

Analisis Konten Akun Instagram @Dearmoms.id dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Parenting

Content Analysis of the Instagram Account @Dearmoms.id on Fulfilling Parenting Information Needs

Dwita Oktavani Siregar^{*}, Sutisna Riyanto

Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor, Dramaga Bogor 16680, Indonesia

^{*}E-mail korespondensi: dwitaoktavanis@gmail.com

Diterima: 19 Desember 2023 | Direvisi: 24 Desember 2024 | Disetujui: 30 Desember 2024 | Publikasi Online: 02 Januari 2025

ABSTRACT

The use of Instagram as an information medium is marked by the presence of many community accounts that focus on sharing information, including parenting information. The purpose of this study was to analyze the content of the Instagram account @dearmoms.id in meeting the needs for parenting information and its relationship with individual factors and social media usage. This research employed a quantitative approach and was supported by qualitative data. The methods used in this study were a survey method and content analysis of the @dearmoms.id Instagram account. Respondents and content were selected using a nonprobability sampling method with purposive sampling techniques. The results of the study show that the Instagram content of @dearmoms.id has not fully met the information needs of its followers because there is no match between the ranking of the frequency of uploading content and the ranking of the interests of its followers' parenting information. Individual factors that are significantly related to the fulfillment of information needs are the age status of the child. The use of social media related to the fulfillment of parenting information needs is attention.

Keywords: Instagram, information needs, parenting

ABSTRAK

Penggunaan media Instagram sebagai media informasi ditandai dengan banyak ditemukannya akun-akun komunitas yang berfokus untuk membagikan informasi, salah satunya informasi parenting. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis konten akun Instagram @dearmoms.id dalam memenuhi kebutuhan informasi parenting dan bagaimana hubungannya dengan faktor individu dan penggunaan media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan didukung dengan data kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi konten akun Instagram @dearmoms.id dan survei terhadap ibu-ibu followers akun Instagram tersebut. Subjek konten Instagram @dearmoms.id dan responden ibu-ibu followers dipilih dengan menggunakan metode nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan konten Instagram @dearmoms.id belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya karena tidak terdapat kesesuaian antara susunan rank frekuensi unggahan konten dengan susunan rank kepentingan informasi parenting pengikutnya. Faktor individu yang berhubungan nyata dengan pemenuhan kebutuhan informasi parenting adalah status usia anak. Penggunaan media sosial yang berhubungan nyata dengan pemenuhan kebutuhan informasi parenting adalah atensi.

Kata kunci: Instagram, kebutuhan informasi, parenting

PENDAHULUAN

Internet dan penggunaannya di Indonesia saat ini sudah sangat berkembang. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), awal tahun 2022 tidak kurang dari 204,7 juta orang Indonesia atau 73,7 persen dari populasi penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Perkembangan pesat internet ini juga telah mendorong lahirnya media-media digital baru termasuk diantaranya adalah media sosial yang juga sudah meluas penggunaannya di Indonesia. Nurudin (2016) mendefinisikan media sosial sebagai media komunikasi berbasis internet yang memungkinkan masyarakat tanpa pandang status dapat mengekspresikan dirinya dimana penggunaannya dapat mengunggah, membagikan, menyunting berbagai konten seperti foto, video, dan berbagi informasi. Pengguna aktif media sosial di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 191 juta pengguna, meningkat 12,35 persen dari tahun sebelumnya (Data Indonesia 2022). Media sosial membantu manusia untuk berkomunikasi tanpa batas, mengakses informasi, dan membagikannya secara cepat dan mudah, sebagaimana diungkapkan Sari dan Basit (2020) media sosial menjadi patokan dan salah satu alternatif bagi masyarakat untuk memperoleh serta mengakses segala informasi yang dibutuhkan.

Salah satu media sosial populer di Indonesia adalah Instagram yang menempati posisi media sosial kedua paling banyak diakses oleh masyarakat (Data Indonesia 2022). Dilliana (2021) menyebutkan bahwa kemudahan dalam menggunakan aplikasi Instagram membuat pengguna menjadikan Instagram sebagai media informasi, saling membagikan kegiatan sehari-hari maupun menjadi media saling bertukar opini. Perkembangan penggunaan Instagram yang mengarah kepada pemenuhan kebutuhan informasi pengguna mendorong Instagram bertransformasi tidak hanya sebagai media komunikasi tetapi juga media informasi bahkan media edukasi. Instagram sebagai media informasi saat ini juga semakin banyak digunakan lembaga dan dengan tujuan bisnis. Semakin banyaknya akun-akun bisnis komunitas yang memfokuskan untuk berbagi informasi kepada khalayak tentang berbagai topik yang dibutuhkan, salah satunya adalah informasi tentang *parenting*.

