kesadaran terhadap isu sosial dan lingkungan, serta adanya tekanan atau stigma dari masyarakat terkait norma keluarga tradisional. Meskipun sebagian besar menunjukkan sikap positif dan terbuka terhadap pilihan <i>childfree</i>, beberapa informan juga mengungkapkan adanya ketegangan dengan pandangan sosial yang lebih konservatif, terutama terkait ekspektasi terhadap peran perempuan sebagai ibu. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang dinamika perubahan sosial di kalangan Generasi Z serta implikasi komunikasi digital dalam mengubah persepsi terhadap pilihan hidup modern seperti <i>childfree</i>.

I. PENDAHULUAN

Seiring dengan semakin majunya peradaban manusia, permasalahan menjadi semakin kompleks dan muncul berbagai perdebatan antar manusia. Salah satunya adalah keputusan seseorang atau pasangan untuk tidak memiliki keturunan atau anak. Fenomena ini lebih dikenal di kalangan feminis sebagai *childfree*. Fenomena yang tergolong baru di Indonesia menjadi topik yang ramai diperbincangkan di media sosial

belakangan ini. Istilah *childfree* digunakan untuk seseorang atau pasangan yang tidak ingin memiliki anak atau keturunan setelah menikah. Istilah *childfree* muncul pada tahun 1972 oleh *National Organization for Non Parents*.

Istilah *childfree* mulai digunakan pada akhir abad ke-20. Pasangan yang memilih untuk tidak memiliki anak biasanya beranggapan bahwa keputusan untuk memiliki anak merupakan hak individu, hak asasi manusia yang tidak dapat

dipaksakan kepada siapapun. Alasan yang paling sering dikutip adalah yang memutuskan untuk menjadi *childfree* karena untuk menekan kelebihan populasi (Hanandita, 2022). Namun, beberapa orang berpendapat bahwa tren *childfree* ini terkait dengan filosofi Kampanye *Politic of Body* bahwa tubuh perempuan adalah milik mereka dan mereka tidak berhak memaksa perempuan melakukan apapun terhadap tubuh mereka, termasuk kehamilan dan persalinan (Fadhilah, 1322022).

Istilah *childfree* seringkali disamakan dengan istilah *childless* dimana kedua hal ini jelas berbeda. Kedua istilah ini sama-sama merujuk pada konsep tidak memiliki anak, namun bedanya, tidak memiliki anak bukanlah suatu keputusan yang bersifat sukarela, melainkan didasarkan pada faktor kesehatan. *Childfree* berbeda dengan *childless* dimana kondisi tersebut sejak awal memilih untuk tidak memiliki anak meski individu tersebut memiliki kemampuan baik secara ekonomi maupun biologis. Sedangkan *childless* mengacu pada individu atau pasangan yang ingin menjadi orang tua atau ingin memiliki anak tetapi tidak bisa karena beberapa alasan salah satunya alasan biologis atau faktor kesehatan (Agrillo & Nelini, 2008).

Jika dicermati, adanya fenomena bebas anak atau *childfree* pada dasarnya tidak terlepas dari perubahan pandangan masyarakat terhadap pernikahan. Awalnya, gagasan pernikahan lebih bersifat institusional, bukan personal. Pergeseran paradigma ini mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap pentingnya memiliki atau tidak memiliki anak. Ketika perkawinan bersifat institusional, maka kelahiran anak dianggap penting karena adanya harapan dan kebutuhan masyarakat. Ada berbagai alasan mengapa beberapa pasangan memutuskan untuk tidak memiliki anak. Salah satunya karena pengaruh berbagai ideologi dan pola pikir, termasuk gerakan feminisme yang meyakini bahwa perempuan bukanlah objek yang diharuskan memiliki banyak anak dan bahwa kedudukan perempuan sama dengan laki-laki (Rahmah, N. F. 2022).

Perubahan struktural ekonomi dan ideologi berkontribusi pada munculnya fenomena *childfree*. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tekanan ekonomi dan struktur sosial saat ini, seperti tuntutan akan standar pendidikan yang tinggi dan kekhawatiran mengenai konflik pekerjaan-keluarga, mendorong pergeseran ke arah keputusan untuk menunda memiliki anak

dan menerima tidak adanya anak (Koropecjy-Cox, T., Çopur, Romano, & Cody-Rydzewski, 2018). Faktor yang melatarbelakangi keputusan individu atau pasangan untuk tidak memiliki anak biasanya adalah faktor lingkungan, ekonomi, dan psikologis, seperti trauma masa kecil dan dunia yang dirasa semakin kejam.

