

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melakukan beberapa riset untuk mencari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian saat yang sedang diteliti. Terdapat tiga penelitian terdahulu yang memiliki kesesuaian dan berkaitan dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini. Ketiga penelitian ini memiliki kaitan dan kesesuaian dengan penelitian terdahulu baik dari segi variabel, teori, konsep, maupun objek.

Ketiga penelitian terdahulu telah disusun berdasarkan metodologi yang digunakan, kesimpulan, saran, serta perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini. Ketiga penelitian terdahulu akan dijadikan sebagai rujukan sebagai referensi studi yang nantinya akan digunakan menjadi pembanding ataupun pedoman penelitian. Berikut adalah penelitian terdahulu yang akan dijadikan sebagai acuan penelitian.

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul Penulis Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan Dengan Skripsi Ini
1	Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Behome.ID Terhadap Kepuasan <i>Followers</i> Dalam Menggunakan Layanan Kesehatan Mental Refita Devi Listya Suwono 2021	Universitas Negeri Surabaya	Kuantitatif	Terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan antara motif penggunaan media sosial Instagram Behome.Id terhadap kepuasan <i>followers</i> dalam menggunakan layanan kesehatan mental	Pada penelitian ini peneliti menjabarkan 3 kategori saran yaitu Broken Home Indonesia, saran bagi peneliti selanjutnya, dan saran bagi masyarakat	Perbedaan dari penelitian yang dilakukan peneliti yaitu dari penggunaan objek penelitian. Objek penelitian yang digunakan yaitu media sosial yang membahas terkait kesehatan mental dan sedangkan objek penelitian saat ini menggunakan media sosial yang membahas terkait dengan <i>parenting</i> .
2	Pengaruh Motif Pemanfaatan	Universitas Pembangunan Jaya	Kuantitatif	Terdapat adanya pengaruh antara motif	Diharapkan pengelola media sosial Instagram	Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif

	Media Sosial Terhadap Kepuasan <i>Followers</i> Terkait Literasi Feminisme (Studi Korelasi Instagram @Indonesiafeminis pada <i>Followers</i> Generasi <i>Millennial</i>) Alfin Sugiarto 2022			pemanfaatan terhadap kepuasan <i>followers</i> yang tergolong sangat kuat. Dimensi tertinggi pada variabel X yaitu motif informasi sedangkan untuk variabel Y yaitu kepuasan informasi.	@Indonesia feminis dapat terus aktif dalam mempublikasikan informasi mengenai literasi feminisme dan dapat mengembankan dan memperkaya variasi tampilan penyajian konten literasi feminisme agar dapat terpenuhi motif dimensi lainnya.	GS dan GO penggunaan media Instagram dengan Studi kasus, sedangkan penelitian ini ingin melihat pengaruh motif terhadap kepuasan <i>followers</i> Instagram terkait literasi <i>parenting</i>
3	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @HumasBDG Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Followers</i> Agnes Pertiwi Sutrisno & Ira Dwi Mayangsari 2021	Universitas Telkom	Kuantitatif	Terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @HumasBDG terhadap pemenuhan kebutuhan informasi yang dibuktikan dengan adanya signifikansi pengaruh yang diberikan variabel X yaitu penggunaan media sosial terhadap variabel Y kebutuhan informasi	Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan keilmuan dalam penelitian selanjutnya.	Konteks penelitian yang dilakukan sebelumnya ingin melihat terkait dengan penggunaan media sosial terhadap kebutuhan informasi. Sedangkan penelitian ini ingin melihat motif memanfaatkan sosial media terhadap kepuasan <i>followers</i> .

Terdapat 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 meneliti tentang motif penggunaan media sosial terhadap kepuasan *followers* terkait dengan layanan kesehatan mental. Dari penelitian ini diperoleh hasil dimensi motif penggunaan media sosial Instagram @Behome.ID berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

followers mengenai layanan kesehatan mental. Pada penelitian ini motif tertinggi yang dimiliki oleh *followers*, yaitu motif informasi sedangkan untuk dimensi kepuasan tertinggi yang dirasakan oleh *followers*, yaitu ketersediaan merekomendasikan. Berkaitan dengan penelitian ini, terdapat perbedaan dari segi penggunaan objek penelitian yang dimana objek penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu berkaitan dengan *parenting*. Kemudian adanya batasan periode yang digunakan sebagai objek penelitian menjadi salah satu pembeda dengan penelitian terdahulu. Output dari penelitian ini ingin melihat motif manakah yang mempengaruhi kepuasan dengan hasil tertinggi, apakah nantinya hasil yang diperoleh akan serupa atau memiliki perbedaan.

Berikutnya terdapat penelitian dari Sugiarto (2022) yang berjudul “Pengaruh Motif Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Kepuasan *Followers* Terkait Literasi Feminisme (Studi Korelasi Instagram @Indonesiafeminis pada *Followers* Generasi Millennial)” Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu terdapat adanya pengaruh antara motif pemanfaatan terhadap kepuasan *followers* yang tergolong sangat kuat. Dimensi tertinggi pada variabel X yaitu motif informasi sedangkan untuk variabel Y yaitu kepuasan informasi. Pada penelitian ini, terdapat perbedaan dari segi penggunaan objek penelitian yang dimana objek penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu berkaitan dengan *parenting*. Kemudian adanya batasan periode yang digunakan sebagai objek penelitian menjadi salah satu pembeda dengan penelitian terdahulu

