



Instagram sebagai Media Informasi bagi Ibu Milenial dalam Pemenuhan Kebutuhan Pola Asuh Anak

Nurprapti Wahyu Widyastuti ^{1*}, Namira Aurum Salsabila²

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Jl. Raya Palka No.Km 3, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya,
Kota Serang, Banten, Indonesia

*Corresponding Author: nurprapti.wahyu@untirta.ac.id

Diterima: 21, 02, 2023

Direvisi :14, 05, 2023

Diterbitkan:30, 06, 2023

Abstract

The new normal life due to the Covid-19 pandemic has forced people to adjust to the "new civilization". The change in learning methods from offline to online, forced the role of parents to have multiple responsibilities, including supporting, completing assignments, learning from the environment, and providing knowledge about the current situation. The problem arises when millennial mothers are not ready for this dual role. To meet your parenting information needs, @rainbowcastleid social media offers various communication channels. The purpose of this study was to find out the use of Instagram social media by the @rainbowcastleid account to have an impact on meeting the information needs of parents. The theory used in this study is the uses and gratification theory. This theory explains how to explain the acceptance process in mass communication, explaining that audiences can choose the media they want according to their needs. The method used is the case study method. The data was obtained through interviews with 12 millennial mothers aged 18 to 35 years, with different educational and career backgrounds. This research is located in the province of Banten. The results showed that the use of Instagram media really helped them in getting parenting information. Instagram media can realize information needs.

Keywords: Instagram, Millennials, Social Media, Parenting

Abstrak

Kehidupan *new normal* akibat pandemi Covid-19 telah merubah masyarakat dengan “peradaban baru”. Perubahan metoda belajar dari *offline* ke *online*, memaksa peran orang tua memiliki tanggung jawab ganda, termasuk mendukung, menyelesaikan tugas, belajar dari lingkungan, dan memberikan pengetahuan tentang situasi saat ini. permasalahan muncul ketika ibu-ibu milenial tidak siap dengan perubahan tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan informasi parenting, media sosial @rainbowcastleid menawarkan berbagai saluran komunikasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan media sosial Instagram oleh akun @rainbowcastleid berdampak dalam pemenuhan

kebutuhan informasi orang tua. fenomena ini dianalisis dengan teori uses and gratification. Teori ini menjelaskan proses penerimaan dalam komunikasi massa, menjelaskan bahwa khalayak dapat memilih media yang mereka inginkan sesuai dengan kebutuhannya. Metode yang digunakan adalah metode studi kasus. data diperoleh melalui wawancara kepada narasumber 12 orang ibu milenial berusia 18 sampai 35 tahun, dengan latar belakang pendidikan dan karir yang berbeda. Penelitian ini di lokasi provinsi Banten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan media instagram sangat membantu mereka dalam mendapatkan informasi parenting. media instagram dapat merealisasikan kebutuhan informasi.

Kata Kunci: Instagram, Media Sosial, Millennials, Parenting

PENDAHULUAN

Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, pengguna internet tidak lagi sulit untuk mendapatkan informasi. Media sosial adalah media online yang memungkinkan pengguna (users) dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tentang penetrasi dan perilaku pengguna internet di Indonesia tahun 2019, dari 266,91 juta pengguna internet di 196,71 juta (73,7%) merupakan pengguna aktif. Menurut penelitian APJII 51,5% pengguna internet di Indonesia menggunakan internet untuk media sosial. (<https://www.apjii.or.id/survei>, 2020). Masyarakat di era digital mengalami perkembangan teknologi yang luar biasa, sehingga mereka merasakan dampak positif dan negatif dari teknologi tersebut. Dampak negatif yang dirasakan saat ini dengan kecanggihan era digital sangat jelas, salah satu diantaranya adalah mengalami masalah pertumbuhan dan perkembangan mental dan psikologis pada anak. Dalam kondisi seperti ini, peran orang tua di rumah sangat menentukan nilai yang diperoleh anak. (Aslan, 2019).

Era New Normal yang sedang berlangsung akibat pandemi yang memaksa

perubahan dalam kehidupan sehari-hari, khususnya di bidang pendidikan. Berbagai kegiatan dibatasi, mulai dari taman bermain dan taman kanak-kanak yang ditutup sejak Maret 2020, hingga perkuliahan di perguruan tinggi. Pendidikan formal di sekolah dan kampus tidak lagi secara tatap muka atau tatap muka, melainkan diselenggarakan secara online. Dengan pembelajaran online ini, orang tua memiliki berbagai tanggung jawab, seperti membantu mereka menyelesaikan tugas, mendukung kegiatan belajar dari masyarakat, dan memberikan pengetahuan kepada anak-anaknya tentang situasi saat ini (Hakim, 2020). Situasi New normal memaksa orang tua untuk memahami bahwa bentuk pengasuhan anak tidak hanya harus memberikan orientasi tetapi juga mengikuti perkembangan zaman. Agar anak dapat berkembang dalam keadaan seperti itu, orang tua perlu memahami situasi lingkungan yang berubah, termasuk sistem pendidikan dan pola asuh. Berbagai platform disiapkan untuk membantu orang tua memahami anak-anak mereka di rumah.

