

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Childfree ramai dibicarakan di Indonesia setelah Gita Savitri Devi atau lebih dikenal sebagai Gitasav memberikan pandangannya tentang *childfree* di media sosial. Melalui akun *Instagram*-nya @Gitasav, ia membagikan keputusannya untuk *childfree*.



Gambar 1.1 Komentar Gita Savitri tentang keputusan untuk tidak memiliki anak.

Sumber: X (@Askrlfess, 2023)

Dalam balasan komentarnya, Gita mengungkapkan bahwa hidup tanpa anak dapat mengurangi stres dan menjaga kesehatan, termasuk mendapatkan tidur yang cukup tanpa gangguan. Meskipun ini merupakan hak pribadi namun pandangannya menimbulkan perdebatan luas karena dinilai bertentangan dengan nilai-nilai tradisional yang menekankan peran ibu (Pramesti & Dharma, 2024).

Perdebatan mengenai *childfree* semakin memanas di media sosial, terutama karena keputusan ini dianggap sebagai pilihan yang sangat pribadi dan sensitif. Di *platform* media sosial X, perpecahan terjadi antara dua kelompok, yakni pendukung dan penentang keputusan untuk tidak memiliki anak (Matondang, et al., 2023).



Gambar 1.2 Pengguna X pendukung *childfree*

Sumber: X (@xanny0nrain, 2024)



Gambar 1.3 Pengguna X penentang *childfree*

Sumber: X (@shireen_malika, 2024)

Perempuan yang mendukung keputusan *childfree* membagikan alasan pribadi mereka memilih *childfree*. Tak jarang juga mereka menggalakkan kampanye tentang pentingnya kebebasan individu dalam menentukan gaya hidup, termasuk hak untuk tidak memiliki anak. Di sisi lain, kelompok penentang mengungkapkan nilai-nilai tradisional, yang menekankan pentingnya perempuan membangun keluarga dan memiliki anak sebagai bagian dari norma sosial.

Tidak hanya Gitasav, beberapa selebriti Indonesia lainnya juga mengungkapkan pandangan serupa terkait *childfree*. Aktris Cinta Laura misalnya, menyatakan bahwa saat ini ia belum tertarik untuk menikah maupun memiliki anak. Komedian Rina Nose juga mengungkapkan kekhawatirannya terkait masa depan anak sebagai salah satu alasan mempertimbangkan *childfree*. Sementara itu, aktris Ariel Tatum merasa bahwa kondisi hidupnya saat ini belum cukup ideal untuk memiliki anak, sehingga ia lebih cenderung memilih jalur *childfree*. Pilihan para tokoh selebriti ini menunjukkan bahwa *childfree* adalah keputusan yang lahir karena pertimbangan matang di masa depan.

Keputusan untuk menjadi *childfree* memiliki dampak signifikan terhadap dinamika populasi dan tren demografi suatu negara. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 menunjukkan bahwa angka kelahiran di Indonesia terus mengalami penurunan selama lima dekade terakhir. Hal ini tercermin dari penurunan *Total Fertility Rate* (TFR), yang awalnya sebesar 5,61 pada Sensus Penduduk tahun 1971, menjadi 2,18 pada Sensus Penduduk tahun 2020.

Selain itu, BPS juga melaporkan bahwa pada tahun 2023, sebanyak 8,2% perempuan di Indonesia mengidentifikasi diri sebagai *childfree*, dan angka ini terus meningkat dalam empat tahun terakhir (Nikma, 2024). Sementara itu, berdasarkan data Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) tahun 2022, tercatat sekitar 71 ribu perempuan Indonesia berusia 15–49 tahun yang sudah menikah namun belum pernah melahirkan dan tidak menggunakan alat kontrasepsi. Kondisi ini menunjukkan bahwa mereka tidak secara aktif mencegah kehamilan, tetapi juga

belum memiliki anak, yang dapat mengindikasikan adanya pilihan sadar untuk tidak memiliki anak atau faktor lain seperti infertilitas.

Keputusan untuk tidak memiliki anak dikenal dengan istilah *childfree*. Dalam beberapa kasus disebut juga sebagai *childless by choice* atau tidak memiliki anak karena pilihan. *childfree* artinya secara sadar memutuskan untuk tidak memiliki anak, baik secara biologis maupun melalui adopsi. Seseorang yang memutuskan *childfree* berbeda dengan kelompok lain yang juga belum memiliki anak. Misalnya ada kelompok *not-yet-parents* yang berencana memiliki anak di masa depan, berbeda juga dengan kelompok *childless* yang sebenarnya ingin memiliki anak tetapi terhalang oleh kondisi seperti infertilitas atau kendala hidup lainnya. Serta, ada kelompok *undecided* yang tidak yakin atau belum memutuskan apakah mereka ingin memiliki anak atau tidak di masa mendatang. Selain itu, ada juga kelompok *ambivalent* yang tidak merencanakan untuk memiliki anak tetapi masih ragu terhadap kemungkinan tersebut (Neal & Neal, 2023).

