

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya manusia diciptakan untuk berpasang-pasangan yaitu laki-laki dan perempuan, yang nantinya dapat menyatu dalam ikatan pernikahan. Bagi pasangan yang sudah menikah, memiliki anak atau tidak merupakan sebuah pilihan, namun pada dasarnya merupakan sebuah ibadah jika pasangan suami istri memiliki anak. Fenomena *childfree*, yaitu keputusan pasangan untuk tidak memiliki anak, menjadi topik yang semakin banyak diperbincangkan dalam masyarakat modern (Hidayati, 2021). Dari perspektif agama khususnya di agama Islam dan Kristen, keputusan ini dapat dilihat dalam berbagai sudut pandang, terutama dalam kaitannya dengan ajaran agama mengenai keturunan sebagai anugerah dan amanah Tuhan.

Dalam Islam, seperti yang disebutkan dalam QS. Al-Furqan (25:74), keturunan adalah sesuatu yang dianugerahkan oleh Allah dan menjadi sumber kebahagiaan bagi keluarga. Anak-anak tidak hanya dianggap sebagai penerus garis keturunan tetapi juga sebagai investasi akhirat bagi orang tua, terutama jika mereka dibesarkan dengan baik dan menjadi pribadi yang bertakwa. Dalam hadits Rasulullah SAW disebutkan bahwa salah satu amal yang pahalanya tidak terputus setelah seseorang meninggal adalah anak yang saleh yang mendoakan orang tuanya. Oleh karena itu, dalam Islam, memiliki anak dipandang sebagai bagian dari ibadah dan tanggung jawab besar dalam membentuk generasi yang lebih baik.

Namun, dengan berkembangnya zaman dan perubahan sosial, semakin banyak pasangan yang memilih untuk hidup tanpa anak dengan berbagai alasan, seperti faktor ekonomi, karier, kekhawatiran terhadap perubahan iklim, hingga keinginan untuk menjalani hidup yang lebih bebas. Dalam Islam, ada pemahaman bahwa kehidupan tidak hanya tentang kepentingan pribadi, tetapi juga tentang menjalankan peran dan tanggung jawab yang lebih besar, termasuk dalam membentuk generasi yang lebih baik.

Namun, ada juga diskusi mengenai situasi tertentu di mana seseorang memilih untuk tidak memiliki anak karena alasan kesehatan atau kondisi khusus lainnya. Dalam kasus seperti ini, setiap agama menekankan bahwa keputusan harus dibuat dengan mempertimbangkan kebijaksanaan, doa, serta konsultasi dengan pihak yang berwenang, seperti ulama atau pemimpin gereja. Oleh karena itu anak ini merupakan sebuah anugerah yang tidak dapat tergantikan oleh apa pun (Atabik & Mudhiiah, n.d.)

Childfree ini merupakan sebuah pilihan individu baik itu perempuan maupun laki-laki. Menikah tanpa punya anak itu berbeda dengan *childfree*, dia bisa saja menikah tanpa punya anak dan dia bisa saja tidak menikah karena dia *childfree*, jadi dapat kita artikan *childfree* ini merupakan sebuah alasan ketika dia ingin nikah. Ketika dia ingin *childfree* pasti dia tidak akan menikah atau mencari pasangan yang ingin *childfree* juga. Pilihan untuk *childfree* dari segi wanita merupakan pilihan yang dependent atau tergantung dengan laki-laki yang punya pandangan hidup yang sama. (Khasanah & Ridho, 2021)

Childfree ini merupakan sebuah pilihan dan pilihan itu dikonstruksi oleh fenomena *childfree* yang dihebohkan dari media sosial. Awal mula fenomena ini berangkat dari media sosial khususnya TikTok. Banyak sekali netizen yang mendebatkan fenomena ini di sosial media khususnya Tiktok, alasan mereka memperdebatkan fenomena ini karena ada pro kontra dari netizen yang melihat fenomena ini. Mereka beranggapan bahwa *childfree* merupakan tindakan atau hal yang egois untuk dilakukan menurut yang kontra terhadap *childfree*, namun untuk yang pro mereka setuju untuk *childfree* karena bisa membantu kestabilan lingkungan dan kestabilan mental dari seorang perempuan. (Januario et al., 2022)

