



MENDIDIK ANAK DI ERA DIGITAL: PERAN KONTEN @CLAYCLIFFHARTONO UNTUK KESADARAN PARENTING

Salwa Ridha Kamilah¹ | Zainal Abidin Achmad²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Jalan Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

Correspondence:

Zainal Abidin Achmad

Email:

z.abidinachmad@upnjatim.ac.id

<http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/n>

Abstract: *The study aims to describe the content of TikTok The Hartono's Family @claycliffhartono as a parenting education media. The research findings show that this account has succeeded in getting significant interactions in the form of likes, comments, and viewers. This study uses a qualitative narrative ethnography method by interviewing 8 informants who are regular audiences of the account. The stages of data analysis include data reduction, data display, and conclusions. This is made possible by the various features provided by TikTok for its users. In addition, the audience generally prefers content related to emotional management. In fact, it has succeeded in implementing a similar parenting pattern. The parenting models that the audience wants to apply are authoritative parenting, attachment parenting, and free-range parenting.*

Keywords: *Parenting Education, The Hartono's Family, Virtual Ethnography, Audience Interaction.*

Abstrak: Penelitian bertujuan untuk menguraikan pemanfaatan konten TikTok *The Hartono's Family @claycliffhartono* sebagai media edukasi parenting. Temuan penelitian menunjukkan bahwa akun ini berhasil mendapatkan interaksi yang signifikan dalam bentuk *likes*, komentar, dan penonton. Penelitian ini menggunakan metod kualitatif etnografi naratif dengan mewawancarai 8 orang informan yang menjadi audiens tetap dari akun tersebut. Tahapan analisis data meliputi reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan. Hal ini dimungkinkan oleh berbagai fitur yang disediakan oleh TikTok bagi para penggunanya. Selain itu, audiens pada umumnya lebih menyukai konten yang terkait dengan pengelolaan emosi. Bahkan, berhasil menerapkan pola parenting serupa. Model pengasuhan yang ingin diterapkan oleh audiens yaitu *authoritative parenting* (pengasuhan otoritatif), *attachment parenting* (pengasuhan dengan ikatan), dan *free-range parenting* (pengasuhan bebas).

Kata Kunci: Edukasi Parenting, *The Hartono's Family*, Etnografi Virtual, Interaksi Audiens.

1 | PENDAHULUAN

Pada tiga tahun terakhir, di platform media sosial TikTok mulai bermunculan *user* TikTok, *content creator*, hingga *public figure* yang menerapkan *parenting* kepada anak-anaknya dan membagikan konten seputar *parenting* tersebut ke media sosial. *Content creator* adalah seseorang yang memiliki banyak pengikut di media sosial dan membuat berbagai konten untuk menarik minat dan perhatian para penontonnya (Isroissholikhah, 2022). *Public figure* adalah orang yang terkenal di kalangan masyarakat dan kesehariannya telah menjadi konsumsi publik (Karima Al-Amhar et al., 2022). Maraknya penyebaran konten *parenting* dari para *user* TikTok, *content creator* dan *public figure* tersebut dapat memberikan manfaat dan ilmu baru bagi banyak orang (Andayani & Achmad, 2020). Khususnya para orang tua untuk menerapkan pola *parenting* yang sesuai untuk anak-anaknya. Pola tersebut tentunya berdasarkan kesepakatan bersama anggota keluarga (Alamiyah, 2020; Alamiyah et al., 2021).

Cecilia Nadia Fredericha atau akrab dengan panggilan Nadia adalah salah satu dari sekian banyak orang tua yang menerapkan *parenting* dalam keluarganya dan turut membagikan konten edukasi seputar *parenting*-nya di media sosial. Nadia merupakan istri dari Bobby Hartono. Pasangan suami istri Nadia dan Bobby memiliki dua putra bernama Clayton Hartono dan Clifford Hartono. Keluarga ini memanfaatkan salah satu media sosial yaitu TikTok sebagai media untuk membagikan kesehariannya, terutama sebagai media edukasi mengenai *parenting* yang Nadia dan Bobby terapkan. *Username* akun TikTok keluarga ini bernama @claycliffhartono atau pengguna TikTok mengenalnya dengan nama *The Hartono's Family* (Gambar 1). Akun TikTok ini telah berhasil mendapatkan *followers* sebanyak 2.9 Juta dan *Like* sebanyak 129.2 Juta.



Gambar 1 Akun TikTok *The Hartono's Family* @claycliffhartono

(Sumber: https://www.tiktok.com/@claycliffhartono?_t=8gMc6CYRNMQ&_r=1)

Isi dari konten yang *The Hartono's Family* bagikan kebanyakan berupa aktivitas keseharian keluarga tersebut, terutama mengenai interaksi antara Ibu dengan anak-anaknya bernama Clayton dan Clifford yang akrab dengan sebutan koko dan adek. Ada tiga konten TikTok dari *The Hartono's Family* yang diberikan tanda pin sebab *viral* karena mendapat lebih dari 30 juta *viewers* (Gambar 2). Konten pertama berisi koko dan adek yang sedang bertengkar, mendapat sebanyak 37.2 Juta *viewers*. Konten kedua berisi koko yang meng-*handle* adek ketika tantrum, mendapat sebanyak 75 Juta *viewers*. Terakhir, konten berisi Nadia yang sedang melakukan *Deep Talk* bersama koko, mendapat sebanyak 31.9 Juta *viewers*.



Gambar 2 Beberapa Postingan di Akun TikTok *The Hartono's Family*
(Sumber: https://www.tiktok.com/@claycliffhartono?_t=8gMc6CYRNMQ&r=1)

Selain tiga konten tersebut, ada unggahan lain yang menarik yaitu pada saat Nadia yang beberapa kali menegur anaknya saat sedang bertengkar. Ketika hal itu terjadi, Nadia memilih untuk mengajak bicara anak-anaknya secara baik-baik serta memberikan kesempatan kepada anak-anaknya untuk menjelaskan kesalahan yang telah anak perbuat berdasarkan sudut pandang masing-masing. Begitupun ketika anak-anaknya sedang mengalami *tantrum*. *Tantrum* merupakan kondisi anak yang sedang meluapkan emosinya dengan meledak-ledak yang berakibat dari adanya suasana tidak menyenangkan bagi anak sehingga biasanya anak akan meronta-ronta, berteriak, melemparkan benda di sekitarnya, menangis tak terkendali dan bahkan hingga berguling-guling (Rifdatul et al., 2021).

