

# BAB I

## PENDAHULUAN

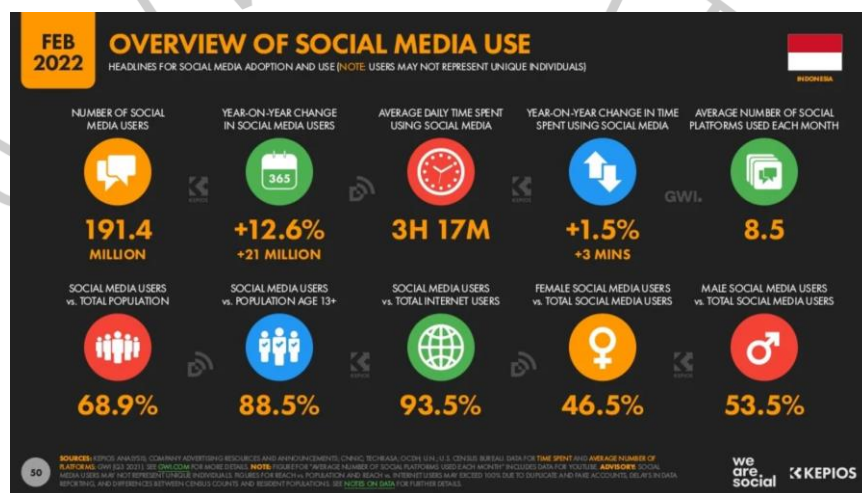
### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi merupakan salah satu hal yang tidak bisa dihindari di era digitalisasi saat ini. Setiap inovasi yang diciptakan pastinya memiliki sisi positif bagi kehidupan manusia saat ini. Kemajuan teknologi tentunya membawa berbagai kemudahan serta terobosan terbaru yang membawa kemudahan dalam membantu aktivitas manusia. Selain itu manusia juga dapat merasakan berbagai manfaat dari inovasi teknologi yang muncul saat ini (Ngafifi, 2014). Kemajuan IPTEK turut berdampak besar pada bidang telekomunikasi (Bakti Komifo, 2019). Kemunculan internet menjadi salah satu bukti dari kemajuan teknologi di era digital saat ini. Kehadiran internet memiliki kaitan erat dengan kemunculan new media. Hal ini dapat terlihat dari kelebihanannya dalam menampilkan banyak informasi (Sugiarto, 2022). Adanya internet, menjadi salah satu awal kemunculan dari lahirnya media sosial.

Media sosial adalah ruang virtual yang digunakan sebagai sarana untuk saling terhubung satu sama lain kapan pun dan dimanapun (Bakti Kominfo, 2022). Media sosial dapat dikatakan juga sebagai media telekomunikasi untuk berinteraksi di jejaring sosial. Media sosial sendiri memiliki karakteristik yang menjadi pembeda dengan media lainnya, Adapun karakteristik dari media sosial yaitu jaringan (*network*), informasi (*information*), arsip (*archive*), interaksi (*interactivity*), simulasi sosial (*simulation of society*), penyebaran, (*share/sharing*) dan konten oleh pengguna (*user-generated-content*) (Nasrullah, 2016). Kehadiran media sosial ditengah-tengah kehidupan masyarakat menawarkan berbagai kemudahan bagi para penggunanya untuk mengakses, memperoleh, dan membagikan informasi secara cepat, mudah, murah, dan tanpa adanya batasan (Suyanto, 2016). Mengakses media sosial dapat menjadi salah satu kebutuhan individu untuk memenuhi kebutuhan informasi sehari-hari.

Setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dan terdapat berbagai cara yang akan dilakukan oleh individu dalam memenuhi kebutuhannya.

Salah satu kebutuhan individu yang harus terpenuhi setiap harinya yaitu kebutuhan informasi. Kebutuhan informasi merupakan suatu kebutuhan yang dimiliki setiap individu yang didasari atas keingintahuan dan muncul kesadaran terkait pentingnya informasi untuk mengatasi suatu permasalahan sehari-hari (Kurnia, dkk, 2018). Di era digital saat ini masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi dari berbagai media baik media massa, media elektronik, hingga media sosial (Kurnia, dkk, 2018). Kehadiran media sosial ditengah masyarakat menjadi salah satu tren baru dimana pengguna dapat memperoleh informasi melalui media sosial.



