

PENGUNAAN *NEW MEDIA* DI KALANGAN IBU MUDA SEBAGAI *MEDIA PARENTING* MASA KINI

Ascharisa Mettasatya Afrilia

Universitas Tidar

Jalan Kapten Suparman 39, Potrobangsari, Magelang

E-mail: mettasatya777@gmail.com

Abstract: Parenting among young mothers has slipped off from offline to online activities. This is related to the development of information technology, exposing the social reality by new kinds of media. One of these new media derivatives is social media which was considered superior in the speed of distributing messages. More so, social media is also considered as a special space to share parenting experiences among young mothers. Research showed that social media which later became the "public space", has in fact been regarded as a more credible medium for discussion, exchanging experience, and some even use it as a contemporary label in order to maintain prestige. It is the result of two general motives which in this study referred to as rational motives and emotional motives.

Keywords: new media, young mothers, social media, parenting, phenomenology.

Abstrak: Aktivitas parenting di kalangan ibu muda telah mengalami pergeseran dari offline menuju online. Hal ini tidak lepas dari perkembangan teknologi informasi yang membuat realitas sosial diperlihatkan oleh media baru tersebut. Salah satu turunan media baru ini adalah media sosial yang dianggap unggul dalam kecepatan mendistribusikan pesan. Tidak hanya itu, media sosial juga dianggap sebagai ruang khusus untuk berbagi pengalaman parenting di kalangan ibu muda. Hasil temuan memperlihatkan bahwa media sosial yang kemudian menjadi "ruang publik" tersebut, nyatanya telah dianggap sebagai media yang lebih kredibel untuk berdiskusi, bertukar pengalaman, bahkan tidak sedikit yang kemudian mengukulkannya sebagai label kekinian demi menjaga gengsi. Hal tersebut merupakan hasil dari dua motif umum yang dalam penelitian ini disebut sebagai motif rasional dan motif emosional.

Kata kunci : media baru, ibu muda, media sosial, parenting, fenomenologi.

Pendahuluan

Teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang begitu pesat. Kondisi tersebut mengindikasikan perubahan interaksi dengan menggunakan media komunikasi berbasis teknologi. Internet dan media sosial merupakan salah satu alat utama dalam pendistribusian informasi saat ini. Secara global, hal tersebut telah mengubah wajah media secara keseluruhan.

Di Indonesia sendiri, Departemen Komunikasi dan Informasi berdasarkan hasil survey yang dilakukannya, mencatat sekitar 132,7 juta orang Indonesia di sepanjang tahun 2016 telah terhubung ke internet. Adapun total penduduk Indonesia sebanyak 256,2 juta orang. Hal ini mengindikasikan kenaikan 51,8 persen dibandingkan jumlah pengguna internet pada 2014 lalu di mana berdasarkan survey yang dilakukan APJII pada 2014 hanya terdapat 88 juta pengguna internet (Widiyanto, 2016).

Sejalan dengan semakin berkembangnya media sosial seperti dikemukakan berdasarkan data tersebut, perilaku masyarakat dalam memanfaatkannya juga berubah. Penggunaan media baru sudah mulai dijadikan acuan untuk mengembangkan aspek ekonomi dengan *e-marketing*, aspek pemerintahan dengan *e-governance*, serta aspek pendidikan dengan *e-learning*.

Menjadi hal yang sangat menarik ketika media baru juga menerpa aktivitas *parenting* di kalangan ibu muda.

Telah terjadi pergeseran yang signifikan manakala ibu muda masa kini, lebih banyak mendapatkan akses informasi tentang ilmu *parenting* dari media baru. Dulu, ibu muda lebih berorientasi kepada sumber informasi yang tidak lain adalah orang tua mereka atau orang yang dituakan dan dianggap lebih berpengalaman di lingkungannya. Sementara saat ini perolehan dan penyebaran informasi tentang *parenting* sudah lebih meluas. Akses informasi di dunia *parenting* yang dahulu hanya dalam lingkup *offline* kini sudah mengalami transformasi ke ranah *online*. Pengertian pertukaran informasi tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu, yakni sebatas bertemunya pemberi informasi dan pengakses informasi di satu tempat dan waktu yang sama. Semua itu sangat mungkin terjadi mengingat perkembangan dunia teknologi komunikasi yang semakin pesat dan melesat.