Fenomena *childfree* ini bisa *hits* atau *booming* kembali dikarenakan ada seorang *influencer* yang bernama Gita Savitri saat itu membuat konten mengenai *childfree* di media sosial khususnya youtube pada saat itu di tanggal 13 Febuari 2023. Kontroversi fenomena ini bermula ketika ada seorang netizen yang bertanya kepada Gita Savitri rahasia awet muda pada perempuan di usia 30 tahun. Lalu Gita Savitri menjawab "*Not having kids is indeed natural anti aging. "You can sleep for 8 hours every day, no stress hearing kids screaming. And when you finally got wrinkles, you have the money to pay for botox,"* ujar Gita Savitri. Pernyataan dari Gita Savitri ini tentu menentang netizen, netizen menanggapi tanggapan itu dengan mengatakan bahwa anak lah yang bisa memberikan para perempuan awet muda karena anak adalah sumber kebahagiaan kita. (Januario et al., 2022)



Gambar 1.1 Komentar Gita Savitri

Sumber : Syalvatika Nanda (2023)



Gambar 1.2 Komentar Masyarakat

Sumber : Fuji E Permana (2023)

ChildFree merupakan singkatan dari “*child*” dan “*free*”, menurut seorang ahli yang bernama Victoria Tunggono dalam bukunya menyebutkan bahwa *childfree* ini

merupakan pilihan penyembuhan yang diputuskan atau dipilih oleh seorang keluarga yang ingin tidak memiliki anak dan menghindari kehamilan. Dapat saya artikan dari penjelasan tersebut bahwa *childfree* ini merupakan sebuah keputusan yang sudah dipikirkan oleh suami dan istri untuk tidak mempunyai anak dengan berbagai pertimbangan dan alasan juga yang tentunya sudah dipikirkan secara matang. Fenomena *childfree* ini sebenarnya sudah muncul sejak tahun 1980-an, namun pada saat itu para ahli menamainya sebagai *voluntary* dan *intentionally*. Seiring dengan berkembangnya bahasa dan intelektual yang semakin inovatif maka para ahli pada saat ini menyebut mereka pasangan yang tidak ingin memiliki anak sebagai *childfree* (Zainuddin Sunarto & Imamah, 2023).

Menurut survei yang telah dilakukan oleh lembaga *survey* yang bernama Bigdata.bps.go.id, alasan masyarakat Indonesia terutama perempuan melakukan *childfree* itu dikarenakan banyak dari mereka yang lebih mengejar kepada pendidikan yang lebih tinggi bahkan banyak juga dari mereka yang menunda perkawinan dikarenakan ingin mengejar mimpi dan pendidikan terlebih dahulu. Selain dari pendidikan banyak juga perempuan di Indonesia melakukan *childfree* karena menganggap anak itu akan menjadi beban ekonomi untuk keluarganya di kemudian hari, sangat bertolak belakang dengan pembahasan sebelumnya yang menyebutkan anak merupakan sebuah karunia dari Tuhan. Masih dari sumber data yang sama yaitu Big data menyebutkan persentase *childfree* ini meningkat dalam 4 tahun terakhir. Fenomena ini sempat tertekan pada masa covid namun setelah pandemi covid 19, persentase dari *childfree* ini kembali meningkat. (Najib,2020)

Peran media tentunya juga menjadi sangat penting dalam membentuk opini publik mengenai *childfree*. Media memiliki kekuatan untuk membingkai isu ini dari berbagai perspektif, baik yang mendukung maupun yang menentang. 2 media yang mempunyai pandangan yang berbeda mengenai *childfree* ini adalah media religius dan media massa *mainstream*. Media religius adalah media yang berlandaskan pada nilai-nilai keagamaan dalam menyajikan informasi dan membingkai suatu isu. Di Indonesia, media religius sering kali berafiliasi dengan organisasi keagamaan atau memiliki sudut pandang yang kuat terhadap ajaran agama tertentu, seperti Islam, Kristen, Hindu, dan lainnya. Sedangkan media massa lebih luas jangkauannya dan tidak selalu terikat pada ideologi tertentu dan media massa lebih berorientasi pada penyampaian informasi kepada publik.

Dalam pembahasan mengenai *childfree*, media religius cenderung menekankan peran keluarga dalam ajaran agama, keputusan untuk memiliki anak seringkali dikaitkan dengan konsep keluarga yang ideal menurut ajaran agama, dimana memiliki anak dianggap sebagai amanah dan karunia dari tuhan dan harus kita laksanakan dan kita rawat. Dalam media religius juga melihat *childfree* sebagai bentuk penyimpangan moral, pilihan untuk *childfree* dianggap sebagai pengaruh dari budaya barat yang individualistik dan *childfree* ini merupakan tindakan yang bertentangan dengan kodrat perempuan dalam ajaran agama.

