

## Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Mengasuh Anak Oleh Ibu Milenial

Natalia Merry Hendrawatie<sup>1</sup>, Yakin Bakhtiar Siregar<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita<sup>1,2</sup>  
Komplek Billy & Moon, Pondok Kelapa, Duren Sawit, Jakarta Timur 13450

email : 2023141019@starki.id<sup>1</sup>, email : yakin@starki.id<sup>2</sup>

### **Abstract**

*This study explores how millennial mothers utilize Instagram as a source of parenting information and support. Employing a qualitative descriptive approach and guide by the Uses and Gratifications Theory, complemented by Social Influence Theory, the research involved six purposively selected informants based on their age, parental status, and active use of Instagram. Findings indicate that Instagram is used to fulfill various needs, including seeking parenting advice, emotional reassurance, identity information as mothers, and indirect social connection. The parenting content accessed-ranging from expert-based accounts to personal experiences shared by fellow mothers-was often applied in daily caregiving practices selectively and contextually. The study also reveals that digital social norms and reference figures on Instagram influence how mothers interpret, accept, and integrate parenting values. Instagram thus serves both as an information hub and space of social observation, subtly shaping contemporary mothering practices. This study highlights the importance of promoting digital literacy among mothers and calls for more credible, reflective and empowering parenting content on social media platforms.*

**Keywords** Media Sosial, Instagram, Parenting, Uses and Gratifications, Social Influence.

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Ibu milenial memanfaatkan media sosial Instagram dalam praktik pengasuhan anak. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dalam kerangka *Uses and Gratifications Theory* serta didukung oleh *Social Influence Theory*, penelitian ini melibatkan enam informan yang dipilih secara purposif berdasarkan usia, status sebagai Ibu dan keaktifan mereka di Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram digunakan Ibu Milenial untuk memenuhi berbagai kebutuhan, antara lain mencari informasi pengasuhan, meredakan stress, membentuk identitas keIbuan, serta membangun koneksi sosial secara tidak langsung. Informasi parenting yang dikonsumsi bersumber dari akun profesional maupun pengalaman pribadi sesama Ibu dan sebagian besar informan menerapkan konten tersebut dalam praktik pengasuhan secara selektif dan kontekstual. Temuan juga menunjukkan bahwa norma sosial dan figur rujukan di media sosial turut membentuk pola konsumsi dan penerimaan nilai parenting di kalangan Ibu milenial. Dengan demikian, Instagram berperan ganda sebagai media informasi dan ruang interaksi sosial yang memengaruhi cara Ibu membangun strategi pengasuhan masa kini. Penelitian ini merekomendasikan perlunya peningkatan literasi digital dan kehadiran konten parenting yang lebih kredibel, reflektif dan memberdayakan.

**Kata kunci** : Media Sosial, Instagram, Parenting, Uses and Gratifications, Social Influence.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan sosial, termasuk dalam praktik pengasuhan anak. Di era digital ini, media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga berkembang menjadi sumber informasi dan ruang interaksi bagi para orang tua, terutama dari generasi milenial. Salah satu platform yang menonjol dalam konteks ini adalah Instagram-media visual yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pengalaman, tips dan informasi secara instan dan luas.

Orang tua milenial yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000, tumbuh dan berkembang dalam lingkungan yang dipenuhi teknologi digital. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang mengandalkan keluarga, teman atau tenaga kesehatan dalam mencari informasi pengasuhan, generasi ini lebih banyak mencari referensi melalui *platform daring*. Menurut Setyastuti et al (2019), para Ibu milenial di Indonesia menunjukkan kecenderungan untuk lebih memercayai informasi dari media sosial dibandingkan dengan sumber tradisional seperti keluarga atau lingkungan sekitar. Mereka menggunakan media sosial sebagai sumber utama informasi pengasuhan, terutama dalam dimensi kehangatan dalam pola asuh anak.

Tren ini diperkuat oleh data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, yang mencatat bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 221,6 juta jiwa atau sekitar 79,5% dari total populasi. Menariknya, perempuan mencakup 49,1% dari total pengguna internet, dengan tingkat penetrasi sebesar 85,5%. Sementara itu, generasi milenial menyumbang 30,6 dari pengguna internet dengan tingkat penetrasi sangat tinggi, yaitu 93,2%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan milenial-yang banyak diantaranya telah menjadi Ibu-merupakan kelompok yang sangat aktif secara digital dan memiliki akses luas terhadap informasi pengasuhan melalui internet dan media sosial.

Penelitian Moon et al. (2019) juga menunjukkan bahwa para Ibu menghargai kemampuan media sosial dalam menyediakan informasi yang cepat, anonim, dan beragam. Media sosial memberikan dukungan emosional dan afirmasi yang bersifat langsung dari sesama orang tua. Namun demikian, meskipun informasi tersedia secara luas, para Ibu juga menyadari perlunya kehati-hatian dalam memilih sumber yang terpercaya. Di sisi lain, Frey (2021) menekankan bahwa meskipun media sosial membuka ruang interaksi tanpa batasan geografis, rendahnya literasi kesehatan digital dapat menyebabkan kesalahpahaman, penundaan dalam mencari bantuan medis atau bahkan penggunaan metode pengasuhan yang tidak aman.