Istilah *childfree* mulai berkembang pada akhir abad ke-20 sebagai bagian dari narasi kebebasan individu dalam menentukan arah hidupnya. *Childfree* didefinisikan sebagai pilihan sadar untuk tidak memiliki anak, baik secara biologis maupun adopsi, dan dianggap sebagai keputusan hidup yang sah serta menguntungkan bagi sebagian orang (Zulaikha, 2023). Dalam konteks pasangan suami istri, keputusan untuk *childfree* merupakan kesepakatan bersama untuk tidak memiliki keturunan selama pernikahan mereka. Pilihan ini tidak semata-mata didasari alasan personal, tetapi juga berakar pada prinsip hak asasi manusia (HAM). Menurut Putri (2024), hak untuk memiliki atau tidak memiliki anak adalah bagian

dari kebebasan mendasar setiap individu yang tidak dapat dipaksakan oleh negara, institusi keagamaan, maupun tekanan sosial. Dengan demikian, keputusan *childfree* menjadi manifestasi dari penghormatan terhadap hak otonomi individu atas kehidupan dan tubuh mereka sendiri, sebagaimana diatur dalam prinsip-prinsip HAM global yang menjamin kebebasan berekspresi, hak atas privasi, serta kebebasan dari paksaan dalam urusan reproduksi.

Lebih jauh lagi, fenomena *childfree* juga tak bisa dilepaskan dari pengaruh kampanye *body politics* yang semakin menguat dalam wacana feminisme dan gerakan kesadaran tubuh. *Body politics* adalah konsep yang menekankan bahwa setiap individu, khususnya perempuan, memiliki kedaulatan penuh atas tubuh mereka sendiri. Hal ini mencakup keputusan tentang kapan, bagaimana, dan apakah seseorang ingin hamil dan memiliki anak atau bereproduksi (Fadhilah, 2022). Dalam konteks ini, *childfree* menjadi bagian dari perjuangan perempuan untuk mengklaim kembali kendali atas tubuh dan hidupnya, di tengah tekanan budaya yang sering kali menetapkan bahwa menjadi ibu adalah tujuan utama seorang perempuan. Kampanye *body politics* memberikan ruang bagi perempuan untuk menolak narasi tersebut, serta menyuarakan bahwa keputusan untuk tidak memiliki anak bukanlah bentuk penolakan terhadap kodrat, melainkan ekspresi otonomi, kesadaran, dan kebebasan terhadap pilihan hidup yang lebih luas.

Fenomena *childfree* telah lama berkembang di negara-negara Barat, di mana tingginya biaya hidup menjadi faktor utama. Namun, bagi masyarakat Indonesia fenomena ini tergolong baru yang memiliki pandangan positif maupun negatif (Pebriansyah, 2024). Dalam konteks budaya dan agama di Indonesia,

keputusan untuk tidak memiliki anak sering dianggap melanggar norma yang berlaku. Anak dipandang sebagai sumber kebahagiaan dan memiliki nilai penting dalam kehidupan sosial budaya Indonesia. Beberapa berpendapat bahwa keberadaan anak berkontribusi pada kebahagiaan hidup, sementara kepuasan dalam pernikahan kerap dinilai oleh faktor kehadiran anak (Pebriansyah, 2024).

Stigma yang telah berkembang di masyarakat patriarki juga memperkuat pandangan bahwa keluarga ideal terdiri dari ayah, ibu, dan anak (Dahnia, Adsana, & Putri, 2023). Hal tersebut juga menjelaskan bahwa tidak memiliki anak seringkali dipandang sebagai penyimpangan dari norma sosial. Tak jarang perempuan yang memilih jalan berbeda seringkali dihakimi, seolah-olah fungsi mereka terbatas hanya pada melahirkan dan meneruskan keturunan. Stigma ini tidak hanya menekan kebebasan perempuan dalam mengambil keputusan atas tubuh dan masa depannya, tetapi juga memperkuat doktrin patriarki yang memandang perempuan sebagai objek reproduksi (Dahnia, Adsana, & Putri, 2023). Tantangan yang dihadapi masyarakat modern adalah bagaimana mengatasi pandangan tersebut, sehingga perempuan dapat lebih bebas menentukan pilihan hidup tanpa terbelenggu oleh norma sosial yang membatasi peran mereka.