Terakhir, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Sutrisno & Mayangsari (2021) yang melakukan penelitian terkait “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @HumasBDG Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*”. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini ditemukan adanya signifikansi penelitian yang menyatakan bahwa adanya pengaruh antara variabel X dengan Y yang mana terdapat adanya pengaruh penggunaan media sosial @HumasBDG terhadap pemenuhan informasi. Perbedaan dengan penelitian saat ini yaitu penelitian ini ingin mengetahui terkait dengan pengaruh motif pemanfaatan media sosial terhadap kepuasan *follower* @Ibupedia_Id terkait literasi *parenting* dengan adanya batasan periode yang menjadi salah satu pembeda dari penelitian terdahulu. Output

penelitian ini ingin melihat motif manakah yang dapat mempengaruhi kepuasan dengan hasil tertinggi

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1 Komunikasi Media Baru

Kehadiran teknologi, informasi, dan komunikasi yang saat ini semakin menunjukan kemajuannya, hal ini menjadikan proses komunikasi jauh lebih mudah dan efektif serta pemanfaatan internet dalam lingkup masyarakat sudah tidak menjadi hal yang asing lagi digunakan untuk menjadi alat komunikasi (Feroza & Misnawati, 2020). Media baru merupakan media yang dipengaruhi kehadiran teknologi yang mana pada era digital saat ini media baru telah menghadirkan *platform* yang langsung, cerdas, informatif, serta interaktif guna menghasilkan sebuah ruang diskusi baru (Nugroho, 2020).

Media Baru atau *New Media* menurut Denis McQuail pada (Innova, 2016) yaitu media yang terbentuk karena adanya inovasi yang dikembangkan yang melibatkan interaksi manusia dengan komputer dan internet. *New Media* atau media baru juga dapat didefinisikan sebagai alat atau sarana komunikasi yang menggunakan teknologi digital. *New Media* muncul akibat adanya berbagai macam inovasi yang dikembangkan dari media lama yang sudah kurang relevan untuk perkembangan teknologi saat ini.

Kecanggihan yang ditawarkan pada era digital saat ini, mendukung berbagai isu sosial ataupun isu lainnya disebarkan secara luas dan cepat agar dapat dikonsumsi oleh publik luas. Salah satu media baru yang kerap digunakan dalam berbagi informasi terkait isu sosial ataupun isu lainnya yaitu media sosial. Media sosial merupakan bagian dari media baru yang cukup dipandang oleh masyarakat saat ini (Pawaka & Choiriyati, 2020). Dapat diasumsikan bahwa segala informasi yang dibutuhkan oleh publik, semuanya tersedia dan dapat diakses secara mudah tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Adanya media baru saat ini cenderung melakukan berbagai interaksi antar sesama tanpa adanya batasan. Hal ini akibat terjadinya konvergensi suatu media

yang menjadikan seluruh hal menjadi mudah serta terintegrasi dengan baik. Peneliti menuliskan konsep komunikasi media baru dikarenakan perkembangannya menghasilkan berbagai teori baru yang salah satu contohnya teori *Uses and Gratification* yang menjadi teori utama dalam mengkaji penelitian ini. Selain itu, kehadiran media sosial sebagai bagian dari media baru yang mana seluruh publiknya dapat mengakses, memperoleh, dan mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah layaknya konten literasi *parenting* yang disajikan oleh @Ibupedia_Id melalui media sosial Instagram.

2.2.2. Media Sosial

Menurut M.L. Kent (2013) Media sosial adalah bentuk media komunikasi yang sifatnya interaktif dan memungkinkan adanya komunikasi dua arah serta inetraksi didalamnya. Sedangkan menurut Nasrullah (2017), media sosial merupakan fenomena yang muncul akibat adanya perkembangan teknologi dan inovasi dari kehadiran internet di masyarakat. Menurut Kotler and Keller (2016:42) media sosial didefinisikan sebagai alat atau cara yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk membagikan informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, dan video kepada pengguna lainnya. Melalui berbagai pandangan ahli, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah suatu bentuk media komunikasi yang muncul akibat adanya perkembangan teknologi yang digunakan untuk berinteraksi antar penggunanya baik dalam bentuk teks, gambar, audio, ataupun audiovisual yang sifatnya dua arah.

Adanya media sosial saat ini pastinya memiliki kegunaan serta fungsi yang pastinya memberikan dampak kepada para penggunanya. Fungsi media sosial diantaranya dapat untuk berkomunikasi, *branding*, sebagai tempat usaha, dan kegiatan pemasaran (Sampoerna University, 2022). Tetapi secara spesifik, fungsi dan kegunaan media sosial yaitu sebagai media yang didesai untuk memperluas interaksi sosial manusia yang terhubung dengan internet, mentransformasikan informasi dari satu sumber media ke banyak audience (*one to many*) menjadi praktik komunikasi dengan banyak audience (*many to many*) (Astuti, 2021)

Kemunculan media sosial membuat para penggunanya dapat saling mengirim pesan singkat, berbagi informasi, bertukar informasi dan terhubung

dengan komunitas di jejaring virtual (Disnakertrans NTB, 2020). Saat ini media sosial telah mengalami perkembangan dari konvensional yang sifatnya *publisher-centric*, menjadi *user-centric*, artinya setiap penggunaannya memiliki fleksibilitas dan kontrol sesuai dengan kebutuhan dan keinginan penggunanya (Quesenberry, 2019 p.8). Pemilihan media sosial dalam penelitian ini yaitu sebagai konsep penelitian dikarenakan media sosial merupakan suatu wadah dalam komunikasi media baru yang dijadikan sebagai media komunikasi untuk berinteraksi antar individu.

