

Analisis Resepsi Pernyataan Childfree Gita Savitri di Kanal Youtube Analisa Channel

Muhammad Naufal Syarif¹ Almira Shabrina²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, naufalsyarif@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, shabrinaalmira@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This study aims to determine the informant's reception of the meaning of Gita Savitri's childfree statement on the Analisa Channel youtube show. Where childfree is still considered foreign in Indonesia because childfree is not part of Indonesian culture, the culture and construction of Indonesian society is that after marriage will have children. Based on the results of the study, it is found that informants have a harmonized meaning in responding to the research "ANALYSIS OF RECEPTION OF GITA SAVITRI'S CHILDFREE STATEMENTS ON THE ANALISACHANNEL YOUTUBE CHANNEL", where all eight informants agree that childfree is not considered good when done by humans who have been lined up by God to continue offspring and to be applied in the relationship of married couples, because it is not in accordance with Indonesian customs, culture, and religion.

Kunci said-reception analysis, childfree, Gita Savitri, Analisa Channel

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi informan tentang pemaknaan pernyataan childfree Gita Savitri pada tayangan youtube Analisa Channel. Dimana childfree masih dianggap asing di Indonesia karena childfree bukan bagian dari budaya Indonesia, budaya dan konstruksi masyarakat Indonesia adalah setelah menikah akan memiliki anak. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa informan memiliki pemaknaan yang selaras dalam menanggapi penelitian "ANALISIS RESEPSI PERNYATAAN CHILDFREE GITA SAVITRI DI KANAL YOUTUBE ANALISACHANNEL", Dimana ke delapan informan setuju bahwa childfree tidak di nilai baik bila dilakukan oleh manusia yang sudah di gariskan tuhan untuk meneruskan keturunan dan untuk di aplikasikan dalam hubungan pasangan suami istri, karena tidak sesuai dengan Adat, Budaya, dan Agama Di Indonesia.

Kata Kunci-analisis resepsi, *childfree*, Gita Savitri, Analisa Channel

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan beragam platform media yang digunakan untuk menyebarkan dan bertukar informasi. Perubahan perilaku audiens dalam mengakses informasi dari media konvensional seperti cetak, audio, dan audiovisual memainkan peran kunci dalam proses penyebaran informasi kepada masyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi, masyarakat kini dapat mengakses dan berinteraksi dengan informasi secara langsung dan waktu nyata. Internet menjadi elemen utama dalam era komunikasi interaktif ini. Dengan hadirnya internet, muncul pula berbagai platform seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, dan YouTube yang memberikan dampak signifikan dalam akses informasi masyarakat secara cepat. Internet mempermudah pencarian informasi, berita, hiburan, dan edukasi melalui berbagai situs yang tersedia. Media sosial memungkinkan komunikasi yang mudah dan cepat, sementara mesin pencarian memungkinkan akses informasi yang luas dalam berbagai bidang. Salah satu platform mesin pencarian yang populer adalah YouTube, diluncurkan pada 14 Februari 2005 (Feronika Azmil, 2018:1). YouTube menjadi media sosial yang digunakan untuk berbagi berbagai jenis video, dan telah mendapat penerimaan luas dari pengguna dari berbagai kalangan (Chandra, 2017 dalam Rahmawati, M., 2022:19). Menurut data digital tahun 2022, Indonesia memiliki 191,4 juta pengguna media sosial pada bulan Januari 2022. YouTube mendominasi sebagai platform media sosial dengan jumlah pengguna sebanyak 139,0 juta, setara dengan 50% dari jumlah penduduk Indonesia (Vira & Reynata, 2022:5). YouTube dianggap sebagai inovasi dalam penyebaran informasi dan sebagai wadah bagi individu untuk menyampaikan ekspresi mereka dengan bebas.

Media sosial YouTube memungkinkan individu untuk menyampaikan gagasan dan pendapat mereka dalam format audio visual, menjadikannya salah satu platform yang diminati oleh berbagai kalangan dari berbagai usia (Chandra, 2017 dalam Mely Rahmawati, 2022:19). Konsep dasarnya adalah berbagi video dengan teman dan berinteraksi melalui komentar. YouTube bukan hanya sarana untuk mencari informasi dan berkomunikasi, tetapi

juga merupakan wadah bagi kebebasan berekspresi, di mana seseorang dapat mengekspresikan ide, maksud, dan perasaannya secara bebas (Endika Syafriani, 2022:3). Di era modern ini, kebebasan berekspresi, berpendapat, dan memilih menjadi nilai yang sangat dihargai. Indonesia sendiri mengakui hak atas kebebasan berekspresi melalui berbagai regulasi, termasuk Pasal 28 E Ayat 2 UUD 1945 yang menyatakan bahwa setiap individu memiliki hak untuk meyakini kepercayaan, menyatakan pikirannya, dan mengungkapkan sikap sesuai dengan nuraninya.