Parenting merupakan hal krusial yang wajib dimiliki oleh setiap orang tua. Sebagaimana Asioudou *et al.* (2015), pengetahuan mengenai pengasuhan anak sebaiknya dimiliki oleh orang tua agar dapat mengasuh anak lebih baik dan menunjang pertumbuhan dan perkembangan anak. *Parenting* sendiri telah diatur dalam Peraturan Pemerintah No 44 Tahun 2017 pasal 3 tentang pelaksanaan pengasuhan anak yang menegaskan bahwa anak berhak untuk diasuh oleh kedua orang tuanya dan setiap anak berhak mendapatkan kecukupan kebutuhan, kasih sayang, kelekatan, keselamatan, dan kesejahteraan hidup dari orang tuanya. Setiap orang tua bertanggung jawab terhadap pengasuhan yang diberikannya kepada anak. Pengasuhan anak yang kurang optimal akan menjadi kesalahan yang akan berpengaruh terhadap pembentukan karakter anak. Tidak semua orang tua bisa melaksanakan tanggungjawab ini dengan sempurna, antara lain karena faktor pengetahuan dan keterampilan. Penelitian yang dilakukan oleh Churchill dan Clarke (2010) antara lain mengungkapkan bahwa tidak semua orang tua memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai mengenai pengasuhan anak. Hasil penelitian Afrilia (2017) juga mengungkapkan bahwa ibu muda memiliki pengalaman yang lebih minim dibanding dengan orang tua terdahulu mengenai *parenting*, sehingga bukan hal yang mudah untuk menjalaninya. Keterbatasan pengalaman mengenai *parenting* membuat mereka mencari tahu pada sumber informasi interpersonal seperti orang yang dituakan atau yang dianggap berpengalaman dalam *parenting*.

Perkembangan penggunaan internet juga telah mendorong pergeseran yang signifikan di masyarakat dalam perilaku pencarian informasi, termasuk kalangan ibu muda. Ibu muda masa kini lebih banyak mencari informasi tentang ilmu *parenting* dari media baru, terutama media sosial seperti Instagram. Perkembangan ketersediaan media *parenting* dalam berbagai platform menunjukkan tingginya penggunaan media informasi oleh para ibu terkait *parenting*. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh popmama.com pada ibu berusia 25-34 tahun, 88 persen ibu-ibu menjadikan internet dan media digital sebagai sumber informasi *parenting* terbaik (Hapsari *et al.*, 2020). Salah satu akun Instagram yang fokus membagikan informasi *parenting* adalah @dearmoms. Akun yang bergabung di Instagram sejak 2016 ini per Juli 2023 sudah memiliki 517.018 pengikut dengan unggahan mencapai lebih dari 4.642 unggahan. Kondisi ini menunjukkan bahwa akun Instagram @dearmoms.id cukup aktif dalam penyebaran informasi *parenting* yang diunggah dalam berbagai format. Akun ini sangat potensial menjadi sumber informasi bagi ibu muda dengan kebutuhan informasi *parentingnya* yang cenderung mencari informasi dari media digital dan internet.

Seberapa banyak ibu muda memanfaatkan akun Instagram @dearmoms.id sebagai sumber informasi *parenting* akan sangat ditentukan oleh sejauh mana akun tersebut mampu menyajikan informasi *parenting* yang dibutuhkan ibu muda tersebut. Teori *uses and gratification* mengungkapkan bahwa

motif penggunaan media oleh khalayaknya adalah pemuasan kebutuhan, artinya khalayak akan menggunakan media dan mencari informasi sesuai dengan kebutuhan informasinya (Littlejohn *et al.*, 2005).

Banyak penelitian telah dilakukan yang menunjukkan bahwa Instagram efektif bagi penyampaian informasi untuk berbagai tujuan seperti bisnis, edukasi, dan lainnya. Namun belum ditemukan yang mengkaji kemampuan Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi khalayaknya. Oleh karena itu, keberadaan akun Instagram @dearmoms.id ini sangat menarik untuk dikaji sampai sejauh mana mampu memenuhi kebutuhan informasi khalayaknya. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis konten akun Instagram @dearmoms.id dalam memenuhi kebutuhan informasi khalayaknya; 2) mengidentifikasi faktor-faktor individu yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi; 3) menganalisis hubungan antara penggunaan media Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan didukung data kualitatif untuk memperkaya dan melengkapi kebutuhan analisis. Penelitian dilakukan pada akun Instagram @dearmoms.id dan *followersnya*. Pendekatan kuantitatif pada penelitian ini menggunakan dua metode, yaitu metode survei dan analisis isi media. Survei dilakukan pada pengikut akun Instagram @dearmoms.id, sebanyak 45 responden yang merupakan pengikut aktif akun Instagram @dearmoms.id dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Responden dipilih secara *nonprobability sampling* dengan cara sengaja (*purposive*). Analisis isi media dilakukan pada 40 konten yang diunggah selama bulan Juli 2023 dengan unit analisisnya merupakan elemen-elemen yang terdapat pada unggahan meliputi jenis informasi, bentuk konten, jumlah *likes*, komentar, dan *views*. Data kualitatif pendukung diperoleh melalui wawancara mendalam kepada informan yaitu pengelola akun Instagram dan responden yang bersedia untuk memperkaya informasi.

Data diolah dengan menggunakan Microsoft Excel 2016 dan dianalisis dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 26. Analisis data dilakukan dengan prosedur statistika deskriptif dan inferensial menggunakan uji statistik *Rank Spearman* dan *Chi-square*. Data kualitatif dianalisis melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Kebutuhan Informasi *Parenting*

Adriyana dan Wicaksono (2020) mengungkapkan bahwa kebutuhan informasi muncul karena adanya ketidakpastian, kebingungan, dan kecemasan yang menyebabkan seseorang melakukan pencarian informasi dengan mengakses berbagai sumber informasi. Informasi *parenting* yang dibutuhkan oleh orang tua sesuai dengan modul pengembangan dari Kemendiknas (2012) tentang informasi *parenting* meliputi informasi mengenai pertumbuhan dan perkembangan anak, kesehatan anak, perawatan anak, pengasuhan anak, pendidikan anak, dan perlindungan anak. Tabel 1 menunjukkan rata-rata dan sebaran skor kebutuhan informasi *parenting* menurut jenis informasinya.