Penelitian yang dilakukan Dahnia, Adsana, & Putri (2023) menunjukkan bahwa perempuan secara universal sering berada dalam posisi yang sulit dan rentan terhadap penindasan. Sejak zaman prasejarah, perempuan merupakan kelompok pertama yang mengalami subordinasi terutama karena konstruksi sosial yang menempatkan laki-laki sebagai sosok yang lebih dominan (Dahnia, Adsana, & Putri, 2023). Batasan-batasan yang dikenakan pada perempuan melalui konsep

feminisme yang dikonstruksikan oleh patriarki membatasi peran, perilaku, seksualitas, dan bahkan hak atas tubuh perempuan. Budaya patriarki di Indonesia masih sangat kuat, sehingga perempuan yang mencoba keluar dari lingkaran tersebut sering menghadapi pengucilan. Keputusan untuk tidak memiliki anak sebenarnya merupakan hak reproduktif perempuan yang seharusnya tidak diperdebatkan, karena kebahagiaan tidak selalu harus diukur dari keberadaan anak.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Afif & Ahwan (2024) tentang kontroversi *childfree* di media sosial serta kaitannya dengan feminisme dan budaya timur di Indonesia. Mengungkapkan bahwa dalam konteks budaya timur yang kuat, keputusan untuk *childfree* sering dianggap sebagai ancaman terhadap norma keluarga. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa meskipun istilah *childfree* belum terlalu umum di Indonesia, fenomena ini mulai dikenal melalui *platform* media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube*, yang menjadi tempat berkembangnya diskusi mengenai hak reproduksi dan kebebasan memilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perubahan pandangan masyarakat terhadap peran perempuan, serta mengilustrasikan bagaimana media sosial menjadi ruang untuk mengekspresikan berbagai pendapat terkait isu gender dan budaya.

Adapun penelitian yang dilakukan Sudirman (2024), menyoroti bagaimana media sosial berfungsi sebagai ruang publik yang dinamis dalam membahas fenomena *childfree*. Di ruang komentar, warganet secara aktif mengekspresikan berbagai pendapat tentang keputusan perempuan untuk tidak memiliki anak. Sebagai ruang publik *digital*, media sosial seperti *YouTube* memungkinkan pengguna berperan sebagai produsen makna, bukan sekadar

konsumen. Dalam diskusi mengenai *childfree*, warganet berbagi perspektif berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan agama yang beragam, menciptakan debat yang mencerminkan beragam pandangan masyarakat terhadap isu ini. Ruang komentar di *platform* seperti *YouTube* menciptakan forum yang memungkinkan pertukaran gagasan dan sudut pandang secara terbuka. Ini memperkuat fungsi media sosial sebagai ruang publik digital yang memungkinkan masyarakat untuk mengekspresikan opini tentang isu-isu kontroversial, seperti *childfree* yang sebelumnya mungkin tidak mendapatkan ruang diskusi yang bebas di ranah offline.

Penelitian yang dilakukan Hamzah & Putri (2020), yang mengkaji fenomena *self disclosure* di media sosial dalam konteks *hyperhonest* atau keterbukaan berlebihan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak pengguna media sosial membagikan kehidupan pribadi mereka secara terbuka di *platform* publik. Tiga faktor utama yang mendorong pengungkapan diri ini adalah: pertama, rasa senang yang dihasilkan dari berbagi pengalaman di media sosial; kedua, kebutuhan untuk didengarkan oleh orang lain; dan ketiga, keinginan untuk dikenal, dipuji, dan mendapatkan pengakuan sosial. Penelitian ini juga menekankan bahwa fenomena *hyperhonest* dapat mengaburkan batasan privasi, karena informasi pribadi yang diungkapkan di media sosial menjadi konsumsi publik.

Penelitian berbeda dilakukan Sugiarto (2017) yang membahas manajemen komunikasi privasi kaum lesbian di Kota Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan terdapat ketegangan dialektis yang muncul saat menyampaikan informasi privat. Dimana individu mengalami dilema antara keinginan untuk terbuka dan kebutuhan untuk menjaga privasi. Diungkapkan juga dalam penelitian ini, informan

menghadapi ketegangan ketika ingin berbagi informasi dengan sahabat heteroseksual mereka. Mereka merasa takut, malu, dan khawatir rahasia mereka terbongkar atau mendapat penolakan, tetapi di sisi lain, mereka juga merasa lega setelah berbagi dengan orang yang dipercaya. Ketegangan ini lebih terkendali karena para informan tidak pernah mengungkapkan identitas mereka di hadapan khalayak luas atau kelompok yang lebih beragam. Tingkat keterbukaan informasi bergantung pada siapa penerimanya, seberapa banyak informasi yang dibagikan, dan sejauh mana informasi tersebut tersebar (Sugiarto, 2017).

