

MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PENGUNGKAPAN PILIHAN PEREMPUAN MENJADI ‘CHILDFREE WOMENS’
(Studi Netnografi Mengenai Pengungkapan Pilihan Perempuan Menjadi ‘*Childfree Womens*’ Oleh Akun X @fl***bloom, @p***mnty, Dan @_t***baba_)

SOCIAL MEDIA AS A MEDIUM OF DISCLOSURE WOMEN'S CHOICE TO BECOME 'CHILDFREE WOMEN'
(A Netnographic Study of Women's Disclosure of Choice To Be 'Childfree Women' by the accounts @fl***bloom, @p***mnty, and @_t***baba_)

¹⁾Dinda Ayu Pertiwi, ²⁾Eni Maryani, ³⁾FX. Ari Agung Prastowo

^{1,2,3)}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Padjadjaran

alamat institusi lengkap

Email: dindaayup10@gmail.com

ABSTRAK

Fenomena *childfree* semakin berkembang di media sosial X sebagai bentuk pengungkapan diri perempuan terhadap pilihan hidupnya. Meski masih dianggap tabu, media sosial membuka ruang diskusi, identitas, dan kritik terhadap norma patriarki, sehingga penting diteliti sebagai bagian dari perubahan komunikasi dan konstruksi sosial yang membentuk sebuah realitas sosial di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengungkapan pilihan perempuan menjadi '*childfree womens*' melalui konten di media sosial X dan bagaimana isu tersebut berkembang menjadi sebuah realitas sosial baru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi untuk mengkaji pengungkapan pilihan *childfree* oleh perempuan di media sosial X melalui tiga akun, dengan fokus pada interaksi, dinamika komunitas daring, serta makna sosial yang terbentuk dalam diskusi terkait fenomena tersebut. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi terhadap akun @fl***bloom, @p***mnty, dan @_t***baba. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan untuk menjadi *childfree* dilatarbelakangi oleh faktor pendidikan, kesehatan mental, pertimbangan ekonomi, serta trauma masa kecil. Melalui pengungkapan pilihan *childfree*, media sosial digunakan oleh perempuan sebagai ruang untuk membentuk identitas, berbagi pengalaman, dan membangun solidaritas sesama perempuan. Selain itu, media sosial turut membentuk isu *childfree* menjadi sebuah realitas sosial baru melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Meskipun menghadapi stigma sosial, diskusi mengenai *childfree* berkembang sebagai wacana alternatif yang menantang norma tradisional dan memperlihatkan peran media sosial sebagai medium perubahan sosial.

Kata Kunci: Media Sosial X, *Childfree* Pengungkapan Diri, Realitas Sosial, Perempuan

A. PENDAHULUAN

Istilah *childfree* telah lama ada dan mulai berkembang pesat menjelang abad ke-20. Istilah tersebut merujuk kepada keputusan seorang individu atau pasangan suami istri untuk tidak memiliki anak, baik secara biologis maupun melalui proses adopsi (Badan Pusat Statistik, 2023). *Childfree* dapat diartikan sebagai bentuk pilihan hidup yang bersifat personal dan disengaja, bukan karena ketidakmampuan biologis, melainkan sebagai hasil dari pertimbangan yang matang seorang individu maupun pasangan suami istri. Hal serupa juga disampaikan oleh Shofita et al. (2021), bahwa *childfree* merupakan sebuah keputusan yang disepakati sebagai prinsip hidup oleh pasangan suami istri, sebagai pilihan untuk tidak memiliki anak, baik anak kandung, anak tiri, maupun anak angkat.

Di Indonesia, pembahasan mengenai *childfree* awalnya belum banyak mendapat perhatian publik, karena pilihan tersebut masih dianggap sebagai pilihan yang tabu. Terlebih konsep *childfree* yang bertolakbelakang dengan nilai patriarki dan pronatalis yang dianut dan berkembang di

masyarakat Indonesia, membuat pilihan tersebut seolah adalah pilihan yang salah dan egois. Namun, setelah isu ini viral di media sosial pada tahun 2021, akibat pernyataan seorang figur publik di media sosial mengenai keputusannya untuk memilih *childfree*, pembahasan mengenai isu tersebut semakin berkembang khususnya di media sosial. Walaupun dalam diskusi atau pembahasan di media sosial mengenai isu tersebut masih menuai banyak kontroversi dan perdebatan dari masyarakat, namun perkembangan isu tersebut juga membuat semakin banyak individu maupun pasangan suami istri untuk lebih berani dalam mengutarakan keputusan mereka memilih *childfree* melalui media sosial.

Keberanian dalam mengutarakan keputusan *childfree* di media sosial juga dilakukan oleh kaum perempuan. Perempuan dan isu *childfree* memang menjadi dua topik yang selalu berkaitan satu sama lain. Pertentangan antara kepercayaan masyarakat mengenai peran perempuan sebagai pemberi keturunan, dengan konsep kebebasan dan kepemilikan tubuh perempuan, menjadi salah satu contoh mengapa kedua topik tersebut selalu terkait satu sama lain. Tidak jarang pula dikatakan bahwa, keputusan *childfree* pada perempuan dilakukan sebagai salah satu bentuk pembebasan terhadap tuntutan kepada perempuan untuk memiliki anak dalam masyarakat yang patriarki dan pronatalis. Lynne et al. (2025), juga berpendapat bahwa gerakan *childfree* dikalangan perempuan merupakan gerakan yang dilakukan untuk melawan aturan terhadap tubuh perempuan yang perannya hanya dilihat dalam sisi fungsi reproduksinya. Sehingga dapat dikatakan bahwa keterbukaan dan keberanian perempuan dalam mengutarakan pilihan *childfree* di media sosial, merupakan sebuah fenomena baru yang menunjukkan adanya pergeseran komunikasi pribadi keranah digital, serta pergeseran norma dan ekspektasi gender mengenai peran perempuan dalam masyarakat.

Fenomena pengungkapan pilihan *childfree* oleh perempuan di media sosial, dapat ditemui pada akun-akun di media sosial X. Adapun tiga akun perempuan yang secara aktif membagikan pandangan dan pengalaman mereka terkait keputusan *childfree* di platform X, yaitu @fl***bloom, @p***mnty, dan @_t***baba_. Berdasarkan observasi, melalui tweet/postingan dengan berbagai narasi dan pendekatan, ketiga akun tersebut secara terbuka atau eksplisit mengutarakan pilihan *childfree* mereka. Selain itu, mereka juga menyampaikan kritik terhadap norma sosial yang berkaitan dengan gender dan peran perempuan dalam masyarakat patriarki dan pronatalis.

Melihat fenomena diatas, dapat dikatakan bahwa media sosial X memiliki peran dalam membuka ruang digital yang dapat digunakan oleh perempuan untuk melakukan pengungkapan diri terhadap sebuah pilihan yang bersifat pribadi. Hal ini terjadi, karena keunggulan dari media sosial itu sendiri yang dapat menjadi tempat untuk melakukan berbagai aktifitas, berbagi pendapat atau opini serta mengekspresikan ide mereka mengenai banyak hal termasuk mengenai isu-isu sosial dan kontroversial (Fathiyah, 2023). Pengungkapan diri atau *self-disclosure* sendiri menurut Hendro et al. (2024), adalah salah satu jenis komunikasi, dimana informan membagikan informasi yang bersifat pribadi tentang dirinya secara sadar kepada orang lain. Informasi yang bersifat pribadi tersebut mencakup aspek: (1) sikap atau opini, (2) selera dan minat, (3) pekerjaan atau pendidikan, (4) fisik, (5) keuangan, dan (6) kepribadian. Bukan hanya itu, pengungkapan diri juga dapat berupa ekspresi emosional verbal atau tertulis di mana pengalaman emosional diartikulasikan ke dalam kata-kata dan dikomunikasikan kepada orang lain melalui saluran tertulis atau lisan (Berry & Pennebaker, 1998). Maka, dapat dikatakan bahwa adanya pembicaraan mengenai *childfree* di kalangan perempuan juga dapat mengarah kepada pengungkapan diri mengenai pilihan *childfree* tersebut khususnya di media sosial X.

Penelitian terdahulu yang meneliti mengenai pengungkapan diri atau *self-disclosure* di media sosial dapat ditinjau melalui dimensi dalam pengungkapan diri yang berlangsung. Menurut Mu'alifah & Sumardjijati, (2023), *self-disclosure* dapat ditinjau melalui beberapa dimensi, pertama dimensi frekuensi melakukan pengungkapan diri, dimensi kecermatan dan kejujuran, dimensi tujuan dan maksud, dan dimensi keintiman. Hal ini serupa juga ditemukan dalam penelitian Hapsari & Azahra, (2020), bahwa dimensi valensi atau kecenderungan dan dimensi tujuan menjadi dimensi dalam *self-disclosure* yang paling mempengaruhi seseorang dalam melakukan pengungkapan diri di media sosial X atau twitter. Kemudian, pada penelitian Dewi & Delliana, (2020) yang berfokus pada *self-disclosure* di media sosial X oleh generasi Z didapati bahwa salah satu alasan

pengungkapan diri pada media sosial tersebut adalah karena karakteristik pengguna media sosial tersebut di bandingkan dengan pengguna media sosial lain, dianggap lebih ekspresif, pintar, terbuka, dan dapat menyimpan privasi satu sama lain. Sehingga generasi Z merasa lebih nyaman untuk melakukan pengungkapan diri tersebut di media sosial.