Tabel 1. Rataan dan kisaran rata-rata skor kebutuhan informasi *parenting* responden menurut jenis informasi

Informasi <i>Parenting</i>	Rataan Skor*	Kisaran rata-rata skor*	
		Minimal	Maksimal
Pertumbuhan dan perkembangan anak	5,43	4,0	6,0
Kesehatan anak	5,22	3,4	6,0
Perawatan anak	5,03	2,6	6,0
Pengasuhan anak	5,42	3,3	6,0
Pendidikan anak	5,08	3,0	6,0
Perlindungan anak	5,41	4,0	6,0
Kebutuhan informasi <i>parenting</i>	5,26	3,6	6,0

*Kisaran skor: dalam skala interval 1-6

Pada Tabel 1 terlihat bahwa kebutuhan informasi *parenting* responden secara keseluruhan tinggi dengan rata-rata skor 5,26. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, responden sangat membutuhkan

informasi *parenting* yang mencakup enam jenis informasi di atas. Sebagaimana yang diungkapkan Tomlinson dan Andina (2015), pengetahuan mengenai *parenting* sangat penting dimiliki oleh orang tua karena keberadaan orang tua itu sendiri sangat penting dalam pertumbuhan anak. Tingginya tingkat kebutuhan informasi ini kemudian dapat terjadi karena beberapa faktor individu yang berbeda-beda, seperti halnya usia anak. Perbedaan usia anak menghasilkan perbedaan pula pada setiap jenis informasinya.

Apabila dibandingkan antar jenis informasinya, informasi tentang pertumbuhan dan perkembangan anak, pengasuhan anak, dan perlindungan anak berturut-turut adalah yang paling dibutuhkan responden. Informasi tentang proses dan tahapan pertumbuhan anak, pertumbuhan ideal fisik dan mental anak, serta perkembangan motorik dan emosi anak adalah jenis-jenis informasi tentang pertumbuhan dan perkembangan anak yang sangat dibutuhkan responden. Informasi tentang kesehatan anak yang sangat dibutuhkan responden meliputi jenis informasi tentang pemeliharaan kesehatan anak, risiko penyakit pada anak, isu kelainan-kelainan, serta pencegahan dan perawatan penyakit pada anak.

Informasi tentang perawatan anak, meskipun sama dibutuhkan (rata-rata skor 5,03), namun secara relatif adalah yang paling rendah tingkat kebutuhannya dengan skor minimal 2,6. Hal ini terjadi karena biasanya ibu muda mendapat bantuan dan bimbingan orang tua mereka di dalam perawatan anak sehingga pengetahuan dan keterampilan dalam perawatan pasca melahirkan, kebersihan penanganan anak, pemberian makanan dan asupan gizi, serta cara menenangkan dan menidurkan anak hingga pemberian ASI merupakan bagian dari pendidikan informal dalam keluarga. Demikian pula dengan informasi tentang pendidikan anak, responden memiliki pemahaman yang lebih baik sehingga secara relatif kurang membutuhkannya.

Hasil penelitian yang disajikan pada Tabel 1 menunjukkan bahwa responden sangat membutuhkan semua dari keenam jenis informasi *parenting* dengan rata-rata skor setiap jenisnya > 5 dari skor maksimum 6. Berdasarkan rata-rata skor masing-masing jenis informasi *parenting* yang disajikan, urutan kebutuhan jenis informasi berturut-turut dari yang paling dibutuhkan adalah: informasi tentang pertumbuhan dan perkembangan anak, pengasuhan anak, perlindungan anak, kesehatan anak, pendidikan anak, dan perawatan anak.

Informasi *Parenting* di Media Sosial Instagram @Dearmoms.id

Fokus kajian penelitian ini adalah analisis terhadap konten-konten yang memuat informasi mengenai *parenting* yang diunggah oleh akun Instagram @dearmoms.id. Analisis media melibatkan 40 subjek unggahan konten pada Instagram @dearmoms.id yang terdiri dari 20 gambar/ilustrasi dan 20 video. Pada konten yang berbentuk gambar/ilustrasi dibedakan atas 2 kategori, yaitu *single post* dan *multipost*. Dari 20 unggahan berbentuk gambar/ilustrasi, sebanyak 12 unggahan diunggah dalam bentuk *single post* (hanya 1 gambar dalam 1 unggahan) dan 8 unggahan yang diunggah dalam bentuk *multipost* atau beberapa gambar dalam tiap unggahan. Frekuensi dan performa unggahan akun Instagram @dearmoms.id dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Frekuensi dan *engagement rate* (ER) informasi *parenting* pada akun Instagram @dearmoms.id berdasarkan jenis dan bentuk konten yang diunggah pada bulan Juli tahun 2023