Fenomena *childfree* di Indonesia mencerminkan keberanian perempuan untuk mengambil kendali penuh atas hidup mereka, terutama di tengah tekanan sosial dan stigma negatif dari lingkungan sekitar. Di ruang digital, keputusan untuk mengungkapkan atau menyembunyikan motivasi serta pandangan terkait pilihan ini bukanlah hal yang sederhana, mengingat media sosial kerap menjadi tempat terjadinya penghakiman publik.

Salah satu aspek penting yang belum banyak dikaji dalam konteks perempuan *childfree* adalah bagaimana mereka mengelola informasi pribadi yang dibagikan secara daring. Penelitian sebelumnya telah membahas fenomena ini dari perspektif budaya dan feminisme, namun masih terdapat celah yang signifikan dalam kajian mengenai motivasi dan manajemen komunikasi privasi yang dijalankan oleh perempuan yang memutuskan untuk *childfree* di media sosial.

1.2. Rumusan Masalah

Berbicara mengenai informasi pribadi kepada publik bukanlah hal yang mudah. Hal ini menjadi isu sensitif karena dapat memicu rasa malu dan

ketidaknyamanan. Fenomena *childfree* di Indonesia masih menjadi topik yang kontroversial, perempuan yang memilih untuk tidak memiliki anak sering kali menghadapi stigma negatif dan tekanan dari norma-norma sosial yang kuat. Dalam lingkungan budaya yang menempatkan ibu sebagai peran utama perempuan. Keputusan untuk *childfree* menjadi tindakan yang berlawanan dengan harapan sosial. Meskipun demikian, beberapa perempuan yang memutuskan *childfree* menyatakan keputusan mereka di media sosial. Pernyataan ini terdengar menarik sekaligus tabu karena di tengah risiko stigma dan kritik dari masyarakat, mereka tetap memilih untuk membagikan informasi pribadi secara publik di media sosial.

Media sosial sebagai ruang publik digital menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi perempuan yang memutuskan untuk *childfree*. Sebagai ruang di mana batas antara ranah privat dan publik menjadi kabur, media sosial memungkinkan pengguna untuk membagikan pandangan, pengalaman, serta identitas diri secara terbuka kepada audiens yang luas. Ekspresi identitas merujuk pada cara individu membentuk dan menyampaikan citra diri, termasuk pilihan untuk *childfree* yang disampaikan melalui narasi, unggahan, atau interaksi digital lainnya. Media sosial juga menjadi tempat untuk mencari dukungan emosional, menemukan solidaritas, hingga membentuk komunitas dengan mereka yang memiliki pandangan serupa.

Namun, di tengah keterbukaan tersebut, muncul kebutuhan untuk mengatur batasan informasi pribadi. Di sinilah manajemen komunikasi privasi berperan, yakni sebagai proses di mana individu mengontrol sejauh mana informasi pribadi dibagikan, kepada siapa, dan dalam kondisi apa. Teori *Communication*

Privacy Management (CPM) menjelaskan bahwa setiap individu memiliki aturan yang mereka kembangkan sendiri untuk mengelola privasi, termasuk dalam memilih strategi komunikasi di ruang digital yang bersifat terbuka namun penuh risiko (Kunandar, 2019).

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti mengidentifikasi rumusan sebagai berikut:

1. Apa motivasi utama perempuan Indonesia yang memutuskan *childfree* menyatakan keputusan mereka di media sosial?
2. Bagaimana manajemen komunikasi privasi berperan dalam pengelolaan informasi pribadi perempuan *childfree* di media sosial?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengapa perempuan yang memutuskan untuk *childfree* Indonesia memilih secara terbuka menyampaikan keputusan mereka di media sosial, meskipun menghadapi stigma negatif dan tekanan sosial yang kuat. Penelitian ini juga meneliti bagaimana manajemen komunikasi privasi berperan dalam pengelolaan informasi pribadi perempuan *childfree* di media sosial untuk menghadapi norma-norma sosial dan ekspektasi budaya yang masih dominan di masyarakat Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori *Communication Privacy Management* (CPM) dengan mengaplikasikannya pada konteks perempuan yang memutuskan untuk *childfree* di media sosial, sebuah topik yang masih jarang dibahas secara mendalam di ranah