Sebelum pandemi, fokus pendidikan adalah mendukung tumbuh kembang anak yang dipimpin oleh guru dan tutor melalui kegiatan pembelajaran berbasis bermain yang dilakukan di lembaga pendidikan. Namun, saat ini proses tumbuh kembang seorang anak

terfokus pada orang tua sebagai pendidik utama. Kegiatan belajar online dari rumah ini menjadi kegiatan yang menantang bagi sebagian orang tua. Di awal pandemi COVID-19, orang tua sulit menyesuaikan diri saat mengasuh anak dalam proses belajar. Kesulitan ini disebabkan oleh kebiasaan orang tua untuk melimpahkan tanggung jawab pendidikan kepada lembaga pendidikan formal (Krisdayanti & Maryani, n.d.). Pada saat Pandemi COVID-19, orang tua bertanggung jawab untuk menjadi pendidik utama anak-anak mereka. Orang tua bertanggung jawab untuk membantu anak-anak mereka memperoleh pengetahuan yang tidak diperoleh secara formal dalam kelompok bermain dan taman kanak-kanak. Untuk membantu anak-anak belajar dari lingkungan mereka. Orang tua harus menjaga dan menciptakan lingkungan yang nyaman bagi tumbuh kembang anaknya di rumah, menjalin komunikasi yang intensif dengan anaknya, bermain dengan anaknya, menjadi panutan bagi anaknya. membimbing dan menerapkan berbagai variasi dan inovasi dalam kegiatan.

Pembelajaran online dari rumah di era new normal memberikan kesempatan kepada orang tua untuk memantau langsung tumbuh kembangnya. Orang tua memberi anak-anak mereka impuls yang mempromosikan kepribadian positif pada anak-anak mereka. Karena pengalaman orang tua diwujudkan dalam proses belajar anak, maka keluarga memiliki prinsip yang sama dalam melakukan hal-hal di masa kecil sebagai panduan untuk memberikan pendidikan kepada anak, orang tua harus menggabungkan pengetahuan yang dipelajari dari YouTube, Instagram, atau media digital lainnya.

Sebelum pandemi COVID-19, orang tua biasanya bekerja di luar rumah setiap hari, tetapi selama pandemi, orang tua juga memiliki tanggung jawab untuk mendampingi anak-anak belajar di rumah dan mendidik anak-anak mereka. Kegiatan pendampingan orang tua dan transfer ilmu kepada anak dapat berasal dari lingkungan dan media digital. Hal ini sesuai dengan Oktaria (2013) yang berpendapat bahwa waktu yang dihabiskan orang tua dan anak bersama di rumah bukan hanya untuk menonton TV dan gadget, tetapi orang tua memiliki kesempatan untuk memperhatikan perkembangan dan pengasuhan anak-anak mereka.

Tidak semua orang tua berinisiatif untuk menyebarkan ilmunya melalui buku, YouTube, Instagram, atau media lain yang relevan. Sebagai contoh, di Kecamatan Kasemen, Kota Serang, hanya 40 persen orang tua yang antusias dalam menyebarkan ilmu parenting. Padahal, jika orang tua memiliki pengetahuan yang luas tentang pendidikan anaknya, mereka dapat memberikan pembelajaran yang tepat. Hal ini sejalan dengan Oktaria dan Putra (2020), yang menyatakan bahwa orang tua harus terus belajar untuk membesarkan anak sesuai usia dan membekali mereka dengan pembelajaran yang sesuai sedini mungkin. Pola asuh orang tua merupakan salah satu faktor terpenting yang menghambat atau menghambat perkembangan intelektual anak (Rahimah & Muzdhalifah, 2019).

Kurangnya pengetahuan orang tua mempengaruhi perkembangan anak dan mungkin tercermin dalam metode pembelajaran yang diterapkan orang tua kepada anak-anaknya. Ketekunan dan keinginan yang kuat dari orang tua untuk memperoleh pengetahuan melalui membaca

dan belajar dari sumber yang relevan meningkatkan kreativitas dalam menerapkan proses belajar di rumah. Misalnya, pengalaman dari masa bayi hingga dewasa dicatat, sehingga membekali orang tua dengan pengetahuan tentang COVID-19 melalui pembiasaan pola hidup sehat dapat membantu mereka belajar lebih banyak tentang COVID-19 pada anak usia dini.

Orang tua tidak bisa lepas dari perannya dalam memberikan pendidikan bagi anak-anaknya. Peran orang tua telah berubah seiring waktu. Misalnya, anak-anak yang hidup di era digital perlu mengalami perbedaan dari rekan-rekan pra-digital mereka, sehingga pendidikan yang diberikan orang tua kepada anak-anak mereka juga berubah. Pola asuh tidak hanya berdasarkan pola asuh tradisional, tetapi juga berkembang mengikuti perkembangan teknologi saat ini. Menurut Hurlock (dalam Tridonanto, 2014), pola asuh merupakan prediktor terpenting perkembangan anak di era digital saat ini. Sistem pendidikan yang digunakan harus menjadi contoh yang baik bagi orang tua kepada anak-anaknya. Terlebih orang tua yang hidup di era digital saat ini tidak hanya menguasai teknologi modern, tetapi juga pengetahuan tentang perkembangan anak (Hayyumas, 2016; Singgih dan Yulia, 2008). Orang tua harus memiliki pengetahuan ini. Dengan begitu, perkembangan anak akan menunjukkan perilaku yang semakin membaik seiring bertambahnya usia.

