

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pola asuh orang tua terhadap anak sekarang menjadi hal yang harus diperhatikan oleh masyarakat. Berbagai artikel telah banyak memberitakan tentang pentingnya pengetahuan *parenting* untuk tumbuh kembang anak. Ada pula artikel yang memberitakan tentang kegagalan *parenting*, seperti yang dilansir Kumparan, *Belajar dari Kasus Mario Dandy: Urgensinya Parenting Berkualitas kepada Anak* (Faizah, 2023) membahas tentang bagaimana bentuk pola asuh yang dilakukan orang tuanya sehingga anaknya dapat menjadi pelaku kasus kekerasan. Seharusnya orang tua dapat menjadi pembimbing anak dalam keluarga. Namun, banyak orang tua yang kurang bahkan tidak tahu cara berkomunikasi dan menumbuhkan nilai nilai terpuji kepada anak. Untuk menghindari hal tersebut, orang tua harus sadar perannya sebagai figur yang baik bagi anaknya. Diawali dari melakukan komunikasi untuk membangun perasaan yang lebih intens antara orang tua dan anak.

Komunikasi yang baik dapat menciptakan suasana yang harmonis pada setiap keluarga karena komunikasi merupakan proses ekspresi manusia. Komunikasi yang terbuka pada keluarga dalam komunikasi interpersonal akan menciptakan hubungan yang lebih erat, diciptakan dari sikap saling menghargai, serta sikap saling pengertian. Oleh karena itu, orang tua mengambil peran utama dalam mendukung perkembangan anak dengan mendidik, menghibur, dan menumbuhkan keterbukaan komunikasi terhadap anak. Beragam bentuk keterbukaan dalam komunikasi di antaranya, saling menukar informasi atau meluapkan curahan hati yang dapat menimbulkan pengutaraan emosi antara orang tua dan anak. Riyanto (2002) dalam (Dewirahmadanirwati, 2019) hal utama dalam keberlangsungan komunikasi adalah kemampuan mendengar dengan simpatik, terlihat dari; peka atau merasakan rasa yang terkandung dalam pesan; mendengar dengan penuh kepedulian; tidak memotong perkataan atau menyela di tengah pembicaraan; menaruh simpati terhadap “dunia” pembicara. Namun pada nyatanya, sebagian orang tua masih ada yang belum sadar akan pentingnya menaruh perhatian pada komunikasi terhadap anak,

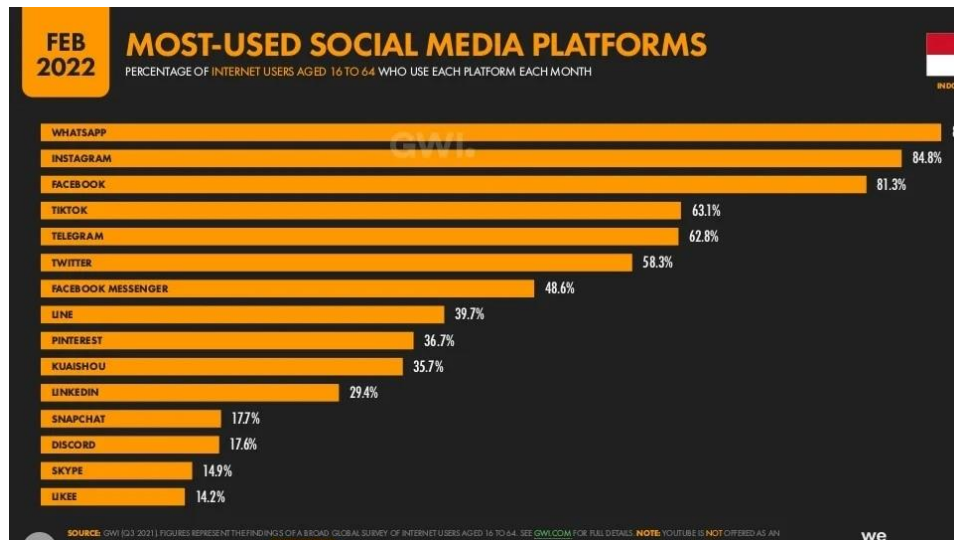
sedangkan keterbukaan komunikasi terhadap anak adalah bagian dari parenting yang patut dilakukan oleh orang tua.

