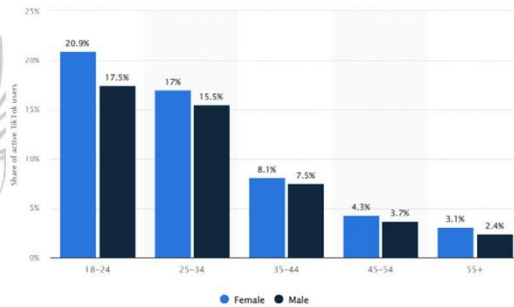


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

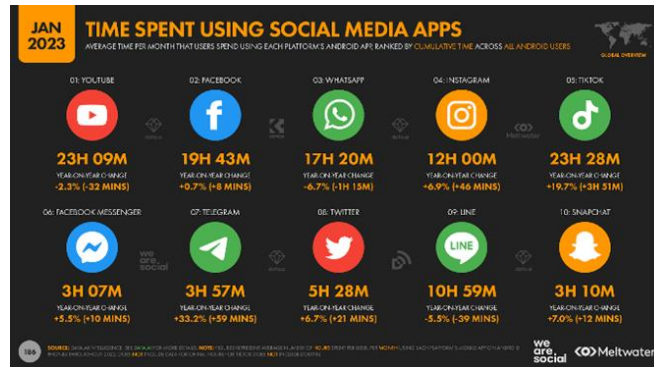
Di era digital saat ini, TikTok menjadi platform media sosial yang digandrungi oleh kalangan kawula muda. Dikutip dari Statista.com, demografi pengguna media sosial TikTok paling banyak di rentang usia 18-24 tahun dengan jenis kelamin wanita dan disusul usia 25-34 tahun. Dapat diartikan pengguna media sosial ini rata-rata merupakan kalangan generasi Z dan disusul oleh generasi Milenial. Generasi milenial adalah mereka yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai dengan 2000 (Budiyati, 2018).



Gambar 1.1 Grafik Pengguna Tiktok

(Sumber: [Statista.com](https://www.statista.com))

Dikutip dari data We Are Social, TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak menghabiskan waktu untuk dikonsumsi secara digital. TikTok mampu mendorong penggunanya untuk menyampaikan pesan secara kreatif (Kusumastuti & Ningrum, 2021). Generasi muda memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media edukasi, karena pesan edukasi yang disampaikan melalui konten video yang dilengkapi ilustrasi dapat mempermudah materi untuk dipahami (Rahmana et al., 2020).



Gambar 1.2 Penggunaan Waktu Bermedia Sosial TikTok

(Sumber: wearesocial.com)

Menurut (Budiati, 2018), menjelaskan bahwa lebih dari setengah generasi milenial telah berstatus kawin, karena rentang usia generasi milenial saat ini merupakan usia produktif dan usia puncak reproduksi, usia ini dianggap siap untuk menikah karena merupakan usia subur untuk memperoleh keturunan terutama bagi wanita. Sehingga, para ibu pada generasi tersebut memerlukan pesan edukasi *parenting* melalui media *parenting* yang modern, hal ini berdasarkan pada hasil survei oleh popmama.com yang menunjukkan bahwa 88% ibu berusia 25-34 tahun cenderung mengandalkan internet dan media digital sebagai sumber utama untuk mendapatkan informasi tentang *parenting* (Hapsari et al., 2020). Ibu-ibu yang lahir pada generasi milenial disebut juga ibu milenial. Arti kata *parenting* menurut Oxford Dictionary adalah proses merawat anak. Sehingga konten edukasi *parenting* merupakan konten yang berisi ilmu tentang pengasuhan anak.

Konten edukasi *parenting* diperlukan karena pendampingan yang konsisten dan dukungan dari orang tua berperan penting dalam membentuk karakter serta perilaku anak, serta mendukung perkembangan kognitif, afektif, dan psikomotorik anak (Kurniasari et al., 2021). Pentingnya pengetahuan tentang pengasuhan anak tidak dapat diabaikan karena memiliki dampak yang signifikan pada semua aspek pertumbuhan anak, juga berperan penting dalam membentuk perilaku, kepribadian, dan keseimbangan emosional anak (Mirawati et al., 2021). Pembahasan pesan tentang edukasi *parenting* melalui media digital, disampaikan melalui beberapa topik (Hapsari et al., 2020), seperti topik hubungan reflektif (*reflective parenting*) berfokus pada kemampuan afektif, topik disiplin positif (*positive discipline*)

berfokus pada kemampuan psikomotorik, dan topik belajar efektif (*effective learning*) berfokus pada pembentukan kemampuan kognitif anak.

Semakin berkembangnya teknologi dan media sosial, generasi yang berbeda menimbulkan cara pandang yang berbeda pula, generasi masa kini dikenal dengan karakteristik yang mencerminkan kesukaan mereka terhadap teknologi, fleksibilitas, kecerdasan yang lebih tinggi, serta tingkat toleransi yang lebih besar terhadap perbedaan budaya dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Rahmana et al., 2020). Hal ini berkaitan dengan cara pandang yang berbeda antara ibu milenial dengan orang tua pada generasi sebelumnya dalam mengasuh anak. Cara pandang yang dimaksud berkaitan dengan tipe komunikasi *parenting* antara orang tua dan anak yang memiliki pengaruh dalam membentuk karakter anak (Maulina dan Aslinda, 2022). Tipe komunikasi *parenting* dibedakan berdasarkan pola pengasuhannya (Ni'mah, 2018), terdapat tiga tipe komunikasi *parenting* yang penting untuk disampaikan melalui konten edukasi agar meningkatkan kesadaran orang tua dalam mengasuh anak, yakni tipe komunikasi otoriter (*authoritarian*), permisif (*permissive*), dan otoritatif (*authoritative*).