Sebagaimana kasus dan masalah tumbuh kembang anak, perubahan lingkungan dan arus zaman yang berubah dari waktu ke waktu, diperlukan pengetahuan dan informasi yang cukup dan memadai agar tidak terjadi keterlambatan perkembangan dan tumbuh kembang anak. Saat ini sedang dikembangkan

berbagai akun parenting atau parenting related, diantaranya akun Instagram @rainbowcastleid, salah satu akun parenting berbasis permainan. Akun Instagram berisi berbagai informasi terkait parenting, antara lain pembelajaran, emosi, kebiasaan makan, dan perilaku anak usia 0-16 tahun. Akun Instagram @rainbowcastle lebih dari sekedar media informasi, juga menjadi andalan klinik untuk melakukan tugas dan berkomunikasi dengan followernya. Mengingat pentingnya pengetahuan dan informasi bagi orang tua dalam menghadapi tumbuh kembang anaknya, maka akun Instagram @rainbowcastle didedikasikan untuk memberikan pengetahuan tentang pola asuh dan interaksi antara orang tua dan anak, termasuk berbagai informasi seperti pola makan, cara berpakaian, dan cara berinteraksi dengan anak sesuai dengan tahap perkembangannya.

Rainbow Castle awalnya merupakan klinik tumbuh kembang pertama di Indonesia, namun kemudian membuka akun media sosial sebagai media informasi. Dalam perkembangannya, akun Instagram menjadi salah satu media informasi parenting education atau parenting yang banyak followernya. Akun Instagram ini memberikan pengetahuan dan wawasan bagi followers terutama yang sudah menjadi orang tua. Tujuan utama dari akun @rainbowcastleid adalah untuk memberikan pengetahuan tentang perkembangan sensorik dan emosional anak serta hubungan antara orang tua dan anak. Akun Instagram @rainbowcastleid punya sajian menarik, dalam arti konten tersebut memuat berbagai informasi edukatif dan fun, serta diskusi pola asuh orang tua antar followers dan kreator akun yaitu Rainbow Castle. Akun ini memberikan panduan bagi orang tua untuk

menjadi "terapis" anaknya, serta informasi edukasi di Instagram yang dapat digunakan untuk memandu di rumah, dan mendukung migrasi ke aplikasi di sekolah. Sejalan dengan tujuan utamanya memberdayakan parenting, seperti yang dimuat dalam laman tentang di website Rainbow Castle (<https://rainbowcastleid.com/tentang-rainbow-castle/>). Akun Instagram Rainbow Castle difokuskan untuk memberikan pengetahuan parenting kepada para pengikutnya.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan saat menyebarluaskan informasi pengasuhan anak di akun Instagram @rainbowcastleid. Informasi disajikan dengan tepat dan efektif untuk mencapai pola pengasuhan yang ideal, atau sebaliknya, kesalahpahaman tentang pengasuhan orang tua terhadap anak, atau ketika anak terlibat dalam kegiatan pendidikan dan pengasuhan, Kesalahpahaman tentang cara berkomunikasi dengan anak. Jika tidak ditanggapi dengan serius, media informasi berupa akun Instagram @rainbowcastleid akan gagal menyampaikan pengetahuan tentang parenting. Terkait dengan permasalahan tersebut, dibutuhkan feedback dari para followers akun Instagram @rainbowcastleid untuk meminimalisasi hal-hal yang membuat akun Instagram tersebut tidak dapat menjadi akun yang memberikan informasi bermanfaat.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode studi kasus. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi fenomena yang sedang terjadi. Studi kasus yang digunakan adalah

single case uni level analisis. Kasus yang diteliti adalah penggunaan instagram @rainbowcastleid sebagai media parenting bagi ibu-ibu milenial.

Penelitian ini dilakukan ketika pandemi masih melanda Indonesia dan masyarakat dunia. dalam kondisi tersebut, peneliti tidak mempunyai akses untuk dapat langsung terjun ke lapangan dan melakukan interaksi face to face. Data dikumpulkan dengan cara wawancara online, baik secara dyadic maupun *group discussion*. Metode investigasi menganalisis, mengupas dan mengenali masalah dan memberikan analisis untuk kondisi dan praktek saat ini. narasumber dalam penelitian ini berjumlah 12 orang ibu milenial dengan usia 18 sampai 35 tahun, sudah memiliki anak, berpendidikan minimal SMP, dan aktif menggunakan media instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Penggunaan Media

Penggunaan media menurut Rosengren terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Beberapa poin dari penggunaan media, yaitu:

1. Jumlah Waktu yang Digunakan (Intensitas). Jumlah waktu yang digunakan merupakan intensitas dari media user dalam penggunaan suatu media. Dalam penyampaian pesan dari sebuah media membutuhkan intensitas penyampaian atau dalam penelitian disebut sebagai intensitas penggunaan.

