PERSUASI
Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Ilmu Komunikasi

PERSUASI (Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Ilmu Komunikasi)
Volume 1 Nomor 2, Halaman 123-133, September 2024

Tersedia secara daring pada:
http://jtam.ulm.ac.id/index.php/persuasi

Analisis Resepsi Komentar Khalayak tentang *Childfree* pada Konten YouTube Gita Savitri (Studi pada Konten "*Childfree*: Serba Salah di Mata Warganet | PagiPagi eps.32")

Misbahul Musfirah[1], Bachruddin Ali Ahmad[2]
[1,2]Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin
Surel: misbahulmusfirah25@gmail.com

Abstrak. Di Indonesia, isu *childfree* masih dianggap asing karena budaya yang dominan mengharapkan setiap pasangan yang menikah untuk memiliki anak. Dengan munculnya pernyataan dari seorang *influencer* Indonesia bernama Gitasav yang menyatakan ketidakinginan untuk memiliki anak dalam konteks pernikahannya, isu mengenai *childfree* telah menjadi perbincangan besar dalam masyarakat. Fenomena ini menimbulkan perhatian serius terhadap pandangan masyarakat terhadap konsep keluarga dan pernikahan, serta menyoroti kompleksitas nilai-nilai yang mendasarinya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana informan merespons pernyataan *childfree* yang diungkapkan oleh Gita Savitri dalam tayangan YouTubenya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, menggunakan metode studi resepsi Stuart Hall untuk memahami bagaimana informan menerima dan memaknai fenomena sosial tersebut sesuai dengan posisi audiens milik Stuart Hall, *yaitu dominat hegemonic position, negotiated position,* dan *oppositional position*. Data primer dan sekunder dikumpulkan melalui analisis isi komentar, wawancara mendalam, studi literatur, dan dokumentasi.Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat variasi pemaknaan informan terhadap pernyataan *childfree* Gita Savitri, namun kategori pemaknaan di dominasi oleh *negotiated position*. Terdapat 40 komentar mendukung dominan hegemonik, 110 komentar pada posisi negosiasi, dan 60 komentar oposisi. Peneliti netral dan mengakui validitas semua perspektif. Pilihan *childfree* adalah keputusan pribadi yang harus dihormati, tetapi sebagai *influencer*, pandangan tersebut sebaiknya tidak dibahas di publik karena dapat mempengaruhi pengikut, sehingga diperlukan tanggung jawab dalam menyampaikan pandangan di media sosial.

Kata Kunci: *Childfree,* Gitasav, Komentar, Resepsi, YouTube

Cara Sitasi: Musrifah, M., & Ahmad, B. A. (2024). Analisis resepsi komentar khalayak tentang *childfree* pada konten youtube gita savitri (studi pada konten "*childfree*: serba salah di mata warganet | pagipagi eps.32"). *Persuasi,* 1(2): 123-133.

PENDAHULUAN

Berpartisipasi dalam aktivitas media sosial saat ini telah menjadi suatu kebutuhan esensial dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, serta telah menjelma menjadi suatu rutinitas yang tidak dapat dipisahkan. Fenomena ini dapat dijelaskan oleh penggunaan platform digital tersebut yang tidak hanya bersifat rekreatif semata, melainkan juga berperan sebagai sarana komunikasi antarindividu dan sebagai sumber informasi yang di inginkan. Terlepas dari kesadaran individu terhadap hal ini, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap kehidupan sehari-hari serta cara pandang kita terhadap berbagai hal. Kebanyakan kekhawatiran tentang pengaruh media adalah untuk mengubah sikap seseorang (Afifah, 2019).

Dalam studi yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) antara 10-27 Januari 2023, 65,41% responden menyatakan bahwa orang Indonesia lebih sering menggunakan YouTube daripada media sosial lainnya (Sadya, 2023). YouTube merupakan salah satu bagian dari social networking yang dapat menciptakan hubungan interaksi dan komunikasi yang sangat dekat antara para penggunanya (Diana Wahyuni, 2020). YouTube merupakan salah satu platform media baru yang kian banyak digunakan sebagai wadah untuk mengekspresikan diri, memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video tanpa dikenakan biaya. Keberhasilan popularitas YouTube dapat diatribusikan pada perannya sebagai platform bagi individu untuk membagikan narasi pribadi mereka kepada komunitas yang lebih luas, dengan fokus pada pengalaman hidup masing-masing.