Hal itu menjadi niscaya mengingat kebutuhan manusia yang juga begitu dinamis. Kedinamisan tersebut tidak lain adalah refleksi dari dimensi manusia yang juga sangat kompleks. Di antaranya, manusia sebagai *social animal*, menggunakan media untuk menjalin relasi sosial. Manusia sebagai *zoon politicoon*

yang menggunakan media untuk kepentingan meraih kekuasaan.

Dapat dikatakan bahwa sesungguhnya, media adalah perluasan dari manusia, sehingga teknologi digunakan untuk mengikuti dimensi kepentingan manusia itu sendiri. Ketika teknologi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sosial dalam berinteraksi dan mendapatkan informasi, maka hal itu merupakan refleksi dari dimensi manusia sebagai makhluk sosial.

Proses distribusi informasi, akses, dan proses diskusi dapat direspon dan disebarkan begitu cepat. Dengan tingginya penggunaan media sosial di Indonesia, maka semakin terbuka luas kesempatan untuk memanfaatkannya sebagai forum diskusi tentang berbagai hal, tak terkecuali tentang seluk beluk *parenting*.

Menurut Tarmuji (dalam Apriastuti, 2013:3), *parenting* atau dikenal juga dengan istilah pola asuh adalah bentuk-bentuk yang diterapkan dalam rangka merawat, memelihara, membimbing dan melatih dan memberikan pengaruh yang dilakukan oleh orang tua kepada anaknya. Sementara Gunarsa (2002: 9) menyatakan bahwa pola asuh adalah pola interaksi antara anak dengan orang tua yang meliputi bukan hanya pemenuhan kebutuhan fisik (makan, minum, pakaian, dan sebagainya) dan kebutuhan psikologis (afeksi atau perasaan) tetapi juga

norma-norma yang berlaku di masyarakat agar anak dapat hidup selaras dengan lingkungannya.

Beberapa definisi di atas sejalan dengan cita-cita orang tua yang ingin menjadikan anak mereka sebagai anak yang cerdas, kuat, sehat, mandiri, berkarakter dalam sikap dan agama, serta masih banyak lagi cita-cita lainnya. Meski faktanya, tidak sedikit orang tua yang mentok dan tidak tahu harus mewujudkannya dengan cara apa, bagaimana, dan harus mendapat informasi dari mana?

Pada hakikatnya, semua hal yang dibimbangkan orang tua itulah yang masuk dalam ranah *parenting*, yaitu proses pengasuhan dan pendidikan anak mulai dari kelahirannya hingga mencapai kedewasaan personal. Hal itu berarti bahwa *parenting* dimulai sejak anak baru dilahirkan dan dapat dikatakan selesai pada saat anak sudah memenuhi kriteria untuk disebut sebagai pribadi yang dewasa. Dewasa dalam fungsi *parenting* adalah dewasa secara mental atau psikologis, bukan hanya dewasa secara fisik semata.

Tidak dapat dikatakan sebagai hal yang mudah dalam melakoni proses *parenting*. Dan menjadi menarik ketika proses *parenting* tersebut dilakoni oleh ibu muda yang notabene masih memiliki keterbatasan pengalaman jika dibanding dengan orang tua yang lebih senior. Atas keterbatasan itulah mereka mencari media

untuk memenuhi kebutuhan informasi yang tidak mereka dapatkan di ranah *offline*. Tidak sedikit ibu muda yang pada akhirnya menceburkan diri ke dalam ruang publik maya yang dianggap dapat memberikan warna baru dalam bertransaksi informasi seputar dunia *parenting*.