Informasi <i>Parenting</i>	Bentuk Konten				Total Unggahan (Jumlah)
	Gambar		Video		
	Jumlah (n)	ER (%)	Jumlah (n)	ER (%)	
Pertumbuhan dan Perkembangan Anak	1	2,0	2	2,5	3
Kesehatan Anak	1	2,0	1	2,0	2
Perawatan Anak	2	2,5	3	3,7	5
Pengasuhan Anak	9	2,3	8	2,9	17
Pendidikan Anak	2	1,5	2	3,5	4
Perlindungan Anak	5	3,4	4	2,0	9
Keseluruhan unggahan	20	2,3	20	2,8	40

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa akun @dearmoms.id paling sering mengunggah informasi mengenai pengasuhan anak dalam bentuk gambar (9 unggahan) dan video (8 unggahan). Informasi tentang kesehatan anak, pertumbuhan dan perkembangan anak, serta tentang pendidikan anak adalah yang jarang diunggah. Unggahan konten untuk setiap jenis informasi menunjukkan *engagement rate* (ER) yang bervariasi. ER tertinggi dicapai oleh unggahan video tentang perawatan anak dan gambar/ilustrasi

perlindungan anak. Sementara unggahan gambar/ilustrasi tentang pendidikan anak serta video tentang kesehatan anak dan perlindungan anak adalah yang paling rendah nilai ER nya.

ER merupakan instrumen pengukuran performa konten media sosial yang biasa digunakan untuk mengukur keterlibatan *followers* atau pengikut terhadap unggahan dalam akun media sosial seperti Instagram. Tingginya nilai ER menunjukkan bahwa unggahan tersebut banyak mendapatkan respons dari *followers*, seperti *likes*, *comments*, dan *views*. Semakin tinggi nilai ER unggahan suatu akun Instagram menunjukkan semakin banyaknya pengikut Instagram yang merespon terhadap unggahan tersebut. Hal ini berarti semakin banyak pengikut yang menyukai postingan gambar/ilustrasi atau video dan semakin banyak yang tergerak untuk berkomentar.

Keterlibatan khalayak dalam setiap unggahan akun Instagram @dearmoms.id tersebut lebih tegas lagi ditunjukkan oleh respon yang diberikan yang meliputi pemberian *likes* atau tanda suka, komentar, serta data jumlah yang menonton (*views*) pada unggahan video.

Tabel 3. Rataan dan kisaran jumlah *likes* dan *comment* pada unggahan berbentuk gambar/ilustrasi pada akun Instagram @dearmoms.id bulan Juli tahun 2023

Keterlibatan	Rata-rata	Min	Max
<i>Likes</i>	2.817,3	86	6.030
<i>Comment</i>	99,1	3	579

Berdasarkan Tabel 3, rata-rata jumlah *likes* pada unggahan gambar/ilustrasi dari akun Instagram @dearmoms.id adalah 2817 dan rata-rata jumlah komentar 99. Rata-rata perolehan *like* dan *comment* dalam setiap unggahan gambar/ilustrasi tergolong sangat rendah karena itu berarti masing-masing hanya 0,5 persen dan 0,02 persen saja dari pengikut akun Instagram @dearmoms.id. Jumlah *like* dan *comment* tertinggi yang diperoleh adalah 6.030 *likes* (1,17 persen) dan 579 *comment* (0,11 persen) yaitu pada unggahan keprihatinan tentang meninggalnya seorang anak yang belum bisa bicara karena disiksa oleh orang tuanya.

Perolehan respon terhadap unggahan dalam bentuk video lebih baik dibandingkan dengan unggahan gambar/ilustrasi. Unggahan video akun Instagram @dearmoms.id rata-rata dilihat oleh 191.645 orang khalayak atau lebih dari 37 persen dari jumlah pengikut akun tersebut. Tabel 4 di bawah ini memperlihatkan perolehan jumlah *likes*, *comment*, dan *views* unggahan berbentuk video dari akun Instagram @dearmoms.id yang rata-rata mencapai 5.275 *likes*, 166 komentar, dan 191.465 tayangan (*views*). Bila dibandingkan dengan jumlah pengikut akun, perolehan respon tersebut berturut-turut mencapai 1,02 persen, 0,03 persen, dan 37,07 persen dari total jumlah pengikut akun.

Tabel 4. Rataan dan kisaran jumlah *likes*, *comment*, dan *views* pada unggahan berbentuk video pada akun Instagram @dearmoms.id bulan Juli tahun 2023

Keterlibatan	Rata-rata	Min	Max
<i>Likes</i>	5.275,6	95	143.702
<i>Comment</i>	166,2	3	2.273
<i>Views</i>	191.645,1	5.098	3.700.601

Konten unggahan yang berjudul “Pengasuhan Pada Anak Perempuan” adalah yang paling banyak ditonton yang mencapai lebih dari 3 juta tayangan (*views*). Hal ini berarti video ini tidak hanya ditonton oleh pengikut akun Instagram @dearmoms.id karena jumlah penontonnya jauh melebihi jumlah pengikut akun yang hanya 517.018 orang. Konten ini memperoleh *likes* sebanyak 143.702 (27,67 persen dari jumlah pengikut) dan komentar sebanyak 2.273 (0,44 persen jumlah pengikut).