Public figure saat ini menggunakan YouTube sebagai platform untuk mengupload video blog (vlog) yang dapat diakses publik untuk melihat aktivitas sehari-hari mereka. Selain itu, YouTube adalah tempat untuk orang-orang dapat membagikan karya mereka untuk dinikmati banyak orang. YouTube juga menawarkan kepada publik tentang berbagai topik yang mungkin kita sukai, seperti masalah sosial, politik, ekonomi, dan pendidikan. Pengguna YouTube dapat mengunggah video serta membagikan ide mereka di kolom komentar yang disediakan. Setiap pengguna dapat meninggalkan komentar pada video yang ditonton, sesuai dengan kesan yang mereka.

Salah satu saluran YouTube yang terkenal dengan konten yang positif dan menginspirasi adalah saluran milik Gita Savitri Devi atau yang lebih dikenal sebagai Gitasav. Gita menyadari bahwa ada kekurangan dalam konten pendidikan di platform YouTube, terutama dari para YouTuber Indonesia saat mereka baru memulai karier sebagai *vlogger*. Gita menegaskan bahwa, meskipun mayoritas konten dari YouTuber Indonesia memiliki kualitas yang bagus, fokus utama dari program-program mereka tersebut cenderung terpusat pada gaya hidup (life style) dan tren yang sedang populer. Dalam konteks ini, Gita memutuskan untuk memulai inisiatif dengan menciptakan tayangan alternatif. Inisiatif tersebut difokuskan pada penyediaan informasi yang membangkitkan semangat, melalui produksi konten edukatif yang juga memiliki unsur inspirasional.

Baru-baru ini, di saluran YouTube miliknya, berita mengenai seorang *influencer* bernama Gita Savitri Devi yang mengumumkan keputusannya untuk tidak memiliki anak telah menimbulkan kontroversi yang signifikan. Perspektif yang diungkapkan mengenai *childfree* dalam kontennya telah mendapatkan perhatian publik yang luas, dan mayoritas masyarakat Indonesia menilai bahwa pandangan tersebut merupakan suatu hal yang kontroversial. Dengan munculnya pernyataan dari seorang *influencer* Indonesia yang

menyatakan ketidakkeinginan untuk memiliki anak dalam konteks pernikahannya, isu mengenai *childfree* telah menjadi perbincangan besar dalam masyarakat. Fenomena ini menimbulkan perhatian serius terhadap pandangan masyarakat terhadap konsep keluarga dan pernikahan, serta menyoroti kompleksitas nilai-nilai yang mendasarinya.

Dalam video yang diunggah di kanal YouTube dengan judul "*Childfree*: Serba Salah Di Mata Warganet | PagiPagi eps.32", Gitasav secara terinci menjelaskan bahwa ketidakmempunyai anak merupakan suatu pilihan hidup yang telah dipertimbangkan. Gitasav mengambil keputusan untuk menjalani pola hidup *Childfree* dengan pertimbangan bahwa ia merasa tidak dapat memenuhi tanggung jawab orangtua dengan baik dan khawatir dapat menyebabkan dampak negatif bagi potensi anak yang belum lahir. Kelompok yang mendukung pandangannya berpendapat bahwa Gita berhak menentukan cara hidupnya, dan oleh karena itu, keputusannya untuk tidak memiliki anak seharusnya dihormati sebagai hak pribadi yang sah. Sebaliknya, kelompok yang berlawanan dengan pandangannya menyatakan bahwa opsi untuk tidak memiliki anak dianggap tidak tepat, terutama jika dilihat dari perspektif agama dan nilai-nilai patriarki.

Konsep *childfree* merujuk pada keputusan yang diambil oleh individu atau pasangan untuk tidak memiliki anak sebagai bagian dari pilihan hidup mereka (Budiman, 2021). Istilah ini menggambarkan suatu keputusan yang disengaja untuk tidak melibatkan diri dalam pengasuhan anak, dengan pertimbangan berbagai faktor seperti tanggung jawab orangtua, dampak emosional, atau pertimbangan lainnya. Individu atau pasangan *childfree* adalah mereka yang saat ini tidak memiliki anak dan tidak menginginkannya di masa depan (Jennifer Watling Neal, 2021). Hal ini telah diakui dalam literatur setidaknya sejak tahun 1970-an.

Tidak memiliki keturunan merupakan suatu pilihan yang memiliki dampak signifikan terhadap dinamika kehidupan bersama suami dan istri. Keputusan ini tidak hanya mempengaruhi aspek individual, tetapi juga membawa implikasi yang lebih luas bagi masyarakat Indonesia. Konsep umum yang menghubungkan keluarga besar dengan keberuntungan, seperti dalam pepatah "banyak anak, banyak rezeki," menunjukkan perbedaan pandangan yang kontras terhadap prinsip *childfree*. Di samping itu, perlu dicatat bahwa mayoritas masyarakat Indonesia menganut agama Islam yang meyakini bahwa kelahiran anak setelah pernikahan dianggap sebagai anugerah.

