

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka berkaitan dengan kajian teoretis dan referensi lain yang terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tinjauan pustaka yang relevan dengan penelitian yang diteliti sebagai dasar dalam penyusunan penelitian.

##### **2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini, peneliti menelaah dari kajian-kajian penelitian terdahulu yang memiliki dasar yang sama yaitu mengenai penelitian fenomenologi tentang konsep diri dan *childfree* untuk dijadikan referensi dan memperkuat penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi, sebagai berikut:

Tabel 2. 1

## Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	
				Penelitian Terdahulu	Penelitian Peneliti
1	Naufal Rizkyana Yusuf <b>(2018)</b> <b>Skripsi</b> <b>Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)</b>	Konsep Diri Remaja Hijrah (Studi Fenomenologi Tentang Konsep Diri Remaja Hijrah di Komunitas Cicurug Mengaji dalam Menunjukkan Eksistensinya di Masyarakat)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja hijrah di Komunitas Cicurug Mengaji terbentuk melalui pandangan di mana meliputi pandangan diri dari remaja hijrah di Komunitas Cicurug Mengaji mengenai dirinya dan melihat dari pengalaman masa lalu, juga perasaan yang meliputi perasaan diri remaja hijrah di Komunitas Cicurug Mengaji rasakan sebelum dan sesudah berhijrah.	Subjek penelitian yang diteliti oleh Naufal Rizkyana Yusuf yaitu remaja hijrah	Subjek penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah penganut <i>childfree</i>

2	<p>Iqlima Amani Rahmatullah (2022) Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta</p>	<p>Fenomena <i>Childfree</i> dalam Perilaku Berkeluarga Era Millennial di Indonesia (Studi Terhadap Komunitas <i>Childfree</i> Indonesia)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang melatarbelakangi anggota <i>childfree</i> tidak ingin memiliki anak adalah faktor pribadi, keterbatasan fisik, dan ekonomi. Kedua, orang yang memilih <i>childfree</i> mengaku bahwa konflik yang terjadi di dalam keluarga berkurang. Dan kesimpulan terakhir, bahwa menurut Islam menjadi pasangan <i>childfree</i> itu haram karena ditinjau dari masalah mursalah, gagasan <i>childfree</i> tidak sesuai dengan anjuran agama.</p>	<p>Subjek penelitian yang diteliti oleh Iqlima Amani Rahmatullah adalah komunitas <i>childfree</i> di Telegram. Penelitian Iqlima juga ditinjau dari masalah mursalah.</p>	<p>Subjek penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah penganut <i>childfree</i> yang mengikuti akun Instagram @childfreelife.id</p>
---	--	---	--	--	---

3	Kembang Wangsit Ramadhani dan Devina Tsabitah  (2022)  <b>Jurnal</b>  <b>UIN Maulana Malik Ibrahim Malang</b>	Fenomena <i>Childfree</i> dan Prinsip Idealisme Keluarga Indonesia dalam Perspektif Mahasiswa	Hasil penelitian menunjukkan adanya pemahaman yang serupa dari seluruh mahasiswa yang menjadi responden untuk mendefinisikan pengertian <i>childfree</i> . Namun terdapat perbedaan dalam merespons eksistensi fenomena <i>childfree</i> yang sedang terjadi.	Penelitian Kembang Wangsit Ramahdani dan Devina Tsabitah menggunakan pendekatan deskriptif.	Penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan studi fenomenologi
---	---	---	---	---	---

*Sumber: Peneliti, 2023*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga penelitian terdahulu dari skripsi dan jurnal baik dari UNIKOM maupun luar UNIKOM. Ketiga penelitian terdahulu tersebut peneliti gunakan karena dianggap relevan dengan penelitian yang dilakukan yaitu mengenai konsep diri, *childfree*, dan studi fenomenologi.

## 2.1.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi

### 2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Kata “komunikasi” berasal dari bahasa Latin yaitu *communic* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Stuart (1983) mengatakan bahwa akar katanya *communis* adalah *communico* yang artinya berbagi (Rismawaty et al., 2014: 65). Dari

kata-kata tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses berbagi informasi antara dua orang atau lebih. Sedangkan Harold Lasswell mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

“Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dan dengan akibat apa atau hasil apa. (*who says what in which channel to whom with what effect*)” (Rismawaty et al., 2014: 67-68).

Dari definisi Harold Lasswell tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media tertentu dan menghasilkan efek atau timbal balik tertentu. Dari definisi tersebut terdapat 5 komponen proses komunikasi, yaitu komunikator (*sender*), pesan (*message*), media (*channel*), komunikan (*receiver*), dan timbal balik (*feedback*).

Carl Hovland, Janis & Kelley mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses di mana komunikator memberikan dorongan dengan tujuan untuk mengubah atau membentuk perilaku khalayak (Rismawaty et al., 2014: 67). Pengertian komunikasi Hovland lebih berfokus pada tujuannya.

Sedangkan menurut Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid (1981), komunikasi merupakan proses di mana dua orang atau lebih saling membentuk dan melakukan pertukaran informasi (Wiryanto dalam Rismawaty et al., 2014: 69). Informasi di sini bisa berupa pesan, pendapat, ide, atau perasaan.

### 2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa fungsi, Effendy mengatakan bahwa komunikasi berfungsi untuk menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan memengaruhi (*to influence*) (Effendy, 2013: 8). Umumnya komunikasi dilakukan untuk menyampaikan informasi berupa pesan, pendapat, ide, atau perasaan dari komunikator kepada komunikan. Fungsi mendidik biasanya digunakan dalam komunikasi antara guru dengan murid atau orang tua dengan anak. Sering kali komunikasi dilakukan untuk mencari atau membagikan hiburan, misalnya saat mengobrol dengan teman atau menonton acara televisi kesukaan. Pada fungsi terakhir ini komunikasi dilakukan dengan tujuan untuk memengaruhi seseorang, kelompok, atau khalayak yang menjadi komunikan.

Sementara itu, Cangara dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi berpendapat bahwa fungsi komunikasi dapat ditelaah dari tipe komunikasi itu sendiri, yaitu komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi publik, dan komunikasi massa (Cangara, 2014: 68-69).

#### 1. Fungsi Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal atau komunikasi dengan diri sendiri berfungsi untuk memahami diri, mengendalikan diri, meningkatkan kreativitas, dan meningkatkan kematangan berpikir.

## 2. Fungsi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal atau dikenal juga komunikasi antarpribadi berfungsi untuk meningkatkan hubungan dengan orang lain, menghindari dan mengatasi konflik, berbagi pengetahuan, dan mengurangi ketidakpastian.

## 3. Fungsi Komunikasi Publik

Komunikasi publik berfungsi untuk mengembangkan solidaritas, mempersuasi orang lain, berbagi informasi, mendidik, dan menghibur.

## 4. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa berfungsi untuk membagikan informasi, meratakan pendidikan, membangkitkan pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kebahagiaan.

Sama dengan Cangara, Rismawaty et al. dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, membagi fungsi komunikasi menjadi empat bagian, yaitu komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental (Rismawaty et al., 2014: 73-79).

### 1. Fungsi Komunikasi Sosial

Riswady (Rismawaty et al., 2014: 73) mengatakan bahwa komunikasi sosial penting untuk tiga hal, yang pertama untuk membangun konsep diri, kedua untuk eksistensi dan aktualisasi diri, dan yang terakhir untuk kelangsungan hidup, menjalin hubungan, serta mencapai kebahagiaan.