Parenting adalah sikap orang tua dalam melakukan interaksi dengan anak-anaknya. Maka dari itu, (Lubis & Nurwati, 2020) menyatakan bahwa sikap anak yang terbentuk cenderung serupa dengan bagaimana orang tuanya bersikap karena ada kaitannya pola asuh merupakan proses anak dalam bersosialisasi dengan lingkungan sekitar. Pola asuh juga digambarkan sebagai aksi orang tua terhadap anak dalam mempersiapkan anak untuk menjadi masyarakat yang baik. Dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan seorang anak tentu erat kaitannya dengan pola asuh dan komunikasi yang terjadi dengan orang tua, karena keluarga merupakan lingkup utama dan terdekat dengan anak.

Dilansir oleh *idntimes.com* dalam artikelnya yang berjudul *Dampak Buruk Kurangnya Ilmu Parenting Dalam Rumah Tangga*, disebutkan bahwa ketika orang tua tidak paham dalam membangun hubungan yang erat dan ramah dengan anak, maka anak dapat merasa terabaikan, merasa kecewa atas perlakuan orang tuanya, bahkan depresi kepanjangan. APA (*American Psychological Association*) menyebutkan tiga tujuan utama dari pola pengasuhan orang tua terhadap anak, yaitu memastikan bahwa setiap anak tetap dalam kondisi yang sehat dan aman, mempersiapkan anak untuk tumbuh menjadi individu produktif, dan melestarikan berbagai nilai budaya yang positif. Ketika orang tua melakukan pola asuh yang tidak tepat terhadap anak, seperti kekerasan fisik dan verbal, tanpa disadari anak memproses dan melakukan hal yang sama sebagai pelaku kekerasan pada aktivitas kesehariannya. Disiarkan melalui *detikjatim*, di Surabaya, terjadi peristiwa tidak terpuji yang dilakukan oleh siswa SMP Sidoarjo, yang melakukan umpatan terhadap polisi karena mendapat teguran tidak memakai helm. Mengutip dari Ketua Bidang Data, Informasi, dan Litbang Lembaga Perlindungan Anak Indonesia pada berita tersebut, “*Sebetulnya beberapa kasus lebih disebabkan karena pengaruh perilaku anak yang seperti orang dewasa. Dugaannya ada dua faktor, informasi dan lingkungan*”

Topik *parenting* saat ini sudah ramai dibahas di internet. Salah satu *platform* media sosial yang mudah dijangkau dan sudah banyak penggunanya adalah Instagram. Pengguna instagram di Indonesia berada di urutan kedua pada kategori *platform* media

sosial terbanyak digunakan, berdasarkan data dari situs *wearesocial*, terhitung dari Februari 2022.

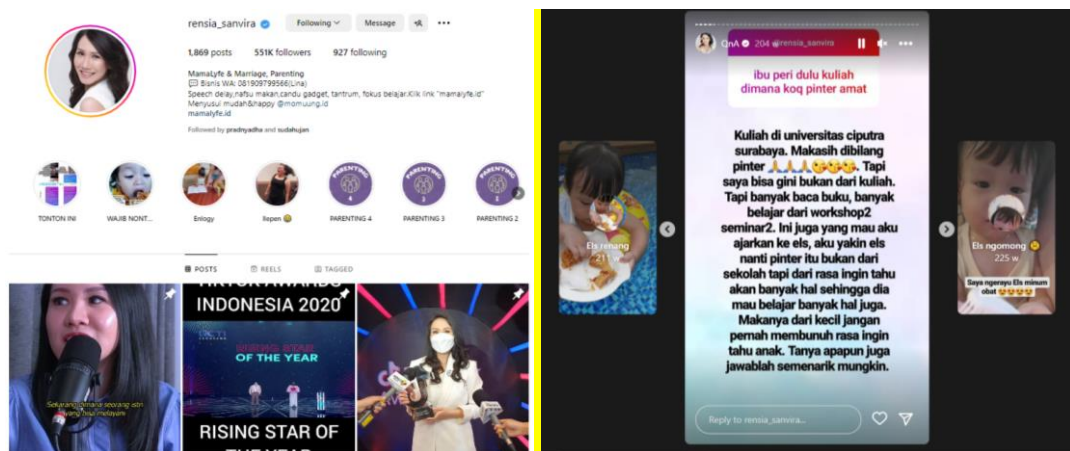


Gambar 1. 1 Sosial Media yang Paling Sering Digunakan
(sumber: *wearesocial.com*, 2022)