Perbincangan mengenai *childfree* kini tengah menjadi topik terkini terutama di kalangan Generasi Z. Generasi Z atau yang biasa dikenal dengan Gen-Z merupakan sebutan bagi kelompok demografis dimana mereka adalah individu yang lahir di antara tahun 1995-2010 (Bencsik dan Machova, 2016). Hal ini sering terjadi di komunitas perkotaan besar di Indonesia pada Generasi Z yang memiliki akses mudah terhadap segala informasi. Di masa lalu, orang-orang mungkin berpikir bahwa anak-anak diperlukan untuk menikah, namun dengan meningkatnya isu *independent woman* yang kini tengah ramai di media sosial, banyak Gen-Z yang akhirnya memilih untuk mengejar karir daripada memulai sebuah keluarga. Isu *childfree* yang telah disinggung sebelumnya dapat menimbulkan prasangka negatif yang tidak jauh dari norma agama yang menyertainya. Pasalnya, mereka yang memilih untuk tidak memiliki anak dianggap melanggar kodrat wanita dan tidak menghargai anugerah Tuhan dalam menciptakan rahim untuk wanita. *Childfree* juga tersebar luas di kalangan perempuan yang berpendidikan dan memahami kesetaraan gender. Salah satu faktor yang mungkin menyebabkan fenomena ini adalah perempuan mendapatkan akses terhadap ruang publik sebagai hasil dari banyaknya diskusi mengenai kesetaraan gender.

Individu yang memilih hidup *childfree* dianggap memiliki kebebasan dan fleksibilitas lebih besar dalam menjalani kehidupan mereka. Mereka dapat fokus pada pengembangan karir, mengejar minat dan hobi, serta melakukan perjalanan atau aktivitas lainnya tanpa harus mempertimbangkan tanggung jawab orang tua. Namun di sisi lain, Individu yang memilih hidup tanpa anak seringkali menghadapi tekanan dari lingkungan sosial dan keluarga untuk memiliki keturunan. Pilihan hidup *childfree* seringkali mendapat stigma atau tanggapan negatif dari masyarakat yang lebih mengutamakan nilai keluarga dan keturunan. Hal ini dapat menyebabkan tekanan sosial atau perlakuan diskriminatif. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah peneliti ingin mengkaji bagaimana Gen-Z menerima dan menafsirkan pesan *childfree* terutama melalui media sosial dan platform

online serta cara Gen-Z memandang pilihan hidup tanpa anak. Fokusnya adalah pada penafsiran pesan, perubahan pola pikir, persepsi, dan nilai-nilai yang mungkin dipengaruhi oleh informasi, diskusi, atau kampanye yang disebarakan oleh aktivis *childfree* di media sosial X.

II. METODE PENELITIAN

Seiring dengan semakin majunya peradaban manusia, permasalahan menjadi semakin kompleks dan muncul berbagai perdebatan antar manusia. Salah satunya adalah keputusan seseorang atau pasangan untuk tidak memiliki keturunan atau anak. Fenomena ini lebih dikenal di kalangan feminis sebagai *childfree*. Fenomena yang tergolong baru di Indonesia menjadi topik yang ramai diperbincangkan di media sosial belakangan ini. Istilah *childfree* digunakan untuk seseorang atau pasangan yang tidak ingin memiliki anak atau keturunan setelah menikah. Istilah *childfree* muncul pada tahun 1972 oleh *National Organization for Non Parents*.

Istilah *childfree* mulai digunakan pada akhir abad ke-20. Pasangan yang memilih untuk tidak memiliki anak biasanya beranggapan bahwa keputusan untuk memiliki anak merupakan hak individu, hak asasi manusia yang tidak dapat dipaksakan kepada siapapun. Alasan yang paling sering dikutip adalah yang memutuskan untuk menjadi *childfree* karena untuk menekan kelebihan populasi (Hanandita, 2022). Namun, beberapa orang berpendapat bahwa tren *childfree* ini terkait dengan filosofi Kampanye *Politic of Body* bahwa tubuh perempuan adalah milik mereka dan mereka tidak berhak memaksa perempuan melakukan apapun terhadap tubuh mereka, termasuk kehamilan dan persalinan (Fadhilah, 1322022).