Adanya media sosial saat ini ditengah-tengah kehidupan manusia mendorong berbagai pihak baik individu maupun organisasi untuk memproduksi informasi agar dapat tersebar lebih cepat dan luas melalui medium internet. Kelebihan yang dimiliki media sosial dimanfaatkan oleh beberapa pihak untuk menyebarkan informasi terkait dengan literasi *parenting*. Media sosial tidak hanya berfokus dalam menyuarakan terkait dengan politik, lingkungan, dan lain sebagainya namun mengangkat isu tertentu salah satunya terkait dengan *parenting*. Seiring berjalannya waktu, media sosial telah menawarkan berbagai informasi baik tentang pengetahuan umum ataupun fenomena yang sedang terjadi saat ini (Maulhayat, 2018).

Terdapat sebuah perspektif bahwa saat ini media sosial dijadikan sebagai wadah dikalangan generasi milenial khususnya dikalangan orang tua milenial untuk memperoleh informasi terkait dengan *parenting* (Pristine & Febriani, 2021). Dengan kehadiran internet saat ini, tentunya dapat dijadikan wadah sebagai para orang tua untuk dapat memperoleh informasi dengan cepat seputar dengan keluarga *parenting* dengan mudah. Adanya media sosial dapat dijadikan sebagai ruang diskusi bagi para orang tua untuk menyalurkan pendapat dan opini.

Di dalam media sosial saat ini, bermunculan akun yang didirikan baik individu ataupun organisasi yang kerap mempublikasikan berbagai jenis konten yang membahas terkait dengan *parenting*. Penyebaran konten literasi terkait dengan *parenting* merupakan salah satu bentuk upaya untuk menyebarkan informasi serta pengetahuan terkait dengan bermacam fenomena atau isu terakait dengan *parenting*. Saat ini di Indonesia mulai bermunculan akun-akun yang kerap membahas terkait

dengan isu *parenting* baik yang dibagikan secara individu ataupun organisasi yang memiliki fokus untuk membahas terkait dengan *parenting*.

2.2.2.1.Instagram

Instagram merupakan sebuah media sosial yang berbasis aplikasi yang diluncurkan pada tahun 2010 (Shalihah, 2020). Instagram berasal dari kata “insta” atau “instan” yang terinspirasi dari sebuah jenis kamera yaitu polaroid yang dikenal dengan sebutan “foto instan”. Selain itu terdapat kata “gram” yang diambil dari kata “telegram” yang mana cara kerjanya yaitu mengirimkan informasi kepada orang lain dengan kurun waktu yang relatif singkat (Firstmedia, 2022). Jika diartikan, Instagram merupakan media sosial yang digunakan untuk mengirimkan gambar dengan waktu singkat kepada para penggunanya. Instagram memungkinkan untuk para penggunanya untuk berbagi foto dan video. Instagram merupakan aplikasi berbasis iOS, Android, dan Windows Phone. Fitur-fitur yang dimiliki Instagram yaitu Instagram *Story*, Reels, Instagram Live, Fitur *Like*, *Comment*, *Direct Message*, dan beberapa kecanggihan fitur lainnya.

Kehadiran Instagram saat ini, tidak hanya menjadi media untuk hiburan saya, tetapi kegunaan Instagram memiliki pergeseran menjadi wadah untuk membagikan pengetahuan serta edukasi kepada publik secara luas yang dapat dilakukan secara individu ataupun organisasi. Menurut (Afrilia, 2017) Instagram menjadi media sosial yang kerap dipilih dikalangan ibu muda untuk mendukung pemenuhan kebutuhan aktualisasi diri. Kehadiran *platform @Ibupedia_Id* menjadi salah satu cara untuk mendukung dan memenuhi kebutuhan orang tua khususnya dikalangan ibu untuk memperoleh informasi serta edukasi terkait dengan *parenting*. Konten yang disajikan bersifat virtual, mempermudah semua pengguna Instagram untuk mengakses informasi tanpa tekecuali.

Selain Instagram, @Ibupedia_Id hadir dalam bentuk website yaitu <https://www.ibupedia.com/>, Tiktok @Ibupedia_id, dan kanal Youtube yaitu Ibupedia. Dari ketiga platform tersebut Instagram menjadi platform yang memiliki jumlah pengunjung, konten dan pengikut tertinggi yaitu Instagram. Hal ini lah yang

membuat peneliti tertarik untuk meneliti *platform* media sosial Instagram Ibupedia untuk dijadikan sebagai objek pada penelitian ini.

Sesuai dengan penjelasan diatas, media sosial merupakan wadah untuk berkreasi dan bertukar informasi dan lain sebagainya. Selain itu, kehadiran Instagram memungkinkan penggunanya untuk membuat konten yang menarik, informatif, dan edukatif. Hal ini sesuai dengan penelitian ini dimana motif pemanfaatan media sosial Instagram @Ibupedia_Id dapat memiliki pengaruh kepada *followers* generasi milenial dalam kepuasan mencari informasi dan literasi terkait dengan *parenting*.