Ketika anaknya sedang mengalami *tantrum*, Nadia memilih untuk memberikan waktu hingga anaknya bisa melepaskan atau meluapkan gejala emosinya terlebih dahulu hingga pada akhirnya bisa memutuskan untuk menyudahi emosinya tersebut. Kemudian setelah itu Nadia akan bertanya kepada anak-anaknya mengenai apakah sudah bisa tenang dan apakah Nadia sudah bisa bicara dengan anaknya. Selain itu, cara Clayton dan Clifford yang sangat halus dalam berbicara dan interaksi yang menunjukkan bahwa kakak beradik itu sangat peduli dan menyayangi satu sama lain juga tidak kalah menarik perhatian masyarakat. Konten edukasi parenting yang dibahas oleh *The Hartono's Family* cukup unik karena isi kontennya membahas mengenai cara Nadia dan Bobby menerapkan *parenting* kepada anak-anaknya yaitu Clayton dan Clifford dalam kehidupan sehari-hari namun dikemas dengan ringan sehingga semua orang dapat menikmati dan mengerti cara parenting di keluarga Nadia dan Bobby dengan baik. Selain itu, tidak ada komentar buruk di setiap konten TikTok *The Hartono's Family*, yang ada justru audiens malah banyak memberikan respon positif.

Media sosial merupakan wadah yang dimanfaatkan *The Hartono's Family* untuk membagikan konten-kontennya. Adanya pilihan media sosial sebagai wadah adalah karena memungkinkan penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi dan membuat konten seperti *blog*, jejaring sosial, *wiki*, form dan dunia virtual dengan sangat mudah (Achmad, 2022; Basli & Achmad, 2024; Ramadhan et al., 2022; Widyastuti & Salsabila, 2023). Media sosial merupakan perkembangan dari teknologi yang sangat canggih bernama *web* berbasis internet yang dapat memudahkan semua manusia untuk dapat membentuk koneksi, berinteraksi sesama pengguna media sosial, melakukan komunikasi dan saling berbagi secara online (Fatimatuzzahro & Achmad, 2022; Feby et al., 2023; Rahman et al., 2023).

Media sosial juga memiliki fungsi lain yaitu sebagai media untuk membagikan suatu informasi atau

edukasi dengan pengemasan yang cenderung lebih menarik, atau akrab dengan sebutan konten (Achmad & Melani, 2022; Lubna & Achmad, 2023). Konten merupakan informasi yang tersaji secara orisinal melalui artikel, video, audio maupun multimedia yang pengemasannya adalah dalam bentuk hiburan, berita atau informasi lain lalu kemudian akan kreator unggah di internet guna mempermudah masyarakat untuk mengaksesnya (Ambari, 2021; Putri et al., 2022). Kini masyarakat lebih banyak memanfaatkan media sosial TikTok untuk membagikan kontennya (Cri Online, 2020; Fatimatuzzahro & Achmad, 2022; Jarvis, 2021; Rahman et al., 2023)

TikTok adalah aplikasi media sosial yang rilis pada tahun 2017 dan merupakan versi Internasional dari media sosial asal Tiongkok bernama Douyin yang popularitas aplikasinya meningkat pada tahun 2020 dengan mencapai sebanyak 313,5 juta unduhan (Ceci, 2023). Berdasarkan data dari Statista, pada tahun 2022, pengguna TikTok di seluruh dunia telah mencapai angka sekitar 1,7 miliar pengguna dan Statista juga telah memperkirakan bahwa pada tahun 2027 mendatang akan menjangkau sekitar 2,25 miliar pengguna (Ceci, 2023). TikTok merupakan salah satu *platform* media sosial yang memiliki perkembangan paling cepat di dunia (Pardianti & Valiant, 2022). TikTok adalah media yang berupa audio visual, maksudnya adalah media sosial ini merupakan media yang dapat penggunanya lihat dan dengar (Buana & Maharani, 2020).

Pengguna aplikasi TikTok sangat senang dengan TikTok karena aplikasi ini dapat memudahkan akses pengguna untuk menjadi content creator baru dengan mudah, yaitu hanya dengan memanfaatkan berbagai fasilitas yang disediakan oleh TikTok saja. TikTok memfasilitasi penggunanya untuk dapat membuat konten berupa video dengan beberapa macam pilihan durasi, yaitu 15 detik, 1 menit dan 10 menit. Selain itu, TikTok juga dapat digunakan untuk berfoto dengan menggunakan berbagai macam *filter* yang telah ada. TikTok juga memiliki fitur musik yang dapat digunakan oleh penggunanya dalam membuat konten (Murniaseh et al., 2021; Oktaviana et al., 2021). Konten yang dapat pengguna bagikan di sana juga beragam. Mulai dari konten seputar resep masakan, lagu yang sedang hits, rekomendasi *cafe* atau tempat makan, rekomendasi makanan dan minuman, serta rekomendasi tempat berkumpul bersama teman dan keluarga.

TikTok tidak hanya berisikan konten seputar hiburan saja, namun juga berisi informasi mengenai edukasi (Cindy, 2020; Mas'udah et al., 2022; Yupi & Putri, 2023). Edukasi yang sedang ramai di kalangan masyarakat saat ini adalah mengenai edukasi parenting. Saat ini orang tua banyak yang memanfaatkan adanya internet untuk mengkonsumsi informasi guna menjadi orang tua yang baik. Hal tersebut karena peran orang tua di dalam keluarga merupakan suatu lembaga pendidikan yang utama dan memiliki pengaruh sangat besar dalam membentuk kepribadian anak dan dalam menentukan masa depan anak (Framanta, 2020). Interaksi antara orang tua dan anak yang terjalin di dalam keluarga sebagai proses pembentukan kepribadian yang baik pada anak itulah yang dikenal dengan sebutan parenting. Adanya konten mengenai parenting dari berbagai public figure di Indonesia juga menjadi pemicu dari banyaknya konten-konten lain seputar parenting yang diterapkan oleh orang tua lainnya. Biasanya, yang mulai membagikan konten edukasi seputar parenting saat ini adalah keluarga baru, ibu baru, atau ibu muda yang telah mengenal cara kerja aplikasi TikTok dan pastinya telah mempelajari terlebih dahulu seputar parenting sebelum menerapkan kepada anak-anaknya lalu kemudian berbagi pengalaman parenting-nya kepada sesama pengguna TikTok yang lain.