akademik Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, penelitian ini juga memberikan kontribusi metodologis melalui eksplorasi pengalaman subjektif informan dalam mengelola batasan informasi pribadi di ruang publik digital. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya yang mengkaji isu serupa dengan perspektif komunikasi dan sosial budaya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan wawasan terkait manajemen komunikasi privasi bagi perempuan yang memutuskan *childfree* di media sosial. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh lembaga non-pemerintah, organisasi perempuan, dan institusi sosial yang berfokus pada isu perempuan di Indonesia dalam merancang program atau kampanye yang lebih efektif untuk mendukung perempuan dalam mengelola privasi mereka di ruang digital. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana perempuan menavigasi batasan antara privasi dan keterbukaan, lembaga-lembaga ini dapat membantu memperkuat identitas dan keberanian perempuan dalam menyuarakan pilihan hidupnya.

1.4.3. Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai pilihan *childfree* dan stigma yang dihadapi oleh perempuan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membuka dialog tentang keberagaman pilihan hidup perempuan dan membantu mengurangi stigma negatif atas keputusan *childfree* di Indonesia. Penelitian ini berpotensi mendorong perubahan positif dalam persepsi masyarakat Indonesia untuk menciptakan

lingkungan yang mendukung bagi perempuan yang memilih untuk tidak memiliki anak.

1.5. Kerangka Pemikiran Konseptual

Dalam sebuah hubungan, keputusan tentang seberapa banyak informasi yang akan kita bagikan dengan orang lain merupakan proses yang terus berlangsung. Ada kalanya individu ingin berbagi hal pribadi dengan orang lain, tetapi di lain waktu mereka merasa perlu lebih berhati-hati. Sedangkan dalam hubungan yang satu, seorang individu mungkin terbuka dan membagikan banyak informasi tentang dirinya, sementara dalam hubungan lain mereka menjadi lebih tertutup. Secara tidak sadar, setiap individu menegosiasikan batasan dalam hubungan, memutuskan topik apa yang bisa dibicarakan, sejauh mana informasi dapat diungkapkan, serta siapa saja yang boleh mengetahui hal tersebut (Littlejohn, Foss, & Oetzel, 2017)

Keterbukaan diri merupakan bagian dari proses negosiasi batasan ini. Arifin (2023) menjelaskan bahwa keterbukaan diri merupakan bentuk pemberian informasi secara sengaja tentang diri kita kepada orang-orang di sekitar hidup kita. Informasi yang diberikan ini mencakup hal-hal seperti perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, dan ide-ide yang ada dalam diri individu (Monela, 2023). Proses ini berperan penting dalam membangun hubungan sosial, di mana cara seseorang mengungkapkan dirinya dapat mempengaruhi bagaimana ia diterima atau ditolak oleh orang lain.

Dalam konteks ini, Manajemen Komunikasi Privasi menjadi relevan karena membahas dinamika antara keterbukaan informasi pribadi, serta

keseimbangan antara aspek publik dan privasi dalam interaksi sosial. Menurut Sandra Petronio (2002), individu dalam sebuah hubungan terus-menerus mengelola batasan terkait informasi yang ingin mereka bagikan dengan orang lain dan yang ingin mereka simpan untuk diri sendiri. Tingkat keterbukaan ini tidak tetap, melainkan dapat berubah tergantung pada konteks dan perkembangan hubungan. Menjaga batasan yang tertutup dapat memberikan rasa aman dan otonomi, sementara membuka batasan dapat mempererat kedekatan serta meningkatkan berbagi informasi. Namun, semakin besar keterbukaan, semakin tinggi pula risiko terhadap kerentanan pribadi.

Teori Manajemen Komunikasi Privasi yang diperkenalkan oleh Sandra Petronio (2002) memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana individu mengelola informasi pribadi mereka dalam berbagai konteks komunikasi (Ardiyanti, Hadyanto, Krislamawaty, & Irwansyah, 2018). Teori Manajemen Komunikasi Privasi membahas dinamika pengelolaan hubungan antarindividu dalam kehidupan bermasyarakat. Petronio menggambarkan bagaimana seseorang berusaha untuk terbuka sekaligus menjaga rahasia pribadinya dalam keseharian (Nurdin, 2020).

Dalam kondisi tekanan, individu mungkin terpaksa mengungkapkan informasi. Petronio menilai bahwa keputusan individu dalam situasi ini adalah hasil dari tarik-menarik dialektis antara dorongan untuk berbagi atau menyembunyikan informasi. Pengungkapan ini diatur oleh aturan tertentu yang bersifat personal, mencerminkan nilai-nilai, etika, moral, serta norma sosial yang berlaku di

masyarakat (Nurdin, 2020). Keputusan untuk memberikan informasi dilakukan dengan mempertimbangkan risiko dan manfaat yang mungkin diperoleh individu.