Gambar 1.1. Data Aktif Pengguna Media Sosial di Indonesia (We Are Social, 2022)

Berdasarkan data yang diperoleh dari We Are Social (2022) pengguna media sosial aktif di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2022 pengguna aktif media sosial sebanyak 191,4 juta pengguna (Riyanto, 2022). Sedangkan pada tahun 2021 jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 170 juta. Jumlah kenaikan selama satu tahun yaitu sebesar 12,6 persen. (Riyanto, 2022). Berdasarkan total penduduk Indonesia sebanyak 68,9% penduduk Indonesia telah menggunakan media sosial. Contoh media sosial yang kerap digunakan sehari-hari yaitu Whatsapp, Facebook, Youtube, Instagram, TikTok, Telegram, Twitter, Line, dan media sosial lainnya (Annur, 2022).

Melalui survey yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) dan Kominfo pada survey yang berjudul “Status Literasi Digital di Indonesia 2021” bahwa sebanyak 73% masyarakat memilih menggunakan media sosial untuk

mendapatkan informasi (Vania, 2022). Salah satu media sosial yang memiliki popularitas tinggi dikalangan masyarakat Indonesia yaitu Instagram. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah pengguna Instagram di Indonesia per Februari 2023 berjumlah 106.721.600 (NapoleonCat, 2023). Angka tersebut mengalami peningkatan disetiap bulanya. Jika dibandingkan dengan jumlah populasi penduduk di Indonesia, sebanyak 37,4% penduduk Indonesia sudah memiliki di Instagram. Berdasarkan data dari NapoleonCat, pengguna Instagram didominasi dari kalangan Millenial dan Gen Z dan mayoritas penggunanya adalah perempuan (NapoleonCat, 2023).

Kehadiran Instagram ditengah masyarat tidak hanya sebagai media yang digunakan individu untuk berbagi cerita saja, tetapi saat ini Instagram menjadi salah satu media yang dapat digunakan untuk memperoleh informasi sesuai dengan kebutuhan masing-masing penggunanya (Prayoga & Primandani, 2021). Instagram menjadi media yang kerap digemari oleh generasi milenial dikarenakan karakteristik generasi milenial yang memiliki kecenderungan untuk mencari informasi yang bebentuk visual (Putra, 2016). Informasi yang disajikan pada Instagram sangat beragam, salah satunya berkaitan dengan *parenting*. Informasi *parenting* kerap dicari dikalangan generasi milenial ketika adanya kebutuhan pribadi untuk memenuhi informasi (Pratiwi dkk, 2022).

Saat ini, banyak sekali akun-akun di Instagram menyajikan informasi berkaitan dengan *parenting*. Hal ini dikarenakan adanya perubahan konsumsi dikalangan generasi milenial dalam mengakses informasi yang bersifat daring, khususnya media sosial (Rised, 2021). Selain itu terdapat juga faktor dimana alasan generasi milenial khususnya orang tua milenial dalam mengakses informasi *parenting* dari media sosial dikarenakan adanya rasa ketidakpuasan dikalangan orang tua membaca teori-teori terkait *parenting* melalui buku atau dari majalah (Jati, 2021)

Berdasarkan survei online yang dilakukan oleh The Asian Parent dan Ticked Media menyatakan bahwa Instagram menjadi media sosial yang paling sering digunakan dikalangan ibu milenial di Indonesia (Sarosa, 2018). Sekitar 34 persen ibu yang menggunakan Instagram menghabiskan waktu sekitar 1-3 jam per hari untuk bermain media sosial untuk memperoleh informasi yang berkaitan

tentang *parenting*. Menurut Putria Fitri, kegemaran ibu milenial memilih Instagram sebagai media favorit dikarenakan ibu memiliki ketertarikan pada sesuatu yang berbentuk visual dibandingkan kata-kata (Sarosa, 2018).



Gambar 1.2. Konten parenting yang disajikan oleh beberapa akun parenting Indonesia (Ibupedia, Talkparenting, Parenttalk, Parenting Indonesia, 2023)

Kegemaran orang tua milenial dalam mengakses Instagram untuk memperoleh informasi terkait *parenting*, mendorong pemilik akun-akun *parenting* di Instagram untuk menyajikan informasi dengan baik dengan menyertakan visual-visual yang dapat menarik perhatian pembaca. Konten-konten yang disajikan pastinya terkait dengan informasi *parenting* dari para ahli. Mayoritas konten yang disajikan menjelaskan terkait dengan peran keluarga dan orang tua dalam mendidik anaknya. Peran keluarga dan orang tua sangat memiliki pengaruh dalam menerapkan pola asuh pada anaknya.

