

**ANALISIS SENTIMEN ISU *CHILDFREE* PADA  
KOMENTAR MEDIA SOSIAL YOUTUBE  
*INFLUENCER* GITASAV**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

**NADYA PUDJI LESTARI**

**07031282126079**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2025**

**ANALISIS SENTIMEN ISU *CHILDFREE* PADA  
KOMENTAR MEDIA SOSIAL YOUTUBE  
*INFLUENCER* GITASAV**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh :**

**NADYA PUDJI LESTARI**

**07031282126079**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**ANALISIS SENTIMEN ISU *CHILDFREE* PADA KOMENTAR  
MEDIA SOSIAL YOUTUBE *INFLUENCER* GITASAV**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Ilmu Komunikasi**

**Oleh:**

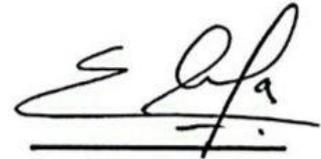
**NADYA PUDJI LESTARI**

**07031282126079**

**Pembimbing I**

**Erlisa Sarawaty, S.KPm., M.Sc**

**NIP. 199209132019032015**



**Pembimbing II**

**Galih Priambodo, S.Pd., M.I.Kom**

**NIP. 198908312023211021**



**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**

**NIP. 196406061992031001**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

ANALISIS SENTIMEN ISU *CHILDFREE* PADA KOMENTAR  
MEDIA SOSIAL YOUTUBE *INFLUENCER* GITASAV

SKRIPSI

Oleh:

NADYA PUDJI LESTARI  
07031282126079

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji  
Pada tanggal 15 Mei 2024  
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

KOMISI PENGUJI

Harry Yogsunandar, S.IP., M.I.Kom

NIP. 197905312023211004

Ketua

Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si

NIP. 199208222018031001

Anggota

Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc

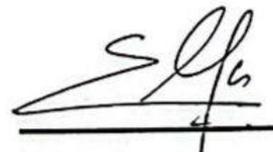
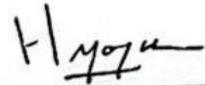
NIP. 199209132019032015

Anggota

Galih Priambodo, S.Pd., M.I.Kom

NIP. 198908312023211021

Anggota



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Prof. Dr. Alfitri, M.Si.

NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Pudji Lestari  
NIM : 07031282126079  
Tempat dan Tanggal Lahir : Sidoarjo, 25 Juli 2003  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Analisis Sentimen Isu *Childfree* Pada  
Komentar Media Sosial Youtube  
*Influencer* Gitasav

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar – benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,

Yang membuat pernyataan,



Nadya Pudji Lestari

NIM. 07031282126079

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

Tak semua hal berjalan seperti rencanaku, dan itu tak apa—karena Tuhanku  
adalah sebaik-baik perencana

(QS. Ali ‘Imran (3):54)

*Through the storms, grace remained—knowing well, despite everything,  
this too will pass*

### Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, Ayah tercinta Handono dan Ibu tersayang Sri Puji Astuti.
2. Keluarga saya, ketiga adik saya, M. Arya Pradipta, Widya Arumi Lestari, dan Sasmitha Aulia Lestari.
3. Dosen pembimbing, Ibu Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc dan Bapak Galih Priambodo, S.Pd., M.I.Kom.
4. Universitas Sriwijaya.
5. Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.

## ABSTRACT

*Social media serves as a platform for representing various social issues evolving within society, one of which is the childfree phenomenon that has sparked both support and opposition. This issue gained traction after influencer Gitasav openly shared her decision not to have children through her YouTube platform. This study aims to analyze public sentiment regarding the childfree issue through comments on the related video. The childfree phenomenon reflects the dynamics of modern society, portraying a shift in family values and personal identity. This research uses a quantitative method with sentiment analysis to classify comments into three categories: positive, negative, and neutral. Data was collected through web crawling techniques using Octoparse and analyzed with the help of Python, utilizing the Natural Language Toolkit (NLTK) library for natural Language processing tasks. The findings indicate that 16.11% of the comments express negative sentiment, primarily related to perceived violations of social and cultural norms. Meanwhile, 39.64% of the comments reflect positive sentiment, showing support for individual rights in making personal life choices. The remaining 44.24% are neutral, characterized by cautious and objective viewpoints. This study concludes that social media—particularly YouTube—functions not only as a communication tool but also as a space for shaping public opinion and reflecting changing social values in the digital era.*

**Keywords:** *Childfree, Sentiment, YouTube, Social Media, Public Opinion.*

**Advisor I**



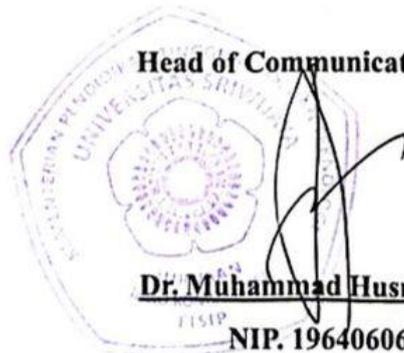
**Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc**  
NIP. 199209132019032015

**Advisor II**



**Galih Priambodo, S.Pd., M.I.Kom**  
NIP. 198908312023211021

**Head of Communication Departement**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**

NIP. 196406061992031001

## ABSTRAK

Media sosial menjadi wadah representasi isu - isu sosial yang berkembang dalam masyarakat, salah satunya ialah fenomena *childfree* yang menuai pro dan kontra. Isu ini mencuat setelah *influencer* Gitasav secara terbuka menyampaikan pilihannya untuk tidak memiliki anak melalui *platform* Youtube. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen publik terhadap isu *childfree* dalam komentar - komentar pada video tersebut. Isu *childfree* merupakan bagian dari dinamika sosial modern yang menggambarkan pergeseran nilai dalam keluarga dan identitas personal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis sentimen yang mengklasifikasikan komentar menjadi tiga kategori: positif, negatif, dan netral. Data dikumpulkan melalui teknik *web crawling* menggunakan *Octoparse* dan dianalisis dengan bantuan *Python*, dengan memanfaatkan *Natural Language Toolkit* (NLTK) untuk pengolahan Bahasa alami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komentar mencerminkan sentimen negatif sebesar 16,11% yang berkaitan dengan pelanggaran terhadap norma sosial dan budaya. Sentimen positif sebesar 39,64% muncul sebagai bentuk dukungan terhadap hak individu dalam menentukan pilihan hidup, sementara sentimen netral sebesar 44,24% menampilkan sikap hati - hati dan objektif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial, khususnya Youtube, tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga arena pembentukan opini publik dan refleksi atas perubahan nilai - nilai sosial di era digital.

