

Nomor Skripsi: 5349/UN40.A2.13/PT/2024

**PENGARUH TERPAAN KONTEN *CHILDFREE* TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN *CHILDFREE* MAHASISWA**

(Studi Korelasi Mahasiswa Pengikut Akun Instagram @Gitasav di Kota Bandung)

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar sarjana  
Ilmu Komunikasi pada program studi Ilmu Komunikasi*



Disusun Oleh:

**Salma Haniefah Azzahra**

**2004139**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2024**

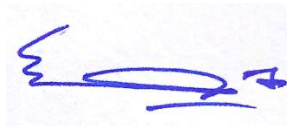
**LEMBAR PENGESAHAN**

**Salma Haniefah Azzahra**

**PENGARUH TERPAAN KONTEN *CHILDFREE* PADA INSTAGRAM  
@GITASAV TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA  
(Studi Korelasi Mahasiswa Pengikut Akun Instagram @Gitasav di Kota  
Bandung)**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

**Pembimbing I**



**Prof. Dr. Elly Malihah, M.Si.**  
**NIP. 196604251992032002**

**Pembimbing II**



**Dra. Yani Kusmarni, M.Pd.**  
**NIP. 196601131990012002**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**



**Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A, M.Si.**  
**NIP. 198507172014041001**

**PENGARUH TERPAAN KONTEN *CHILDFREE* PADA INSTAGRAM  
@GITASAV TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA**  
(Studi Korelasi Mahasiswa Pengikut Akun Instagram @Gitasav di Kota Bandung)

Oleh  
**Salma Haniefah Azzahra**

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

©Salma Haniefah Azzahra  
Universitas Pendidikan Indonesia  
2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak  
ulang, di foto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten *childfree* dalam akun @Gitasav terhadap pengambilan keputusan mahasiswa/I di Kota Bandung. Seperti yang kita ketahui Gitasav merupakan seorang *influencer* yang dewasa ini memberikan *statementnya* mengenai *childfree*. *Statement* ini lantas mengundang pro-kontra dari khalayak umum, karena di Indonesia yang mayoritas penduduk beragama muslim menganggap hal tersebut sangat bertentangan dengan norma agama, selain itu masyarakat juga menganggap bahwa *childfree* merupakan tindakan penentangan terhadap kodrat Tuhan. Namun di sisi banyaknya kontra yang ditujukan, tidak sedikit masyarakat yang setuju dengan konsep *childfree* dan mendukung gerakan tersebut untuk diterapkan di Indonesia, diantara lapisan masyarakat yang menyetujui konsep *childfree* adalah dari kalangan remaja. Dalam penelitian ini konten *childfree* memiliki 3 efek yang berperan penting dalam mempengaruhi pola pikir dan pengambilan keputusan seseorang, yaitu efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif. Dalam pengujiannya, penelitian ini menggunakan teori S-O-R karena berfokus pada respon yang dihasilkan dari stimulus yang diberikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey melalui penyebaran kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa/I berusia 18-22 tahun yang berkuliah di Kota Bandung. Kuesioner penelitian disebarakan pada 232 responden. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa seluruh variabel independen (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Presentase seluruh variabel independen (konten *childfree*) yang mempengaruhi pengambilan keputusan adalah 79,9%. Dengan kata lain, variabel kognitif, afektif, dan konatif berpengaruh sebesar 79,9% terhadap pengambilan keputusan mahasiswa/I di Kota Bandung. Sedangkan sebesar 20,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Konten *childfree*, Pengambilan keputusan, Efek konten**

