

Persepsi Remaja Generasi Z Mengenai Fenomena Childfree Di Era Masyarakat 4.0

Tittamah Zahara¹, Lucy Pujasari Supratman²

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

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

Abstrak

Kini Indonesia sudah memasuki fase Masyarakat 4.0 dimana internet menjadi semakin kuat dan meluas. Internet, media sosial, robot otomatis menjadi makanan sehari-hari saat ini. Begitu pun dengan adanya informasi mengenai budaya dan gaya hidup. Childfree merupakan pilihan dan gaya hidup yang bermula dari negara Eropa dan baru saja masuk ke Indonesia pada tahun 2021 oleh influencer Gita Savitri melalui media sosialnya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif fenomenologi. Subjek dalam penelitian ini adalah enam remaja generasi z yang tinggal di Bogor dan menggunakan internet. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua informan setuju dengan adanya Childfree di Indonesia sebagai bentuk toleransi atas pilihan hidup masing-masing individu. Meskipun semua informan setuju, tidak semua informan akan pasti melakukan Childfree setelah menikah. Ada beberapa informan masih mempertimbangkan kedepannya, namun ada juga informan yang setuju dengan Childfree namun tidak akan melakukannya.

Kata kunci-persepsi, generasi z, remaja, childfree

Abstract

Now Indonesia has entered the Society 4.0 phase where the internet is becoming stronger and more widespread. The internet, social media, automatic robots are becoming habit nowadays. Likewise with information about culture and lifestyle. Childfree is a choice and lifestyle that originated in European countries and has just entered Indonesia in 2021 by influencer Gita Savitri through her social media. The research method used in this research is the qualitative phenomenological method. The subjects in this research were six Generation Z teenagers who lived in Bogor and used the internet. Data collection was carried out through interviews and documentation. The research results show that all informants agree with the existence of Childfree in Indonesia as a form of tolerance for each individual's life choices. Even though all informants agree, not all informants will definitely be childfree after marriage. There are several informants who are still considering the future, but there are also informants who agree with Childfree but will not do it.

Keywords-perception, generation z, teenagers, childfree

I. PENDAHULUAN

Keluarga memiliki pengertian sebagai kelompok masyarakat yang beranggotakan dua orang atau lebih dan memiliki ikatan dari hubungan perkawinan, darah, dan atau adopsi. Perkembangan dan pertumbuhan dinamika keluarga di Indonesia semakin lama semakin bertambah. Keluarga memiliki hubungan interaksi yang paling kuat dengan intensitas paling tinggi dikarenakan keluarga melibatkan komunikasi dengan peran yang berada di satu atap yang sama. Peran sebagai ayah dan suami, peran ibu dan istri, dan juga peran anak-anak. Namun, dengan berkembangnya dinamika sosial di dunia, terutama di Indonesia, definisi keluarga tersebut sudah tidak terlalu relevan. Definisi keluarga untuk saat ini tidaklah harus dengan yang tinggal satu atap. Karena sudah banyak keluarga yang tinggal di atap yang berbeda dikarenakan alasan pekerjaan, dan lain sebagainya.

Perkembangan keluarga di Indonesia dapat disebut cukup meningkat pesat. Berdasarkan artikel dari Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil, pada 30 Juni 2022, Dirjen Dukcapil Zudan Arif Fakhrulloh menyatakan bahwa total penduduk di Indonesia tercatat sebanyak 275.361.267 jiwa. Dibandingkan dengan total penduduk Indonesia pada 30 Desember 2021 yang tercatat terdapat 273.879.750. Ini berarti terdapat kenaikan yang cukup signifikan sebanyak 1.481.517 jiwa, atau sekitar 0,54% dalam 6 (enam) bulan. Daerah dengan penduduk paling banyak adalah Bogor dengan jumlah penduduk sebanyak 5.385.219 jiwa.

Pengertian *Childfree* dari Kamus Collins memiliki arti tidak memiliki anak; terutama karena pilihan. *Childfree* atau bebas anak memiliki definisi sebagai keputusan seseorang untuk tidak memiliki anak dengan pilihannya sendiri. Adapun pengertian *Childfree* atau bebas-anak menurut Cambridge Dictionary adalah

seseorang yang memilih untuk tidak mempunyai anak; memiliki tempat atau situasi tanpa adanya kehadiran anak-anak. Dari kedua referensi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Childfree* atau bebas-anak adalah ketetapan seseorang untuk memilih tidak mempunyai anak dengan kesadaran dan pilihan dirinya sendiri.