Khalayak internet kini dapat dengan bebas berekspresi dan berpendapat melalui platform media sosial, namun internet juga memiliki sisi yang merugikan, seperti ketergantungan, penyebaran informasi palsu, konten tidak pantas, cyberbullying, dan pelanggaran privasi, yang berpotensi memberikan dampak negatif bagi pengguna (Wira Saputra, 2022:19). Kebebasan berekspresi di dunia maya juga tidak selalu diterima dengan baik oleh netizen, seperti yang dialami oleh Konten kreator Gita Savitri dalam konten dalam konten berjudul “Kapan Punya Anak? Aku Pengen Punya Ponakan Online, Jawaban & Alasan Gita Savitri Untuk Pertanyaan Tersebut” di kanal YouTube Analisa Channel, yang menghasilkan beragam komentar dari publik.”

Berdasarkan latar belakang masalah dan fakta yang telah dikemukakan, analisis resepsi terhadap pernyataan childfree Gita Savitri dalam konten di kanal YouTube Analisa Channel dianggap relevan untuk diteliti. Khalayak perlu memahami isi pesan dalam konten "Aku Pengen Punya Anak? Aku Pengen Punya Ponakan Online" untuk menentukan apakah pilihan childfree Gita Savitri dinilai baik atau buruk. Konten tersebut dipilih karena menimbulkan respons yang beragam dari khalayak (wollipop.detik.com, 2021). Pada tanggal 7 Februari 2023, Gita Savitri dan pendapatnya tentang childfree kembali menjadi topik trending di Twitter karena pernyataannya yang kontroversial tentang pilihan "Tidak punya anak adalah anti penuaan alami. Kamu bisa tidur selama 8 jam sehari, tanpa stress mendengarkan anak-anak berteriak. Dan pada akhirnya kamu mendapatkan kerutan, kamu memiliki uang untuk membayar Botox". Pernyataan Gita Savitri ini menuai berbagai respons, termasuk dari netizen yang tidak setuju (Ayo Bandung .com, 2023). Dengan mempertimbangkan hal-hal tersebut, peneliti berencana untuk mengeksplorasi lebih lanjut dalam penelitian berjudul "Analisis Resepsi Pernyataan Gita Savitri Di Kanal Youtube AnalisaChannel".

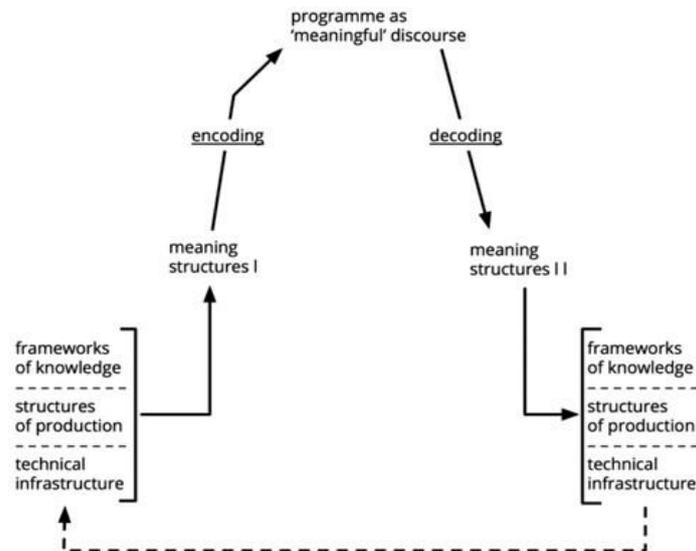
II. TINJAUAN LITERATUR

A. Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat dipahami dari dua perspektif, yaitu bagaimana pesan diproduksi dan disebarkan melalui media di satu sisi, serta bagaimana orang-orang mencari dan menggunakan pesan tersebut di sisi lain. Secara sederhana, komunikasi massa merujuk pada proses komunikasi yang terjadi melalui media massa. Media massa memiliki peran dominan dalam studi komunikasi massa, dan penelitian dalam bidang ini sangat dipengaruhi oleh dinamika media massa dan bagaimana media tersebut digunakan oleh masyarakat. Menurut DeVito (1997), dalam (Altita Permatasyari, 2021:5), definisi komunikasi massa memperhatikan unsur-unsur yang terlibat dalam kegiatan komunikasi dan menghubungkannya dengan fungsi media massa. Unsur-unsur tersebut termasuk sumber informasi, audiens, pesan, proses komunikasi, dan konteksnya.

