

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial merupakan media baru yang kehadirannya mampu memberikan perubahan besar dalam penyampaian pesan karena kecepatannya dalam proses pertukaran informasi. Beberapa fungsi dari media sosial menurut (McQuail, 1996) diantaranya: 1) Memberi informasi terkait dengan kondisi serta peristiwa yang ada pada masyarakat. 2) Memberi informasi mengenai deskripsi, interpretasi, dan respon terhadap makna peristiwa serta informasi; bersosialisasi dan membuat permufakatan. 3) Memberi informasi semacam pelestarian dan peningkatan nilai – nilai; mengakui budaya khusus dan mengekspresikan budaya mayoritas. (4) Sebagai media hiburan untuk mengalihkan perhatian dari ketegangan sosial. (5) Menjadi media penyampaian tujuan masyarakat mengenai pembangunan, pekerjaan, agama, dan politik. Namun media sosial tidak hanya digunakan sebagai tempat untuk berbagi informasi dan berinteraksi, saat ini media sosial sebagai ruang publik yang menjadi salah satu media yang efektif bagi penggunanya sebagai wadah pertukaran informasi, salah satunya penyampaian opini kepada publik. Oleh karena itu pengguna media sosial merasa lebih bebas untuk berpendapat atau mengutarakan opininya tanpa adanya batasan. Data yang ditampilkan (*We are Social*) *Indonesian Digital Report 2022*, menunjukkan waktu yang digunakan oleh pengguna internet untuk mengakses media sosial rata-rata setiap hari mencapai 3 jam 17 menit. Media seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan Whatsapp adalah produk teknologi media baru yang kini sedang digemari semua kalangan.

Pengguna media sosial yang berperan dalam memberikan informasi terkait isu tertentu kepada khalayak sering disebut sebagai *social media influencer*. *Social media influencer*

memberikan kontribusi yang signifikan dalam membagikan sejumlah informasi terkait isu tertentu kepada masyarakat luas, terutama pada kalangan pengguna media sosial. Isu yang dibahas biasanya seperti gaya hidup, kesehatan, memasak, hobi, atau topik tertentu. Seorang *influencer* berpengaruh, terhubung, dan seringkali menjadi *trendsetter* bagi para pengikutnya. Selain itu *influencer* juga sering dianggap sebagai pemimpin opini pada platform media sosial mengenai suatu topik tertentu (Anjani & Irwansyah, 2020). *Social media influencer* saat ini memberikan pengaruh yang besar bagi pola komunikasi publik. Mayoritas *influencer* masuk dalam kategori selebritas, *opinion leader*, *micro influencer*. *Influencer* dalam kategori selebritas ini merupakan seorang selebriti, aktor, aktris ataupun *public figure* lain yang memiliki kepentingan namun memiliki kemampuan terendah untuk mengarahkan tindakan. *Influencer* dalam kategori *opinion leader* memiliki kemampuan untuk menyampaikan suatu tindakan dan dapat memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap para pengikutnya (Anjani & Irwansyah, 2020). Biasanya seorang *influencer* menggunakan fitur suka, komentar, kolom tanya jawab, dan *direct message* (DM) untuk berinteraksi langsung dengan para pengikutnya. Gita Savitri Devi merupakan salah satu *influencer* yang aktif dalam menggunakan media sosial. Gita sangat aktif dalam membagikan cerita pengalaman pribadi, cerita kegiatan sehari-hari, ataupun opini mengenai isu yang sedang beredar melalui media sosial pribadinya (Instagram 900 ribu pengikut, Youtube 1,3 juta subscribers).

Beberapa waktu lalu muncul istilah *childfree* yang berhasil menarik perhatian publik dan menjadi perbincangan hangat di media sosial. Salah satu influencer bernama Gita Savitri Devi berhasil mengundang perhatian publik karena kesepakatannya bersama suami yang memutuskan untuk *childfree*. Gita menyatakan bahwa dirinya tidak mempunyai rencana untuk mempunyai anak, Gita juga tidak pernah mempunyai keinginan untuk menjadi seorang ibu.