Fenomena *Childfree* itu sendiri di Indonesia telah didukung oleh salah satu Selebgram dan Youtuber yaitu Gita Savitri yang ia sampaikan sendiri melalui channel Youtube-nya pada tahun 2021. Namun, keputusan Gita Savitri dalam memilih *Childfree* tersebut dikritisi oleh banyak masyarakat Indonesia karena dianggap masih awam dan masih menjadi kontroversi. Gita Savitri menyebutkan alasan ia memilih *Childfree* adalah karena mengandung dan melahirkan adalah keputusan dan hak milik perempuan itu sendiri.

Penelitian ini penting dilakukan karena masih kurangnya penelitian mengenai topik *Childfree* terutama pada remaja di Bogor. Selain itu, sudah terdapat fenomena pasangan di Bogor yang sudah menikah dan masih berusia 26 tahun. Kedua orang tua pasangan tersebut juga tidak keberatan dengan keputusan pasangan tersebut melakukan *Childfree*.

Adapun ketertarikan peneliti terhadap fenomena *Childfree* bagi remaja di Bogor ini adalah untuk melihat dan mengetahui bagaimana pandangan dan persepsi remaja di Bogor mengenai maraknya fenomena *Childfree*, terutama dikarenakan berkembangnya media sosial yang dapat dengan sangat mudah mempengaruhi pandangan dan persepsi generasi z.

Dengan demikian, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana persepsi remaja di Bogor mengenai fenomena *Childfree* yang sedang marak dibicarakan oleh masyarakat karena adanya influencer di Indonesia yang mendukung *Childfree* seperti Gita Savitri dan Chef Juna di media sosial yang dapat mempengaruhi persepsi remaja sehingga penulis terdorong untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul “Persepsi Remaja Generasi Z Mengenai Fenomena Bebas-Anak di Era Masyarakat 4.0.”

II. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif fenomenologi. Peneliti ingin menjelaskan bagaimana persepsi dan perasaan yang dialami langsung oleh para informan di lapangan. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara mendalam melalui chat whatsapp dan zoom meeting. Lokasi penelitian ini berada di Kota Bogor dan Kota Bandung. Pemilihan kota tersebut dikarenakan adanya faktor remaja disana yang sudah berpikiran terbuka terhadap budaya-budaya baru dan merupakan populasi remaja paling banyak di Jawa Barat. Subjek penelitian yang dipilih memiliki kriteria diantaranya laki-laki (L) dan Perempuan (P), berusia 18-25 tahun, belum menikah dan mengetahui *childfree*, juga berdomisili di Kota Bogor. Untuk data sekunder digunakan studi literatur dari jurnal dan buku.

Tabel 1. Data informan penelitian

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
NR	P	21	Mahasiswa
SP	P	22	Tidak bekerja
MA	L	22	Mahasiswa
A	P	23	Mahasiswa
MFIW	L	20	Mahasiswa
MRA	L	22	Tidak bekerja

Wawancara yang dilakukan menggunakan pertanyaan semi-structured interviews dimana terdapat pertanyaan terbuka dan tertutup agar dapat mengeksplorasi jawaban dari informan (Neuman, 2013). Kemudian dalam melakukan penelitian dan analisis data, dilakukan tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Childfree merupakan suatu pilihan bagi individu atau pasangan untuk memilih tidak memiliki anak. Berdasarkan informasi dari berbagai narasumber, mereka mengartikan istilah *Childfree* dengan berbagai makna. Informan kunci 1 dengan inisial NR mengartikan istilah *Childfree* adalah keputusan untuk menunda memiliki anak jika seseorang atau pasangan itu belum memiliki kesiapan finansial dan mental yang cukup. *Childfree* bukanlah sebuah keputusan untuk menghentikan laju populasi di Indonesia, melainkan hanya pilihan menunda memiliki anak hingga siap secara finansial, mental, dan ilmu mendidik anaknya sudah mumpuni.