Melalui grafik tersebut dapat terlihat sebagian besar masyarakat pengguna internet di Indonesia telah tidak asing dengan Instagram. Fitur yang tersedia memberi kesempatan pada setiap orang untuk memanfaatkannya sebagai media hiburan, edukasi, dan juga bisnis. Kesadaran penggunaan media sosial yang baik memberikan dampak positif, berupa perputaran informasi. Berkaitan dengan kehidupan manusia yang berdampingan dengan informasi, masyarakat biasanya membutuhkan sosok yang dapat membantu dalam pemenuhan informasi. Pada masa kini, lahirnya tokoh influencer merupakan sebuah ekosistem baru. Media sosial akhirnya digunakan menjadi ruang diskusi para penggunanya. Lahirnya banyak *Influencer* di Indonesia berlomba untuk dapat mengedukasi masyarakat melalui media. Influencer media sosial merupakan individu yang dianggap mampu menjadi Pemimpin Opini di media sosial dengan berbagai macam topik minat yaitu; makanan, kecantikan, gaya hidup, dan lainnya (Bruns, 2018) dalam (Anjani & Irwansyah, 2020). Untuk menjadi seorang influencer dapat berasal dari kalangan apa saja, bisa seorang profesional, selebritas, atau bahkan seorang rumah tangga sekali pun. Pada konteks *public relations*, influencer membangun *personal branding* untuk dapat membentuk publiknya, dengan ciri dan karakternya masing-masing. Pesan

yang diunggah pun bertujuan untuk memengaruhi, mengajak, dan mengedukasi. (Marston, 1979) dalam *Modern Public Relations* memaparkan bahwa “*public relations* merupakan komunikasi persuasive yang telah direncanakan dan dirancang untuk memengaruhi public dengan lebih signifikan – *public relations is planned, persuasive communication, designed to influence significant public*”.

Salah satu influencer yang akan dibahas pada penelitian ini adalah seorang konselor anak dan pernikahan, Rensia Sanvira. Melalui akun Instagram (@rensia_sanvira) ia memberikan informasi seputar edukasi *Parenting Tips*. Akunnya telah resmi terverifikasi, memiliki 551K followers, 927 following, dan 1.869 posts, terhitung dari 27 Mei 2023. Sosok dibalik akun tersebut adalah seorang ibu dari tiga anak, yang aktif dalam mengunggah konten *parenting tips* berbentuk video ilustrasi cara berkomunikasi terhadap anak. Ia juga aktif dalam berinteraksi dengan para *audiens*, serta menunjukkan kegiatan yang dijalani bersama keluarga, terutama anaknya, dilihat dari fitur *highlight* yang berjejer pada profilnya. Pada salah satu *highlight QnA* akun tersebut dijelaskan olehnya bahwa dirinya mempelajari pengetahuan *parenting* melalui buku, *workshop*, dan seminar. Wanita tersebut juga seorang *founder* dari akun Instagram @mamalyfe.id yang merupakan akun berisi infografis *parenting tips*, beserta konseling gratis.



Gambar 1. 2 Tampilan Instagram @rensia_sanvira
(sumber: *official Instagram @rensia_sanvira* diakses pada 27/05/23)

Di tahun 2020, Rensia Sanvira mendapatkan penghargaan TikTok Awards sebagai *content creator* dan konselor anak yang berhasil memberikan konten yang edukatif, bermanfaat dan menarik kepada audiensnya.



Gambar 1. 3 TikTok Awards Rensia Sanvira
(Sumber: Halaman Internet POPBELA.com)

Di tahun 2021, Rensia Sanvira menjadi tamu pada acara *Live Streaming* Tribun News berjudul *Ungkap Cara Pengasuhan Anak yang Kecanduan Gadget Bersama Konselor Anak Rensia Sanvira*. Dalam acara tersebut, Rensia memberikan informasi *parenting* yang dapat diterapkan oleh gaya pengasuhan orang tua milenial.