Edukasi parenting merupakan suatu proses dalam mengasuh anak, yaitu dengan cara orang tua dapat mencukupi kebutuhan fisiologis dan psikologis terhadap anaknya, menerapkan kriteria tertentu yang telah orang tua sepakati untuk membesarkan anaknya dan menerapkan tata nilai kepada anaknya (Gan Giantika, 2019). Parenting adalah suatu bentuk sikap yang orang tua terapkan kepada anak-anaknya untuk mendidik, merawat, memperlakukan dan menjaga anaknya dengan baik sehingga kedepannya dapat terjadi pembentukan karakteristik anak yang baik pula (Fajrur & Febriana, 2022). Tidak hanya anak saja yang membutuhkan pendidikan, namun orang tua juga memerlukan

pendidikan sebagai upaya untuk pengarahan diri, baik mengarahkan diri sendiri maupun mengarahkan anak-anaknya. Hal tersebut karena kontribusi dari orang tua sangat berperan penting dalam membantu pertumbuhan dan perkembangan anak (Candra, 2018).

Fokus yang peneliti kaji adalah mengenai manfaat bagi khalayak setelah melihat konten TikTok *The Hartono's Family* sebagai media edukasi parenting sebab penelitian terdahulu yang membahas mengenai konten parenting di media sosial kebanyakan membahas mengenai pemanfaatan Instagram (Hasanah, 2021), Media Online Komunitas (Hapsari et al., 2020) dan Facebook (Alamiyah et al., 2021). Selain itu, kontennya cenderung lebih fokus pada parenting dalam penggunaan media sosial bagi anak, orang tua yang memanfaatkan new media sebagai media edukasi dalam pemenuhan pola asuh pada anak, serta membahas mengenai isi dari konten-konten *parenting* yang ada di media sosial.

2 | METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan bagian dari penelitian kualitatif dasar, maksudnya yaitu awal mula dari adanya deskriptif kualitatif adalah dengan adanya proses atau peristiwa penjas yang pada akhirnya dapat menjadi suatu kesimpulan dari proses atau peristiwa yang ada (Yuliani, 2018). Beberapa karakteristik dalam penelitian kualitatif yang peneliti perlukan adalah adanya penggunaan metode kualitatif, terdapat fokus pada batas penelitian, adanya kriteria khusus yang peneliti perlukan guna menjamin keabsahan data, desain sementara, serta hasil penelitian yang telah peneliti rundingkan dan sepakati bersama (Lincoln & Guba, 1994).

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Etnografi virtual adalah salah satu bagian dari etnografi komunikasi. Etnografi komunikasi merupakan aplikasi dari metode etnografi terhadap berbagai pola komunikasi yang ada dalam suatu kelompok, maksudnya adalah nantinya seorang pengamat akan berusaha untuk dapat memahami berbagai bentuk komunikasi yang para anggota kelompok atau budaya lakukan. Etnografi komunikasi melihat pada suatu pola komunikasi yang terjalin dengan para anggota, berbicara dengan komunitas, situasi ketika sedang berbicara, kejadian ketika sedang berbicara, komponen kegiatan ketika berbicara, aturan yang ada dalam berbicara dan fungsi berbicara yang ada dan diterapkan dalam suatu komunitas (Littlejohn, 2010). Etnografi virtual memiliki empat kewajiban moral yang utama, diantaranya ketika peneliti melibatkan subjek manusia dalam penelitiannya, yaitu dengan adanya prinsip *non-maleficence* (peneliti tidak bertujuan untuk melakukan kejahatan), perlindungan anonimitas (peneliti melindungi nama narasumber), kerahasiaan data, memperoleh *informed consent* (instrumen komunikasi antara peneliti dengan informan, dengan otorisasi atau izin oleh informan yang berjalan secara timbal balik agar peneliti dapat bertindak tepat dengan cara-cara tertentu) (Achmad & Ida, 2018).

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya adalah wawancara mendalam melalui aplikasi WhatsApp dan Google Meet, serta observasi dan dokumentasi yang peneliti lakukan secara virtual menggunakan aplikasi TikTok. Informan dalam penelitian ini berjumlah 8 orang informan dengan kriteria yang telah peneliti tetapkan, yaitu pengguna media sosial TikTok yang mengikuti akun TikTok *The Hartono's Family @claycliffhartono*, merupakan Gen Z yang sedang gemar belajar parenting/Gen Z yang sudah menikah namun belum memiliki anak/Gen Z yang sudah menikah dan memiliki anak atau merupakan ibu muda serta ingin menerapkan/telah menerapkan parenting yang dilakukan oleh keluarga ini.

Analisis data pada penelitian ini adalah melalui reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan. Analisis data pada penelitian kualitatif merupakan proses penelitian yang sistematis karena peneliti memulainya dengan pengumpulan data, pemilihan data, kategorisasi, perbandingan, penyatuan dan penafsiran data. Secara umum, analisis data pada penelitian kualitatif memiliki tiga

langkah pengerjaan, yaitu reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan (Octaviani & Sutriani, 2019).