Istilah *childfree* seringkali disamakan dengan istilah *childless* dimana kedua hal ini jelas berbeda. Kedua istilah ini sama-sama merujuk pada konsep tidak memiliki anak, namun bedanya, tidak memiliki anak bukanlah suatu keputusan yang bersifat sukarela, melainkan didasarkan pada faktor kesehatan. *Childfree* berbeda dengan *childless* dimana kondisi tersebut sejak awal memilih untuk tidak memiliki anak meski individu tersebut memiliki kemampuan baik secara ekonomi maupun biologis. Sedangkan *childless* mengacu pada individu atau pasangan yang ingin menjadi orang tua atau ingin memiliki anak tetapi tidak bisa karena beberapa alasan salah satunya alasan biologis atau faktor kesehatan (Agrillo & Nelini,

2008).

Jika dicermati, adanya fenomena bebas anak atau *childfree* pada dasarnya tidak terlepas dari perubahan pandangan masyarakat terhadap pernikahan. Awalnya, gagasan pernikahan lebih bersifat institusional, bukan personal. Pergeseran paradigma ini mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap pentingnya memiliki atau tidak memiliki anak. Ketika perkawinan bersifat institusional, maka kelahiran anak dianggap penting karena adanya harapan dan kebutuhan masyarakat. Ada berbagai alasan mengapa beberapa pasangan memutuskan untuk tidak memiliki anak. Salah satunya karena pengaruh berbagai ideologi dan pola pikir, termasuk gerakan feminisme yang meyakini bahwa perempuan bukanlah objek yang diharuskan memiliki banyak anak dan bahwa kedudukan perempuan sama dengan laki-laki (Rahmah, N. F. 2022).

Perubahan struktural ekonomi dan ideologi berkontribusi pada munculnya fenomena *childfree*. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tekanan ekonomi dan struktur sosial saat ini, seperti tuntutan akan standar pendidikan yang tinggi dan kekhawatiran mengenai konflik pekerjaan-keluarga, mendorong pergeseran ke arah keputusan untuk menunda memiliki anak dan menerima tidak adanya anak (Koropecykj-Cox, T., Çopur, Romano, & Cody-Rydzewski, 2018). Faktor yang melatarbelakangi keputusan individu atau pasangan untuk tidak memiliki anak biasanya adalah faktor lingkungan, ekonomi, dan psikologis, seperti trauma masa kecil dan dunia yang dirasa semakin kejam.

Perbincangan mengenai *childfree* kini tengah menjadi topik terkini terutama di kalangan Generasi Z. Generasi Z atau yang biasa dikenal dengan Gen-Z merupakan sebutan bagi kelompok demografis dimana mereka adalah individu yang lahir di antara tahun 1995-2010 (Bencsik dan Machova, 2016). Hal ini sering terjadi di komunitas perkotaan besar di Indonesia pada Generasi Z yang memiliki akses mudah terhadap segala informasi. Di masa lalu, orang-orang mungkin berpikir bahwa anak-anak diperlukan untuk menikah, namun dengan meningkatnya isu *independent woman* yang kini tengah ramai di media sosial, banyak Gen-Z yang akhirnya memilih untuk mengejar karir daripada memulai sebuah keluarga. Isu *childfree* yang telah disinggung sebelumnya dapat menimbulkan prasangka negatif yang tidak jauh dari norma agama yang menyertainya. Pasalnya, mereka yang memilih untuk tidak memiliki anak

dianggap melanggar kodrat wanita dan tidak menghargai anugerah Tuhan dalam menciptakan rahim untuk wanita. *Childfree* juga tersebar luas di kalangan perempuan yang berpendidikan dan memahami kesetaraan gender. Salah satu faktor yang mungkin menyebabkan fenomena ini adalah perempuan mendapatkan akses terhadap ruang publik sebagai hasil dari banyaknya diskusi mengenai kesetaraan gender.