Berdasarkan kedua tabel, responden menunjukkan kecenderungan lebih menyukai konten yang berbentuk video dibandingkan dengan konten yang berbentuk gambar/ilustrasi. Hal tersebut dapat terlihat dari perbedaan keterlibatan yang ditunjukkan oleh responden, baik berbentuk *likes* hingga *comments*. Konten yang berbentuk video memperoleh keterlibatan yang lebih tinggi karena diunggah dengan memanfaatkan fitur *reels*. Fitur ini memungkinkan penggunanya untuk mengunggah video yang tidak hanya muncul pada laman *feeds* tetapi juga pada laman *reels*. Artinya, konten tersebut tidak hanya dilihat oleh *followers* tetapi juga *nonfollowers* yang tersebar mengikuti algoritma Instagram, sehingga jangkauan konten menjadi lebih luas dan mampu memperoleh keterlibatan yang lebih banyak.

khalayak. Instagram @dearmoms.id paling banyak mengunggah konten tentang informasi pengasuhan anak, diikuti konten informasi perlindungan anak, perawatan anak, pendidikan anak, pertumbuhan dan perkembangan anak, serta informasi tentang kesehatan anak. Sementara susunan *rank* kebutuhan informasi responden menempatkan jenis informasi tentang pertumbuhan dan perkembangan anak pada urutan pertama sebagai yang paling dibutuhkan. Urutan selanjutnya informasi tentang pengasuhan anak, perlindungan anak, kesehatan anak, pendidikan anak, dan perawatan anak pada *rank* terbawah.

Data di atas menunjukkan perbedaan antara susunan *rank* kebutuhan informasi *parenting* khalayak dan susunan *rank* frekuensi tampilan informasi Instagram @dearmoms. Hasil uji korelasi *Rank Spearman* menunjukkan korelasi sangat lemah (koefisien korelasi sebesar 0,090) yang membuktikan bahwa diantara kedua susunan *rank* tersebut tidak ada kesesuaian. Hasil ini menunjukkan bahwa tampilan informasi pada akun Instagram @dearmoms.id belum bisa sepenuhnya memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya sehingga Instagram ini belum bisa dijadikan sumber perolehan informasi yang memadai oleh pengikutnya. Kondisi ini harus menjadi catatan penting bagi @dearmoms.id karena akun Instagram ini telah mendeskripsikan dirinya sebagai media informasi bagi ibu-ibu. Sebagaimana dinyatakan dalam bio pada profilnya: "*Help Moms to find best support system, because your mental health is matter.*"

Ketidak-sesuaian antara susunan rank kebutuhan jenis-jenis informasi responden dengan susunan rank unggahan pada Instagram @dearmoms.id tersebut di atas ternyata cukup bervariasi untuk setiap jenis informasi *parenting*. Sebaran responden yang disajikan pada tabel 6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat kesesuaian yang rendah pada jenis informasi pertumbuhan dan perlindungan anak serta pada informasi tentang kesehatan anak. Namun pada jenis informasi pendidikan anak dan perlindungan anak mayoritas menunjukkan tingkat kesesuaian yang sedang, bahkan untuk informasi pengasuhan anak mayoritas menunjukkan kesesuaian yang tinggi.

Tabel 6. Jumlah dan persentase responden menurut pemenuhan kebutuhan jenis-jenis informasi *parenting*

Informasi <i>Parenting</i>	Pemenuhan Kebutuhan Informasi					
	Rendah		Sedang		Tinggi	
	Jumlah (orang)	Persen (%)	Jumlah (orang)	Persen (%)	Jumlah (orang)	Persen (%)
Pertumbuhan dan perkembangan anak	28	62,22	17	37,78	0	0,00
Kesehatan anak	34	75,56	11	24,44	0	0,00
Perawatan anak	9	20,00	28	62,22	8	17,78
Pengasuhan anak	0	0,00	1	2,22	44	97,78
Pendidikan anak	19	42,22	25	55,56	1	2,22
Perlindungan anak	0	0,00	40	88,89	5	11,11

Faktor-Faktor Individu yang Berhubungan dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Parenting*

Kebutuhan informasi dan pemenuhannya akan bervariasi antar individu antara lain karena faktor-faktor yang melekat pada individu yang bersangkutan. Faktor-faktor individu yang terungkap dari penelitian-penelitian sebelumnya berhubungan dengan kebutuhan informasi adalah karakteristik yang melekat pada diri individu yang meliputi usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, domisili, dan status usia anak. Sebaran responden menurut faktor-faktor individu dapat dilihat pada Tabel 7.

Berdasarkan Tabel 7, usia responden berkisar antara 23 tahun - 37 tahun. Mayoritas responden (42,2 persen) berada pada rentang usia 23-27 tahun. Sebaran usia tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah generasi milenial. Pratiwi *et al.* (2020) dalam penelitiannya yang mengkaji mengenai pola konsumsi generasi milenial dalam mengakses media edukasi *parenting* menunjukkan bahwa generasi milenial secara aktif melakukan pencarian informasi mengenai pembentukan keluarga, informasi *parenting* hingga pola asuh melalui media baru karena dapat memberikan sensasi yang berbeda jika dibandingkan dengan cara lama. Faktor individu lainnya yang ditunjukkan Tabel 7 adalah tingkat pendidikan, mayoritas pendidikan responden (51,1 persen) tergolong tinggi dan bergelar sarjana, lebih dari setengahnya (51,1 persen) sebagai ibu rumah tangga yang tidak bekerja di luar rumah, mayoritas (80 persen) berdomisili di luar Pulau Jawa, serta hampir dua pertiganya (62,2 persen) memiliki bayi (0-3 tahun).