Fenomena pergeseran dari pendekatan pengasuhan konvensional ke pendekatan digital ini menarik untuk ditelaah lebih lanjut. Dalam konteks ini, teori *Uses and Gratifications (U&G)* menjadi kerangka konseptual yang relevan untuk memahami bagaimana dan mengapa orang tua milenial menggunakan Instagram dalam konteks pengasuhan. Teori ini berangkat dari asumsi bahwa individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu-baik informasi, identitas pribadi, integrasi sosial maupun hiburan.

Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana berbagi momen keluarga, tetapi juga telah menjadi ruang interaktif untuk memperoleh informasi, inspirasi, bahkan membentuk komunitas Ibu-Ibu muda. Akun-akun parenting, influencer mom, hingga brand peralatan bayi dan anak banyak memberikan konten yang bersifat edukatif, pengalaman pribadi, hingga tips praktis pengasuhan. Dalam konteks ini, Instagram dapat menjadi sumber daya digital yang secara aktif dimanfaatkan dalam praktik pengasuhan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan dalam satu pertanyaan utama, yaitu: Bagaimana orang tua milenial memanfaatkan Instagram untuk memenuhi kebutuhan informasi dan dukungan dalam pengasuhan anak, ditinjau dari

perspektif *Uses and Gratifications Theory*? Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam bagaimana orang tua milenial di Indonesia menggunakan Instagram sebagai media untuk mencari, menyaring, dan memanfaatkan informasi serta dukungan sosial dalam praktik pengasuhan anak, dengan menggunakan perspektif *Uses and Gratification Theory*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menangkap pengalaman, persepsi, dan strategi penggunaan Instagram dalam konteks pengasuhan, dengan harapan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam studi media digital dan *parenting* modern.

Kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada fokus eksplorasi terhadap pengalaman dan motivasi orang tua milenial Indonesia dalam memanfaatkan Instagram sebagai media pengasuhan, dengan pendekatan kualitatif dari sudut pandang teori *Uses and Gratifications*. Meskipun beberapa studi sebelumnya telah meneliti penggunaan internet oleh orang tua, penelitian ini, menekankan pada pemaknaan subjektif dan fungsi sosial dari penggunaan Instagram dalam konteks lokal di Indonesia yang belum dikaji secara mendalam.

## KAJIAN PUSTAKA

### *Uses and Gratifications Theory (U&G)*

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern, termasuk dalam konteks pengasuhan anak. Ditengah berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, platform seperti Instagram tidak hanya berfungsi sebagai saluran berbagi momen visual, tetapi juga sebagai sumber informasi dan komunitas digital yang diandalkan oleh banyak orang tua, khususnya generasi milenial. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang bergantung pada keluarga besar, tenaga kesehatan atau buku cetak sebagai rujukan pengasuhan, orang tua milenial kini cenderung mencari referensi melalui *platform* digital. Instagram dengan karakter visual dan kemudahan aksesnya, menyediakan berbagai konten parenting seperti tips pengasuhan, gaya hidup sehat keluarga, hingga narasi keseharian Ibu rumah tangga yang menjadi figur publik di media sosial.

Dalam konteks Indonesia, penggunaan media sosial oleh Ibu milenial memiliki karakteristik tersendiri. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) menunjukkan bahwa lebih dari 79% perempuan usia produktif di Indonesia adalah penggunaan aktif internet. Dari jumlah tersebut, mayoritas merupakan generasi milenial (kelahiran 1981-1996) yang telah menjadi Ibu dan menggunakan media sosial secara intensif. Studi Setyastuti et al. (2019) menegaskan bahwa Ibu-Ibu milenial di Indonesia lebih mempercayai informasi yang mereka peroleh dari media sosial dibanding sumber tradisional seperti keluarga atau lingkungan sekitar. Hal ini menandai pergeseran otoritas dari institusi konvensional ke komunitas digital.

Fenomena ini sejalan dengan pendekatan *Uses and Gratifications Theory (U&G)* sebuah kerangka teoretis dalam ilmu komunikasi yang menekankan bahwa individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka (Katz, Blumler & Gurevitch, 1973). Teori ini memandang audiens sebagai subjek aktif, bukan penerima pasif pesan-pesan media. Dalam konteks media sosial, *U&G* tetap relevan karena *platform* seperti Instagram memberi pengguna kemampuan untuk mencari, memilih, dan berinteraksi dengan konten yang sesuai dengan preferensi mereka. Media sosial memungkinkan para Ibu milenial untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti memperoleh informasi terpercaya, merasa terhubung secara sosial mendapatkan hiburan, hingga membentuk identitas sebagai seorang Ibu.

## Media Sosial

Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai “kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknis Web 2.0, yang memungkinkan terciptanya dan pertukaran konten buatan pengguna”. Dalam pengertian ini, Instagram menjadi ruang digital di mana para Ibu milenial tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga produsen informasi yang membagikan pengalaman dan sudut pandangnya terkait *parenting*. Murugesan (2007) menambahkan bahwa media sosial mencakup beragam sumber informasi *daring* yang dibuat, disebarluaskan dan digunakan oleh konsumen untuk saling mendidik tentang berbagai produk dan layanan, termasuk dalam ranah pengasuhan.

