

KOMUNIKASI KELUARGA DALAM MENGHADAPI FENOMENA *CHILDFREE* PADA GENERASI MILENIAL

DENA ANGGITA KHALIS

ABSTRAK

Istilah *childfree* atau keinginan seseorang untuk tidak memiliki anak saat ini tengah berkembang di Indonesia, sejak seorang YouTuber bernama Gitasav menyatakan pilihannya untuk *childfree* dan menuai pro-kontra dari masyarakat. Peneliti menganggap perlu meneliti fenomena ini dari perspektif komunikasi keluarga sebab keputusan untuk memiliki atau tidak memiliki anak berkaitan erat dengan konsep keluarga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengalaman komunikasi keluarga dalam menghadapi fenomena *childfree* pada generasi milenial beserta bagaimana pemaknaan konsep tersebut pada generasi milenial melalui teori interaksionisme simbolik yang dikemukakan George Herbert Mead. Jenis penelitian ini merupakan deskriptif-kualitatif dengan menggunakan metode fenomenologi. Penelitian menghasilkan bahwa generasi milenial menggunakan simbol pilihan dan gaya hidup sebagai makna dalam interaksi pada fenomena *childfree*. Hasil temuan juga menunjukkan pengalaman komunikasi keluarga generasi milenial mengenai *childfree* turut membentuk bagaimana respons dan pemaknaan mereka pada isu ini.

Kata kunci: komunikasi keluarga, fenomena *childfree*, generasi milenial, studi fenomenologi, interaksionisme simbolik.

**FAMILY COMMUNICATION IN FACING THE CHILDFREE
PHENOMENON IN THE MILLENNIAL GENERATION**

DENA ANGGITA KHALIS

ABSTRACT

The terms of childfree or someone's desire not to have children is currently developing in Indonesia, since a famous YouTuber named Gitasav stated her choice to be childfree and responded to the pros and cons from the public. Researchers consider it necessary to examine this phenomenon from a family communication perspective because the decision to have or not have children is closely related to the concept of family. This research aims to find out how family communication experiences in dealing with the childfree phenomenon in the millennial generation and how this concept is interpreted in the millennial generation through the theory of symbolic interactionism put forward by George Herbert Mead. This type of research is descriptive-qualitative using phenomenological methods. Research shows that the millennial generation uses symbols of choice and lifestyle as meaning in interactions with the childfree phenomenon. The findings also show that the millennial generation's family communication experiences regarding childfree also shape how they respond and interpret this issue.

Keywords: *family communication, childfree phenomenon, phenomenology studies, millennial generation, symbolic interactionism.*