## 2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen-instrumen yang berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan kita seperti perasaan sayang, sedih, marah, benci, takut, atau simpati. Perasaan-perasaan tersebut dapat dikomunikasi dengan perilaku non-verbal.

## 3. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual berfungsi sebagai bentuk pemenuhan jati diri yang dilakukan secara kolektif, misalnya di suatu komunitas yang rutin melakukan upacara-upacara. Biasanya komunikasi ritual juga bersifat ekspresif dan adakalanya bersifat mistik.

## 4. Fungsi Komunikasi Instrumental

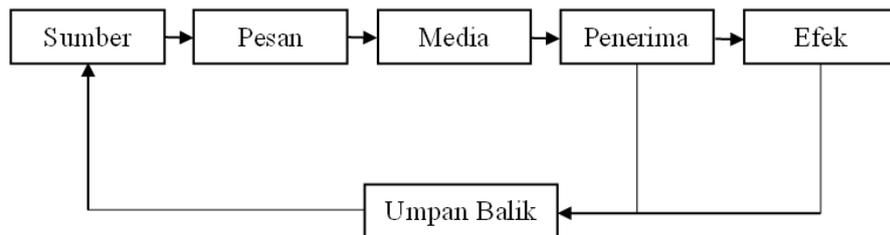
Komunikasi instrumental memiliki beberapa fungsi umum, yaitu untuk memberikan informasi, mengajar, menghibur, mendorong, menggerakkan tindakan, dan mengubah sikap, keyakinan, serta perilaku.

### **2.1.2.3 Unsur-unsur Komunikasi**

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan dari komunikasi yang dilakukan, kita perlu memahami unsur-unsur yang ada dalam komunikasi. Miller dan Cherry dalam Cangara (2014: 26-31) berpendapat bahwa setiap unsur komunikasi memiliki peranan yang penting dalam menciptakan proses komunikasi, mereka menyebutkan unsur-unsur komunikasi sebagai berikut:

**Gambar 2. 1**

**Unsur-unsur Komunikasi Menurut Miller dan Cherry**



*Sumber: Cangara, 2014*

1. Sumber (*Sources*)

Setiap proses komunikasi pasti akan melibatkan sumber yang berperan sebagai pengirim informasi atau komunikator. Komunikator di sini bisa terdiri dari satu orang atau dalam bentuk kelompok, misalnya suatu organisasi atau lembaga.

2. Pesan (*Message*)

Pesan adalah informasi yang disampaikan sumber atau komunikator kepada penerima atau komunikan. Dalam proses penyampaiannya, pesan dapat disampaikan secara langsung atau melalui media komunikasi.

3. Media (*Channel*)

Media adalah saluran atau alat yang digunakan untuk mengirimkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media di sini bisa berupa alat indra manusia atau saluran komunikasi seperti televisi, radio, internet, dan lain-lain.

#### 4. Penerima (*Receiver*)

Penerima atau komunikan adalah seseorang yang menerima informasi dari komunikator, bisa terdiri dari satu orang atau lebih. Penerima merupakan pihak yang menjadi sasaran komunikasi, maka dari itu perannya sangat penting

#### 5. Pengaruh (*Effect*)

Pengaruh adalah dampak yang ditimbulkan dari proses komunikasi kepada penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

#### 6. Tanggapan Balik (*Feedback*)

Walaupun terdengar sama, pengaruh dan tanggapan balik itu berbeda. Tanggapan balik adalah bentuk tanggapan dari komunikan atas pesan yang disampaikan oleh komunikator.

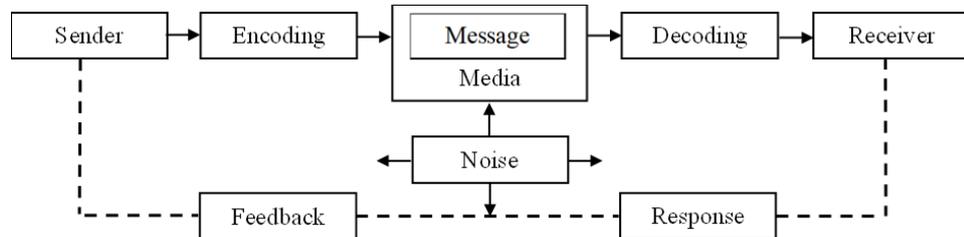
#### 7. Lingkungan

Lingkungan adalah faktor-faktor yang dapat memengaruhi jalannya proses komunikasi yang terdiri dari empat jenis yaitu lingkungan fisik, lingkungan psikologis, lingkungan budaya, dan dimensi waktu.

Harold D. Lasswell dalam Effendy (2013: 18-19) menyampaikan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”. Dari paradigma tersebut, didapatkan unsur-unsur dalam proses komunikasi sebagai berikut:

**Gambar 2. 2**

**Unsur-unsur Proses Komunikasi Menurut Harold D. Lasswell**



*Sumber:* Effendy, 2013

1. *Sender*, yaitu komunikator yang menyampaikan pesan kepada satu orang atau lebih.
2. *Encoding*, yaitu proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk simbol.
3. *Message*, yaitu pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.
4. *Media*, yaitu saluran komunikasi yang berfungsi untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. *Decoding*, yaitu proses saat komunikan menetapkan makna pada simbol yang disampaikan komunikator.
6. *Receiver*, yaitu komunikan sebagai penerima pesan dari komunikator.
7. *Response*, yaitu tanggapan atau reaksi komunikan setelah menerima pesan dari komunikator.
8. *Feedback*, yaitu umpan balik komunikan setelah menerima pesan dari komunikator.

9. *Noise*, yaitu gangguan yang terjadi dalam proses komunikasi kepada komunikan sehingga menyebabkan terjadinya perbedaan persepsi atas pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Dalam proses komunikasi, tidak semua unsur harus ada. Sekurangnya harus terdapat unsur komunikator sebagai pengirim pesan, pesan yang disampaikan, media yang digunakan, komunikan sebagai penerima pesan, dan umpan balik yang diterima atau diberikan.

#### **2.1.2.4 Jenis-jenis Komunikasi**

Ada banyak jenis komunikasi yang digunakan dalam berbagai konteks dan situasi. Cangara (2014: 34-41) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi membagi komunikasi ke dalam empat jenis, yaitu komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi publik, dan komunikasi massa.

1. Komunikasi dengan Diri Sendiri (*Intrapersonal Communication*)

Seperti namanya, komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang dilakukan oleh diri sendiri atau proses komunikasi yang terjadi di dalam diri sendiri. Misalnya saat seseorang sedang dalam proses pengambilan keputusan, biasanya akan bermonolog atau berpikir apa keputusan yang akan diambilnya.

2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antarpribadi adalah proses komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang dilakukan secara tatap muka. Berdasarkan sifatnya, komunikasi antarpribadi dibedakan menjadi dua jenis. Yang

pertama adalah Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*), yaitu komunikasi yang dilakukan oleh dua orang. Sedangkan yang kedua adalah Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*), yaitu komunikasi yang dilakukan oleh tiga orang atau lebih.

### 3. Komunikasi Publik (*Public Communication*)

Komunikasi publik adalah proses komunikasi yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan berupa khalayak dalam situasi tatap muka, misalnya saat berpidato.