Dalam media religius juga sering kali menampilkan narasi bahwa perempuan memiliki kewajiban utama untuk melahirkan dan membesarkan anak sebagai bentuk pengabdian tidak hanya kepada keluarga tetapi juga kepada Tuhan. Dalam

pemberitaan mereka, identitas dan nilai seorang perempuan sangat ditentukan oleh perannya sebagai seorang ibu. Perempuan yang memilih untuk tidak memiliki anak atau menjalani kehidupan *childfree* sering kali dipandang sebagai individu yang menolak kodratnya dan mengabaikan tanggung jawab yang dianggap suci dalam ajaran agama. Narasi ini mencerminkan bagaimana media religius membentuk opini publik dengan menekankan bahwa menjadi ibu adalah kewajiban alami yang tidak dapat dipisahkan dari eksistensi seorang perempuan, dan bahwa keputusan untuk *childfree* bertentangan dengan nilai-nilai keluarga serta norma sosial yang telah lama dijunjung tinggi.

Beberapa media religius di Indonesia telah membahas fenomena dari *childfree* dari perspektif agama islam. Menurut pandangan dari media republika.co.id dalam artikelnya yang berjudul “memilih *childfree*? Pertimbangkan hal ini terlebih dahulu,” menjelaskan banyak sekali alasan kenapa kita sebagai manusia yang beragama harus memiliki keturunan. Mengutip pernyataan dari Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) yang menyarankan agar keluarga harus mempertimbangkan tanggung jawab atau sanksi sosial yang akan diterima ketika keluarga itu memutuskan untuk *childfree*. Keputusan untuk tidak memiliki anak dianggap akan dapat mempengaruhi keberlanjutan pembangunan dan struktur demografis di Indonesia.

Selain itu terdapat media religius juga yang bernama Hidayatullah.com dalam artikel "Ketua MUI: Jauhi *Childfree*, Ayo Punya Anak yang Berkualitas" menyampaikan pandangan Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI), KH Cholil Nafis,

yang menegaskan bahwa keputusan untuk tidak memiliki anak bertentangan dengan fitrah manusia dan ajaran Islam. Beliau mendorong umat Islam untuk memiliki anak yang berkualitas sebagai bagian dari tanggung jawab moral dan penerus perjuangan ideologi sebagai khalifah Allah SWT.

Secara keseluruhan, media-media religius tersebut menekankan bahwa keputusan untuk tidak memiliki anak (*childfree*) tidak sejalan dengan ajaran Islam. Mereka mendorong pasangan suami istri untuk mempertimbangkan kembali keputusan tersebut dengan memperhatikan tanggung jawab sosial, keberlanjutan generasi, dan nilai-nilai agama yang dianut.

Dalam membahas *childfree*, media massa *mainstream* memiliki karakteristik yang sangat bertolak belakang dengan media religius. Media massa *mainstream* cenderung lebih *progresif* dan tidak membenarkan atau menyalahkan perempuan yang memilih untuk *childfree*. Media massa *mainstream* juga cenderung lebih beragam dalam sudut pandang, beberapa media massa *mainstream* justru mendukung keputusan *childfree* sebagai bagian dari hak individu, sementara yang lain masih membingkainya dalam perspektif sosial yang lebih konservatif.

Contoh media massa *mainstream* yang mendukung keputusan *childfree* adalah Vice Indonesia. Vice Indonesia adalah bagian dari jaringan media global Vice, Vice juga dikenal memiliki pendekatan jurnalistik progresif dan kritis terhadap isu-isu sosial. Dalam pemberitaan mengenai *childfree*, Vice Indonesia sering menyoroti aspek kebebasan individu dalam menentukan pilihan hidup, terutama bagi perempuan. Mereka juga menghubungkan keputusan *childfree* dengan isu feminisme, hak

perempuan atas tubuh mereka sendiri (*bodily autonomy*), dan bagaimana tekanan sosial sering kali membebani perempuan untuk memenuhi ekspektasi tradisional, seperti pernikahan dan memiliki anak.

Selain itu juga ada The Jakarta Post, Sebagai media berbahasa Inggris yang memiliki pembaca global dan cenderung mengadopsi perspektif liberal, The Jakarta Post sering membahas isu sosial dengan sudut pandang yang lebih terbuka dan modern. Dalam membahas fenomena *childfree*, media ini lebih menekankan pada hak individu untuk menentukan jalan hidup mereka sendiri tanpa tekanan dari norma-norma budaya atau agama yang mengikat.