Individu yang memilih hidup *childfree* dianggap memiliki kebebasan dan fleksibilitas lebih besar dalam menjalani kehidupan mereka. Mereka dapat fokus pada pengembangan karir, mengejar minat dan hobi, serta melakukan perjalanan atau aktivitas lainnya tanpa harus mempertimbangkan tanggung jawab orang tua. Namun di sisi lain, Individu yang memilih hidup tanpa anak seringkali menghadapi tekanan dari lingkungan sosial dan keluarga untuk memiliki keturunan. Pilihan hidup *childfree* seringkali mendapat stigma atau tanggapan negatif dari masyarakat yang lebih mengutamakan nilai keluarga dan keturunan. Hal ini dapat menyebabkan tekanan sosial atau perlakuan diskriminatif. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah peneliti ingin mengkaji bagaimana Gen-Z menerima dan menafsirkan pesan *childfree* terutama melalui media sosial dan platform online serta cara Gen-Z memandang pilihan hidup tanpa anak. Fokusnya adalah pada penafsiran pesan, perubahan pola pikir, persepsi, dan nilai-nilai yang mungkin dipengaruhi oleh informasi, diskusi, atau kampanye yang disebarakan oleh aktivis *childfree* di media sosial X.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Peneliti akan memaparkan hasil wawancara dan analisis berdasarkan penelitian yang dilakukan pada informan terpilih sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria dari informan yang dipilih yaitu Gen-Z dengan usia produktif menikah yang berusia 20-30 tahun yang aktif bermedia sosial terutama media sosial X dan mengetahui pesan *childfree* yang ada di media sosial X. Berdasarkan kriteria tersebut terpilih sebanyak 9 informan dengan berbagai persepsi atau penerimaan pesan yang dimiliki.

Tabel 1. Identitas Informan

No.	Nama Informan	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Status
1.	Khansa Hasri	Perempuan	25	Pengusaha jual-beli buku	Lajang
2.	Naflah Balhmar	Perempuan	22	Pegawai Kantor Swasta	Lajang
3.	Amanda Husnita	Perempuan	27	Pegawai Kantor Swasta	Lajang
4.	Mutiara Putri	Perempuan	21	Mahasiswi	Lajang
5.	Tharisha Aulia	Perempuan	23	Mahasiswi	Lajang
6.	Annida Amaliah	Perempuan	22	Mahasiswi	Lajang
7.	Dara Nasywa	Perempuan	24	Pegawai Kantor Swasta	Lajang
8.	Ariani Dewi	Perempuan	26	Pegawai Kantor Swasta	Lajang
9.	Hani Puspita Sari	Perempuan	28	Pegawai Law Firm	Menikah

Dalam Teori Analisis Resepsi oleh Stuart Hall, ada 3 tipe kategori pada penerimaan pesan, yaitu, dominan, negosiasi, dan oposisi. Dalam konteks penelitian ini, penerimaan pesan *childfree* pada Gen-Z di media sosial X dikategorikan pada tipe penerimaan pesan dominan dan tipe penerimaan negosiasi, dimana pada tipe penerimaan pesan dominan, khalayak menerima pesan dari media secara penuh dan memaknai pesan tersebut seperti yang diinginkan oleh media. Sedangkan pada tipe penerimaan pesan negosiasi, khalayak cukup memahami apa yang ditampilkan oleh media, tetapi tidak semua dimaknai sama.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, peneliti menemukan bahwa terdapat 6 informan yang berada pada posisi dominan dalam penerimaan pesan *childfree* di media sosial X. 6 informan tersebut diantaranya adalah Informan 1, Informan 2, Informan 3, Informan 5, Informan 8, dan Informan 9. Keenam Informan tersebut dikategorikan dalam tipe penerimaan dominan karena mereka sepenuhnya setuju dengan pesan *childfree* yang ada di media sosial X dan mendukung keputusan hidup *childfree* di kalangan Generasi Z. Sedangkan, pada hasil penerimaan informan lainnya, peneliti menemukan bahwa 3 Informan lain, yaitu Informan 4, Informan 6, dan Informan 7 berada pada tipe penerimaan negosiasi karena mereka berada di posisi netral dalam penerimaan pesan *childfree*. Peneliti menemukan bahwa 3 Informan tersebut menerima

dengan baik pesan *childfree* yang ada di media sosial X, tetapi tidak sepenuhnya setuju untuk memutuskan pilihan hidup *childfree*. Selain itu, 3 informan tersebut juga tidak menjustifikasi adanya pilihan hidup *childfree* pada Gen-Z. Menurut mereka, keputusan hidup *childfree* pada Gen-Z merupakan pilihan hidup pribadi seseorang yang tidak perlu diperdebatkan. Namun, dari hasil penelitian tersebut, tidak ditemukan audiens atau informan yang berada pada tipe penerimaan oposisi karena tidak ada di antara mereka yang sepenuhnya menolak pesan *childfree* yang ada di media sosial X.