### 4. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan lain-lain

Sedangkan Onong Uchjana Effendy (2013: 7) membagi komunikasi ke dalam empat jenis, yaitu komunikasi persona (*personal communication*), komunikasi kelompok (*group communication*), komunikasi massa (*mass communication*), dan komunikasi media (*medio communication*).

#### 1. Komunikasi Persona (*Personal Communication*)

Komunikasi persona dibagi menjadi dua, yaitu komunikasi intrapersona (*intrapersonal communication*) dan komunikasi antarpersona (*interpersona communication*).

#### 2. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

Komunikasi kelompok dibagi menjadi dua, yaitu komunikasi kelompok kecil (*small group communication*) dan komunikasi kelompok besar

(*large group communication/public speaking*). Contoh dari komunikasi kelompok kecil adalah ceramah, diskusi, simposium, forum, dan seminar.

### 3. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan di media massa seperti pers, radio, televisi, dan film.

### 4. Komunikasi Medio (*Medio Communication*)

Komunikasi medio adalah komunikasi yang menggunakan surat, telepon, pamflet, poster, spanduk, dan lain-lain.

## **2.1.3 Tinjauan Mengenai Komunikasi Intrapersonal**

### **2.1.3.1 Definisi Komunikasi Intrapersonal**

Komunikasi intrapersonal adalah proses komunikasi yang berlangsung dalam diri individu, dengan kata lain yaitu proses komunikasi dengan diri sendiri. Proses komunikasi terjadi karena seseorang memberi arti terhadap sesuatu objek yang diamati atau terpikir dalam pikirannya. Dalam hal ini, objek bisa berupa benda, peristiwa, pengalaman, atau fakta yang berarti bagi manusia, baik yang terjadi di dalam maupun di luar diri seseorang. (Cangara, 2014: 34). Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi intrapersonal adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri individu saat ia memberi arti akan suatu objek.

Menurut Dean C. Barnlund, komunikasi intrapersonal adalah proses pengolahan dan penyusunan informasi melalui sistem syaraf yang

merupakan hasil dari stimulus yang ditangkap oleh panca indera individu (Wiryanto, 2004: 11).

### **2.1.3.2 Bentuk-bentuk Komunikasi Intrapersonal**

Komunikasi intrapersonal memiliki beberapa bentuk, (Rismawaty et al., 2014) membagi bentuk komunikasi intrapersonal menjadi empat bagian, yaitu:

1. Meditasi

Meditasi adalah kegiatan yang melibatkan fokus dan konsentrasi pikiran untuk mencapai keadaan ketenangan dan kesadaran yang lebih dalam. Tujuan dilakukannya meditasi adalah untuk menyikapi dan menemukan arah penyelesaian masalah.

2. Mendengarkan Hati Nurani

Ketika manusia memiliki kemampuan dan kesadaran diri yang sama, maka akan dapat mengenal dan merefleksikan perbuatan-perbuatannya dari segi baik-buruknya. Kemampuan tersebut dapat digunakan untuk mendengarkan dan berkomunikasi dengan hati nurani.

3. Menggunakan Kehendak Bebas

Setiap manusia dapat menikmati berbagai kebebasan, seperti kebebasan fisik, kebebasan yuridis, atau kebebasan moral. Dengan menggunakan kehendak bebas, seseorang dapat memilih tindakan apa yang akan mereka lakukan.

#### 4. Menggunakan Buku Harian

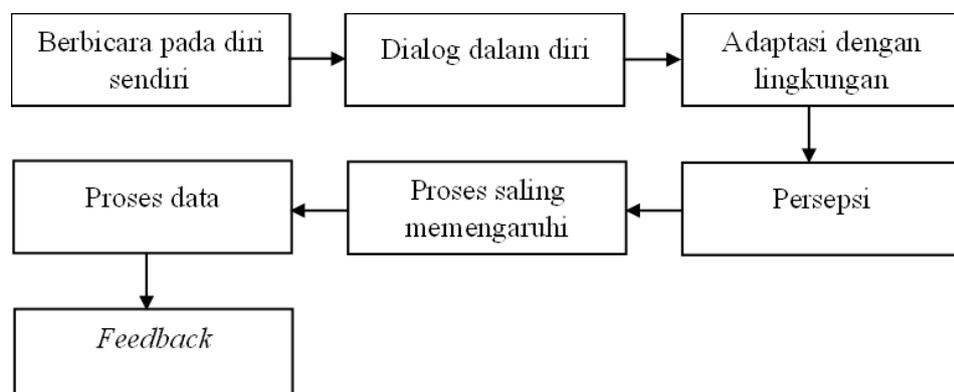
Setiap orang dapat menuliskan apa yang ada di dalam pikirannya ke dalam buku harian sebagai hasil dari sensasi, persepsi, membongkar memori, dan berpikir.

#### 2.1.3.3 Proses Komunikasi Intrapersonal

Stanley B. Cunningham dalam tulisannya “*intrapersonal communication, a review and critique*” mengatakan saat seseorang melakukan komunikasi intrapersonal akan melalui tujuh proses, yaitu berbicara pada diri sendiri, terjadi dialog, terjadi adaptasi dengan lingkungannya, persepsi, proses saling memengaruhi, proses data, dan *feedback* (Rismawaty et al., 2014: 163). Untuk lebih jelaskan dijelaskan oleh bagan berikut:

**Gambar 2. 3**

#### **Proses Komunikasi Intrapersonal Menurut Stanley B. Cunningham**



*Sumber:* Rismawaty et al., 2014

Sedangkan Jalaluddin Rakhmat (2011: 48) mengatakan bahwa proses komunikasi intrapersonal meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Keempat proses tersebut terjadi secara bertahap atau berurutan.

#### **2.1.3.4 Persepsi sebagai Salah Satu Komunikasi Intrapersonal**

Persepsi merupakan salah satu proses dari komunikasi intrapersonal. Persepsi adalah pengalaman objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberi arti pada rangsangan sensorik (*sensory stimuli*) (Rakhmat, 2011: 50). Maksudnya, setelah stimuli ditangkap oleh sensasi, persepsi akan memberi makna sensasi tersebut menjadi sebuah informasi.

Menurut Jalaluddin Rakhmat (2011: 51-57) dalam Psikologi Komunikasi, persepsi dipengaruhi beberapa faktor sebagai berikut:

##### **1. Faktor Perhatian (*Attention*)**

Menurut Kenneth E. Andersen (1972), perhatian adalah proses mental di mana stimulus atau serangkaian stimulus tampak menonjol dalam kesadaran ketika stimulus lain menurun. Perhatian ditentukan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Pada faktor eksternal, stimulus diperhatikan karena memiliki karakteristik yang menonjol, seperti gerakan, intensitas stimulus, kebaruan, dan perulangan. Selain itu, perhatian juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor biologis, sosiologis, motif sosiogenis, sikap, kebiasaan, dan kemauan.

## 2. Faktor Fungsional

Faktor fungsional muncul dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, dan hal lainnya, termasuk yang kita kenal dengan faktor personal. Persepsi di sini tergantung pada pengaruh biologis, kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional, dan latar belakang budaya orang yang memberikan respons terhadap stimulus.

## 3. Faktor Struktural

Faktor struktural hanya muncul dari sifat stimulus fisik dan efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Gestalt, Kohler, Wartheimer, dan Koffka merumuskan prinsip-prinsip persepsi yang bersifat struktural yang kini dikenal dengan Teori Gestalt. Menurut teori ini, ketika kita memersepsikan sesuatu, kita memersepsikannya sebagai suatu keseluruhan.