Gambar 1. 4 Tribun Network bersama Rensia Sanvira

(Sumber: Tampilan *Live Streaming YouTube* Tribun News)

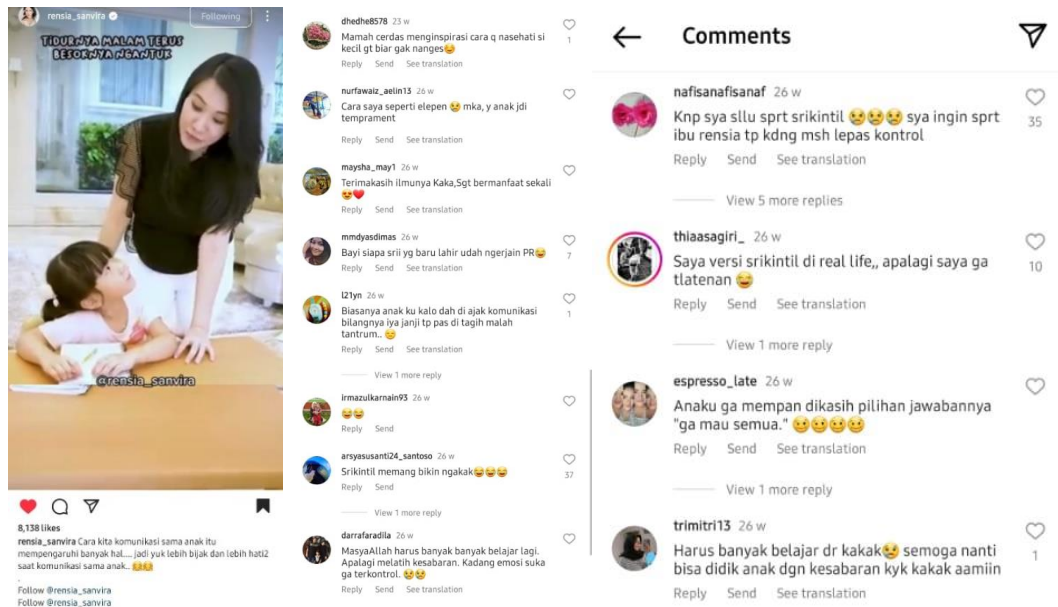
Setiap influencer media sosial tentu perlu mengoptimalkan penggunaan fitur pada platform yang tersedia dengan bijak. Pada akun @rensia_sanvira yang dimilikinya, ia telah memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia untuk mengunggah kontennya lewat *feeds*, *stories*, *reels*, dan *highlights*. Isi dari kontennya pun beragam mulai dari *QnA*, *parenting tips* yang dikemas dalam bentuk video, *soft selling video*, serta *meme*. Selain konten yang menarik, cara agar tetap eksis untuk menarik atensi *warganet* adalah dengan unggahan yang tetap berlanjut (*continuity*). Seperti yang dikemukakan oleh Armano dalam Brian Solis (2011) yaitu, *4C Social Media (content, context, connectivity, continuity)*. *Content & context* yang diberikan oleh @rensia_sanvira adalah untuk memengaruhi, mengajak, dan mengedukasi para orang tua atau calon orang tua agar sadar dengan kebutuhan komunikasi terhadap anak. Sama halnya dengan konten informasi edukatif yang diunggah oleh @rensia_sanvira ditujukan kepada remaja dewasa calon orang tua dan atau orang tua yang akan memiliki anak, bahkan sudah memiliki anak.

Kajian sebelumnya menyebutkan bahwa konten yang diunggah oleh Rensia Sanvira pada platform Tiktok membantu serta berpengaruh terhadap penguatan karakter anak usia 2-6 tahun yang menanamkan sejumlah nilai kebaikan sehingga menjadikan anak memiliki akhlak dan budi pekerti yang baik untuk pengembangan pribadi selanjutnya (Haliza, Septiani, & Wahyueningsih, 2022). Sejalan dengan penelitian ini penulis menemukan bahwa konten yang diunggah oleh Rensia Sanvira melalui Tiktok terbilang membantu dan memberikan pengaruh terhadap penguatan karakter anak usia 2-6 tahun dalam menumbuhkan nilai budi pekerti.