Pada konteks penelitian ini, ibu muda yang dimaksud adalah wanita berusia antara 20 tahun hingga 35 tahun yang telah menyangang status ibu. Lebih khusus lagi, para ibu muda yang masuk dalam kategori informan dalam penelitian ini adalah mereka yang tergabung sebagai anggota komunitas *Mommypreneur* di Purwokerto. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif penggunaan media sosial sebagai media *parenting* di kalangan ibu muda anggota komunitas *Mommypreneur* Purwokerto.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi. Penelitian fenomenologi dimulai dengan menelaah fokus fenomena yang akan diteliti. Engkus Kuswarno (2009:25) menyatakan bahwa fenomenologi berusaha untuk memahami bagaimana seseorang memberi makna pada sebuah pengalaman yang dilakoni. Pada penelitian ini, pemahaman seorang ibu muda dalam menjalani pola asuh anak

dapat diketahui secara langsung sebagai pengalaman yang dilakoni oleh informan.

Data-data yang diperlukan dalam analisis diperoleh dari proses *indepth interview* dan Focus Group Discussion (FGD). Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan dengan proses menelaah sejumlah sumber yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Selanjutnya, proses analisis data dilakukan secara simultan berupa pengklasifikasian data, memilah dan memisahkan, serta mencari keterkaitan antara data yang satu terhadap data yang lain. Upaya ini diperlukan agar data tersebut dapat disajikan secara runut dan tertib. Berbagai keterkaitan data tersebut pada gilirannya digunakan untuk menarik kesimpulan dan memverifikasi kesimpulan yang ditemukan.

Hasil dan Pembahasan

1. Realitas Transformasi Informasi di Kalangan Ibu Muda

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa dari total 20 orang anggota komunitas *Mommypreneur* Purwokerto, hampir 70% telah memanfaatkan *new media* sebagai media *parenting* mereka. Sisanya, yakni 30% memang menggunakan *new media* namun tidak serta merta digunakan sebagai media *parenting*.

New media yang dimaksud dalam penelitian ini adalah media sosial yang digunakan oleh informan sebagai salah satu *media partner* dalam proses *parenting*. Disebut sebagai *media partner* karena media sosial tersebut menjadi sumber informasi atau media aktualisasi diri dalam melakukan aktivitas *parenting*.

Tingkat pengguna media sosial tercatat begitu tinggi di Indonesia. Percakapan atau distribusi informasi khususnya Facebook, bisa mencapai 5,02 juta *update* status per hari dengan asumsi dua persen dari pengguna aktif Facebook berada di Indonesia (SocialBaker, dalam Wasesa, 2013). Sedangkan untuk aktivitas Twitter mencapai 7,35 juta *tweets/re-tweets* per hari dengan rata-rata lima persen dari pengguna aktif (comScore, dalam Wasesa, 2013).

Tingginya angka pengguna dan tingginya aktivitas baik percakapan maupun pemberitaan di media sosial, menjadikannya sangat efektif dalam penyebaran informasi dan diskusi. Mereka yang pada realita *offline* tidak memiliki kekuatan bersuara, dapat menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan lainnya bahkan lebih berani mengemukakan pendapat dan buah pikirnya berkaitan dengan aktivitas *parenting*. Di sini, media sosial telah memfasilitas tindakan mereka dalam realitas *online* yang akan memengaruhi

juga dalam membentuk aktivisme mereka di realitas *offline*.

Penelitian ini memunculkan temuan adanya peringkat penggunaan media sosial yang dipilih oleh informan. Dari tiga media sosial terbanyak yang dipilih oleh informan itu adalah *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*.

Facebook menempati urutan terbanyak pertama yang dipilih oleh informan karena dinilai memiliki fitur paling lengkap untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam perolehan dan penyebaran informasi. Hal tersebut merupakan bukti nyata adanya kebutuhan informasi yang dirasa perlu untuk dipenuhi oleh informan.

Menurut Chaplin (dalam Kholifah, 2013:6) kebutuhan informasi adalah permintaan terhadap informasi yang merupakan perwujudan dari adanya rasa kekurangan di dalam diri manusia.