Tabel 2. Hasil Penerimaan Pesan Informan

Tipe Penerimaan Pesan Oleh Stuart Hall	Informan
Dominan	Informan 1, 2, 3, 5, 8, 9
Negosiasi	Informan 4, 6, 7
Oposisi	-

B. Pembahasan

Isu *childfree* yang sempat ramai di media sosial X berawal dari unggahan salah satu pasangan *influencer* Indonesia, Gita Savitri dan Paul Partohaps, yang menyuarakan isu tentang *childfree* di akun YouTube mereka pada Februari 2023. Hal itu kemudian menjadi ramai diperbincangkan oleh netizen Indonesia di berbagai platform media sosial termasuk salah satunya Media Sosial X. Dalam video tersebut, Gitasav dan suaminya membahas mengenai isu *childfree* yang menjadi pilihan hidup mereka sebagai pasangan suami istri serta menjelaskan pengertian *childfree*, faktor-faktor penyebab *childfree*, dan bagaimana latar belakang mereka memutuskan untuk *childfree*. Kemudian dari hal itu, muncul banyak perbincangan dan perdebatan di kalangan masyarakat Indonesia mengenai isu *childfree* yang diangkat oleh Gitasav dan suaminya. Perbincangan mengenai isu *childfree* tersebut tidak hanya terjadi di kolom komentar unggahan video tersebut, melainkan juga di berbagai media sosial salah satunya di media sosial X. Masyarakat pengguna aktif platform media sosial X membagikan opini mereka masing-masing mengenai isu *childfree* yang diangkat Gitasav sehingga timbul kelompok pro dan kontra terhadap isu tersebut.

Terdapat beberapa alasan yang berbeda dari para informan tentang pendapat mereka

mengenai isu *childfree*. Alasan yang diberikan juga cukup beragam berdasarkan pengamatan dan pengalaman masing-masing informan. Salah satunya yaitu karena realita kehidupan atau banyaknya tuntutan hidup yang dialami kebanyakan Gen-Z saat ini dianggap relevan dan masuk akal mengapa banyak dari kalangan Gen-Z memutuskan untuk *childfree*. Latar belakang atau faktor penyebab Gen-Z memutuskan untuk *childfree* juga berbeda-beda. Beberapa dari mereka memilih *childfree* karena dari segi psikologis mereka memiliki perasaan sedih, khawatir, hingga takut jika memiliki anak mereka tidak bisa menjadi orang tua yang baik dan tidak bisa menjamin kelayakan hidup anak mereka. Selain itu, ada juga dari faktor finansial yang menyatakan bahwa memiliki anak membutuhkan biaya yang besar sehingga mereka lebih memilih untuk fokus berkarir daripada memiliki anak. Para informan juga berpendapat bahwa memiliki anak harus dengan persiapan yang matang mulai dari fisik, mental, finansial, dan lain sebagainya.

Setelah mengetahui bagaimana para informan terpapar pesan *childfree* dan alasan mereka mendukung pilihan hidup *childfree*, ditemukan adanya keterlibatan perasaan FOMO pada beberapa informan dalam memutuskan untuk *childfree*. Fenomena kekhawatiran akan ketinggalan suatu hal yang terjadi dikenal dengan istilah *Fear of Missing Out* atau disingkat dengan FOMO. Menurut Przyblyski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013) FOMO merupakan kekhawatiran atau ketakutan akan kehilangan informasi berharga dari waktu ke waktu tentang orang atau kelompok lain (yang bersangkutan tidak dapat hadir dalam momen tertentu) dan ditandai dengan keinginan untuk tetap terus terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain di internet. Perasaan tersebut timbul dalam diri beberapa informan dan hal tersebut mempengaruhi pandangan informan mengenai keputusan mereka memilih *childfree*. Dari hasil wawancara, juga ditemukan bahwa ada keterlibatan perasaan FOMO pada Gen-Z dalam pengambilan keputusan untuk *childfree*. Namun, keterlibatan perasaan FOMO tersebut tidak dapat digeneralisasi pada seluruh Gen-Z yang memutuskan *childfree*, karena tidak semua Gen-Z yang memilih pilihan hidup *childfree* hanya karena FOMO tetapi mereka juga memiliki alasan dan juga latar belakang

tersendiri.