3 | HASIL DAN PEMBAHASAN

TikTok yang merupakan hasil dari adanya perkembangan dari new media adalah salah satu media sosial yang khalayak gunakan sebagai wadah untuk berkomunikasi, berbagi momen-momen yang sedang penggunanya alami, saling berbagi konten yang *relate* antara pengguna satu dengan lainnya dan masih banyak lagi peran TikTok di kalangan masyarakat. Sebagai salah satu media sosial yang banyak masyarakat gunakan, tentu TikTok akan sering penggunanya buka beberapa kali dalam sehari dengan durasi sekali membuka yang cukup lama pula. Hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada 8 followers Akun TikTok *The Hartono's Family @claycliffhartono* menunjukkan bahwa rata-rata pengguna TikTok menggunakan TikTok untuk mengisi waktu luang serta membuka aplikasi TikTok lebih dari 2 kali sehari dengan memakan waktu sekitar lebih dari 1 jam dalam sekali membuka. Para informan juga menyatakan alasan menyukai TikTok adalah karena adanya berbagai fitur menarik yang tersedia dan juga adanya kemudahan dalam mengakses informasi melalui TikTok. Selain itu, bagi informan yang senang membuat konten, pengguna tersebut merasa memiliki kebebasan dalam meyalurkan kreativitasnya. Namun bagi informan yang hanya suka menikmati konten orang lain saja akan terbantu dengan kemudahan dalam mengakses hiburan dan informasi yang telah TikTok fasilitasi.

Generasi Z atau Gen Z adalah generasi bagi orang-orang yang lahir pada tahun 1995-2010 dan menjadi generasi yang pertama kali tumbuh dengan adanya perkembangan dari media massa, seperti smartphone dan media sosial. Selain itu, karakteristik dari Gen Z adalah Gen Z merupakan generasi yang terbuka terhadap berbagai macam hal, seperti kemajuan teknologi, permasalahan yang ada di lingkungan sekitar dan masih banyak lagi hal-hal lain yang dapat membuat masyarakat memandang Gen Z sebagai generasi yang terbuka (Romadhona, 2023). Gen Z yang kebanyakan berisi orang-orang yang berpikiran terbuka membuat Gen Z kini juga lebih aware terhadap edukasi *parenting* yang ada di kalangan masyarakat.

Pola *parenting* yang ada pada tiap keluarga tentu berbeda-beda dalam mendidik anak-anaknya dan kerap kali para orang tua dalam keluarga tersebut menurunkan pola *parenting* yang orang tua sebelumnya terapkan secara turun temurun (Handayani, 2021). Namun apabila peneliti amati berdasarkan hasil wawancara pada 8 informan, peneliti mendapatkan bahwa kini edukasi *parenting* menjadi suatu bekal yang kini para Gen Z yang gemar belajar *parenting* maupun yang merupakan orang tua baru siapkan untuk mendidik dan membimbing anak-anaknya. Banyak dari para Gen Z yang tidak ingin menerapkan *parenting* zaman dahulu yang turun temurun orang tua zaman dahulu terapkan karena berbagai alasan, salah satunya adalah adanya pengalaman kurang mengenakan pada zaman dahulu yang informan dapatkan dari orang tuanya. Kini Gen Z lebih ingin menerapkan *parenting* yang sesuai dengan zaman dan *parenting* yang lebih baik lagi kepada anaknya. Namun, tentu ada pula Gen Z yang masih ingin menerapkan beberapa *parenting* seperti zaman dahulu dengan tetap menyesuaikan situasi dan kondisi yang Gen Z tersebut alami.

Sebagai seorang *content creator*, tentu sangat penting untuk bisa menjalin adanya interaksi dengan para audiens nya. Hal itu karena interaksi yang terjalin di media sosial sangat berperan besar bagi pertumbuhan akun para *content creator* tersebut. Interaksi itu umum dengan sebutan *engagement rate*. *Engagement rate* adalah indikator tingkat interaksi yang ada pada akun media sosial yang seseorang/content creator miliki. Khalayak khususnya para *content creator* seringkali menganggap bahwa *engagement rate* lebih penting daripada kenaikan jumlah followers. Apabila *engagement rate* yang content creator miliki semakin tinggi, maka dapat dikatakan bahwa strategi konten oleh pengelola *social media marketing* telah berhasil mendapatkan banyak interaksi atau respon dari para audiens

(Indriani, 2022).

Peneliti melakukan penelitian virtual pada akun TikTok *The Hartono's Family* @claycliffhartono dengan menggunakan berbagai sumber, diantaranya yaitu ubiwiz.com, phlanx.com, collabstr.com, insightiq.ai dan hypeauditor.com. Hasil penelitian melalui *engagement rate* yang peneliti lakukan telah menemukan bahwa akun TikTok ini memiliki followers sebanyak hampir 3 juta, total post sebanyak 942, total 141.7K likes, total 5.8K comment. Namun, *engagement rate* yang peneliti dapatkan dari tiap sumber berbeda-beda, mulai dari 1.53 %, 4.73%, 5.05%, 5.65%, bahkan hingga 10.77%. Selain itu, apabila peneliti lihat dari *average per post*-nya, Akun ini berhasil mendapatkan *average like per post* sebanyak 44K, *average comment per post* sebanyak 213, *average views per post* sebanyak 123.2K dan *average interactions per post* sebanyak 137,115 likes. Adanya penemuan terhadap *engagement rate* ini membuat peneliti dapat menyimpulkan bahwa akun TikTok tersebut memiliki *engagement rate* yang rata-ratanya cukup tinggi walaupun berbeda pada tiap sumber, namun hasil interaksi mulai dari total hingga per post telah menunjukkan bahwa konten pada akun TikTok @claycliffhartono telah berhasil mendapatkan interaksi yang cukup tinggi pada jumlah likes, comment dan viewers.

Sebagai seorang *content creator*, tentu perlu untuk selalu memperhatikan topik yang akan penggunanya pilih untuk konten, kualitas video, teks, *caption*, *sound*, isi video, bahkan hingga komentar-komentar dari para audiens yang melihat kontennya. Hal itu menjadi sangat penting bagi para *content creator* agar *engagement rate* yang bisa *content creator* peroleh akan memuaskan dan berdampak positif pula kedepannya. *The Hartono's Family* membuat konten edukasi seputar *parenting* dengan pembahasan yang bermacam-macam. Walaupun bermacam-macam, namun pembahasan *parenting*-nya tetap dapat audiens-nya sukai dan pahami dengan baik.