Kebutuhan informasi yang muncul pada diri informan, didorong oleh situasi problematik yang terjadi di dalam dirinya berupa informasi tentang pola asuh yang dirasa kurang memadai. Hal tersebut menyebabkan informan merasa perlu untuk memperoleh *input* dari sejumlah sumber di luar dirinya. Dan *Facebook*, menjadi salah satu jawaban yang paling banyak digunakan sebagai media perolehan informasi di dunia *parenting* bagi informan.

Tidak hanya itu, kebutuhan akan berkehidupan sosial juga dinilai dapat

terpenuhi melalui media ini. Tingkat kebutuhan hubungan (*relatedness needs*), merupakan kebutuhan untuk membagi pikiran dan perasaan dengan orang lain dan membiarkan mereka menikmati hal-hal yang sama dengan kita. Dalam hal ini, informan berkeinginan untuk berkomunikasi secara terbuka dengan orang lain yang dianggap penting dalam kehidupan mereka dan mempunyai hubungan yang bermakna dengan apa yang dialaminya.

Melalui media sosial *facebook*, informan dapat terhubung dengan ibu muda lainnya yang juga sama-sama tengah mengais informasi seputar *parenting* sekaligus bertukar pengalaman tentang proses *parenting*. Kebutuhan semacam ini merupakan kebutuhan sosial yang tidak dapat dipisahkan dari sifat manusia sebagai makhluk sosial.

Sementara di peringkat kedua diduduki oleh media sosial *Instagram*. Alasan informan menggunakan *Instagram* juga variatif. Namun secara garis besar dapat disimpulkan bahwa *Instagram* dipilih oleh mereka karena fitur-fitur yang mendukung pemenuhan kebutuhan aktualisasi diri informan. Melalui akun *Instagram*, seorang informan merasa mendapatkan kepuasan batin saat membagikan momen kebersamaan mereka dengan anak dan keluarganya. Secara psikologis, ada rasa ingin '*unjuk gigi*'

dengan mengunggah foto ataupun video perkembangan anak-anak mereka.

Melihat fakta tersebut, dapat diketahui bahwa penggunaan media sosial tidak sekedar untuk pemenuhan kebutuhan informasi. Muncul kebutuhan lain yang menurut *Teori Hierarchy of Needs* Abraham Maslow (dalam Rahmat, 2005: 56), dikategorikan sebagai kebutuhan untuk *self esteem*. Pada masa seperti sekarang ini, kebutuhan akan pengakuan, kepercayaan diri, prestise, menjadi hal yang dianggap lumrah untuk diraih setelah kebutuhan dasar fisik dianggap telah terpenuhi.

Sementara itu, terdapat alasan lain yang diungkapkan informan dalam memilih media sosial sebagai media *partner* dalam menjalankan pola asuh. *Twitter*, menjadi media sosial terbanyak ke tiga yang dipilih oleh informan dalam penelitian ini. Selain akses informasi, *Twitter* dipercaya memiliki tingkat kepercayaan sumber yang tinggi. Hal tersebut karena berdasarkan data yang diperoleh, terdapat sejumlah akun *Twitter* milik pakar kesehatan anak, pakar ibu menyusui, pakar komunikasi keluarga, pakar gizi dan kesehatan anak, pakar psikolog bahkan pakar kesehatan reproduksi wanita.

Banyaknya pakar nasional di bidang *parenting* yang sengaja membuat akun *Twitter* dengan tujuan menyebarkan informasi seputar *parenting*, dirasakan begitu melegakan kegundahan informan.

Bahkan, cukup banyak pakar *parenting* yang secara sukarela merespon sejumlah pertanyaan yang sering diutarakan oleh ibu muda.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa telah terjadi pergeseran sumber informasi terhadap nilai-nilai *parenting* yang dilakukan oleh sejumlah ibu muda masa kini. Jika dulu para ibu muda seringkali mendapatkan informasi tentang nilai-nilai *parenting* dari orang tua, mertua, kakak ipar dan beberapa orang yang dituakan lainnya, saat ini para ibu muda justru mendapatkan informasi tentang nilai-nilai *parenting* dari media. Meskipun sejumlah informan mengakui bahwa nilai-nilai *parenting* yang mereka aplikasikan dalam mengasuh anak-anak juga diperoleh dari orang yang mereka tuakan, namun prosentasenya lebih kecil dibanding dengan yang mereka dapatkan dari media sosial.