“Masyarakat itu harus ngerti kalau Childfree itu bukan yang mendukung gak punya anak terus menghabiskan populasi. Tapi lebih keantisipasi kalau misalnya nanti, tunggu kita siap baru kita punya anak. Jangan gak siap terus punya anak. Kalau misalnya belum siap, ya jangan punya anak”

Sedangkan untuk informan lain, mengartikan *Childfree* sama dengan informan lainnya. Mereka mengartikan bahwa *Childfree* adalah pilihan hidup dan merupakan hak masing-masing bagi setiap individu ataupun pasangan. Seperti informan kunci 3 dengan inisial MA yang mengatakan:

“Childfree merupakan salah satu cara menjalani hidup. Karena Childfree merupakan salah satu cara menjalani hidup maka setiap manusia memiliki hak untuk memilih itu sebagai cara mereka menjalani hidupnya”.

Childfree baru saja masuk ke Indonesia karena Indonesia adalah negara yang pro natalis dan banyak masyarakat yang menganggap anak adalah berkah dengan pepatah “banyak anak banyak rezeki”. Indonesia digemparkan oleh istilah Childfree yang dibawa oleh Gita Savitri pada tahun 2021. Begitupun dengan beberapa narasumber yaitu informan 6 sejak tahun 2022, informan 5 sejak tahun ini yaitu tahun 2023, dan informan 4 sejak pertengahan tahun 2022. Adapun informan 1, informan 2, dan informan 3 mengetahui informasi Childfree ini sebelum ramainya berita Gita Savitri yang memutuskan untuk Childfree bersama pasangannya di media sosial. Informan 1 mengetahui Childfree sejak tahun 2020, informan 2 mengetahui Childfree sejak duduk di bangku SMA yaitu sekitar tahun 2018-2019, dan informan 3 yang mengetahui Childfree sejak tahun 2020.

1. Alasan dan Faktor Memilih Childfree

Berbagai narasumber menyatakan bahwa alasan mereka setuju dengan Childfree berkaitan dengan kesiapan diri dari setiap individu atau pasangan masing-masing, baik dari segi ekonomi, segi mental, dan segi mendidik anak. Informan 1 menyatakan bahwa untuk memiliki anak memerlukan persiapan yang sangat matang dari segala aspek. Pasangan yang ingin memiliki anak harus siap finansial, mental, dan ilmu mendidik anak. Tidak bisa hanya memiliki salah satu atau dua aspek saja. Segi material penting untuk biaya hidup anak agar bisa menjadi yang terbaik, segi mental dalam mengatur emosi dan temperamen juga sangat penting dalam mendidik anak. Karena bagaimanapun, anak adalah risiko bagi orangtua, bukan risiko anak memiliki orangtua yang belum siap memiliki anak.

Adapun informan 2 dengan inisial SP menyatakan alasannya setuju memilih Childfree adalah dikarenakan memiliki anak adalah tanggung jawab yang besar, yang membutuhkan kesiapan dari sisi ekonomi dan mental. Selain itu, informan sadar bahwa dia belum siap dalam aspek-aspek tersebut untuk memiliki anak dan lebih memilih untuk mengejar impiannya.

Informan 3 menyatakan alasannya memilih Childfree dikarenakan untuk meraih kebebasan diri yang lebih absolut, karena memiliki anak memiliki risiko yang tinggi. Memiliki anak dan mendidik anak tidaklah hanya pada satu orang, tetapi terdapat pengaruh terhadap manusia lain yaitu anak. Informan 3 tidak ingin dirinya membebani sang anak, memberatkan sang anak, menyulitkan ataupun memberikan pengaruh yang buruk kepada sang anak baik secara sengaja ataupun tidak, karena informan sadar bahwa dirinya belum siap memikul tanggung jawab memiliki anak dan lebih ingin hidup secara bebas.

Informan 4 menyatakan alasannya setuju dengan adanya Childfree karena menurutnya, mental dari setiap individu itu berbeda-beda dan memiliki anak adalah tanggung jawab yang besar dan risiko yang panjang. Beberapa individu atau pasangan hanya memiliki mental untuk menjalin hidup berdua hanya bersama pasangannya dan tidak siap jika harus mengemban tanggung jawab memiliki anak.