Berdasarkan pemaparan di atas, pengungkapan pilihan *childfree* oleh perempuan di media sosial penting untuk diteliti karena hal ini merupakan fenomena baru, yang menunjukkan adanya perubahan dalam berkomunikasi mengenai pilihan hidup yang bersifat pribadi ke ranah digital, serta pergeseran norma sosial mengenai peran perempuan dalam masyarakat yang berkembang di media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana media sosial X digunakan sebagai ruang pengungkapan diri oleh perempuan yang memilih *childfree*, serta bagaimana realitas sosial mengenai pilihan tersebut dibentuk dan berkembang melalui interaksi di media sosial.

B. LANDASAN TEORI

a) *Teori Konstruksi Sosial*

Teori konstruksi sosial merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang pertama kali dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Berger dan Luckmann berasumsi bahwa realitas sosial merupakan hasil konstruksi yang diciptakan oleh individu dalam sebuah komunitas sosial tertentu. Teori ini menekankan pada tindakan manusia sebagai aktor yang kreatif dan realitas sosialnya. Selain itu, dalam teori ini Berger & Luckman (2016) juga percaya bahwa konstruksi sosial terjadi melalui sebuah interaksi sosial yang dilakukan secara dialektis.

Realitas sosial atas konstruksi sosial dibentuk dalam sebuah proses dialektis, proses dialektis dalam hal tersebut dibagi kedalam 3 yaitu, eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Eksternalisasi, konsep ini menjelaskan bahwa manusia berperan aktif dalam membentuk sebuah lingkungan sosial, yang kemudian lingkungan tersebut ditinggali oleh manusia di dalamnya. Objektivitas, dalam hal ini menjelaskan mengenai interaksi sosial yang berulang-ulang membentuk institusi-institusi sosial yang terasa nyata dan independen dari individu. Terakhir, internalisasi menjelaskan mengenai pembentukan identitas pada tiap individu didasari oleh lingkungan tempat individu itu berada atau berkembang. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa teori konstruksi sosial dalam penelitian ini digunakan untuk melihat bagaimana interaksi sosial yang terjalin di media sosial X membentuk sebuah realitas sosial mengenai keputusan *childfree*.

b) *Affordance Theory*

Affordance theory merupakan teori yang diperkenalkan oleh James Gibson. Gibson mencetuskan teori ini awalnya untuk menjelaskan bagaimana hewan mempersepsikan lingkungan hidup mereka (Gibson, 2014). Namun, kemudian teori ini dikaitkan oleh Norman (2008) dalam (Kozinets, 2019) dengan diskusi mengenai teknologi. Norman mengasumsikan bahwa teknologi umumnya memiliki *affordance*, atau fitur, yang sengaja dibangun di dalamnya. *Affordance* sendiri mengacu pada potensi tindakan yang dimungkinkan oleh hubungan antara kemampuan teknologi dan persepsi pengguna.

Dalam kajian komunikasi, Schrock (2015) merumuskan istilah ‘*affordance komunikatif*’ yang dibangun berdasarkan penerapan teori *affordance* dalam konteks teknologi, dengan tujuan untuk menggambarkan bagaimana teknologi seperti media sosial (Majchrzak et al., 2013; Treem & Leonardi, 2012) dan situs jejaring sosial (boyd, 2010) dapat mengubah pola komunikasi. Hal serupa juga disampaikan oleh Vitak dan Ellison (2012) dalam (Schrock, 2015), bahwa *affordance* berguna untuk menginformasikan dan menggambarkan bagaimana teknologi mengubah praktik komunikasi. Maka dapat dikatakan bahwa *affordance komunikatif* digunakan dalam kajian komunikasi untuk menggambarkan hubungan tertentu antara persepsi, sifat teknologi, dan penggunaan. Penekanan yang diberikan dalam kajian komunikasi mengenai hal tersebut adalah mengenai bagaimana pengguna saling berinteraksi dan membentuk persepsi di media sosial yang akhirnya bukan hanya

demi mencapai sebuah tujuan namun juga mengubah pola komunikasi yang terjalin dalam komunikasi berbasis digital.

c) *Hyperpersonal Communication Theory*

Teori komunikasi hiperpersonal merupakan teori turunan dari kajian Computer-Mediated Communication (CMC). Teori ini dicetuskan oleh Joseph B. Walther karena melihat adanya perbedaan cara berkomunikasi di media sosial dengan komunikasi secara tatap muka. Awalnya teori ini dianggap sebagai fenomena, karena adanya penemuan baru yang menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal dapat terjalin melalui media komputer atau CMC. Hal ini juga disampaikan oleh J.B Walther (dalam Muhammad et al., (2022)), bahwa istilah *hyperpersonal* digunakan untuk menjelaskan fenomena dimana komunikasi yang bersifat pribadi dapat terjalin melalui media computer.

Teori komunikasi hiperpersonal menurut Griffin, (2012:143) (dalam Muhammad et al. (2022)), merupakan sebuah teori yang menjelaskan mengenai bagaimana media yang berbasis komputer dapat menciptakan kebebasan untuk penggunaannya dalam membangun komunikasi dan dapat mengungkapkan perasaannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa teori komunikasi hiperpersonal menciptakan kesempatan bagi pengguna CMC untuk lebih baik dan leluasa dalam memberikan kesan dan mengutarakan perasaan untuk membangun hubungan antar pengguna. Hal ini dapat dimengerti karena pengguna lebih nyaman dengan prosesnya, sehingga bebas untuk mengekspresikan keinginan-keinginan dan perasaannya tanpa rasa malu.

d) *Self-disclosure atau Pengungkapan Diri*

Self-disclosure atau pengungkapan diri, merupakan sebuah kondisi dimana seorang individu melakukan pengungkapan atau membagikan informasi dirinya kepada orang lain. *Self-disclosure* merupakan konsep yang dicetuskan oleh seorang psikolog bernama Sidney Jourard. Konsep tersebut pertama kali dibahas dalam bukunya yang berjudul "The Transparent Self: Self-Disclosure and Well-Being" pada tahun 1964. Menurut Jourard (1971), *self-disclosure* sebagai proses komunikasi di mana individu mengungkapkan informasi pribadi tentang dirinya kepada orang lain. Dalam proses tersebut dibutuhkan sebuah keberanian, bukan hanya keberanian untuk jujur dalam mengungkapkan diri sendiri, tetapi juga keberanian untuk dikenal dan dipahami oleh orang lain.

Konsep *self-disclosure* juga dibahas oleh DeVito, dimana menurutnya keputusan seseorang dalam melakukan pengungkapan diri disesuaikan dan dipengaruhi oleh nyaman atau tidaknya mereka saat melakukan komunikasi dengan orang lain. DeVito (1986) juga menjelaskan, bahwa terdapat lima dimensi dalam melakukan *self-disclosure* yaitu: *Amount* yang dapat diartikan sebagai seberapa sering atau frekuensi dan berapa banyak waktu yang digunakan oleh individu untuk melakukan pengungkapan diri, *valensi* yaitu berkaitan dengan bagaimana kualitas pengungkapan diri yang dilakukan dapat berupa kualitas yang positif atau negatif, *accuracy* diartikan sebagai bagaimana individu dapat melakukan pengungkapan diri dengan cermat dan jujur tergantung dari sejauh mana individu mengetahui dan mengenal dirinya, *intention* yaitu tujuan dan maksud individu melakukan pengungkapan diri sehingga dengan sadar individu dapat mengontrol pengungkapan diri yang dilakukan, dan *intimate* yaitu individu dapat mengungkapkan hal-hal yang pribadi dan intim.

C.METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah netnografi. Netnografi merupakan metode turunan dari metode etnografi yang diperkenalkan oleh Robert V. Kozinets. Menurut Kozinets (2019) dalam bukunya yang berjudul "*Netnography The Essential Guide to Qualitative Social Media*", netnografi dapat didefinisikan sebagai salah satu metode penelitian kualitatif yang mengadaptasi metode etnografi untuk memahami pengalaman budaya. Keduanya dibedakan pada fokus dan medium penelitian, yang mana dalam netnografi penelitian difokuskan dan dimediasikan pada studi budaya digital dan jejak daring, sementara etnografi difokuskan dan dimediasikan pada studi budaya secara langsung pada komunitas budaya. Dengan kata lain, netnografi dapat diartikan

sebagai sebuah metode penelitian kualitatif yang mengkaji, mengeksplorasi, dan menganalisis budaya digital dalam interaksi dan jejak daring yang berlangsung dalam suatu komunitas daring pada jaringan media atau sosial media.