**Kata Kunci:** *Childfree*, Sentimen, YouTube, Media Sosial, Opini Publik.

Pembimbing I



**Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc**  
NIP. 199209132019032015

Pembimbing II



**Galih Priambodo, S.Pd., M.I.Kom**  
NIP. 198908312023211021



**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**

NIP. 196406061992031001

## KATA PENGANTAR

Dengan rahmat, puji, dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan begitu banyak karunia, taufik, serta hidayah-Nya hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan Judul Analisis Sentimen Isu *Childfree* Pada Komentar Media Sosial Youtube *Influencer* Gitasav dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini sendiri disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwasanya penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada:

1. Universitas Sriwijaya yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada penulis sehingga penulis dapat belajar dari segi akademik dan non akademik.
2. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak M. Husni Thamrin., M.Si, sebagai Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc dan Bapak Galih Priambodo, S.Pd., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang selau memberi arahan, bantuan,

serta dukungan terbaik selama proses penyelesaian penyusunan skripsi penulis.

6. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang telah mengajar, memberikan ilmu, serta memimbing selama proses perkuliahan.
7. Kedua orang tua penulis, Ayah, Handono dan Ibu, Sri Puji Astuti yang selalu mendoakan, mengusahakan, membimbing, memotivasi, dan menjadi penguat bagi penulis dalam menjalani dan melangkah di dalam setiap jalan hidup yang dilalui penulis. Terimakasih karena sudah selalu mengusahakan semua hal di dunia ini untuk Nadya, sampai sejauh ini.
8. Kepada Akas Machmuddin Rachman, Niay Siti Jamilah, Eyang Uti Salamah, dan Eyang Kakung Alm. Soejoto Aspiranto yang selalu mendoakan setiap langkah penulis.
9. Kepada keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan doa selama penyusunan skripsi.
10. Kedua Kakak yang selalu memberikan bantuan, arahan, masukan, motivasi, dan semangat kepada penulis selama melewati banyak hal dalam penyusunan skripsi (Joistine Anastasya dan Theodora Sola).
11. Semua sahabat tersayang penulis (Dhea, Desi, Arin, Aul, Nata, Amrina, Pewe, Aqda, Miftah, dan Rahma) yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
12. Teman – teman yang menemani dari awal perkuliahan (Rama, Muti, Chelsy, Agnes, Agil, Gema, Mayang, Dhika, Luthfi, Bunga, Bianca, Adin Ortie, Gloria, Jason, Sadam, Niena, dan Daniel) yang selalu memberikan

semangat, bantuan, sekaligus menjadi pendengar bagi penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

13. Semua pihak yang mungkin tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang tentunya dengan sepenuh hati, tulus, dan ikhlas memberikan doa dan dukungan sehingga Tugas Akhir Skripsi ini dapat terselesaikan.

14. Terakhir kepada penulis sendiri, yaitu diri saya sendiri, Nadya Pudji Lestari. Terima kasih karena sudah bertahan sejauh ini, melewati banyak sekali *ups and downs*, selama masa perkuliahan hingga masa penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena sudah bertanggung jawab untuk menyelesaikan kewajiban yang sudah dimulai ini. Terimakasih karena selalu berusaha untuk tidak serta – merta menyerah saat melalui banyak hal sulit dalam waktu – waktu kebelakang baik dalam kehidupan pribadi, perkuliahan hingga penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, tentunya terdapat banyak sekali kekurangan mulai dari kualitas dan kuantitas dari materi penelitian yang disajikan dalam penelitian ini. Penulis secara pribadi betul - betul menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Sehingga, penulis membutuhkan kritik serta saran yang tentunya membangun untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Palembang, 19 April 2025

Penulis



Nadya Pudji Lestari

07031282126079

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	15
1.3. Tujuan Penelitian.....	16
1.4. Manfaat Penelitian .....	16
1.4.1. Manfaat Praktis .....	16
1.4.2. Manfaat Teoritis .....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>18</b>
2.1. Landasan Konseptual .....	18
2.1.1. Media Sosial .....	18
2.1.1.1 Pengertian Media Sosial .....	18
2.1.1.2. Manfaat Media Sosial .....	22
2.1.2 <i>Childfree</i> .....	25
2.1.3 Analisis Sentimen .....	27
2.2. Kerangka Teoritis .....	30
2.3. Hipotesis Deskriptif .....	32
2.4. Kerangka Pemikiran.....	32
2.5. Penelitian terdahulu.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>

3.1.	Desain Penelitian.....	47
3.2.	Definisi Konsep.....	48
3.2.1.	Analisis Sentimen .....	48
3.2.2.	Media Sosial .....	49
3.3.	Definisi Operasional.....	49
3.4.	Jenis dan Sumber Data .....	51
3.4.1.	Jenis Data .....	51
3.4.2.	Sumber data .....	51
3.5.	Unit Analisis, Populasi, dan Sampel .....	52
3.5.1.	Unit Analisis .....	52
3.5.2.	Populasi.....	53
3.5.3.	Sampel .....	53
3.6.	Teknik Pengumpulan Data .....	54
3.7.	Teknik Keabsahan Data.....	56
3.8	Teknik Analisis Data .....	58
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM.....</b>		<b>60</b>
4.1.	Aplikasi Youtube .....	60
4.2.	Akun Youtube Gita Savitri Devi (Gitasav) .....	62
4.3.	Deskripsi Video .....	65
4.4.	Pro dan Kontra Mengenai Video .....	68
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>72</b>
5.1.	Hasil Analisis Sentimen .....	72
5.1.1.	Analisis Sentimen Positif.....	74
5.1.2.	Analisis Sentimen Negatif .....	78
5.1.3.	Analisis Sentimen Netral .....	81
5.2.	Analisis Sentimen Per Topik .....	85
5.2.1.	Hasil Analisis Sentimen “Pilihan Hidup” .....	86
5.2.2.	Hasil Analisis Sentimen “Stigma” .....	98
5.2.3.	Hasil Analisis Sentimen “Kesiapan”.....	115
5.2.4.	Hasil Analisis Sentimen “Agama” .....	139
5.2.5.	Hasil Analisis Sentimen “Orang Tua” .....	168
5.2.6.	Hasil Analisis Sentimen Per Topik Terhadap Isu <i>Childfree</i> Pada Komentar Media Sosial Youtube <i>Influencer</i> Gitasav .....	194
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>207</b>