B. *Reception Studies*

Menurut Stuart Hall (1997), Kajian Budaya adalah suatu bentuk yang mencakup gagasan-gagasan, representasi, dan praktik-praktik yang menjelaskan cara penjelasan, pembentukan pemahaman, dan tindakan yang terkait dengan topik tertentu, kegiatan sosial, dan institusi sosial dalam masyarakat. Hall (1980, hal. 119) juga mengemukakan bahwa studi resepsi merupakan bagian dari proses produksi (teks) dan interpretasi audiens terhadap teks media (umpan balik). Pemahaman kunci dalam model Hall menekankan pada pengakuan akan kode encoding dan decoding yang mungkin tidak selalu simetris secara sempurna. (Ott & Mack, 2014, dalam Ali Herdian, 2019).



Gambar 2.1 Model Decoding Encoding Stuart Hall
Sumber : Kylie Conway (2022)

Bagian sebelumnya menjelaskan tentang proses komunikasi pesan melalui encoding dan decoding. Dalam model encoding-decoding, terlihat bahwa encoding dilakukan oleh pengirim pesan, sementara decoding dilakukan oleh penerima pesan. Baik encoding maupun decoding dari teks media dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu frameworks of knowledge, relation of production, dan technical infrastructure. Untuk melakukan tahap encoding, yang merupakan proses yang dilakukan oleh produsen pesan, akan melibatkan beberapa langkah atau prosedur yang membentuk encoding tersebut, seperti yang dijelaskan oleh Simon (1993, dalam Meilasari, 2020).

C. Posisi Khalayak

Analisis resepsi dalam kajian budaya adalah penelitian yang memusatkan perhatian pada cara audiens menginterpretasikan, memproduksi, dan mengalami pesan media. Menurut Hagen dan Wasko (2000, dalam Andung, 2019: 37), fokus analisis resepsi dimulai dari tahap decoding, interpretasi, dan 'pembacaan' yang menjadi inti konsep analisis resepsi. Analisis resepsi merupakan metode untuk memahami bagaimana audiens memberikan makna terhadap teks media. Teks media tidak hanya terbatas pada tulisan, tetapi juga mencakup produk visual seperti iklan, televisi, dan film. Audiens dianggap bukan hanya pengguna media, tetapi juga produsen makna yang aktif dalam menginterpretasikan pesan media.

Analisis resepsi ini didasarkan pada asumsi bahwa audiens adalah aktif. Audiens yang aktif memiliki kemandirian dalam memberikan dan mereproduksi makna dari tayangan yang mereka saksikan. Makna dalam teks media bersifat polisemi dan terbuka, sehingga audiens akan memberikan interpretasi yang berbeda-beda sesuai dengan latar belakang sosial-budaya dan pengalaman pribadi mereka. Menurut Stuart Hall (1980, hal. 228), ada tiga posisi khalayak dalam melakukan interpretasi terhadap media:

1. Posisi Hegemoni Dominan
Audiens menerima pesan media secara utuh dan sepenuhnya.
2. Posisi Negosiasi
Audiens menerima sebagian ideologi yang disampaikan oleh media namun menolak atau melakukan pengecualian dalam implementasinya sesuai dengan budaya, pengalaman, dan frame of reference mereka.
3. Posisi Oposisi
Audiens sadar dan menolak arti yang diberikan oleh media atau pembuat pesan.

Tiga posisi ini merupakan hasil dari proses decoding yang merupakan konsekuensi dari proses encoding pesan media. Audiens memiliki kebebasan dalam menentukan metode interpretasi mereka, yang dipengaruhi oleh kategori-kategori seperti kelas sosial, gaya hidup, usia, dan kemampuan intelektual, serta perbedaan gender.

D. *Childfree*

Pada abad ke-20, muncul istilah "*childfree*" yang merujuk kepada individu atau pasangan yang memilih untuk tidak memiliki anak. Istilah ini berbeda dengan "*childless*", yang lebih mengacu pada orang yang tidak memiliki anak karena alasan tertentu. Di masyarakat Indonesia, istilah "*childless*" mungkin lebih mudah diterima daripada

seseorang yang secara aktif memilih untuk tidak memiliki anak Menurut Grigoryeva (dalam Bicharova, 2017:926). Konsep *childfree* pertama kali diperkenalkan oleh feminis Amerika Shirley Radl dan Ellen Pek. Mereka menilai istilah *childfree* sebagai penghinaan karena ketiadaan anak dianggap sebagai tanda inferioritas. Oleh karena itu, Radl dan Pek mendirikan "Organisasi Nasional untuk Orang Tua Non-anak" untuk melindungi hak individu.