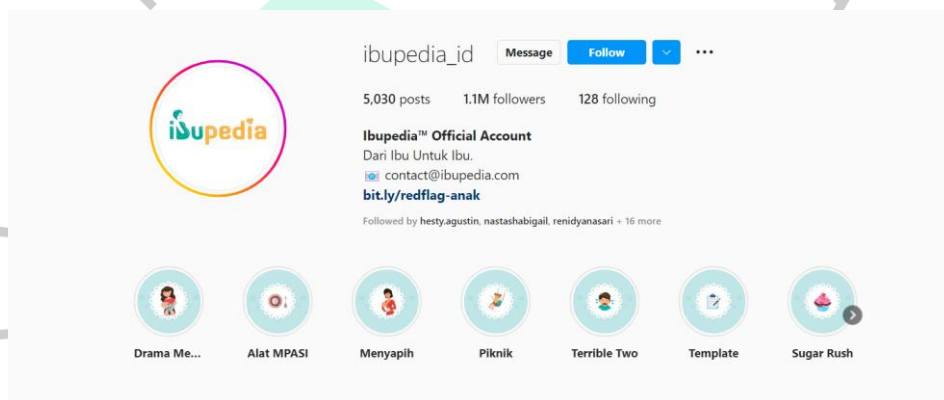
Keluarga merupakan kelompok sosial yang terbentuk akibat adanya perkawinan dan hubungan darah terdiri dari ayah, ibu, dan anak yang ditandai dengan terselenggaranya fungsi-fungsi instrumental yang mendasar dan fungsi-fungsi ekspresif keluarga (Lestari, 2016). Dalam sebuah keluarga, orang tua memiliki peran yang sangat penting dalam membangun sebuah keluarga. Selain itu, orang tua memiliki peran yang cukup penting dalam memberikan pengaruh pada tumbuh kembang anak. Orang tua berperang sebagai *caregiver* dalam sebuah keluarga, khususnya ibu yang memiliki peran sebagai *primary caregiver* (Wiratri, 2018). Berperan sebagai *caregiver* dalam sebuah keluarga, tentunya orang tua memiliki pola pengasuhan atau *parenting* tersendiri dalam mendidik dan mempengaruhi tumbuh kembang setiap anaknya. *Parenting* dapat diartikan kedalam Bahasa Indonesia yaitu pola pengasuhan anak. Menurut *Frointers in*

*Psychology*, pengertian *parenting* yaitu sebuah sikap dan perilaku yang dilakukan oleh orang tua terhadap anaknya beserta emosional yang dapat diekspresikan melalui perilaku orang tua (Putri, 2023). Menurut Jerome Kagan, *parenting* adalah serangkaian keputusan tentang sosialisasi anak yang mencakup dengan hal-hal yang dilakukan orang tua supaya anak memiliki kemampuan bertanggung jawab dan memberikan kontribusi sebagai anggota masyarakat (Putri, 2023). Dapat disimpulkan bahwa definisi *parenting* yaitu sikap atau perilaku orang tua dalam mendidik anaknya melalui ekspresi yang ditampilkan agar menciptakan sikap bertanggung jawab kepada anak.

Tujuan *parenting* menurut *American Psychological Association* (APA) yaitu memastikan keselamatan dan kesehatan anak, mempersiapkan anak untuk menghadapi masa depan yang produktif, dan mewariskan nilai-nilai budaya secara turun temurun (Putri, 2023). Gaya yang dilakukan oleh orang tua dalam mengasuh dan mendidik anak-anaknya memiliki pola dan gayanya masing-masing. Mengasuh anak di zaman sekarang dengan zaman dahulu memiliki perbedaan. Maka dari itu penting sekali peran orang tua untuk mengikuti perkembangan zaman dalam melakukan pola pengasuhan terhadap anak (Rekdaksi Klikdokter.com, 2022). Ilmu *parenting* saat ini sangat dibutuhkan dalam masa pertumbuhan dan perkembangan anak. Pentingnya ilmu *parenting* harus dimbangi dengan penerapan kedalam keluarga dikarenakan memiliki banyak manfaat diantaranya pola pengasuhan yang baik dapat menentukan tumbuh kembang anak dan dapat memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan oleh anak semasa tumbuh kembangnya (Salmiah, 2021).