Studi-studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa gratifikasi yang diterima melalui penggunaan media sosial menjadi prediktor kuat terhadap penggunaan ulang media tersebut (Kaye & Johnson, 2002; Palmgreen & Rayburn, 1979). Dalam konteks Instagram, beberapa motivasi umum pengguna meliputi keinginan untuk mencari validasi sosial, memperluas jejaring sosial, serta mencari, dan berbagi informasi yang dirasa relevan dengan pengalaman pribadi mereka sebagai Ibu. Konten-konten *parenting* yang banyak dikonsumsi meliputi tips tumbuh kembang anak, nutrisi, kesehatan anak, pengelolaan emosi serta keseimbangan peran Ibu di ranah domestik dan publik.

Instagram sebagai salah satu contoh media sosial yang sangat populer di kalangan Ibu milenial di Indonesia, menawarkan kombinasi antara konten visual yang menarik dan narasi personal yang mudah dipahami. Motivasi penggunaan Instagram oleh orang tua milenial dapat dikaitkan dengan kebutuhan untuk memperoleh informasi (*informational needs*), membangun identitas sebagai orang tua (*personal identity*), serta memperoleh dukungan emosional dan sosial dari komunitas *daring* (*social integration*). Studi Moon et al. (2019) menemukan bahwa Ibu-Ibu baru menghargai media sosial karena kemampuannya memberikan informasi secara cepat, anonim, dan dalam berbagai perspektif. Mereka juga menemukan nilai dalam bentuk afirmasi, dukungan, dan keterhubungan sosial yang ditawarkan oleh media sosial.

Alasan orang tua milenial mengandalkan media sosial dalam pengasuhan juga berkaitan dengan kenyataan bahwa anak-anak dan remaja saat ini telah sangat terpapar oleh media digital, termasuk media sosial. Studi Reid Chassiakos et al. (2016) mengungkapkan bahwa anak dan remaja saat ini hidup dalam ekosistem digital yang kompleks, dimana media digital memberi manfaat seperti peningkatan pembelajaran, akses pengetahuan, dan dukungan sosial tetapi juga membawa resiko seperti gangguan tidur, masalah perhatian, depresi, hingga konten yang tidak akurat atau berbahaya. Oleh karena itu, orang tua merasa perlu untuk mengakses sumber *Parenting* dari ruang yang sama dengan anak-anak mereka yakni media sosial, guna memahami dinamika baru dalam kehidupan anak-anak digital saat ini dan untuk mampu mendampingi mereka secara lebih relevan.

Keterlibatan aktif pengguna Instagram dalam diskusi dan interaksi sosial digital juga menjadi salah satu elemen penting dalam gratifikasi sosial yang mereka cari. Tidak sedikit orang tua yang merasa komunitas *daring* lebih memahami perjuangan mereka dibanding lingkungan sekitar. Bentuk interaksi ini tidak hanya memperkuat solidaritas emosional tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri dalam mengambil keputusan pengasuhan. Meski demikian, tekanan untuk menampilkan citra sebagai orang tua ideal di media sosial juga dapat menciptakan efek negatif seperti kecenderungan untuk mengevaluasi diri sendiri dengan membandingkannya dengan orang lain, termasuk dalam konteks pengasuhan (*social comparison*) dan kondisi kelelahan emosional, fisik, dan mental yang ekstrem yang dialami oleh orang tua akibat tekanan yang berlebihan dalam mengasuh anak (*parental burnout*). Chae (2017) mengemukakan bahwa orang tua sering kali membandingkan dirinya dengan narasi

visual yang dikonstruksi di Instagram, yang seringkali tidak mencerminkan realitas sepenuhnya.

Refleksi atas penggunaan Instagram juga memperhatikan dilema etis, terutama terkait praktik *sharenting*, yaitu kebiasaan membagikan kehidupan anak secara berlebihan di media sosial. *Livingstone & Third* (2017) memperingatkan bahwa jejak digital anak yang dibentuk sejak dini dapat memiliki dampak jangka panjang terhadap privasi dan identitas digital mereka.

### ***Parenting***

Marasli et al. (2016) menemukan bahwa orang tua membagikan informasi tentang pengasuhan anak di media sosial. Saat ini, program pengasuhan anak secara daring dapat membantu pengasuhan anak. Pemberian intervensi pengasuhan anak secara daring untuk meningkatkan jangkauan dan penyebarannya semakin menjadi fokus.

Jenis konten *Parenting* yang paling banyak dicari antara lain tips pengasuhan berbasis stimulasi, manajemen emosi anak, pola makan sehat, hingga edukasi perkembangan anak. Keberadaan akun-akun *Parenting* yang dikelola oleh psikolog, praktisi kesehatan, hingga *influencer* berbasis pengalaman pribadi, membentuk lanskap informasi yang beragam. Namun, keberagaman ini juga menimbulkan tantangan. Frey (2021) menunjukkan bahwa informasi yang beredar di media sosial meskipun *user generated*, belum tentu telah melalui proses kurasi ilmiah. Ketidakhadiran mekanisme validasi dapat menimbulkan kebingungan, terutama ketika informasi yang diterima saling bertentangan atau menyesatkan.