Dari pesan *childfree* yang ada di media sosial X, pemaknaan audiens terhadap penerimaan pesan *childfree* dapat dilihat dari bagaimana audiens tersebut memahami pesan-pesan *childfree* yang disampaikan di postingan platform X tersebut. Melalui postingan yang mengandung pesan *childfree* yang ada di media sosial X dapat dilihat dari respon-respon yang diberikan oleh audiens pengguna platform X. Respon tersebut dapat berupa komentar-komentar tentang berbagai pandangan yang diberikan oleh khalayak media sosial X. Opini yang dibagikan pun beragam, mulai dari yang mendukung (pro) dan yang menolak (kontra). Munculnya kelompok pro dan kontra menyebabkan terjadinya perdebatan berkelanjutan yang dilakukan oleh khalayak pengguna platform media sosial X mengenai pesan-pesan *childfree* tersebut. Teori resepsi memiliki pengertian bahwa khalayak dipengaruhi oleh faktor kontekstual dalam membaca sebuah media seperti film atau acara televisi. Makna muncul berdasarkan hasil interpretasi seseorang yang dipengaruhi oleh latar belakangnya. Selain itu, pemaknaan teks tidak dapat dipisahkan dari pengalaman maupun pengetahuan suatu khalayak terhadap teks-teks lainnya (Barker, 2003).

Selanjutnya, peneliti menemukan perbedaan penerimaan pesan *childfree* di antara Generasi Z dengan generasi sebelumnya. Seluruh informan mengatakan bahwa mereka melihat adanya perbedaan penerimaan pesan *childfree* di media sosial X yang diterima Generasi Z dengan generasi-generasi sebelumnya. Berdasarkan pernyataan keseluruhan informan, peneliti menemukan bahwa perbedaan penerimaan pesan *childfree* tersebut terlihat sangat jelas karena adanya *gap* antara nilai-nilai yang dianut oleh Generasi Z dengan generasi-generasi sebelumnya. Perbedaan tersebut juga dapat dilihat dari cara respon penerimaan pesan *childfree* oleh Generasi Z dengan generasi-generasi sebelumnya. Menurut pernyataan keseluruhan informan, generasi sebelum Gen-Z dianggap masih berpegang teguh pada hukum agama dan hukum adat

Seluruh informan mengatakan bahwa Gen-Z dinilai lebih terbuka terhadap penerimaan pesan *childfree* yang ada di media sosial X. Seluruh informan juga berpendapat bahwa Gen-Z merupakan generasi yang dapat dengan

mudah menerima informasi baru dan nilai-nilai baru atau yang biasa disebut dengan *open minded*. Peneliti juga menemukan bahwa perbedaan penerimaan pesan tersebut juga dipengaruhi oleh luasnya pengetahuan teknologi komunikasi dan informasi yang lebih dikuasai oleh Generasi Z dibanding dengan generasi-generasi sebelumnya. Bencsik & Machova (2016) melakukan penelitian yang menunjukkan perbedaan karakteristik Generasi Z dengan generasi-generasi sebelumnya. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan karakteristik yang signifikan antara Generasi Z dengan generasi-generasi sebelumnya, salah satu faktor utama yang membedakan adalah penguasaan informasi dan teknologi. Bagi Generasi Z informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka, karena mereka lahir dimana akses terhadap informasi, khususnya internet, telah menjadi budaya global sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap nilai-nilai, pandangan dan tujuan hidup mereka.