Menurut (Vinayastri, 2015) penerapan *parenting* yang dapat dilakukan oleh orang tua kepada anaknya dapat dimulai pada minggu keempat kehamilan. Hal ini dikarenakan, pada periode tersebut organ pada janin sudah mulai berkembang. Memberikan pendidikan dan pola asuh yang baik sejak dalam kandungan dapat diberikan melalui stimulus berupa berkomunikasi dengan janin, membacakan buku, mengusap perut, dan melakukan gerakan-gerakan sederhana (Herliafifah, 2022). Menurut Thomas R. Verny, Ph.D dan Rene Van Carr, MD anak yang mendapatkan stimulus dari orang tuanya sejak dalam kandungan, cenderung memiliki kemampuan pendengaran, bahasa, dan motorik yang baik dibandingkan anak yang tidak mendapatkan stimulus dari orang tuanya (Morinaga, 2021)

Pentingnya ilmu *parenting* bagi orang tua, maka dibutuhkan wadah atau media yang khusus membahas konten seputar dengan literasi *parenting*. Penyebaran konten literasi mengenai *parenting* adalah sebuah bentuk upaya yang dilakukan sebagai bentuk kegiatan menyebarkan informasi serta pengetahuan yang erat kaitannya dengan berbagai macam isu terkait dengan *parenting*. Kehadiran akun *parenting* pada laman media sosial diharapkan dapat membantu para orang tua untuk mendapatkan informasi seputar *parenting* dan membuat orang tua belajar bagaimana mendidik anak agar menjadi pribadi yang bahagia dan positif (Mahmudah, 2019). Salah satu akun Instagram *parenting* yang telah memiliki banyak pengikutnya adalah @Ibupedia\_Id



Gambar 1.3. Akun Instagram @Ibupedia\_Id ([https://www.instagram.com/ibupedia\\_id/](https://www.instagram.com/ibupedia_id/))

Ibupedia merupakan salah satu pelopor *platform parenting* di Indonesia yang dibuat khusus untuk menjadi wadah untuk orang tua untuk mendapatkan informasi yang menarik terkait dengan kesehatan anak, kehamilan, keluarga, dan *parenting* (Ibupedia, 2022). Ibupedia didirikan oleh tiga orang yaitu Atalya, Budiono Salim, dan Tom Suharman. Awal mula Ibupedia berdiri berawal dari keresahan Budiono dan Tom yang pada tahun 2013 merupakan calon orang tua yang merasa kesulitan dan adanya keterbatasan dalam mencari informasi seputar *parenting* di Indonesia. Kehadiran Ibupedia sejak tahun 2013 memiliki harapan dapat menjadi pioneer, ensiklopedia bagi kalangan orang tua untuk memperoleh informasi seputar *parenting*, kehamilan, kesehatan anak, dan lain sebagainya dengan mudah.



Konten yang disajikan oleh Ibupedia dapat diakses melalui website dan juga beberapa media sosial yaitu Instagram, Tiktok, dan Youtube secara bebas. Pada akun media sosial Instagramnya @Ibupedia\_Id, jumlah pengikutnya per 17 Mei 2023 yaitu sebanyak 1.152.045 juta pengikut (Live Counts, 2023). Akun ini menyajikan berbagai macam informasi dengan pengemasan yang berbeda-beda mulai dari Instagram *story*, *video reels*, dan postingan foto di *feeds* Instagram.

Berdasarkan hasil observasi peneliti per tanggal 13 Maret 2023 oleh peneliti, terdapat beberapa akun yang serupa dengan akun yang dimiliki oleh Ibupedia yang diantaranya yaitu @anakjugamanusia yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 590 ribu pengikut. Selanjutnya @talkparenting dengan jumlah pengikut sebanyak 947 ribu pengikut. Kemudian @tuturmama.id dengan jumlah pengikut sebanyak 271 ribu pengikut. Selanjutnya @school\_of\_parenting dengan jumlah pengikut sebanyak 296 ribu pengikut. Berikutnya @rainbowcastleid dengan jumlah pengikut sebanyak 198 ribu pengikut. Dan yang terakhir yaitu @parentingindonesia dengan jumlah pengikut sebanyak 268 ribu pengikut.

