

## ABSTRAK

**Muhammad Irfan Rahman Hilmy, 2022, *Persepsi Mahasiswa Tentang Childfree (Pasangan Suami Istri Tanpa Anak) (Penelitian Pada Mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2018 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati)*, Skripsi Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.**

**Kata Kunci:** *childfree, persepsi, mahasiswa, anak*

Akhir-akhir ini jagat sosial di Indonesia diramaikan dengan konsep pernikahan tanpa anak atau disebut dengan konsep *childfree*. Konsep ini diterapkan dan diperkenalkan kepada masyarakat Indonesia oleh salah satu influencer bernama Gita Savitri. Hal tersebut memancing perhatian banyak masyarakat Indonesia. Ada yang mendukung penerapan konsep tersebut, dan adapula yang menentangnya karena dirasa tidak sesuai dengan kultur masyarakat dan menentang norma yang berlaku.

Penelitian ini akan mendeskripsikan tentang *childfree* dalam persepsi individu melalui kegiatan wawancara terhadap mahasiswa sosiologi UIN Bandung. Beberapa rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana persepsi mahasiswa sosiologi terhadap *childfree*, 2) Bagaimana keputusan mahasiswa untuk menikah dan mempunyai anak, dan 3) Apa saja dampak dari keberadaan *childfree*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Adapun teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi pada beberapa mahasiswa sosiologi selaku informan. Kemudian peneliti memilih teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead sebagai perspektif teori dan sebagai rujukan analisis data.

Penemuan dalam penelitian meliputi: 1) Persepsi mahasiswa yang ditujukan terhadap *childfree* terbagi menjadi persepsi positif dan persepsi negatif. Persepsi positif adalah mahasiswa yang setuju dengan penerapan *childfree* ini, sedangkan persepsi negatif adalah mahasiswa yang menolak dengan adanya *childfree*, 2) Terdapat beberapa faktor pendorong atau alasan yang mempengaruhi persepsi informan terhadap *childfree*, seperti faktor agama, kebiasaan, minat, kebutuhan dan nilai yang dianut tiap masing-masing informan. Beberapa hal tersebut berperan besar dalam pembentukan penilaian individu terhadap suatu hal.