Dari prinsip tersebut, Krech dan Crutchfield mengemukakan dalil persepsi yang kedua, yaitu medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti. Artinya, kita mengorganisasikan stimulus dengan melihat konteksnya.

Krech dan Crutchfield kembali melahirkan dalil persepsi yang ketiga, yaitu sifat perseptual dan kognitif dari substruktur ditentukan oleh sifat dari keseluruhan struktur.

Pada dalil keempat, Krech dan Crutchfield mengatakan bahwa objek atau peristiwa yang dekat atau serupa dalam ruang dan waktu dianggap sebagai bagian dari struktur yang sama.

Jadi, faktor perhatian, fungsional, dan struktural dapat memengaruhi persepsi seseorang terhadap objek atau peristiwa yang ada.

### 2.1.3.5 Berpikir sebagai Salah Satu Komunikasi Intrapersonal

Berpikir merupakan proses terakhir dari komunikasi intrapersonal yang memengaruhi penafsiran seseorang terhadap stimulus. Berpikir adalah proses yang melibatkan pengolahan informasi, penilaian, analisis, pengambilan keputusan, dan pemecahan masalah. Paul Mussen dan Mark R. Rosenzweig (1973) mendefinisikan berpikir sebagai “*The term 'thinking' refers to many kind of activities that involve the manipulation of concepts and symbols, representations of objects and events.*” (Rakhmat, 2011: 67). Dari definisi Paul Mussen dan Mark R. Rozenzweig di atas dapat disimpulkan bahwa berpikir adalah aktivitas-aktivitas yang melibatkan manipulasi konsep dan simbol, yang merupakan representasi dari objek dan peristiwa.

Manusia berpikir untuk memahami realitas dalam rangka membuat keputusan (*decision making*), memecahkan masalah (*problem solving*), dan menghasilkan berpikir kreatif (*creativity*) (Rakhmat, 2011: 67), berikut penjelasannya:

#### 1. Membuat Keputusan (*Decision Making*)

Jalaluddin Rakhmat memberikan pendapatnya mengenai keputusan:

“Keputusan yang kita ambil beraneka ragam. Akan tetapi, ada tanda-tanda umumnya: (1) keputusan merupakan hasil berpikir, hasil usaha intelektual; (2) keputusan selalu melibatkan pilihan dari berbagai alternatif; (3) keputusan selalu melibatkan

tindakan nyata, walaupun pelaksanaannya boleh ditangguhkan atau dilupakan.” (Rakhmat, 2011: 70).

Jadi, salah satu fungsi berpikir adalah untuk membuat keputusan di mana keputusan tersebut berasal dari berbagai pilihan dan melibatkan tindakan yang nyata.

## 2. Memecahkan Masalah (*Problem Solving*)

Jalaluddin Rakhmat (2011: 70-71) dalam buku Psikologi Komunikasi mengatakan bahwa terdapat lima tahap proses memecahkan persoalan langsung, yaitu:

- a. Saat terjadi masalah kita mencoba mencari mengatasinya dengan cara yang rutin atau berulang.
- b. Kita akan mencoba mengingat cara apa yang efektif untuk menyelesaikan masalah ini di masa lalu.
- c. Kita akan mencoba semua kemungkinan cara menyelesaikan masalah yang diingat atau terpikirkan.
- d. Kita akan mencoba menggunakan lambang-lambang verbal atau grafis untuk mengatasi masalah. Di proses ini kita akan mencoba memahami situasi, mencari jawaban, hingga menemukan kesimpulan yang dianggap tepat.
- e. Pada proses terakhir ini kita akan menemukan jawaban atas permasalahan yang terjadi.

### 3. Berpikir Kreatif (*Creativity*)

James C. Coleman dan Coustance L, Hamen (1974) mendefinisikan berpikir kreatif sebagai pemikiran yang menghasilkan metode baru, konsep baru, pemahaman baru, penemuan baru, dan karya seni baru (Rakhmat, 2011: 73). MacKinnon (Rakhmat, 2011: 73) mengatakan bahwa berpikir kreatif harus memenuhi tiga syarat. Pertama, kreativitas melibatkan respons atau ide yang baru atau jarang terjadi secara statistik. Kedua, kreativitas adalah kemampuan memecahkan masalah secara realistis. Ketiga, kreativitas adalah upaya mempertahankan *insight* yang orisinal, menilai, dan mengembangkannya sebaik mungkin

Menurut Jalaluddin Rakhmat (2011: 67), ada dua macam berpikir, yaitu berpikir autistik dan berpikir realistis. Contoh dari berpikir autistik adalah melamun, mengkhayal, dan *wishful thinking*. Seseorang melarikan diri dari kenyataan dengan cara berpikir autistik. Sementara itu, berpikir realistis adalah berpikir dalam rangka menyesuaikan diri dengan dunia nyata. Floryd L Ruch (1967) dalam Jalaluddin Rakhmat (2011: 68), mengatakan ada tiga macam berpikir realistis, yaitu:

#### 1. Berpikir Deduktif

Berpikir deduktif adalah proses penalaran logis yang berdasarkan pada premis atau fakta yang diketahui untuk mencapai kesimpulan yang pasti. Berpikir deduktif adalah mengambil kesimpulan dari dua pernyataan, di mana pernyataan pertama adalah pernyataan umum dengan rumus “Jika A benar, dan B benar, maka akan terjadi C”.

## 2. Berpikir Induktif

Berpikir induktif sebaliknya dari berpikir deduktif. Berpikir induktif adalah proses berpikir yang melibatkan pengamatan dan pengumpulan informasi khusus untuk sampai pada kesimpulan umum.

## 3. Berpikir Evaluatif

Berpikir evaluatif adalah berpikir kritis, kita menilai baik atau buruknya sesuatu atau tepat-tidaknya suatu gagasan. Dalam berpikir evaluatif, penilaiannya berdasarkan kriteria tertentu.

Dari tiga macam berpikir realistik di atas, dapat disimpulkan bahwa proses berpikir pada akhirnya bertujuan untuk menarik kesimpulan atas apa yang telah dipikirkannya.

### **2.1.4 Tinjauan Mengenai Konsep Diri**

#### **2.1.4.1 Diri**

Sebelum memasuki pembahasan mengenai konsep diri, lebih baik mengenal terlebih dahulu apa itu diri. William James dalam *Principles of Psychology* (1890, dalam Sarwono, 1997), mendefinisikan diri sebagai sesuatu yang orang dapat katakan tentang diri mereka sendiri, tidak hanya tentang tubuh dan mental mereka, tetapi tentang anak-anak mereka, istri mereka, rumah mereka, pekerjaan mereka, nenek moyang mereka, teman mereka, harga benda mereka, dan bahkan uang mereka. Ketika semuanya terlihat baik-baik saja ia akan merasa senang, tetapi jika ada yang tidak beres, rusak, atau hilang, ia akan merasa putus asa dan kecewa (Sobur, 2014:

109). Jadi, diri adalah segala sesuatu tentang diri seseorang termasuk apa yang dimilikinya. Seseorang akan merasa senang jika semuanya terlihat baik-baik saja, tetapi akan kecewa jika ada yang tidak beres.

Konsep diri pada dasarnya adalah bagian dari diri. Menurut Alex Sobur dalam Filsafat Komunikasi, sekurang-kurangnya terdapat lima aspek dari diri, yaitu fisik diri, diri sebagai proses, diri sosial, konsep diri, dan citra diri (Sobur, 2014: 109). Setiap individu pasti memiliki keempat aspek tersebut di dalam dirinya.