Dari beberapa akun yang telah disebutkan, jumlah pengikut Instagram @Ibupedia\_Id yang paling tertinggi dan tetap aktif dalam melakukan publikasi terkait dengan literasi *parenting*. Selain itu *follower* yang terdapat di akun @Ibupedia\_Id terus meningkat setiap harinya. Per tanggal 17 Mei 2023 jumlah pengikut akun Instagram @Ibupedia\_id yaitu 1.152.045 dan peningkatan jumlah pengikutnya dalam kurun waktu satu bulan terakhir berjumlah 7950 akun. Hal ini membuktikan bahwa individu menggunakan media sosial dikarenakan untuk menjawab persoalan yang terjadi dalam lingkungan sosial ataupun psikologis. Adanya media sosial dapat dimanfaatkan untuk menyelesaikan ataupun menanggulangi permasalahan yang terjadi (Innova, 2016). Selain menjawab permasalahan psikologis dan lingkungan, alasan individu menggunakan media sosial diantaranya untuk berinteraksi, mencari informasi untuk mengedukasi diri, mengisi waktu luang, menghibur diri, dan lain sebagainya. Individu memiliki motif-motif tertentu dalam menggunakan media sosial.

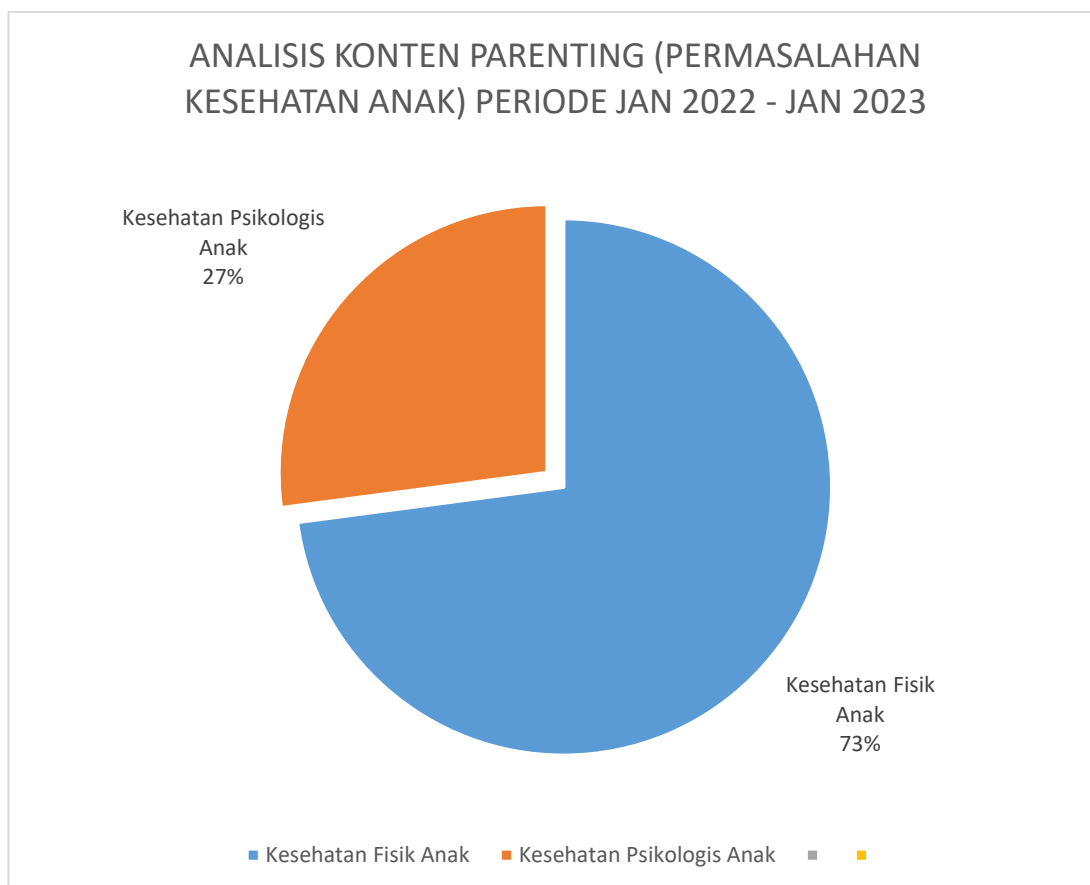
Sebagai salah satu akun Instagram yang menyajikan informasi seputar *parenting*, Ibupedia menyajikan konten seputar *parenting* dengan pengemasan yang kreatif dan menggunakan informasi dari para ahli dibidangnya. Konten yang