### ***Social Influence Theory (SIT)***

*Social Influence* atau pengaruh sosial adalah proses di mana pikiran, perasaan, sikap, atau perilaku seseorang dipengaruhi oleh orang lain. Pengaruh ini dapat bersifat langsung (melalui interaksi), tidak langsung (melalui norma sosial), atau simbolik (melalui tokoh publik atau media) Dalam konteks kehidupan sehari-hari, pengaruh sosial terjadi ketika individu menyesuaikan diri terhadap ekspektasi sosial, baik karena keinginan untuk diterima, dihargai, maupun karena menganggap nilai atau informasi yang diterima itu benar.

Penggunaan Instagram oleh orang tua milenial tidak hanya dapat dijelaskan dari sudut pandang motivasi pribadi, tetapi juga dari dimensi sosial dan relasi melalui *SIT* (Kelman, 1958). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh tiga mekanisme utama: (1) *compliance*, yaitu individu mengubah perilakunya karena ingin memperoleh persetujuan atau menghindari penolakan sosial, tanpa harus menerima nilai tersebut secara internal, (2) *identification*, yaitu individu mengadopsi perilaku karena ingin menyerupai tokoh yang dikagumi atau dianggap penting, seperti *influencer* atau figur publik, dan (3) *internalization*, yaitu perubahan perilaku atau sikap yang terjadi karena nilai atau norma tersebut dianggap benar dan sejalan dengan keyakinan pribadi individu. Dalam konteks media sosial, orang tua milenial terpapar pada berbagai bentuk pengaruh sosial, baik dari selebritas, *influencer*, maupun sesama pengguna yang membagikan narasi dan pengalaman pengasuhan mereka. Komentar, dukungan emosional, dan norma-norma yang terbentuk dalam komunitas digital membentuk tekanan sosial maupun rujukan identitas yang memengaruhi keputusan serta praktik pengasuhan mereka.

Dalam penelitian ini, *SIT* menjadi kerangka teoritis utama untuk menjelaskan: (1) mengapa Ibu milenial terdorong mengikuti pola asuh tertentu yang populer di Instagram, (2) bagaimana interaksi sosial digital memengaruhi persepsi dan keputusan pengasuhan, dan (3) sejauh mana figur publik digital membentuk identitas kelbuan dan peran sosial sebagai Ibu.

Teori ini dapat membantu mengungkap makna subjektif dan pengalaman pribadi Ibu milenial dalam mengasuh anak di era media sosial.

Teori *U&G* juga menjelaskan adanya gratifikasi sosial dari keterlibatan pengguna dalam komunitas *daring*, termasuk dalam interaksi di akun-akun *Parenting*. Dukungan sosial yang dirasakan melalui komentar, pesan pribadi, atau fitur “like” menjadi bagian penting dari pengalaman bermedia sosial bagi Ibu milenial (Moon et al., 2019). Instagram juga menjadi ruang bagi para Ibu untuk melakukan *self reflection* dan pembentukan identitas keIbuan yang sesuai dengan nilai-nilai personal maupun trend sosial yang sedang berkembang.

Studi yang dilakukan (Setyastuti et al. 2019) menemukan bahwa sebagian besar Ibu milenial di Indonesia lebih mempercayai informasi *parenting* dari media sosial dibandingkan dengan sumber tradisional seperti keluarga atau lingkungan sekitar. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran dalam otoritas informasi dan relasi personal dan struktural ke arah komunitas *daring* yang bersifat dinamis, terbuka dan interaktif.

Penerapan teori *U&G* dalam studi ini memberikan landasan untuk memahami tidak hanya motivasi penggunaan Instagram oleh Ibu milenial, tetapi juga bagaimana mereka membentuk makna, menjalin relasi sosial, dan mengadaptasi praktik pengasuhan melalui media sosial. Dalam era digital yang sangat terhubung ini, penggunaan media sosial tidak terjadi secara acak. Sebaliknya, ia mencerminkan pola perilaku komunikasi yang kompleks, dipengaruhi oleh faktor personal, sosial, dan teknologi.

Dengan demikian, teori *U&G* tetap menjadi kerangka teoritis yang kokoh dan kontekstual dalam menjelaskan perilaku komunikasi pengguna media sosial, termasuk dalam praktik pengasuhan digital oleh Ibu milenial. Teori ini memungkinkan pemahaman yang lebih dalam mengenai pergeseran pola interaksi dan pembentukan otoritas pengetahuan dalam pengasuhan anak di era digital.

Dalam konteks ini, *U&G* menjadi kerangka teoritis yang sangat relevan untuk memahami perilaku pengguna media sosial, termasuk dalam bidang komunikasi keluarga dan pengasuhan. Teori ini berasal dari literatur komunikasi massa dan menekankan peran aktif audience dalam memilih media tertentu untuk memenuhi berbagai kebutuhan personal dan sosial (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974). Pengguna tidak hanya menjadi penerima pasif informasi, tetapi mereka secara aktif mencari, memilih, dan menggunakan media berdasarkan motivasi spesifik yang mengarah pada gratifikasi tertentu baik bersifat kognitif, afektif, integratif sosial maupun eskapisme.