Informan 5 menyatakan alasannya memilih Childfree karena informan lebih waspada dengan apa yang terjadi dengan alam ini. Selain itu, informan juga menyatakan bahwa ia harus memperhatikan masa depannya juga seperti pendidikannya, kesehatannya, dan sebagainya. Adapun untuk informan 6 menyatakan ia setuju dengan Childfree karena merasa tidak pantas untuk memiliki anak dikarenakan memiliki anak merupakan tanggung jawab yang besar juga tugas seumur hidup.

2. Persepsi Childfree sebagai Pilihan yang Tepat

Semua narasumber mempersepsikan bahwa pilihan mereka saat ini adalah tepat untuk memilih Childfree. Informan 1 menyatakan bahwa pilihannya saat ini untuk Childfree itu tepat karena informan merasa dirinya tidak cocok untuk memiliki anak, dari segi mental, segi edukasi parenting, dan segi finansial. Adapun informan 2 menyatakan pilihannya saat ini Childfree merupakan pilihan yang tepat dikarenakan belum siap mengemban banyak tanggung jawab, baik dari segi sisi mental dan segi ekonomi.

Informan 3 menyatakan pilihannya tepat saat ini memilih Childfree dikarenakan keinginannya untuk meraih kebebasan yang lebih absolut. Informan 3 sama seperti informan 2 yang tidak ingin mengemban tanggung jawab terlebih dahulu dalam mengurus anak, karena ia tidak ingin mengambil risiko memberatkan atau memberi pengaruh buruk terhadap sang anak nantinya.

Informan 4 menyatakan Childfree adalah pilihan yang tepat jika merasa tidak sanggup dibandingkan nanti sudah memiliki anak tapi anaknya tidak disayang dengan baik dan ataupun mendapatkan perlakuan yang kurang enak. Terutama menurutnya akhir-akhir ini banyak kasus mengenai remaja yang depresi.

Informan 5 menyatakan pilihannya untuk Childfree saat ini adalah tepat karena adanya ancaman krisis iklim dan kompetitif masyarakat yang semakin meningkat. Hal-hal tersebut membuatnya merasa bersalah memiliki anak karena ditakutkan tidak akan bisa bertahan hidup. Selain itu, informan juga merasa ragu akan kemampuannya dalam membesarkan anak. Informan 6 menyatakan pilihannya tepat dalam memilih Childfree dikarenakan lingkungan di masyarakat Indonesia ini tidak sehat bagi anak kecil. Sistem Pendidikan yang masih berantakan dan belum merata, juga kecilnya orientasi terhadap angka membuat informan merasa kasihan kepada sang anak jika harus lahir di negara yang menyedihkan seperti ini.

3. Childfree di Pandangan Masyarakat

Beberapa narasumber merasa apatis namun beberapa dari mereka juga menyatakan bahwa Childfree seharusnya diterima di masyarakat Indonesia. Informan 1 menyatakan bahwa Childfree seharusnya bisa diterima di masyarakat dengan alasan Indonesia sudah kelebihan populasi sampai-sampai bangunan yang sangat kecil dijadikan rumah karena ada masyarakat yang sangat ingin dan kesulitan mendapatkan rumah.

Kemudian tidak meratanya Sumber Daya Manusia menjadi masalah utama di Indonesia. Menurut informan, jika SDM yang tidak berkualitas memiliki anak tetapi tidak menyanggupi kebutuhan pangan, papan, dan pendidikan yang berkualitas maka akan menghasilkan SDM yang tidak berkualitas lagi. Hal tersebut merugikan negara. Maka dari itu, Indonesia seharusnya mengontrol SDM agar lebih berkualitas dan dapat memajukan negara. Jika tidak sanggup memiliki anak dan menghasilkan SDM yang tidak berkualitas, maka lebih baik untuk memilih Childfree.

Adapun informan lain lebih apatis terhadap pandangan masyarakat apakah Childfree seharusnya diterima di Indonesia atau tidak. Informan 2 menyatakan bahwa Childfree akan sulit diterima oleh masyarakat Indonesia, namun lebih baik hidup dengan pilihan masing-masing saja dan tetap mempertanggungjawabkan pilihannya tanpa mendengarkan jawaban orang lain.

