



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
TERAKREDITASI-A

**STUDI RESEPSI TERHADAP *CHILD FREE* DALAM  
*CHANNEL* YOUTUBE**

**SKRIPSI**

**Dekbit Cutnanda Beulia**

UNIVERSITAS  
44219010169  
**MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024**

## HALAMAN PERYANTAAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dekbit Cutnanda Beulia  
NIM : 44219010169  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Studi Resepsi terhadap *Child free* dalam *Channel*  
Youtube

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang di kutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam laporan skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 6 Maret 2024

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Dekbit Cutnanda Beulia

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dekbit Cutnanda Beulia  
NIM : 44219010169  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Studi Resepsi terhadap *Child free* dalam Channel Youtube

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

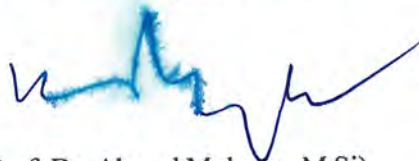
Pembimbing : Dr. Elly Yulawati, M.Si (   
NIDN : 0324077101  
Ketua Penguji : Dr. Enjang Pera Irawan, S.Sos., M.Ikom (   
NIDN : 0322028702  
Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom (   
NIDN : 0330019002

Jakarta, 6 Maret 2024

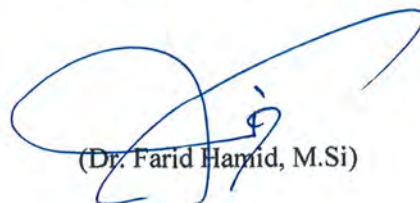
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dekbit Cutnanda Beulia  
NIM : 44219010169  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Studi Resepsi terhadap *Child free* dalam *Channel Youtube*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 6 Maret 2024

Yang Menyatakan,

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '10000', 'METERAI TEMPEL', and 'C49AKX814128489'.

(Dekbit Cutnanda Beulia)

## ABSTRAK

**Nama** : Dekbit Cutnanda Beulia  
**Nim** : 44219010169  
**Program Studi** : Public Relations  
**Judul Laporan Skripsi** : Studi Resepsi terhadap *Child free* dalam *Channel Youtube*  
**Pembimbing** : Dr. Elly Yuliatwati, M.Si

Fenomena komunikasi dimana terjadinya perbincangan public yang sangat aktif pada tahun 2021, dimana nama Gita Savitri melambung tinggi. Penelitian ini berfokus pada konten Podcast Analisa Channel bersama Gita Savitri dengan judul konten “ “Kpn Punya Anak? Aku Pngen Punya Keponakan Online” Jawaban dan Alasan Gita Savitri untuk Pertanyaan Tersebut”. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk Memahami pemaknaan pesan yang disampaikan Gita Savitri dalam Podcast tersebut dan bagaimana pesan tersebut diterima oleh *viewer*. Subyek pada penelitian ini adalah *viewers* aktif Analisa *Channel* yang telah mengikuti Analisa *Channel* di media sosial dan berusia 21-26 tahun. Penelitian ini menggunakan analisis resepsi dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini mendapatkan jawaban yang beragam yang kemudian di analisis dan diklasifikasikan kedalam 3 posisi, *Dominant Hegemonic Position* (Posisi Hegemonic Dominan), *Negotiated Position* (Posisi Negosiasi), dan *Oppositional Position* (Posisi Oposisi). Hasil penelitian ini adalah peneliti mendapatkan sebanyak 28 posisi dengan sebanyak 32,14% *Dominant Hegemonic Position* (Posisi Hegemonic Dominan). Kemudian 25% berada pada posisi *Negotiated Position* (Posisi Negosiasi) dan 42,86% berada pada posisi *Oppositional Position* (Posisi Oposisi). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas informan tidak menerima dan memaknai isi pesan dalam konten Podcast Analisa *Channel* bersama Gita Savitri dengan tajuk *Child free* dengan sesuai dan menerima pernyataan yang berada di dalam konten tersebut, namun memberikan pandangan yang positif dan *respect full* kepada kepada pasangan yang memilih untuk menjadi *child free*.