Melihat permasalahan dan kejadian yang dijelaskan, peneliti menaruh perhatian khusus untuk meneliti lebih dalam mengenai bagaimana masyarakat di Indonesia mengartikan makna dari fenomena "*childfree*" yang tersebar melalui konten video dalam konteks pernyataan "*childfree*" yang disampaikan oleh Gita Savitri melalui saluran YouTube-nya. Penelitian ini dianggap penting dilakukan karena masih minimnya kajian tentang resepsi khalayak terhadap topik *childfree* di platform digital seperti YouTube, khususnya dalam konteks budaya Indonesia yang cenderung mendukung norma keluarga konvensional. Selain itu, melalui penelitian ini kita dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran media sosial, khususnya dalam konteks pengekspresian pendapat yang damai tanpa mengancam integritas fasilitas umum. Peneliti akan melakukan pengkategorian terhadap tanggapan masyarakat menjadi tiga klasifikasi utama, yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi. Setiap klasifikasi tersebut akan dikelompokkan berdasarkan respons positif dan negatif yang termanifestasikan dalam komentar-komentar terhadap konten tersebut.

METODE

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang menekankan pada penjelasan, signifikansi, dan deskripsi suatu peristiwa tertentu. Menurut Danin 2002 dalam (Ismail Suardi Wekke, 2019), berpendapat Penelitian kualitatif percaya bahwa fakta adalah objek yang bergerak dan dipelajari melalui proses pemeriksaan terhadap orang-orang dalam konteks interaksinya dengan konteks sosial yang sudah ada sebelumnya. Sedangkan tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai suatu kejadian yang ada. Setelah informasi mengenai faktor-faktor penyebab terjadinya suatu 'peristiwa' diketahui, barulah dapat disajikan uraian secara rinci, berurutan, dan obyektif (Azwardi, 2018). Penelitian ini menggunakan studi resepsi untuk mengkaji bagaimana suatu fenomena sosial yang ada dalam penelitian melalui media sosial YouTube diterima atau dipahami. Analisis resepsi berkaitan dengan studi mengenai makna, produksi serta pengalaman khalayak akan kaitannya berinteraksi melalui teks media. Penelitian ini memanfaatkan teori penerimaan Stuart Hall untuk menganalisis konten Gitasav yang terkait dengan fenomena *childfree* melalui komentar yang ada di platform YouTube. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam serta memfasilitasi proses pengkategorian terhadap tanggapan audiens, baik yang bersifat positif, negatif, maupun netral, sehingga memperkaya analisis yang dilakukan. Maka subjek daripada penelitian ini ialah komentar khalayak terkait *childfree*, dalam hal ini tayangan dari kanal YouTube Gita Savitri dengan judul "*Childfree*: Serba Salah Di Mata Warganet | PagiPagi eps.32".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gita Savitri Devi merupakan seorang kreator konten asal Indonesiayang terkenal karena aktifitasnya di platform YouTube. Gita lahir di Palembang pada tanggal 27 Juli 1992, namun sejak kecil tinggal di Jakarta. Pada tahun 2010, saat berusia 18 tahun, Gita melanjutkan studi di Freie *University*, Berlin, Jerman, dengan mengambil jurusan Kimia Murni, dan berhasil menyelesaikan gelar sarjana dan magister di sana. Gita pertama kali membuat akun YouTube pada tahun 2009 saat masih SMA, awalnya berisi video cover lagu. Namun ketika berada di Jerman, ia mulai membuat konten tentang kehidupan sehari-hari, perjalanan, berbagi pengalaman dengan teman-teman Indonesia, dan menyampaikan pendapatnya tentang berbagai isu seperti politik, sosial, budaya, agama, dan lainnya.

Sebagai *influencer*, Gita sering berbagi informasi tentang kegiatan, program, merek yang dipromosikan, dan pendapatnya tentang berbagai isu di saluran YouTube-nya dengan 1,33 juta pelanggan. Kanal YouTube miliknya telah menjadi wadah bagi pemirsa untuk mengeksplorasi pemikiran dan pandangan tentang berbagai isu yang relevan dalam

konteks kehidupan sehari-hari. Dengan pendekatan yang beragam dan konten yang informatif, kanal Gita Savitri Devi menarik perhatian berbagai segmen audiens. Gitasav *channel* ini memiliki video yang telah di upload padaYouTube dengan jumlah 531 video, pengikut yang mencapai 1,32 juta pengikut, serta telah ditonton sebanyak 125.388.437 kali. Salah satu video dikanal YouTubenya yang menarik perhatian masyarakat adalah pembahasan mengenai keputusan mereka untuk menjalani kehidupan tanpa anak. Dalam video tersebut, Gita menjelaskan bahwa keputusan untuk tidak memiliki anak merupakan hasil dari diskusi yang mendalam dengan suaminya.