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of childfree content in the @Gitasav account on student decision making in Bandung City. As we know, Gitasav is an influencer who recently made a statement about childfree. This statement then invites pros and cons from the general public, because in Indonesia, where the majority of the population is Muslim, it is very contrary to religious norms, besides that the community also considers that childfree is an act of opposition to God's nature. But on the side of the many cons addressed, there are not a few people who agree with the concept of childfree and support the movement to be implemented in Indonesia, among the layers of society who approve of the concept of childfree are teenagers. In this study, childfree content has 3 effects that play an important role in influencing a person's mindset and decision making, namely cognitive effects, affective effects, and conative effects. In testing, this study uses the S-O-R theory because it focuses on the response that results from the stimulus given. This research uses a quantitative approach with a survey method through distributing questionnaires. The population in this study were students aged 18-22 years who were studying in Bandung City. The research questionnaire was distributed to 232 respondents. This study found that all independent variables (X) have a significant influence on the dependent variable (Y). The percentage of all independent variables (childfree content) that influence decision making is 79.9%. In other words, cognitive, affective, and conative variables have an effect of 79.9% on the decision making of students in Bandung City. While the other 20.1% is influenced by other variables not examined in this study.*

**Keywords:** *Childfree content, Decision making, Content effect*

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. Influencer .....	8
2.1.1. Kontroversi Pernyataan Gitasav sebagai Studi Kasus.....	8
2.2. Konsep <i>Childfree</i> .....	10
2.2.1. Faktor yang Mempengaruhi <i>Childfree</i> .....	11
2.2.2. Fenomena <i>Childfree</i> di Kalangan Masyarakat Indonesia .....	13
2.3. Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan.....	14
2.4. Teori S-O-R .....	15
2.5. Relevansi Pustaka-Pustaka Rujukan .....	17
2.6. Kerangka Berpikir.....	22
2.7. Hipotesis .....	23
<b>BAB III .....</b>	<b>24</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
3.1. Desain Penelitian .....	24
3.2. Partisipan dan Tempat Penelitian.....	25
3.2.2. Tempat Penelitian .....	26
3.3. Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1. Populasi.....	26
3.3.2. Sampel.....	26
3.3.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	28

3.3.3.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	29
3.3.3.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas.....	30
3.3.3.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas/Program Studi .....	31
3.3.3.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas Keseharian.....	32
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.1.	Skala Pengukuran.....	34
3.5.	Operasionalisasi Variabel .....	35
3.6.	Pengujian Instrumen Penelitian .....	41
3.6.1.	Uji Validitas .....	41
3.6.2.	Uji Reliabilitas .....	45
3.7.	Teknik Analisis Data.....	46
3.8.	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.8.1.	Uji Normalitas.....	47
3.8.2.	Uji Multikolinearitas .....	47
3.8.3.	Uji Heterokedastisitas .....	48
3.9.	Uji Hipotesis .....	48
3.9.1.	Uji Korelasi .....	49
3.9.2.	Uji T Parsial .....	49
3.9.3.	Uji F Simultan.....	50
3.9.4.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
3.9.5.	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	51
3.10.	Timeline Penelitian .....	51
3.11.	Etika Penelitian .....	53
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>54</b>
<b>TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>.....</b>	<b>54</b>
4.1.	Analisis Deskripsi Tanggapan Responden.....	54
4.1.1.	Tanggapan Responden terhadap Konten <i>Childfree</i> pada Instagram @Gitasav.....	55
4.1.2.	Deskripsi Umum Kognitif Pesan Konten <i>Childfree</i> pada Akun Instagram @Gitasav.....	58
4.1.3.	Deskripsi Umum Afektif Pesan Konten <i>Childfree</i> pada Akun Instagram @Gitasav.....	60
4.1.4.	Deskripsi Umum Konatif Pesan Konten <i>Childfree</i> pada Akun Instagram @Gitasav.....	62
4.1.5.	Tanggapan Responden terhadap Pengambilan Keputusan.....	64
4.2.	Uji Asumsi Klasik.....	67
4.2.1.	Uji Normalitas.....	67