2. Frekuensi penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian); berapa kali seminggu seseorang menggunakan dalam satu bulan (untuk program mingguan dan tengah bulanan); serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan)

Ardianto Erdinaya dalam bukunya mengatakan bahwa frekuensi menggunakan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu (meneliti program harian), berapa kali seminggu seseorang menggunakan dalam satu bulan (untuk program mingguan dan tengah bulanan), serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu bulan (untuk program tahunan). (Elvinaro dan Erdinaya, 2007). Dalam penelitian ini, penelitian meneliti periode harian sebagai alat ukur keaktifan followers @rainbowcastleid,

1. Jumlah waktu yang kedua yaitu durasi. Pengukuran variabel durasi penggunaan media menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program (audience's share on program). (Elvinaro dan Erdinaya, 2007:168). Dalam penelitian ini, berapa lama followers menggunakan akun @rainbowcastleid. Seorang psikoterapis dari California School of Professional Psychology, Philip Cushman, menganjurkan supaya membatasi penggunaan media sosial mulai dari setengah jam hingga satu jam dalam sehari.
2. Jenis Isi Media yang Dikonsumsi (Isi

Pesan)

Sifat pesan melalui media massa ialah umum (public). Karena sifatnya yang umum, maka lingkungannya menjadi universal, mengenai segala hal dan dari berbagai tempat diseluruh jagat (Effendy, 2008:53). Dalam penyebaran pesan melalui media sosial maupun internet, isi pesan yang disampaikan dapat mengenai banyak hal dan tidak terpaut dengan satu topik saja. Selain itu, sifat media massa adakah cepat dalam arti kata memungkinkan pesan yang disampaikan kepada begitu banyak orang dalam waktu yang cepat (Effendy, 2008). Menurut Cassandra, ada dua model dalam penyusunan pesan yaitu pesan yang bersifat informative dan yang bersifat persuasive (Cangara, 2012:).

- a) Kejelasan Informasi

Materi yang jelas dan tepat dapat menggambarkan apa dan bagaimana sesungguhnya peristiwa itu terjadi. Fakta yang tidak akurat potensial menimbulkan pemahaman keliru terhadap peristiwa yang sesungguhnya terjadi (Siregar dan Pasaribu, 2008:88). Pesan komunikasi yang disampaikan dari satu pihak ke pihak lainnya harus mudah dimengerti. Supaya pesan yang disampaikan mudah dimengerti, bahasa yang digunakan haruslah bahasa yang mudah dimengerti oleh penerima pesan (Nitisemito, 1996). Meskipun demikian, tidaklah berarti bahwa komunikasi yang disampaikan harus menggunakan bahasa yang sederhana. Sebab apabila penerima pesan mampu menerima pesan dengan bahasa yang tidak sederhana, cara ini pun dapat dilaksanakan (Nitisemito, 1996).

b) Kelengkapan Informasi

Kelengkapan fakta dapat dicermati dengan menggunakan pertanyaan pokok jurnalistik 5W + 1H (Siregar dan Pasaribu, 2008). Pesan yang disampaikan harus lengkap sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi penerima pesan (Nitisemito, 1996). Artinya, isi pesan yang disajikan haruslah menyeluruh dan mendetail sehingga isi pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik (Nitisemito, 1996).

c) Aktualisasi

Kriteria aktualitas suatu informasi terpenuhi apabila informasi tersebut mengandung fakta tentang suatu persoalan yang baru saja terjadi dan sedang menjadi perhatian (Siregar dan Pasaribu, 2008). ketepatan waktu dalam menyampaikan pesan pun harus betul-betul diperhatikan sebab apabila terlambat mungkin apa yang disampaikan sudah tidak ada manfaatnya lagi (Nitisemito, 1996).

Kebutuhan informasi adalah untuk memenuhi kebutuhan kognitifnya, yaitu untuk mengisi kekurangan dalam pengetahuan, untuk memuaskan kebutuhan afektif atau kebutuhan emosional. Kebutuhan kognitif mendorong seseorang untuk menggunakan media. Pemenuhan kebutuhan penggunaan pada informasi inovasi dan pemahaman tertentu tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi. (Soemirat, Ardianto. 2007). Menurut Sankarto (2008) ketika pengolahan data menjadi sesuatu yang berarti, bermanfaat dan berguna untuk penggunaannya, itulah yang disebut dengan informasi. Selain menentukan sukses atau

gagalnya sebuah informasi, bergantung bagaimana pengelolaan dari informasi itu sendiri.

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk lebih berguna, lebih berarti dan bermanfaat bagi penggunaannya (Sankarto dan Permana, 2008). Data menggambarkan kenyataan suatu kejadian dan kesatuan yang nyata. Data dapat diartikan pula sebagai representasi dunia nyata yang mewakili suatu objek tertentu seperti manusia, hewan, peristiwa, konsep, keadaan dan lain-lain yang direkam kedalam bentuk angka, huruf, symbol, teks, gambar, suara, atau kombinasi dari keseluruhan. Sebelum menjadi informasi, data yang berkualitas, kemudian di olah melalui suatu model pengolahan data atau dikenal dengan siklus pengolahan data (siklus informasi). (Sankarto dan Permana, 2008:). Istilah kepuasan ini dalam teori uses and gratifications disebut sebagai Gratification Obtained, Gratification Obtained adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu.