Dalam era media sosial, teori *U&G* semakin memperoleh relevansi. media sosial tidak hanya menyampaikan pesan tetapi juga memfasilitasi komunikasi dua arah antara individu dan komunitas dalam skala global (Williams et al., 2012). Whiting & Williams (2013) menyebutkan terdapat 10 jenis *uses and gratification* dalam penggunaan media sosial yaitu sebagai sarana interaksi sosial, pencarian informasi, mengisi waktu, hiburan, relaksasi, kegunaan komunikatif, kegunaan kemudahan, ekspresi pendapat, berbagai informasi, dan pengawasan atau pengetahuan tentang orang lain. Sementara itu, Lariscy et al. (2011) menyatakan bahwa *U&G* menjadi kunci untuk memahami mengapa seseorang lebih memilih satu media dibanding media lain: karena media tersebut menawarkan kepuasan atau pemenuhan atas kebutuhan tertentu. Dalam konteks *parenting*, teori ini menjelaskan bagaimana dan mengapa orang tua, khususnya generasi milenial, memilih Instagram sebagai *platform* utama untuk mencari informasi dan dukungan dalam pengasuhan anak.

Dengan demikian, penggunaan Instagram dalam pengasuhan anak oleh orang tua milenial dapat dipahami sebagai praktik komunikasi digital yang kompleks. Penerapan teori *uses and gratification and social influence* dalam studi ini memberikan landasan yang kuat untuk memahami motivasi, dinamika sosial, serta konsekuensi dari penggunaan Instagram oleh

orang tua milenial dalam praktik pengasuhan. Dalam lanskap komunikasi modern, media sosial seperti Instagram tidak lagi hanya sekedar sarana hiburan, tetapi telah menjadi ruang belajar, negosiasi nilai, identitas, berbagi, dan membentuk nilai-nilai baru dalam pengasuhan keluarga.

Dalam konteks penelitian ini, *U&G* digunakan untuk menggali apa yang mendorong Ibu milenial menggunakan Instagram dalam kegiatan pengasuhan, serta kebutuhan psikologis dan sosial apa yang mereka penuhi melalui platform tersebut. Sedangkan *SIT* digunakan untuk menggali bagaimana Ibu milenial terdorong meniru atau menyesuaikan pola pengasuhan mereka berdasarkan paparan terhadap tokoh parenting, komunitas daring, serta tekanan sosial digital yang ada di Instagram. Dengan demikian, dua teori ini *UGT* dan *SIT*-saling melengkapi dalam menjelaskan fenomena pengasuhan digital secara komprehensif.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif eksploratif untuk menggali secara mendalam pengalaman Ibu milenial dalam memanfaatkan Instagram sebagai sumber informasi dan ruang interaksi dalam praktik pengasuhan anak. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap perspektif subjektif dan makna sosial yang dibentuk oleh para informan dalam konteks keseharian mereka.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari enam Ibu milenial berusia 25 s.d. 40 tahun yang memiliki anak usia 0 s.d. 12 tahun dan aktif menggunakan Instagram untuk mencari informasi pengasuhan. Pemilihan informan dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan keterwakilan pengalaman dan keterlibatan mereka dalam aktivitas *parenting* digital. Untuk menjaga kerahasiaan identitas, para partisipan diberi kode sebagai berikut: Informan 1: Tika – usia 32 tahun, ibu rumah tangga, anak usia 2 dan 5 tahun; Informan 2: RP – usia 30 tahun, karyawan swasta, anak usia 3 tahun; Informan 3: Siska – usia 35 tahun, guru TK, anak usia 5 tahun; Informan 4: Yustin – usia 34 tahun, wiraswasta, anak usia 4 tahun; Informan 5: TW – usia 27 tahun, freelancer, anak usia 2 tahun; Informan 6: Tyas – usia 36 tahun, dosen, anak usia 7 dan 10 tahun.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi terstruktur, observasi terhadap akun dan konten Instagram yang diikuti informan, serta dokumentasi berupa tangkapan layar interaksi atau unggahan yang relevan. Analisis data dilakukan dengan pendekatan tematik, melalui proses transkripsi, koding, identifikasi tema, dan interpretasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pola Penggunaan dan Motivasi**

Semua informan memanfaatkan Instagram dalam kehidupan sehari-hari mereka, dengan frekuensi akses berkisar dan sesekali hingga beberapa kali dalam sehari. Mayoritas menggunakan *platform* ini di sela waktu luang, seperti saat anak tidur, waktu istirahat, atau malam hari. Motivasi utama penggunaan adalah untuk memperoleh informasi seputar pengasuhan anak, baik dari akun profesional, *influencer Parenting*, maupun pengalaman sesama Ibu.