James membagi diri menjadi dua kategori utama, yaitu “*me*” dan “*I*”. “*Me*” adalah diri yang dialami, sedangkan “*I*” adalah diri yang dipikirkan. James membagi “*me*” menjadi tiga bagian, yaitu diri material, diri sosial, dan diri spiritual (Irawan, 2015: 49-50).

#### 1. Diri Material

Diri material terdiri dari hal-hal yang menjadi milik pribadi, misalnya keluarga, pakaian, tubuh, atau uang. Ketika seseorang kehilangan anggota keluarganya, bagian dari dirinya pun akan ikut pergi. Menurut James, pakaian merupakan hal yang penting dalam diri material karena pakaian mengungkapkan jati diri dan status seseorang. Maka dari itu, pakaian berkontribusi bagi pembentukan diri. Tubuh merupakan inti diri material. Kemudian bagian terakhir adalah uang, diri material seseorang akan berubah jika uang yang dibutuhkannya hilang.

## 2. Diri Sosial

Diri sosial ialah diri yang sedang berada dalam keadaan sosial tertentu. James berpendapat bahwa situasi sosial di mana seseorang berada dapat mengubah caranya bertindak. Menurutnya, suatu individu memiliki diri sosial yang beragam. Misalnya seseorang akan bersikap kaku ketika berada di tempat kerja, tetapi akan sangat cair ketika berada dalam suasana pesta bersama teman-temannya.

## 3. Diri Spiritual

Diri spiritual ialah esensi mengenai siapa diri sendiri yang bersifat lebih permanen daripada diri material dan diri sosial. Aspek diri spiritual seseorang meliputi hal-hal seperti kepribadian, nilai hidup, dan hati nurani.

James dalam Irawan (2015: 50) memberi nama “*T*” sebagai ego murni, yaitu segala sesuatu yang menjadi “tali penghubung” antara masa lalu, sekarang, dan masa depan. Ego murni berkenaan dengan identitas seseorang yang muncul secara konsisten dari kesadaran secara berkesinambungan. Menurut James, ego murni menyerupai jiwa atau pikiran.

### **2.1.4.2 Definisi Konsep Diri**

Konsep diri adalah pandangan atau persepsi seseorang terhadap dirinya sendiri, termasuk pandangan dan penilaiannya terhadap karakteristik fisik, psikologis, sosial, dan spiritual mereka. Konsep diri

dibentuk oleh berbagai faktor seperti pengalaman hidup, interaksi sosial, dan lingkungan budaya.

Sunaryo dalam buku Psikologi untuk Keperawatan mendefinisikan konsep diri sebagai cara seseorang melihat pribadinya secara utuh yang menyangkut fisik, emosi, intelektual, sosial, dan spiritual. Termasuk persepsi individu tentang sifat dan potensi yang dimilikinya, nilai-nilai yang berkaitan dengan pengalaman dan objek, interaksi seseorang dengan orang lain maupun lingkungannya, harapan, keinginan, dan tujuannya (Sunaryo, 2004: 32). Singkatnya, konsep diri adalah cara pandang seseorang terhadap dirinya sendiri secara utuh.

Willian D. Brooks dalam Rakhmat (2019: 122-123) mendefinisikan konsep diri sebagai *“those physical, social, and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences and out interaction with others”*. Jadi, konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri sendiri. Tanggapan mengenai diri ini boleh bersifat psikologi, sosial, dan fisis.

Anita Taylor *et al.* (1977) mendefinisikan konsep diri sebagai *“all you think and feel about you, the entire complex of beliefs and attitudes you hold about yourself”* (Rakhmat, 2019: 123). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa konsep diri adalah apa yang kamu pikirkan dan kamu rasakan.

### 2.1.4.3 Komponen Konsep Diri

Jalaluddin Rakhmat (2019: 123) berpendapat bahwa konsep diri terdiri dari dua komponen, yaitu komponen kognitif dan komponen afektif. Psikologi sosial menyebut komponen kognitif sebagai citra diri (*self image*) dan komponen afektif sebagai harga diri (*self esteem*). Sedangkan menurut Sunaryo (2004: 33-36), terdapat lima komponen konsep diri, yaitu:

1. Gambaran Diri (*Body Image*)

Gambaran diri adalah sikap seseorang terhadap tubuhnya, baik secara sadar maupun tidak sadar yang meliputi *performance*, fungsi tubuh, potensi tubuh, serta pandangan dan perasaan tentang ukuran maupun bentuk tubuhnya.

2. Ideal Diri (*Self Ideal*)

Ideal diri adalah pandangan seseorang tentang perilakunya yang disesuaikan dengan standar pribadi terkait dengan harapan cita-cita, keinginan, nilai yang ingin dicapai, dan tipe orang yang diidamkan.

3. Harga Diri (*Self Esteem*)

Harga diri adalah penilaian seseorang terhadap hasil yang dicapai, hal tersebut dilakukan dengan cara menganalisis seberapa jauh perilakunya sesuai dengan ideal diri. Harga diri bisa diperoleh melalui diri sendiri maupun orang lain.

4. Peran Diri (*Self Role*)

Peran diri adalah sikap, pola perilaku, nilai, dan aspirasi yang diharapkan seseorang berdasarkan posisinya di masyarakat.

## 5. Identitas Diri (*Self Identify*)

Identitas diri adalah kesadaran diri sendiri yang berasal dari pengamatan dan penilaian. Identitas diri ini merupakan sintesis semua aspek konsep diri yang kemudian menjadi kesatuan yang utuh.

Setiap komponen di atas memiliki peran penting dalam pembentukan konsep diri seseorang. Penting untuk memperhatikan konsep diri kita sendiri dan berusaha untuk mengembangkannya untuk memperkuat kualitas hidup kita.

### **2.1.4.4 Faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri**

Konsep diri seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, berikut adalah faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan konsep diri:

#### 1. Orang lain

Seorang filosof eksistensial, Gabriel Marchel menulis tentang peranan orang lain dalam memahami diri kita sebagai “*The fact is that we can understand ourselves by starting from the other, or from others, and only by starting from them.*”. Jadi seseorang mengenali dirinya dengan mengenal orang lain terlebih dahulu. Atau seseorang dapat mengenal dirinya dari orang lain. Namun, tidak semua orang memiliki pengaruh yang sama. Orang yang paling berpengaruh adalah orang yang paling dekat seperti keluarga, saudara, atau teman yang sering bersama.

## 2. Kelompok Rujukan

Kelompok rujukan adalah kelompok yang mengikat seseorang secara emosional dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep dirinya. Setiap kelompok rujukan memiliki norma-norma sendiri dan ketika seseorang menjadi anggota kelompok rujukan tertentu maka akan menjadikan norma-norma kelompok tersebut sebagai ukuran perilakunya (Rakhmat, 201: 99-102).

### 2.1.5 Tinjauan Mengenai *Childfree*

#### 2.1.5.1 Definisi dan Fenomena *Childfree*

Istilah *childfree* pertama kali muncul dalam kamus bahasa Inggris Merriam-Webster sebelum tahun 1901 yaitu *without children* yang artinya tanpa anak. Sementara itu, kamus Collins mengartikan *childfree* sebagai *having no children; childless, especially by choice* yang berarti tidak memiliki anak karena pilihan (Tunggono, 2021: 13). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *childfree* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan pilihan hidup seseorang atau pasangan yang memutuskan untuk tidak memiliki anak.