Konten YouTube yang berjudul "*Childfree*: Serba Salah Di Mata Warganet" oleh kanal Gitasav membahas tentang pengalaman pribadi seputar kontroversi *Childfree* dan respon negatif dari warganet. Dalam konten tersebut, Gita mengungkapkan bahwa beberapa hari terakhir merekamenjadi buah bibir di media sosial setelah konten mereka tentang *Childfreestance* menjadi trending. Secara keseluruhan, konten tersebut menyampaikan pesan tentang pentingnya menghormati keputusan individu dan tidak menghakimi orang lain berdasarkan pilihan hidup mereka. Gita juga menekankan perlunya sikap toleransi dan pengertian dalam berinteraksi dengan sesama.

Peneliti akan menyajikan data dan temuan dari studi mengenaipersepsi penonton terhadap episode konten YouTube berjudul "*Childfree*:Serba Salah Di Mata Warganet | PagiPagi eps.32" yang diproduksi olehGitasav. Peneliti akan menguraikan hasil penelitian secara kualitatif, menggunakan analisis isi komentar, wawancara, serta tinjauan literatur yang relevan. Proses analisis dimulai dengan tahap pengumpulan data komentar, di mana 2,1 ribu komentar dari konten "*Childfree* : Serba Salah Di Mata Warganet" dikumpulkan dan diperiksa secara menyeluruh. Setelah data terkumpul, dilakukan tahap reduksi data dengan menerapkan teknik *purposive sampling*. Agar penelitian menjadi lebih fokus dan terarah, tahap reduksi data kemudian dibagi menjadi dua tahapan.

Pada tahap reduksi pertama, diterapkan kriteria informan penelitian yang bertujuan untuk menyaring komentar yang relevan dengan topik *childfree* serta memenuhi kriteria tertentu seperti kesesuaian dengan konteks diskusi, kejelasan argumen, komentar bukan balasan dari komentar lainnya, komentar tidak hanya berupa hastag, tidak berupa promosi, tidak hanya memuat *emoticon* tanpa penjelasan dan tidak mengandung unsur *spam* atau *off-topic*. Melalui kriteria tersebut, hasil dari tahap reduksi pertama ini menunjukkan bahwa dari total 2,1 ribu komentar awal, sebanyak 552 komentar memenuhi kriteria informan penelitian yang pertama. Komentar-komentar ini menunjukkan berbagai perspektif warganet mengenai konsep *childfree* yang dibahas oleh Gitasav. Tahap reduksi kedua dilakukan dengan menerapkan kriteria informan penelitian yang lebih spesifik, bertujuan untuk menyaring komentar yang memberikan argumen mendalam dan memiliki relevansi tinggi dengan topik penelitian. Kriteria ini mencakup aspek seperti kedalaman analisis atau refleksi mengenai topik *childfree*, komentar harus mencerminkan berbagai perspektif dan pandangan mengenai topik *childfree*, komentar harus jelas bukan hanya pernyataan singkat atau tidak jelas dan kontribusi signifikan terhadap pemahaman topik *childfree*. Dari 552 komentar yang lolos reduksi pertama, sebanyak 210 komentar memenuhi kriteria informan penelitian yang kedua.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Pengkategorian Resepsi Komentar

No	Posisi Resepsi	Jumlah Komentar
1	*Dominan Hegemonic*	40 komentar
2	*Negotiation*	110 komentar
3	*Opositional*	60 komentar

Berdasarkan tabel di atas, ditemukan hasil bahwa konten Gitasav episode "*Childfree*: Serba Salah Di Mata Warganet" khalayak cenderung berkomentar dalam kategori *Negotiated position*, yaitu mencapai 110 komentar. Dalam kategori negosiasi, ditemukan bahwa mayoritas responden menunjukkan sikap yang menghargai dan memahami pilihan *childfree*, meskipun mereka mungkin tidak sepenuhnya setuju dengan keputusan tersebut. Kemudian komentar yang cukup banyak di lontarkan oleh khalayak yaitu pada resepsi *Oppositonal position* ada sebanyak 60 komentar. Pada khalayak yang meresepsi dengan *Oppositonal position* (posisi yang berlawanan) terhadap pandangan *childfree* yang diutarakan oleh Gitasav cenderung mengekspresikan pandangan bahwa dalam agam Islam, memiliki anak dianggap suatu keberkahan dan kewajiban. Kemudian resepsi yang paling sedikit yaitu pada resepsi *Dominant hegemonic position* yaitu sebanyak 40 komentar. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa pilihan untuk hidup tanpa anak (*childfree*) semakin diterima dan dipandang sebagai keputusan bijak oleh berbagai kalangan masyarakat, terutama di kalangan warganet. Pandangan ini menunjukkan adanya pergeseran nilai-nilai dalam masyarakat Indonesia, di mana keputusan untuk tidak memiliki anak mulai diterima sebagai bagian dari pilihan hidup yang sah dan terhormat.