Keterbacaan teks yang terdapat pada video juga merupakan salah satu aspek yang harus *content creator* perhatikan. Biasanya beberapa *content creator* akan menggunakan teks pada videonya tidak hanya untuk memeriahkan kontennya saja, namun juga berguna untuk membantu agar audiens dapat lebih mengerti apa yang *content creator* tersebut katakan di video. Hal itu karena terkadang ada bagian ketika suara dari *content creator* tersebut kurang terdengar jelas sehingga adanya teks di video juga dapat sangat membantu audiens untuk dapat memahami dan menikmati konten dengan baik. Teks yang terdapat pada konten TikTok *The Hartono's Family* juga tergolong cukup jelas dengan pemilihan font dan ukuran, serta penempatannya teksnya yang telah sesuai.

Penggunaan dan pemilihan kata untuk *caption* yang pas juga sangat penting untuk dapat menambahkan informasi yang lebih jelas lagi mengenai apa yang ingin *content creator* sampaikan di kontennya. Untuk *caption* yang ada pada konten *The Hartono's Family*, kebanyakan dari para informan mengatakan bahwa tidak terlalu memperhatikan karena hanya fokus pada isi videonya saja.

Sound yang ada pada suatu konten tentu harus terdengar jelas agar audiens dapat lebih memahami isi konten tersebut. Tidak hanya itu saja, namun pemilihan *background* dan *device* juga sangat mempengaruhi *sound* pada konten. Untuk *sound* dari konten-konten *The Hartono's Family* sudah terdengar dengan baik dan jelas berdasarkan pernyataan dari beberapa informan. Selain itu, *device* yang *The Hartono's Family* miliki juga mumpuni sehingga *sound* yang terdengar di konten-kontennya juga sudah terdengar dengan jelas. Namun ada pula informan yang berkata bahwa *sound* nya rendah/hilang namun informan tetap dapat memahami apa yang *The Hartono's Family* sampaikan di video karena sangat terbantu dengan adanya teks di video tersebut.

Isi dari suatu konten adalah suatu hal yang sangat penting untuk para *content creator* perhatikan. Apabila isi dari konten monoton dan tidak jelas, maka tentu tidak akan ada audiens yang menyukai konten tersebut. Oleh sebab itu, *content creator* harus menyajikan isi konten yang varitif namun tetap menarik dan jelas apa yang ingin *content creator* tersebut sampaikan. Para informan berpendapat bahwa isi dari konten TikTok *The Hartono's Family* sangat menarik dan mengedukasi karena isinya masih seputar keseharian keluarga itu.

Komentar-komentar dari para audiens/*followers* sangat penting bagi keberlangsungan content creator sebab apabila ada komentar negatif yang ada pada konten, maka tentu juga akan mempengaruhi citra content creator dan pandangan audiens terhadap *content creator* tersebut. Begitupun apabila banyak terdapat komentar positif di konten para *content creator* tersebut. Selain itu, komentar-komentar itu juga bisa menjadi motivasi, inspirasi dan introspeksi bagi para *content creator* agar dapat berkarya lebih baik lagi kedepannya. Berdasarkan hasil wawancara, kebanyakan dari para informan memiliki pendapat yang sama, yaitu komentar yang terdapat pada konten-konten *The Hartono's Family* kebanyakan berisi komentar positif dari audiens yang memuji, mendukung dan bahkan ingin mengikuti parenting seperti *The Hartono's Family*. Namun tidak dapat dipungkiri juga bahwa pasti ada pula komentar-komentar negatif yang muncul di konten tersebut. Berikut adalah pendapat dari salah satu informan yang dapat memperkuat pernyataan ini.

"Banyak komentar positif tapi adapula komen yg negatif contoh yg mengomentari soal kesehatan koko atau soal sikap adek yg masih belum bisa mengontrol emosi nya di tahun2 kemaren jadi banyak yg bilang adeknya kebanyakan tantrum nangis aja,dsb.Tapi ga dipungkiri banyak juga komen positif soal mereka bisa punya cara nangani anaknya yg tantrum atau semacamnya lewat parenting Hartono's Family ini ka." (Informan 6)

Peneliti telah mengamati interaksi yang terjalin di dalam *The Hartono's Family*. Interaksi yang terjalin antara orang tua dengan anak serta antar anak sangat bagus dan harmonis. Penggunaan bahasa, kata dan intonasi dalam konten gunakan pada saat berkomunikasi dengan satu sama lain juga sangat lembut dan sopan. Tidak hanya itu saja, namun parenting yang Nadia dan Bobby lakukan sebagai orang tua ke anaknya juga sangat luar biasa dan dapat peneliti katakan bahwa keluarga ini telah berhasil dalam mendidik anak-anaknya. Demikian juga dengan para informan yang telah mengikuti dan menonton konten-konten. Para informan berpendapat bahwa keluarga ini telah berhasil dalam mendidik anaknya. Selain berhasil dalam mendidik anak-anaknya, peneliti juga dapat menyatakan bahwa melalui konten-kontennya di TikTok, akun telah berhasil dalam menginspirasi para audience atau *followers*nya untuk dapat mengikuti parenting seperti yang Nadia dan Bobby terapkan pada Clayton dan Clifford.

Seorang content creator dapat khalayak nilai berhasil apabila dapat membuat para audiens-nya paham, terinspirasi, hingga menerapkan apa yang *content creator* tersebut jelaskan dan lakukan pada setiap kontennya. Pada konteks edukasi parenting yang *The Hartono's Family* lakukan, beberapa informan menyatakan bahwa mereka sejauh ini berhasil memahami dan mendapatkan manfaat yang baik setelah melihat konten edukasi parenting yang telah *The Hartono's Family* bagikan di TikTok. Namun beberapa diantaranya juga masih ada yang kurang memahami karena belum bisa relate dengan keseharian dan kondisi informan saat ini.

Banyak sekali contoh parenting yang telah *The Hartono's Family* ajarkan dan bagikan di konten TikTiknya, namun *parenting* yang paling ingin para informan terapkan dan bahkan ada beberapa yang sudah menerapkannya adalah mengenai pengelolaan emosi. Berikut adalah beberapa pernyataan dari salah satu informan guna memperkuat adanya pernyataan ini.