Konten edukasi *parenting* banyak diunggah oleh para *influencer* dari media sosial TikTok, salah satunya @rensia_sanvira, dengan karakteristik konten edukasi berupa tips dan trik (Kusumastuti & Ningrum, 2021). Menurut Oxford Dictionary, *influencer* adalah: seseorang atau hal yang mempengaruhi seseorang/sesuatu, terutama orang yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi calon pembeli suatu produk atau jasa dengan merekomendasikannya di media sosial (Oxford Dictionary, 2023). *Influencer* dikenal memiliki keahlian khusus dan pengetahuan mendalam di bidangnya, aktif di media sosial dengan jumlah pengikut yang signifikan, dan berperan untuk menyumbang pengaruh pada publik (Meifitri, 2020).

Salah satu *influencer* yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini yakni Rensia Sanvira. *Influencer* TikTok ini membagikan konten seputar *parenting* guna mengedukasi generasi milenial yang akan menjadi calon ibu maupun sudah menjadi seorang ibu dan memerlukan *role model* dalam mendidik buah hati mereka. Rensia Sanvira adalah seorang *influencer* TikTok dan pendiri dari Mamalyfe.id, sebuah platform yang berbagi ilmu seputar tips *parenting* modern. Selain itu, Rensia

Sanvira juga seorang konselor anak. Rensia Sanvira dapat disebut sebagai *influencer* TikTok karena akun TikTok miliknya, @rensia_sanvira sudah centang biru dan telah diikuti lebih dari 5 juta pengikut serta memiliki jumlah suka lebih dari 165 juta. Dengan konsisten membagikan konten edukasi *parenting* melalui media sosial TikTok, Rensia Sanvira memberikan cara mengasuh anak yang tepat pada generasi millennial. Rensia Sanvira membangun dirinya dikenal sebagai *influencer* edukasi *parenting* di TikTok melalui konten pesan video yang relevan, konsistensi, interaksi dengan pengikut, kolaborasi dengan *influencer* lain, dan melakukan *live* dengan tema edukasi *parenting*.

Pada wawancaranya dengan tabloid Bintang, terdapat bahwa Rensia Sanvira tidak memiliki latar belakang dalam pendidikan psikologi. Namun, setelah menjadi sarjana ekonomi, dia mulai tertarik pada ilmu psikologi dan memulai mempelajari hal-hal tentangnya sejak SMA. Beberapa tahun kemudian, Rensia mulai dari membaca buku, ikut seminar, dan lokakarya sampai mengikuti sertifikasi seperti analisis sidik jari dan grafologi. Sehingga dia dapat membuka praktik konseling sendiri melalui media sosial. Awalnya Rensia Sanvira bukan seorang pakar anak, tetapi dia belajar psikologi melalui kursus Neuro Linguistic Programming di Amerika Serikat. Rensia Sanvira belajar tentang masalah hubungan anak dengan orang tua dalam program tersebut dengan menentukan mengapa seorang anak kurang dekat dengan orang tuanya (Khoiriyah, 2021).

Penelitian ini menarik dilakukan karena hasil penelitian sebelumnya oleh Kusumastuti & Ningrum (2021), menyatakan bahwa akun @rensia_sanvira menjadi panduan utama bagi para pengikutnya dalam hal pengasuhan anak, penelitian tersebut hanya meneliti respon pengikutnya dan tidak menganalisis isi pesan edukasi *parenting* lebih mendalam, maka penulis ingin melakukan penelitian lanjutan tentang seberapa besar isi pesan edukasi *parenting* yang disampaikan melalui konten video unggahan pada akun *influencer* TikTok @rensia_sanvira. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi pesan deskriptif untuk mengkategorikan secara deskriptif konten edukasi *parenting* yang disampaikan melalui video unggahan pada akun *influencer* TikTok @rensia_sanvira. Teknik pengumpulan data menggunakan batasan populasi pada video yang memuat konten edukasi *parenting*.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu komunikasi khususnya pemahaman tentang kandungan isi pesan dalam konten edukasi *parenting* yang disampaikan melalui media sosial TikTok.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar isi pesan edukasi *parenting* yang disampaikan melalui video unggahan pada akun *influencer* TikTok @rensia_sanvira.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk menganalisis isi pesan edukasi *parenting* yang disampaikan melalui video unggahan pada akun *influencer* TikTok @rensia_sanvira.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa manfaat, yaitu manfaat praktis, manfaat teoritis, dan manfaat umum. Berikut manfaat dari penelitian ini yaitu :

1.4.1 Manfaat Secara Praktis

- A. Memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih baik tentang edukasi *parenting* pada platform TikTok.
- B. Menyediakan informasi yang berguna dalam memperoleh pengetahuan dan keterampilan *parenting* yang lebih baik.
- C. Memberikan panduan bagi para pembuat konten TikTok dalam membuat konten edukasi *parenting* yang efektif dan bermanfaat.

1.4.2 Manfaat Secara Teoritis

Memberi manfaat dan tambahan bagi program Ilmu Komunikasi sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya terutama mengenai isi pesan *parenting* dan tipe komunikasi *parenting* yang disampaikan melalui media sosial TikTok.

1.4.3 Manfaat Secara Umum

Menjadi referensi dan memberikan gambaran bagi semua pihak yang memerlukan keterangan atau penjelasan mengenai *parenting*