**Kata kunci:** Resepsi, Kualitatif, Analisa Channel, Gita Savitri, *Child Free*



## **ABSTRACT**

**Name** : Dekbit Cutnanda Beulia  
**NIM** : 44219010169  
**Study Program** : Public Relations  
**Title Thesis Report** : *Reception Study of Child free in Youtube Channel*  
**Counselor** : Dr. Elly Yulawati, M.Si

*A communication phenomenon where there was a very active public conversation in 2021, where Gita Savitri's name soared. This research focuses on the content of the Analisa Channel Podcast with Gita Savitri with the content title "When Will I Have Children? I Want to Have a Nephew Online" Gita Savitri's Answers and Reasons for the Question". The purpose of this study is to understand the meaning of the message conveyed by Gita Savitri in the Podcast and how the message is received by the viewer. The subjects in this study are active Analisa Channel viewers who have followed Analisa Channel on social media and are 21-26 years old. This research uses reception analysis with a qualitative approach. This research obtained diverse answers which were then analysed and classified into 3 positions, Dominant Hegemonic Position , Negotiated Position, and Negotiated Position. The results of this study are that researchers found 28 positions with 32.14% Dominant Hegemonic Position. Then 25% are in the Negotiated Position position and 42.86% are in the Oppositional Position position. This shows that the majority of informants do not accept and interpret the message content in the Analisa Channel Podcast content with Gita Savitri with the title Child free accordingly and accept the statements in the content, but give a positive view and full respect to couples who choose to become child free.*

**Keywords:** *Reception, Qualitative, Analisa Channel, Gita Savitri, Child Free*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb,*

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala berkat dan rahmat-Nya, serta karunia yang terus menerus diberikan kepada peneliti berupa kemudahan, kesehatan, kebahagiaan, kesabaran, dan kebesaran hati yang luar biasa dalam menyusun tugas akhir ini. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Studi Resepsi terhadap *Child free* dalam *Channel Youtube*”. Tugas akhir ini dibuat untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Ilmu komunikasi.

Dalam kesempatan kali ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih sebagai wujud Apresiasi kepada berbagai pihak yang telah memberi bantuan berupa dorongan semangat, bimbingan saran maupun materil yang berhubungan dengan penelitian ini. Pihak-pihak tersebut adalah :

1. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dosen pembimbing dan juga Sekretaris Universitas Mercu Buana yang selalu memberikan masukan, serta dorongan yang positif dan kesabarannya, hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melaksanakan proses belajar di Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi *Public Relations*.
3. Ibu Dr. Irmulansati T, SH, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini di setiap pertemuan.
4. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M,Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan permasalahan yang telah peneliti lakukan di masa

5. jabatan yang sangat singkat ini, dan telah membantu peneliti dalam mempersiapkan segala urusan persyaratan yang ada.
6. Bapak Dr. Enjang Pera Irawan, S.Sos., M.Ikom selaku Ketua Sidang pada kesempatan pada tanggal 22 Februari 2024 yang telah memberikan pemahaman yang lebih mendalam pada Tugas Akhir ini.
7. Bapak Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom selaku Dosen Penguji pada kesempatan sidang pada tanggal 22 Februari 2024 yang telah memberikan banyak pemahaman baru akan penulisan peneliti yang masih banyak kurang ini.
8. Ibu Anindita, S.Pd., M.Ikom selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir yang telah memberikan semangat juang dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Dosen Bidang Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana juga sebagai Kepala Sidang Seminar Proposal yang telah membantu kelancaran kepada peneliti dalam sidang dan juga membantu kelancaran akademis peneliti dalam beragam kelas *offline* maupun *online*.
10. Ibu Dr. Nurhayani Saragih, M.Si selaku Dosen pembimbing akademik yang telah memberikan banyak saran serta masukan selama proses kuliah di Universitas Mercu Buana.
11. Ibu Melly Ridaryanthi, Ph.D yang telah memberikan *key word* sehingga peneliti mendapatkan ide dalam penelitian kali ini.
12. Teruntuk seluruh staff TU Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membantu segala urusan legalitas peneliti pada masa pembelajaran aktif hingga persyaratan persidangan.
13. Seluruh Staff dan Dosen Bidang Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu dan memberikan ilmu pengetahuan yang berharga selama masa pendidikan berlangsung,.



