

## ABSTRACT

*This study aims to determine the level of exposure to childfree content on TikTok, analyze the perceptions of early married couples, and examine the effect of such content exposure on the decision to have children in Bandung. This research employs a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to 100 respondents. The independent variable in this study is exposure to childfree content, which consists of frequency, duration, and attention dimensions, while the dependent variable is the decision to have children. This study applies cultivation theory to explain how long-term media exposure can shape individuals' perceptions and social reality. The results indicate that, simultaneously, exposure to childfree content has a significant effect on the decision to have children, with an F-value of 12.742 and a significance level of 0.000 ( $<0.05$ ). The coefficient of determination of 28.5% shows that media exposure contributes moderately to decision-making. Partially, the frequency and attention dimensions have a positive and significant effect, while the duration dimension does not have a significant effect. These findings suggest that the intensity of exposure and the level of attention toward content play a more important role in shaping decisions than the length of exposure, in line with cultivation theory. Therefore, exposure to childfree content on social media can influence decisions about having children, although it is not the only determining factor, as personal values, economic conditions, psychological readiness, and social norms also contribute.*

*Keywords: childfree, media exposure, decision making, social media, TikTok*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat paparan konten *childfree* di TikTok, menganalisis persepsi pasangan *early married*, serta menguji pengaruh paparan konten tersebut terhadap pengambilan keputusan memiliki anak di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Variabel independen dalam penelitian ini adalah terpaan konten *childfree* yang terdiri dari dimensi frekuensi, durasi, dan atensi, sedangkan variabel dependen adalah pengambilan keputusan memiliki anak. Penelitian ini menggunakan teori kultivasi sebagai landasan untuk menjelaskan bagaimana paparan media dalam jangka waktu tertentu dapat membentuk persepsi dan realitas sosial individu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan terpaan konten *childfree* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan memiliki anak, dengan nilai F hitung sebesar 12,742 dan tingkat signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ). Koefisien determinasi sebesar 28,5% menunjukkan bahwa variabel terpaan konten memberikan kontribusi dalam kategori sedang terhadap pengambilan keputusan. Secara parsial, dimensi frekuensi dan atensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan, sedangkan dimensi durasi tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa intensitas paparan dan tingkat perhatian individu terhadap konten memiliki peran yang lebih besar dalam membentuk keputusan dibandingkan lamanya waktu paparan, sejalan dengan teori kultivasi. Dengan demikian, paparan konten *childfree* di media sosial dapat memengaruhi pengambilan keputusan memiliki anak, meskipun bukan menjadi satu-satunya faktor penentu, karena faktor lain seperti nilai personal, kondisi ekonomi, kesiapan psikologis, dan norma sosial juga turut berperan.

Kata kunci: *childfree*, terpaan media, pengambilan keputusan, media sosial, TikTok

## RINGKESAN

Panalungtikan ieu miboga tujuan pikeun nangtukeun tingkat paparan kontén *childfree* dina TikTok, nganalisis persepsi pasangan *early married*, sarta nguji pangaruh paparan kontén éta kana kaputusan miboga anak di Kota Bandung. Métode anu digunakeun nyaéta pendekatan kuantitatif kalayan métode survéy ngaliwatan panyebaran kuesioner ka 100 responden. Variabel bébas dina ieu panalungtikan nyaéta paparan kontén *childfree* anu ngawengku diménsi frékuénsi, durasi, jeung aténsi, sedengkeun variabel gumantungna nyaéta kaputusan miboga anak. Panalungtikan ieu ngagunakeun téori kultivasi pikeun ngajelaskeun kumaha paparan média dina jangka waktu nu lila bisa ngawangun persepsi jeung realitas sosial individu. Hasil panalungtikan nuduhkeun yén sacara simultan paparan kontén *childfree* miboga pangaruh anu signifikan kana kaputusan miboga anak, kalayan nilai F hitung 12,742 jeung tingkat signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ). Koefisien determinasi 28,5% nuduhkeun yén variabel paparan kontén méré kontribusi dina kategori sedeng kana kaputusan miboga anak. Sacara parsial, diménsi frékuénsi jeung aténsi miboga pangaruh anu positif jeung signifikan, sedengkeun diménsi durasi teu miboga pangaruh anu signifikan. Hasil ieu nuduhkeun yén intensitas paparan jeung tingkat perhatian individu kana kontén miboga peran anu leuwih gedé dina ngawangun kaputusan dibandingkeun jeung lilana paparan, saluyu jeung téori kultivasi. Ku kituna, paparan kontén *childfree* dina média sosial bisa mangaruhan kaputusan miboga anak, sanajan lain hiji-hijina faktor panentu, sabab aya faktor séjén saperti nilai pribadi, kaayaan ékonomi, kesiapan psikologis, jeung norma sosial anu ogé mangaruhan.

Kecap konci: *childfree*, paparan média, nyieun kaputusan, média sosial, TikTok