Tabel 7. Jumlah dan persentase responden menurut faktor-faktor individu

Faktor-Faktor Individu	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Usia		
23-27 tahun	19	42,2
28-30 tahun	12	26,7
31-37 tahun	14	31,1
Tingkat Pendidikan		
SMA/Sederajat	13	28,9
Diploma	9	20,0
Sarjana	23	51,1
Jenis Pekerjaan		
Tidak bekerja diluar rumah/ibu rumah tangga	23	51,1
Pegawai (PNS dan Swasta)	13	28,9
Pengusaha	9	20,0
Domisili		
Pulau Jawa	36	80,0
Luar Pulau Jawa	9	20,0
Status Usia Anak		
Hamil/promil	8	17,8
Memiliki bayi (0-3 tahun)	28	62,2
Memiliki anak (3-11 tahun)	9	20,0

Ket. n=45 responden

Hasil analisis hubungan antara faktor individu dan pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* yang disajikan pada Tabel 8. Data di bawah ini mengungkapkan bahwa hanya faktor individu status usia anak yang berhubungan secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* ($p < 0,05$). Keempat faktor individu yang lainnya tidak menunjukkan hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* oleh unggahan konten pada akun Instagram @dearmoms.id

Hasil pengujian korelasi pada Tabel 8 yang membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara faktor status usia anak dengan pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* menunjukkan ada perbedaan pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* diantara responden ibu hamil, memiliki anak usia 0-3 tahun, dan usia anak lebih dari 3 tahun. Data hasil penelitian menunjukkan kecenderungan bahwa responden yang memiliki anak usia 0-3 tahun lebih terpenuhi kebutuhan informasi *parentingnya* dibandingkan responden ibu hamil dan yang memiliki anak usia lebih dari tiga tahun. Perbedaan pemenuhan kebutuhan informasi diantara ketiga tipe responden berdasarkan status usia anak tersebut terjadi karena memang ketiganya akan memiliki kebutuhan informasi yang berbeda sehingga tingkat pemenuhannya juga akan berbeda. Sebagaimana diungkapkan Adriyana dan Wicaksono (2020) berdasarkan hasil penelitiannya, karakteristik informasi yang dicari ibu baru berbeda-beda tergantung usia anaknya. Ibu dengan anak usia 0 sampai dengan 3 tahun paling banyak mencari informasi tentang kesehatan anak dan tumbuh kembang anak, sedangkan ibu dengan anak usia 4 tahun keatas paling sering mencari informasi tentang pendidikan mulai dari Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Taman Kanak-kanak (TK) hingga jenjang selanjutnya.

Tabel 8. Nilai koefisien korelasi *Rank Spearman* dan *Chi-square* dan signifikansi hubungan antara faktor individu dengan pemenuhan kebutuhan informasi *parenting*

Faktor Individu	Koef.	Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Parenting</i>	
		Korelasi	Signifikansi (p)
Usia	rs	-0,116	0,448
Tingkat Pendidikan	rs	-0,202	0,182
Jenis Pekerjaan	χ^2	2,996	0,558
Domisili	χ^2	2,813	0,245
Status usia anak	χ^2	11,884	0,018

Keterangan:

- rs = Koefisien korelasi *Rank Spearman*; χ^2 = Koefisien *Chi-Square*
- Signifikan bila $p < 0,05$; sangat signifikan bila $p < 0,01$

Empat faktor individu lainnya yakni usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan domisili tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *parenting*. Hal ini berarti tidak ada perbedaan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* diantara responden yang berbeda dalam faktor individu. Antara responden yang berbeda jenis pekerjaan dan domisili sama-sama merasa bahwa konten Instagram @dearmoms.id belum memenuhi kebutuhan informasi *parenting* mereka.

Faktor usia dan tingkat pendidikan, meskipun tidak signifikan, masing-masing memiliki hubungan yang negatif sangat lemah ($r_s < 0,2$) dan lemah ($0,2 < r_s < 0,4$) dengan pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* mereka dari konten Instagram @dearmoms.id. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tua usia responden semakin rendah keterpenuhan kebutuhan informasi *parentingnya*. Responden yang lebih tua cenderung lebih dewasa dan memiliki pengetahuan *parenting* yang lebih baik sehingga kriteria keterpenuhan informasinya akan cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan responden lain yang lebih muda. Demikian pula dengan tingkat pendidikan. Semakin tinggi tingkat pendidikan biasanya akan semakin tinggi level maupun kedalaman informasi *parenting* yang dibutuhkannya. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat pendidikan responden, semakin rendah pemenuhan informasi *parenting* oleh konten Instagram @dearmoms.id

Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Parenting

Perilaku penggunaan media sosial bervariasi antar individu. Dalam kaitannya dengan pemenuhan informasi *parenting* oleh konten Instagram @dearmoms.id, perilaku penggunaan media sosial responden dalam penelitian ini dilihat berdasarkan indikator frekuensi, durasi, dan atensi responden dalam menggunakan media sosial Instagram maupun akun Instagram @dearmoms.id. Tabel 9 berikut menyajikan data perilaku penggunaan media sosial responden.