6.1. Kesimpulan .....	207
6.2. Saran.....	213
1. Saran Teoritis.....	213
2. Saran Praktis .....	214
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>216</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>223</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Contoh Kalimat Sentimen Positif, Negatif, dan Netral .....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	50
Tabel 5.1 Contoh Komentar Bersentimen Positif .....	76
Tabel 5.2 Contoh Komentar Bersentimen Negatif .....	79
Tabel 5.3 Contoh Komentar Bersentimen Netral .....	83
Tabel 5.4 Proyeksi Sentimen Pilihan Hidup .....	86
Tabel 5.5 Hasil Analisis Sentimen Pilihan Hidup .....	87
Tabel 5.6 Proyeksi Sentimen Stigma .....	99
Tabel 5.7 Hasil Analisis Sentimen Stigma .....	100
Tabel 5.8 Proyeksi Sentimen Kesiapan .....	115
Tabel 5.9 Hasil Analisis Sentimen Kesiapan .....	116
Tabel 5.10 Proyeksi Sentimen Agama .....	139
Tabel 5.11 Hasil Analisis Sentimen Agama .....	140
Tabel 5.12 Proyeksi Sentimen Orang Tua .....	169
Tabel 5.13 Hasil Analisis Sentimen Orang Tua .....	169
Tabel 5.14 Hasil Analisis Sentimen Per Topik Terhadap Isu <i>Childfree</i> Pada Komentar Media Sosial Youtube <i>Influencer</i> Gitasav .....	195

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Di seluruh dunia .....	2
Gambar 1.2 Alasan Utama Penggunaan Internet .....	3
Gambar 1.3 Penggunaan Media di Indonesia .....	4
Gambar 1.4 Peringkat Pengguna Aktif Aplikasi Perbulan .....	6
Gambar 1.5 Video Gitasav Terkait Isu <i>Childfree</i> : Youtube.com (A) dan komentar Gitasav Terkait <i>Childfree</i> :Instagram.com (B) .....	12
Gambar 4.1 Logo Youtube .....	60
Gambar 4.2 <i>Childfree</i> : Serba Salah Di Mata Warganet   PagiPagi eps. 32 .....	66
Gambar 5.1 Distribusi Sentimen dalam Komentar Video <i>Childfree</i> : Serba Salah Di Mata Warganet   PagiPagi eps. 32 .....	74

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
-----------------------------------	----

# BAB I

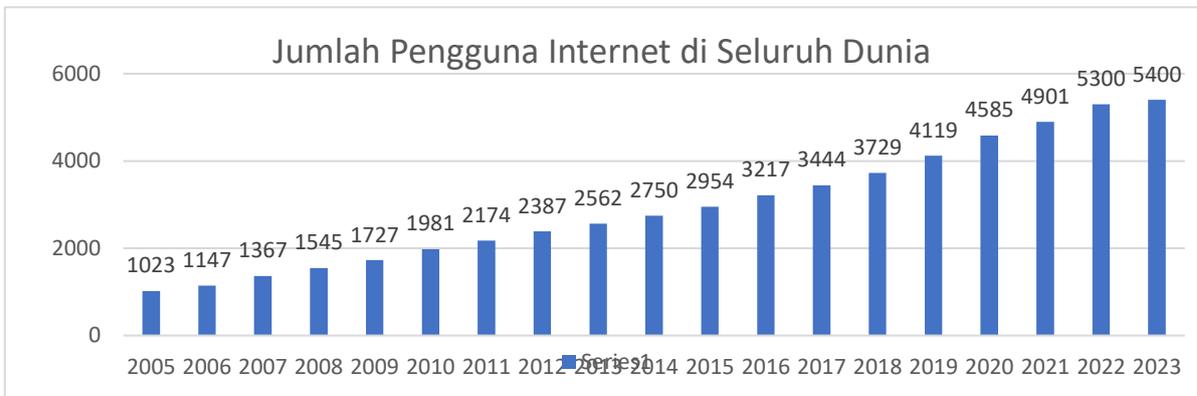
## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar belakang

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi serta komunikasi sudah membawa perubahan yang besar terhadap pola komunikasi masyarakat. Dalam kajian ilmu komunikasi, transformasi ini dikenal sebagai sebuah bagian dari *new media* atau yang kita kenal dengan media baru, yang mana merupakan media berbasis digital yang memungkinkan terjadinya interaktivitas, partisipasi audiens, bahkan penyebaran informasi secara cepat dan luas. Media sosial sendiri ialah bagian dari *new media* yang kini tidak hanya menjadi suatu sarana hiburan, namun juga ruang menjadi interaksi sosial, penyebaran informasi, bahkan sampai menjadi arena diskusi publik. Melalui media sosial ini, dinamika komunikasi berlangsung secara dua arah dan partisipatif, berbeda dengan komunikasi media konvensional yang sifatnya hanya satu arah. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial ini sendiri menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern pada masa ini, termasuk dalam menyikapi dan membentuk pandangan terhadap berbagai isu sosial yang berkembang. Fenomena ini juga didukung oleh peningkatan penetrasi internet secara global yang menjadi fondasi utama dari kemunculan media sosial dan praktik komunikasi digital. Karena internet merupakan salah satu aspek utama dari perkembangan teknologi ini, yang mengantarkan manusia ke era digital

yang dipenuhi oleh inovasi serta kemudahan untuk mengakses berbagai macam informasi (Agit, Muharram, & Oktavianty, 2023).

Hampir semua orang di seluruh penjuru dunia saat ini sudah menggunakan internet sebagai alat komunikasi paling berpengaruh di era modern ini. Bahkan hasil riset yang dikeluarkan oleh Statista pada tahun 2024 menyatakan bahwa jumlah internet di seluruh penjuru dunia, di tahun 2023 telah mencapai angka 5.400.000 (Statista, 2024).