Gita merasa dia tidak berkewajiban untuk melahirkan anak dan tidak merasa harus punya anak untuk menghibur diri sendiri. Dan gita juga merasa tidak menemukan alasan untuk melahirkan anak, namun dia bahagia dan sudah merasa terpenuhi. Kemudian pernyataan Gita tersebut disusul oleh pernyataan dari artis lain seperti Cinta Laura yang menyatakan bahwa populasi manusia di dunia sudah terlalu banyak, sehingga dia berpendapat bahwa kenapa harus melahirkan satu manusia lagi jika dia bisa mengadopsi anak yang sekarang tidak punya siapa pun yang menjaga mereka. Namun pernyataan Cinta tidak dapat dikatakan sebagai *childfree* karena pengertian *childfree* dalam (Khasanah & Ridho, 2021) merupakan sebuah pandangan di mana pasangan suami istri memilih untuk tidak memiliki anak. Kemudian pernyataan Gita semakin menjadi kontroversial ketika media pemberitaan seperti suara.com, wowkeren.com, surabayapagi.com, tribunmanado.co.id, dan juga turut membahas tentang keputusan *childfree* yang dipilih Gita. Salah satu artikel dari hot.detik.com yang berjudul “Pilihan Hidup Gita Savitri Devi Tak Mau Punya Anak Jadi Kontroversi” menyatakan bahwa alasan Gita memilih *childfree* karena menurutnya memiliki anak atau tidak adalah sebuah pilihan dan merupakan tanggungjawab yang besar. Dalam artikel tersebut Gita juga mengatakan bahwa dirinya sudah melakukan beberapa hal agar tidak memiliki anak. Seiring berkembangnya zaman, adanya kebebasan dalam menggunakan media sosial membuat seseorang menjadi lebih berani dalam berbicara dengan berterus terang kepada khalayak luas. Selain itu, pola pikir manusia juga turut berkembang. Memiliki anak tidak hanya melahirkan, mengasuh dan mendidik saja. Tetapi juga ada tanggung jawab besar dalam memenuhi hak-haknya dan membentuknya menjadi anak yang berkualitas.

Dalam Tribun.mano.co.id menyatakan bahwa istilah *childfree* dianggap masih cukup asing oleh masyarakat Indonesia, sehingga menuai pro dan kontra di antara *follower*. Selain

itu terdapat perbedaan gaya hidup dan budaya di Indonesia yang menganggap *childfree* masih tabu. Karena budaya menikah dan memiliki keturunan masih melekat di kehidupan sosial masyarakat Indonesia. Selain itu prinsip dasar pernikahan di Indonesia zaman dulu mayoritas bertujuan untuk meringankan beban orang tua, meningkatkan taraf hidup dan menghasilkan keturunan sehingga banyak yang menerima perjodohan. Dalam kultur masyarakat Jawa, perempuan dalam sebuah pernikahan selalu diidentikkan dengan konsep seorang ibu (Oktarina, Wijaya, & Demartoto, 2015). Hal ini sangat bertentangan sekali dengan konsep *Childfree* yang dapat menjadi pilihan hidup pasangan modern saat ini.

Penelitian ini akan membahas persoalan tentang persepsi *follower* dalam memahami fenomena *childfree* di media sosial. Dimana persepsi sendiri memiliki definisi yang sangat luas. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu; serapan; proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindranya. Menurut Gibson dalam (Yuniati, 2002), proses persepsi merupakan proses kognitif ketika seseorang menentukan, mengelola, menyimpan dan memaknai stimuli. Setiap stimuli memiliki makna yang berbeda, karena seseorang memiliki cara tersendiri walaupun “melihat” hal yang sama. Maka, ketika memahami fenomena *childfree* di media sosial bisa dipersepsikan berbeda-beda oleh khalayak.

Dari fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti persepsi khalayak terhadap sebuah keputusan dan opini dari seorang *social media influencer* yang berhasil menimbulkan pro kontra. Penelitian ini mengkaji persepsi *follower* dari seorang *social media influencer* terhadap fenomena *childfree*, dimana penyebaran informasi melalui media sosial sangat cepat dan efisien karena penggunaanya hampir dari semua kalangan. Selain itu peneliti juga ingin mengetahui lebih jauh mengenai persepsi seseorang setelah melihat unggahan tersebut.

Terdapat 3 penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian dari jurnal dengan judul “*Persepsi Mengenai Tayangan YouTube Jurnalrisa #31 ”Jangan Kambing Hitamkan Mang Emen”* oleh Vanya Sitar dan Satya Indra Karsa (2019). Penelitian tersebut difokuskan pada aspek Perhatian, Pengalaman, Penafsiran dan Pengetahuan Khalayak. Hasil penelitian ini dari tabel kuesioner menunjukkan aspek perhatian khalayak mencapai 79%, aspek penafsiran khalayak mencapai 81%, dan aspek pengetahuan khalayak mencapai 79%.