Instagram Pola Asuh Anak

Instagram adalah salah satu aplikasi yang dapat diunduh secara gratis untuk berbagi media berbentuk foto atau video yang memungkinkan penggunaannya untuk mengambil, menerapkan filter, dan juga berbagi foto di Instagram atau situs jejaring sosial lainnya. (Luttrell, 2015). Instagram memiliki daya Tarik yaitu mampu menciptakan, memanipulasi dan berbagi foto dengan keluarga, teman, rekan kerja, dan orang lain yang tertarik untuk mengambil gambar mereka menjadi berwarna dengan menggunakan filter yang ada. Dengan daya Tarik ini dan pengguna yang belum pernah

terjadi sebelumnya, perusahaan telah memposisikan diri sebagai jaringan sosial dalam dirinya sendiri bukan hanya aplikasi berbagi foto. Melalui media sosial Instagram para orang tua yang tergabung sebagai follower akun Instagram @rainbowcastleid dapat dengan mudah berkomunikasi bertukar informasi dan pengalaman mereka dalam hal parenting. Penelitian ini, peneliti mencoba mengetahui bagaimana penggunaan media sosial instagram sebagai pemenuhan kebutuhan informasi khususnya edukasi pola asuh anak yang dilakukan oleh akun instagram @rainbowcastleid. Bahwa orang tua memang menggunakan media sosial untuk tujuan pengasuhan, dan bahwa itu dapat berfungsi sebagai jenis dukungan sosial (Haslam et al. 2017).

Media Sosial dan Pengasuhan Menjadi seorang ibu di era dengan desa teknologi global, ada dua kategori inti yang digunakan untuk bercerita tentang ibu dan teknologi khususnya untuk ibu baru: 1) Meningkatkan kepercayaan diri sebagai seorang ibu: mencari nasihat; menerobos komunitas 'baru'; teknologi untuk orang tua. Lebih dari sekedar 'ibu': sebagai praktik pengasuhan yang sah dan diinginkan dan menasihati orang tua untuk memiliki tujuan menjadi 'orang tua yang baik'. Ini adalah konstruksi yang tampaknya tidak memperhitungkan ketimpangan sosial, keragaman budaya dan konteks sosial yang kompleks (Assarsson dan Aarsand 2011).

Ada banyak sekali media yang banyak membahas tentang parenting. Salah satunya dan paling populer saat ini adalah internet. Internet adalah sumber pilihan media bagi banyak orang tua untuk mendapatkan beberapa informasi dan saran tentang pengasuhan yang mereka butuhkan

(Nieuwboer, Fukkink et al. 2013). (Nieuwboer, Fukkink et al. 2013) mengulas bahwa Internet menawarkan dan memfasilitasi berbagai peluang untuk berkonsultasi dengan profesional dan berbagi dukungan sebaya tentang pengasuhan anak. Mengenai topik kesehatan dan memberikan dukungan profesional, studinya juga menekankan pada sumber daya online untuk orang tua dengan anak-anak prasekolah. Media sosial adalah media yang paling banyak dikunjungi di internet. Safko dalam (Luttrell 2018) mengungkapkan bahwa media sosial adalah kegiatan, praktik, dan interaksi antara komunitas yang terhubung dan komunikasi online untuk saling memberikan informasi, pengetahuan, dan pendapat melalui media percakapan. Tiga area utama di mana informasi media sosial dicari; pengetahuan, pendapat, dan keyakinan. (Arnold 2018) mengatakan bahwa media sosial digunakan untuk mendapatkan dukungan dan wawasan dari orang tua lain, mencari saran ahli, membuat bantuan lebih mudah diakses, membuat hubungan sosial dengan orang tua lain, dan potensi jebakan dari mengandalkan media sosial. Studi oleh (Marasli, Suhendan et al. 2016) menemukan bahwa orang tua membagikan informasi tentang pengasuhan anak di media sosial dalam berbagi informasi.

Gaya Asuh Orang Tua Milenial

Generasi Milenial adalah sekelompok orang yang lahir pada tahun 80-an dan 90-an dan identik dengan karakteristik yang berani, inovatif, kreatif dan modern. Generasi ini merupakan generasi aktif modern yang memiliki gaya hidup dan *ekspektasi* yang sangat

berbeda dari generasi sebelumnya mengenai ekonomi, lingkungan dan kebijakan sosial. Banyak hal telah berubah dalam perjalanan milenium sehingga harus ditangani sesuai dengan karakter generasi yang adaptif dengan teknologi. Milenial adalah generasi yang informasinya mudah diakses melalui teknologi. Mereka sangat bergantung pada akses teknologi, kemampuan mereka menggunakan aplikasi komputer, internet dan teknologi canggih lainnya. Orang tua milenial juga merasa lebih mudah untuk mendiskusikan masalah sehari-hari anak-anak mereka dengan perhatian penuh, tanpa penerimaan dan penilaian diri sendiri.

Orang tua sangat terlibat dalam pembentukan kepribadian anak sehingga berusaha mencegah perilaku kekerasan yang bertentangan dengan moralitas dan nilai-nilai moral normal anak. Berdasarkan hal tersebut, model pendidikan generasi milenial baik secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi proses pendewasaan anak. Beberapa hal yang harus diperhatikan orang tua milenial kepada anaknya, yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui dan memahami masalah yang berkaitan dengan kesehatan mata anak, gangguan tidur, kesulitan konsentrasi, penurunan hasil akademik, perkembangan fisik, perkembangan sosial, perkembangan otak dan hubungannya dengan digital.
2. Membantu anak sebagai generasi digital
3. Penggunaan teknologi digital disesuaikan dengan usia dan tahap perkembangan anak.