Adapun ada penelitian ini terdapat tiga cara yang dilakukan untuk melakukan pengumpulan data, yaitu, observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Observasi dalam penelitian ini dilakukan peneliti dengan mengamati *tweet*/cuitan mengenai diskusi *childfree* pada akun media sosial X @fl***bloom, @p***mnty, dan @_t***baba_. Kemudian wawancara mendalam dilakukan dengan pemilik akun media sosial X @fl***bloom, @p***mnty, dan @_t***baba_. Sebagai upaya untuk mendalami bagaimana pengungkapan diri sebagai perempuan pemilih *childfree* yang mereka lakukan di media sosial X. Lalu, studi dokumentasi dilakukan dengan cara menganalisis literatur berupa buku, jurnal, artikel, dan dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk memperkuat data observasi dan wawancara, karena dokumen disimpan dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu (Trisliatanto, 2020).

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

Alasan Pilihan Childfree Oleh Perempuan

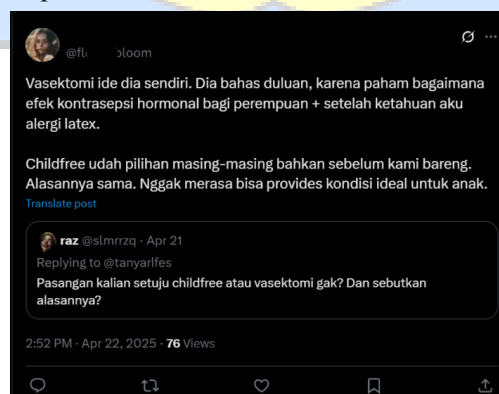
Perkembangan teknologi telah membawa transformasi dalam pola komunikasi manusia, termasuk dalam membicarakan isu-isu sensitif yang sebelumnya cenderung dihindari atau tidak mendapatkan ruang dalam percakapan sehari-hari di dunia nyata. Salah satunya mengenai isu *childfree* dan alasan pengungkapan pilihan tersebut oleh para perempuan di media sosial X. *Childfree* sendiri merupakan pilihan yang sifatnya begitu kompleks.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga narasumber utama, didapati bahwa pilihan *childfree* merupakan pilihan yang tidak dipilih secara tiba-tiba muncul, melainkan merupakan hasil dari proses refleksi yang panjang dan mendalam. Termasuk refleksi atas berbagai pengalaman hidup, akses terhadap pendidikan dan informasi, kondisi lingkungan sosial maupun ekologis, serta dinamika kesehatan mental. Temuan ini sejalan dengan klasifikasi yang disampaikan oleh Corinne Maier dalam Leliana (2023), yang membagi alasan seseorang memilih *childfree* ke dalam lima kategori utama yaitu: pilihan pribadi, psikologis dan medis, ekonomi, filosofi, serta lingkungan hidup. Setelah memahami latar belakang keputusan *childfree* oleh para perempuan, pembahasan selanjutnya akan diarahkan pada bagaimana dan mengapa para perempuan memilih untuk mengungkapkan pilihan *childfree*-nya secara terbuka di media sosial.

Alasan Pengungkapan Pilihan Childfree Oleh Perempuan di Media Sosial X

a) Membentuk Identitas Diri di Media Sosial Dengan Narasi Pengalaman Pribadi Sebagai Perempuan Childfree

Salah satu alasan perempuan mengungkapkan pilihan *childfree* di media sosial X adalah untuk membentuk identitas diri sebagai perempuan *childfree* di media sosial dengan membagikan narasi mengenai pengalaman pribadi..



Gambar 1.1 Tweet Alasan Childfree Pada Akun X Informan L @fl***bloom

Tweet ungkapan pilihan *childfree* yang terdapat dalam tweet di akun X @fl***bloom, yang awalnya tujuan untuk menjawab pertanyaan salah satu netizen mengenai kesediaan pasangan untuk melakukan vasektomi atau *childfree*. Ditinjau dari konsep *self-disclosure*, bentuk *self-disclosure* yang dilakukan oleh narasumber dalam tweet di atas termasuk dalam dimensi *accuracy* atau kejujuran dan dimensi *intimate*. Menurut DeVito (1986) dimensi *accuracy*, berkaitan dengan sejauh mana individu mampu mengungkapkan informasi secara jujur dan sesuai dengan kenyataan internal yang ia alami. Sementara, dimensi *intimate* berkaitan dengan individu dapat mengungkapkan aspek yang sangat pribadi dan biasanya tidak dibicarakan secara terbuka. Dalam kasus ini, dimensi *intimate* dari *self-disclosure* terlihat jelas karena informasi yang dibagikan pada tweet tersebut mencakup isu kesehatan reproduksi dan trauma psikologis, merupakan dua hal yang biasanya berada dalam ranah privat, terutama bagi perempuan dalam budaya yang masih memegang norma kesopanan terkait tubuh dan reproduksi. Kemudian dimensi *accuracy* dari *self-disclosure* dilihat dari narasi yang di unggah oleh @fl***bloom sesuai dengan apa yang narasumber sampaikan pada saat melakukan wawancara dengan peneliti.

“...personally aku bukannya nggak mau punya anak. Aku hanya merasa aku nggak akan bisa menjalankan peran sebagai orang tua, makanya *childfree* itu kemudian menjadi opsi”.¹

Hal serupa juga dijumpai pada narasumber berinisial N. Pengungkapan pilihan *childfree* pada tweet N berkaitan dengan pengungkapan trauma terhadap masa kecil yang melatarbelakangi alasan dalam memilih pilihan tersebut. Pada saat melakukan wawancara, narasumber N menjelaskan bahwa pengalaman masa kecil yang tidak menyenangkan dan penuh luka menjadi faktor utama yang membuat dirinya memutuskan *childfree*. Dengan kata lain, keputusan *childfree* yang ia ambil dipengaruhi oleh bagaimana trauma masa kecil berdampak besar pada kesehatan mental dan sikap dirinya terhadap peran sebagai orang tua (WHO, 2022). Hal ini juga ia ungkapkan dalam tweetnya, yang ditujukan untuk mengomentari tweet lain terkait diskursus *childfree*.

“...trauma masa kecil dan masa hidup bersama orang tua sebelum akhirnya menikah dan meninggalkan rumah tempat saya tumbuh membuat saya semakin enggan memiliki anak.”²
“Saya merasa masa kecil saya hingga masa remaja dan masa dewasa muda saya tidak bahagia karena keretakan dalam rumah tangga orang tua...”³



Gambar 1.2 Tweet Alasan *Childfree* Pada Akun X Informan N @_t***baba_

Pada tweet tersebut N menyatakan bahwa tidak semua orang memiliki keinginan untuk menjadi seorang ibu. Dirinya menjadi salah satu contoh perempuan yang enggan menjadi ibu, karena trauma yang diwariskan dari generasi sebelumnya. Tweet N juga termasuk dalam dimensi *accuracy* dan *intimate* dari *self-disclosure*. Pengungkapan diri yang dilakukan oleh N di media sosial X juga dapat dipahami sebagai bagian dari proses pembentukan identitas diri digital sebagai perempuan *childfree*. Jika ditinjau dalam ranah komunikasi digital, identitas bukanlah entitas tetap, melainkan hasil konstruksi sosial yang dibentuk secara aktif melalui praktik komunikasi sehari-hari, termasuk

¹ Wawancara narasumber @fl***bloom, 31 Mei 2025

² Wawancara N @_t***baba_, 17 Juni 2025

³ *Ibid.*, 17 Juni 2025

melalui narasi personal yang dibagikan kepada publik. Dalam kasus N, identitas sebagai perempuan childfree tidak hanya dibangun melalui pengambilan keputusan pribadi, tetapi juga melalui cara ia menarasikan dirinya di ruang publik digital. Ketika ia membagikan tweet yang mengandung pengalaman traumatis masa kecil, narasi tersebut bukan hanya bertujuan untuk berbagi cerita, melainkan juga untuk membentuk pemahaman publik mengenai siapa dirinya, mengapa ia memilih jalur hidup tertentu, dan bagaimana ia ingin dipahami oleh orang lain.