Pada awal munculnya istilah *childfree* digambarkan secara skeptis sebagai fenomena kontemporer. Namun, penulis buku *How to Be Childless: A History and Philosophy of Life Without Children*, Dr. Rachel Chrastil, mengatakan bahwa sejak tahun 1500-an sudah banyak penduduk Inggris, Prancis, dan Belanda yang menunda pernikahan. Bahkan 15 hingga 20

persen di antaranya tidak menikah sama sekali. Ada banyak pasangan menikah yang memilih untuk *childfree* pada era Victoria (Tunggono, 2021: 12). Jadi, di negara bagian Barat istilah *childfree* sudah ada sejak lama, dimulai dari menunda pernikahan hingga memilih untuk tidak memiliki anak setelah menikah.

Tren *childfree* banyak dianut orang-orang di negara bagian Barat, seperti Belgia, Belanda, Swedia, dan Amerika Serikat. Sementara itu, negara-negara Asia seperti Jepang telah mengadopsi gaya hidup *childfree* dalam 20 tahun terakhir. Seorang profesor sekolah manajemen di Konan University, Maeda Masako mengatakan bahwa Jepang menjadi salah satu negara Asia yang memiliki angka kelahiran yang semakin turun dari tahun ke tahun dikarenakan masalah ekonomi. Sementara itu, di Eropa yang menjadi penyebab umum seseorang memilih *childfree* lebih dititikberatkan pada norma dan nilai yang ada di masyarakat. Orang-orang berpikir tentang kebebasan yang didapatkan dari kehidupan tanpa kehadiran anak (Tunggono, 2021: 14-15). Jadi, tren *childfree* mulai menyebar ke berbagai belahan dunia. Penyebab seseorang memilih *childfree* di berbagai negara akan berbeda-beda, namun umumnya karena mereka menginginkan kebebasan.

#### **2.1.5.2 *Childfree* dan *Childless***

*Childfree* adalah pilihan hidup seseorang untuk tidak memiliki anak, pilihan tersebut dilakukan dalam kondisi sukarela, sadar, dan yakin. Penganut *Childfree* bisa saja memiliki anak tetapi memilih untuk tidak

memiliki anak. Berbeda dengan *childless* di mana pada kasus ini seseorang ingin memiliki anak tetapi tidak bisa karena keadaan. Seorang *childless* biasanya disebabkan oleh kondisi fisik, sedangkan *childfree* lebih disebabkan oleh kondisi mental (Tunggono, 2021: 17-18). Singkatnya, *childfree* adalah keputusan seseorang untuk tidak memiliki anak, sedangkan *childless* adalah kondisi seseorang yang tidak bisa memiliki anak. Meskipun terlihat sama, namun keduanya memiliki arti yang berbeda.

Ilmu fiqih mengartikan *childless* sebagai keputusan untuk menunda memiliki anak karena faktor eksternal seperti kondisi fisik, biologi, dan ekonomi. Menurut imam Ghazali, Islam memperbolehkan *childless* yang disebabkan oleh faktor biologi dengan melakukan kontrasepsi. Namun, Islam tidak memperbolehkan *childfree* jika alasannya bukan karena kesehatan. *Childfree* dilarang jika alasannya karena urusan duniawi seperti karier, ekonomi, atau takut tidak bisa menafkahi sang anak (Hadi & Khotiimah, 2022). Jadi, Islam memperbolehkan *childless* tetapi tidak dengan *childfree*.

### **2.1.5.3 Alasan Orang Memilih *Childfree***

*Childfree* merupakan suatu pilihan, tentu saja seseorang memiliki alasan tertentu dalam memutuskan pilihan tersebut. Misalnya karena berbagai alasan seperti preferensi pribadi, karier, kendala ekonomi, atau gaya hidup. Corine Maier dalam *No Kids: 40 Reasons For Not Having Children* membagikan lima alasan mengapa orang memilih *childfree*, yaitu (Tunggono, 2021: 21-42):

### 1. Alasan Pribadi

Biasanya alasan pribadi muncul dari ranah emosi atau batin seseorang, misalnya melihat sesuatu yang buruk di keluarganya, merasa bertanggung jawab atas seseorang atau sesuatu yang membuatnya merasa tidak memiliki waktu dan tenaga untuk mengurus anak, atau merasa tidak mampu menjadi orang tua yang baik sehingga memutuskan untuk menyalurkan kasih sayangnya kepada hewan seperti anjing atau kucing.

### 2. Alasan Psikologis dan Medis

Kebanyakan orang memilih *childfree* karena alasan psikologis seperti trauma atau alasan medis yang berkaitan dengan keterbatasan fisik.

### 3. Alasan Ekonomi

Mungkin alasan ini sedikit bertentangan dengan kepercayaan sebagian orang bahwa anak adalah sumber rezeki atau semakin banyak anak semakin banyak rezeki. Alasan ekonomi adalah alasan yang paling realistis karena dari mulai hamil, melahirkan, hingga membesarkan anak tentu saja akan memakan biaya yang besar. Beberapa orang memilih untuk tidak memiliki anak karena menyadari keadaan keuangannya yang pas-pasan dan merasa tidak mampu membiayai pengasuhan anak.

### 4. Alasan Filosofis

Alasan ini menyangkut prinsip hidup yang dianut seseorang yang timbul karena cara pikir atau pandangan seseorang mengenai hidupnya, atau mengenai kehidupannya secara umum.

## 5. Alasan Lingkungan Hidup

Seseorang memilih *childfree* bisa saja karena pertimbangan yang timbul dari kondisi sekitarnya. Misalnya seseorang yang percaya bahwa populasi manusia di dunia sudah sangat berlebih dan sadar efeknya akan merusak bumi. Oleh karena itu, dengan tidak memiliki anak mereka berkontribusi pada pelestarian dan keseimbangan alam.

Selain alasan-alasan di atas, fobia, pengaruh pendidikan, kebutuhan seksual, dan selibat mungkin menjadi alasan seseorang untuk memilih *childfree*. Keputusan seseorang dalam memilih *childfree* bisa saja karena fobia yang dimilikinya. Victoria Tunggono (2021: 45-49) menyebutkan beberapa fobia yang mungkin dimiliki oleh penganut *childfree*, seperti *aphenphosmophobia* (takut akan sentuhan), *ataxophobia* (takut ketidakrapihan atau ketidakteraturan), *atelephobia* (takut akan ketidaksempurnaan), *atychiphobia* (takut akan kegagalan), *ecophobia* (takut akan rumah), *ephebiphobia* (takut pada remaja), *gamophobia* (takut akan pernikahan), *lockiphobia* (takut akan kehamilan), *obesophobia* (takut akan kenaikan berat badan), *philophobia* (takut akan cinta), *pedophobia* (takut akan anak-anak), dan *tokophobia* (takut akan persalinan).

Kebanyakan orang yang memilih *childfree* berasal dari perkotaan dengan latar belakang pendidikan yang tinggi. Seorang ekonom dari University of Toronto, David Foor berpendapat bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan perempuan maka semakin kecil kemungkinan untuk memiliki anak (Tunggono, 2021: 52). Jadi, perempuan dengan pendidikan

tinggi menjadi salah satu penyumbang *childfree* terbanyak karena mereka cenderung memiliki pemikiran yang luas dan memikirkan karier.