Hasil penelitian serupa pun menyebutkan pentingnya pola komunikasi orang tua terhadap anaknya guna membangun kualitas diri anak yang baik, serta orang tua dapat terhindar dari ciri-ciri *toxic parents* (Saskara & Ulio, 2020). Penulis juga menyimpulkan pentingnya penelitian ini dilakukan untuk menimbulkan kesadaran bahwa ilmu *parenting* sangat dibutuhkan oleh masyarakat guna menumbuhkan hubungan orang tua dan anak yang baik.

Pada platform Instagram, salah satu unggahan konten video @rensia_sanvira mengilustrasikan bagaimana cara orang tua berkomunikasi yang tepat dan kurang tepat

terhadap anaknya. Pada kolom komentar, sebagian dari orang tua mengaku bahwa masih sering melakukan komunikasi yang kurang tepat terhadap anaknya.



Gambar 1. 5 Konten video edukasi Instagram @rensia_sanvira (sumber: *official Instagram @rensia_sanvira* diakses pada 27/05/23)

Hal itu membuktikan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh sebagian orang tua terhadap anaknya masih belum maksimal. Sementara, tumbuh kembangnya pola pikir anak terbangun dari aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh orang disekitarnya. Konten tersebut merupakan satu dari sekian konten lainnya yang mengajak para orang tua untuk dapat melakukan komunikasi interpersonal yang lebih baik terhadap anaknya. Kesadaran orang tua pada perannya perlu selalu diingat, sehingga orang tua dapat menciptakan hubungan yang erat dengan anaknya. Konten yang ada pada @rensia_sanvira mampu membuat orang tua peduli akan pola asuh yang dilakukan.



Gambar 1. 6 Kolom Komentar Instagram @rensia_sanvira
(sumber: *official Instagram @rensia_sanvira* diakses pada 27/05/23)

Gambaran di atas adalah beberapa komentar yang menunjukkan bahwa mereka sadar dan terbantu oleh konten yang diberikan oleh @rensia_sanvira. Respon tersebut merupakan hasil dari terpaan media (*media exposure*). Kondisi yang dengan terus menerus diterpa oleh media dan terjadinya penambahan wawasan, informasi, rasa emosional dan intelektual lainnya, merupakan hasil terpaan dari media. Sesuai dengan dimensi terpaan media (Ardiyanto, 2004) yakni frekuensi, durasi, dan atensi, yang membuat khalayak memberikan keterbukaan kepada media. Penggunaan media dilihat dari jumlah waktu yang dihabiskan dalam menggunakan media, jenis media sering dikonsumsi dan berbagai hubungan antar individu sesama konsumen isi media secara keseluruhan (Rakhmat, 2004).

Hal itu juga menunjukkan bahwa konten yang diunggah oleh @rensia_sanvira berisikan pesan yang dipahami oleh audiens. Sebagai *influencer*, tentu Rensia harus mengetahui dengan jelas apa yang ingin dan perlu disampaikan karena komunikasi bersifat *irreversible*. Sifat tersebut merupakan proses dari komunikasi yang tidak dapat mengontrol timbulnya efek dari pesan yang disampaikan, artinya komunikasi tidak dapat ditarik kembali. Untuk mencegah hal itu, dalam merencanakan isi pesan pada konten yang akan diunggah perlu memperhatikan komponen penting agar komunikasi dapat terus berlanjut. Dalam teori 7C atau *the seven c's theory* (Heuer dan Brian Solis, 2011) menyebutkan tujuh buah elemen esensial, yaitu *clear, concise, concrete, correct,*