Penelitian dari jurnal lain yang berjudul “*Persepsi Mahasiswa Pada Tayangan YouTube Narasi Tv Program Buka Mata*” oleh Retno Nur Hidayati, Ujang Saefullah, Enjang Muhaemin (2018). Menggunakan teori persepsi diambil dari proses atensi, interpretasi dan reaksi. Pada tahap atensi informan menyebutkan bahwa mereka memiliki perhatian terhadap tayangan sehingga memicu penonton untuk menyaksikan hingga akhir. Pada proses interpretasi informan memberikan tanggapan yang berbeda-beda sesuai yang dipahami dan dibutuhkan oleh masing-masing individu. Dan dalam proses reaksi informan merasa kebutuhan informasi menjadi terpenuhi.

Selain itu, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Rocky Markiano dan Elok Perwirawati (2019) dengan judul *Persepsi Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Terhadap Budaya K-Pop di Media*. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*. Dengan hasil penelitian ini adalah positif, subjek menyatakan bahwa konten musik K-Pop dapat diterima dan dinikmati oleh pendengarnya. Selain itu juga mereka terinspirasi oleh *fashion* dari idol K-Pop yang selalu menjadi *trendsetter*.

Sedangkan penelitian ini melihat meneliti bagaimana seorang individu dalam memahami informasi yang didapatkan kemudian terbentuk persepsi yang berbeda. Sehingga penelitian ini difokuskan pada proses pengembangan persepsi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana persepsi *follower social media influencer* Gita Savitri Devi terhadap fenomena *childfree* ?
2. Bagaimana faktor yang mempengaruhi persepsi *follower social media influencer* Gita Savitri Devi terhadap fenomena *childfree* ?

C. Tujuan

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Mendeskripsikan persepsi *follower social media influencer* Gita Savitri Devi terhadap fenomena *childfree*
2. Mengetahui faktor yang mempengaruhi persepsi *follower social media influencer* Gita Savitri Devi terhadap fenomena *childfree*

D. Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi bidang komunikasi tentang kajian psikologi komunikasi khususnya persepsi di media online.

2. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai persepsi yang beragam terhadap fenomena *childfree* kepada pengguna media sosial.

E. Kajian Teori

Pada bagian ini mendeskripsikan sudut pandang secara teoritis dan konseptual yang berkaitan dengan topik penelitian untuk memberikan gambaran dan pengetahuan mengenai landasan yang digunakan untuk keperluan operasi, analisis, dan interpretasi data penelitian. Ada dua pembahasan dalam bagian ini terkait dengan tujuan utama penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana seorang *social media influencer* yang memutuskan untuk *childfree* dapat mengundang banyak perhatian dan memunculkan persepsi yang berbeda di antara para *follower*, yakni: pertama, *Komunikasi* yang menjelaskan bagaimana proses komunikasi yang menekankan pada kajian psikologi komunikasi; kedua, *Persepsi* yang menjelaskan pengertian dari persepsi, proses pemilihan persepsi, proses terjadinya persepsi dan proses pengembangan persepsi; ketiga, *Persepsi dalam Komunikasi*.

1. Komunikasi

Komunikasi menurut Smith dalam (Suciati, 2018) merupakan sebuah aktivitas kompleks yang melibatkan seseorang untuk mengirimkan pesan kepada orang lain. Maksud dari aktifitas kompleks yaitu melibatkan komunikator untuk mengetahui bagaimana pandangan komunikan, seberapa besar unsur media dan *noise* yang terlibat dalam kebenaran penafsiran pesan.

Komunikasi menurut Wiryanto (2004) dalam (Markiano & Perwirawati, 2019) merupakan suatu proses dimana dua orang atau lebih yang melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam. Ilmu komunikasi menurut Carl I. Hovland (2007) dalam (Markiano & Perwirawati, 2019) adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Komunikator membuat kode-kode dari informasi atau pemikirannya ke dalam bentuk yang dianggapnya paling benar, kemudian kode-kode tersebut dikirimkan kepada komunikan dan kemudian dipahami oleh komunikan. Namun dalam proses komunikasi terdapat beberapa hal yang bisa menjadi penyaring maupun penghambat dalam sebuah komunikasi. Hambatan utama dalam sebuah komunikasi yang efektif adalah timbulnya berbagai persepsi dan gangguan yang mencoba untuk mengurangi kejelasan dan keakuratan sebuah informasi (Thoha, 2003).