"Tapi pasti nanti akan aku sesuaikan lagi dengan situasi dan kesiapan. Kalau contoh parenting yang pengen aku adaptasi nanti itu soal pengendalian emosi ke anak karena aku orangnya cenderung kurang sabar buat ngehadapin anak kecil yang lagi tantrum. kalau akunya udah bisa ngendaliin emosi dengan baik nanti anak juga kemungkinan besar akan mencontoh apa yang mereka lihat." (Informan 2)

Adapun alasan-alasan yang membuat para informan menyukai pembahasan seputar pengelolaan emosi ini. Berikut adalah pernyataan dari salah satu informan.

“Karna emosi anak itu mempengaruhi setiap kegiatan dia dan bisa berdampak juga sama orang2 sekitar dia ka. Misal emosi dia ga ke kontrol saat main bareng temennya bisa jadi dia melakukan hal yg kurang baik dan temennya jadi gamau berteman lagi kan kasian juga anaknya ka dijauhi karna emosi yg kurang baik. Contoh orang terdekatnya aja kita sebagai orangtua kalo kurang sabar menghadapi emosi anak mungkin anak akan jadi korban omelan lewat kata2 yg kurang baik di dengar. Jadi saya lebih di utamain skrng tentang emosi anaknya karna emosi anak itu ibarat batang yg punya cabang” (Informan 6)

Faktor lingkungan keluarga memang sangat penting bagi orang tua yang ingin memberikan parenting yang baik guna keberlangsungan perkembangan karakter anak-anaknya. Konten ini merupakan salah satu dari banyaknya keluarga yang telah membangun lingkungan keluarga yang baik untuk anak-anaknya. Adanya dukungan dan kontribusi di lingkungan keluarga yang terjalin dengan baik ini membuat para audiens khususnya followers menjadi ingin mendapatkan dan bahkan telah berhasil mendapatkan dukungan dari keluarganya untuk dapat menerapkan *parenting* seperti yang *influencer* lakukan. Meskipun banyak dari para informan yang telah mendapatkan persetujuan, dukungan dan bantuan dari keluarga, namun tentu ada informan yang tidak mendapatkan itu dari keluarganya. Informan tersebut berkata bahwa hanya suaminya saja yang memberikan support apabila informan menerapkan parenting seperti *The Hartono's Family*. Namun informan tetap merasa senang karena ada suami yang mendukung apapun yang ingin informan tersebut lakukan pada anaknya.

Bagi Para informan yang telah memiliki anak dan telah mendapatkan persetujuan, dukungan dan kontribusi dari keluarganya yang lain maupun yang tidak mendapatkannya tentu tetap akan menerapkan parenting seperti yang informan inginkan. Setelah berhasil menerapkan *parenting* seperti *influencer*, pasti akan ada manfaat yang informan dapatkan. Selain penerapan parenting tersebut bermanfaat bagi anak-anak informan, tidak dapat dipungkiri bahwa tetap akan ada kelebihan dan kekurangan dari penerapan parenting yang telah informan pelajari dan contoh dari *The Hartono's Family* karena para informan juga tetap menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang informan alami di lingkungannya. Berikut adalah pernyataan dari salah satu informan yang dapat memperkuat hal ini.

“Untuk anak saya adalah banyak hal positif menurut saya baik. Seperti pengelolaan emosi, bisa mengungkapkan perasaan dan emosinya, bisa diajak berbicara dan berdiskusi, anak juga tidak mudah tantrum, dia juga mudah bersosialisasi, dan terjalin kedekatan hubungan antara orang tua dan anak untuk anak bisa lebih terbuka. Dan kekurangannya adalah tidak selalu berhasil, karena tidak semua orang tua bisa dan mau lebih sabar dan lebih memahami yang dibutuhkan anaknya. Ada juga orang tua yang sibuk bekerja sehingga tidak bisa mengurus anak lebih dekat. Dan juga pengaruh faktor lingkungan yang mendominasi juga bisa merubah anak begitu saja .” (Informan 7)

Konten-konten pada akun TikTok *The Hartono's Family @claycliffhartono* menerapkan parenting otoritatif/demokratis (*authoritative parenting*), *attachment parenting* dan *free-range parenting*. Parenting Otoritatif/Demokratis (*Authoritative Parenting*), yaitu jenis parenting yang membuat orang tua dan anak mengutamakan adanya komunikasi dua arah sehingga walaupun orang tua tetap memiliki batasan, aturan dan mendorong anak untuk mandiri, namun orang tua tetap senantiasa mendukung, memberikan respon, mendengarkan dari sudut pandang anak dan menciptakan kesadaran pada anak karena orang tua dapat menjelaskan aturan yang telah orang tua tetapkan secara lebih bijak (Tim Medis Siloam Hospitals, 2023).

Attachment Parenting, yaitu jenis parenting yang membuat orang tua dan anak memelihara hubungannya dengan cara orang tua yang menjaga hubungan emosionalnya dengan anak karena merasa bahwa cara tersebut adalah parenting yang ideal agar anak dapat merasa aman, mandiri dan memiliki empati (Kharisma & Khotimah, 2023). Sedangkan *Free-range Parenting*, yaitu jenis parenting yang memiliki acuan dan anjuran yang sebaiknya orang tua aplikasikan dalam *parenting*-nya kepada

anak, yaitu kelak anak akan memiliki kebebasan dan akan orang tuanya biarkan untuk mandiri dengan cara mempelajari atau menganalisa sendiri acuan-acuan yang telah orang tua berikan (Enfagrow A+ Neura Pro). Penerapan parenting seperti yang *The Hartono's Family* lakukan ini tentu tidak mudah dan memerlukan banyak belajar, latihan dan kesabaran dalam menjalankannya. Namun tidak mudah bukan berarti tidak bisa, karena para followers *The Hartono's Family* terutama para informan banyak yang ingin menerapkan dan beberapa bahkan telah berhasil menerapkan tipe *parenting* seperti itu.