Pembahasan

Saat mengkaji resepsi komentar khalayak terhadap isu *childfree* yang disampaikan oleh Gitasav melalui saluran YouTube-nya, penelitimenemukan beragam resepsi yang tercermin dari pengalaman dan pengetahuan masing-masing informan. Penelitian ini mengadopsi teori resepsi oleh Stuart Hall, yang memperjelas proses penyampaian pesan kepada khalayak dan penerimaan mereka terhadap konten episode tersebut. Sebagai seorang komunikator, Gitasav akan merencanakan dan memilih ide serta fenomena sosial yang akan dibagikannya kepada pengikutnya di platform YouTube. Tahap ini menghasilkan pembentukan kode dari fenomena sosial menjadi sebuah pesan, yang dikenal sebagai 'struktur makna 1'. Khalayak tidak secara langsung menerima struktur makna yang disampaikan oleh produsen, melainkan mereka mendapatkannya dari konten yang disajikan di saluran YouTube. Oleh karena itu, interpretasi terhadap pesan dapat bervariasi secara signifikan dan sepenuhnya bergantung pada penonton sebagai penerima pesan.

Konsep *encoding-decoding* yang diperkenalkan oleh Stuart Hall dapat digunakan untuk menjelaskan aktivitas resepsi ini. Hasil penerjemahan (*decoding)* yang didapatkan akan dimasukkan ke dalam kategori tertentu agar memudahkan proses analisis (Krisyantono, 2014). Kategori yang dimaksudkan adalah klasifikasi posisi pemaknaan khalayak menurut Stuart Hall, yaitu *Dominant hegemonic position*, *Negotiated position*, dan *Oppositional position*. Proses dekonstruksi pesan dalam konten *childfree* Gitasav dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengetahuan, latar belakang, budaya,dan psikologis penonton.

Stuart Hall menjelaskan konsep *Dominant hegemonic position* sebagai keadaan di mana media menyampaikan pesan yang kemudian diterima sepenuhnya oleh khalayak tanpa adanya penolakan atau ketidaksetujuan. Hal ini menghasilkan persepsi yang sama persis dengan yang dimaksudkan oleh produsen pesan. Dalam konteks analisis isi komentar YouTube Gitasav pada konten *childfree* nya, terdapat 40 komentar yang menunjukkan pemahaman yang sejalan dan menyetujui apa yang disampaikan. Dengan kata lain, makna yang dikodekan (*encoded*) oleh pengirim pesan dapat diterjemahkan (*decoded*) oleh penerima ke dalam persepsi yang sama. Komentar yang berada pada kategori *Dominant hegemonic position* sebagian besar berpendapat bahwa *childfree* merupakan pilihan bijak, terutama jika seseorang belum siap untuk memiliki anak. Hal ini terlihat dari pernyataan:

"Jadi buatku, childfree itu keputusan bijak, jika sekiranya tidak siap punya anak"-@alfatahyasin7383,

"gw childfree… gw hidup pas2an. ga tega gue mengundang keturunan gue ke dunia yg udah ga asik."- @fattahmorgana

Beberapa komentar menyoroti pentingnya menyadari tanggung jawab dalam memiliki anak, dan bahwa anak tidak harus dilahirkan jika situasi tidak mendukung. Ini tercermin dalam pernyataan:

"Anak ga minta loh d lahirin,, jangan sampai kita ngelahirinanak tapi cuma buat mereka menderita."- @nurulilmadarajat2493

Berdasarkan tanggapan yang diberikan oleh beberapa individu, terdapat beberapa faktor yang menjadi alasan mengapa seseorang menyetujui pernyataan *childfree* yang disampaikan oleh Gitasav, diantaranya yaitu faktor kesadaran akan tanggung jawab yang besar dalam membesarkan anak menjadi faktor penting. Beberapa responden menyatakan bahwa membesarkan anak adalahkeputusan besar yang memerlukan kesiapan fisik, mental, dan finansial yang tinggi. Ketidaksiapan ini dapat berkaitan dengankondisi kesehatan, stabilitas finansial, dan kesiapan emosional. Adanya pemikiran bahwa memiliki anak bukanlah sebuah kewajiban, tetapi sebuah pilihan yang memerlukan pertimbangan matang, menjadi pendorong bagi sebagian individu untuk memilih *childfree*.