4.2.2.	Uji Multikolinearitas .....	69
4.2.3.	Uji Heterokedastisitas .....	70
4.3.	Uji Hipotesis .....	71
4.3.1.	Uji Korelasi .....	72
4.3.2.	Uji Parsial (Uji-T) .....	73
4.3.3.	Uji Simultan (Uji F) .....	75
4.3.4.	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	76
4.3.5.	Uji Regresi Linear Berganda.....	77
4.4.	Efek Kognitif Pesan Koten <i>Childfree</i> pada Akun Instagram @Gitasav Terhadap Pengambilan Keputusan.....	79
4.5.	Efek Afektif Pesan Koten <i>Childfree</i> pada Akun Instagram @Gitasav Terhadap Pengambilan Keputusan.....	80
4.6.	Efek Konatif Pesan Koten <i>Childfree</i> pada Akun Instagram @Gitasav Terhadap Pengambilan Keputusan.....	82
4.7.	Pengaruh Konten <i>Childfree</i> pada Akun Instagram @Gitasav Terhadap Pengambilan Keputusan.....	83
<b>BAB V</b>	.....	<b>87</b>
<b>SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI</b>	.....	<b>87</b>
5.1.	Simpulan .....	87
5.2.	Implikasi .....	88
5.2.1.	Implikasi Teoritis .....	88
5.2.2.	Implikasi Praktis .....	89
5.3.	Rekomendasi.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>95</b>
Lampiran 1   Instrumen dan Kuesioner Penelitian .....		95
Lampiran 2   Data Responden .....		108
Lampiran 3   Tanggapan Responden.....		121
Lampiran 4   Data Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....		136
Lampiran 5   Rekapitulasi Tanggapan Responden.....		142
Lampiran 6   Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....		155
Lampiran 7   Uji Asumsi Klasik .....		162
Lampiran 8   Uji Korelasi.....		164
Lampiran 9   Uji Hipotesis .....		165



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Relevansi Pustaka-Pustaka Kajian .....	17
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	28
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas .....	30
Tabel 3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas/Program Studi .....	31
Tabel 3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas Keseharian .....	32
Tabel 3.7 Instrumen Skala Likert.....	34
Tabel 3.8 Operasional Variabel Penelitian .....	35
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas .....	42
Tabel 3.10 Tabel Kriteria Reliabilitas.....	45
Tabel 3.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 3.12 Kategori Variabel Distribusi Frekuensi .....	46
Tabel 3.13 Derajat Hubungan .....	49
Tabel 3.14 Timeline Penyusunan Proposal dan Seminar Skripsi.....	51
Tabel 3.15 Timeline Penyusunan Pendahuluan, Kajian Pustaka dan Metode Penelitian .....	51
Tabel 3.16 Timeline Penyusunan Instrumen Penelitian, Pengujian Instrumen Penelitian dan Pengumpulan Sekaligus Pengolahan Data Penelitian .....	52
Tabel 3.17 Timeline Penyusunan Pendahuluan, Kajian Pustaka dan Metode Penelitian .....	52
Tabel 4.1 Kategori Variabel Distribusi Frekuensi .....	55
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Konten <i>Childfree</i> (n = 232).....	56
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Konten <i>Childfree</i> (n = 232).....	57
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Kognitif (n = 232) .....	58
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Kognitif (n = 232).....	59
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Afektif (n = 232) .....	60
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Afektif (n = 232).....	61
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Konatif (n = 232) .....	62
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Konatif (n = 232) .....	64
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Pengambilan Keputusan (n = 232).....	65
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Pengambilan Keputusan (n = 232) .....	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas .....	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Korelasi .....	72
Tabel 4.15 Kategori Tingkat Hubungan .....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji-T).....	74

Tabel 4.17 Hasil Uji F Simultan .....	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	76
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.....	9
Gambar 2.2.....	10
Gambar 3.1.....	24
Gambar 3.2.....	33
Gambar 4.1.....	69
Gambar 4.2.....	71