2.2.3. Generasi Milenial

Istilah generasi milenial merupakan istilah yang diciptakan oleh dua orang sejarawan dan penulis asal Amerika Serikat yaitu Strauss dan Neil Howe. *Millennial generation* atau generasi milenial kerap disebut sebagai generasi Y, generation me, atau *echo boomers* (Ester, 2022). Periode tahun kelahiran generasi milenial yaitu 1981 – 1996 (Kompas.com, 2021). Generasi milenial merupakan generasi yang tumbuh dimasa era internet *booming* (Putra, 2016). Hal ini dibuktikan dengan banyaknya penggunaan teknologi komunikasi instan pada zamanya. Generasi Y atau milenial menganggap teknologi merupakan bagian dari gaya hidup yang tidak dapat terpisahkan. Hal ini berdampak dari kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh manusia tidak bisa lepas dari kehadiran internet contohnya mencari informasi. Generasi ini memiliki kecenderungan mencari informasi melalui internet. Terdapat beberapa karakteristik yang dimiliki generasi milenial diantaranya:

1. Generasi milenial menjadikan teknologi sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari
2. Generasi milenial lebih percaya pada *User Generated Content* (UGC) diabadikan dengan informasi searah. UGC merupakan konten atau informasi yang dipublikasikan secara terbuka dan umum.
3. Generasi milenial lebih sering menggunakan gawainya sebagai alat komunikasi

4. Generasi milenial sangat memanfaatkan teknologi sebagai informasi yang terpercaya
5. Dalam mencari informasi, generasi milenial lebih senang mencari informasi yang bentuknya visual atau bergambar.
6. Generasi milenial menyukai tantangan, optimis, memiliki pemikiran kritis, mempunyai rasa keingintahuan yang tinggi, serta dapat menilai pengalaman pribadi

Jika dilihat dari penjelasan di atas peneliti menggunakan konsep generasi milenial memiliki keterkaitan yang kuat dalam motif pemanfaatan media sosial terhadap kepuasan. Hal ini sesuai dengan karakteristik generasi milenial yaitu menjadikan internet sebagai gaya hidup dalam mencari segala informasi. Selain itu pemilihan Generasi *Milenial* sebagai subjek penelitian selaras dengan hasil wawancara dengan Co-Founder Ibupedia yaitu Atalya yang mengatakan bahwa mayoritas pengikut dari Instagram @Ibupedia_Id didominasi oleh generasi milenial.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Co-Founder Ibupedia yaitu Atalya, ditemukan data bahwa kategori rentan usia pengikut media sosial Instagram @Ibupedia_Id didominasi oleh generasi milenial dengan rentan usia 25 – 34 tahun sejumlah 71 persen dan 35 – 44 tahun 18,4 persen. Dengan begitu, hal ini selaras dengan pemilihan subjek penelitian yaitu dikalangan orang tua milenial yang mana penelitian ini ingin melihat adanya motif pemanfaatan media sosial Instagram @Ibupedia_Id terhadap kepuasan pada pengikut generasi milenial dalam mencari informasi dan literasi terkait dengan *parenting*.

2.2.4. Literasi

Literasi memiliki beberapa arti yang diantaranya kemampuan menulis dan membaca, pengetahuan atau keterampilan dalam bidang atau aktivitas tertentu, dan kemampuan individu dalam mengolah informasi dan pengetahuan untuk kecakapan hidup. Menurut *Education Development Center (EDC)* literasi adalah kemampuan individu untuk menggunakan segenap kemampuan dan potensi yang dimiliki dalam hidupnya. Jika disimpulkan literasi adalah kemampuan atau keterampilan individu

yang dimiliki dalam hidupnya untuk mengolah informasi dan pengetahuan demi kecakapan hidup.

Ditengah terpaan informasi saat ini, literasi memiliki peran yang penting. Tujuan memiliki kemampuan literasi diantaranya (Abdillah, 2022):

1. Dapat meningkatkan pemahaman seseorang dalam mengambil kesimpulan dari informasi yang diterima agar menjadi lebih baik
2. Dapat membantu individu untuk berpikir kritis
3. Membantu dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat

Pentingnya literasi bagi kehidupan manusia dapat memberikan manfaat bagi individu ditengah masifnya informasi yang terus mengalir di era digital. Berikut beberapa deretan manfaat yang dapat diperoleh mempelajari literasi:

1. Dapat memperluas wawasan dan pengetahuan
2. Membantu dalam berpikir dan kemampuan untuk mengambil keputusan
3. Mengasah kemampuan dalam memahami informasi dari beberapa sumber bacaan
4. Meningkatkan kepekaan terhadap informasi

Berakitan dengan penelitian ini, literasi merupakan salah satu konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Konsep literasi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu literasi terkait dengan *parenting* yang disajikan dalam bentuk konten oleh akun @Ibupedia_id sebagai upaya untuk membagikan informasi terkait dengan pengetahuan *parenting*. Selain itu konsep *parenting* yang dimaksud berupa kemampuan individu dalam menyampaikan dan menerima pesan dalam bentuk wacana mengenai *parenting* berdasarkan ahli.

2.2.5. Parenting

Kata *parenting* merupakan sebuah kosa kata dari bahasa Inggris yaitu *parent* yang memiliki arti orang tua dan imbuhan *ing* yang memiliki arti sedang melakukan sesuatu. Jika disimpulkan *parenting* adalah orang yang sedang mengerjakan aktivitas sebagai orang tua (Prenagen, 2022). Secara arti sebenarnya, *parenting* merupakan sebuah ilmu yang mempelajari tentang mengasuh, membimbing, serta mendidik anak dengan cara yang baik dan benar (Prenagen, 2022).