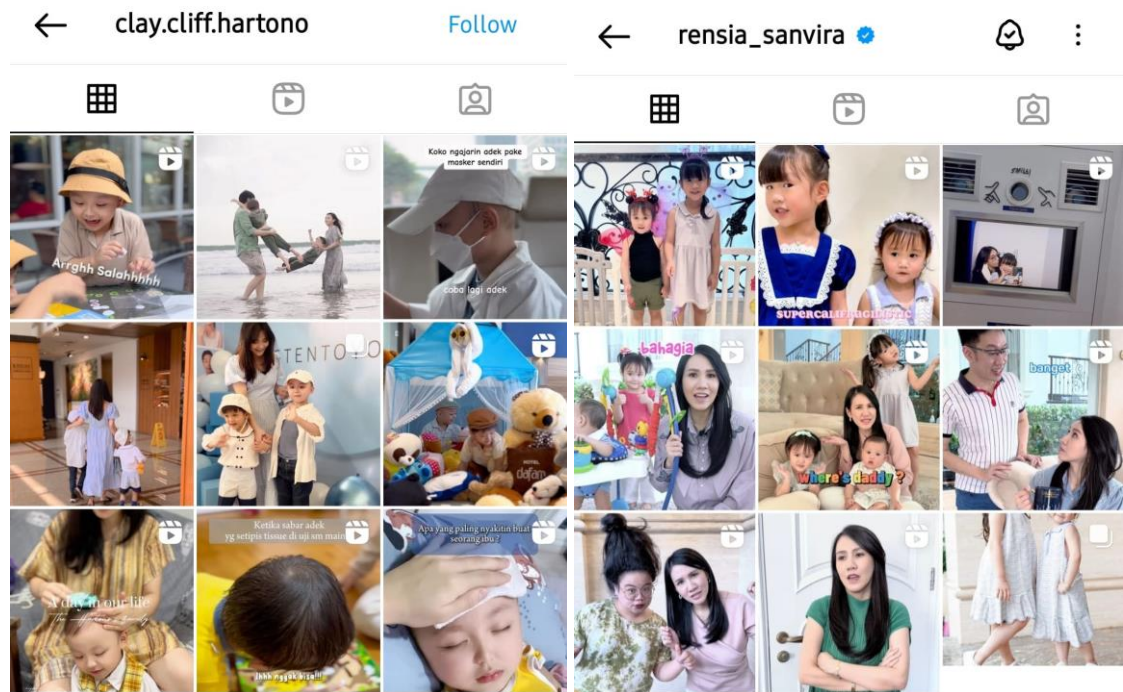
coherent, complete, courteous yang secara ringkas menerangkan bahwa pesan perlu disampaikan secara jelas, lugas, bersumber dari informasi yang kredibel, menggunakan tata bahasa yang baik dan sederhana. Penyampaian yang sesuai dengan karakter audiens juga akan membuat kualitas pesan lebih baik dan efektif. Rensia mampu menyampaikan pesan serta tetap menerapkan 7C yang dikemas dalam konten video singkat dengan menarik sehingga para audiens mudah untuk mencerna makna dari pesan yang disampaikan. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dari segi efeknya terhadap komunikasi yang dilakukan audiens.

Penulis pun menyangkutkan penelitian ini ke ranah *public relations* sebagai salah satu bentuk tanggung jawab akademis penulis. Secara umum, *public relations* berperan penting dalam pengelolaan komunikasi seperti memberikan informasi, dan merencanakan atau merangkai agenda yang akan dilakukan. Di era digital ini, lahir strategi baru dari ranah *public relations* yaitu peran *influencer* sebagai *key opinion leader (KOL)*, yang merupakan orang-orang dengan pengaruh kuat terhadap banyak audiensnya di media sosial. Para *influencer* dapat melakukan penyebaran informasi dengan cepat, serta memiliki potensi untuk viral sehingga dapat dengan mudah mempengaruhi banyak orang (Uzunoglu, Ebru & Misci Kip, & Sema, 2014). Influencer dilihat pandai dalam memahami cara berkomunikasi dengan audiens mereka dan dapat mengajak audiensnya terlibat.

Pada kajian ini, konsep *public relations* terletak pada pemberian informasi atau edukasi *parenting* dan merencanakan setiap konten *parenting tips* yang dibutuhkan para audiens. Rensia Sanvira pun membentuk *personal branding*nya sebagai influencer keluarga dengan terus memberikan konten yang relevan dengan titelnya. Pemilihan platform media sosial juga menjadi penting. Rensia memiliki ciri dan karakter sebagai *influencer* yang pada akunnya dipenuhi konten video ilustrasi cara berkomunikasi dengan anak. Seperti yang dikemukakan oleh Sweeney dalam (Girsang, 2020) bahwa generasi millennial merupakan generasi yang paling suka terhadap konten multimedia yang interaktif dengan bentuk gambar, pewarnaan, dan juga audio. Kriteria tersebut sesuai dengan Instagram yang mengedepankan tampilan visual dalam bermedia sosial untuk mengisahkan cerita dan keterlibatan dengan pembaca.

