

ABSTRAK

Child-free merupakan keputusan seseorang untuk tidak memiliki anak. Hal ini menjadi nilai baru bagi masyarakat Indonesia. Gita Savitri Devi merupakan *influencer* yang mengumumkan melalui Instagram dan Youtube bahwa telah memutuskan *child-free*. Pernyataan ini kemudian menimbulkan kontroversi di masyarakat. Akibatnya, muncul pihak yang pro dan kontra terhadap *child-free*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan, latar belakang pemaknaan, dan resepsi *child free*. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi. Penelitian ini menggunakan teori resepsi Stuart Hall yang membagi pemaknaan khalayak ke posisi dominan hegemoni, negosiasi dan oposisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan khalayak terbagi menjadi empat yaitu: menerima dan berkeinginan *child-free*, menerima dan menghargai pilihan *child-free*, menentang wacana *child-free*, dan khalayak berusaha netral terhadap wacana *child-free*. Latar belakang dibalik pemaknaan tersebut yaitu tempat tinggal, agama, pendidikan, pekerjaan, dan gaya hidup yang dimiliki khalayak dengan kecenderungan latar belakang yang paling banyak adalah latar belakang tempat tinggal. Resepsi yang terlihat dalam penelitian ini adalah empat informan berada di posisi dominan hegemoni, dua informan berada di posisi negosiasi dan satu informan berada di posisi oposisi dengan kecenderungan informan berada di posisi dominan hegemoni. Penelitian ini menunjukkan beragam cara khalayak memaknai teks berdasarkan cara pikir dan kepribadian masing-masing yang berarti khalayak masih memegang kuasa penuh dalam memaknai teks.

Kata kunci: child-free, resepsi, khalayak, media sosial.

ABSTRACT

Child-free is a person's decision not to have children. This is a new value for the people of Indonesia. Gita Savitri Devi is an influencer who announced through social media that she has decided to be child-free. This statement then caused controversy in the community. As a result, there are parties who are pro and contra against child-free. This study aims to determine the meaning, background of meaning, and child free reception. The method used is a qualitative method with a reception analysis approach. This study uses Stuart Hall's reception theory which divides the audience's meaning into dominant hegemonic, negotiated and opposition positions. The results show that the audience's meaning is divided into four, namely: accepting and wanting child-free, accepting and respecting child-free choices, opposing child-free discourse, and the audience trying to be neutral towards child-free discourse. The background behind the meaning is the place of residence, religion, education, occupation, and lifestyle owned by the audience with the most common background tendency is the background of residence. The reception seen in this study is that four informants are in a dominant hegemonic position, two informants are in a negotiated position and one informant is in an opposition position with the tendency of informants to be in a dominant hegemonic position. This study shows various ways in which audiences interpret texts based on their own way of thinking and personality, which means that audiences still hold full power in interpreting texts.

Keywords: child-free, reception, audience, social media.