Self-disclosure yang dilakukan oleh kedua narasumber di atas menunjukkan bahwa perempuan menjadikan media sosial sebagai media pembentuk identitas diri sebagai perempuan childfree. Fenomena ini juga dapat dijelaskan melalui tiga bentuk realitas yang saling terkait dalam teori konstruksi sosial menurut Berger & Luckman (2016), yaitu realitas objektif, simbolik, dan subjektif. Realitas objektif merujuk pada struktur sosial yang telah berkembang dan dianut dalam masyarakat, seperti norma peran keibuan yang dilekatkan pada perempuan. Dalam konteks ini, media sosial X menjadi ruang di mana realitas objektif tersebut mulai digugat. Narasi yang disampaikan oleh perempuan childfree, terutama melalui fitur seperti quote tweet atau utas, berfungsi sebagai simbol-simbol budaya baru yang merepresentasikan pengalaman yang menentang norma dominan sehingga membentuk realitas simbolik. Ketika narasi mengenai alasan childfree tersebut beredar, mendapatkan dukungan, dan dipertukarkan dalam komunitas digital, maka terjadi proses internalisasi, di mana pengguna media sosial mulai membentuk realitas subjektif, yakni interpretasi personal mereka terhadap realitas sosial dan simbolik berdasarkan pengalaman, kondisi psikologis, serta pengaruh dari komunitas daring.

a) Meningkatkan Awareness Mengenai Pilihan Dan Otoritas Tubuh Perempuan di Media Sosial X

Kesadaran mengenai kebebasan memilih dan kepemilikan tubuh menjadi suatu hal yang tidak dapat lepas dari pembahasan mengenai perempuan dan childfree. Kebebasan memilih mengacu pada hak individu untuk menentukan jalan hidupnya sendiri, termasuk keputusan apakah akan memiliki anak atau tidak. Kemudian kesadaran akan kepemilikan tubuh perempuan berarti hak penuh atas tubuh sendiri, termasuk keputusan tentang kesehatan reproduksi, kontrasepsi, dan kehamilan. Dalam konteks perempuan, kebebasan memilih dan otoritas tubuh ini seringkali dibatasi oleh norma budaya, tekanan sosial, dan ekspektasi gender. Oleh karena itu, salah satu alasan perempuan melakukan pengungkapan pilihan childfree di media sosial X adalah untuk membangun kesadaran atau awareness khususnya kepada sesama perempuan, akan kebebasan pilihan dan otoritas tubuh mereka, agar dapat terlepas konstruksi dan stigma yang terus mengikat kebebasan perempuan.

Menurut narasumber L dirinya melakukan pengungkapan pilihan di media sosial, karena terdapat keinginan untuk membangun sebuah kesadaran sesama perempuan, mengenai kebebasan pilihan dan otoritas tubuh perempuan. L berusaha membagikan pengalaman yang bersifat personal di media sosial untuk mendukung serta merangkul kelompok perempuan yang masih mengalami keraguan dalam menentukan pilihan hidupnya, terutama terkait dengan keputusan memiliki anak. Sama halnya dengan L, saat ditanya hal serupa narasumber N juga menjawab bahwa apa yang ia lakukan di media sosial mengenai pilihan childfree merupakan suatu upaya yang dapat ia lakukan untuk meningkatkan kesadaran mengenai pilihan perempuan dalam memilih childfree. Hal ini menunjukkan bahwa L dan N tidak hanya memposisikan dirinya sebagai individu yang memilih childfree, namun juga sebagai bagian dari kelompok sosial yang memiliki kepedulian terhadap kesadaran akan hak-hak perempuan.

Selain itu, dapat dikatakan fenomena ini termasuk dalam bentuk motivasi atau tujuan dalam aspek self-disclosure. Tujuan atau motivasi melakukan self-disclosure menurut Delreg (1979), bukan hanya untuk meluapkan emosi dan memperoleh pengakuan sosial, tetapi juga untuk membangun dan memperdalam hubungan. Dalam hal ini, para perempuan mengunggah tweet dengan tujuan agar perempuan di media sosial X mengerti bahwa mereka memiliki hak atau kebebasan untuk memilih. Sehingga, dapat dikatakan bahwa pengungkapan diri atau self-disclosure yang dilakukan oleh perempuan, bukan sekadar berbagi pengalaman, tetapi merupakan bentuk interaksi hiperpersonal yang bertujuan memperkuat kesadaran bersama dan koneksi emosional antar perempuan melalui media sosial yang memungkinkan perasaan dan gagasan dapat menyebar luas.

b) *Fitur dan Karakteristik Media Sosial X Menyediakan Ruang Aman Untuk Bereksresi Mengenai Pilihan Childfree*

Fitur merupakan salah satu aspek yang tidak dapat dipisahkan dalam pembahasan mengenai media sosial. Pada pengungkapan pilihan childfree di media sosial X oleh para perempuan kemudahan fitur yang disediakan oleh X menjadi salah satu alasan perempuan memilih dan melakukan pengungkapan diri di media sosial X. Media sosial X sendiri memiliki fitur unggulan yang tidak dimiliki oleh media lain, yaitu “fitur quote”. Dalam konteks isu childfree, fitur quote menjadi sarana strategis untuk para perempuan dalam menumbuhkan keberanian saat melakukan pengungkapan diri di media sosial X. Hal ini diungkapkan oleh narasumber L, bahwa keunggulan fitur quote yang dimiliki oleh X menurut L berpengaruh dalam membangun keberanian dan ruang yang aman untuk dirinya saat melakukan pengungkapan pilihan childfree.

Selain fitur, karakteristik dari media sosial X dan penggunaannya juga menjadi salah satu alasan yang disebutkan oleh narasumber dalam mendorong mereka melakukan pengungkapan ekspresi diri atau ikut melakukan diskusi mengenai childfree di media tersebut. Karakteristik yang pertama adalah anonim atau media sosial X dapat digunakan oleh siapapun tanpa harus menunjukkan identitas asli dari penggunaannya. Hal ini disampaikan oleh narasumber N bahwa dirinya merasa anonimitas memungkinkan dirinya untuk menggunakan media sosial X tanpa harus menunjukkan identitas aslinya, membuat N menjadi lebih berani melakukan pengungkapan diri. Hal ini sejalan dengan faktor self-disclosure yang diutarakan oleh Joinson (2001) bahwa salah satu hal yang mendorong seseorang untuk melakukan pengungkapan diri di media sosial adalah faktor anonimitas yang didapati oleh para penggunaannya dengan mengakses media sosial.

Fenomena ini juga dibahas dalam teori affordance yang dikemukakan oleh Gibson (2014), pada konteks teknologi & media sosial. Fitur *quote* dalam media sosial X yang digunakan oleh perempuan dalam melakukan pengungkapan diri, menunjukkan bahwa fitur di media sosial X dapat menciptakan affordance yang mendorong terjalannya sebuah interaksi antar penggunaannya dengan berbagai keunggulan, kelemahan, dan tujuannya. Selain itu, perilaku yang dicerminkan pada perempuan childfree di atas juga menunjukkan bahwa fitur serta karakteristik dari media sosial yang terbuka dan riuh akan pembicaraan, dapat membentuk sebuah persepsi di media sosial yang akhirnya bukan hanya demi mencapai sebuah tujuan namun juga mengubah pola komunikasi yang terjalin dalam komunikasi berbasis digital. Dengan demikian, fitur teknologi dan karakteristik media sosial X tidak hanya menjadi alat bantu teknis, melainkan juga aktor sosial dalam dinamika komunikasi digital. Ia menciptakan affordance yang memungkinkan terbentuknya realitas sosial baru mengenai isu childfree, mendorong transformasi pola komunikasi menjadi lebih terbuka dan dialogis, serta memperkuat motivasi perempuan untuk melakukan self-disclosure melalui proses komunikasi yang bersifat strategis, aman, dan membangun. Hal ini membuktikan bahwa interaksi digital di media sosial X bukan hanya mencerminkan realitas sosial yang ada, tetapi juga turut berperan aktif dalam membentuknya.

c) *Kesamaan Pandangan Perempuan Terhadap Pilihan Childfree di Media Sosial X*

Dalam konsep self-disclosure menurut Delreg (1979) manusia melakukan pengungkapan diri dengan lima tujuan utama, yaitu untuk meluapkan emosi seperti kekecewaan, untuk mendapatkan kejelasan dan pemahaman atas masalah dari sudut pandang lain, untuk memperoleh pengakuan sosial terhadap keyakinan diri, untuk mempengaruhi persepsi orang lain tentang diri sendiri dan yang terpenting, untuk membangun dan memperdalam hubungan melalui pertukaran informasi dan rasa percaya. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks pengungkapan pilihan childfree dengan alasan adanya kesamaan pandangan terhadap pilihan tersebut di media sosial X, perempuan melakukan hal tersebut dengan tujuan untuk memperoleh pengakuan sosial terhadap keyakinan diri dan untuk membangun dan memperdalam hubungan melalui pertukaran informasi dan rasa percaya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber N, dirinya merasa saat melakukan pengungkapan pilihan childfree di media sosial X merasa sangat senang saat menemukan bahwa ternyata apa yang ia sampaikan mengenai pilihan tersebut juga dirasakan oleh perempuan lain. Dapat

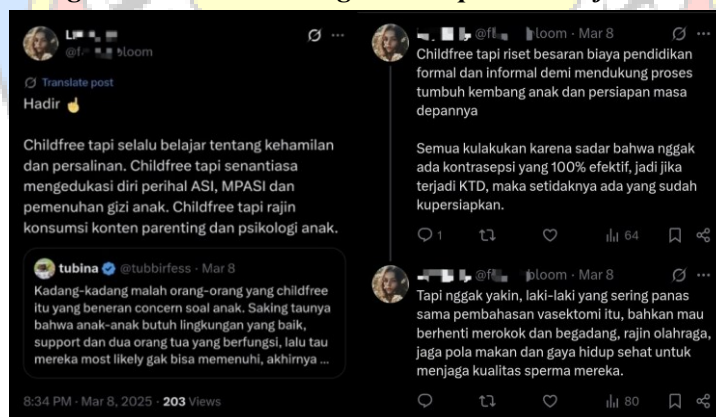
diinterpretasikan bahwa, dari kesamaan pandangan yang dimiliki N dan perempuan childfree lain di media sosial X, membuat N merasa dirinya semakin percaya diri untuk terus mengungkapkan dan berinteraksi dengan perempuan lain mengenai diskursus childfree di media sosial.