Beberapa informan juga menjadikan Instagram sebagai media refleksi dan ruang aktualisasi sebagai Ibu. Informan 1, misalnya, menggunakan Instagram sebagai media pembandingan dan tempat belajar dari pengalaman Ibu lain:

*“ kalau saya lebih ke belajar ya..... dari cerita-cerita Ibu lain, kita jadi bisa melihat pola pikir mereka, dan kadang itu membantu kita berpikir lebih jernih juga”.*

Sementara Informan 2 menyebut bahwa ia menggunakan Instagram *“untuk cari inspirasi, atau kadang sekedar buat hiburan biar nggak stress”.*

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa penggunaan Instagram oleh para informan tidak hanya sebagai bentuk konsumsi informasi, tetapi juga sebagai sarana pencapaian kebutuhan psikologis (afeksi), sosial (validasi), dan identitas (aktualisasi diri sebagai Ibu). Ini mencerminkan prinsip dasar teori U&G, bahwa media digunakan secara aktif dan selektif untuk memenuhi kebutuhan personal pengguna.

### **Jenis Informasi dan Pola Interaksi**

Jenis informasi yang paling banyak dicari oleh para informan berkaitan dengan pengasuhan berdasarkan karakter anak, manajemen emosi, nutrisi anak, hingga pendidikan berbasis perkembangan usia. Informan 4, Informan 1 dan Informan 3 secara eksplisit menyebutkan bahwa mereka sering menyimpan dan membagikan konten ke pasangan atau teman yang mengalami masalah serupa.

Keterlibatan dalam interaksi sosial secara langsung (misalnya komentar atau DM) cenderung rendah, namun semua informan mengamati diskusi di komentar sebagai sumber tambahan wawasan dan validasi sosial.

Informan 3 menggambarkan bahwa membaca komentar Ibu-Ibu lain dapat memberikan rasa tenang:

*“ kadang tuh kita ngerasa sendirian ya, apalagi kalau anak lagi rewel. tapi pas baca komentar-komentar Ibu lain yang mengalami hal sama, rasanya kayak..... Oh ternyata aku nggak sendirian.”*

Dari hasil wawancara tersebut terungkap bahwa Instagram menjadi semacam ruang observasi sosial bagi para Ibu untuk memahami bahwa tantangan mereka adalah hal yang umum dan wajar. Bentuk keterlibatan pasif (seperti menyimpan konten atau membaca komentar) tetap memberikan efek gratifikasi sosial dan emosional, memperkuat posisi media sosial sebagai mediator relasi horizontal antar Ibu.

### **Pengaruh Informasi Terhadap Praktik Pengasuhan**

Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka pernah mencoba atau menerapkan tips yang didapatkan dari Instagram dalam pengasuhan anak. contoh yang disebutkan antara lain: tidak menyalahkan benda saat anak jatuh, menggunakan teknik pelukan saat tantrum, dan Memahami pentingnya komunikasi sesuai usia.

Informan 4 menceritakan pengalamannya menghadapi anak dengan Gangguan Tutup Mulut (GTM):

*“Saya coba teknik yang saya lihat di IG Parenting, nggak langsung marah,saya mencoba kasih pilihan makanan ke anak... dan hasilnya anak jadi lebih mau makan. Nggak harus ke dokter setiap GTM”.*

Namun, informan seperti Informan 5 dan Informan 6 menekankan bahwa mereka tetap berhati-hati dan tidak menelan mentah-mentah semua konten yang dilihat:

*“saya lihat-lihat aja. Nggak semua cocok. Kadang terlalu sempurna isinya, padahal kenyataannya berbeda.”*

Hal tersebut menunjukkan bahwa Instagram mempengaruhi praktik pengasuhan secara selektif. Para Ibu mempraktikkan konten yang dianggap sesuai, tetapi tetap melibatkan refleksi, uji coba dan kadang juga koreksi. Ini menunjukkan bahwa gratifikasi tidak hanya diperoleh dari konsumsi informasi tetapi juga dari penerapannya yang berhasil dan relevan secara kontekstual.

### **Pembahasan Teoretis dan Diskusi**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Ibu Milenial memanfaatkan media sosial Instagram dalam praktik pengasuhan anak, dengan menggunakan pendekatan teoritis *Uses and Gratifications Theory* (UGT) dan *Social Influence Theory* (SIT). Kedua pendekatan ini dipilih karena mampu menjelaskan secara komprehensif motif individual sekaligus pengaruh sosial yang melekat dalam penggunaan media digital.

Secara umum, temuan dari enam informan menunjukkan bahwa penggunaan Instagram oleh Ibu Milenial mencerminkan berbagai kebutuhan personal sebagaimana dijelaskan dalam kerangka UGT. Para informan menggunakan Instagram untuk memperoleh pengetahuan baru seputar pengasuhan, mendapatkan hiburan, menjalin koneksi sosial, serta mengekspresikan diri sebagai seorang ibu. Instagram menjadi sarana untuk mencari informasi mengenai teknik parenting, memahami tumbuh kembang anak, hingga menemukan cara menghadapi situasi emosional yang kompleks dalam keseharian sebagai orang tua.