Tabel 9. Jumlah dan persentase responden menurut frekuensi, durasi, dan atensi mengakses Instagram dan akun @dearmoms.id

Penggunaan Media Sosial	Rendah		Sedang		Tinggi		Total	
	n	%	n	%	n	%	N	%
Frekuensi akses								
IG	0	0,0	21	46,7	24	53,3	45	100,0
Akun @dearmoms.id	1	2,2	37	82,2	7	15,6	45	100,0
Durasi akses								
IG	21	46,7	16	35,6	8	17,8	45	100,0
Akun @dearmoms.id	18	40,6	16	35,6	11	24,4	45	100,0
Atensi	21	46,7	11	24,4	13	28,9	45	100,0

Pada Tabel 9 dapat dilihat bahwa responden cukup sering mengakses media sosial Instagram namun tidak lama (durasi rendah). Mayoritas responden menunjukkan frekuensi akses Instagram yang termasuk dalam kategori tinggi (53,3 persen) hingga sedang (46,7 persen), sementara durasinya mayoritas termasuk kategori rendah (46,7 persen) hingga sedang (35,6 persen). Waktu akses responden terhadap Instagram ini tidak hanya sebagian yang digunakan untuk mengunjungi akun Instagram @dearmoms.id. Meskipun cukup sering mengakses Instagram namun mayoritas responden (82,2 persen) hanya mengunjungi @dearmoms.id dalam frekuensi yang termasuk kategori sedang.

Akses Instagram oleh responden maupun kunjungan responden pada akun @dearmoms.id secara umum hanya berlangsung sebentar setiap kunjungannya. Mayoritas responden (46,7 persen) mengungkapkan durasi akses Instagram yang termasuk kategori rendah. Durasi mengunjungi akun @dearmoms.id mayoritas (40,6 persen) juga termasuk kategori rendah. Durasi yang rendah tersebut menyebabkan atensi responden dalam akses Instagram dan kunjungan ke akun @dearmoms.id juga mayoritas (46,7 persen) termasuk kategori rendah. Atensi yang rendah ini terutama diungkapkan melalui pemberian *like* dan *comment*, serta sedikit *direct message*. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan Triaputri (2022) dari hasil penelitiannya bahwa tingkat atensi yang diberikan pengguna dapat disebabkan oleh waktu yang dihabiskan pengguna untuk mengakses suatu akun Instagram.

Penggunaan media sosial tersebut secara logika akan berhubungan dengan perolehan informasi dari Instagram yang diakses. Semakin sering dan semakin lama responden mengakses Instagram akan

semakin banyak informasi yang diterima. Demikian pula dengan atensi. Semakin tinggi atensi berarti semakin aktif responden dalam proses penerimaan informasi sehingga akan semakin banyak informasi yang dipahaminya. Semakin banyaknya perolehan informasi dari Instagram berarti akan semakin besar peluang memperoleh pemenuhan kebutuhan informasi. Namun, hasil pengujian hubungan antara penggunaan media Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi yang disajikan pada Tabel 10 di bawah ini, tidak sepenuhnya membuktikan hal tersebut.

Tabel 10. Hasil uji korelasi *rank spearman* penggunaan media sosial @dearmoms.id dan pemenuhan kebutuhan informasi *parenting*

Penggunaan Media Sosial	Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Parenting</i>	
	Koefisien Korelasi	Sig (p/2-tailed)
Frekuensi	0,225	0,138
Durasi	-0,045	0,767
Atensi	0,301	0,045

Keterangan: Hubungan signifikan apabila $p < 0,05$

Pada Tabel 10 di atas dapat dilihat bahwa hanya pada aspek atensi yang terbukti memiliki hubungan yang nyata ($p < 0,5$) dengan pemenuhan kebutuhan informasi *parenting*. Nilai koefisien korelasi yang diperoleh menunjukkan adanya hubungan positif yang lemah ($0,2 < r_s < 0,4$) yang nyata antara aspek atensi dalam penggunaan media Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi *parenting*. Artinya, semakin tinggi atensi yang responden pada saat terdedah unggahan pada akun Instagram @dearmoms.id semakin tinggi tingkat pemenuhan kebutuhan informasi *parenting*-nya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andriansyah (2023) yang mengungkapkan bahwa atensi yang diberikan khalayak memiliki hubungan yang positif dengan perilaku kognitif dalam memahami informasi yang diterima melalui media sosial. Dalam konteks ini, atensi akan meningkatkan pemahaman informasi sehingga akan meningkatkan pengetahuan yang pada akhirnya akan memperoleh pemenuhan kebutuhan informasi.

Atensi merupakan tingkat perhatian seseorang ketika mengakses suatu media. Atensi juga berkaitan dengan tertarik atau tidaknya khalayak dalam menggunakan media sosial. Atensi khalayak saat menerima informasi dari unggahan konten Instagram @dearmoms.id menjadi salah satu hal penting yang menentukan pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* karena pemenuhan kebutuhan informasi menjadi alasan bagi masyarakat untuk menggunakan media sosial (Sitompul *et al.*, 2021).

Aspek lain dalam penggunaan media sosial Instagram @dearmoms.id, yakni frekuensi akses, meskipun tidak nyata ($p > 0,05$) namun koefisien korelasi yang diperoleh mengungkapkan hubungan positif yang lemah ($0,2 < r_s < 0,4$) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *parenting*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering responden mengunjungi akun Instagram @dearmoms.id, semakin tinggi tingkat pemenuhan kebutuhan informasi *parenting*-nya.