disajikan berbentuk gambar (*feeds*), video singkat (*reels*), hingga *live session*. Pada Instagramnya, Ibupedia tidak hanya menyajikan konten seputar *parenting* saja tetapi terdapat konten *non parenting* dan promosi. Untuk konten *parenting* mayoritas konten yang disajikan terkait cara orang tua memberikan pola asuh pada anaknya mulai dari kehamilan hingga balita, informasi tentang kesehatan anak, dan lain sebagainya. Kemudian, untuk konten *non parenting* yang disajikan pada akun @Ibupedia\_Id mayoritas membahas seputar dengan hubungan suami istri dalam keluarga. Sedangkan untuk konten promosi yang disajikan pada akun @Ibupedia\_Id biasanya konten kerjasama antara Ibupedia dengan sebuah *brand* atau promosi kegiatan *live session* yang diadakan oleh Ibupedia.

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan batasan hanya meneliti terkait dengan *parenting*. Batasan konten *parenting* yang akan dijadikan fokus penelitian yaitu berkaitan dengan permasalahan kesehatan anak dengan rentan periode konten pada Januari 2022 – Januari 2023 yang disajikan pada akun @Ibupedia\_Id. Alasan pemilihan periode tersebut karena terdapat tiga permasalahan kesehatan anak di Indonesia yang kerap dibahas sepanjang Januari 2022 – Januari 2023 pada akun Instagram @Ibupedia\_Id yang diantaranya kasus COVID-19 pada anak, permasalahan gagal tumbuh pada anak, dan isu gagal ginjal pada anak. Selain itu, berdasarkan wawancara dengan Co-Founder dari Ibupedia yaitu Atalya, beliau mengatakan bahwa pada periode Januari 2022 – Januari 2023 terdapat banyak tuntutan dari kalangan orang tua untuk meminta konten terkait dengan informasi kesehatan anak. Kemudian, alasan pemilihan isu kesehatan sebagai batasan konten *parenting* dalam penelitian ini dikarenakan kecenderungan orang tua mengakses media sosial untuk mencari informasi terkait dengan perkembangan dan kesehatan anak (Permana, dkk, 2021). Adanya batasan yang menjadi fokus penelitian serta periode waktu menjadi salah satu pembeda dengan penelitian terdahulu.



## ANALISIS KONTEN PARENTING (PERMASALAHAN KESEHATAN ANAK) PERIODE JAN 2022 - JAN 2023



Gambar 1.4. Analisis Konten Parenting Terkait Permasalahan Kesehatan Anak Periode Jan 2022 - Jan 2023

Dalam mendukung dan memperkuat pemilihan batasan konten *parenting* terkait permasalahan kesehatan anak yang dibahas pada akun @Ibupedia\_Id, peneliti telah melakukan tahapan *pre-research*. Tahapan *pre-research* dilakukan peneliti dengan melihat permasalahan kesehatan anak yang sering menjadi pembahasan pada akun @Ibupedia\_Id selama satu tahun terakhir. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Co-Founder Ibupedia yaitu Atalya yang mengatakan bahwa pada periode tersebut informasi kesehatan anak menjadi salah satu informasi yang kerap dicari dikalangan orang tua.