Konsep *childfree* mulai diperkenalkan pada tahun 1970-an sebagai bentuk penolakan terhadap tekanan sosial untuk memiliki anak sebagai fungsi reproduksi. Fenomena ini pertama kali diidentifikasi oleh di negara-negara maju secara ekonomi. Studi menunjukkan bahwa orang yang memilih *childfree* cenderung menjadi anak muda, memiliki kekayaan material, berpendidikan tinggi, dan tidak beragama (Valeryevna, 2018: 146). Beberapa alasan yang melatarbelakangi pilihan *childfree* antara lain masalah pribadi, finansial, kekhawatiran tentang pertumbuhan anak, latar belakang keluarga, dan faktor emosional atau naluri maternal. Meskipun istilah *childfree* masih jarang terdengar di Indonesia, di negara maju, banyak yang memilih untuk hidup tanpa anak.

Belakangan ini, fenomena *childfree* sedang menjadi perbincangan hangat di Indonesia karena seorang konten kreator, Gita Savitri, menyatakan bahwa ia memilih untuk tidak memiliki anak. Namun, menurut sebuah artikel dalam laman Kompasiana.com yang dikutip oleh Din Muhidin (2021:1), fenomena *childfree* mungkin tidak akan mendapat sambutan di Indonesia, terutama karena mayoritas penduduknya menganut agama Islam yang menganggap memiliki anak sebagai anugerah yang sangat berharga.

E. Media Baru

Media baru merujuk pada bentuk media yang muncul seiring dengan kemajuan teknologi digital. Istilah "media baru" mengacu pada platform komunikasi dan distribusi konten yang didukung oleh teknologi informasi dan komunikasi. Media baru meliputi berbagai bentuk media digital seperti internet, media sosial, aplikasi seluler, streaming video, podcast, dan banyak lagi. Media baru juga telah mengubah cara kita mengonsumsi berita, hiburan, dan komunikasi. Pengguna dapat mengakses berita secara real-time melalui situs berita online atau media sosial, menonton film dan acara TV melalui platform streaming, dan berkomunikasi dengan orang lain melalui pesan instan atau video panggilan.

F. Sosial Media

Sosial media adalah platform daring di mana pengguna dapat berinteraksi, berbagi konten, dan terlibat dalam aktivitas komunikasi secara virtual dengan orang lain. Platform sosial media menyediakan fitur seperti pembuatan profil pengguna, berbagi teks, gambar, video, dan tautan, serta berpartisipasi dalam komunitas dan jaringan. Contoh platform sosial media termasuk Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube, Snapchat, dan TikTok, dengan masih banyak lagi platform lainnya yang ada di internet. Karakteristik media sosial, seperti yang dijelaskan oleh Nasrullah (2016, dalam Komunikasipraktis.com, 2022), mencakup jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, dan konten oleh pengguna. Namun, karakteristik ini dapat berubah seiring waktu karena dinamika yang cepat di media sosial. Sosial media juga menarik perhatian terkait isu privasi data, penyebaran berita palsu, perundungan daring, dan dampak psikologis dari penggunaan yang berlebihan. Namun, meskipun demikian, sosial media tetap menjadi bagian penting dari kehidupan modern dan memiliki dampak yang signifikan dalam budaya, politik, dan komunikasi global.

G. Youtube

Youtube, sebuah platform media sosial untuk berbagi video, didirikan pada tanggal 14 Februari 2005 oleh tiga karyawan perusahaan finance online Paypal, yaitu Chan Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim (Azmil, 2018:1). Pada tahun 2010, Youtube melaporkan layanannya mampu menangani lebih dari 2 miliar video setiap harinya. Platform ini memfasilitasi interaksi dan komunikasi yang dekat antara penggunanya, mengurangi jarak geografis. Di era globalisasi saat ini, Youtube telah menjadi media yang diminati secara luas dibandingkan dengan media tradisional seperti televisi. Kemudahan akses dan interaksi membuat Youtube menjadi salah satu media massa yang paling diminati. Pengguna Youtube memiliki beragam tujuan dalam penggunaannya, mulai dari mencari informasi, hiburan, hingga meningkatkan eksistensi diri dalam masyarakat.