Media massa *mainstream* yang mendukung keputusan *childfree* umumnya memiliki pendekatan yang lebih progresif dan berbasis pada hak individu. Mereka melihat fenomena ini sebagai bagian dari perubahan sosial yang lebih luas, di mana perempuan dan laki-laki memiliki kendali penuh atas kehidupan mereka tanpa harus tunduk pada ekspektasi tradisional. Dengan menampilkan berbagai sudut pandang, media-media ini berkontribusi dalam mendekonstruksi stigma negatif terhadap *childfree* dan membuka ruang diskusi yang lebih inklusif dalam masyarakat.

Media massa *mainstream* sering kali menghubungkan fenomena *childfree* dengan berbagai faktor sosial, ekonomi, dan budaya yang berkembang dalam masyarakat modern. Dari segi ekonomi, media massa menyoroti tingginya biaya membesarkan anak sebagai salah satu alasan utama yang membuat banyak pasangan atau individu memilih untuk tidak memiliki keturunan. Kebutuhan finansial yang semakin meningkat, seperti biaya pendidikan, kesehatan, serta kebutuhan pokok

lainnya, menjadi pertimbangan utama bagi mereka yang merasa bahwa memiliki anak dapat menjadi beban ekonomi dalam jangka panjang. Selain itu, perubahan gaya hidup juga berperan besar dalam keputusan ini. Banyak individu, terutama di kalangan Generasi Z dan Milenial, lebih memprioritaskan karier, kebebasan pribadi, serta pencapaian individual dibandingkan dengan membangun keluarga tradisional.

Berbeda dengan media religius yang umumnya memiliki sudut pandang yang lebih tegas dan cenderung menolak konsep *childfree*, media massa *mainstream* seringkali memberikan ruang bagi berbagai opini yang mencerminkan sudut pandang yang lebih beragam. Mereka menampilkan perspektif dari berbagai pihak, termasuk akademisi, psikolog, pelaku *childfree*, dan masyarakat umum, untuk memberikan pemahaman yang lebih seimbang tentang fenomena ini. Media massa *mainstream* tidak hanya menyoroti alasan-alasan mengapa seseorang memilih untuk tidak memiliki anak, tetapi juga menghadirkan argumen dari kelompok yang menentang keputusan tersebut. Dengan cara ini, media massa *mainstream* berusaha menciptakan diskusi yang lebih terbuka mengenai dampak sosial dan psikologis dari pilihan hidup ini, baik bagi individu yang menjalaninya maupun bagi masyarakat secara keseluruhan.

Selain itu, pendekatan berbasis data menjadi salah satu strategi utama yang digunakan oleh media massa dalam memberitakan isu *childfree*. Beberapa media lebih menekankan pada penyajian data statistik, hasil survei, dan analisis tren untuk memberikan gambaran yang lebih objektif dan terukur tentang meningkatnya jumlah individu yang memilih jalan ini. Misalnya, mereka menggunakan data tentang angka

kelahiran yang menurun di berbagai negara, survei tentang alasan utama orang memilih untuk tidak memiliki anak, serta penelitian tentang dampak ekonomi dan sosial dari fenomena ini. Dengan pendekatan ini, media massa tidak hanya memberikan informasi berdasarkan opini semata, tetapi juga berbasis pada fakta yang dapat dipertanggungjawabkan.

Media massa *mainstream* yang memiliki sudut pandang *progresif* sering kali mengaitkan fenomena *childfree* dengan gerakan feminisme dan hak individu. Dalam pemberitaan mereka, keputusan untuk tidak memiliki anak dianggap sebagai bagian dari kebebasan perempuan dalam menentukan jalan hidupnya sendiri tanpa adanya tekanan sosial atau ekspektasi budaya yang mengharuskannya untuk berkeluarga dan memiliki anak. Beberapa media *mainstream* bahkan menyoroti bagaimana pilihan *childfree* dapat menjadi bentuk pemberdayaan bagi perempuan yang ingin fokus pada pengembangan diri, karier, atau tujuan hidup lainnya. Dalam konteks ini, kesetaraan gender menjadi isu yang sering diangkat, di mana perempuan semakin memiliki kendali penuh atas tubuh dan keputusan mereka sendiri, termasuk dalam hal reproduksi. Dengan demikian, media massa memainkan peran penting dalam membentuk pemahaman publik tentang *childfree* sebagai pilihan hidup yang sah dan dapat diterima di era modern.