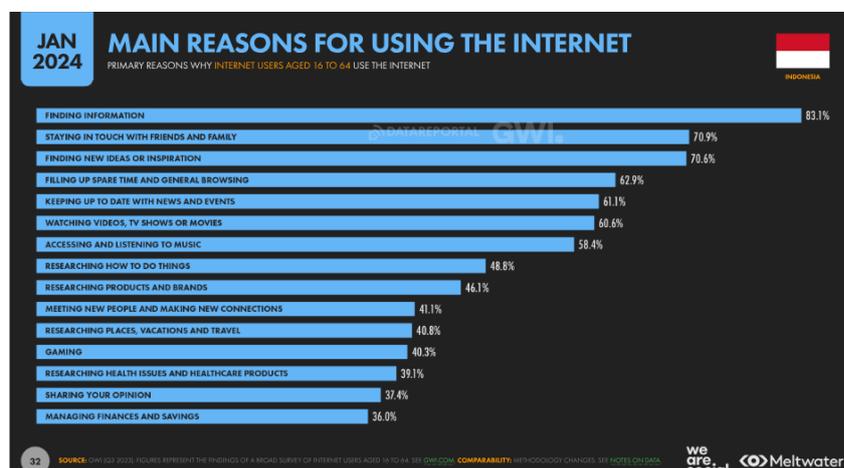
**Gambar 1.1** Jumlah Pengguna Internet Di seluruh dunia

**Sumber:** (Statista.com, 2024)

Jumlah pengguna internet di seluruh dunia kian bertambah pesat disetiap tahunnya terhitung. Peningkatan tersebut terhitung sejak 2005 hingga 2023. Hal tersebut merupakan data dari situs “statista.com”. Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa seiring berjalannya waktu kehidupan manusia dan adanya internet itu sendiri tidak dapat dipisahkan, sehingga angka penggunaan internet diseluruh dunia kian hari kian meningkat.

Membahas tentang perkembangan teknologi informasi dan berkembang pesatnya penggunaan internet, tentu berkaitan erat dengan adanya media sosial sebagai bagian dari perkembangan teknologi informasi di era ini (Saptarianto,

Deviani, Anah, & Noviyanti, 2024). Karena media sosial inilah yang menjadi perantara dalam terlaksananya komunikasi digital yang menghubungkan orang dari seluruh penjuru dunia, karena media sosial dan *platform* komunikasi *online* telah menjadi sarana penting bagi masyarakat untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan berpartisipasi dalam diskusi publik (Mohammad, 2023). Media sosial sendiri merupakan *platform* digital berbasis internet yang berguna bagi penggunaannya untuk berinteraksi, bertukar informasi, serta berkomunikasi. Media sosial dianggap sebagai ruang interaktif yang menghubungkan manusia secara global. Di Indonesia sendiri yang menjadi alasan utama dari penggunaan internet ialah untuk menemukan informasi yaitu sebanyak 83,1% dari total populasi (Wearesocial, 2024), hal tersebut merupakan hasil riset yang di keluarkan oleh *Wearesocial Hootsuite* pada tahun 2024 yang dapat dilihat di gambar 1.2 berikut.



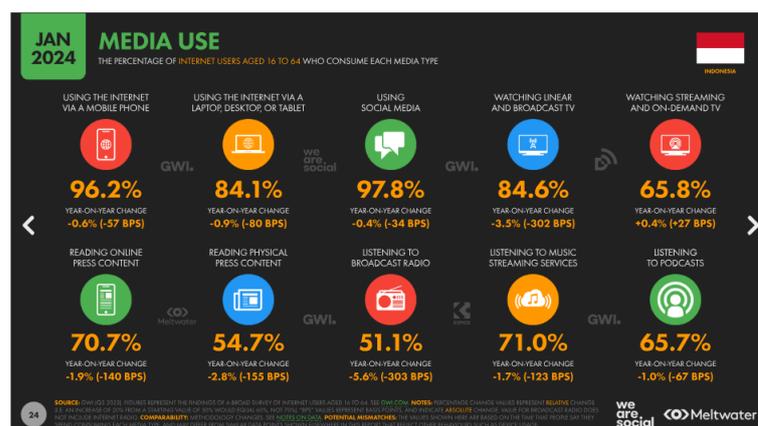
**Gambar 1.2** Alasan Utama Penggunaan Internet

Sumber: (*Wearesocial.com, 2024*)

Media sosial saat ini sudah menjadi sangat familiar digunakan oleh hampir semua masyarakat Indonesia, khususnya generasi milenial. Media sosial yang

berbasis internet sudah mengalami revolusi sebagai media penyebaran dan menerima informasi. Media sosial juga sering digunakan untuk memudahkan interaksi antar individu dan kelompok secara efisien. Media sosial berkembang pesat sehingga dapat menjadi media *public relations* atau kehumasan baru dalam masyarakat, serta menjadi medium persuasi yang dapat mengubah persepsi ataupun perilaku publik (Ahmad, 2020). Perkembangan media sosial semakin pesat terjadi khususnya di Indonesia, hal ini didorong dengan adanya kehadiran *smartphone* dengan harga yang bisa dikatakan terjangkau sehingga mempermudah khalayak untuk mengakses internet maupun media sosial.

Terbukti dengan adanya keberagaman dari media sosial yang saat ini memiliki enam jenis yakni, *Collaborative Project* (contohnya Wikipedia), *Blogs and Microblog* (contohnya Twitter), Komunitas Konten (contohnya Youtube, Instagram, dan TikTok), Situs Jejaring Sosial (contohnya Facebook), *Game Virtual* (Roblox, dll), dan *Virtual Dunia Sosial* (contohnya The Sims) (Kaplan & Haenlein, 2010).



**Gambar 1.3** Penggunaan Media di Indonesia

Sumber: (Wearesocial.com, 2024)

Dari gambar 1.3 yang memuat tentang penggunaan media khususnya di Indonesia per Januari 2024 tersebut, menyatakan bahwa penggunaan media sosial di Indonesia memiliki persentase paling tinggi yaitu 96.8% di antara penggunaan media lainnya, yang disusul oleh penggunaan internet dengan *smartphone* dengan persentase 96.2% yang dimana persentase tersebut merupakan persentase pengguna media di Indonesia dari rentang umur 16 sampai 64 tahun (Wearesocial, 2024).