Dengan slogan "*broadcast yourself*", Youtube memungkinkan individu di seluruh dunia untuk menampilkan konten mereka ke audiens yang luas, baik di dalam negeri maupun di luar negeri (Abraham, 2011 dalam Anggreni, 2020:6). Kebebasan yang dimiliki oleh media sosial Youtube memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pendapat, aspirasi, dan pemikiran mereka secara bebas (Castells, 2001 dalam McQuail, 2017:168). Model komunikasi yang berkembang di internet menekankan pada ekspresi bebas, terbuka, kemampuan untuk memberikan komentar, penyiaran terdesentralisasi, dan interaksi yang spontan. Proses komunikasi melibatkan tahapan di mana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, sehingga hubungan interpersonal terjalin. Melalui media Youtube, setiap individu memiliki kesempatan untuk menyampaikan pesan dan berkomunikasi, memungkinkan koneksi dengan orang lain di seluruh dunia.

III. METODELOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif deskriptif, yang merupakan pendekatan penelitian yang menekankan pada penalaran, makna, dan deskripsi dari situasi tertentu, serta menitikberatkan pada riset dalam konteks kehidupan sehari-hari. Menurut Danin (2002, dalam Wekke, 2019), pendekatan kualitatif meyakini bahwa fakta bersifat dinamis dan ditemukan melalui proses penelaahan terhadap individu-individu dan hubungannya dengan konteks sosial yang ada. Penelitian ini mengikuti perspektif partisipan dengan menggunakan metode interaktif. Studi ini menggunakan pendekatan studi resepsi Stuart Hall, yang memungkinkan pengamatan terhadap resepsi atau pemaknaan serta penerimaan suatu fenomena sosial melalui media sosial Youtube. Dengan menerapkan analisis resepsi ini, akan ditemukan pemaknaan yang diberikan oleh khalayak terhadap teks media yang disajikan.

B. Subjek Dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Dalam konteks penelitian ini, subjek penelitian merujuk kepada informan yang menyediakan data atau informasi yang relevan dengan topik penelitian. Subjek penelitian dalam hal ini adalah para ahli dan individu biasa yang telah menonton konten pernyataan "*childfree*" yang disampaikan oleh Gita Savitri di kanal YouTube Analisa Channel. Teknik pengambilan subjek penelitian menggunakan purposive sampling, sebuah metode pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan yang sesuai dengan topik penelitian. Penentuan subjek penelitian dianggap penting untuk mengatur dan menentukan siapa atau apa yang akan memberikan data dan informasi kepada peneliti (Suharmisi, dalam Ana W, 2022:1). Peneliti menetapkan kriteria informan berdasarkan aspek yang dianggap relevan dalam pemahaman terhadap masalah "*childfree*".

2. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek penelitiannya adalah Gita Savitri yang menyatakan pilihan "*childfree*" bersama suaminya Paul dalam konten yang berjudul "Kapan Punya Anak? Aku Pengen Punya Ponakan Online" di kanal YouTube Analisa Channel. Alasan peneliti memilih YouTube sebagai platform penelitian adalah karena platform ini masih mendominasi sebagai media sosial yang paling banyak digunakan, dengan jumlah pengguna mencapai 139,0 juta atau sekitar 50% dari jumlah penduduk Indonesia (Vira & Reynata, 2022:5). Peneliti memilih Gita sebagai objek penelitian karena munculnya berbagai ulasan pro dan kontra terhadap pernyataan "*childfree*" yang dibuat oleh Gita Savitri. Pernyataan ini dianggap kontroversial karena dianggap tidak sejalan dengan nilai-nilai adat, budaya, agama, dan stigma "Banyak anak banyak rezeki" yang telah menjadi bagian dari tradisi turun temurun di Indonesia.

C. Unit Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan yang berbeda-beda dan dikumpulkan secara bertahap hingga data menjadi jenuh. Unit analisis merupakan fokus-fokus penelitian dari mulai iput, analisis dan sub analisis. Fokus penelitian ini adalah pernyataan *childfree* Gita Savitri dalam konten "Kapan Punya Anak? Aku Pengen Punya Ponakan Online, Jawaban & Alasan Gita Savitri Untuk Pertanyaan Tersebut" di akun Youtube Analisa Channel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui dua sumber utama, yaitu data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2012), kualitas instrumen penelitian menjadi aspek penting dalam menentukan keberhasilan dan hasil penelitian secara keseluruhan. Salah satu langkah yang strategis dalam penelitian adalah penggunaan teknik pengumpulan data, mengingat tujuan utama dari penelitian adalah memperoleh data yang relevan.