Data yang diperoleh pada tahapan *pre-research* sebanyak 203 konten yang disajikan pada Instagram @Ibupedia\_Id. Dalam melakukan *pre-research* peneliti membagi konten menjadi dua kategori yaitu kesehatan fisik anak dan kesehatan psikologis anak. Untuk kategori kesehatan fisik anak terdapat 148 konten atau setara dengan 73 persen yang disajikan pada Instagram @Ibupedia\_Id selama periode Januari 2022 – Januari 2023. Sedangkan untuk konten tentang kesehatan

psikologis anak terdapat 55 konten atau setara dengan 27 persen yang disajikan pada Instagram @Ibupedia\_Id selama periode Januari 2022 – Januari 2023

Dari data yang diperoleh terlihat dominasi konten kesehatan anak yang kerap dibahas pada Instagram @Ibupedia\_Id pada periode Januari 2022 – Januari 2023 yaitu berkaitan dengan kesehatan fisik anak. Pada periode tersebut konten kesehatan fisik anak yang kerap dibahas mengenai Covid-19 pada anak, kasus gagal ginjal, kasus gagal tumbuh anak, dan isu kesehatan fisik lainnya. Berdasarkan hasil analisis konten yang telah dilakukan oleh peneliti dapat dikatakan selaras dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui motif pemanfaatan media sosial Instagram @Ibupedia\_Id terhadap kepuasan pengikut @Ibupedia\_Id terkait literasi *parenting* dengan batasan terkait dengan permasalahan kesehatan dikalangan generasi milenial.

Berdasarkan dari karakteristik media sosial, generasi milenial dapat memanfaatkan Instagram sebagai media informasi terkait dengan *parenting*, melakukan diskusi dengan pengguna lainnya untuk membahas terkait dengan *parenting*, dan membagikan informasi seputar *parenting*. Selain itu kehadiran Instagram dikalangan generasi milenial dapat memenuhi kebutuhan informasi terkait dengan *parenting*. Dapat dikatakan bahwa dengan terpenuhinya karakteristik media sosial dikalangan generasi milenial serta terpenuhinya kebutuhan informasi ketika mengakses Instagram, maka akan diperoleh motif pemanfaatan media sosial terhadap kepuasan *followers* ketika mengakses media tersebut. Kemudian, adanya peningkatan pengikut akun @Ibupedia\_Id dan keaktifan dalam melakukan publikasi menjadi salah satu tanda bahwa pengguna media sosial Instagram, khususnya dikalangan generasi milenial memiliki kebutuhan informasi *parenting*. Untuk menjawab adanya motif serta kepuasan *followers* dalam mengakses suatu media, terdapat satu teori yang relevan yaitu teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratification* merupakan teori yang dirumuskan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumberg dan Michael Gurevitch pada tahun 1974 (Putri, 2023). Teori ini melihat bagaimana manusia dengan mencari sesuai media dan isu tertentu guna untuk mencari kepuasan tertentu (Putri, 2023). Menurut West pada (Putri, 2023), teori *Uses and Gratification* menilai bahwa manusia aktif dikarenakan mampu

dalam mempelajari serta melakukan evaluasi berbagai jenis media untuk tujuan komunikasi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Uses and Gratification* sebagai landasan untuk melakukan penelitian.

Berangkat dari latar belakang yang telah dijabarkan, penelitian ini akan mengkaji bagaimana peran Instagram dapat memberikan kepuasan berdasarkan dari karakteristik media sosial yang dikaitkan dengan adanya kebutuhan informasi dikalangan generasi milenial terkait literasi *parenting*. Pada penelitian ini memiliki fokus utama yaitu pada sebuah akun media sosial Instagram yang mempublikasikan informasi seputar *parenting* yaitu @Ibupedia\_Id dengan batasan penelitian yaitu konten *parenting* yang berkaitan dengan permasalahan kesehatan anak pada rentan waktu Januari 2022- Januari 2023. Berbagai kajian literatur penelitian yang menggunakan teori *Uses and Gratification* dijadikan sebagai penelitian terdahulu dalam penelitian ini.

Penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Behome.ID Terhadap Kepuasan *Followers* Dalam Menggunakan Layanan Kesehatan Mental” yang diteliti oleh Refita Devi Listya Suwono pada tahun 2021 (Suwono, 2021). Penelitian ini menunjukkan bahwa motif penggunaan media sosial Instagram Behome.Id terhadap kepuasan *followers* dalam menggunakan layanan kesehatan mental memiliki nilai yang positif dan memiliki korelasi antara kedua variabelnya. Pada penelitian ini motif tertinggi yang dimiliki oleh, yaitu motif informasi sedangkan untuk dimensi kepuasan tertinggi yang dirasakan oleh pengikut, yaitu ketersediaan merekomendasikan.