KESIMPULAN

Akun Instagram @dearmoms.id belum dapat memenuhi kebutuhan informasi *parenting* pengikutnya. Susunan rank jenis-jenis informasi *parenting* pada konten yang disajikan Instagram @dearmoms.id belum sesuai dengan susunan rank jenis-jenis informasi pada kebutuhan informasi *parenting* pengikutnya. Kurang terpenuhinya kebutuhan informasi adalah sama untuk setiap pengikut @dearmoms.id yang berbeda pada berbagai kategori faktor individu. Faktor individu, yang berhubungan nyata dengan pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* pengikut Instagram @dearmoms.id adalah status usia anak, empat faktor lainnya yakni usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan domisili tidak berhubungan. Perilaku penggunaan media pengikut @dearmoms.id juga hanya aspek atensi yang berhubungan nyata dengan pemenuhan kebutuhan informasi *parenting*, dua aspek lainnya yakni frekuensi dan durasi akses tidak berhubungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyana, Lasenta; & Wicaksono, Moch Fikriansyah. (2020). Perilaku pencarian informasi tentang *parenting* pada ibu baru yang bekerja (studi pada stikes bhakti husada mulia). *Journal of Information and Library Science*. 11(1): 20-57.
- Afrilia, Ascharisa Mettasatya. (2017). Penggunaan *new media* di kalangan ibu muda sebagai media

parenting masa kini. *Komun dan Kaji Media*. 1(1):31–42.

- Amriel, Egan Evanzha Yudha; & Ariescy, Reiga Ritomiea. (2021). Analisa Engagement Rate di Instagram: Fenomena Like dan Komentar. *Media Manajemen Jasa* 5 (2). <https://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MMJ/article/view/5555>
- Andriansyah, Ricky; & Saleh, Amiruddin. (2023). Hubungan keterdedahan media sosial mengenai protokol kesehatan covid-19 dan perilaku new normal masyarakat kota Depok [skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Asiodu, Ifeyinwa V; Catherine M Waters; Dawn E Dailey; Kathryn A Lee; & Audrey Lyndon. (2015). Breastfeeding and use of social media among first-time African American mothers. *Journal of Obs, Gynecologic and Neonatal Nursing*. 44(2): 268-278.
- Churchill, Harriet & Clarke, Karen. (2010). Investing in *parenting* education: a critical review of policy and provision in England. *Social Policy and Society*. 9 (1): 39-53.
- Dilliana, Padnya Meisra. (2021). Analisis Isi Pesan Edukasi Protokol Kesehatan Pada Akun Instagram @Kominfojatim [skripsi]. Surabaya: Universitas Bhayangkara. <http://eprints.ubhara.ac.id/1192/>
- Irwanda, Ahmad Ade; Abiyus Wentisasrapita; Herdiansyah Andrie; Turnandes Yogo; & Juliani Fitri. (2024). Analisis Engagement Rate pada Instagram Universitas Lancang Kuning. *ZONasi Jurnal Sistem Informasi* 6 (2): 391-399. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/zn/article/view/17904>
- [Kemendiknas] Kementerian Penedidikan Nasional. (2012). *Petunjuk Teknis Orientasi teknis Peningkatan Pemahaman Program Penguatan PAUD Berbasis Keluarga (Parenting)*. Jakarta: Kemendiknas.
- Littlejohn, Stephen W; & Foss, Karen A. (2005). *Theories of Human Communication*. 9th Ed. USA: Thomas Higher Education.
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Pratiwi, Mutia Rahmi; Hapsari, Swita Amallia; & Subhiyakto, Egia Rosi. (2020). Pola konsumsi generasi millennial dalam mengakses media edukasi *parenting*. *Ettisal Commun*. 7(1):105–122. doi:<http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v7i1.7687>.
- Romli, Asep Syamsul M. (2018). *Jurnalistik Online, Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Saputra, Mohammad Iqbal; & Hartanto, Eko. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial dan kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi covid-19 pada followers akun Instagram @kemenkesri. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. 2(1): 107-114. 10.56127/jukim.v2i01.449
- Sari, Dian Novita; & Basit, Abdul. (2020). Media sosial Instagram sebagai media informasi edukasi *parenting*. *Persepsi Commun J*. 3(1):23–36. doi:10.30596/persepsi.v.
- Sitompul, Parulian; Mahmudah, Dede; & Damanik, Marudur Pandapotan. (2021). Pemanfaatan media sosial dan pemenuhan kebutuhan informasi ketenagakerjaan di kalangan angkatan kerja muda pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. 25(2): 203-222. <http://dx.doi.org/10.31445/jskm.2021.4399>.
- Tomlinson, Heather Biggar; & Andina, Syifa. (2015) *Parenting education in Indonesia : Review and recommendations to strengthen programs and systems*. World Bank Study Washington, D.C. : World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/912501468001757855/Parenting-education-in-Indonesia-Review-and-recommendations-to-strengthen-programs-and-systems>
- Triaputri, Afira; & Muljono, Pudji. (2022). Efektivitas akun Instagram @infosumbar sebagai media penyebaran informasi sejarah dan budaya Minangkabau [skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.