Pada kategori *Negotiated position*, terdapat 110 informan yang berada pada kategori ini. Mereka menerima sebagian dari pesan yang disampaikan oleh Gitasav mengenai *childfree*, namun mereka juga menunjukkan ketidaksetujuan terhadap beberapa aspek sesuai dengan konteks individu masing-masing. Misalnya, komentar "Dan saya memahami Gita dan menghargai pendapatnya, menghargai pilihan hidupnya beserta alasan alasannya" menunjukkan bahwa komentator menghargai pilihan Gita meskipun mungkin tidak sepenuhnya setuju dengan pandangan *childfree*. Komentar seperti "Git. Aku cuma mau bilang. *No matter ur comment yang jadi kontroversi. I respect your decision*" juga menegaskan sikap menghormati keputusan pribadi meskipun ada kontroversi.

Beberapa komentar lainnya, seperti "*I think everyone knows that life has many choices, but it turns out that not everyone can appreciate or even try to understand other people's choices,*" menekankan bahwa sementara hidup penuh dengan pilihan, tidak semua orang mampu menghargai atau mencoba memahami pilihan orang lain. Ini menunjukkan pemahaman bahwa perbedaan pendapat adalah alami dan harus dihormati. Faktor-faktor yang menyebabkan seseorang berada dalam kategori negosiasi meliputi latar belakang pengalaman pribadi, nilai-nilai budaya, pendidikan, dan pemahaman individu terhadap konsep yang dibahas. Misalnya, seseorang yang telah terbiasa dengan nilai-nilai tradisional

tetapi juga memiliki pandangan terbuka terhadap perubahan sosial mungkin akan berada dalam posisi negosiasi. Mereka mampu melihat dan menghargai alasan di balik pilihan "*childfree*" meskipun mereka tidak sepenuhnya setuju atau menerapkannya dalam hidup mereka sendiri. Dalam konteks ini, analisis menunjukkan bahwa penerima pesan dalam kategori negosiasi cenderung memiliki sikap yang lebih fleksibel dan toleran, memungkinkan mereka untuk menggabungkan pandangan mereka sendiri dengan pemahaman terhadap pandangan orang lain. Ini menunjukkan kompleksitas dalam proses *decoding* pesan media dan pentingnya latar belakang serta konteks individu dalam mempengaruhi interpretasi pesan.

Metode terakhir yang dilakukan oleh khalayak dalam proses dekoding pesan media adalah melalui tindakan "oposisi," di mana audiens kritis mengubah atau menafsir ulang pesan atau kode yang disampaikan oleh media dengan pesan atau kode alternatif. Dari hasil penelitian, terdapat 60 komentar berada pada kategori ini. Individu yang berada dalam *Oppositional position* memiliki pemahaman yang berlawanan dengan isi pesan yang disampaikan oleh Gitasav. Mereka memahami makna yang disampaikan, namun menentangnya berdasarkan pada pengalaman dan pandangan pribadi mereka yang berlawanan. Pandangan oposisi ini disampaikan oleh komentar seperti,

"*Kehilangan ini membuat saya menyesal menjadi anak satu-satunya dan juga membuat saya bersyukur karena saya memilih menikah dan menjadi ibu*" mengungkapkan rasa syukur individu tersebut terhadap pilihan memiliki anak, yang berlawanan dengan prinsip *childfree*. Ini mencerminkan pengodean ulang pesan dengan latar belakang pengalaman pribadi sebagai seorang ibu yang merasa bahwa memiliki anak membawa kebahagiaan.*"Saya heran kalo ada seorang muslim/muslimah yang 'menghalalkan' childfree"*,menunjukkan penolakan dari perspektif agama, di mana pilihan *childfree* dianggap bertentangan dengan nilai-nilai keagamaan yang dianut. Demikian pula, komentar seperti, "*Gimana kalo ada ruh yang ingin dititipkan oleh Allah kepada kalian. Bukankah prinsip childfree itu menolak titipan Allah*", juga mendekode pesan *childfree* sebagai penolakan terhadap perintah atau anugerah ilahi. "*Anak ga bertanggung jawab atas hidup anda. jadi stress itu jangan dijustifikasi karena anak*" menolak narasi bahwa anak adalah sumber stres, mengode ulang pesan dengan pandangan bahwa stres adalah hasil dari kondisi lain yang tidak seharusnya dibebankan pada anak. Ini menunjukkan bagaimana interpretasi pesan bisa berbeda berdasarkan pandangan tentang tanggung jawab dan kebahagiaan.