Penulis melihat perbedaan antara Rensia Sanvira dengan *parenting influencer* Indonesia lainnya. Perbandingan dilakukan dengan salah satu *parenting influencer* serupa,

yakni @clay.cliff.hartono dengan 562K *followers*, 714 *posts*, 2 *following*, sedangkan @rensia_sanvira memiliki besaran *followers*, *posts*, *following* lebih banyak yaitu 585K *followers*, 1.939 *posts*, 949 *following*, keduanya terhitung sejak 25 Agustus 2023. Dilihat dari segi konten, @clay.cliff.hartono bertemakan *daily life* keluarga. Sedangkan @rensia_sanvira memberikan konten video edukasi cara berhadapan dengan anak.



Gambar 1. 7 Halaman Konten Instagram @clay.cliff.hartono dan @rensia_sanvira
(Sumber: *official* Instagram @clay.cliff.hartono dan @rensia_sanvira, 2023)

Hal tersebut menunjukkan bahwa influencer lainnya lebih dominan memberikan konten momen pribadi, dan informasi yang diberikan hanya *tips and trick* yang tidak selalu konsisten, sedangkan Rensia Sanvira (@rensia_sanvira) konsisten dalam mengunggah atau memberikan konten edukasi berupa video ilustrasi bagaimana orang tua melakukan komunikasi interpersonal terhadap anak. Tidak hanya itu, cara bersikap dan menanggapi anak seperti bagaimana cara membuat anak merasa aman dengan tindakan orang tuanya, cara orang tua menyadari bahwa kesalahan bisa terjadi atas perilaku orang tuanya sendiri, dan berbagai pengertian orang tua lainnya terhadap anak. Melihat pentingnya parenting dalam proses perkembangan anak, dan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Pengaruh Konten

Media Sosial Instagram @Rensia_Sanvira terhadap Komunikasi Interpersonal antara Orang tua dan Anak” yang akan dikaji menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui survey kuesioner yang disebarakan pada *followers* @rensia_sanvira.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan penjelasan yang sudah dijabarkan, maka peneliti ingin mengetahui permasalahan berikut, yaitu:

1. Apakah ada pengaruh dari konten media sosial Instagram @rensia_sanvira terhadap komunikasi interpersonal antara orang tua dan anak?
2. Seberapa besar pengaruh dari konten media sosial Instagram @rensia_sanvira terhadap komunikasi interpersonal antara orang tua dan anak?

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah mengidentifikasi masalah tersebut, maka dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Mengetahui keberadaan pengaruh pada konten media sosial Instagram @rensia_sanvira terhadap komunikasi interpersonal antara orang tua dan anak.
2. Mengetahui besaran pengaruh yang dihasilkan oleh konten media sosial Instagram @rensia_sanvira terhadap komunikasi interpersonal antara orang tua dan anak.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penulis berharap agar hasil dari penelitian ini akan bermanfaat untuk mengembangkan ilmu *public relations* dengan meninjau pemahaman mengenai pengaruh konten akun Instagram @rensia_sanvira terhadap komunikasi interpersonal antara orang tua dan anak.

1.4.2 Manfaat Praktis

Disamping manfaat teoritis, penulis pun berharap agar penelitian ini mempunyai manfaat praktis yang dapat memberikan dampak positif berupa masukan pola asuh, ilmu *parenting*, dan pembuatan konten media sosial dengan pedoman 7C yang dapat diterapkan. Kemudian penulis juga berharap agar penelitian ini bisa memberikan informasi yang kelak menjadi referensi yang dapat bermanfaat bagi peneliti bidang kajian *digital public relations* berikutnya.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu penelitian dimulai pada bulan Januari 2023 yang diawali dari penentuan topik, judul, dan objek penelitian, dilanjut dengan proses penyusunan BAB I, BAB II, BAB III. Kemudian penyerahan Desk Evaluation dilaksanakan pada 4 Juli 2023.

Tabel 1. 1 Waktu Periode Penelitian

JENIS KEGIATAN	BULAN						
	2	3	4	5	6	7	8
Menentukan topik, judul, dan objek penelitian	■						
Proses Penyusunan BAB I		■	■				
Proses Penyusunan BAB II				■			
Proses Penyusunan BAB III					■		
Desk Evaluation						■	
Pengumpulan data melalui kuesioner						■	
Pendaftaran Sidang							■