1. Wawancara

Easberg (dalam Sugiyono) menggambarkan wawancara sebagai pertemuan antara dua individu untuk bertukar informasi dan gagasan melalui dialog tanya jawab. Melalui proses ini, makna terkait dengan topik tertentu dapat dikonstruksikan.

2. Kepustakaan

Studi kepustakaan digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang relevan dengan meneliti literatur seperti buku, jurnal, artikel, serta sumber informasi yang tersedia di internet.

3. Dokumentasi

Penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi, terutama dalam bentuk video pernyataan "*childfree*" yang dibuat oleh Gita Savitri dan komentar yang ditinggalkan pada tayangan

YouTube Analisa Channel.

E. Metode Analisis Data Dan Uji Keabsahan Data

1. Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan menggunakan metode analisis resepsi. Menurut Jensen (2002), terdapat tiga elemen inti dalam proses analisis resepsi:

a. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui analisis segmen pernyataan Gita Savitri yang memilih untuk hidup tanpa anak dalam konten "Kapan Punya Anak? Aku Pengen Punya Ponakan Online, Jawaban & Alasan Gita Savitri Untuk Pertanyaan Tersebut" di kanal YouTube Analisa Channel.

b. Analisis Data

Kegiatan analisis data dilakukan oleh peneliti selama dan setelah proses pengumpulan data. Data penelitian ini terdiri dari rangkaian segmen pernyataan "childfree" Gita Savitri di kanal YouTube Analisa Channel, serta transkrip wawancara mendalam dengan informan yang telah ditentukan. Analisis dilakukan dengan menjabarkan segmen-segmen tersebut agar lebih mudah dipahami dan dianalisis.

c. Interpretasi Hasil Analisis Data

Studi analisis resepsi tidak membedakan secara tegas antara analisis dan penafsiran pengalaman khalayak terhadap media. Interpretasi dilakukan oleh peneliti dengan mempertimbangkan berbagai sudut pandang khalayak yang memberikan makna terhadap konten media. Interpretasi hasil analisis data melibatkan perbandingan antara hasil pengumpulan data dari tahap encoding dan decoding, yakni analisis segmen pernyataan "childfree" Gita Savitri dan hasil wawancara dengan informan yang telah ditentukan. Selanjutnya, peneliti menarik kesimpulan dari interpretasi data tersebut dengan menggunakan teori-teori yang disajikan dalam tinjauan pustaka.

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif, sesuai dengan pendekatan yang dijelaskan oleh Miles dan Huberman, dilakukan sepanjang proses pengumpulan data dan berlangsung secara interaktif serta berkelanjutan hingga peneliti menganggap data telah mencapai titik jenuh. Teknik analisis data melibatkan:

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dalam penelitian memiliki volume yang signifikan, sehingga diperlukan pencatatan dan reduksi data secara rinci. Semakin lama penelitian berlangsung, semakin banyak data yang terkumpul.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, tahap berikutnya adalah menyajikan data dalam berbagai format, seperti uraian singkat, diagram, keterkaitan antar kategori, flowchart, dan lainnya.

c. Penarikan Kesimpulan

Setelah data direduksi dan disajikan, peneliti melakukan penarikan kesimpulan. Namun, dalam penelitian kualitatif, kesimpulan mungkin tidak selalu mampu menjawab seluruh rumusan masalah karena sifat sementara dan fleksibelnya rumusan masalah dalam penelitian kualitatif.

2. Uji Keabsahan Data

Pentingnya pengujian data dalam penelitian tidak dapat disangkal, karena sebelum hasil temuan peneliti disebarkan, diperlukan langkah untuk memastikan keaslian dan keandalan data melalui uji keabsahan. Salah satu metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memvalidasi data adalah uji validitas, yang menurut Sugiyono mencakup aspek-aspek seperti kredibilitas dengan menggunakan triangulasi, transverabilitas, dependabilitas, dan konformabilitas. Penelitian ini fokus pada uji kredibilitas dengan triangulasi. Triangulasi kredibilitas mengacu pada penggunaan sumber data yang berbeda untuk memvalidasi data yang sama, baik dari segi metode maupun waktu pengumpulan data. Penelitian ini menerapkan triangulasi sumber, suatu teknik yang memeriksa dan memvalidasi data melalui berbagai sumber yang berbeda.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemaknaan khalayak atau resepsi khalayak merupakan adaptasi dari model encoding - decoding yang dikemukakan oleh Stuart Hall (1993). Prinsip dasar model ini adalah bahwa pesan yang dikodekan oleh pengirim kemudian diterjemahkan oleh penerima ke dalam makna yang mungkin berbeda (Listiyorini, 2019). Hall kemudian memperkenalkan model pemaknaan khalayak yang terdiri dari tiga faktor utama: *Framework Of Knowledge, Relation of Production, dan Technical Infrastructure*.