Terdapat kecenderungan untuk memercayai sejumlah informasi dari media sosial dibanding informasi *parenting* dari lingkungan keluarga yang dituakan. Misalnya, jika demam menyerang anak balita (bawah lima tahun), bagi orang tua jaman dahulu sah-sah saja memberikan beberapa tetes air kopi untuk meredakan demam anak balita mereka. Namun, ibu muda masa kini sudah mulai meninggalkan cara tersebut yang dianggap bukan menjadi sebuah solusi untuk meredakan demam.

Terkait kasus demam pada anak, semua informan dalam penelitian ini lebih memilih untuk meredakan demam dengan cara mengompres, melakukan *bounding* dengan anak, *skin to skin*, atau memberikan obat turun panas yang dianjurkan oleh dokter. Meskipun informan dalam penelitian ini juga tidak mengelak bahwa mereka masih tetap memberikan pertolongan pertama dengan cara tradisional berupa irisan atau parutan bawang merah yang dibalur dengan minyak ke seluruh tubuh sang anak, namun cara lain yang dinilai kurang tepat seperti memberikan air kopi untuk balita, sudah mulai ditinggalkan.

Pada kasus lain, misalnya menghadapi pertanyaan kritis dari anak-anak yang sedang tumbuh dan berkembang, informan memilih untuk memberikan penjelasan dan pemahaman kepada anak dengan alasan yang lebih dapat diterima oleh logika anak. Misalnya, proses *toilet training* yang mengharuskan anak untuk tidak buang air kecil sembarang tempat didasari dengan sejumlah pemahaman yang disampaikan dengan baik kepada anak-anak mereka.

Cara tersebut diperoleh informan dari ilmu *parenting* yang ada di sejumlah media sosial. Berbeda dengan masa lampu di mana orang tua tidak memberitahukan secara gamblang apa alasan di balik sebuah larangan. Misalnya, istilah '*ora ilok*' - '*ada*

setannya' - *'nanti kuwalat'* - dan sejumlah alasan non-logis lainnya mulai ditinggalkan oleh para ibu muda yang menjadi informan dalam penelitian ini. Mereka menyadari bahwa anak-anak harus mulai diberikan penjelasan yang masuk akal demi tertanamnya jiwa disiplin dan pemahaman yang baik terhadap sesuatu.

Berdasarkan hasil penelitian, para informan sudah mulai belajar bijak dalam mengantisipasi renekan anak-anak mereka. Misalnya dengan memberikan arahan atau mengalihkan perhatian sang anak kepada hal lain yang menjadi ketertarikan anak. Cara tersebut dinilai lebih cerdas baik bagi perkembangan motorik maupun psikomotor si anak.

2. *Motif Penggunaan Media Sosial*

Pada hakikatnya, setiap manusia memiliki motif yang menjadi dorongan dalam setiap melakukan tindakan dan dalam setiap pemilihan keputusan. James Drever (dalam Slameto, 2010:58) memberikan definisi motif sebagai *an effective-conative factor which operates in determining the direction of an individuals behavior towards an end or goal, consiously apprehended or unconsiously*.

Sementara Sanjaya (2006:27) menyatakan bahwa motif merupakan dorongan, hasrat, keinginan, dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam dirinya untuk melakukan sesuatu. Motif

dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang mendorong untuk berbuat sesuatu. Motif memberikan tujuan dan arah kepada tingkah laku seseorang.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, peneliti menyimpulkan bahwa motif memiliki tiga hal utama yaitu kebutuhan, dorongan, dan tujuan. Berkaitan dengan penelitian ini, dapat dinyatakan bahwa ibu muda sebagai individu yang bebas memiliki kebutuhan informasi dan kebutuhan aktualisasi diri yang kemudian mendorongnya untuk melakukan sesuatu demi memenuhi kebutuhannya itu, sehingga mucullah sebuah perilaku. Kebutuhan mengakses dan menyebarkan informasi dan diskusi dalam dunia *parenting* telah mendorong ibu muda dalam penelitian ini untuk melakukan sebuah aktivitas sosial di ranah *online* demi mewujudkan tujuannya itu.