Keputusan untuk tidak memiliki anak seringkali dianggap sebagai pilihan yang kurang bernilai dibandingkan dengan memilih untuk memiliki anak, terutama dalam budaya yang mengidolakan peran orang tua sebagai sesuatu yang fundamental bagi kehidupan seseorang. Hal itu merupakan salah satu bentuk adanya kekerasan simbolik terhadap seseorang yang memilih pilihan hidup tanpa anak. Kekerasan simbolik dalam penerimaan pesan *childfree* oleh Generasi Z dapat muncul dalam berbagai bentuk yang mencerminkan dominasi norma-norma sosial, budaya, dan gender yang ada di masyarakat. Meskipun Generasi Z dikenal sebagai generasi yang lebih terbuka dan progresif, mereka masih terperangkap dalam sistem nilai yang lebih besar, yang seringkali memperkuat ekspektasi patriarki dan norma tradisional. Dalam konteks penelitian ini, ditemukan adanya faktor kekerasan simbolik terhadap latar belakang para informan memilih pilihan hidup *childfree*. Faktor terbesar yang dialami oleh para informan, yang seluruhnya adalah perempuan, berasal dari konteks narasi budaya patriarki yang ada di Indonesia.

Di Indonesia, ideologi patriarki masih menjadi ideologi yang kuat membentuk banyak aspek kehidupan dan struktur masyarakat. Dalam menata kehidupan bermasyarakat,

konsep patriarki menjadi landasan ideologis. Patriarki menggambarkan suatu kondisi dimana masyarakat lebih menghargai kedudukan dan status laki-laki dibandingkan perempuan dalam segala aspek kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi (Rakoczy, 2004). Menurut Hall (1997), stereotip digunakan untuk mendefinisikan dan mengontrol perempuan. Perempuan ditentukan oleh hubungannya dengan laki-laki dan dengan mengasosiasikan mereka dengan karakteristik feminis. Perempuan diminta untuk berperilaku dan juga berpenampilan seperti yang diharapkan oleh laki-laki. Bhasin (2016) menyatakan bahwa laki-laki mengontrol beberapa hal dalam sistem patriarki. Pertama, laki-laki mengontrol produktivitas dan lapangan kerja perempuan. Kedua, laki-laki mengontrol reproduksi perempuan. Ketiga, laki-laki mengontrol seksualitas perempuan. Keempat, laki-laki mengontrol mobilitas perempuan, dan laki-laki mengontrol properti dan sumber daya ekonomi lainnya.

Sikap pemberontakan pada budaya patriarki dapat melahirkan peran-peran feminisme pada kebanyakan Gen-Z, terutama wanita, yang memutuskan pilihan hidup tanpa anak. Feminisme adalah bagian dari gerakan budaya dan politik yang mengubah cara berpikir perempuan dan memengaruhi cara perempuan dan laki-laki menafsirkan dunia (Hannam, 2007). Budianta (2002) menyatakan feminisme merupakan kritik ideologis terhadap cara pandang yang mengabaikan isu kesenjangan dan ketidakadilan dalam penetapan peran dan identitas sosial berdasarkan gender. Istilah feminisme mengacu pada pengakuan akan adanya ketidakadilan gender yang dihadapi perempuan baik di rumah maupun di masyarakat. Feminisme menempatkan pemberdayaan perempuan sebagai inti dan bertujuan untuk mencapai kesetaraan gender dalam masalah politik, sosial, dan ekonomi, serta mobilisasi sistematis untuk dapat menghapus diskriminasi terhadap perempuan (Gamble, 2001).

Dalam budaya patriarki, perempuan sering dianggap "belum lengkap" jika tidak memiliki anak. Keputusan untuk *childfree* bisa dilihat sebagai pemberontakan terhadap norma ini, tetapi juga bisa dihadapkan pada stigma sosial yang mengatakan bahwa seorang wanita yang memilih untuk tidak memiliki anak adalah "kurang wanita" atau bahkan "tidak peduli pada kelangsungan generasi". Ini adalah

bentuk kekerasan simbolik yang dibentuk oleh patriarki untuk menahan kebebasan perempuan dalam memilih peran mereka dalam masyarakat. Peran ibu dalam patriarki tidak hanya dikaitkan dengan reproduksi biologis, tetapi juga dengan kewajiban untuk merawat dan melayani keluarga. Seringkali, perempuan yang memilih *childfree* merasa mereka tidak ingin terjebak dalam peran ini karena mereka merasa ingin lebih bebas, tetapi ini juga bisa menjadi reaksi terhadap penindasan yang tersembunyi dalam harapan tersebut.