Melalui analisis ini, terlihat bahwa khalayak dengan latar belakang yang berbeda mengode ulang pesan *childfree* dengan cara yang beragam, mencerminkan pengalaman, keyakinan, dan nilai-nilai mereka sendiri. Respon yang beragam ini menunjukkan bahwa proses penerimaan dan interpretasi pesan sangat dipengaruhi oleh konteks individu, yang merupakan inti dari teori resepsi Stuart Hall Berdasarkan tanggapan yang disampaikan, terdapat beberapafaktor yang menyebabkan seseorang berada dalam *Oppositional position* terhadap pernyataan *childfree* Gitasav diantaranya yaitu menyangkut norma dan nilai budaya. Selain itu, terdapat faktor terkait pengalaman pribadi dan sosial. Beberapa tanggapan menekankan pentingnya pengalaman pribadi dan pandangan sosial terhadap keputusan *childfree*. Ada yang merasa bahwa pengalaman menjadi orang tua merupakan bagian penting dari kehidupan yang membawa kebahagiaan, sementara yang lain

menghargai kebebasan dan fleksibilitas yang didapat dengan tidak memiliki anak.

Resepsi khalayak terhadap konten YouTube Gitasav tentang *childfree* menunjukkan variasi dalam penafsiran dan pemahaman yang dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, agama, dan psikologis. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh psikolog, Ibu Shanty Komalasari. Beliau juga berpendapat bahwa, meskipun ada penerimaan dan pemahaman yang luas, terdapat juga ketidaksetujuan dan penolakan terhadap pandangan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kompleksitas dalam cara masyarakat menanggapi dan menafsirkan topik yang masih tabu dan kurang dipahami seperti *childfree*. Dengan menyadari kompleksitas ini, masyarakat dapat lebih terbuka terhadap diskusi yang mendalam, pemahaman yang lebih baik, dan penilaian yang lebih matang terhadap isu-isu yang sensitif. Setiap individu memiliki hak untuk menyampaikan pendapatnya sesuai dengan kebebasan berbicara dan berpendapat. Begitu pula dengan hak setiap individu untuk membahas isu yang sedang ramai dimasyarakat.

Menurut Bu Shanty Komalasari, ada beberapa pola perilaku atau pemikiran yang mungkin dimiliki oleh orang yang merespon dengan *dominant hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position* terhadap konten *childfree* di platform media sosial. Beliau mengatakan bahwa Orang yang merespons *dominant hegemonic position*, cenderung memiliki pemikiran terbuka terhadap variasi pilihan hidup dan menghargai kebebasan individu dalam membuat keputusan. Mereka mungkin lebih condong pada perspektif bahwa setiap orang memiliki hak untuk menentukan jalur kehidupan yang sesuai dengan keinginan dan nilai-nilai pribadi mereka. Orang yang merespon *negotiated position* cenderung memiliki sikap yang lebih objektif dan cenderung melihat isu dari berbagai sudut pandang tanpa terlalu memihak pada satu pihak. Mereka mungkin lebih fokus pada pemahaman yang luas tentang kompleksitas topik tersebut dan bersedia mendengarkan argumen dari semua pihak. Sedangkan orang yang merespon dengan *oppositional position* cenderung menempatkan nilai-nilai tradisional atau normatif dalam menilai kehidupan dan sering kali melihat keberadaan anak sebagai bagian integral dari kebahagiaan dan tujuan hidup. Mereka mungkin merasa terancam oleh pandangan yang berbeda, merasa bahwa pilihan hidup *childfree* dapat mengancam norma-norma sosial yang ada.

PENUTUP

Penelitian mengenai analisis resepsi merupakan studi yang berfokus pada bagaimana pemirsa memaknai suatu konten. Peneliti menggunakan metode analisis resepsi dengan melibatkan informan khalayak yang memberikan komentar pada konten *childfree* Gitasav serta melakukan wawancara mendalam dengan seorang psikolog Dari hasil penelitian yang telah diperoleh peneliti menunjukkan bahwa resepsi komentar khalayak pada konten *childfree* dalam kanal YouTube Gitasav di dominasi oleh *negotiated position.* Khalayak cenderung merespon dengan pendapat yang menghormati dan menghargai perbedaan pandangan terkait keputusan *childfree* yang disampaikan dalam konten tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas khalayak mengakui kompleksitas dan variasi pengalaman individu dalam memilih untuk tidak memiliki anak, serta menerima bahwa setiap keputusan tersebut didasarkan pada pertimbangan yang berbeda-beda. Dalam