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 masih-masing. Mengasuh anak di zaman sekarang dengan zaman dahulu memiliki perbedaan. Maka dari itu penting sekali perang 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 dimbagi 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). Untuk mencari dan mengakses informasi terkait dengan ilmu *parenting* saat ini sudah tidak susah. Di era digital saat ini, kalangan generasi milenial khususnya dikalangan orang tua milenial dapat mencari informasi terkait dengan ilmu *parenting* melalui internet. Pada saat ini banyak sekali kalangan *influencer* dan beberapa kalangan Ibu muda di Indonesia berbagai informasi seputar dengan ilmu *parenting*. Pentingnya ilmu *parenting* dikalangan generasi milenial yaitu untuk menambah informasi sebagai calon orang tua yang mana pada rentan usia generasi milenial memiliki kesesuaian dengan usia ideal untuk menikah dan memiliki anak.

Hal ini terbukti dalam sebuah penelitian yang menyatakan bahwa orang tua milenial di Indonesia khususnya ibu menunjukkan bahwa sebesar 55,40 persen orang tua milenial mencari informasi terkait dengan *parenting* melalui internet. Melalui perantara internet para orang tua milenial mengakses informasi melalui internet (Pristine & Febriani, 2021) Pada riset tersebut juga menunjukkan bahwa sebesar 66,78 persen mayoritas orang tua milenial menggunakan media sosial sebagai sumber untuk mencari informasi seputar dengan *parenting*.

Pada saat ini, banyak akun-akun di media sosial yang telah memberikan sarana kepada generasi milenial khususnya dikalangan orang tua milenial untuk mencari informasi terkait dengan ilmu *parenting*. Konten-konten yang disajikan

cukup bervariasi meliputi kesehatan, pola asuh anak, hingga pendidikan anak (Pristine & Febriani 2021). 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).

Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti melihat konsep *parenting* ialah sebagai fokus serta isi konten yang disajikan pada media sosial @Ibupedia_Id. Media sosial Instagram @Ibupedia_Id dapat menjadi salah satu media yang cukup aktif dalam membagikan informasi terkait dengan literasi *parenting*. Konten yang disajikan bervariasi serta akurasi informasi yang disajikan memiliki kredibilitas yang tinggi dikarenakan berasal dari ahli dibidangnya dan informasi yang disajikan mudah untuk dipahami. Fokus serta isi konten yang disajikan pada Instagram @Ibupedia_Id guna memenuhi kebutuhan informasi, wawasan, dan pengetahuan untuk pengikut Instagram @Ibupedia_id.

Dalam penelitian ini terdapat batasan konten *parenting* yang dijadikan sebagai fokus penelitian yaitu konten pada periode Januari 2022 – Januari 2023 seputar dengan informasi kesehatan anak. Alasan adanya batasan dalam penelitian ini yaitu agar responden memiliki kepuasan yang sama ketika mengakses konten yang disajikan pada periode tersebut. Kemudian, pada periode tersebut terdapat beberapa isu kesehatan anak di Indonesia. Terdapat 3 isu kesehatan anak yang kerap menjadi topik pembahasan di akun Instagram @Ibupedia_Id diantaranya kasus COVID-19 pada anak, kasus gagal tumbuh pada anak, hingga kasus gagal ginjal yang disebabkan oleh beberapa obat yang beredar di Indonesia.

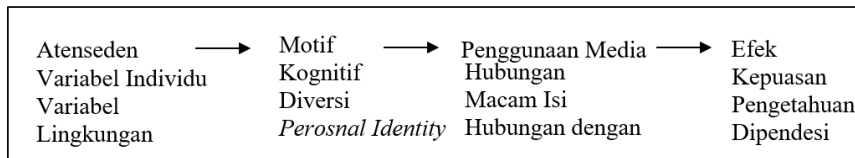
2.2.6. Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratification* merupakan sebuah teori yang berpendapat bahwa pengguna media sosial memiliki kedudukan dan peran aktif dalam memilah dan menggunakan media. Gagasan pada teori ini menunjukkan perbedaan individu

yang menyebabkan audiens mencari, menggunakan, dan memberikan tanggapan terhadap isi media dengan cara yang berbeda-beda yang disebabkan oleh faktor sosial dan psikologis yang berbeda antar individu. Dalam hal ini pengguna media menjadi pihak yang aktif dalam proses komunikasi (Littlejohn., & Foss 2018 p. 426). Teori ini pertama kali dikemukakan 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.

Teori *Uses and Gratification* menjelaskan terkait kapan dan bagaimana audiens sebagai konsumen media yang aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media. Pada teori ini pengguna media didorong akibat adanya kebutuhan dan tujuan yang telah ditentukan oleh audiens itu sendiri. Menurut dari Elihu Katz, Jay G. Blumberg dan Michael Gurevitch sebagai orang yang merumuskan, teori ini digunakan untuk meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang mana menimbulkan sebuah harapan tertentu dari media massa ataupun sumber-sumber lain yang membawa pola terpapan media dan menimbulkan adanya pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain. Terdapat beberapa asumsi-asumsi yang dibuat oleh Blumberg, Katz, dan Gurevitch pada (Muskanan., et al., 2019) diantaranya:

1. Khalayak dianggap aktif, hal ini dapat diartikan bahwa penggunaan media massa dapat diasumsikan mempunyai tujuan
2. Dalam proses komunikasi massa memiliki banyak inidiatif, hal ini bertujuan untuk mengaitkan adanya pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media yang terletak pada anggota khalayak
3. Media massa harus mampu bersai dengan media lainya utuk mampu bersai dalam memuaskan kebutuhan. Konsumsi media akan terpenuhi kebutuhanya ketika bergantung pada khalayak.
4. Terdapat beberapa tujuan pemilih media massa yang dapat disimpulkan berdasarkan data yang diberikan anggota khalayak. Poin ini memili akrti bahwa audiens dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif sesuai dengan situasi.