A. *Framework Of Knowledge*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan menganggap pernyataan *Childfree* Gita Savitri bersifat egosentris dan mencerminkan keinginan untuk menghindari tanggung jawab sebagai orang tua. Mereka menganggap bahwa keluarga tanpa anak dan cucu akan merasa kurang sejahtera dan sepi, serta menyimpulkan bahwa pernyataan tersebut tidak cocok untuk budaya dan adat di Indonesia.

B. *Relation Of Production*

Informan menginterpretasikan pilihan *childfree* sebagai bentuk kecemasan individu, terutama karena takut kehilangan kecantikan atau pekerjaan. Sebagai seorang artis dan *influencer*, Gita Savitri dianggap memiliki kekhawatiran akan kehilangan popularitasnya. Beberapa informan juga menekankan pentingnya pandangan lingkungan dalam menentukan pilihan hidup, dan menentang keputusan *childfree* yang bertentangan dengan ketentuan keluarga.

C. *Technical Infrastructure*

Informan percaya bahwa penayangan pernyataan *childfree* Gita Savitri di kanal YouTube Analisa Channel dapat memicu tren baru yang diikuti tanpa memahami sepenuhnya arti hidup secara *childfree*. Sebagian informan menemukan tayangan tersebut melalui media sosial lainnya seperti Instagram, TikTok, dan Twitter.

Proses encoding oleh khalayak dapat dikelompokkan menjadi tiga posisi sesuai dengan teori Hall, yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi. Sedangkan dalam pengelompokan decoding, delapan informan yang terdiri dari pasangan suami istri, informan kunci, pendukung, dan ahli, menyampaikan pandangan yang sejalan dan tidak setuju dengan opini *childfree* yang disampaikan oleh Gita Savitri di kanal YouTube Analisa Channel. Mereka menilai bahwa pernyataan tersebut tidak sesuai dengan ketentuan agama, budaya, dan adat di Indonesia, sehingga menempatkan mereka dalam posisi hegemoni dominan menurut pemikiran Stuart Hall.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan sebelumnya, disimpulkan bahwa resepsi terhadap pernyataan *childfree* Gita Savitri dalam konten "KAPAN PUNYA ANAK ?AKU PENGEN PUNYA PONAKAN ONLINE" di kanal Analisa Channel di YouTube menunjukkan keseragaman dalam pemahaman dan pandangan khalayak. Kedelapan informan memiliki pendapat yang serupa, yang secara kolektif menolak pernyataan Gita Savitri tentang *childfree*. Dalam kanal tersebut, pernyataan Gita dinilai tergesa-gesa dan egois. Dari hasil wawancara, peneliti menyimpulkan bahwa khalayak berada dalam posisi hegemoni dominan. Hal ini berarti bahwa khalayak menerima, mengakui, dan menyetujui makna yang disampaikan oleh media tanpa adanya penolakan. Posisi ini tercermin dari pandangan yang seragam dan setuju dari kedelapan informan terhadap pernyataan *childfree* Gita Savitri di kanal Analisa Channel. Mereka sepakat bahwa pilihan *childfree* tidak sesuai dengan keyakinan agama, nilai budaya, dan tradisi di Indonesia.

B. Saran Praktis dan Saran Teoritis

1. Saran Praktis

- a. Teruntuk para konten kreator youtube ataupun media sosial lainnya, disarankan untuk memikirkan secara matang tema apa yang ingin di upload. Sebisa mungkin untuk tidak mengupload isu yang sensitif agar tidak menuai banyak kritikan dan ulasan negatif dari netizen.
- b. Peneliti memiliki saran untuk setiap khalayak yang menggunakan sosial media, agar lebih bijak lagi dalam memilih konten yang positif. Lalu di harapkan khalayak dapat lebih sopan dalam bertutur kalimat jika ingin memberikan tanggapan terhadap postingan apapun yang ada di dunia maya.

2. Saran Teoritis

- a. Peneliti yang berencana melakukan studi menggunakan pendekatan analisis resepsi disarankan untuk mempertimbangkan variasi objek penelitian karena tersedia banyak vlogger dengan beragam tema konten.
- b. Diharapkan peneliti berikutnya mampu menetapkan parameter informasi yang lebih spesifik dan mencakup bidang yang lebih luas, sehingga dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih konkret.