Masalah yang peneliti teliti ini penting dan menarik untuk diteliti dalam penelitian karena pilihan hidup tanpa anak menjadi subjek yang semakin menarik dalam pemberitaan media, terutama dalam konteks media religius dan media massa *mainstream*. Media memiliki peran besar dalam membentuk opini publik mengenai

berbagai fenomena sosial, termasuk keputusan individu atau pasangan untuk tidak memiliki anak. Dalam masyarakat yang masih menjunjung tinggi nilai keluarga dan memiliki norma sosial yang kuat terkait pernikahan dan reproduksi, *childfree* sering kali dipandang sebagai sesuatu yang menyimpang. Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana media religius dan media massa *mainstream* membangun wacana tentang *childfree* dan sejauh mana perbedaan perspektif keduanya mempengaruhi opini publik.

Fenomena *childfree* sering kali menjadi bahan perdebatan dalam berbagai media. Media religius, yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan, cenderung membingkai keputusan untuk tidak memiliki anak sebagai sesuatu yang bertentangan dengan ajaran agama. Dalam Islam, Kristen, dan agama-agama lainnya, memiliki keturunan sering kali dianggap sebagai anugerah dan bagian dari tanggung jawab moral seorang individu. Oleh karena itu, media religius dalam pemberitaannya sering menyoroti *childfree* dari perspektif etika dan moralitas. Narasi yang dibangun biasanya menghubungkan keputusan ini dengan individualisme yang dianggap sebagai pengaruh negatif dari budaya Barat atau sebagai bentuk penyimpangan dari norma yang dianut dalam ajaran agama.

Di sisi lain, media massa *mainstream*, khususnya yang bersifat independen dan berbasis digital, memiliki cakupan yang lebih luas dalam membahas fenomena *childfree*. Beberapa media massa mendukung keputusan *childfree* sebagai hak individu dan bagian dari kebebasan dalam menentukan pilihan hidup. Media massa juga sering mengaitkan *childfree* dengan isu-isu sosial yang lebih besar, seperti

perubahan struktur keluarga, feminisme, kondisi ekonomi, serta dampak sosial dari menurunnya angka kelahiran. Beberapa media massa bahkan menyoroti fenomena ini sebagai tren baru yang mencerminkan pergeseran nilai dalam masyarakat modern.

Perbedaan mendasar antara media religius dan media massa *mainstream* dalam membahas *childfree* terletak pada pendekatan yang digunakan. Media religius lebih menekankan pada aspek normatif, moral, dan religius dalam menilai keputusan ini. Sementara itu, media massa *mainstream* lebih cenderung melihatnya dalam konteks perubahan sosial dan pilihan individu yang sah. Dengan demikian, ada kemungkinan bahwa media religius lebih banyak menggunakan kata-kata dengan konotasi negatif dalam pemberitaannya, sementara media massa lebih beragam dalam menyajikan sudut pandang.

Untuk memahami bagaimana media membentuk pemberitaan tentang *childfree*, penelitian ini menggunakan pendekatan content analysis kuantitatif. Analisis isi kuantitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengukur, dan menganalisis pola komunikasi dalam suatu teks secara objektif dan sistematis. Dalam penelitian ini, metode ini akan digunakan untuk meneliti bagaimana media religius dan media massa *mainstream* membingkai fenomena *childfree* melalui analisis sejumlah artikel berita terkait.

Dengan metode ini, penelitian ini dapat mengidentifikasi frekuensi kemunculan kata kunci tertentu, sentimen dominan dalam pemberitaan, serta bagaimana representasi perempuan *childfree* dibentuk dalam wacana media. Misalnya, penelitian ini dapat mengungkap apakah media religius lebih sering

menghubungkan *childfree* dengan nilai-nilai moral dibandingkan media massa yang cenderung membingkainya sebagai kebebasan individu.

Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memahami bagaimana media religius dan media massa membentuk persepsi tentang *childfree*, tetapi juga bagaimana bias ideologis dan nilai sosial dalam pemberitaan mempengaruhi cara masyarakat memahami fenomena ini. Melalui penelitian ini, akan terungkap bagaimana media berperan dalam membentuk opini publik mengenai *childfree*, serta sejauh mana perspektif yang dihadirkan oleh media religius dan media massa dapat mempengaruhi keputusan individu dalam memilih atau menolak konsep *childfree* dalam kehidupan mereka.