Narasi pilihan childfree yang diunggah oleh perempuan karena alasan banyaknya perempuan lain yang juga memiliki pilihan yang sama di media sosial X menunjukkan bahwa media sosial telah menjalankan fungsinya media yang menciptakan *presence*, *relationship*, *reputation*, dan *groups* menurut Kietzmann et al. (2011), *Presence*, dalam hal ini berarti media sosial X mampu menciptakan kehadiran kolektif para perempuan dengan pemikiran yang sama yaitu pilihan childfree, yang membuat perempuan tersebut tidak merasa sendirian. Kemudian *relationship*, bahwa media sosial X mampu membentuk hubungan sosial atau solidaritas digital antar perempuan dengan berbasis tweet pengungkapan pilihan dan pandangan yang sama. *Reputation*, yang berarti dalam konteks childfree media sosial X memediasi interaksi sosial yang dapat membentuk sebuah pengakuan atau validitas diri para perempuan sebagai childfree womens. Terakhir, *groups* atau dapat diartikan bahwa media sosial X mampu membuka ruang untuk terbentuknya sebuah komunitas informal yang berbasis dari kesamaan nilai atau pandangan perempuan dengan pilihan hidup childfree.

Selain itu, dalam teori konstruksi sosial Berger & Luckman (2016), pengungkapan diri yang terjadi karena adanya solidaritas digital yang membentuk komunitas informal para perempuan childfree di media sosial menunjukkan bahwa sebuah realitas sosial bukan hanya terbentuk atau dibentuk oleh individu, tetapi juga oleh komunitas digital. Komunitas ini tidak hanya menjadi tempat berbagi narasi pribadi, tetapi juga berfungsi sebagai arena untuk membentuk, memperkuat, dan mereproduksi makna sosial secara kolektif. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa pengungkapan pilihan childfree oleh perempuan dilakukan dengan harapan untuk menjangkau mereka yang *sepemikiran*, berbagi keresahan, dan menciptakan ruang aman bagi narasi yang selama ini kerap mendapat penolakan dari ruang publik konvensional. Hal ini memperkuat peran media sosial sebagai medium penting dalam pergeseran komunikasi interpersonal di era digital, dari yang bersifat eksklusif dan terbatas menjadi inklusif, terbuka, dan terhubung secara emosional lintas ruang dan identitas.

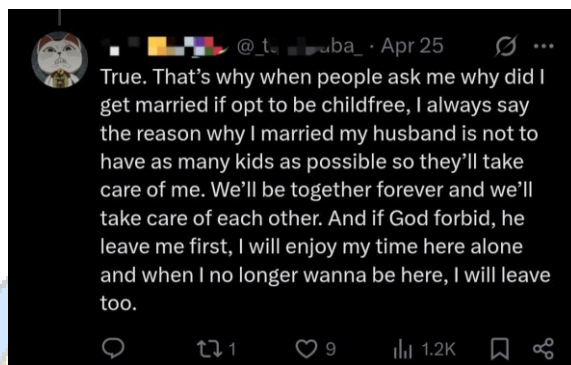
Ragam Tweet Childfree Pada Akun X @fl***bloom, @p***mnty, dan @_t***baba_ sebagai Media Diskursus Pilihan Childfree

a) Tweet Pengalaman Pribadi Sebagai Perempuan Childfree



Gambar 1.3 Tweet Pengalaman Pribadi Childfree Pada Akun X Informan L @fl***bloom

Berdasarkan isi tweet diatas, pengungkapan diri yang dilakukan oleh L termasuk dalam dimensi *depth* atau *intimate* dan *intentionality* dari *self-disclosure*. Dimensi *depth* merujuk pada sejauh mana informasi yang diungkapkan bersifat pribadi dan emosional, sementara *intentionality* menggambarkan kesengajaan seseorang dalam membuka diri di hadapan publik (Greene, et al., 2006). Tweet ini mencerminkan pengungkapan yang mendalam, disengaja, dan menyentuh aspek-aspek sensitif dalam kehidupan personal, yang berkontribusi pada pembentukan identitas digital dan membuka ruang diskusi publik terhadap isu childfree. Hal ini sejalan dengan penjelasan Greene, et al. (2006). mengenai *self-disclosure*, bahwa *self-disclosure* merupakan tindakan komunikasi yang membuka sisi pribadi seseorang kepada orang lain, sebagai salah satu upaya dalam pembentukan identitas diri, terlebih dalam ruang digital yang bersifat publik dan terbuka.



Gambar 1.4 Tweet Pengalaman Pribadi Childfree Pada Akun X Informan N @_t**baba_**

Kemudian pada tweet narasumber N, juga menunjukkan perilaku pengungkapan diri terhadap pilihan childfree. N dalam tweet tersebut melakukan pengungkapan diri yang berbeda dengan yang dilakukan oleh L. N melakukan pengungkapan diri dengan menjabarkan alasan dibalik pilihannya tersebut. Jika ditinjau dari perspektif *self-disclosure*, isi tweet ini menunjukkan dimensi *depth* atau *intimate*. Menurut Greene, et al. (2006), *depth* atau *intimate* mengacu pada seberapa pribadi dan emosional informasi yang dibagikan. Karena dalam tweet tersebut N, membagikan pandangan tentang hidup dan kematian, rasa kesetiaan, serta penerimaan terhadap hidup tanpa anak yang sangat personal dan rentan secara emosional. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang baru untuk membuka identitas terdalam yang sebelumnya hanya dibagikan dalam hubungan interpersonal yang sangat dekat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial telah menjadi ruang baru untuk melakukan pengungkapan diri, bahkan sampai dengan membuka identitas terdalam yang sebelumnya hanya dibagikan dalam hubungan interpersonal yang sangat dekat. Fenomena ini juga menunjukkan bahwa adanya pergeseran komunikasi yang terjalin di media digital. Hal tersebut menyangkut pergeseran dalam komunikasi interpersonal yang dapat terjalin dengan efektif walaupun dilakukan melalui media digital. Seperti asumsi dalam teori hyperpersonal komunikasi menurut J.B Walther (dalam Muhammad et al., (2022)), bahwa istilah *hyperpersonal* digunakan untuk menjelaskan fenomena dimana komunikasi yang bersifat pribadi dapat terjalin melalui media computer.

b) Tweet Perlawanan Terhadap Stigma Perempuan Childfree

Perempuan childfree merupakan kelompok rentan yang kerap kali mendapat tekanan sosial dan stigma dari masyarakat, terutama masyarakat yang berada dalam konstruksi budaya yang sangat patriarkal. Oleh karena itu, perempuan childfree berusaha menggunakan media sosial X untuk melakukan perlawanan dengan secara aktif membagikan tweet mengenai alasan mereka childfree yang sangat kompleks dan otoritas terhadap tubuh perempuan dalam diskursus childfree.



Gambar 1.5 Tweet Childfree Pada Akun X Informan L @f*bloom**

Pada tweet tersebut L berusaha menyangkal ungkapan netizen, dengan mengaitkan isu childfree dengan isu sosial lain yaitu lansia yang terlantar di panti jompo. Dalam tweetnya L, berusaha untuk menyampaikan pesan bahwa tidak benar jika perempuan childfree akan merasa kesepian di masa tuanya, karena jika dibandingkan dengan fenomena lansia terlantar di panti jompo, lebih banyak lansia-lansia yang memang memiliki anak namun tetap kesepian dimasa tuanya karena ditelantarkan oleh anak mereka. Studi menunjukkan bahwa memiliki anak tidak selalu menjamin perawatan atau dukungan sosial di masa tua, karena berbagai faktor seperti dinamika keluarga, perubahan nilai, hingga keterbatasan ekonomi anak (Albertini & Mencarini, 2014). Dengan kata lain, melalui tweet tersebut L mengajak pembaca untuk memikirkan ulang stigma terhadap perempuan childfree, dengan pendekatan pesan yang informatif dan persuasif.