Petronio (2002) mengungkapkan ada lima konsep dasar dari CMP, yaitu:

1. Informasi pribadi merujuk pada cara tradisional untuk memahami pembukaan diri, yaitu mengenai data atau hal-hal yang sangat bermakna bagi individu dan bersifat pribadi, seperti nama, tanggal lahir, penyakit yang diderita, hobi, hingga cita-cita. Informasi ini memungkinkan eksplorasi lebih lanjut mengenai konsep privasi dan keintiman, serta bagaimana individu membangun hubungan dengan orang lain.
2. Batasan privat adalah batasan yang dibuat individu untuk menentukan sejauh mana dan seberapa banyak informasi pribadi yang akan diberikan. Teori CMP menggunakan metafora batasan untuk menggambarkan garis antara sikap publik dan privat. Ketika informasi pribadi dibagikan, batasan di sekitarnya disebut sebagai batasan kolektif (*collective boundary*), yang berarti informasi tersebut tidak hanya menjadi milik individu tetapi juga menjadi bagian dari hubungan. Sebaliknya, jika informasi tetap disimpan oleh individu dan tidak dibagikan, maka batasannya disebut batasan personal (*personal boundary*).
3. Kontrol dan kepemilikan adalah konsep yang didasarkan pada gagasan bahwa individu memiliki informasi pribadi tentang diri mereka sendiri. Sebagai pemilik informasi, mereka merasa berhak mengontrol siapa saja yang dapat mengakses informasi tersebut. Hak ini memberikan mereka

kendali penuh atas informasi yang dimiliki, baik untuk dibagikan maupun untuk disembunyikan.

4. Sistem manajemen berdasarkan aturan, merupakan kerangka yang menjelaskan bagaimana individu membuat keputusan terkait informasi pribadi. Sistem ini melibatkan tiga proses utama, yaitu karakteristik aturan privasi, koordinasi batasan, dan turbulensi batasan. Karakteristik aturan privasi mencakup pengembangan aturan berdasarkan lima kriteria utama, yaitu budaya, gender, motivasi, konteks, dan risiko-manfaat (Kunandar, 2019). Selain itu, individu juga belajar mengatur privasi melalui atribut tertentu. Proses kedua adalah koordinasi batasan (*boundary coordination*), yang mencakup pengelolaan batasan informasi sesuai sifat hubungan individu. Dalam proses ini terdapat tiga elemen penting: pertalian batasan (*boundary linkage*), yaitu hubungan yang menciptakan aliansi privasi antarindividu; kepemilikan batasan (*boundary ownership*), yaitu hak dan keistimewaan yang dimiliki oleh pemilik bersama informasi tersebut; dan permeabilitas batasan (*boundary permeability*), yaitu seberapa banyak informasi yang dapat melewati batasan. Batasan yang tertutup rapat disebut sebagai batasan tebal, sedangkan batasan yang terbuka luas disebut sebagai batasan tipis. Ketika aturan koordinasi batasan tidak jelas atau terjadi konflik dalam harapan pengelolaan privasi, muncul turbulensi batasan (*boundary turbulence*), yang mengarah kepada kebocoran informasi atau rahasia.

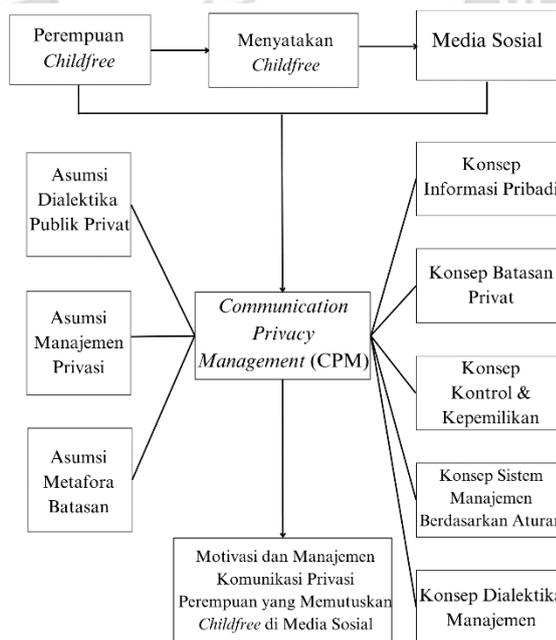
5. Dialektika manajemen mengacu pada ketegangan antara keinginan untuk mengungkapkan informasi pribadi dan kebutuhan untuk menutupinya. Dasar dari konsep ini adalah kesatuan dialektika, yang menggambarkan kontradiksi yang dialami individu akibat adanya oposisi atau perbedaan kepentingan dalam pengelolaan privasi. Ketegangan ini mencerminkan dinamika tarik-menarik yang terus berlangsung dalam hubungan interpersonal.