4. Persepsi Childfree di Masa Depan

Dalam sub-bab ini, narasumber akan terbagi menjadi 3 kategori, yakin yang sudah mantap untuk melakukan Childfree, yang masih mempertimbangkannya, dan yang tidak akan melakukan Childfree. Yang sudah mantap untuk melakukan childfree kedepannya terdapat dua informan, yaitu informan tiga dan informan enam. Informan yang masih mempertimbangkan akan melakukan childfree atau tidak kedepannya terdapat tiga informan, yaitu informan satu, informan empat, dan informan lima. Adapun informan yang mendukung childfree namun tidak akan melakukannya yaitu hanya informan empat.

5. Pengungkapan dan Perasaan Memilih Childfree

Informan 1 mengungkapkan pilihannya terhadap Childfree kepada teman dan media sosial. Informan tidak mengungkapkan pilihannya untuk Childfree kepada keluarganya karena hal tersebut merupakan hal yang sangat sensitif. Adapun respon dari teman informan adalah penolakan yang halus dengan mengatakan bahwa pilihannya bisa berubah di masa depan dan agar tidak ikut-ikutan dengan orang lain. Jika di media sosial, responnya adalah beberapa ada yang menolak dan beberapa ada yang mendukung. Kemudian perasaan sang informan atas respon-respon tersebut adalah netral karena informan paham mengapa orang-orang menolak Childfree. Meskipun begitu, ia tetap teguh pendirian akan keputusannya memilih Childfree.

Informan 2 belum pernah mengungkapkan pilihannya akan Childfree kepada teman, keluarga, ataupun media sosial. Informan mengatakan bahwa ia bukanlah orang yang suka mengumbar hal privasi di media sosial. Namun mungkin nanti ia akan mengungkapkannya kepada keluarganya. Informan 3 menyatakan bahwa ia mengungkapkan pilihannya untuk Childfree kepada pasangannya. Begitupun respon pasangannya adalah sama-sama setuju untuk melakukan Childfree. Sehingga informan mengatakan bahwa ia cukup terkejut karena pasangannya tidak menolak pilihannya dan bahkan memiliki pandangan yang sama dengannya.

Informan 5 menyatakan bahwa ia mengungkapkan pilihannya untuk Childfree kepada temannya. Adapun respon temannya adalah beberapa ada yang mendukung dan beberapa ada yang menolak. Perasaan informan terhadap temannya yang mendukung adalah cukup senang karena dapat memahami pandangan dan pilihannya. Namun kepada teman yang menolaknya, informan merasa cukup sedih karena mereka bukannya memahami informan melainkan memberikan ceramah mengenai ajaran mereka.

IV. SIMPULAN

Pemahaman informan mengenai istilah Childfree yaitu berbeda-beda. Terdapat informan yang menyatakan bahwa Childfree merupakan gaya hidup untuk sama sekali tidak memiliki anak. Namun juga terdapat informan yang menyatakan bahwa Childfree hanyalah sebuah pilihan untuk menunda memiliki anak hingga merasa siap untuk memilikinya, tidak sampai pada aksi ekstrem untuk menghentikan populasi manusia. Alasan informan memilih untuk melakukan Childfree dikarenakan ketidaksiapan dari segi mental, ekonomi, dan parenting. Selain itu, informan belum memiliki persiapan yang matang dan lebih mengutamakan mengejar impiannya dan merasa memiliki anak akan menggangukannya. Lalu mengejar kebebasan yang lebih absolut, tidak ingin dan tidak siap mengemban tanggung jawab dan risiko yang besar ketika memiliki anak. Informan merasa kasihan jika anaknya kelak mendapatkan orang tua yang belum siap memiliki dan mendidik anak.

Keputusan informan untuk melakukan Childfree hanyalah beberapa, sebagian informan masih akan mempertimbangkan kedepannya jika terjadi perubahan, dan ada informan yang setuju dengan Childfree namun tidak akan melakukannya.