Ruben dan Stewart dalam (Suciati, 2018) menyatakan bahwa azas komunikasi yaitu, komunikasi merupakan sebuah proses yang terjadi dalam wilayah intrapersonal, interpersonal, kelompok, organisasi, dan masyarakat. Komunikasi juga melibatkan penciptaan dan penerimaan pesan dan diubah menjadi informasi yang dapat digunakan untuk beradaptasi dengan orang lain dan lingkungan.

Sebuah peristiwa mental (tidak tampak) dan behavioral (tampak) tentunya dapat menentukan perilaku seseorang ketika manusia berkomunikasi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia:

- a. Faktor Personal

- i. Faktor biologis, merupakan faktor bawaan seorang makhluk hidup yang akan memunculkan perilaku bawaan tanpa campur tangan lingkungan. Perilaku yang didorong oleh faktor biologis seperti perilaku makan, minum, melindungi diri dari musuh, perilaku agresif, dll.
 - ii. Faktor sosiopsikologis, meliputi motif-motif sosiogenis (keinginan untuk memperoleh pengalaman baru, keinginan mendapat respon, diakui, kasih sayang, pemenuhan diri, berprestasi, dll); sikap; emosi; kepercayaan (dibentuk oleh pengetahuan, kebutuhan, dan kepentingan); kebiasaan (aspek perilaku menetap yang berlangsung secara otomatis dan tidak direncanakan); dan kemauan (kekuatan yang sadar dan hidup yang menciptakan sesuatu berdasarkan perasaan dan pikiran).
- b. Faktor Situasional

Faktor situasional yang dapat mempengaruhi perilaku manusia diantaranya faktor ekologis (mengaitkan antara pengaruh dengan tindakan kekerasan, pengaruh mata pencaharian dengan tingkat kemalasan, dan sebagainya); rancangan dan arsitektur (mempengaruhi pola komunikasi dari orang – orang di dalamnya); faktor temporal (berkaitan dengan waktu); suasana perilaku (suasana akan menuntut perilaku yang berbeda); teknologi; faktor sosial (perilaku manusia dalam masyarakat ditata dengan aturan dalam kelompok atau organisasinya); dan lingkungan psikososial (karakteristik populasi akan menentukan masyarakatnya).

2. Persepsi

Persepsi merupakan proses aktif untuk menciptakan makna dengan cara menyeleksi, menyusun, dan menginterpretasi manusia, objek, peristiwa, situasi, dan fenomena lainnya (Wood, 2013). Selain itu, persepsi menurut Laura A King, 2012 dalam (Suciati, 2018) juga dapat didefinisikan sebagai proses menyusun dan mengartikan dalam memaknai sebuah informasi. proses tersebut diawali dengan memaknai sensoris (bawah ke atas), dan dikaitkan dengan pengalaman pada masa lampau (atas ke bawah).

Persepsi pada dasarnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap individu ketika mencoba untuk memahami informasi pada lingkungannya. Baik dari pendengaran, penglihatan, perasaan, penciuman, dan penghayatan. Dalam memahami persepsi perlu mengenali bahwa persepsi bukan merupakan pemahaman situasi yang akurat, namun suatu interpretasi yang unik dari sebuah situasi (Thoha, 2003)

Ketika seorang individu berada di situasi tertentu yang mengharuskan menghadapi sebuah realita dalam suatu lingkungan yang perlu dilihat dan diartikan. Kemudian setelah seorang individu sudah mengetahui keadaan lingkungan sekitar, semua informasi tersimpan dalam ingatan dan pikirannya. Dengan demikian individu tersebut akan menginterpretasikan semua informasi yang tersimpan tentang lingkungan yang dihadapinya dan memberikan umpan balik. Sebuah persepsi terbentuk karena ketertarikan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Adapun proses terjadinya persepsi menurut Alex Sobur dalam (Karya, 2019) yaitu :

- a. Seleksi, merupakan proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitasnya bisa dalam jumlah banyak atau sedikit

- b. Interpretasi ini merupakan proses mengorganisasikan informasi dengan mereduksi informasi kompleks menjadi sederhana yang dapat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian dan kecerdasan sehingga informasi tersebut dapat diartikan oleh setiap penerimanya.
- c. Reaksi, merupakan respon atau tingkah laku terhadap pembulatan informasi yang terlihat setelah berlangsungnya proses seleksi dan interpretasi.