Orientasi seksual atau LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer) seseorang bisa memengaruhi seseorang dalam membuat keputusan untuk *childfree*. Misalnya ketika seorang perempuan berjiwa laki-laki, ia tidak ingin memiliki anak karena menganggap dirinya sebagai laki-laki. Kebanyakan LGBT adalah *childfree*, namun tidak semuanya *childfree* karena beberapa pasangan LGBT memilih untuk mengadopsi anak. (Tunggono, 2021: 58).

Alasan lainnya yang dapat membuat seseorang memilih untuk *childfree* adalah selibat. Selibat ialah pilihan hidup seseorang untuk tidak terikat romansa atau pernikahan (Tunggono, 2021: 69). Biasanya seseorang menganut selibat karena alasan agama. Menurut Victoria Tunggono dalam *Childfree & Happy*, penganut selibat sudah pasti menganut paham *childfree*, namun tidak semua *childfree* menganut paham selibat (Tunggono, 2021: 70). Hal tersebut terjadi karena penganut selibat melepaskan haknya untuk berkeluarga termasuk memiliki anak. Namun, orang yang memilih *childfree* belum tentu penganut selibat sebab mereka bisa saja menjalin hubungan bahkan menikah tetapi memilih untuk tidak memiliki anak.

## 2.1.6 Tinjauan Mengenai Sosial Media

### 2.1.6.1 Definisi Media Sosial

Media sosial merupakan bagian dari *new media*, yaitu platform digital yang memungkinkan penggunaanya untuk berinteraksi, berbagi konten, dan berkomunikasi dengan orang lain secara daring. Nasrullah dalam bukunya *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* mendefinisikan media sosial sebagai:

“Medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual” (Nasrullah, 2018: 11)

Boyd dalam Nasrullah (2018: 11) menggambarkan media sosial sebagai seperangkat perangkat lunak yang memungkinkan individu atau komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa kasus berkolaborasi satu sama lain atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan konten *user-generated content* (UGC) dimana konten tersebut dibuat oleh pengguna dan bukan oleh editor seperti dalam institusi media massa.

### 2.1.6.2 Karakteristik Media Sosial

Media sosial merupakan platform yang ada di media siber sehingga karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan karakteristik media siber. Meskipun begitu, media sosial memiliki karakteristik khusus yang

tidak dimiliki oleh beberapa media siber. Berikut adalah beberapa karakteristik dari media sosial (Nasrullah, 2018):

1. Jaringan (*Network*)

Media sosial mempunyai karakter jaringan sosial. Media sosial dibangun dari struktur sosial yang terbentuk di jaringan atau di internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan antar penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata penggunanya saling mengenal atau tidak, kehadiran jaringan sosial memberikan sarana bagi pengguna untuk terhubung melalui mekanisme teknologi.

2. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi sesuatu yang penting di media sosial karena tidak seperti media lain di internet, pengguna media sosial membuat informasi yang mewakili identitas mereka, menghasilkan konten, dan berinteraksi berdasarkan informasi tersebut. Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya adalah komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri.

3. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah disimpan dan dapat diakses kapan saja dan melalui perangkat apa saja. Kehadiran media sosial memberikan akses luar biasa terhadap arsip. Pengguna tidak perlu lagi membuat dan

menggunakan informasi tersebut, namun informasi tersebut kini menjadi bagian dari dokumen yang disimpan.

4. Interaksi (*Interactivity*)

Karakter dasar media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak hanya untuk memperluas pertemanan atau pengikut di internet saja, tetapi juga harus dibangun melalui interaksi antar pengguna tersebut. Misalnya dengan saling memberikan komentar atau memberikan reaksi seperti tombol *like*.

5. Simulasi Sosial (*Simulation of Society*)

Media sosial mempunyai karakteristik sebagai sarana bersosialisasi yang berlangsung di dunia maya. Layaknya suatu negara atau masyarakat, media sosial juga mempunyai aturan dan etika yang mengikat penggunanya. Untuk memahami makna simulasi, Baudrillard melahirkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang nyata di pikiran khalayak semakin berkurang dan digantikan dengan realitas yang semu. Keadaan ini terjadi karena imaji yang disajikan secara terus-menerus. Khalayak seolah tidak dapat membedakan mana yang nyata dan apa yang ada di layar.

6. Konten oleh Pengguna (*User-Generated Content*)

Karakteristik media sosial yang terakhir adalah konten oleh pengguna atau *user generated content*. Hal ini menunjukkan bahwa konten media sosial sepenuhnya adalah milik pengguna.

### 2.1.6.3 Contoh Media Sosial

Seiring diminati masyarakat, media sosial semakin berkembang dan banyak melahirkan berbagai platform media sosial baru. Berikut adalah beberapa contoh dari media sosial yang populer digunakan oleh masyarakat global:

1. Facebook

Facebook adalah platform media sosial terbesar di dunia yang memungkinkan pengguna untuk membuat akun, berbagi foto, video, status, serta terhubung dengan teman, keluarga, dan berbagai komunitas.

2. Instagram

Instagram adalah platform berbagi foto dan video yang populer hingga banyak digunakan oleh para selebritas. Instagram memungkinkan penggunanya untuk mengunggah foto atau video untuk dibagikan kepada pengikutnya. Bahkan kini Instagram memiliki fitur untuk melakukan siaran langsung serta menyediakan filter yang dapat digunakan oleh semua penggunanya.

3. Twitter

Twitter adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pesan singkat atau yang disebut dengan tweet. Penggunaanya dapat membagikan tweet dengan panjang yang terbatas, yaitu maksimal 280 karakter dalam sebuah tweet.

4. TikTok

Jika Twitter digunakan untuk berbagi pesan singkat, TikTok digunakan untuk berbagi video singkat. TikTok menjadi platform yang saat ini

populer digunakan berbagai kalangan terutama anak muda untuk membagikan berbagai video menarik.

#### 5. YouTube

Youtube merupakan platform berbagi video terbesar di dunia, dimana penggunanya dapat mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan video-video yang dibuat oleh pengguna lainnya. Berbeda dengan TikTok, durasi video di YouTube bisa panjang hingga berjam-jam.

#### 6. WhatsApp

WhatsApp adalah aplikasi pesan instan yang digunakan untuk mengirim pesan teks, foto, video, panggilan suara, hingga membagikan foto, video, dan suara kepada kontak mereka.

### 2.1.7 Tinjauan Mengenai Akun Instagram @childfreelife.id

Akun Instagram @childfreelife.id merupakan tempat berkumpul dan *sharing* bagi orang-orang yang memutuskan untuk tidak memiliki anak atau kini dikenal dengan *childfree*. Hingga 7 September 2023, akun ini telah memiliki 3.000 pengikut dan 41 unggahan. Melalui akun Instagram @childfeelife.id, para penganut *childfree* bisa mendapatkan pengetahuan baru tentang *childfree*, saling berbagi pandangan, pengalaman, maupun sekedar berbagi keluh kesah tentang pilihannya tersebut.

Akun ini dibuat oleh Kei Savourie dengan unggahan pertamanya berisi cuplikan dari artikel TIME dengan judul “*The Childfree Life: When Having It All Means Not Having Children*”. Unggahan tersebut berisi hal-

hal yang menjadi kelebihan bagi seseorang yang memilih *childfree*, seperti bisa membeli apa pun yang diinginkannya, liburan, memiliki waktu luang untuk diri sendiri, menjalani hari dengan ketenangan, dan lainnya.