Media sosial menjadi salah satu sarana untuk bertukar pendapat, keyakinan, informasi, dan pendirian, dan dapat digunakan untuk menyampaikan kekhawatiran serta mengajukan pertanyaan terkait situasi yang sedang berkembang (Yusuf, Rahman, Rahmi, & Lismayani, 2023). Bahkan di zaman sekarang, perusahaan - perusahaan sudah beralih ke saluran media sosial untuk meningkatkan kesadaran akan layanan mereka, mengandalkan pengguna untuk memposting ulang dan berbagi informasi yang relevan (Tsoy, 2021). Seperti penjelasan tersebut, kini media sosial memiliki banyak peran hampir disemua aspek di kehidupan manusia, salah satunya peran dalam penyampaian informasi dan pembentukan diskusi publik. Kehadiran media sosial, di era sekarang sudah mengubah cara manusia berinteraksi dan saling memengaruhi dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam penyampaian informasi. Dengan adanya *platform* media sosial seperti Twitter, Facebook, Youtube, Instagram, dan Tiktok. Saat ini penyebaran informasi terjadi dengan cepat dan tersebar luas, menjangkau khalayak yang lebih besar dalam waktu singkat.

Media sosial memungkinkan setiap individu untuk menjadi sumber informasi, baik dalam bentuk berita, opini, atau bahkan konten viral, yang

dapat memengaruhi persepsi orang lain. Berdasarkan hasil riset *We Are Social* tahun 2024, Youtube menempati posisi teratas sebagai aplikasi yang paling sering digunakan oleh pengguna internet di Indonesia, serta menjadi aplikasi dengan pengguna teraktif pula (Wearesocial, 2024). *Platform* video ini tidak hanya menjadi aplikasi dengan jumlah pengguna teraktif, namun tentu menjadi pilihan utama bagi khalayak atau penggunanya untuk dapat mengakses konten berbagai konten, seperti hiburan, edukasi, dan informasi. Dengan adanya bermacam-macam fitur serta format konten yang terus berkembang, Youtube telah berhasil menarik berbagai kalangan, dari generasi muda hingga dewasa. Fenomena ini menjadi alasan penulis memilih Youtube sebagai media sosial yang menjadi fokus penelitian. Sebagai variasi konten yang ada di Youtube, serta pengaruh atau dampak besar yang dimiliki oleh Youtube dalam membentuk opini publik serta *trend* budaya, membuat *platform* ini menjadi sangat relevan untuk dikaji lebih dalam.



**Gambar 1.4** Peringkat Pengguna Aktif Aplikasi Perbulan

**Sumber:** (*Wearesocial.com, 2024*)

Melalui penelitian ini, penulis bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana Youtube memengaruhi cara orang berinteraksi dengan media, mengonsumsi informasi, serta membentuk pandangan mereka terhadap isu - isu sosial yang sedang berkembang. Pengguna dapat saling berbagi pengetahuan, pengalaman, atau bahkan pandangan mereka tentang isu - isu tertentu, yang kemudian dapat membentuk atau mengubah pandangan orang lain. Proses ini menciptakan fenomena *peer influence* atau pengaruh antar individu. *Peer influence* sendiri ialah tentang bagaimana informasi yang dibagikan oleh seseorang, terutama dari mereka yang memiliki pengaruh sosial tinggi seperti selebritas, *influencer*, atau bahkan teman dekat, lebih mudah diterima dan dipercaya oleh orang lain. Dalam hal ini, media sosial bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai kekuatan untuk membentuk opini dan mengubah persepsi publik tentang berbagai topik, dari politik hingga *trend* budaya. Saat ini anak muda dan remaja semakin banyak yang menggunakan media sosial, sehingga mengakibatkan mereka menerima banyak informasi dari berbagai sumber yang dapat memengaruhi perilaku dan keputusan mereka dengan satu atau lain cara (Lajnef, 2023).

Peran media sosial dalam diskusi publik, membentuk opini publik, serta mendiskusikan isu sosial semakin signifikan. Media sosial sering digunakan untuk menyebarkan informasi dan menggalang dukungan untuk berbagai isu sosial. Ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang publik baru di mana diskusi tentang topik yang relevan dapat terjadi secara dinamis. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, namun juga berfungsi sebagai medium komunikasi dua arah yang memungkinkan interaksi, dialog,

serta negosiasi makna antara pengguna. Seiring dengan perkembangan teknologi, maraknya penggunaan media sosial, serta kebebasan berpendapat dan bertukar informasi, media sosial memperkuat proses komunikasi interpersonal maupun massal yang mempercepat penyebaran ide serta memperkuat posisi individu atau kelompok dalam wacana publik. Hal ini menyebabkan semakin mudahnya perkembangan isu - isu di media sosial, seperti isu terkait gerakan sosial dan aktivisme, kesehatan mental, bullying, politik, dan masih banyak lagi, serta diiringi kemunculan isu - isu lainnya. Salah satu isu yang terus ada di Indonesia dan masih menjadi pembahasan hingga kini ialah isu terkait dengan *childfree*.

Istilah *childfree* sendiri merupakan suatu pilihan hidup dari pasangan atau seseorang yang memilih atau memutuskan untuk tidak memiliki anak atau momongan, baik anak secara biologis ataupun anak melalui proses adopsi (Hadi, 2022). Hal – hal terkait dengan pengambilan keputusan seperti ini pastinya memiliki berbagai pertimbangan dari pasangan atau seseorang terkait yang mengambil keputusan untuk *childfree*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anna Brown dalam *Pew Research Center*, mayoritas masyarakat memutuskan untuk *childfree* didasari alasan pribadi seperti alasan kesehatan, keuangan, usia, pekerjaan, pandangan pribadi, pasangan yang tidak mau memiliki anak, bahkan pengaruh dari lingkungan sosial (Center, 2021). Isu *childfree* yang kerap menjadi perbincangan dan bahan diskusi publik ini merupakan cerminan dari terjadinya pergeseran atau perubahan nilai-nilai sosial serta persepsi terkait dengan keluarga, baik secara global maupun khususnya di Indonesia sendiri. Yang dimana sebelumnya memiliki keturunan

dianggap sebagai suatu bentuk kewajiban sosial serta keluarga yang melekat pada setiap budaya, termasuk di Indonesia.

Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan media sosial muncul pergeseran persepsi serta adanya tanda - tanda pergeseran nilai yang lebih terbuka dan toleran terhadap berbagai bentuk pilihan hidup masyarakat terkait dengan pilihan untuk tidak memiliki anak atau keturunan, yang dimana hal tersebut atau istilah *childfree* ini semakin dikenal dan dibahas secara terbuka. Media sosial juga berperan penting dalam menyediakan ruang untuk berdiskusi, mengedukasi, dan memperluas wawasan tentang keberagaman pilihan hidup, termasuk dalam hal memiliki anak atau tidak. Melalui interaksi digital yang terjadi, berbagai pandangan, nilai, serta makna sosial terkait dengan isu *childfree* dibentuk dan dikonstruksikan secara kolektif oleh para pengguna media sosial. Komentar, unggahan, bahkan diskusi di dalamnya menjadi proses komunikasi yang memperlihatkan bagaimana realitas sosial terbentuk serta dinegosiasikan secara terus - menerus. Gagasan terkait dengan isu *childfree* ini terus kian meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terkait dengan kebebasan menentukan gaya hidup sesuai keinginan pribadi. Media sosial pun tidak hanya menjadi ruang untuk bertukar informasi, namun juga arena bagi individu untuk membentuk serta menyampaikan identitas dan pandangannya terkait isu - isu tertentu, termasuk *childfree*. Terutama dengan didukung oleh perkembangan dalam gerakan hak perempuan serta hak individu, masyarakat mulai terbuka pada gagasan tentang kehidupan tanpa anak bisa menjadi pilihan yang sah. Di Indonesia sendiri, isu *childfree*

mulai dikenal luas dalam kurun waktu satu sampai dua dekade terakhir, beriringan dengan meningkatnya akses internet dan media sosial.

Tidak memiliki anak atau keturunan merupakan hal yang tabu, bahkan bertentangan dengan norma sosial serta budaya Indonesia. Masyarakat Indonesia masih berpegang bahwa keluarga serta anak merupakan bagian penting dari kehidupan (Tania, 2023). Namun, dikarenakan adanya globalisasi serta perkembangan teknologi, banyak gagasan dari negara lain masuk ke Indonesia. Perkembangan isu *childfree* di Indonesia dipengaruhi oleh *platform* media sosial seperti Youtube, Instagram, dan Twitter, yang memungkinkan individu untuk saling berbagi pandangan serta pengalaman mereka tentang pilihan hidup, contohnya dengan menjadikan media sosial sebagai ruang yang lebih bebas untuk berdiskusi terkait isu *childfree* ini, bisa dalam bentuk *vlog*, tulisan, atau diskusi terbuka. Di *platform - platform* tentunya terdapat, figur publik, *content creator*, atau bahkan aktivis yang membagikan sudut pandangannya terkait *childfree* sebagai suatu pilihan hidup yang sah, tanpa harus merasa bahwa hal tersebut beban dari ekspektasi sosial atau pandangan tradisional Indonesia, termasuk isu *childfree*.

Salah satu orang di Indonesia yang dikenal karena meyuarkan isu *childfree* ialah Gita Savitri Devi atau yang lebih dikenal dengan nama Gitasav. Gitasav atau Gita Savitri Devi sendiri merupakan seorang *content creator* serta *influencer* Indonesia yang memutuskan untuk menetap di Jerman Bersama pasangannya. Gitasav atau Gita Savitri Devi sendiri membahas topik terkait isu *childfree* ini di kanal Youtube dan media sosialnya. Gita sendiri mulai menggagas pandangannya tentang isu *childfree* di beberapa tahun terakhir,

yang menciptakan banyak diskusi bahkan perdebatan kalangan publik di Indonesia. Gita mengemukakan alasan dan pandangan pribadinya terkait kebebasan memilih serta tanggung jawab yang besar dalam membesarkan seorang anak. Karena gagasan dari Gita tersebut, semakin banyak masyarakat Indonesia yang sudah berani untuk menyatakan pilihannya tentang tidak memiliki anak atau setidaknya mempertimbangkan *childfree* sebagai salah satu opsi (Imansari, 2024). Gitasav atau Gita Savitri Devi bersama pasangannya membahas mengenai pilihan mereka untuk *childfree* di salah satu video Youtube pribadinya yang berjudul “*Childfree: Serba Salah di Mata Warganet | PagiPagi Eps. 32*”.

Video terkait dengan pembahasan isu *childfree* oleh Gita Savitri Devi atau Gitasav dan pasangannya tersebut di unggah pada tanggal 15 Februari di tahun 2023 lalu. Video ini sendiri Sudah ditonton sebanyak 260.251 kali oleh pengguna *platform* Youtube. Berikut adalah video Youtube Gitasav yaitu “*Childfree: Serba Salah di Mata Warganet | PagiPagi Eps. 32*”, terkait dengan pembahasan gagasan isu *childfree* serta komentar yang dibubuhkan oleh *influencer* Gitasav atau Gita Savitri Devi dalam media sosial Instagam pribadi miliknya, yang akhirnya memicu kontroversi di media sosial pada gambar 1.5a dan 1.5b.



**Gambar 1.5** Video Gitasav Terkait Isu *Childfree*: Youtube.com (A) dan komentar Gitasav Terkait *Childfree*:Instagram.com (B)

Dalam konten pribadinya, Gitasav menjelaskan tentang pilihan hidupnya untuk tidak memiliki anak. Hal tersebut menimbulkan berbagai reaksi dari masyarakat. Ada yang mendukung bahkan setuju dengan keputusan tersebut, namun ada pula yang menentang pilihan Gitasav tersebut. Berbagai macam reaksi ini menciptakan pembahasan yang luas bahkan sering kali penuh emosi, sehingga menarik untuk diteliti lebih lanjut. Dalam pembahasan terkait isu *childfree* ini, menurut penulis analisis sentimen menjadi teknik yang relevan untuk mengidentifikasi serta mengklasifikasikan perasaan yang terkandung di komentar - komentar audiens terhadap konten yang disajikan oleh Gitasav.

Analisis sentimen sendiri ialah suatu proses dalam analisis teks yang berguna untuk mengidentifikasi opini ataupun perasaan dalam suatu teks. Apakah teks tersebut bernilai positif, negatif, atau bahkan netral. Berikut

merupakan contoh dari komentar yang memuat kalimat bersentimen positif, bersentimen negatif, serta bersentimen netral.