4 | SIMPULAN DAN SARAN

The Hartono's Family merupakan salah satu content creator yang membahas berbagai hal seputar keluarga, salah satunya yaitu konten parenting yang keluarga ini terapkan pada anak-anaknya. Namun yang menjadi daya tarik keluarga ini adalah interaksi yang terjalin di antara orang tua dengan anak dan anak dengan anak yang sangat harmonis dan lembut. Salah satu pembahasan yang paling banyak audiens sukai dari konten yang The Hartono's Family bagikan di TikTok adalah konten edukasi parenting seputar pengelolaan emosi pada anak-anaknya. Selain itu, peneliti juga jarang menemukan adanya komentar negatif pada konten-kontennya, kebanyakan berisi komentar positif yang ingin menerapkan parenting seperti The Hartono's Family. TikTok memiliki berbagai macam fitur yang dapat penggunaannya memanfaatkan, diantaranya yaitu fitur FYP (For Your Page), like, comment, share, stitch, backsound bahkan hingga filter-filter yang dapat penggunaannya gunakan untuk membuat video. Adanya berbagai fitur tersebut membuat konten The Hartono's Family @claycliffhartono berhasil mendapatkan sebanyak hampir 3 juta followers, dengan total post sebanyak 942 postingan, total 141.7K likes dan 5.8K comment.

Engagement rate dari beberapa sumber, antara lain 1.53%, 4.73%, 5.05%, 5.65%, hingga 10.77%. Engagement rate tersebut menunjukkan bahwa akun TikTok @claycliffhartono berhasil mendapatkan interaksi yang cukup tinggi pada jumlah likes, comment dan viewers. Banyak manfaat yang telah audiens dapatkan setelah berhasil memahami dan menerapkan parenting seperti The Hartono's Family. Namun tentu penerapan parenting yang baik akan membutuhkan waktu dan pengalaman yang cukup lama serta kesabaran yang cukup banyak, sehingga pasti akan ada berbagai kekurangan maupun kelebihan dari parenting yang telah para informan terapkan saat ini. Penerapan tiga tipe parenting dari The Hartono's Family yaitu authoritative parenting, attachment parenting dan free-range parenting telah diikuti oleh para audiens dan menerapkannya secara bertahap pada anak-anak mereka.

REFERENSI

- Achmad, Z. A. (2022). Pemberdayaan Kampung Opak Gambir Melalui Media Sosial Instagram dan Web Design. In *Bunga Rampai Bela Negara dalam Berbagai Perspektif* (pp. 13–30).
- Achmad, Z. A., & Ida, R. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 2(2), 130–145.
- Achmad, Z. A., & Melani, E. R. (2022). Perancangan Konten Media Sosial untuk Branding Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri. *Abdi-Mesin: Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik Mesin*, 2(2), 16–33. <https://doi.org/10.33005/ABDI-MESIN.V2I2.53>
- Alamiyah, S. S. (2020). 'I Become More Confident': Mother Use of Online Platform for Parenting Information. 423, 511–523. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200325.039>
- Alamiyah, S. S., Arviani, H., & Achmad, Z. A. (2021). Mothers' Medical-based Experience as the Most Sought-after Online Information by New Mothers During Pandemic COVID-19. *The Journal of Society and Media*, 5(1), 78–98. <https://doi.org/10.26740/jsm.v5n1.p78-98>
- Ambari, M. R. (2021). *Konten Pendidikan Agama Islam dalam Film Animasi Nussa dan Rara (Episode Bukan Mahram, Baik Itu Mudah, Ambil Gak Ya, Toleransi, Marahan Nih) dan Signifikansi pada Pendidikan Karakter*. 1–114.
- Andayani, T. J., & Achmad, Z. A. (2020). "Parenting with Rumah Keluarga Risman" Facebook group

- as information society and determinant of technology function. *Indonesian Journal of Social Sciences*, 12(02), 62–72.
- Basli, M. Y., & Achmad, Z. A. (2024). Studi Etnografi Virtual Kritik Sosial dalam Konten Kanal Youtube Tekotok terkait Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak di Indonesia. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), 466–478. <https://doi.org/10.47467/DAWATUNA.V4I1.5216>
- Buana, T., & Maharani, D. (2020). Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 1–10.
- Candra, S. (2018). Pelaksanaan Parenting Bagi Orang Tua Sibuk Dan Pengaruhnya Bagi Perkembangan Anak Usia Dini. *ThufuLA: Jurnal Inovasi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal*, 5(2), 267–287. <https://doi.org/10.21043/thufula.v5i2.3475>
- Ceci, L. (2023). *Number of TikTok users worldwide from 2018 to 2027 (in millions)*. Statista. <https://www.statista.com/forecasts/1142687/tiktok-users-worldwide>
- Cindy, M. A. (2020). *Pengguna Tiktok Naik 20% Selama Pandemi, Terbanyak Konten Edukasi*. Katadata.
- Cri Online. (2020). *Kenapa Tiktok Jadi Aplikasi Populer di Indonesia?* CRI Online.
- Enfagrow A+ Neura Pro. (2024). *Kenali 6 Macam Tipe Parenting, Ibu yang Mana?* Retrieved March 1, 2024, from <https://www.enfa.co.id/artikel/Kenali-6-Macam-Tipe-Parenting-Ibu-yang-Mana>
- Fajrur, M., & Febriana, P. (2022). Penggunaan New Media di Kalangan Orang Tua Golongan Millenial sebagai Media Pengasuhan Anak. *ThufuLA: Jurnal Inovasi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal*, 10(1), 181–206. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/thufula.v10i1.13558>
- Fatimatussahro, F., & Achmad, Z. A. (2022). What If It Was You (#WIIWY) digital activism on TikTok to fight gender-based violence online and cyberbullying. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 35(4), 450–465. <https://doi.org/10.20473/mkp.V35I42022.450-465>
- Feby, A., Prawesti, W., Christyanti, A., Sari, A. N., Cahyani, S. A., & Achmad, Z. A. (2023). Implementasi Pendampingan Digital Branding dan Packaging pada UMKM Omah Dayang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(2), 85–96. <https://doi.org/10.57214/PENGABMAS.V5I2.303>
- Framanta, G. M. (2020). Research & Learning in Primary Education Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Kepribadian Anak. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 2(1), 126–129. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.31004/jpdk.v1i2.654>
- Gan Giantika, G. (2019). Pemanfaatan Blog Pribadi Di Instagram Sebagai Media Komunikasi Parenting (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @annisast). *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 1–9.
- Handayani, R. (2021). Karakteristik Pola-Pola Pengasuhan Anak Usia Dini dalam Keluarga. *KIDDO: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2(2), 159–168.
- Hapsari, S. A., Pratiwi, M. R., & Indrayani, H. (2020). *Konten Edukasi Pengasuhan Anak Melalui Media Online Komunitas Parenting Keluargakita.com*. 1(1), 30–41.
- Hasanah, F. F. (2021). Sharenting Anak Difabel Di Instagram. *Jurnal I'tibar: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 5(2), 16–35.
- Indriani, L. D. (2022). *Engagement Rate, Seputar Mitos dan Cara Mengukurnya*. Akarmula. <https://akarmula.id/blog/engagement-rate-seputar-mitos-dan-cara-mengukurnya/>
- Isroissholikah, W. O. (2022). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *Sibatik Journal*, 2(1), 121–128.
- Jarvis, J. (2021). *TikTok's Next Big Gen Z Trend Might Be Viral Protests*. Newsweek.
- Jiu, C. K., Hartono, H., Amelia, L., Surtikanti, S., Gusmiah, T., Wuriyani, W., Usman, U., Pratama, K., & Jhoni Putra, G. (2021). Perilaku Tantrum pada Anak Usia Dini di Sekolah. *Jurnal Pelita PAUD*, 5(2), 262–267. <https://doi.org/10.33222/pelitapaud.v5i2.1317>
- Karima Al-Amhar, H., Aulia Irvana, A., Albertus Noven, J., & Prabayanti, H. (2022). Peran Public Figure Dalam Mendukung Gerakan Kesetaraan Gender. *Universitas Negeri Surabaya 2022 |*, 685, 685–694.
- Kharisma, Y., & Khotimah, H. (2023). Parent Attachment Dengan Kemandirian Pada Siswa Etnis Tionghoa Di SMA X. *JPPi: Jurnal Perspektif Psikologi Indonesia*, 01(01), 44–49.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1994). *Naturalistic Inquiry*. Sage Publication Inc.
- Littlejohn, S. W. (2010). *Theories of Human Communication*. Belmont.
- Lubna, P. N. C., & Achmad, Z. A. (2023). Toxic Positivity Content Uploads on Instagram in Encouraging