Akun Instagram @rainbowcastle

Akun Instagram @rainbowcastle adalah akun milik Rainbow Castle, sebuah layanan konsultasi parenting dan tumbuh kembang anak Indonesia yang memelopori layanan konsultasi berbasis bermain. Akun ini menawarkan banyak layanan konseling pengasuhan dan perkembangan anak berbasis permainan yang mengurangi resistensi anak terhadap tes dan perawatan medis dan psikologis. Hingga saat ini, akun Instagram @rainbowcastle terus menjadi pelopor akun Instagram di Indonesia, memberikan informasi terkait tumbuh kembang anak melalui bermain. Selain itu, akun ini juga fokus memberikan informasi tentang cara menjaga kesehatan emosional dan psikologis anak serta memahami ikatan emosional antara orang tua dan anak sebagai kunci penting perkembangan anak. Akun Instagram @rainbowcastle juga bekerja sama dengan dokter, psikolog, dan terapis berlisensi nasional dan internasional seperti Parent-Child Interaction Therapist (PCIT).

Berbagai layanan yang ditawarkan oleh akun Instagram @rainbowcastle untuk membantu anak berkembang antara lain konseling dan penelitian, intervensi dan terapi, workshop dan webinar parenting. Pengguna dapat mengakses layanan dengan terlebih dahulu membuat janji dengan dokter atau psikolog melalui contact person, setelah itu dokter dan psikolog merencanakan perawatan sesuai hasil penelitian. Selain Instagram, Rainbow Castle juga memiliki channel YouTube yang menyajikan informasi terkini terkait tumbuh kembang anak. @rainbowcastle saat ini memiliki 19 akun dan 198.000 pengikut di Instagram dan telah mengunggah 913 aliran per 30 Maret 2022.

Perilaku penggunaan Media Sosial Instagram @rainbowcastleid dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pola Asuh Anak

Secara umum, motivasi orang tua dalam menggunakan akun @rainbowcastleid adalah untuk melepaskan diri dari tekanan peran pengasuhan mereka dan menghibur diri dengan aliran dan cerita yang diunggah ke akun tersebut. Selain itu, memperkuat atau menekankan informasi yang dimilikinya terkait dengan pertumbuhan dan pola asuh anak dalam kehidupan sehari-hari atau situasi yang dialami oleh responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @rainbowcastle memberikan informasi yang dapat diperhatikan oleh followers dan pengguna Instagram pada umumnya. Selain itu, pengguna Instagram menggunakan akun @rainbowcastle secara mandiri mencari informasi terkait parenting dan tumbuh kembang anak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @rainbowcastle memberikan informasi yang dapat diperhatikan oleh followers dan pengguna Instagram pada umumnya. Selain itu, pengguna Instagram menggunakan akun @rainbowcastle secara mandiri mencari informasi terkait parenting dan tumbuh kembang anak.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasan atau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction. teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi

yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima dan Khan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al., 2015).

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa pada saat menguji hipotesis pertama, motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan akan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi menggunakan akun Instagram @rainbowcastle bukan merupakan penentu pemenuhan kebutuhan informasi ketika motivasi bersifat mandiri. Menurut teori uses and gratification oleh Blumler dan Katz, masyarakat dapat memilih dan menggunakan media dengan motif yang sesuai dengan kebutuhannya. Untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi tentang pola asuh dan tumbuh kembang anak, responden dalam penelitian ini menggunakan media sosial dengan motivasi untuk mencari informasi tentang pola asuh dan tumbuh kembang anak yang sesuai dengan kebutuhannya. Untuk memenuhi kebutuhan

informasi tersebut, akun Instagram @rainbowcastle menyediakan informasi parenting dan tumbuh kembang anak yang dapat digunakan oleh siapa saja. Dengan demikian dapat diketahui bahwa motivasi saja tidak dapat mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi terkait pola asuh dan tumbuh kembang anak di kalangan orang tua melalui akun instagram @rainbowcastle, karena variabel lain juga dapat mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi yaitu informasi yang disampaikan akan tersedia kepada pengguna dan pengikut.

Terkait penyampaian informasi melalui akun Instagram @rainbowcastle, yang menjadi utusan adalah orang tua yang memiliki akses ke akun tersebut. Menerima dan menggunakan media sosial sebagai sarana utama untuk memperoleh informasi tentang parenting dan tumbuh kembang anak, jawabannya cenderung menggunakan dan menerima informasi tentang parenting dan tumbuh kembang anak melalui akun Instagram @rainbowcastle. Dengan cara ini, pengetahuan mereka tentang pengasuhan dan perkembangan anak meningkat, dan mereka dapat merasakan bahwa kebutuhan mereka akan informasi terpenuhi. Ada beberapa factor indikator penggunaan media yang perlu diperhatikan. Pertama, konteks yang membingkai dan mendasari informasi akun media sosial. Penyampaian pesan yang dilakukan melalui akun Instagram @rainbowcastle mampu menarik perhatian dan menjawab kebutuhan informasi masyarakat. Para orang tua yang menanggapi survei tersebut menunjukkan bahwa informasi dari akun Instagram @rainbowcastle menarik dan mudah dipahami, sehingga menambah pengetahuan mereka tentang parenting dan tumbuh kembang anak. Kedua, komunikasi