Gambar 2.1. Model *Uses and Gratification* (Kriyantono, 2020)

Dalam mengukur kepuasan seseorang dalam menggunakan sebuah media, teori *Uses Gratification* yang dapat digunakan yaitu teori yang dikembangkan oleh Philip Palmgreen (Kriyanto, 2012). Pada penelitian yang dikembangkan oleh Palmgreen, sama dengan teori *uses and gratification* yang dikembangkan yang lainnya yaitu memfokuskan variabel independent yang mempengaruhi penggunaan media, namun kosep yang diteliti Palmgreen tidak berhenti dengan mempertanyakan motif, tetapi penelitian dilanjutkan hingga memperoleh kepuasan yang diperoleh setelah menggunakan media tersebut. Konsep teori ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*) (Kriyanto, 2012). Penggunaan teori ini juga memunculkan teori varian *uses and gratification* yaitu teori *expectancy values* (nilai pengharapan).

Gratification Sought merupakan kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengonsumsi suatu jenis media tertentu. *Gratification Sought* adalah motif yang mendorong seseorang untuk mengonsumsi media. Dengan kata lain, *gratification sought* dibetuk dari percayaan individu dalam mengenai hal-hal apa saja yang telah diberikan oleh media dan evaluasi apa yang perlu diberikan penggunaanya terhadap isi media (Kriyantono, 2020). Sedangkan untuk *gratification obtained* adalah kepuasan nyata yang diperoleh dari individu setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain, *gratification obtained* mempertanyakan hal-hal khusus tentang apa saja yang diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau ribrik tertentu (Kriyantono, 2020).

Menurut McQuail (2011) terdapat empat kategori motif penggunaan media sebagai berikut:

1. Motif Informasi: Pada motif ini pengguna ingin mengetahui berbagai peristiwa serta kondisi yang memiliki kaitan dengan lingkungan sekitar, masyarakat, dan dunia. Selain itu pada motif ini pengguna ingin mencari bimbingan yang memiliki kaitanya dengan masalah praktis, pendapat, dan

hal-hal yang memiliki kaitanya dengan penentuan pilihan. Hal ini bertujuan untuk memuaskan rasa ingin tahu dan minat secara umum.

2. **Motif Identitas Pribadi:** Pada motif ini pengguna dikatakan memilih motif identitas pribadi apabila ingin menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan nilai pribadi diri sendiri.
3. **Motif Integrasi dan Interaksi Sosial:** Pada motif ini pengguna dikatakan memiliki motif integrasi ketika ingin memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, megidentifikasi diri dan meningkatkan rasa memiliki, menemukan bahan perkacakapan dan interaksi sosial.
4. **Motif Hiburan:** Pada motif ini dapat dikatakan pengguna memiliki motif ini apabila dapat melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kebutuhan pengguna media dapat ditentukan dari indikator motif-motif tertentu. Adanya motif informasi, motif identitas pribadi, motif inegritas dan interaksi sosial, dan motif hiburan dapat memenuhi kepuasan atau tidak kepuasan khalayak. Kepuasan diukut berdasarkan terpenuhinya motif awal yang mendasari individu dalam memilih suatu media. Terdapat empat indikati kepuasan diantaranya (Kriyantono, 2020):

1. **Kepuasan Informasi:** Pengguna dapat dikatakan memiliki kepuasan informasi ketika dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar, masyarakat, dan dunia.
2. **Kepuasan Identitas Pribadi:** Penggua dikatakan memiliki kepuasan identitas pribadi jika dapat menemukan nilai-nilai penunjang yang berkaitan dengan pribadi diri sendiri.
3. **Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial:** Pengguna dikatakan memiliki kepuasan integrasi dan interaksi sosial apabila memperoleh informasi yang berkenaan dengan empati sosial
4. **Kepuasan Hiburan:** Pengguna dikatakan memiliki kepuasan hiburan apabila pengguna dapat melepaskan diri dari permasalahan.

2.2.7. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu konsep yang digunakan oleh seorang peneliti untuk membantu dalam memberikan pernyataan terkait apa saja yang diperlukan dalam menjawab pertanyaan yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Selain itu, definisi operasional dapat digunakan oleh peneliti untuk memberikan rujukan-rujukan empiris terkait dengan apa saja yang ditemukan di lapangan untuk menggambarkan secara tepat (Purwanto dan Sulistyastuti, 2017: 18-19). Adapun definisi operasional dari penelitian ini yaitu:

2.2.7.1 Motif Pemanfaatan

Motif pemanfaatan merupakan variabel independen atau variabel X dalam penelitian ini. Motif dioperasionalkan berdasarkan konsep McQuail di dalam (Putri, 2023), yang definisi operasional konsep tersebut meliputi empat dimensi motif dalam menggunakan media untuk memenuhi kepuasan yang dicari. Dimensi motif memiliki indikator penelitian sebagai berikut:

1. Motif Informasi, dapat didefinisikan dengan indikator sebagai berikut:
 - a. Mencari informasi mengenai *parenting* yang berkaitan dengan informasi kesehatan anak pada periode Januari 2022 – Januari 2023
 - b. Mencari informasi mengenai *parenting* yang berkaitan dengan informasi kesehatan pada periode Januari 2022 – Januari 2023 untuk menjawab permasalahan yang sedang dialami
 - c. Mengakses akun media untuk memperbarui informasi mengenai *parenting* yang berkaitan dengan informasi kesehatan anak pada periode Januari 2022 – Januari 2023
 - d. Ingin menyalurkan pendapat melalui kolom komentar pada konten *parenting* yang membahas informasi kesehatan anak periode Januari 2022 – Januari 2023 pada akun media sosial.
 - e. Ingin memperoleh informasi mengenai *parenting* yang berkaitan dengan informasi kesehatan anak pada periode Januari 2022 – Januari 2023
 - f. Ingin memperoleh informasi *parenting* lainnya misal terkait informasi pendidikan anak, informasi MPASI, dan informasi lainnya

2. Motif Identitas Pribadi, dapat didefinisikan dengan indikator sebagai berikut:
 - a. Mengakses akun media sosial agar tidak tertinggal informasi mengenai *parenting* yang berkaitan dengan informasi kesehatan anak pada periode Januari 2022 – Januari 2023
 - b. Mengakses akun media sosial untuk menyesuaikan pemahaman pribadi dengan pemahaman orang lain mengenai *parenting* yang berkaitan dengan informasi kesehatan anak pada periode Januari 2022 – Januari 2023
 - c. Mengakses akun media maka akan menambah pengetahuan terkait dengan *parenting* yang berkaitan dengan informasi kesehatan anak pada periode Januari 2022 – Januari 2023
3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial, dapat didefinisikan dengan indikator sebagai berikut:
 - a. Mengakses akun media sosial pada periode Januari 2022 – Januari 2023 agar dapat menyebarkan kembali informasi mengenai *parenting* yang berkaitan dengan informasi kesehatan anak kepada lingkungan sekitar
 - b. Mengakses akun media sosial pada periode Januari 2022 – Januari 2023 agar memperoleh topik terkini tentang informasi kesehatan anak yang dapat dijadikan bahan diskusi dengan lingkungan sekitar
 - c. Mengakses akun media sosial pada periode Januari 2022 – Januari 2023 agar lebih paham terkait *parenting* yang berkaitan dengan informasi kesehatan anak
4. Motif Hiburan, dapat didefinisikan dengan indikator sebagai berikut:
 - a. Mengakses berbagai konten dalam akun media guna menghilangkan rasa kebosanan
 - b. Mengakses berbagai konten dalam akun media untuk memperoleh hiburan
 - c. Mengakses berbagai konten dalam akun media untuk mengisi waktu luang.

Motif dalam penelitian ini yaitu motif pemanfaatan yang dilakukan oleh *followers* dikalangan orang tua *milenial* dalam mengakses akun @Ibupedia_Id pada media sosial Instagram terkait dengan literasi *parenting*.

2.2.7.2 Kepuasan

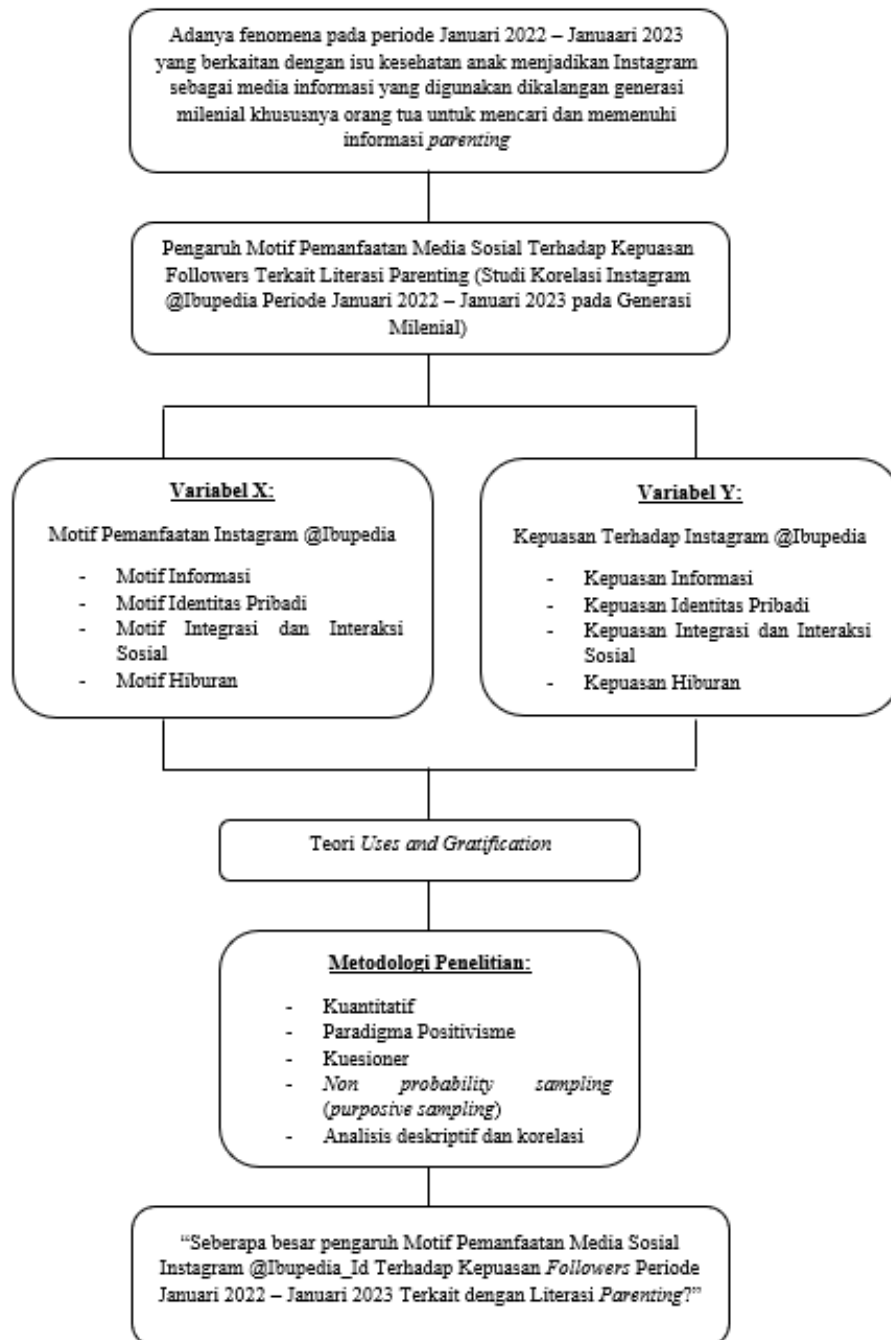
Kepuasan merupakan variabel dependena atau variabel Y dalam penelitian. Kepuasan dioperasionalisasikan berdasarkan konsep McQuail di dalam (Putri, 2023), yang definisi operasional kosep tersesebut meliputi empat dimensi kepuasan yan diperoleh dari suati media yaitu sebagai berikut:

1. Kepuasan Informasi, dpaat didefinisikan dengan indikator sebagai berikut:
 - a. Memperoleh dan memahami informasi mengenai *parenting* yang berkaitan dengan informasi kesehatan anak pada periode Januari 2022 – Januari 2023
 - b. Memperoleh jawaban dari permasalahan yang dialami terkait *parenting* yang berkaitan dengan infromasi kesehatan anak pada periode Januari 2022 – Januari 2023
 - c. Memperoleh dan memahami informasi *parenting* terbaru yang berkaitan dengan informasi kesehatan anak pada periode Januari 2022 – Januari 2023
 - d. Dapat menyalurkan pendapat pada konten *parenting* yang membahas tentang infromasi kesehatan anak pada periode Januari 2022 – Januari 2023
 - e. Terpenuhi rasa ingin tahu mengenai *parenting* yang berkaitan dengan infromasi kesehatan anak pada periode Januari 2022 – Januari 2023
 - f. Memperoleh dan memahami informasi *parenting* lainnya seperti misalnya mengenai informasi pendidikan anak, informasi MPASI dan lainnya pada peropde Januari 2022 – Januari 2023
2. Kepuasan Identitas Pribadi, dapat didefinisikan dengan indikator sebagai berikut:
 - a. Merasa terpenuhi dan tidak tertinggal akan informasi *parenting* terkait informasi kesehatan anak yang terkini pada periode Januari 2022 – Januari 2023
 - b. Dapat menyesuaikan pemahaman saya dengan pemahaman orang lain mengenai *parenting* yang berkaitan dengan informasi kesehatan anak pada periode Januari 2022 – Januari 2023
 - c. Menambah pengetahuan *parenting* yang berkaitan dengan infromasi kesehatan anak setelah mengakses akun media sosial pada periode Januari 2022 - Januari 2023

3. Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial, dapat didefinisikan dengan indikator sebagai berikut:
 - a. Memperoleh informasi *parenting* terkait dengan informasi kesehatan anak yang dapat disebarkan kembali pada lingkungan sekitar setelah mengakses akun media sosial pada periode Januari 2022 – Januari 2023
 - b. Memperoleh topik *parenting* terkini berkaitan informasi kesehatan anak yang dapat dijadikan bahan diskusi dengan lingkungan sekitar setelah mengakses akun media sosial pada periode Januari 2022 – Januari 2023
 - c. Memahami sisi perspektif *parenting* sebagai salah satu bagian terpenting dalam praktik pola asuh pada anak
4. Kepuasan Hiburan, dapat didefinisikan dengan indikator sebagai berikut:
 - a. Rasa bosan menjadi hilang setelah mengakses berbagai konten di akun media
 - b. Memperoleh hiburan setelah mengakses berbagai konten di akun media
 - c. Waktu luang menjadi terisi setelah mengakses berbagai konten di akun media

Kepuasan dalam penelitian ini yaitu kepuasan yang diperoleh oleh *followers* kalangan generasi milenial berupa motif yang terpenuhi setelah mengikuti dan membaca akun @Ibupedia_Id pada media sosial Instagram terkait literasi *parenting*.

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.2. Kerangka Berpikir

Penelitian ini berangkat dari fenomena pada periode Januari 2022 – Januari 2023 terdapat kasus kesehatan anak di Indonesia yang menjadikan Instagram sebagai media informasi dikalangan generasi milenial untuk mencari informasi seputar *parenting* yang berkaitan dengan informasi kesehatan anak. Dari fenomena tersebut, peneliti ingin melihat apakah terdapat pengaruh dari motif pemanfaatan

sosial media Instagram @Ibupedia_Id terhadap kepuasan followers @Ibupedia. Dari motif tersebut dapat dikaitkan dengan kepuasan followers terkait dengan literasi *parenting* yang disajikan pada akun Instagram @Ibupedia_Id. Variabel X pada penelitian ini yaitu motif pemanfaatan media sosial. Sedangkan untuk variabel Y yaitu kepuasan followers. Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratification. Paradigma yang digunakan positivisme dengan pendekatan kuantitatif. Dalam memperoleh data, penelitian ini akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang memiliki kriteria yang telah ditetapkan (*purposive sampling*).