Dari penjelasan konsep-konsep teori CMP, Petronio (2002) mengungkapkan bahwa terdapat tiga asumsi dalam teori CMP, yaitu asumsi dialektika publik-privat, asumsi manajemen privasi, dan asumsi metafora batasan. Asumsi dialektika publik-privat memandang pengungkapan informasi sebagai proses dialektis, di mana individu mengelola dorongan untuk membuka diri sekaligus keinginan untuk menyembunyikan informasi pribadi. Proses ini melibatkan konflik internal, keinginan yang bertentangan menjadikan peta teoretis CPM relevan untuk memahami bagaimana individu menavigasi privasi.

Asumsi kedua, manajemen privasi, menyatakan bahwa individu percaya mereka memiliki hak atas informasi pribadi mereka, bahkan setelah informasi tersebut dibagikan kepada orang lain. Karena informasi pribadi sering kali mengandung kerentanan dimana individu merasa berhak mengontrol aliran informasi tersebut kepada orang lain melalui aturan privasi. Aturan ini bersifat fleksibel dan dapat berubah sesuai dengan konteks atau kebutuhan, seperti saat seseorang mengakhiri hubungan dan mengubah tingkat keintiman atau pengaturan

privasinya. CPM juga menyoroti bahwa manajemen privasi dapat gagal jika pengelolaan informasi tidak berhasil.

Asumsi ketiga adalah metafora batasan, yang menggambarkan garis-garis simbolis yang mengelilingi informasi pribadi untuk menunjukkan sifat transaksional dalam pengelolaannya. Batasan ini dapat "tebal" ketika individu enggan mengungkapkan informasi, "tipis" ketika kemungkinan pengungkapan lebih tinggi, atau berubah ketika tingkat keterbukaan berubah secara bertahap atau bergantian. Batasan ini menunjukkan bahwa informasi pribadi dianggap memiliki potensi kerentanan dan memerlukan pengelolaan yang hati-hati.



Gambar 1.4 Kerangka Konseptual

Sumber: Olahan Peneliti

1.6. Metodologi Penelitian

1.6.1. Pendekatan Penelitian

Pada Penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang mengkonstruksi realitas sosial untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam. Metode penelitian kualitatif merupakan jenis pendekatan yang menghasilkan penemuan yang tidak dapat dicapai ketika menggunakan prosedur statistik atau kuantifikasi. Creswell mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai proses penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial dan masalah manusia melalui metodologi tertentu.

Bogdan dan Taylor menjelaskan bahwa metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, baik berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2007). Penelitian ini dilakukan dalam kondisi alami dan bersifat eksploratif. Peneliti dalam penelitian kualitatif berperan sebagai instrumen utama, sehingga harus memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas agar mampu mengajukan pertanyaan, menganalisis, dan menginterpretasi objek penelitian secara lebih mendalam. Penelitian ini menekankan pada makna dan nilai yang melekat pada objek yang diteliti. Selain itu, pendekatan ini bersifat deskriptif dan umumnya menggunakan analisis induktif, di mana proses dan makna menjadi fokus utama penelitian.

1.6.2. Tipe Penelitian

Terdapat dua tipe penelitian dalam penelitian kualitatif yaitu tipe penelitian eksploratif, dan tipe penelitian deskriptif. Peneliti menggunakan penelitian deskriptif untuk memberikan gambaran mendetail tentang keterbukaan

diri perempuan yang memilih untuk *childfree* dan berbagi keputusan tersebut di media sosial. Fokus penelitian ini adalah menyajikan data kualitatif yang mendalam mengenai pengalaman, motivasi, dan pandangan informan. Penelitian deskriptif tidak melibatkan manipulasi variabel, melainkan bertujuan untuk menggambarkan realitas dari sudut pandang informan.