Gambar 1.6 Tweet Childfree Pada Akun X Informan P @p*mnty**

Selanjutnya tweet yang berisikan perlawanan terhadap stigma perempuan childfree, juga diutarakan pada tweet narasumber P. Pada tweetnya P lebih menyoroti bagaimana otoritas tubuh dan pilihan perempuan sering kali diurus oleh laki-laki. Tweet tersebut dapat diinterpretasikan bahwa P merasa laki-laki yang secara biologis tidak memiliki rahim tidak sepatutnya menentang pilihan untuk childfree, karena pilihan tersebut secara biologis dan sosial lebih berkaitan dengan tubuh dan peran perempuan, terutama dalam konteks kehamilan dan reproduksi. Tweet yang diunggah oleh P tersebut memperlihatkan perlawanan terhadap stigma atas kontrol sosial terhadap kebebasan memilih perempuan yang selama ini selalu diwakilkan oleh laki-laki.

Fenomena yang terbingkai pada beberapa tweet diatas, menunjukan bahwa dalam konsep komunikasi digital telah terjadi pergeseran pola komunikasi dalam ruang digital. Pergeseran tersebut menjadikan ruang digital tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga berkembang menjadi ruang interkasi yang aktif dan artikulatif bagi kelompok rentan untuk melakukan aktivisme, mengemukakan pengalaman, opini, dan bentuk perlawanan terhadap norma sosial yang mengekang (Harlow, 2016). Perempuan, yang selama ini sering kali terpinggirkan dalam ruang diskursif konvensional, kini memanfaatkan media sosial untuk mengembalikan kontrol atas narasi tubuh dan pilihan hidup mereka, serta menantang stigma seperti anggapan bahwa perempuan childfree akan kesepian, egois, atau menyalahi kodrat.

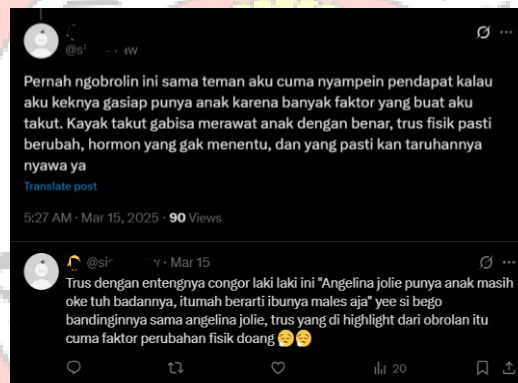
c) Respon Dukungan Terhadap Tweet Perempuan Childfree

Salah satu alasan perempuan melakukan pengungkapan pilihan sebagai perempuan childfree yang telah dibahas sebelumnya adalah karena faktor kesamaan pandangan yang dianut oleh para perempuan di media sosial X. Tweet-tweet dukungan tersebut, memiliki bentuk dan isi yang berbeda-beda. Namun, yang paling disoroti dalam penelitian ini adalah tweet dukungan yang disertai dengan pengakuan sebagai bagian dari perempuan childfree. Seperti tweet yang diunggah oleh netizen pada tweet L mengenai diskursus childfree dan panti sosial.



Gambar 1.8 Tweet Dukungan Terhadap Tweet Childfree Pada Akun X Informan L @fl***bloom

Tweet pertama menyoroti keadaan sosial yang ironis, karena banyak lansia tetap hidup sendiri di panti jompo meskipun memiliki anak, sehingga netizen pertama menyimpulkan bahwa lebih baik menjadi childfree dan mempersiapkan diri untuk masa tua secara sadar, daripada menggantungkan harapan pada anak yang belum tentu akan merawatnya saat masa tua. Kemudian, tweet kedua dengan menggunakan fitur *quote tweet*, netizen kedua merespons dengan membagikan kisah nyata tentang neneknya yang memiliki sembilan anak, melihat dan mengalami sendiri kenyataan mengenai neneknya yang saat masa tua ditelantarkan oleh anak-anaknya, membuat dirinya semakin bertekad untuk tidak memiliki anak



Gambar 1.9 Tweet Dukungan Terhadap Tweet Childfree Pada Akun X Informan P @p***mnty

Tweet dukungan ketiga diunggah oleh netizen, menunjukkan bahwa netizen tersebut ikut membuktikan apa yang diungkapkan oleh P dalam tweetnya memang benar karena dalam dunia nyata masih banyak laki-laki yang mengurus dan membungkap pilihan serta suara perempuan. Dengan demikian, ketiga tweet dukungan yang dilontarkan oleh netizen diatas memperlihatkan bagaimana tweet L @fl***bloom dan P @p***mnty mengenai diskursus childfree, dapat menjadi medium bagi para perempuan childfree untuk berinteraksi dan ikut membagikan pilihan mereka. Bentuk narasi yang dibangun dengan pengungkapan pilihan *childfree*, menunjukkan bahwa kesamaan antara isi tweet L dan P, dengan pengalaman perempuan lain dapat memicu timbulnya perilaku pengungkapan diri atau *self-disclosure*. Selain itu, interaksi yang terjalin pada tweet tersebut menunjukkan bahwa media sosial, khususnya X, dapat menjadi ruang di mana narasi personal yang dibentuk oleh perempuan childfree mendapatkan perhatian publik, menjalin pertemanan dengan sesama perempuan childfree, dan membentuk dinamika diskusi yang aktif. Hal ini sejalan dengan teori *hyperpersonal communication* dari Walther (1992), komunikasi di media digital memungkinkan pengguna menyajikan versi terbaik dari dirinya termasuk mengenai pilihan hidupnya, melalui pesan yang dikurasi secara emosional, sehingga hal tersebut dapat memperkuat kedekatan interpersonal meskipun tidak terjadi kontak langsung.

Fenomena ini juga dapat dijelaskan melalui teori konstruksi sosial menurut Berger & Luckman (2016) yang menekankan bahwa makna sosial terbentuk melalui interaksi sosial yang

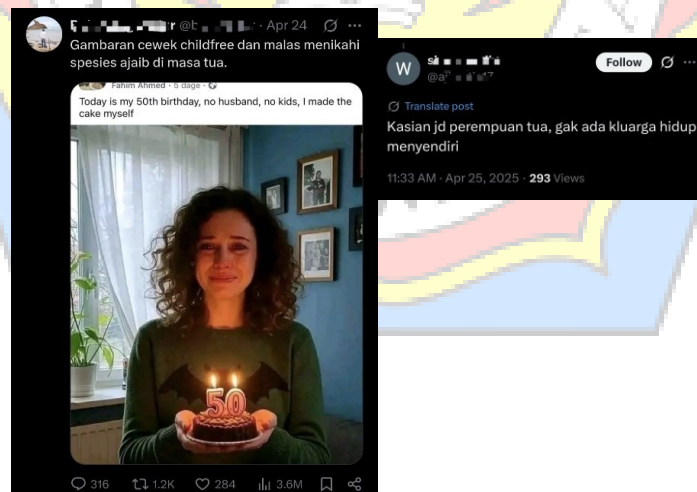
berkelanjutan. Ketika pengguna lain menanggapi narasi perempuan childfree dengan dukungan, maka diskursus mengenai childfree sebagai pilihan yang sah perlahan menjadi bagian dari realitas sosial yang dibentuk secara kolektif di ranah digital. Hal ini sesuai dengan 3 dialektis dalam teori konstruksi sosial sebagai proses dalam pembentukan realitas sosial. Pertama, eksternalisasi terjadi saat individu, dalam hal ini perempuan, mengekspresikan pengalaman dan pandangan personal mereka terkait pilihan childfree ke ruang publik digital melalui tweet, komentar, atau diskusi. Kedua, objektivasi muncul ketika narasi tersebut mendapat tanggapan, diakui, dan direspons oleh pengguna lain, sehingga pengalaman pribadi tersebut menjadi bagian dari kenyataan sosial yang lebih luas dan diterima oleh komunitas daring. Ketiga, internalisasi terjadi ketika individu lain mengadopsi narasi atau perspektif tersebut sebagai bagian dari pemahamannya terhadap realitas sosial, yang pada akhirnya membentuk pandangan kolektif bahwa pilihan childfree adalah sesuatu yang valid, logis, dan dapat diterima.

d) Respon Kontra Terhadap Tweet Perempuan Childfree

Selain respon berupa dukungan yang didapat oleh para perempuan saat melakukan diskusi mengenai childfree di media sosial X, respon kontra juga hadir dalam berbagai pandangan dan perspektif mengenai ketidaksetujuan terhadap tweet terkait pilihan childfree.