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @sisilism Terhadap Kepuasan *Followers* Terkait *Sex Education*” yang diteliti oleh Felicia Clairine dan Widaytmoko di tahun 2019 (Clairine @Widyatmoko, 2019). Penelitian ini meneliti tentang motif penggunaan media sosial terhadap kepuasan pengikut terkait dengan *sex education* yang ditampilkan pada laman Instagram @sisilism. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengikut mengenai *sex education*. Dimensi motif identitas pribadi dan motif informasi merupakan motif yang memiliki pengaruh yang cukup tinggi terhadap kepuasan.

Dari kedua penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa motif pengguna media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengikut. Terdapat dimensi motif informasi dan identitas yang memiliki pengaruh cukup tinggi. Berangkat dari latar belakang yang telah dijabarkan, penelitian ini akan mengkaji terkait bagaimana peran media sosial khususnya Instagram dapat memberikan kepuasan bagi para penggunanya. Penelitian ini memiliki fokus utama yaitu pada sebuah akun media sosial Instagram yang mempublikasikan informasi seputar *parenting* yaitu @Ibupedia\_Id dengan batasan penelitian yaitu konten *parenting* yang berkaitan dengan permasalahan kesehatan anak pada rentan waktu Januari 2022- Januari 2023.

Munculnya akun yang menyajikan informasi seputar *parenting* pada media sosial Instagram yaitu @Ibupedia\_Id, peningkatan jumlah pengikut, keaktifan publikasi, serta keterkaitan karakteristik media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi dikalangan generasi milenial menjadi salah satu hal yang menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian dari fenomena tersebut dengan menggunakan teori *Uses and Gratification* dengan batasan konten *parenting* yang menjadi fokus penelitian yaitu terkait permasalahan kesehatan anak Indonesia periode Januari 2022 – Januari 2023. Maka dari itu peneliti akan mengkaji penelitian yang berjudul “Pengaruh Motif Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Kepuasan *Followers* Terkait Literasi *Parenting* (Studi Korelasi Instagram @Ibupedia\_Id Periode Januari 2022 – Januari 2023 pada Generasi Milenial)”. Penelitian ini nantinya akan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif untuk menjawab fenomena tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adanya perkembangan teknologi saat ini dapat mempermudah pencarian literasi mengenai *parenting*. Berangkat dari judul dan fenomena yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang, maka dirumuskan masalah penelitian ini yaitu “Seberapa besar pengaruh motif pemanfaatan media sosial Instagram @Ibupedia\_Id terhadap kepuasan *followers* terkait dengan literasi *parenting* pada periode Januari 2022 – Januari 2023 dikalangan milenial?”

### 1.3 Tujuan Penelitian

Megacu dari rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengukur dan menggambarkan seberapa besar pengaruh motif pemanfaatan media sosial Instagram @Ibupedia\_ID terhadap kepuasan *followers* terkait literasi *parenting* pada periode Januari 2022 – Januari 2023 dikalangan generasi milenial.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memerikan manfaat ke beberapa pihak yang diantaranya sebaga berikut:

#### 1.4.1. Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terutama penelitian yang akan meneliti tentang penggunaan teori *Uses and Gratification* seta penelitian yang mengkaji mengenai media sosial Instagram.
2. Penelitian ini, diharapkan dapat memperkaya kajian dibidang komunikasi khususnya penelitian tentang pemanfaatan teknologi khususnya media sosial Instagram untuk memperoleh kepuasan dalam mencari informasi
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana untuk mernambah dan meningkatkan ilmu pengetahuan dibidang komunikasi dan media baru.

#### 1.4.2. Manfaat Praktis

Untuk manfaat praktis dari penelitian ini yaitu bagi pembaca pengelola akun media sosial Instagram. Bagi pembaca diharpakdan dapat dijadikan bahan bacaan untuk menambah wawasan terkait dengan pengaruh motif pemanfaatan dari media sosial Instagram terhadap kepuasan *followers* pada suatu akun tertentu. Kemudian manfaat bagi pengelola akun media Instagram diharapkan dapat memperkaya

publikasi konten yang sesuai dengan kebutuhan para pengikut untuk memperoleh kepuasan informasi pada aku media sosial yang dikelola terkait dengan literasi *parenting*.