REFERENSI

- Adhandayani. (2022, Juni). Kepuasan Pernikahan Tanpa Anak: Sebuah Studi Fenomenologi. *Jurnal PSIKOGENESIS*, 78-80. doi:<https://doi.org/10.24854/jps.v10i1.2846>
- Blackstone., M. E. (2022, oktober 25). I've Lived My Life to the Fullest:" Life Satisfaction among Childfree Older Women. *Journal Of Feminist Family Therapist*, 296-312. doi:<https://doi.org/10.1080/08952833.2022.2139078>
- Brown., E. A. (2019, November 13). Childfree and "bingoed": A relational dialectics theory analysis of meaning

- creation in online narratives about voluntary childlessness. *Communication Monographs*, 244-266. doi:<https://doi.org/10.1080/03637751.2019.1697891>
- Dziengel, A. M. (2021, Juli 09). Why DID they have children? Rural midlife women who are childfree. *Journal Of Woman & Aging*, 551-566. doi:<https://doi.org/10.1080/08952841.2021.1944002>
- Perdana, D. D. (2020, March). Reception Analysis of Related Audience by Watching “Sexy Killers” the Documentary Film. In *2nd International Media Conference 2019 (IMC 2019)* (pp. 86-98). Atlantis Press.
- Hanandita, T. (2022, Januari 11). KONSTRUKSI MASYARAKAT TENTANG HIDUP TANPA ANAK SETELAH MENIKAH. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 126-136. doi:<https://doi.org/10.20961/jas.v11i1.56920>
- Heather Iverson, B. L. (2020, mei 29). You don’t want kids?!: Exploring evaluations of those without children. *The Journal Of Social Psychology*, 719-733. doi:<https://doi.org/10.1080/00224545.2020.1742080>
- Jenuri, M. R. (2023, December 2). FENOMENA CHILDFREE DI ERA MODERN: STUDI FENOMENOLOGIS GENERASI. *Jurnal Sosial Budaya*, 37-39.
- Jerry Indrawan, E. &. (2021). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 6-8.
- Nasution, N. A. (2021, Desember 28). PERAN ASOSIASI PENYELENGGARA JASA INTERNET INDONESIA (APJII) SUMATERA UTARA DALAM MENSOSIALISASIKAN KEAMANAN BERINTERNET KEPADA MASYARAKAT MENURUT PERSPEKTIF KOMUNIKASI ISLAM. 14-16.
- Rahmawati, M. (2022). ANALISIS RESEPSI TENTANG PERNYATAAN CHILDFREE GITA SAVITRI PADA TAYANGAN YOUTUBE ANALISA CHANNEL. 4- 30 .
- Reynata, E. (2022). PENERAPAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA BARU DALAM KOMUNIKASI MASSA. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 97-99. doi:<https://doi.org/10.47007/jkomu.v19i02.514>
- Wirasaputra, A. (2022). DAMPAK DARI PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN Komunikasi. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa Informatika*, 206-211.
- Wiryany, D. (2019, November 2). KEKUATAN MEDIA BARU YOUTUBE DALAM MEMBENTUK BUDAYA POPULER. *Jurnal Komunikasi dan Desain*, 17-19. From <http://repository.unibi.ac.id/id/eprint/171>
- Budiyono, B. (2013). Politik Hukum Kebebasan Beragama dan Berkepercayaan Di Indonesia. *Yustisia*.
- Permatasyari, A. (2021). PERKEMBANGAN KOMUNIKASI MASSA. *Prosiding Semnas FISIP UND HAR, 1*, 18-31.
- Akbar, A. (2018). Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Serambi on TV) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry).
- SYAFRIANI, E. (2022). Implementasi Kebebasan Berekspresi Pada Media Sosial Berdasarkan Konsep Negara Hukum (Doctoral dissertation).
- Dewangga, A. S. (2019). RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PROGRAM “KATAKAN PUTUS” TRANS TV. *Lektor, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- ELİTAŞ, T. (2020). Reception Analysis for Violence and Reproduction Against Women in Turkish Media. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(4), 2485-2500.
- Meilasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.”. *Journal Komunikasi*, 11(1), 1-8.
- Nurzain, Z. S., & Purnama, H. (2021). Analisis Resepsi Terhadap Clickbait Headline Pada Vlog Di Kanal Youtube Atta Halilintar. *eProceedings of Management*, 8(1).