**Tabel 1.1 Contoh Kalimat Sentimen Positif, Negatif, dan Netral**

Sentimen	Contoh Kalimat
Positif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki anak adalah tanggung jawab yang besar, di dunia dan akhirat, jika kamu merasa nggak siap untuk memiliki anak, merasa nggak sanggup jadi orang tua, sungguh jujur jadi orang tua itu berat, <i>childfree</i> adalah pilihan bijak.</li> <li>2. Orang bijak adalah orang yang tau kapasitasnya dia.</li> </ol>
Negatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ayam bertelor, kucing melahirkan, amuba membelah diri, manusia???? kok ada ya manusia yang nggak ingin punya keturunan.</li> <li>2. Semoga apa yang kalian harapkan terkabul, dan jangan sampai menyesal dikemudian hari dengan keputusannya.</li> </ol>
Netral	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ada sebab ada akibat... <i>digital is forever</i>... saran saya hal personal tidak perlu dikatakan ke publik lagi yah.. jangan ditambahi jangan</li> </ol>

	<p>ditimpali.. Bola salju yg sudah terlanjur jadikan mawas diri</p> <p>2. <i>About the 'stunting' comment, I feel like maybe Kak Gita in the next time can choose a kinder word in reacting to people's comment, and about the childfree can people just respect others' decision in life, cmon guys!!</i></p>
--	--

(Sumber : Diolah oleh peneliti)

Analisis ini tak hanya mengandalkan kata - kata yang digunakan, namun juga konteks di mana kata - kata itu digunakan, sehingga memberikan gambaran yang lebih akurat terkait dengan bagaimana orang menanggapi suatu isu. Analisis sentimen ialah proses yang berfungsi untuk memproses opini atau emosi dalam teks secara otomatis yang bertujuan untuk memahami sikap dan perasaan yang terkandung di dalam teks tersebut. Dalam hal ini, penerapan analisis sentimen pada komentar - komentar di bawah video Gitasav dapat membawa peneliti agar bisa melihat bagaimana audiens menanggapi isu *childfree* ini, apakah mereka lebih cenderung mendukung ataukah menentang keputusan pandangan tersebut, dan seberapa besar pengaruh konten yang dibuat oleh Gitasav dalam membentuk opini publik mengenai isu ini. Melalui komentar - komentar tersebutlah, nantinya dapat pula dikenali bagaimana proses komunikasi yang terjadi antar pengguna media sosial memiliki peran dalam membentuk, menyebarkan, serta memperdebatkan makna sosial mengenai isu *childfree*. Respon yang tampak pada kolom komentar

menggambarkan bagaimana sebuah realitas sosial dikonstruksi bersama melalui pertukaran pesan, opini, dan interpretasi atas konten yang dikonsumsi. Hal - hal tersebutlah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian analisis sentimen terhadap komentar-komentar dalam konten Youtube Gitasav terkait *childfree*.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dijabarkan di atas, serta untuk mempertajam pembahasan dari inti permasalahan yang sebenarnya dan menghasilkan penelitian yang konkret. Peneliti merumuskan beberapa pertanyaan rumusan masalah terkait penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana sentimen positif yang terbentuk dari pembahasan isu *childfree* di media sosial Youtube Gitasav?
2. Bagaimana sentimen negatif yang terbentuk dari pembahasan isu *childfree* di media sosial Youtube Gitasav?
3. Bagaimana sentimen netral yang terbentuk dari pembahasan isu *childfree* di media sosial Youtube Gitasav?
4. Bagaimana konstruksi sosial yang terbentuk dari pembahasan isu *childfree* di media sosial Youtube Gitasav?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah penelitian di atas, adapun tujuan yang ingin peneliti capai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi, menganalisis, serta mengetahui sentimen positif yang terbentuk dari dalam pembahasan isu *childfree* di media sosial Youtube Gitasav.
2. Mengidentifikasi, menganalisis, serta mengetahui sentimen negatif yang terbentuk dari dalam pembahasan isu *childfree* di media sosial Youtube Gitasav.
3. Mengidentifikasi, menganalisis, serta mengetahui sentimen netral yang terbentuk dari dalam pembahasan isu *childfree* di media sosial Youtube Gitasav.
4. Mengidentifikasi serta mengetahui konstruksi sosial yang terbentuk dari pembahasan isu *childfree* di media sosial Youtube Gitasav

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1. Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai bahasan pertimbangan untuk khalayak dalam hal memahami sentimen dalam isu *childfree* pada media sosial Youtube, khususnya pada Video milik Gitasav ini. Dengan menggunakan fitur - fitur yang ada pada *platform* Youtube ini, dapat menciptakan pemahaman atau pandangan baru terkait penelitian yang membahas analisis sentimen di media sosial Youtube.

#### **1.4.2. Manfaat Teoritis**

Secara Praktis, penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk dijadikan sebagai bahan kajian serta literatur, yang dapat digunakan untuk penelitian-penelitian yang akan datang mengenai keterkaitan konsep dan cabang ilmu komunikasi dengan metode analisis sentimen, dan diharapkan pula penelitian ini dapat menambah wawasan serta pengetahuan baru terkait analisis sentimen isu *childfree* pada komentar media sosial Youtube *influencer* Gitasav.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R., Fauzi, A., Indriyanah, A., Nabila, E. P., & Maidani, M. (2023). Pengaruh Keamanan Informasi dan Perkembangan Teknologi di Era Revolusi 4.0 Terhadap Kinerja Perusahaan (Literature Review Manajemen Kinerja). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 50-57. Retrieved from <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- Agit, A., Muharram, S., & Oktaviany. (2023). Dampak Internet Terhadap Akses Informasi Bisnis dan Kontribusinya Terhadap Kinerja Bisnis. *Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (SEHATI ABDIMAS)*, 222–232.
- Ahmad, A. &. (2020). Media sosial dan tantangan masa depan generasi milenial. *Avant Garde*, 134-148.
- Aichner, T. G. (2021). Twenty-five years of social media: a review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 215-222.
- Banjarnahor, A. R., Hariningsih, E., Mathory, E. A., Yusditara, W., Fuadi, Muliana, . . . SN, A. (2022). *Teknologi Digital Kewirausahaan dan UMKM*. (R. Wariantos, Ed.) Jakarta: Yayasan Kita Menulis. doi:<https://doi.org/978-623-342-434-9>
- Blackstone, A. (2019). Childfree by Choice: The Movement Redefining Family. *Journal of Family Studies*, 401-415.