1.6.3. Metode Penelitian

Penelitian fenomenologi bertujuan untuk memahami makna dari pengalaman yang dialami oleh beberapa individu, berdasarkan kesadaran mereka. Pendekatan ini dilakukan dalam situasi alami, sehingga tidak ada batasan dalam memahami fenomena yang dikaji. Menurut Creswell (1998) dalam (Murdiyanto, 2020), pendekatan fenomenologi menunda penilaian awal terhadap fenomena hingga ditemukan dasar yang lebih jelas, yang dikenal dengan istilah *epoche*. Konsep *epoche* ini membantu membedakan antara data yang berasal dari subjek penelitian dan interpretasi peneliti.

Fenomenologi berfokus pada mengungkap dan memahami fenomena yang khas dan unik dalam konteks pengalaman individu hingga mencapai tingkat keyakinan pribadi mereka. Penelitian ini berusaha menemukan makna psikologis dari pengalaman individu terhadap suatu fenomena melalui studi mendalam yang dilakukan dalam konteks kehidupan sehari-hari mereka. Selain mempersiapkan subjek penelitian, peneliti juga harus memastikan akses ke situasi dan tempat yang relevan, karena inti dari fenomenologi adalah keterkaitan antara subjek, lokasi, dan fenomena alami yang sedang diteliti.

1.6.4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara mendalam sebagai metode pengumpulan data yang efektif untuk menggali pemahaman mendalam terkait manajemen komunikasi privasi perempuan yang memutuskan *childfree* di media sosial. Teknik *purposive sampling* juga digunakan untuk memilih informan yang paling sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut adalah kriteria pemilihan informan yang digunakan dalam penelitian ini. Pertama, informan merupakan perempuan Indonesia yang telah menikah dan secara tegas memutuskan untuk hidup *childfree*. Kedua, informan menyatakan keputusan *childfree*-nya di media sosial, baik dalam bentuk tulisan maupun postingan. Data dari media sosial ini akan digunakan untuk memahami keterbukaan diri yang dilakukan serta respons dari komunitas di media sosial. Ketiga, informan berada dalam rentang usia 30–55 tahun, karena pada usia ini perempuan umumnya berada dalam fase hidup di mana tekanan sosial untuk menikah dan memiliki anak meningkat.

1.6.5. Sumber Data

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari informan yang memenuhi kriteria penelitian. Data ini akan dikumpulkan melalui metode wawancara mendalam, di mana peneliti akan melakukan percakapan langsung dengan perempuan yang telah mengambil keputusan untuk *childfree* dan berbagi pandangan mereka di media sosial. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pengalaman, alasan, dan pandangan informan mengenai keterbukaan diri mereka terkait keputusan *childfree*.

Sedangkan sumber data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung dari sumbernya, dan dalam penelitian ini akan mencakup literatur, artikel, dan studi sebelumnya mengenai manajemen komunikasi privasi, *childfree*, dan media sosial. Data sekunder ini akan digunakan untuk memberikan konteks yang lebih luas terhadap fenomena *childfree* di Indonesia, serta untuk mendukung analisis yang dilakukan berdasarkan data primer. Beberapa sumber sekunder yang relevan akan mencakup buku, jurnal akademik, laporan penelitian, serta artikel berita yang membahas isu-isu terkait *childfree* dan keterbukaan diri di masyarakat.

1.6.6. Teknik Analisis dan Interpretasi Data

Teknik analisis data penelitian ini terdiri dari tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data merupakan proses menyederhanakan informasi dengan meringkas poin-poin penting yang relevan. Penyajian data adalah proses data yang telah direduksi disusun kembali untuk memberikan gambaran keseluruhan, dan memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam jika diperlukan. Penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan secara bertahap. Kesimpulan awal mungkin bersifat sementara dan harus diverifikasi seiring bertambahnya data, sehingga semakin mendekati realitas lapangan.

1.6.7. Keabsahan Data

Uji kredibilitas merupakan langkah penting untuk memastikan kepercayaan terhadap data penelitian. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah melalui perpanjangan pengamatan, di mana peneliti kembali ke lapangan untuk melakukan pengamatan dan wawancara tambahan dengan sumber yang sama atau

baru, sehingga hubungan antara peneliti dan sumber semakin kuat dan informasi yang diperoleh menjadi lebih lengkap. Selain itu, meningkatkan kecermatan penelitian juga diperlukan dengan melakukan pengumpulan dan penyajian data secara sistematis. Peneliti dapat membaca berbagai referensi, buku, dan penelitian sebelumnya untuk memastikan ketepatan informasi dan urutan kronologis yang disajikan. Terakhir, triangulasi dilakukan dengan mengecek data dari berbagai sumber dan waktu untuk memastikan konsistensi dan akurasi, yang mencakup triangulasi sumber, teknik pengumpulan data, dan waktu, sehingga meningkatkan validitas hasil penelitian.