Namun demikian, pola penggunaan media tersebut tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial yang melingkupinya. Di sinilah kerangka SIT menjadi penting untuk melengkapi analisis. Dalam interaksinya dengan konten dan komunitas di Instagram, para Ibu tidak sekadar menjadi konsumen pasif. Mereka juga menunjukkan bentuk-bentuk pengaruh sosial seperti *compliance* (mengikuti tren atau gaya parenting populer), *identification* (meniru tokoh atau influencer yang dianggap ideal), dan *internalization* (mengadopsi nilai-nilai tertentu sebagai prinsip pengasuhan pribadi). Sebagaimana disampaikan oleh salah satu informan:

*“Awalnya cuma lihat-lihat, tapi lama-lama saya jadi percaya kalau pola asuh itu memang harus sesuai karakter anak. Dan saya ambil prinsip itu dari konten di Instagram.” (Informan 1)*

Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan untuk menerapkan pola pengasuhan tertentu bukan semata hasil refleksi individual, melainkan juga bagian dari proses negosiasi sosial yang berlangsung dalam ruang digital. Norma-norma yang terbentuk dalam komunitas, figur publik yang diikuti, serta interaksi antarpengguna menjadi sumber pengaruh yang membentuk cara berpikir dan bertindak para Ibu Milenial dalam mendidik anak.

Secara tematik, penelitian ini mengidentifikasi beberapa pola umum. Pertama, motivasi penggunaan Instagram cenderung serupa antar-informan, yakni untuk memperoleh informasi, merasa terhubung dengan sesama ibu, dan mencari hiburan yang relevan dengan dunia pengasuhan. Namun, intensitas penggunaan berbeda-beda tergantung pada latar belakang pekerjaan, usia anak, serta preferensi pribadi. Informan 1 dan Informan 2, misalnya, menunjukkan penggunaan yang lebih aktif dan intensif dibanding Informan 5 atau Informan 6 yang bersikap lebih selektif dalam mengakses konten.

Kedua, Instagram berfungsi sebagai ruang belajar sekaligus ruang dukungan emosional. Para Ibu memperoleh tidak hanya informasi, tetapi juga rasa validasi bahwa tantangan yang

mereka hadapi bukanlah pengalaman yang unik atau menyimpang. Melalui komentar, unggahan, dan cerita sesama pengguna, terbentuk semacam “komunitas afektif tak langsung” yang memberikan rasa solidaritas dan semangat.

Ketiga, meskipun terpapar pada berbagai tren dan figur parenting di media sosial, para informan tetap menunjukkan sikap kritis. Mereka menyaring informasi, menyesuakannya dengan kebutuhan dan karakter anak, serta menolak beberapa prinsip yang dianggap tidak sesuai. Proses ini menunjukkan adanya agensi pengguna dalam menavigasi arus informasi digital, serta mengonfirmasi bahwa Ibu Milenial adalah konsumen media yang aktif dan reflektif.

Keempat, tekanan sosial dalam media digital juga muncul dalam bentuk *social comparison* dan *fear of missing out* (FOMO). Sebagian informan mengaku merasa tertekan ketika membandingkan diri dengan “Ibu ideal” di Instagram yang terlihat sempurna. Namun, tekanan ini tidak selalu berdampak negatif; dalam beberapa kasus justru memotivasi mereka untuk memperbaiki diri atau memperkaya strategi pengasuhan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan Instagram oleh Ibu Milenial dalam pengasuhan anak merupakan hasil dari interaksi kompleks antara kebutuhan personal dan pengaruh sosial digital. Media sosial tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga arena negosiasi identitas, nilai, dan solidaritas keibuan. Dengan demikian, pendekatan teoritis ganda dari UGT dan SIT mampu memberikan pemahaman yang lebih utuh terhadap dinamika pengasuhan di era digital.

## SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Penelitian ini mengungkap bahwa media sosial Instagram memainkan peran signifikan dalam praktik pengasuhan Ibu Milenial di Indonesia. Dengan pendekatan *Uses and Gratifications Theory* (UGT), temuan menunjukkan bahwa para ibu secara aktif memanfaatkan Instagram untuk memenuhi beragam kebutuhan, mulai dari memperoleh informasi seputar pengasuhan, meredakan stres emosional, membangun koneksi sosial, hingga mengekspresikan identitas keibuan secara digital. Instagram bukan sekadar platform berbagi konten visual, tetapi telah bertransformasi menjadi ruang belajar terbuka dan ruang dukungan emosional. Para ibu tidak hanya mengonsumsi konten, melainkan juga menyaring, menilai, dan menerapkan informasi secara selektif sesuai dengan nilai, konteks keluarga, dan karakter anak.

Melalui kerangka *Social Influence Theory* (SIT), penelitian ini juga menunjukkan bahwa interaksi para ibu dengan konten dan komunitas digital mencerminkan adanya pengaruh sosial yang kompleks. Mekanisme *compliance*, *identification*, dan *internalization* tampak jelas dalam cara ibu mengikuti tren parenting, meniru tokoh panutan, serta mengadopsi nilai-nilai yang mereka yakini relevan. Proses ini memperlihatkan bahwa pengasuhan digital bersifat dialogis—melibatkan agensi personal dan dinamika sosial dalam ruang media yang cair dan terus berkembang.