- Center, P. R. (2021, November 19). *More childless U.S. adults now say they don't plan to ever have kids*. Retrieved from Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2021/11/19/growing-share-of-childless-adults-in-u-s-dont-expect-to-ever-have-children/>
- Dafa Rosi Berliana, B. S. (2023). Elektabilitas Ridwan Kamil Dan Anies Baswedan Dalam Simulasi Pilpres 2024 Di Twitter (Analisis Jaringan Media Sosial Dan Analisis Sentimen Pengguna Twitter Terhadap# RIDWANKAMIL Dan# ANIESBASWEDAN). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 150 - 162.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang. *PIKMA: Jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173-191.
- Delia Nurusyifa, H. H. (2024). Analisis Sentimen Terhadap Brand Daihatsu Berdasarkan Pemberitaan Online Maret 2023. *Journal of Digital Communication Science*, 1 - 15.
- Ema, & Nayiroh, L. (2024). Komunikasi Media Sosial Sebagai Alat Mobilisasi Gerakan Sosial di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi*, 9(1), 221-238. doi:<https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i1.159>
- Gouni, O., Jarašiūnaitė-Fedosejeva, G., Akik, B. K., Holopainen, A., & Calleja-Agius, J. (2022). Childlessness: Concept Analysis. *International Journal of*

*Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1-45. doi:  
<https://doi.org/10.3390/ijerph19031464>

Hadi, A. &. (2022). Childfree Dan Childless Ditinjau Dalam Ilmu Fiqih Dan Perspektif Pendidikan Islam. *JOEL: Journal of Educational and Language Research*, 647-652.

Hassan, M. A. (2023). Social Media for Knowledge Sharing in Digital Knowledge Economy. *Information Development*, 1-15.

Häyry, M. &. (2023). Imposing a Lifestyle: A New Argument for Antinatalism. *Cambridge Quarterly of Healthcare Ethics*, 1-22.

Hendro Margono, F. N. (2024). Analisis Sentimen Komentar Childfree di Aplikasi X Menggunakan Naïve Bayes. *Indoensian Journal of Computer Science* .

Hermila, A., Ashari, S. A., Bau, R. R., & Suhada, S. (2023). Eksplorasi Intensitas Penggunaan Sosial Media (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Teknik Informatika Ung). *INVERTED: Journal of Information Technology Education*, 3(2), 167-176. Retrieved from <http://ejournal.ung.ac.id/index.php/inverted>

Imansari, S. P. (2024, February 3). *Childfree : The Rise of Anti-natalism in Indonesia*. Retrieved from English Binus ac.id: <https://english.binus.ac.id/2024/02/03/childfree-the-rise-of-anti-natalism-in-indonesia/>

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 59-68.

- Lajnef, K. (2023). The effect of social media influencers' on teenagers Behavior: an empirical study using cognitive map technique. *Curr Psychol* .
- Liu, B. (2020). *Sentiment Analysis: Mining Opinions, Sentiments, and Emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Maulana Ibrahim, D. R. (2023). Penerapan Metode Support Vector Machines (SVM) dan Naïve Bayes Classifier (NBC) dalam Analisis Sentimen Publik terhadap Konsep Child-free di Media Sosial Twitter. *Jurnal Matematika, Algoritma, dan Sains* , 95 - 106.
- Moh. Azlan Shah Putra, I. P. (2024). Analisis Sentimen Masyarakat Mengenai Gerakan Childfree di Media Sosial X Menggunakan Algoritma NBC dan SVM. *Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 1889 - 1198.
- Mohammad, W. &. (2023). Pengaruh Akses Internet Terhadap Aspek Kualitas Kehidupan Masyarakat Indonesia. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 211-221.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Primadi Candra Susanto, D. U. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *urnal Ilmu Multidisplin*, 1 - 12. Retrieved from <https://greenpub.org/JIM/article/view/504>

- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 212 - 231. Retrieved from <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/download/4456/3213>
- Rachman, F. F. (2020). Analisis sentimen pro dan kontra masyarakat Indonesia tentang vaksin COVID-19 pada media sosial Twitter. *Indonesian of Health Information Management Journal (INOHIM)*, 100 - 109.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 18-19.
- Robi'ah, S. N. (2020). Media Sosial sebagai Ruang Publik Virtual Bagi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. . *Jurnal PUBLIQUE*, 1(1), 21-45.
- Rosydah, L. Q. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Komunikasi Society 5.0. . *Jurnal Inovasi Teknik Dan Edukasi Teknologi*, 2(7), 314-320. doi: <https://doi.org/10.17977/um068v1i72022p314-320>
- Saptarianto, H., Deviani, S., Anah, S. I., & Noviyanti, I. (2024). Menghadapi Tantangan Era Digital, Strategi Integrasi Media Sosial, Literasi Digital dan Inovasi Bisnis. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manejemen dan Bisnis*, 2(3), 128-139. doi:<https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.955>
- Sekaran, U. &. (2020). *Research Methods for Business Students (8th ed.)*. Pearson Education Limited. Pearson Education Limited.
- Siti Alyqha Mahira, I. S. (2023). TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM ANALISIS SENTIMEN: STUDI LITERATUR PADA

PERUSAHAAN KATA.AI. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, 139-148.

Statista. (2024, May 22). *Statista*. Retrieved from Statista Web Site: <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>

Sugiono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syahputri, A. Z. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166. Retrieved from <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbi>

Tania, D. R. (2023). Fenomena Childfree di Era Kontemporer Berdasarkan Perspektif Sosiologi. *Religia: Jurnal Gender Dan Anak*, 2(1), 61-72. doi:<https://ojs.umrah.ac.id/index.php/jga/index>

Tsoy, D. T. (2021). Role of social media in shaping public risk perception during COVID-19 pandemic:A theoretical review. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 35-41.

- Tuahta Ramadhani, Y. A. (2021). Analisis Sentimen Masyarakat Indonesia Terhadap Covid-19 Pada Media Sosial Twitter Menggunakan Metode Naive Bayes. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5680 - 5686.
- Veevers, J. E. (2020). Childless by Choice. *Reproductive Health Matters*, 1-15.
- Wearesocial. (2024, January 31). *Wearesocial*. Retrieved from Wearesocial.com: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, dan Dokumentasi: Pendidikan di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 1-8. Retrieved from <https://journal.unm.ac.id/index.pphp/JHP2M>
- Apriani, V., Utamidewi, W., & Nurkinan, N. (2021). KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL DAN MAKNA DIRI PENYINTAS COVID-19 DI JAKARTA. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(1). <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i1.1395>