Gambar 1.9 Tweet Kontra Terhadap Tweet Childfree Pada Akun X Informan P @p***mnty

Pada tweet kontra di atas, netizen menyebut perempuan sebagai “spesies ajaib” dan mengasosiasikannya dengan sifat “malas menikah”, dengan kata lain pengguna ini menampilkan narasi yang mengolok dan merendahkan perempuan yang memilih untuk hidup tanpa pasangan dan anak. Visual dari seorang perempuan memegang kue ulang tahun sendirian pada usia 50 tahun digunakan sebagai contoh yang menguatkan narasi mengenai ketidakbahagiaan dan kesepian yang akan dirasakan perempuan dengan pilihan childfree. Sama halnya dengan tweet pertama, tweet kedua juga mencoba menentang pilihan childfree dengan gaya bahasa yang merendahkan. Penggunaan kata “kasian” pada tweet tersebut menunjukkan bahwa dirinya secara sarkas mengungkapkan bahwa perempuan yang hidup tanpa pasangan dan anak merupakan kegagalan hidup atau kondisi menyedihkan.





Gambar 1.10 Tweet Kontra Terhadap Tweet Childfree Pada Akun X Informan L @fl*bloom**

Tweet kontra atau penolakan selanjutnya di sampaikan dengan memberikan perbandingan antara data lansia yang menikah dan memiliki anak terlantar dengan lansia yang juga serupa namun tidak terlantar, malah mereka hidup bahagia dengan keluarga serta cucu mereka. Kedua tweet kontra ini menunjukkan bahwa diskusi dalam media sosial X sangatlah beragam. Bukan hanya para perempuan childfree yang berusaha untuk mempertahankan pandangan atau opini mereka mengenai pilihan tersebut, namun pengguna lain juga melakukan hal yang sama. Dalam konteks ini, kedua netizen tersebut berusaha mempertahankan opini mereka mengenai ketidaksetujuan anak generalisasi penelantaran lansia oleh anak dan keluarganya.

Dalam konteks *konstruksi sosial*, tweet kontra diatas memperlihatkan bagaimana norma sosial yang mengakar tentang peran perempuan sebagai istri dan ibu direproduksi secara digital. Pandangan yang menyudutkan perempuan childfree sebagai “gagal” atau menyedihkan memperkuat persepsi sosial lama, yang seolah menetapkan bahwa kebahagiaan perempuan hanya dapat dicapai melalui pernikahan dan anak. Bukan hanya itu, bentuk interaksi yang berlangsung dalam tweet mengenai pilihan childfree seperti ini memperlihatkan bagaimana nilai lama yang mengidealkan pernikahan dan anak sebagai norma sosial tetap dipertahankan melalui medium digital. Mereka yang tidak sejalan dianggap ‘aneh’ atau tidak normal, menunjukkan bahwa realitas sosial baru seperti childfree masih dalam proses negosiasi sosial di ruang digital.

Konstruksi Isu Childfree Sebagai Realitas Sosial Baru di Media Sosial X

Konstruksi sosial yang membentuk childfree sebagai realitas sosial baru di Indonesia tidak terlepas dari peran media sosial X dalam menyediakan ruang alternatif bagi wacana-wacana yang sebelumnya sulit diungkapkan secara terbuka dalam ruang sosial nyata serta kemunculan fitur media sosial yang membuat isu ini terus menerus dibicarakan. Dalam konteks ini, proses pembentukan makna sosial tentang childfree dapat dipahami melalui tiga tahapan dialektis yang dijelaskan oleh Berger & Luckman (2016), yaitu *eksternalisasi*, *objektivasi*, dan *internalisasi*. Ketiga proses ini menjelaskan bagaimana gagasan yang semula bersifat personal dapat berkembang menjadi struktur sosial yang diakui secara kolektif dan memengaruhi identitas individu.

a) *Eksternalisasi: Media Sosial X dalam Memperluas Pembicaraan Mengenai Isu Childfree di Dunia Digital*

Tahap pertama dari konstruksi sosial adalah eksternalisasi, yaitu proses di mana individu menyampaikan gagasan, nilai, atau pengalaman personal ke luar dirinya atau ke dalam sebuah ruang sosial. Dalam konteks ini, media sosial X menjadi ruang sosial untuk menyuarakan pilihan hidup sebagai childfree. Hal serupa telah disampaikan pada sub bab sebelumnya bahwa pengungkapan pilihan childfree yang di lakukan di media sosial, khususnya oleh para perempuan, merupakan bentuk dari upaya menyuarakan atau mengekspresikan diri mengenai pilihan yang masih dianggap tabu. Dengan kata lain, pembicaraan childfree yang lebih berkembang pesat di media sosial terjadi isu ini tidak dapat dibicarakan secara leluasa di dunia nyata karena kondisi budaya indonesia yang masih kental dengan budaya timur.

Budaya timur di indonesia yang membuat keputusan childfree lebih mudah di terima di dunia digital daripada dunia nyata, menunjukkan bahwa terdapat potensi yang dimiliki oleh media sosial untuk mengamplifikasikan isu sosial seperti childfree. Potensi dari media sosial ini berkaitan dengan

bagaimana media sosial tersebut dapat diakses oleh individu childfree sebagai kelompok yang rentan dalam memperluas perbincangan mengenai isu childfree sendiri.

Dengan begitu dapat dikatakan bahwa penyebaran isu childfree di media sosial, yang terjadi karena media sosial X dijadikan media alternatif dalam membicarakan pandangan atau pilihan pribadi mengenai isu childfree, yang diikuti dengan potensi dan akses dari media sosial tersebut, menunjukkan bahwa media sosial digunakan dan dibentuk oleh individu dengan pilihan childfree sebagai sebuah lingkungan sosial baru. Media sosial X sebagai lingkungan sosial baru yang dapat menggantikan lingkungan sosial lama yaitu dunia nyata dalam mengamplifikasikan isu childfree, akhirnya ditinggali atau dipilih untuk digunakan oleh individu childfree dalam menyurakan pilihan tersebut secara terus menerus. Hal ini dijelaskan dalam proses eksternalisasi pada teori konstruksi sosial, bahwa individu tidak hanya menyuarakan pilihan hidupnya ke publik, tetapi secara kolektif juga menciptakan ruang diskursif digital baru yang memperluas kemungkinan pembicaraan tentang isu-isu tabu seperti childfree. Ruang ini dibentuk dari bawah ke atas, didorong oleh suara individu dan komunitas, dan menjadi awal dari konstruksi sosial baru yang menantang norma-norma lama yang bersifat hegemonik.

b) Objektivitas: Interaksi & Fitur di Media Sosial X Membentuk Makna Kolektif Mengenai Isu Childfree

Tahap kedua adalah objektivasi, yaitu saat gagasan yang telah diekspresikan secara berulang memperoleh bentuk yang terlihat nyata dan kolektif. Dalam konteks media sosial X, proses objektivasi terjadi ketika narasi childfree direspons dan diperkuat oleh pengguna lain melalui reply, retweet, likes, dan mention. Interaksi digital ini membentuk jaringan makna yang lebih besar, yang mengangkat childfree dari sekadar opini pribadi menjadi diskursus sosial yang diperbincangkan bersama.

Pembentukan makna kolektif mengenai isu childfree di media sosial X dapat terjadi karena karakteristik dari media sosial X tersebut. Media sosial X memiliki karakteristik sebagai media yang ramai akan pembicaraan dan perdebatan mengenai suatu hal atau gagasan yang dimiliki oleh tiap penggunanya. Sehingga bukan hanya memungkinkan kemunculan berbagai perspektif, namun juga memungkinkan munculnya interaksi antar penggunanya. Keramaian yang menjadi karakteristik dari media sosial ini mengacu pada pertautan antar pesan yang terjalin di dalamnya. Dalam konteks komunikasi digital, pertautan pesan ini memungkinkan satu gagasan atau opini berkembang secara kolektif melalui respons dan partisipasi pengguna lain. Setiap tanggapan, baik berupa persetujuan, kritik, atau tambahan informasi, membentuk jaringan diskursif yang semakin memperkaya isu yang sedang dibahas. Alhasil, dalam konteks ini isu childfree dibicarakan secara terus menerus dan kemudian isu tersebut semakin berkembang bukan hanya pada media sosial itu sendiri, namun juga berkembang pada para penggunanya.