Asumsi bahwa pengalaman sangat berpengaruh dalam membentuk perilaku, menyiratkan betapa plastisnya manusia. Ia mudah dibentuk menjadi apa pun dengan menciptakan lingkungan yang relevan.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam proses pemilihan persepsi (Thoha, 2003), yaitu:

- a. Faktor eksternal
 - i. Intensitas, semakin besar intensitas stimulus dari luar maka semakin besar pula hal-hal yang dapat dipahami.
 - ii. Ukuran, semakin besar ukuran suatu objek maka semakin mudah untuk bisa diketahui atau dipahami. Ukuran dapat mempengaruhi persepsi seseorang karena orang akan mudah tertarik perhatiannya sehingga terbentuk sebuah persepsi.
 - iii. Keberlawanan atau kontras, stimuli luar yang berlawanan dengan latar belakang, lingkungan, dan sama sekali di luar sangkaan orang banyak akan menarik banyak perhatian.

- iv. Pengulangan, stimulus dari luar yang diulang akan menarik perhatian lebih besar dibandingkan yang sekali dilihat, pengulangan akan meningkatkan daya tarik dari luar tentang suatu objek yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang
- v. Gerakan, dari gerakan suatu objek yang ada dalam jangkauannya dapat menarik perhatian seseorang sehingga dapat menimbulkan adanya persepsi.
- vi. Baru dan familier, objek atau peristiwa baru dalam tatanan yang sudah dikenal, atau objek atau peristiwa yang sudah dikenal dalam tatanan baru akan menarik perhatian pengamat

b. Faktor Internal

- i. Proses pemahaman atau *learning*, adanya persepsi didasarkan pada kekompleksan kejiwaan yang selaras dengan proses pemahaman dan motivasi masing-masing individu.
- ii. Motivasi, seseorang yang haus kekuasaan, butuh afiliasi dan membutuhkan pencapaian hasil akan lebih besar perhatiannya pada variabel situasi yang relevan.
- iii. Kepribadian, unsur ini erat kaitannya dengan proses belajar dan motivasi, yang mempunyai akibat tentang apa yang diperhatikan ketika berada di suatu situasi.

Namun Miftah Thoha juga menyebutkan terdapat faktor lain yang mempengaruhi pengembangan persepsi seseorang, antara lain :

a. Psikologi

Persepsi seseorang dalam memahami segala sesuatu sangat dipengaruhi oleh kondisi psikologisnya. Proses stimulus terjadi pada otak sehingga individu menyadari stimulus yang diterima. Seperti ketika matahari terbenam pada waktu senja sangat indah, namun akan terasa seperti bayangan kelabu bagi seorang tuna netra.

b. Famili

Pengaruh paling besar ada pada familinya. Orang tua mempunyai cara sendiri dalam melihat dan memahami kenyataan, dan menurunkan sikap serta persepsi mereka kepada anaknya. Seperti halnya seorang anak akan menganut Muhammadiyah apabila orang tuanya juga Muhammadiyah pula.

c. Kebudayaan

Kebudayaan yang berkembang dalam sebuah lingkungan tertentu juga salah satu faktor kuat dalam mempengaruhi sikap, nilai, dan cara pandang seseorang. Seperti orang AS bebas memakan daging babi yang dianggapnya lezat, namun tidaklah demikian bagi orang muslim Indonesia.

3. Persepsi dalam Komunikasi

Persepsi merupakan sebuah inti dari komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik (decoding) dalam proses komunikasi. Persepsi ini sebagai penentu dalam memilih dan mengabaikan suatu pesan (Mulyana, 2017).

Menurut (Mulyana, 2017) persepsi terbagi menjadi dua, diantaranya:

- a. Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, berbeda dengan persepsi terhadap manusia yang melalui lambang-lambang verbal dan non verbal.
- b. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap manusia menanggapi sifat luar dan dalam seperti perasaan, motif, harapan dan sebagainya.

- c. Objek tidak memberikan reaksi, sedangkan manusia mampu bereaksi. Dengan kata lain manusia memiliki sifat dinamis, sedangkan objek bersifat statis (Mulyana, 2017).

F. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dimana sebuah pendekatan yang melihat kebenaran sebagai sesuatu yang subjektif dan menekankan keterlibatan peneliti dalam penelitian untuk mencari relativisme (West & Turner, 2017). Paradigma ini menekankan pada ilmu bukanlah didasarkan pada hukum dan prosedur yang baku, setiap peristiwa bisa jadi memiliki makna yang berbeda, ilmu bersifat ideografis dimana ilmu mengungkap realitas melalui simbol-simbol dalam bentuk deskriptif (Muslim, 2016). Peneliti menggunakan pendekatan ini untuk melihat faktor dan proses terbentuknya persepsi informan terhadap suatu masalah kontroversial (*childfree*) karena pendekatan ini fokus pada deskripsi yang luas berdasarkan pengalaman informan.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Bogdan dan Tylor mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau gambar dari orang-orang atau perilaku yang diamati sehingga tidak menekankan pada angka, namun menekankan pada proses (Sugiyono, 2009). Penelitian kualitatif bertujuan untuk menemukan pola hubungan yang bersifat interaktif, menggambarkan realitas yang kompleks, dan memperoleh pemahaman. Melalui metode ini diharapkan mendapatkan data-data yang bersifat kualitatif. Alasan peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif adalah karena melalui metode tersebut dapat menghasilkan data yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dan peneliti

mengamati secara langsung dan mencari data di lapangan berupa wawancara mendalam, jurnal, artikel, dsb. Dengan harapan penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan dan juga pemahaman bagi peneliti terhadap suatu permasalahan agar nantinya dapat mengkomunikasikan kembali dengan pihak lainnya. Metode ini dipilih karena peneliti ingin mengetahui dan menggali persepsi-persepsi audiens secara mendalam mengenai fenomena *childfree* oleh Gita Savitri.

2. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan studi dokumen.

a. Observasi

Observasi adalah dasar dari semua ilmu pengetahuan. Data seperti fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi dikumpulkan dan dapat digunakan dengan bantuan berbagai alat, sehingga benda-benda yang sangat kecil maupun sangat jauh dapat diobservasi dengan jelas (Nasution 1998 dalam (Sugiyono, 2009)). Observasi dalam penelitian ini yaitu observasi terstruktur atau terencana. Dalam pengumpulan data menyatakan terstruktur kepada sumber data bahwa sedang melakukan penelitian. Tetapi dalam suatu situasi peneliti juga tidak terstruktur atau terencana dalam observasi. Hal ini untuk menghindari apabila suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan.

b. Wawancara

Menurut Esteborg (2002) dalam (Sugiyono, 2009), interview didefinisikan sebagai “*a meeting of two persons to exchange information and idea through question*

and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic". Yang berarti wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat tersusun makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2009). Penelitian ini menggunakan wawancara semiterstruktur, dimana dalam pelaksanaannya tetap menggunakan pedoman wawancara (daftar pertanyaan) namun lebih terbuka dengan meminta pendapat kepada informan. Dalam penelitian ini menggunakan wawancara secara *face to face*, peneliti secara langsung bertemu dengan informan untuk memperoleh data.

c. Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan pelengkap dari metode wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumen ini dapat berupa catatan peristiwa yang sudah berlalu bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2009). Dengan studi dokumentasi, peneliti dapat melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Hasil wawancara akan lebih kredibel apabila didukung dengan dokumen yang terkait dengan fokus penelitian. Karena dokumen dalam penelitian dapat dimanfaatkan untuk menguji, dan menafsirkan (Mulyana, 2017). Dokumen ini dapat berupa arsip – arsip seperti jurnal, teori, buku, foto, dan pesan yang ada di media sosial (Youtube, Instagram) Gita Savitri Devi.

3. Teknik Pengambilan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi

sampel. Dalam *nonprobability sampling* terbagi menjadi 3 teknik diantaranya *purposive sampling*, *accidental sampling*, dan *snowball sampling*. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini sampel yang diambil tidak mewakili seluruh populasi, namun dapat menjelaskan mengenai fokus penelitian dengan pengetahuan yang cukup. Informan dipilih berdasarkan kesamaan latar belakang lingkungan, seperti adanya kesamaan mengenai stereotip tertentu yang masih berkembang dalam lingkungan tersebut.