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Brown, D., & Nick, H. (2008). *Influencer Marketing\_ Who Really Influences Your Customers\_-Butterworth-Heinemann*
- Chrastil, R. (2020). *How to Be Childless A History and Philosophy of Life Without Children*. Oxford University Press
- Effendy, O.U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Parktik*. Remaja Rosdakarya
- Frankel, J. P. (2008). *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang. Bafan Penerbit Undip.
- Griffin, E. M., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2018). *A FIRST LOOK AT COMMUNICATION THEORY TENTH EDITION*.
- Kusnendi. (2017). *Handout Statistika Penelitian dan Analisis Data Dalam Penelitian Non Eksperimen Model Regresi Persamaan Tunggal*.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Penerbitan, Jakarta: Kencana
- Maier, C. (2007). *No Kids: 40 Good Reasons Not to Have Children*. McClelland & Stewart
- McQuail. (2010). *McQuails Mass Communication Theory by Denis McQuail (z-lib (p. 1839)*.
- Nurhasanah, S. (2017). *Praktikum Statistika 2 Untuk Ekonomi dan Bisnis Aplikasi dengan Ms Excel dan SPSS*. Salemba Empat. Jakarta
- Patterson, dkk (2007). *Influencer. The Power To Change Anything*. McGraw-Hill
- Kottler, P and Keller, K. L (2015). *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*. Cambridge: IGI Global
- Riduwan dan Kuncoro, E. (2014). *Cara Menggunakan Dan Memakai Path Analisis (Analisis Jalur)*. Bandung, Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tunggono, V. (2021). *Childfree & Happy. Keputusan Sadar Untuk Hidup Bebas-Anak*. Yogyakarta: Buku Mojok Group

### Artikel Jurnal

- Agatha, O. (2022). The Other(s) Principle(s): A Screenplay Exploring Childfree Issue in Indonesia. *K@ta Kita*, 10(3), 427–435. <https://doi.org/10.9744/katakita.10.3.427-435>
- Amalia, F. (2022) Teori S-O-R (Stimulus, Organism, Response).
- Athaya, F. dan Irwansyah. (2021). Memahami Influencer Marketing: Kajian Literatur Dalam Variabel Penting Influencer. *Jurnal Teknologi dan informasi Bisnis*. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.254>
- Diananda, A. (2018). PSIKOLOGI REMAJA DAN PERMASALAHANNYA. In ISTIGHNA (Vol. 1, Issue 1). [www.depkes.go.id](http://www.depkes.go.id)
- Dimock, M. (2019). millennials-end-and-generation-z-begins/ Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where>
- Devica, S. (2015). Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R). *Pengaruh Harga Diskon Dan Persepsi Produk Terhadap Nilai Belanja Serta Perilaku Pembelian Konsumen*, 7(9), 27–44.
- Fitria, N. (2022). *Pengaruh Influencer Pada Media Sosial instagra Terhadap Keputusan Pembelian*
- Forceville, C. (2017). Visual and Multimodal Metaphor in Advertising: Cultural Perspectives. <https://www.researchgate.net/publication/317175212>
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>
- Hidayat, R. (2021). *PENGAMBILAN KEPUTUSAN KEPALA DESA KALEBAREMBENG KECAMATAN BONTONOMPO KABUPATEN GOWA*. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/index>
- Höglund, B., & Hildingsson, I. (2023). Why and when choosing child-free life in Sweden? Reasons, influencing factors and personal and societal factors: Individual interviews during 2020–2021. Sexual and Reproductive Healthcare, 35. <https://doi.org/10.1016/j.srhc.2022.100809>
- Indah, D. N., & Zuhdi, S. (2022). *The Childfree Phenomenon in the Perspective of Human Rights and Maqashid Al-Shari'ah*.
- Juditha, C. (2017). Memahami Struktur Jaringan Media Sosial sebagai Cara Strategis Periklanan di Era Ekonomi Digital Understanding Social Media Network Structure as a Strategic Way of Advertising in Digital Economy Era. In *Jurnal Pekommas* (Vol. 2, Issue 1).
- Lenggogeni, S. (2014). Pengaruh kemampuan dan motivasi kerja karyawan terhadap kualitas pelayanan jasa konsultasi bidang engineering pada PT. Bemaco rekaprima consultant

Maulana Ibrahim, M., & Edi Irawan, R. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. In *Jurnal Representamen* (Vol. 7, Issue 02).