REFERENSI

- Ahmad, J. J., Goh, S. A., & Kadir, X. Z. (2014). *PERSEPSI & LOGIK* (Edisi Pertama). UTM Skudai. <http://www.utm.my/>
- Alizamar, & Couto, N. (2016). *PSIKOLOGI PERSEPSI & DESAIN INFORMASI: Sebuah Kajian Psikologi Persepsi dan Prinsip untuk Kependidikan dan Desain Komunikasi Visual* (Alizamar & N. Couto, Ed.; Edisi Pertama). Media Akademi.
- Bala, M. E., Senduk, J., & Boham, A. (2015b). PERAN KOMUNIKASI KELUARGA DALAM MENCEGAH PERILAKU MEROKOK BAGI REMAJA DI KELURAHAN WINANGUN KECAMATAN MALALAYANG KOTA MANADO Oleh. Dalam *Acta Diurna* (Vol. 3). <http://news.okezone.com>
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *JURNAL FOKUS KONSELING*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- Darmawan, D., Cynthia J. R., & Andayani, D. (2022). *Komunikasi Intrapersonal*.
- Efrianus, R. (2020). *Tugas dan Peran Orangtua Dalam Mendidik Anak*.
- Endaswara, S. (2006). *Penelitian Kebudayaan: Ideologi, Epistemologi, dan Aplikasi* (Edisi Pertama). PT. Agromedia Pustaka.
- Enjang Dulwahab, E. (2018). *Komunikasi Keluarga: Perspektif Islam* (R. Karyanti Soenandar & I. Triadi Nugraha, Ed.; Edisi Pertama). Penerbit Simbiosis Rekatama Media.
- fauzi, A., Nisa, B., Napitupulu, D., Abdillah, F., Gde Satia Utama, A. A., Zonyfar, C., Nuraini, R., Silvi Purnia, D., Setyawati, I., Evi, T., Dian Handy Permana, S., & Susila Sumartiningsih, M. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN* (R. Nur Brilliant & E. Safitry, Ed.; Edisi Pertama). Penerbit CV. Pena Persada.
- Fitrah, M., & Lutfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (Edisi Pertama). CV Jejak.
- Garde, A. (2015). MODEL KOMUNIKASI KELUARGA PADA ORANGTUA TUNGGAL (SINGLE PARENT) DALAM PENGASUHAN ANAK BALITA. Dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 3, Nomor 2). Desember.
- Humairah, R. (2016). *DAMPAK PERCERAIAN TERHADAP KONDISI PSIKOLOGIS KELUARGA (Studi Deskriptif Analitis di Kec.Tangan-Tangan Kab.Aceh Barat Daya)* [Prodi Bimbingan dan Konseling Islam]. Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry.
- Juhara, E., Budiman, E., & Rohayati, R. (2005). *Cendekia Berbahasa Bahasa dan Sastra Indonesia* (Edisi Pertama). PT Setia Purna Inves.
- Keumala Ulfah, A., Razali, R., Rahman, H., Ghofur, Abd., Bukhory, U., Rizky Wahyuningrum, S., Yusup, M., Inderawati, R., & Muqoddam, F. (2022). *Ragam Analisis Data Penelitian (Sastra, Riset, dan Pengembangan)* (Edisi Pertama). IAIN Madura Press.
- Majid, A. (2017). *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Edisi Pertama). Penerbit Aksara Timur.
- Marji, Chendra Wibawa, S., Hidayati, L., & Febiharsa, D. (2021). *Pasar Kerja Generasi Z Bidang Vokasi* (Edisi Pertama). Penerbit Cerdas Ulet Kreatif.
- Maulana, S. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (T. H & L. L.F, Ed.; Edisi Pertama). Penerbit Yrama Widya.
- MIXMarComm. (2018). *Millennials* (Edisi Pertama). Penerbit Fantasious x Loveable.
- MSi, H., Juliana Sukmana, D., & Fardani, R. (2020b). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Nauw, S., Mingkid, E., & Marentek, E. (2022). *PERANAN KOMUNIKASI KELUARGA DALAM MENINGKATKAN MINAT BELAJAR ANAK (Studi pada masyarakat desa Tisaida distrik Tuhiba kabupaten Teluk Bintuni)*.
- Oxianus Sabarua, J., & Mornene, I. (2020). LOGO Jurnal Komunikasi Keluarga dalam Membentuk Karakter Anak. *International Journal of Elementary Education*, 4(1), 82–89. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJEE>
- Pradoko, S. (2017). *Paradigma Metode Penelitian Kualitatif: Keilmuan Seni, Humaniora, dan Budaya*.
- Puspita Rini, H., & Nindita, V. (2022). *Observasi: Teori dan Praktek dalam Bidang Psikologi* (Edisi Pertama). CV Basya Media Utama.
- Rahman Sudrajat, A. (2021). *Perilaku Organisasi Sebagai Suatu Konsep & Analisis* (Edisi Pertama). Penerbit Nilacakra.
- Rahmiana. (2019). Komunikasi Intrapersonal dalam Komunikasi Islam. *Jurnal Peurawi, Volume 2* (Media Kajian Komunikasi Islam).
- Ramadhana, M. R. (2020). *Perspektif Teori Dalam Komunikasi Keluarga: Edisi Pertama: Vol. Edisi Pertama* (M. Rezi Ramadhana, Ed.; Edisi Pertama). Penerbit Megatama.
- Rita Dahnia, A., Wahda Fadilla Adsana, A., Meilani Putri, Y., Kalimantan No, J., Timur, K., Summersari, K., Jember, K., & Timur, J. (2023). Fenomena Childfree Sebagai Budaya Masyarakat Kontemporer Indonesia Dari Perspektif Teori Feminis (Analisis Pengikut Media Sosial Childfree). *66 Al YAZIDIY: Ilmu Sosial*, 5(1), 66–85.
- Rosi Sarwo Edi, F. (2016). *Teori Wawancara Psikodiagnostik* (Edisi Pertama). PT. Leutika Nouvalitera.
- Roudhonah. (2019). *Ilmu Komunikasi* (Edisi Revisi). Penerbit PT Rajagrafindo Persada.