konteks keagamaan, khususnya dalam masyarakat Indonesia yang nilai-nilai agamanya kuat, keputusan untuk *childfree* tentunya bisa menjadi topik yang kontroversial. Beberapa tradisi agama menekankan pentingnya keluarga dan reproduksi sebagai bagian dari kewajiban moral dan spiritual. Namun demikian, peneliti juga mencatat bahwa dalam banyak tradisi agama, terdapat ruang untuk interpretasi dan adaptasi terhadap konteks modern. Diskusi keagamaan yang inklusif dan reflektif memungkinkan adanya dialog yang lebih terbuka mengenai pilihan hidup seperti *childfree,* dengan mempertimbangkan kondisi dan alasan yang mendasari keputusan tersebut. Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa opini publik mengenai *childfree* adalah beragam dan kompleks, mencerminkan berbagai nilai dan norma yang ada dalam masyarakat. Posisi netral ini memberikan ruang bagi diskusi yang konstruktif dan inklusif tentang topik yang sensitif ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segenap rasa bangga dan terima kasih saya sampaikan kepada kedua orangtua saya, Ayah Zainal Ilmi (Alm) dan Ibu Nur Jannah, yang telah memberikan pedoman dan dukungan sepanjang perjalanan hidup saya. Semoga saya dapat menjadi apa yang mereka inginkan dan memberikan kebanggaan bagi mereka.

Saya juga berterima kasih kepada dosen pembimbing saya, Bapak Prof. Dr. Drs. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si yang telah ikhlas dalam memberikan bimbingan, ilmu, kritik dan saran yang membangun. Tak lupa, juga terima kasih kepada para dosen dan staff pengajar yang telah memberikan dukungan dan motivasi sampai detik ini, serta semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, saya haturkan rasa terima kasih yang mendalam, meskipun tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada saya. Akhir kata, saya berharap artikel ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya dan dapat menjadi sumbangsih bagi ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

Adi, T. N. (2012, Februari 16). *Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi.* Retrieved from sinaukomunikasi.

Afifah, N. (2019). ENCODING-DECODING KHALAYAK TENTANG KEKERASAN VERBAL DALAM VIDEO GAMING REZA ‘ARAP’ OKTOVIAN (STUDI ANALISIS AUDIENS STUART HALL). . *Lektur Jurnal Ilmu Komunikasi*, 159-170.

Agistian Fathurizki, R. M. (2018). Pornografi Dalam Film: Analisis Resepsi Film 'Men, Women & *Childfree*. *ProTVF*, 3.

Akhmad, B. A. (2022). *Komunikasi Organisasi.* Yogyakarta: Aswaja Pressindo.

Azwardi. (2018). *Metode Penelitian: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.* Aceh: Syiah Kuala University.

Budiman, A. (2021, September 26). Tanpa Anak dan Bahagia, Mengapa Tidak?

Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Burton, G. (1999). *Pengantar Untuk Memahami: Media Dan Budaya Populer.* Yogyakarta: Jalasutra.

Diana Wahyuni, Y. S. (2020). ANALISIS RESEPSI PENONTON TERHADAP PESAN VIDEO "SAYA MUALAF BILA" DI AKUN CHANNEL. *SENGKUNIJournal – Social Sciences and Humanities*, 15-27.

Efendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.* Bandung: Remaja Rosda Karya.

Elvinaro Ardianto, L. K. (2017). *Komunikasi massa : suatu pengantar.* Bandung: Simbioasa Rekatama Media.

Ida, R. (2014). *Metode Penelitian dan Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Kencana Media Grup.

Ismail Suardi Wekke, d. (2019). *METODE PENELITIAN SOSIAL*. Yogyakarta: Gawe Buku.

Jennifer Watling Neal, Z. (2021). Prevelance and characteristics of *childfree* adults in Michigan. *PLOS ONE*, 1-18.

Krisyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory.* London: Sage.

Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Nurudin. (2006). *Pengantar komunikasi massa.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi (edisi revisi).* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Sadya, s. (2023, June 6). APJII: YouTube Jadi Media Sosial Favorit Warga Indonesia Artikel ini telah tayang di Dataindonesia.id dengan judul "APJII: YouTube Jadi Media Sosial Favorit Warga Indonesia".

Setyo Eka Rofi, W. N. (2020). ANALISIS RESEPSI PADA CHANNEL YOUTUBE GAMING "KIMI HIME". *Interaksi Online*, 75-82.

Sopiah. (2018). *Perilaku Organisasional.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Surokim, R. Y. (2016). *RISET KOMUNIKASI: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula (Vol. viii).* Jawa Timur: Pusat Kajian Komunikasi Publik.