Berbagai alasan yang mendorong informan menggunakan media sosial sebagai media *parenting* terdiri dari dua motif utama yang oleh peneliti disebut dengan istilah motif rasional dan motif emosional. Batasan motif rasional dalam konteks penelitian ini adalah hal-hal logis yang mendorong informan untuk memilih media sosial tertentu sebagai media *parenting* mereka. Di antara sejumlah jawaban yang dikemukakan informan

berdasarkan wawancara mendalam maupun FGD dapat ditarik beberapa poin utama:

1. Media sosial dipercaya mampu memberikan informasi terkini tentang *parenting*.
2. Media sosial lebih mudah dijangkau akses informasinya dibanding dengan media konvensional berupa penyuluhan atau konseling dengan pihak keluarga atau kerabat yang dituakan.
3. Media sosial memungkinkan ibu muda untuk berinteraksi dengan ibu muda lainnya.
4. Media sosial memudahkan ibu muda baik yang bekerja maupun yang tidak bekerja untuk saling bertukar pengalaman tentang pola asuh pada masing-masing anak mereka tanpa harus bertatap-muka.
5. Media sosial dapat memberikan informasi yang lebih jelas karena tidak hanya bersumber pada informasi dalam bentuk kata atau kalimat tetapi juga dilengkapi dengan bentuk visual baik gambar ataupun video.

Sementara itu, pada informan yang sama, juga ditemukan adanya dorongan lainnya yang peneliti sebut dengan istilah motif emosional. Hal-hal yang masuk dalam kelompok motif emosional ini adalah:

1. Alasan gengsi personal karena tidak ingin disebut ketinggalan jaman.
2. Alasan kekininian atau mengikuti *trend*.
3. Alasan sebagai media eksistensi diri sebagai seorang ibu muda masa kini.
4. Alasan mencurahkan isi hati atas kepenatan dalam kehidupan berkeluarga.

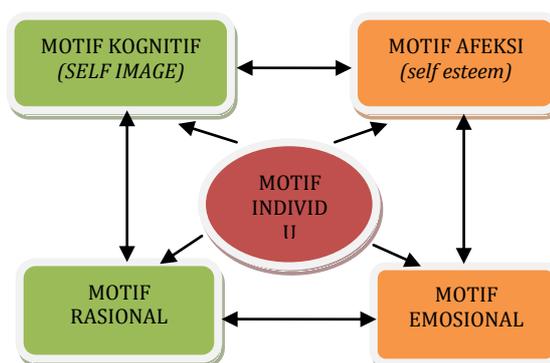
Berdasarkan dua kelompok di atas dapat disimpulkan bahwa motif yang melatarbelakangi informan dalam menggunakan media sosial sebagai media *parenting* sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis. Di mana, faktor psikologis juga sangat erat kaitannya dengan konsep pemaknaan atas dirinya.

Konsep diri tiada lain adalah persepsi tentang diri yang relatif menetap. Ronald B. Adler dalam Kuswarno (2009:198) menyatakan bahwa "*Self concept is the relatively stable set of perceptions you hold of yourself*". Definisi tersebut menunjukkan bahwa seperangkat penilaian atau persepsi terhadap objek persepsi yang menyangkut diri sendiri biasanya lebih ajeg, tetap, atau konstan. Penilaian tersebut bisa saja berdasarkan hal yang menyangkut pengetahuan yang bersifat kognitif, dan segala sesuatu yang berkaitan dengan perasaan.

Dalam hal ini, Jalalludin Rahmat (2005:100) memisahkan konsep diri dalam dua hal utama yaitu citra diri (*self image*) dan harga diri (*self esteem*). Citra diri berkaitan dengan faktor-faktor kognitif individu sementara harga diri berhubungan dengan faktor afektif individu.