- S, A. (2023). *Kesantunan Imperatif Guru Dalam Pembelajaran Daring: Analisis dan Refleksi Kesantunan Berbahasa Guru dalam Pembelajaran Daring pada Masa Pandemi Covid-19* (Edisi Pertama). CV. Ruang Tentor.
- Samsinar, & Aisyah Rusnali, N. (2017). *Komunikasi Antarmanusia* (Hermansyah, Ed.; Edisi Pertama). Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN).
- Sidauruk, B. (2022). Analisis Kegiatan Komunikasi Pemasaran Kopi Pak RM Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karo. *Analisis Kegiatan Komunikasi Pemasaran Kopi Pak RM Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karo*.
- Soedarsono, D. K., & Retno Wulan, R. (2017). MODEL KOMUNIKASI TEMAN SEBAYA DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI REMAJA GLOBAL MELALUI MEDIA INTERNET. *Jurnal ASPIKOM, Volume 3*.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Gen Z @ Work* (Edisi Pertama). HarperCollins.
- Suharyat, Y. (2019). *Model Pengembangan Karya Ilmiah Bidang Pendidikan Islam* (Edisi Pertama). Penerbit Lakeisha.
- Suherman, Musnaini, Wijoyo, H., & Indrawati, I. (2020). *INDUSTRY 4.0 vs SOCIETY 4.0: Vol. Cetakan Pertama* (R. Nur Briliant & Nisa Falahia, Ed.; Edisi Pertama). Penerbit CV. Pena Persada.
- Thahir, A. (2014). *PSIKOLOGI BELAJAR: Buku Pengantar Dalam Memahami Psikologi Belajar* (A. Thahir, Ed.; Edisi Pertama).
- Tunggono, V. (2021). *Childfree & Happy: Keputusan Sadar Untuk Hidup Bebas-Anak* (R. Asyhari, Z. Yunus, A. Teriyana, & H. Azmi, Ed.; Edisi Pertama). Penerbit Buku Mojok Group.
- Wahyudi Triweko, R., & Besar Teknik Sumber Daya Air, G. (t.t.). *Menuju Society 4.0-Pengembangan Pendidikan yang Berpusat pada Manusia dan Teknologi*.
- Wangsit Ramadhani, K., & Tsabitah, D. (2022). *Fenomena Childfree dan Prinsip Idealisme Keluarga Indonesia dalam Perspektif Mahasiswa*.
- West, R., & H. Turner, L. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi: Vol. Buku 1* (N. Setyaningsih, Ed.; Edisi Ketiga). Penerbit Salemba Humanika.
- Wiratri Pusat Penelitian Sumber Daya Regional -LIPI, A. (2018). Menilik Ulang Arti Keluarga Pada...| Amorisa Wiratri MENILIK ULANG ARTI KELUARGA PADA MASYARAKAT INDONESIA (REVISITING THE CONCEPT OF FAMILY IN INDONESIAN SOCIETY). Dalam *Jurnal Kependudukan Indonesia* | (Vol. 13, Nomor Juni).