Proses objektivasi ini juga diperkuat oleh fitur dalam media sosial X, yaitu fitur “trending” dan “quote”. Dalam konteks isu childfree, fitur *trending* dan *quote* berperan penting karena menciptakan jejaring diskursif, di mana opini, dukungan, kritik, dan refleksi personal terhadap topik ini terus-menerus ditautkan dan diproduksi ulang oleh pengguna yang berbeda-beda. Hal ini juga telah dibahas pada sub-subbab sebelumnya, bahwa diskursus mengenai childfree di media sosial menjadi lebih aktif dan perempuan menjadi lebih berani melakukan pengungkapan diri karena adanya fitur *quote*.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, proses objektivasi pada tahapan pembentukan realitas sosial mengenai childfree di media sosial, terjadi karena media sosial X sebagai lingkungan sosial baru yang memiliki karakteristik sebagai media sosial yang ramai akan perbincangan dan pandangan terhadap isu-isu sosial, memungkinkan isu tersebut untuk terus menerus dibicarakan, yang kemudian didukung oleh fitur-fitur yang dimiliki oleh media sosial tersebut yaitu fitur *trending* yang membuat isu tersebut menjadi tren dan fitur *quote* yang membuat isu tersebut dibagikan dengan narasi-narasi yang beragam. Fitur *trending* maupun *quote* di media sosial X tidak hanya menjadi medium penyebaran, tetapi juga alat penguat objektivasi, karena mendukung pembentukan persepsi kolektif bahwa childfree adalah topik yang valid, relevan, dan nyata dalam kehidupan sosial masyarakat digital saat ini. Narasi yang awalnya bersifat individual pun perlahan berubah menjadi

bagian dari realitas bersama yang dianggap wajar untuk dibicarakan, dibela, atau bahkan diperdebatkan secara terbuka.

c) Internalisasi: Media Sosial X dalam Membentuk Identitas Diri dan Realitas Sosial Baru Mengenai Isu Childfree

Tahapan terakhir adalah internalisasi, yaitu ketika realitas yang telah terbentuk secara eksternal dan objektif kemudian diresapi dan diterima oleh individu sebagai bagian dari identitasnya. Dalam hal ini, individu yang awalnya hanya menjadi pengamat diskursus childfree di media sosial, mulai melihat dirinya sebagai bagian dari narasi tersebut. Mereka menginternalisasi nilai, gagasan, dan keberanian untuk menyuarakan pilihan serupa. Oleh karena itu, pada subbab sebelumnya didapati bahwa salah satu alasan perempuan melakukan pengungkapan pilihan childfree karena adanya kesamaan dengan pandangan childfree oleh perempuan lain di media sosial tersebut. Selain itu, pada sub bab tweet dukungan childfree, juga ditemukan perempuan-perempuan yang ikut menyuarakan pilihan mereka sebagai perempuan childfree, serta menyuarakan persetujuan mengenai pilihan childfree yang merupakan pilihan pribadi yang tidak dapat dihakimi oleh siapapun.

Pembahasan mengenai kesamaan pandangan mengenai isu childfree memperlihatkan proses internalisasi tidak hanya dipengaruhi oleh intensitas interaksi di media sosial, tetapi juga oleh rasa keterhubungan sosial yang dibangun melalui ruang digital tersebut. Ketika individu melihat bahwa banyak pengguna lain, terutama perempuan yang memiliki pandangan serupa, mereka merasa mendapat legitimasi sosial untuk menyuarakan pilihan yang sebelumnya mungkin mereka simpan dalam diam. Dalam konteks ini, media sosial X membentuk solidaritas digital, yaitu ikatan emosional dan ideologis di antara individu-individu yang memiliki kesamaan pandangan atau pengalaman.

Melalui pertemuan digital ini, para individu tidak hanya menemukan ruang untuk mengekspresikan pandangan mereka, tetapi juga menyerap nilai-nilai dan narasi yang berulang kali diperkuat dalam komunitas tersebut. Akibatnya, narasi bahwa *childfree adalah pilihan hidup yang rasional, sah, dan tidak salah* pun mulai dianggap sebagai kebenaran yang internal oleh individu. Proses internalisasi ini menciptakan realitas sosial baru yang diyakini secara personal dan kolektif, yaitu bahwa menjadi childfree bukanlah deviasi dari norma, melainkan salah satu bentuk kebebasan menentukan arah hidup yang dapat diterima dan dibenarkan secara sosial.

Dengan demikian, proses internalisasi memperlihatkan keberhasilan tahapan dialektika sosial terakhir, di mana gagasan yang lahir dari ruang digital tidak hanya menjadi objek diskursus publik, tetapi juga menjadi bagian dari kesadaran diri para pelakunya. Mereka tidak lagi hanya *melihat* childfree sebagai isu, tetapi *menjadi* individu yang percaya, memilih, dan menghidupi nilai tersebut dalam realitas personal dan sosialnya.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang mengkaji pengungkapan pilihan childfree oleh perempuan di media sosial X, serta analisis terhadap faktor-faktor yang melatarbelakanginya, dapat disimpulkan bahwa diskursus childfree sangatlah kompleks. Mulai dari alasan perempuan memilih childfree yang sangat beragam. Hal ini meliputi akses pendidikan, kesadaran akan kesehatan mental, kekhawatiran terhadap lingkungan sosial, faktor ekonomi, dan pengalaman pribadi, seperti trauma masa lalu. Kemudian dalam bahasan mengenai pengungkapan pilihan childfree di media sosial, perempuan melakukan hal tersebut didasari oleh berbagai alasan, seperti upaya membentuk identitas diri, membagikan dan mengekspresikan pengalaman pribadi, meningkatkan kesadaran akan hak pilihan dan otoritas tubuh perempuan, serta membangun solidaritas sesama perempuan. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa melalui pengungkapan pilihan childfree di media sosial X, menunjukkan adanya pergeseran komunikasi dalam ruang publik. Dimana topik atau pembahasan yang sifatnya pribadi saat ini dapat diartikulasikan dalam ruang publik yang bebas dan terbuka.

Selain itu, didapati bahwa media sosial X berfungsi sebagai ruang untuk melakukan diskusi aktif mengenai isu-isu sensitive seperti isu childfree. Pada media ini perempuan dapat saling mendukung dan berbagi pengalaman. Namun, tentu saja dalam proses diskusi mengenai isu childfree di media sosial X, perempuan tetap menghadapi stigma dan penolakan dari masyarakat yang masih

memegang norma tradisional. Kemudian, konstruksi sosial yang membentuk childfree sebagai realitas sosial baru, terjadi melalui 3 proses dialektis dalam pembicaraan childfree di media sosial. Melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi, media sosial X telah memainkan peran krusial dalam mengubah childfree dari isu yang tabu menjadi topik yang dibicarakan secara luas dan mulai diterima oleh sebagian masyarakat digital. Fitur-fitur media sosial, seperti *quote & trending*, berperan dalam memperkuat proses objektivasi, sedangkan keterbukaan dan inklusivitas media sosial mendorong proses eksternalisasi dan internalisasi. Namun, sebagaimana telah dijelaskan, proses ini tidak berlangsung secara linier atau tanpa hambatan. Wacana childfree masih harus berhadapan dengan struktur sosial lama yang ditopang oleh budaya patriarki, nilai agama, dan institusi keluarga yang kuat. Oleh karena itu, konstruksi sosial atas pilihan childfree di media sosial X harus dilihat sebagai ruang negosiasi yang dinamis, di mana makna-makna baru terus dikonstruksi, diperdebatkan, dan dinegosiasikan dalam benturan antara budaya digital dan budaya tradisional.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyani, L., Yakob, A., Setiyadi, N. A., Mulyono, D., Utomo, S., & Sari, W. F. (2023). Efektivitas Pelayanan Administrasi Rumah Sakit Terhadap Indeks Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Kesehatan*, 7(2), 77–81.
- DeVito, J. A. (1986). *The Communication Handbook : A Dictionary*. Harper & Row.
- Dewi, A. P., & Delliana, S. (2020). Self Disclosure Generasi Z Di Twitter. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*. <http://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/index>
- Gibson, J. J. (2014). *The Ecological Approach to Visual Perception : Classic Edition* (1st Edition). Psychology Press.
- Hapsari, R., & Azahra, Z. (2020). Media Sosial Twitter Dalam Dimensi Self Disclosure Pada Mahasiswa di Kota Depok. *BroadComm*, 2(2), 57–71. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesia-digital-report-2019/>
- Jourard, S. M. (1971). *The Transparent Self*. Van Nostrand Reinhold.
- Kozinets, R. V. (2019). *Netnography: The Essential Guide To Qualitative Social Media Research* (3rd Edition). SAGE Publications.
- Mu'alifah, A. I., & Sumardijati. (2023). Self Disclosure Pada Pengguna Media Sosial Twitter (Studi Kualitatif Self Disclosure Pada Pengguna Media Sosial Twitter). *Jurnal SIGNAL*, 11(1), 2337–4454.
- Muhammad, Y. A., Luqman, Y., & Hasfi, N. (2022). Memahami Fenomena Komunikasi Hyperpersonal Di Instagram : Studi Penggunaan Second Account Oleh Pengguna Instagram. *Interaksi Online*, 11(1). <http://www.fisip.undip.ac.id>
- Pramesti, S. I., & Adhi, F. D. (2024). Gita Savitri dan Childfree Movement pada Media Sosial: Studi Netnografi pada Akun Instagram @Gitasav. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(2), 268–279. <https://doi.org/10.33366/jkn.v%vi%i.474>
- Schrock, A. R. (2015). Communicative Affordances of Mobile Media: Portability, Availability, Locatability, and Multimediality. *International Journal of Communication*, 9, 18. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:31064350>
- Trisliatanto, D. A. (2020). *Metodologi Penelitian Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah* (1st ed.). Penerbit ANDI.
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19(1), 52–90. <https://doi.org/10.1177/009365092019001003>