sebagai kesempatan untuk memahami dan memberikan umpan balik yang interaktif. Akun Instagram @rainbowcastle dengan jelas menyajikan informasi terkait parenting dan tumbuh kembang anak serta dapat memberikan wawasan bagi para orang tua. Ketiga, kolaborasi dalam bentuk masukan dan umpan balik dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses komunikasi. Dengan pengelola akun @rainbowcastle, pengguna Instagram dapat berkolaborasi dan saling memberi masukan melalui kolom komentar atau pesan langsung. Keempat, koneksi yang memungkinkan pengguna media sosial untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang mendalam dan menciptakan kenyamanan. Responden sangat mengandalkan informasi yang diposting melalui akun Instagram @rainbowcastle, karena akun tersebut dikelola oleh psikolog dan terapis anak profesional. Informasi yang disajikan dapat diandalkan dan dapat diperhitungkan.

Teori penggunaan media menjelaskan bagaimana penggunaan media digunakan untuk memenuhi keinginan, sehingga efek media sekarang digambarkan sebagai prasyarat untuk memuaskan kebutuhan (Rakhmat, 2015). Morissan (2020) mengemukakan bahwa keragaman individu menyebabkan khalayak mencari, menggunakan, dan menanggapi materi media secara berbeda karena perbedaan elemen sosial dan psikologis individu dan khalayak. Teori ini tidak berfokus pada pengaruh langsung media terhadap khalayak, tetapi pada motivasi dan perilaku khalayak terhadap media, atau bagaimana dan mengapa mereka menggunakan atau mengonsumsi media tersebut. Singkatnya, ide ini mencoba menjelaskan apa yang dilakukan orang dengan media.

Ibu-ibu milenial lebih memilih menggunakan media yang sesuai dengan kebutuhan dan pengikut akun Instagram @rainbowcastleid. Pengikut akun Instagram @rainbowcastleid memiliki alasan khusus untuk mengikuti akun tersebut sebagai audiens pencari informasi. Dengan pesatnya pertumbuhan media baru, salah satunya Internet yang semakin kompetitif untuk penyampaian informasi, khalayak dari segala usia dapat dengan cepat memperoleh informasi yang mereka butuhkan. Media yang dipilih dalam penelitian ini adalah penggunaan media online berupa akun Instagram @rainbowcastleid. Ibu milenial, mereka berusia 35-65 tahun aktif menggunakan media sosial. Selain itu, ibu-ibu milenial ini menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid tiga kali seminggu selama waktu yang dibutuhkan. kurang dari satu jam per sesi. Hal ini menunjukkan bahwa followers akun Instagram @rainbowcastleid seringkali didominasi oleh kalangan pelajar dan milenial yang haus informasi.

Media online tidak diragukan lagi merupakan salah satu media yang menyediakan informasi yang dibutuhkan masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa mereka menggunakan akun @rainbowcastleid karena konten yang ditawarkan unik dibandingkan dengan media sejenis. Selain itu, menanggapi permintaan informasi melalui akun @rainbowcastleid dilatarbelakangi oleh tulisan yang informatif. Ibu-ibu milenial mengunjungi akun @rainbowcastleid untuk konten yang menarik dan populer. Mirip dengan standar media online lainnya, Instagram ini menyajikan konten yang singkat, padat dan jelas. Mereka menggunakan akun @rainbowcastleid untuk menampilkan informasi ini. Mayoritas

responden juga mengakui penggunaan media sosial untuk pencarian fakta sederhana dari akun @rainbowcastleid.

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasan atau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction. teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima dan Khan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al., 2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasan atau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction.

teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasanatau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction. teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap

kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasanatau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction. teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima

danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasanatau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction. teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasanatau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction.

teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasanatau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction. teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap

kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasanatau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction. teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima

danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasanatau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction. teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasanatau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction.

teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasanatau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction. teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap

kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasanatau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction. teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima

danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasanatau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction. teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasanatau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction.

teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasanatau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction. teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap

kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Mempelajari motivasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, peneliti ingin mengetahui faktor, alasan atau keinginan apa pada responden penelitian yang membuat mereka menggunakan akun Instagram @rainbowcastleid dengan konsep kepuasan yang dicari menggunakan use and satisfaction. teori Palmgreen dkk. (2020) mengemukakan bahwa gratifikasi yang dicari adalah motivasi yang memotivasi orang untuk menggunakan media, yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai akun Instagram @rainbowcastleid. Penelitian ini menunjukkan pengaruh motivasi dan penggunaan media terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah motivasi dan penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan kebutuhan informasi. Pengaruh merupakan salah satu elemen komunikasi yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Komunikasi dapat dikatakan berpengaruh signifikan jika terjadi perubahan pada media sesuai dengan tujuan yang diinginkan dari media tersebut. Dampak komunikasi sangat ditentukan oleh sumber, isi pesan, media dan media komunikasi (Saima

danKhan, 2020). Dampak itu sendiri dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku (Ardoin et al.,2015).