Dengan demikian, Instagram tidak hanya menjadi alat bantu pengasuhan, tetapi juga arena pembentukan identitas keibuan, pembelajaran sosial, dan negosiasi nilai dalam keluarga modern.

### Implikasi

Implikasi Teoretis. Penelitian ini memperkaya pemahaman tentang penggunaan media sosial dalam konteks pengasuhan dengan menggabungkan perspektif UGT dan SIT secara integratif. Hasilnya menegaskan bahwa motivasi individual dan pengaruh sosial tidak bisa

dipisahkan dalam menjelaskan perilaku bermedia. Pendekatan ini membuka peluang untuk pengembangan studi interdisipliner yang mengaitkan komunikasi digital, psikologi pengasuhan, dan sosiologi keluarga.

Implikasi Praktis. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi berbagai pihak. Bagi edukator parenting dan psikolog, Instagram dapat dimanfaatkan sebagai kanal strategis untuk menyampaikan informasi yang kredibel, empatik, dan mudah diakses. Bagi pembuat konten parenting, diperlukan sensitivitas terhadap keberagaman konteks ibu, serta upaya membangun narasi yang otentik, realistis, dan memberdayakan, bukan semata menampilkan citra sempurna. Dan bagi para ibu milenial, hasil studi ini menjadi pengingat pentingnya literasi digital—yakni kemampuan untuk memilah informasi, menyadari tekanan sosial digital, dan membangun praktik pengasuhan yang reflektif dan berbasis nilai pribadi.

Penelitian ini juga menyarankan perlunya penguatan dukungan komunitas daring yang inklusif dan saling menguatkan, sebagai alternatif dari keterbatasan dukungan sosial dalam kehidupan nyata.

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2024, February 7). Pengguna internet di Indonesia meningkat di 2024 [Press release]. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/berita/d/pengguna-internet-di-indonesia-meningkat-di-2024>
- Black, K. J., Cunningham, C. J., Gillespie, D. L., & Wyatt, K. D. (2022). Understudied social influences on work-related and parental burnout: social media-related emotions, comparisons, and the “do it all discrepancy”. *Frontiers in Psychology*, 13, 977782.
- Chae, J. (2017). Virtual makeover: Selfie-taking and social media use increase selfie-editing frequency through social comparison. *Computers in Human Behavior*, 66, 370-376.
- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). Social influence: Compliance and conformity. *Annual Review of Psychology*, 55(1), 591–621. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.142015>
- Frey, E., Bonfiglioli, C., Brunner, M., & Frawley, J. (2022). Parents’ use of social media as a health information source for their children: a scoping review. *Academic pediatrics*, 22(4), 526-539.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The public opinion quarterly*, 37(4), 509-523.
- Kaye, B. K., & Johnson, T. J. (2002). Online and in the know: Uses and gratifications of the web for political information. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(1), 54–71. [https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4601\\_4](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4601_4)
- Kelman, H. C. (1958). Compliance, identification, and internalization three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*, 2(1), 51-60.
- Livingstone, S., & Third, A. (2017). Children and young people’s rights in the digital age: An emerging agenda. *New media & society*, 19(5), 657-670.
- Lariscy, W. R., Tinkham, S. F., & Sweetser, K. D. (2011). Kids these days: Examining differences in political uses and gratifications, internet political participation, political information efficacy, and cynicism on the basis of age. *American Behavioral Scientist*, 55(6), 749-764.
- Madge, C., Meek, J., Wellens, J., & Hooley, T. (2009). Facebook, social integration and informal learning at university: ‘It is more for socialising and talking to friends about work than for actually doing work’. *Learning, Media and Technology*, 34(2), 141–155. <https://doi.org/10.1080/17439880902923606>
- Marasli, M., Suhendan, E., Yilmazturk, N. H., & Cok, F. (2016). Parents’ shares on social networking sites about their children: Sharenting. *The Anthropologist*, 24(2), 399-406.
- Marciano, L., & Viswanath, K. (2023). Social media use and adolescents’ well-being: A note on flourishing. *Frontiers in Psychology*, 14, 1092109. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1092109>

- Moon, R. Y., Mathews, A., Oden, R., & Carlin, R. (2019). Mothers' perceptions of the internet and social media as sources of parenting and health information: Qualitative study. *Journal of Medical Internet Research*, 21(7), e14289. <https://doi.org/10.2196/14289>
- Murugesan, S. (2007). Understanding Web 2.0. *IT professional*, 9(4), 34-41.
- Reid Chassiakos, Y. L., Radesky, J., Christakis, D., Moreno, M. A., Cross, C., Hill, D., ... & Swanson, W. S. (2016). Children and adolescents and digital media. *Pediatrics*, 138(5).
- Setyastuti, Y., Ratna Suminar, J., Hadisiwi, P., & Zubair, F. (2019). Millennial moms: Social media as the preferred source of information about parenting in Indonesia. <https://repositori.uin-suka.ac.id/handle/123456789/32709>
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative market research: an international journal*, 16(4), 362-369.
- Williams, D. L., Crittenden, V. L., Keo, T., & McCarty, P. (2012). The use of social media: an exploratory study of usage among digital natives. *Journal of Public Affairs*, 12(2), 127-136.