14. Kepada Indah Nuraini *the best partner* dalam organisasi, selalu *backup*, bisa memberikan saran-saran terbaik ketika genting. Sangat sedih ketika dunia sudah tidak memberikan kita kembali dalam posisi yang sama. Namun doa untuk kamu akan selalu terjaga
15. Kakak, abang, dan teman UKK OASE yang telah mendukung perkembangan diri di masa kuliah ini.
16. Kepada teman-teman seperjuangan di PR, Hesti, Angel, Adam, Soleh dan kak Tarra yang telah memberikan semangat terus menerus kepada peneliti agar dapat menyelesaikannya walaupun sedikit terlambat dari yang lain.
17. Teman-teman *Public Relations* 2019 yang telah melalui masa-masa menyenangkan dari awal tahun 2019. Kecuali yang telah membully saya di DPM. Terimakasih atas ilmu berharga untuk tidak mempercayai semua orang dan juga peneliti sangat bersyukur atas kemalangan yang telah terjadi atas kesalahan dalam mengotak-atik peraturan AD ART tanpa mengetahui resiko yang akan terjadi.
18. Saya tahu, saya akan berhasil. Sedikit lagi langkah, baru kita dapat melanjutkan hidup. Jangan mati dulu, hidup terlalu indah jika hanya kematian saja yang dipikirkan. Semangat terus, jangan lupa Allah.

Selain itu, peneliti juga menyadari bahwa penelitian ini masih terdapat kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran peneliti terima untuk memperbaiki kekurangan yang ada pada penelitian ini. Akhir kata, semoga pembaca penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti maupun pembaca dan dapat dijadikan sebuah referensi dalam membuat penelitian lainnya. Terimakasih

Tangerang Selatan, 6 Februari 2024

Peneliti

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERYANTAAAN KARYA SENDIRI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Fokus Penelitian .....	4
1.3    Tujuan Penelitian.....	4
1.4    Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1    Manfaat Akademis .....	5
1.4.2    Manfaat Praktis .....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1    Penelitian Terdahulu.....	6
2.2    Kajian Teoritis .....	15
2.2.1    Komunikasi .....	15
2.2.2    Teori Resepsi.....	16
2.2.3    Media Sosial.....	20
2.2.4    Youtube .....	22
2.2.5 <i>Child free</i> .....	24
BAB III .....	27
METODOLOGI PENELITIAN.....	27

3.1	Paradigma Penelitian .....	27
3.2	Metode Penelitian .....	27
3.3	Unit Analisis Penelitian .....	28
3.4	Subyek Penelitian .....	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.5.1	Wawancara Mendalam ( <i>Depth Interview</i> ) .....	30
3.5.2	Dokumentasi .....	31
3.6	Teknik Analisis Data .....	31
3.7	Teknik Keabsahan Data .....	32
BAB IV .....		34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		34
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	34
4.2	Hasil Penelitian .....	39
4.3	Pembahasan .....	52
BAB V .....		57
KESIMPULAN DAN SARAN .....		57
5.1	Kesimpulan .....	57
5.2	Saran .....	58
5.2.1	Saran Akademis .....	58
5.2.2	Saran Praktis .....	58
DAFTAR PUSTAKA .....		60
LAMPIRAN .....		63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Encoding Decoding Stuart Hall .....	18
Gambar 3. 1 Podcast Analisa Bersama Gita Savitri pada 13 Januari 2021 .....	27
Gambar 4. 1 Akun Instagram Analisa Widyaningrum .....	22
Gambar 4. 2 Akun Instagram Analisa Widyaningrum.....	22
Gambar 4. 3 Channel Youtube Analisa Channel .....	23
Gambar 4. 5 Akun Instagram Gita Savitri .....	25
Gambar 4. 5 Podcast Analisa Bersama Gita Savitri pada 13 Januari 2021.....	26
Gambar 4. 6 Podcast Analisa Bersama Gita Savitri pada pernyataan Gita Savitri untuk Child free .....	30
Gambar 4. 7 Podcast Analisa Bersama Gita Savitri pada Scene Keponakan Online.....	33
Gambar 4. 8 Podcast Analisa Bersama Gita Savitri pada scene kepastian Gita Savitri.....	36
Gambar 4. 9 Podcast Analisa Bersama Gita Savitri pada scene pernyataan dari Ibu Gita Savitri.....	39

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1 Profile Singkat Informan Penelitian.....	30
Tabel 4.1 Deskripsi Informan Penelitian .....	39
Tabel 4.2 Resepsi dan Posisi Informan pada Konten Child free dalam akun Youtube analisa chanel.....	50