Kekerasan simbolik dapat muncul dari norma sosial yang membentuk dan membatasi pandangan individu tentang perannya dalam masyarakat. Meskipun seseorang memilih *childfree*, mereka mungkin masih terjebak dalam narasi sosial yang mendefinisikan perempuan yang tidak memiliki anak sebagai perempuan yang "tidak lengkap" atau "kurang penting". Hal ini adalah bentuk kekerasan simbolik yang diciptakan oleh sistem patriarki. Maka dari itu, meskipun keputusan untuk *childfree* merupakan pilihan pribadi yang valid, penting untuk memahami bahwa seseorang seringkali terpengaruh oleh budaya patriarki yang telah ada begitu lama. Kebebasan sejati terletak pada kemampuan untuk membuat keputusan tanpa terjebak dalam narasi yang membatasi seseorang. Dengan memahami bagaimana patriarki membentuk pandangan masyarakat, wanita bisa merasa lebih kuat dalam memilih untuk hidup sesuai dengan keinginan dan nilai-nilai mereka tanpa rasa takut atau bersalah.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penerimaan pesan *childfree* pada Generasi Z di Media Sosial X mencerminkan adanya perubahan dalam cara pandang terhadap isu tersebut, baik di kalangan Gen-Z sendiri maupun dengan generasi sebelumnya. Berdasarkan penelitian, Gen-Z cenderung lebih terbuka dan menerima pesan mengenai *childfree*, menganggapnya sebagai pilihan hidup yang sah dan relevan dengan tuntutan kehidupan modern. Banyak informan yang mendukung gerakan *childfree* karena mereka menganggap bahwa menjadi orang tua harus disertai dengan persiapan yang matang, baik secara fisik, mental, maupun finansial. Namun, terdapat juga faktor perasaan FOMO (*Fear of*

Missing Out) pada sebagian Gen-Z, meskipun tidak menjadi alasan utama bagi semua individu yang memilih *childfree*.

Selain itu, terdapat perbedaan penerimaan antara Gen-Z dengan generasi sebelumnya, yang lebih cenderung tertutup dan memegang nilai-nilai tradisional, seperti hukum agama dan adat, yang menganggap peran ibu sebagai kewajiban yang tak terhindarkan. Sementara itu, Gen-Z lebih menghargai kebebasan memilih, tanpa menghakimi keputusan orang lain untuk memilih *childfree*. Dengan demikian, meskipun keputusan *childfree* merupakan pilihan pribadi yang valid, faktor sosial dan budaya—terutama patriarki—masih memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan penerimaan terhadap pilihan tersebut di masyarakat Indonesia.

B. Saran

Peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat memberikan keragaman data dari sudut pandang lain. Peneliti selanjutnya yang merasa tertarik dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah variabel baru untuk penelitian yang akan datang dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya dengan topik serupa di masa mendatang.

DAFTAR RUJUKAN

- Aprianti, K., & Wendari, W. (2022). Fenomena Sindrom *Fear Of Missing Out (Fomo)* Pada Digital Natives: Kontribusi Positif Atau Negatif Bagi Kualitas Pembelajaran Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 8(2), 207-216.
- Audinovic, V., & Nugroho, R. S. (2023). Persepsi *Childfree* di Kalangan Generasi Zilenial Jawa Timur. *Jurnal Keluarga Berencana*, 8(1), 1-11.
- Dahnia, A.R., Adsana, A.W.F., & Putri, Y.M. (2023). Fenomena *Childfree* Sebagai Budaya Masyarakat Kontemporer Indonesia Dari Perspektif Teori Feminis (Analisis Pengikut Media Sosial *Childfree*). *Al Yazidiy: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 5(1). <https://doi.org/10.55606/ay.v5i1.276>
- Damayanti, Y. D., Refiana, A. A., & Nuary, M.F.A. (2022). Fenomena *Childfree* Di Twitter Pada Generasi Millenial. *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 3.
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh *Self-Esteem* Terhadap *Fear Of Missing Out (Fomo)* pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 21-21.
- Jurianto, M. I. G., & Islam, M. R. (2024). Keputusan *Childfree* Pada Generasi Z Melalui Analisis Konten Media Sosial. *Lentera: Multidisciplinary Studies*, 2(3), 341-348.
- Novarisa, G. (2019). Dominasi Patriarki Berbentuk Kekerasan Simbolik Terhadap Perempuan Pada Sinetron. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(02), 195-211.