Akun Instagram @childfreelife.id awalnya sering kali membagikan unggahan mitos dan fakta mengenai *childfree*. Mitos dalam unggahan-unggahannya mengarah pada pendapat dari sudut pandang masyarakat umum kepada penganut *childfree*, sedangkan ‘fakta’ di sini mengarah pada pendapat dari sudut pandang penganut *childfree*. Seperti unggahannya pada 5 September 2018, sebagai berikut:

## Gambar 2. 4

### Unggahan @childfreelife.id Tentang Mitos dan Fakta



*Sumber: Arsip peneliti, 2023*

Unggahan tersebut berisi pendapat penganut *childfree* mengenai pernyataan bahwa mereka egois karena tidak ingin memiliki anak. Menurut unggahan tersebut, keputusan untuk *childfree* memang egois, tetapi keputusan seseorang untuk memiliki anak pun bisa dikatakan egois. Menurut unggahan tersebut, sifat dasar manusia memang egois, maka tidak perlu membandingkan siapa yang lebih egois.

Akun ini juga beberapa kali membagikan pengalaman seseorang atau pasangan yang memilih *childfree*. Seperti unggahannya pada 4 September 2023 yang menceritakan kisah pasangan *childfree*, sebagai berikut:

## Gambar 2. 5

### Unggahan @childfreelife.id Tentang Pengalaman Pasangan *Childfree*



*Sumber: Arsip peneliti, 2023*

Unggahan tersebut berisi mengenai kisah dari pengalaman pasangan dengan *username* @lusianur dan @christianhariyanto yang sudah menikah hampir 5 tahun. Pada awal pernikahan, pasangan ini menunda untuk memiliki anak hingga akhirnya mereka memiliki pemikiran bahwa memiliki anak itu bukan keharusan. Pasangan ini sadar mungkin keputusannya tersebut dianggap egois oleh sebagian orang, namun mereka menganggap bahwa menjadi orang tua adalah tanggung jawab yang besar.

Selama menjalani kehidupannya sebagai *childfree*, pasangan ini membagikan pengalaman mereka yang sudah mengunjungi beberapa tempat di dalam maupun luar negeri. Pasangan ini juga mengatakan bahwa mereka sering kali berbagi dan berbuat baik kepada siapa saja. Bahkan memiliki keinginan untuk membuat *shelter* untuk anjing terlantar.

Akun Instagram @childfrelife.id kerap membagikan kata-kata dan data-data yang mendukung *childfree*. Misalnya kata-kata dari tokoh terkenal yang menganut *childfree*. Akun ini juga membagikan data-data tentang kelemahan memiliki anak, misalnya data pada saat pandemi yang mengatakan bahwa 41% ibu baru mengalami depresi, 63% orang tua mengaku sangat stres, dan 72% orang tua mengalami *anxiety* akan masa depan anak mereka. Hingga data yang mendukung pernyataan Gita Savitri yang merupakan salah satu tokoh Indonesia yang menganut *childfree*. Gita menyatakan bahwa *childfree* merupakan *anti aging* alami. Data yang dibagikan akun ini adalah penelitian mengenai wanita yang memiliki anak akan menua 11 tahun lebih cepat dibandingkan dengan wanita yang *childfree*.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekaran (1992), kerangka pemikiran adalah model konseptual mengenai bagaimana sebuah teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana Makna Konsep Diri Penganut *Childfree* pada Pengikut Akun Instagram @childfreelife.id. Maka dari itu, peneliti menggunakan teori konsep diri dari Calhoun dan Acocella sebagai fokus utama dan alur petunjuk untuk melakukan penelitian terhadap permasalahan yang diteliti.

Calhoun dan Acocella (1990) mengemukakan bahwa konsep diri memiliki tiga dimensi, yaitu dimensi pengetahuan mengenai dirinya, pengharapan tentang dirinya, dan penilaian terhadap dirinya.

### 1. Dimensi Pengetahuan

Dimensi pengetahuan adalah apa yang seseorang tahu tentang dirinya sendiri, seperti umur, jenis kelamin, kebangsaan, suku, pekerjaan, dan lainnya.

### 2. Dimensi Harapan

Menurut Rogers dalam Calhoun dan Acocella (1990), saat seseorang memiliki pandangan mengenai siapa dirinya, dia juga akan memiliki pandangan lain tentang kemungkinan akan menjadi apa dirinya di masa depan. Artinya, dia memiliki pengharapan bagi dirinya sendiri.

### 3. Dimensi Penilaian

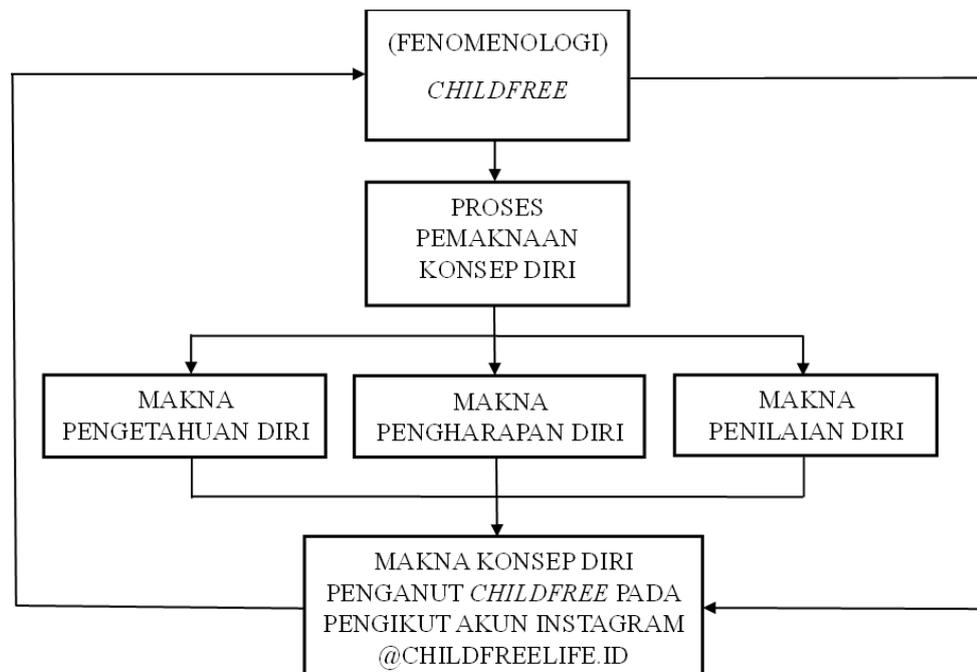
Dimensi ini merupakan penilaian terhadap diri sendiri. Penilaian tersebut untuk mengukur apakah dia bertentangan dengan “saya dapat menjadi apa” dan “saya seharusnya menjadi apa” (Kiling & Kiling, 2015: 118).

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengetahui fenomena *Childfree*, serta konsep diri yang terbentuk dari pengetahuan, pengharapan, dan penilaian dirinya sendiri sebagai seorang penganut *childfree*. Studi fenomenologi bertujuan untuk menggali kesadaran yang paling dalam para penganut *childfree* mengenai pengetahuan, pengharapan, dan penilaian terhadap dirinya.

Untuk memberikan gambaran secara umum tentang kerangka pemikiran, maka peneliti merumuskannya sebagai berikut:

**Gambar 2. 6**

**Kerangka Penelitian**



*Sumber: Peneliti, 2023*