- the Growth of Hustle Culture Gen Z. *JOSAR (Journal of Students Academic Research)*, 9(1), 73–86. <https://doi.org/10.35457/JOSAR.V9I1.2730>
- Mas'udah, K. W., Rosida, D. F., Achmad, Z. A., Anita, N. D., Muruah, I., & Aini, Z. A. N. (2022). Pendampingan Penggunaan Platform Digital untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Desa Kebondalem. *Jurnal Abdimas Patikala*, 1(1), 428–436.
- Murniaseh, E., Suratnoaji, C., Arviani, H., & Achmad, Z. A. (2021). Etnografi Virtual Tentang Proliferasi Pemakaian Lagu “Bertaut” Karya Nadin Amizah di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 121–138. <https://doi.org/10.1080/14241277.2012.755682.1>
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). *Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data*. 1–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/3w6qs>
- Oktaviana, M., Achmad, Z. A., Arviani, H., & Kusnarto, K. (2021). Budaya komunikasi virtual di Twitter dan Tiktok : Perluasan makna kata estetik. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(2), 173–186.
- Pardiandi, M. S., & Valiant, V. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi 2022 (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)*, 27(2), 187–210.
- Putri, D. S., Achmad, Z. A., Alamiyah, S. S., Arviani, H., & Febrianita, R. (2022). Kritik Satire pada Pejabat Negara Indonesia melalui Roasting Stand-Up Comedy Kiky Saputri di Youtube. *Nomosleca*, 8(2), 132–145.
- Rahman, M. S. A., Dewi, S. P., Ningtyas, L. S., Samosir, F. L., Herviani, A. E., & Achmad, Z. A. (2023). Kredibilitas Informasi di Era Post-Truth Dikalahkan Kecepatan Informasi: Pengabaian Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Jejaring Administrasi Publik*, 14(2), 151–173. <https://doi.org/10.20473/jap.v14i2.46677>
- Ramadhan, Moch. R., Amelia, K. S., Arindawati, S., Meida, N. L., Widyastuti, D. T., Mas'udah, K. W., & Achmad, Z. A. (2022). Pembuatan Spot Foto Wisata Pandansili Desa Ngampung Dalam Meningkatkan Nilai Ekonomi Wisata. *Karya Unggul : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 210–217.
- Rifdatul, Martati, B., & Rahayu, A. (2021). Analisis Penyebab Temper Tantrum Pada Anak Usia Dini Di TK Aisyiyah Bustanul Athfal 52 Surabaya. *PEDAGOGI: Jurnal Anak Usia Dini Dan Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(1), 36–49.
- Romadhona. (2023). *Teknologi Jadi Nafas Gen Z, Tonggak Penentu Indonesia Maju*. UMSIDA. <https://umsida.ac.id/8-karakteristik-gen-z-yang-jadi-penentu-indonesia/>
- Tim Medis Siloam Hospitals. (2023). *Mengenal 4 Jenis Pola Asuh Orang Tua & Efeknya Terhadap Anak*. Web Siloam Hospitals. <https://www.siloamhospitals.com/informasi-siloam/artikel/jenis-jenis-pola-asuh-orang-tua>
- Widyastuti, N. W., & Salsabila, N. A. (2023). Instagram sebagai Media Informasi bagi Ibu Milenial dalam Pemenuhan Kebutuhan Pola Asuh Anak. *Al Huwiyah Journal of Woman and Children Studies*, 3(1), 21–40.
- Yuliani, W. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling. *Quanta*, 2(2), 83–91.
- Yupi, Y., & Putri, A. H. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Tiktok. *Komversal : Jurnal Komunikasi Universal*, 5(1), 70–92. <https://doi.org/10.38204/KOMVERSAL.V5I1.1214>