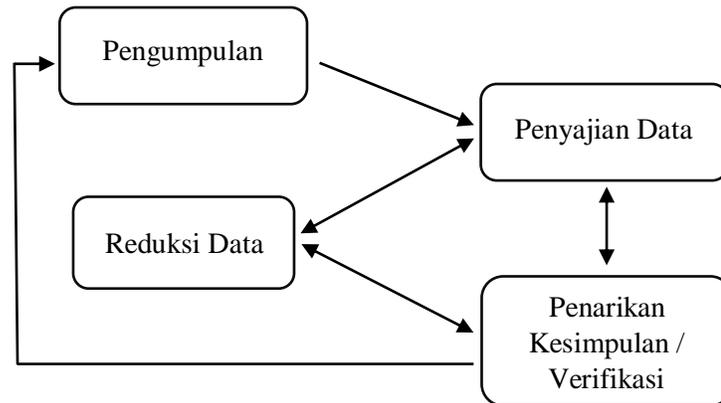
Adapun dalam pengambilan informan dapat didasarkan pada kriteria berikut:

- a. Kalangan gen Z yang menjadi *follower* akun media sosial (Youtube/ Instagram) Gita Savitri Devi dan memiliki kesamaan latar belakang lingkungan
- b. Tinggal di lingkungan yang terbiasa dengan nilai-nilai islami
- c. Aktif menyukai/melihat konten di akun media sosial (Youtube/ Instagram) Gita Savitri Devi.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami (Sugiyono, 2009). Analisis kualitatif ini dimaksudkan untuk menggambarkan keadaan dan hasil dari masalah yang diteliti. Analisis data dilakukan secara interaktif dan

berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh (Miles and Huberman dalam Sugiyono). Maksud dari penelitian ini yaitu berusaha untuk mengetahui persepsi *follower* Gita Savitri Devi terhadap fenomena *childfree*.



Bagan 1. Analisis data model interaktif

Menurut Miles and Huberman terdapat beberapa aktivitas dalam analisis data setelah peneliti melakukan pengumpulan data, yaitu:

a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, yaitu dengan memfokuskan pada hal pokok dan penting untuk mencari tema dan polanya. Dengan begitu data yang dihasilkan akan lebih jelas, sehingga mempermudah peneliti untuk kembali melanjutkan pengumpulan data apabila diperlukan.

b. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan setelah mereduksi data. Dimana data menjadi tersusun dalam pola yang berhubungan sehingga akan semakin mudah dipahami. Adapun penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, *flowchart* dan sejenisnya. Sehingga lebih mudah untuk peneliti dalam memahami apa yang terjadi.

c. Penarikan Kesimpulan

Objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap menjadi jelas menghasilkan dapat berupa hubungan kausal, hipotesis atau teori yang dapat menjawab rumusan masalah dengan didukung bukti-bukti yang valid dan konsisten, sehingga dapat menjadi kesimpulan yang kredibel.

5. Uji Validitas

Dalam penelitian kualitatif, suatu data dapat dikatakan valid jika tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan fakta yang terjadi pada objek yang diteliti. Oleh karena itu peneliti melakukan pengujian kredibilitas ini menggunakan triangulasi sumber, yaitu menguji kredibilitas data dengan cara melakukan pengecekan data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2009). Triangulasi sumber ini dilakukan dengan (1) membandingkan data hasil pengamatan dan data hasil wawancara; (2) membandingkan perkataan ke publik dan perkataan pribadi; (3) membandingkan perkataannya tentang situasi penelitian dengan yang dikatakan sepanjang waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif orang dengan berbagai pendapat dan pandangan seperti rakyat biasa, orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan; (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan. Peneliti memperoleh sumber data beberapa informan dari suatu kelompok, sehingga dapat membandingkan informasi antar informan. Dari sumber data tersebut dideskripsikan, dikategorisasikan berdasarkan pandangan yang sama dan yang berbeda.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini mencakup empat bab pembahasan yang diuraikan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian teori, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Gambaran umum dan objek penelitian, menyajikan informasi mengenai konsep dan fenomena *childfree* yang ada di media sosial.

Bab III Sajian data dan pembahasan, berisi penjelasan tentang hasil dari analisis data yang telah diperoleh berdasarkan metodologi penelitian yang telah diuraikan.

Bab IV Penutup, berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang sudah dilakukan.