Dalam penelitian *Childfree* ini peneliti menggunakan Framing Theory. Framing theory merupakan teori yang dikembangkan oleh Robert Entman yang menjelaskan bagaimana media membentuk dan mengarahkan pemahaman audiens terhadap suatu isu dengan memilih, menyoroti, atau mengabaikan elemen tertentu dalam pemberitaan. Peneliti menggunakan teori ini karena dalam konteks narasi media terhadap *childfree*, teori ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana media religius dan media massa *mainstream* membangun narasi yang berbeda tentang fenomena ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini mengangkat permasalahan tentang bagaimana perbedaan *framing* yang

digunakan oleh media religius dan media massa *mainstream* dalam memberitakan fenomena *childfree*. Seiring dengan meningkatnya diskusi mengenai *childfree* di berbagai platform media, terdapat perbedaan dalam cara media membingkai fenomena ini, baik dari segi pemilihan narasumber, sudut pandang, maupun pesan yang disampaikan kepada audiens. Media religius cenderung mengaitkan *childfree* dengan nilai-nilai keagamaan, moralitas, serta ajaran yang dianut oleh umatnya, sementara media massa *mainstream* lebih sering membahasnya dari perspektif sosial, ekonomi, dan hak individu.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kedua jenis media tersebut mengkonstruksi realitas mengenai *childfree* melalui pemberitaan mereka. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti representasi perempuan yang memilih *childfree* dalam pemberitaan media, mengingat bahwa isu ini sering kali dikaitkan dengan peran dan ekspektasi sosial terhadap perempuan. Dengan memahami bagaimana *framing* yang digunakan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pengaruh media dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap *childfree*, serta menggali faktor utama yang mempengaruhi sudut pandang media religius dan media massa *mainstream* dalam memberitakan fenomena ini.

Lebih lanjut, penelitian ini juga memiliki tujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pemberitaan media dapat mempengaruhi sikap dan pemahaman masyarakat terhadap pilihan hidup *childfree*, baik dalam konteks budaya, agama, maupun norma sosial yang berlaku. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian komunikasi, khususnya dalam memahami bagaimana media

berperan dalam membentuk konstruksi sosial terhadap isu-isu yang masih menuai perdebatan di masyarakat.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana media *mainstream* dan media religius membingkai *childfree* dalam isi pemberitaannya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah disampaikan, tujuan penelitian akhir yang ingin dicapai oleh peneliti adalah mengidentifikasi perbedaan perspektif antara kedua jenis media dalam membingkai isi pemberitaan *childfree*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademis, praktis dan sosial sebagai berikut:

Kegunaan Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas strategi *framing* media dalam memberitakan fenomena *childfree*, terutama dalam perbandingan antara media religius dan media *mainstream* di Indonesia.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan metode penelitian kuantitatif terhadap fenomena *childfree*.
Temuan dan analisis dalam penelitian ini diharapkan dapat memperkaya

pendekatan metodologis yang ada dengan memberikan wawasan baru tentang bagaimana mengukur pengaruh *framing* media terhadap persepsi masyarakat.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu akademisi memahami bagaimana media terutama perbedaan dari media religius dan *mainstream* media dalam membentuk opini publik melalui pemilihan bahasa, narasi, dan visualisasi dalam menyajikan isu *childfree*.

Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi media dalam menyusun konten yang lebih objektif dan seimbang terkait fenomena *childfree*. Dengan menganalisis bagaimana *framing* media saat ini membentuk persepsi publik, hasil penelitian ini dapat membantu media memahami dampak dari narasi yang mereka gunakan serta mendorong penyajian informasi yang lebih berbasis data.

Kegunaan Sosial

1. Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang bagaimana media membentuk persepsi publik terhadap fenomena *childfree*. Dengan menyajikan data berbasis analisis isi kuantitatif, penelitian ini diharapkan juga dapat membuka ruang diskusi yang lebih objektif dan mengurangi stigma negatif yang sering muncul. Masyarakat diharapkan dapat lebih memahami bahwa pilihan untuk tidak memiliki anak adalah keputusan pribadi yang didasarkan pada berbagai faktor, sehingga

dapat tercipta lingkungan sosial yang lebih inklusif dan saling menghargai perbedaan.

Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan dalam analisis data berbasis *web scraping*, karena penelitian ini hanya mengandalkan data yang tersedia di platform digital tertentu, sehingga tidak dapat menangkap keseluruhan opini publik yang mungkin juga tersebar di media lain atau dalam percakapan langsung.