Dari berbagai keterangan yang diberikan oleh narasumber menunjukkan bahwa para penggemar akun Instagram @rainbowcastleid setuju bahwa cara media online dalam menyampaikan informasi, dalam hal ini akun Instagram @rainbowcastleid, dapat memotivasi mereka untuk menggunakan media dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Informasi di akun Instagram @rainbowcastleid seringkali sulit dan fokus pada niche demografis yang jarang ditanggapi oleh media mainstream. Meski ruang opini, akun Instagram @rainbowcastleid terus berlatih untuk mempresentasikan karya-karyanya, yang tetap didukung oleh statistik dan fakta. Postingan di akun Instagram @rainbowcastleid juga membahas isu-isu kontemporer dengan representasi yang bisa membuat pembaca "tercerahkan" dengan perspektif yang tidak konvensional. Akun Instagram @rainbowcastleid menyajikan informasi dengan cara yang tidak biasa, dengan kemampuannya untuk menyampaikan masalah kompleks menjadi topik yang sederhana dan dapat dipahami terkait dengan pengasuhan dan perkembangan anak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa akun Instagram @rainbowcastleid dapat memotivasi followersnya. Akun Instagram @rainbowcastleid memenuhi kebutuhan akan identitas pribadi, kebutuhan kognitif dan kebutuhan keluarga. Penggunaan media

pengikut akun Instagram @rainbowcastleid dapat memberikan informasi mengenai cara membangun hubungan individu, isi pesan yang menarik dan penjadwalan media yang tepat, kemudian share konten pesan dan lama waktu. Pada akun Instagram @rainbowcastleid, motivasi dan penggunaan media mempengaruhi kepuasan kebutuhan informasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, Elvinaro. 2014. Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Priyatna, A. (2021). Parenting di Dunia Digital. PT Elex Media Komputindo
- Racmat, Kriyantono. 2010. Teknik Praktis Riset Komunikasi . Jakarta: Kencana Prenadan Media Group.
- Soerjono Soekanto. 2006. Sosiologi Suatu Pengantar .Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Afrilia, A. M. (2017). Penggunaan New Media di Kalangan Ibu Muda sebagai Media informasi
- Christiari, A. Y., Syamlan, R., Kusuma, I. F., & Dokter, P. (2013). Hubungan Pengetahuan Ibu tentang Stimulasi Dini dengan Perkembangan Motorik pada Anak Usia 6-24 bulan di Kecamatan Mayang Kabupaten Jember. 1(1), 4.

Jurnal

- Parenting Masa Kini. Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media, 1(1), 31–42. Aslan, A. (2019). *Peran Pola Asuh Orangtua di Era Digital. Jurnal Studia Insania*, 7(1), 20. <https://doi.org/10.18592/jsi.v7i1.2269>
- Christian, L. M., Purnomo, D., & Sari, D. K. (2020). Effect Of Using Instagram Stories On Phubbing Behavior In The Generation Z Of Salatiga. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 15.
- Duggan, M., Lenhart, A., Lampe, C., & Ellison, N. B. (2015). *Parents and Sosial Media. Mothers are especially likely to give and receive support on sosial media*. Pew Research Center.
- Fauziah, R., Syahas, A. N. R., Lubis, M. S., & Silitonga, M. (2021). IBU MILENIAL DAN SHARENTING LIFESTYLE DI IBU KOTA. *Psikologi Konseling*, 18(1), 888-897.
- Ganevi, N. (n.d.). *Pelaksanaan Program Parenting Bagi Orangtua Dalam Menumbuhkan Perilaku Keluarga*.
- Hapsari, S. A., Pratiwi, M. R., & Indrayani, H. (2020, November). Konten Edukasi Pengasuhan Anak Melalui Media Online Komunitas Parenting Keluargakita. Com. In *International Conference Communication and Sosial Sciences (ICCOMSOS)* (Vol. 1, No. 1).
- Jati, W. D. P. (2021). *Literasi Digital Ibu Generasi Milenial terhadap Isu Kesehatan Anak dan Keluarga. Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 1-23.
- Ramah Anak (Studi Deskriptif di Pendidikan Anak Usia Dini Al-Ikhlâs Kota Bandung).
- Hakim, F. N. (2020). Pola Relasi Anak dan Orangtua di Masa Pandemi Covid 19.
- Kim, K.-S., Sin, S.-C. J., & He, Y. (2013). *Information seeking through sosial media: Impact of user characteristics on sosial media*

- use: Information Seeking through Sosial Media: Impact of User Characteristics on Sosial Media Use.* Proceedings of the American Society for Information Science and Technology, 50(1), 1–4. <https://doi.org/10.1002/meet.14505001155>
- Krisdayanti, V., & Maryani, N. (n.d). *Optimalisasi Peran Keluarga Dalam Pengembangan Psikologi Anak Era New Normal di Desa Jaya Mekar Kota Sukabumi Jawa Barat.*
- Nuraeni, S. (2020). *Peran Majelis Pelayanan Sosial (Mps) Muhammadiyah Untuk Meningkatkan Kualitas Pengasuhan Orang Tua Dalam Pelatihan Good Parenting Melalui Media Sosial Whats App.*Comm-Edu(Community Education Journal), 3(3), 308. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v3i3.4364>
- Oktavianto, E., & Mubasyiroh, A. (2017). *Pelatihan Bermain pada Pengasuh dapat Meningkatkan Pengetahuan, Sikap dan Keterampilan Pengasuhan.* Health Sciences And Pharmacy Journal, 1(1), 20. <https://doi.org/10.32504/hspj.v1i1.7>