Neal, Z. P., & Neal, J. W. (2022). Prevalence, age of decision, and interpersonal warmth judgements of childfree adults. *Scientific Reports*, 12(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-022-15728-z>

Startseva, N., Khlopotov, M. V., & Ivanov, S. E. (2017). Analysis of the audience of childfree communities in social network “VKontakte.” *ACM International Conference Proceeding Series, Part F130282*, 107–112. <https://doi.org/10.1145/3129757.3129776>

Setiawan, P. E. P. (2019) 16.D1.0016- BAB III. (n.d.).

### Website

Abdul, Y. (2022). “Pengertian Influencer Menurut Para Ahli”. Diakses dari <https://bukunesia.com/pengertian-influencer/>

Ahdiat, A. (2023). “Angka Kelahiran Indonesia Turun 30% dalam Tiga Dekade”. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/30/angka-kelahiran-indonesia-turun-30-dalam-tiga-dekade>

Ashilah, S. (2002). “Data Penduduk Kota Bandung berdasarkan Pekerjaan 2020, Pelajar dan Mahasiswa Terbanyak”. Diakses dari <https://bandungbergerak.id/article/detail/1665/data-penduduk-kota-bandung-berdasarkan-pekerjaan-2020-pelajar-dan-mahasiswa-terbanyak>

Indriani (2023). “Gita Savitri Sebut Childfree Bikin Awet Muda”. Diakses dari [https://www.kompasiana.com/indriani8682/63e50f7d4addee4dda432992/gita-savitri-sebut-childfree-bikin-awet-muda?page=3&page\\_images=1](https://www.kompasiana.com/indriani8682/63e50f7d4addee4dda432992/gita-savitri-sebut-childfree-bikin-awet-muda?page=3&page_images=1)

Iqbal (2022). “Konten Adalah : Pengertian Menurut Para Ahli, Jenis, dan Etika Membuat Konten”. Diakses dari <https://lindungihutan.com/blog/pengertian-konten-adalah/>

Kementerian Kesehatan (2022). *Kesahatan Reproduksi Remaja: Permasalahan dan Upaya Pencegahan*. Diakses dari [https://yankes.kemkes.go.id/view\\_artikel/29/kesehatan-reproduksi-remaja-permasalahan-dan-upaya-pencegahan](https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/29/kesehatan-reproduksi-remaja-permasalahan-dan-upaya-pencegahan)

Naurah, N. (2023). “Ramai Soal Fenomena Childfree, Bagaimana Laju Angka Kelahiran di Indonesia?”. Diakses dari <https://goodstats.id/article/ramai-soal-fenomena-childfree-bagaimana-laju-angka-kelahiran-di-indonesia-E67BL>

Pura, A. (2023). Apakah Benar Childfree Seperti Gitasav Bikin Awet Muda? Begini Balasan Komen Gitasav yang Bikin Viral. Diakses dari <https://www.sitnas.id/read/8043/apakah-benar-childfree-seperti-gitasav-bikin-awet-muda-begini-balasan-komen-gitasav-yang-tengah-viral>

- Rahmanissa, R. (2021). "Fenomena Childfree, Berikut Pendapat Para Ahli". Diakses dari <https://thephrase.id/fenomena-childfree-berikut-pendapat-para-ahli/>
- Said, A. (2023). "RI Hadapai Tren Penurunan Angka Kelahiran, Ada Risiko yang Mengintai". Diakses dari <https://katadata.co.id/agustiyanti/finansial/63d7a31108559/ri-hadapi-tren-penurunan-angka-kelahiran-ada-risiko-yang-mengintai>