Berdasarkan pernyataan di atas dapat diambil benang merah bahwa dalam penelitian ini, yang disebut oleh peneliti sebagai motif rasional berbanding lurus dengan citra diri (*self image*) sedangkan motif emosional berbanding lurus dengan harga diri (*self esteem*) seperti berikut:

Gambar 1.1



Sumber: Mettasatya, hasil penelitian 2016

Grafik di atas menunjukkan bahwa terdapat motif yang menjadi dorongan pada informan. Motif yang muncul dari hasil penelitian ini adalah motif rasional dan motif emosional. Motif rasional adalah motif berupa hasil pola pikir informan terhadap nilai-nilai logis yang sama dengan motif kognitif. Informan juga memiliki dorongan lain yang masuk dalam kategori motif emosional yaitu dorongan yang muncul sebagai bentuk emosional selaras dengan motif afeksi.

Pada saat informan mengemukakan alasan bahwa dirinya memilih media sosial sebagai media *parenting* karena media sosial dipercaya mampu memberikan informasi terkini tentang pola asuh anak, maka hal itu masuk dalam kategori motif rasional. Namun, pada saat yang sama, informan juga merasa gengsi jika disebut tidak kekinian dan disebut orang tua yang ketinggalan jaman, maka hal itu masuk ke dalam ranah motif emosional.

Simpulan

Informan telah memiliki konsep diri yang konstan sebagai ibu yang ditunjukkan dalam pencarian informasi sebagai input dari ketidakmemadainya kebutuhan informasi. Terdapat dua motif yang mendorong informan untuk menggunakan media sosial sebagai media *parenting*, yaitu motif rasional dan motif emosional. Kemudian terdapat tiga media sosial utama yang dipilih informan dengan sejumlah alasan, yaitu media sosial *facebook*, *instagram*, dan *twitter*.

Berdasarkan penelitian ini disarankan bagi para ibu muda agar lebih bijak dalam 'menceburkan' diri ke ranah media sosial. Perlu adanya proses memilih dan memilah informasi yang diperoleh dari media sosial agar terhindar dari jebakan arus informasi yang mungkin saja justru memberikan dampak negatif bagi proses *parenting* yang dilakukan. Bagi pemerintah khususnya bidang Kementerian Komunikasi dan Informasi, Pemberdayaan Perempuan, dan Komisi Perlindungan Anak, diharapkan mampu memberikan 'nutrisi' bagi masyarakat khususnya bagi kaum ibu tentang nilai-nilai *parenting* yang lebih baik dan berkualitas.

Daftar Pustaka

- Gunarsa. 2002. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta : PT. Gunung Mulia
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi (Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian)*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Rahmat, Jalalludin. 2005. *Psikologi Komunikasi: cetakan ke-16*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sanjaya, Wina. 2006. *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Slameto. 2013. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Wasesa, A.Silih, 5 Juni, (2013). *Gossip, Issue and World of Mouth (pdf)*. Disampaikan dalam seminar Nasional UGM. Yogyakarta.
- Wijaya, Ketut Krisna. (2015). "Laporan Pengguna Website Mobile Media Sosial Indonesia", dalam <https://id.technisia.com/laporan-pengguna-website-mobile-media-sosial-Indonesia>

- Khalifah. 2013. “Studi Analisis Kebutuhan Informasi”, dalam [http://www.academia.edu/16907199/Studi analisis Kebutuhan informasi](http://www.academia.edu/16907199/Studi_analisis_Kebutuhan_informasi), diunduh pada Juni 2016 pukul 10.00 WIB.
- Apriastuti, Dwi, Anita. 2013. “Analisis Tingkat Pendidikan Dan Pola Asuh Orang Tua Dengan Perkembangan Anak Usia 48-60 Bulan”, dalam <http://ojs.akbidylpp.ac.id/index.php/P rada/article/view/28/26>, diunduh pada Juli 2016 pukul 15.40 WIB.