

Analisis konten media sosial *Instagram @tentanganak_id* sebagai media penyebaran informasi dan komunikasi seputar *parenting*

Fara Dilla Fairuz
dillafairuz.fai@gmail.com

Abstract

Communication and information collaborating, specifically parenting knowledge, is greatly enhanced by social media. One of the Instagram accounts that talks about parenting is @tentanganak_id. Parenting knowledge now feels more open, deep, and transparent because of innovative digital content uploads. There's a wide range of information types that has been uploaded, and each one has unique presentational characteristics. Examples of these include collaborative, instructive, entertaining, and informational content. The idea that one can only learn about parenting after becoming a parent has thus been rejected, so anyone, anywhere, can now learn about parenting. Identifying the kinds of content uploaded and tracking audience interaction on Instagram @tentanganak_id are the goals of this study. This study uses a critical paradigm, content analysis methods, and a qualitative approach. The results of this research reveal that the Instagram social media account @tentanganak_id makes a great job of implementing the four pillars of content strategy: education, information, entertainment, and collaboration.

Keywords: social media, Instagram, content strategy, communication

Abstrak

Sosial media berperan penting dalam penyebaran informasi dan komunikasi, tak terkecuali ilmu *parenting*. Akun *@tentanganak_id* adalah salah satu akun di *Instagram* yang membahas seputar *parenting*. Dengan unggahan konten *digital* yang menarik, ilmu *parenting* kini terasa lebih terbuka, luas dan transparan. Jenis konten yang diunggah sangat beragam dan setiap konten memiliki nilai yang berbeda dalam penyajiannya seperti konten edukasi, hiburan, informasi serta konten kolaborasi. Sehingga anggapan bahwa ilmu *parenting* hanya bisa dipelajari ketika sudah menjadi orang tua saja menjadi terpatahkan, kini siapapun dan dimanapun bisa mempelajari ilmu *parenting*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis jenis konten yang diunggah dan melihat keterlibatan audiens pada *Instagram @tentanganak_id*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi dan paradigma kritis. Hasil Penelitian didapatkan bahwa strategi konten 4 pilar yakni edukasi, informasi, hiburan dan kolaborasi di terapkan dengan sangat baik pada akun media sosial *Instagram @tentanganak_id*.

Kata kunci: media sosial, Instagram, strategi konten, komunikasi

Pendahuluan

Di era digital yang semakin berkembang dengan pesatnya, pola komunikasi masyarakat dalam mencari informasi dan berinteraksi juga berubah, kini sebagian masyarakat telah memanfaatkan media sosial dalam segala kegiatannya. Selain untuk mendapatkan informasi secara digital, Masyarakat umumnya menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi yang menghubungkan pengguna dengan cakupan wilayah yang sangat luas.

Dengan kecepatan digital saat ini, penyebaran informasi melalui Media sosial sangat tinggi dan penggunaannya yang kian meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini didukung dengan data yang disampaikan oleh portal berita [rri.co.id](https://www.rri.co.id) pada Mei 2024 yakni Pengguna Aktif media sosial sebanyak 167 juta pengguna (64,3% dari populasi) dan *Instagram* menempati urutan kedua media sosial yang paling banyak digunakan yakni sebesar 122 juta pengguna (47,3% dari populasi), urutan pertama masih ditempati oleh *Youtube*.

Para pengguna media sosial tidak perlu saling berhubungan melalui media konvensional seperti telepon, tetapi hanya membutuhkan jaringan internet yang kuat dan stabil (Adani, 2020).

Menurut Jubilee Enterprise (2012: 2) *Instagram* adalah komunitas untuk saling berbagi foto antara satu anggota dengan anggota lainnya dari seluruh dunia. *Instagram* menyerupai galeri berukuran raksasa dimana setiap orang bisa melihat hasil karya pengguna *Instagram* yang lain dan menciptakan jaringan pertemanan. *Instagram* merupakan media yang memiliki daya tarik melalui bentuk pesan dan jenis konten yang beragam melalui pesan video, foto serta infografis serta dapat menyiarkan siaran langsung (*live video*) yang akan tersebar secara cepat dengan jangkauan yang luas.

Kekuatan utama di media sosial dalam penyebaran informasi dan komunikasi adalah konten. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sedangkan menurut Simarmata dalam Mahmudah dan Rahayu, (2020) Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan dan lain-lain. Artinya, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik. Konten yang dibuat dalam internet sangatlah mudah diakses, contohnya seperti berita, informasi, tips/*trick*, dan masih banyak lagi.

Konten dapat berbentuk gambar maupun video, di media sosial *Instagram* fitur konten dapat di unggah di *feed Instagram* (IG) , *reels* dan *stories*. *Feed Instagram* adalah page atau halaman *Instagram* utama yang menyajikan konten postingan akun penggunanya. Di dalam *feed* IG ini, terdapat beberapa komponen utama termasuk foto, video, *carousel*, tombol interaktif dan sebagainya. Pengguna *Instagram* bisa melihat postingan terbaru yang berurut sampai postingan yang lama pada halaman *feed* ini. *Reels* adalah fitur bagi para pengguna *Instagram* untuk membuat klip video dengan durasi waktu selama 15 sampai 30 detik. *Stories* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *instanstory* adalah fitur *Instagram* yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto atau video secara singkat dalam format vertikal. Konten yang diunggah di *Instagram Stories* akan hilang setelah 24 jam.

Konten yang menarik di media sosial salah satunya adalah konten yang menyediakan informasi mengenai *parenting*. Ilmu *parenting* adalah ilmu yang kini mudah diakses di media sosial, banyak dari pengguna dari individu hingga komunitas yang membagikan konten seputar *parenting* tersebut. Pola pengasuhan kini juga kian beradaptasi dengan dunia digital, banyak

dari orang tua khususnya orang tua baru yang mempelajari mulai dari bagaimana cara menjadi orang tua dari segi berkomunikasi hingga manajemen pola asuh. Banyak yang berkata bahwa menjadi orang tua adalah sebuah proses dan baru akan mengetahui ketika sudah menjadi orang tua dan sebelum era digital berkembang secepat ini, literasi mengenai ilmu *parenting* masih sangat jarang dan bahkan terasa tabu untuk dibicarakan.

Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi kini membuat ilmu *parenting* terasa lebih terbuka, luas dan transparan. Sehingga anggapan bahwa ilmu *parenting* hanya bisa dipelajari ketika sudah menjadi orang tua saja menjadi terpatalkan, kini siapapun dan dimanapun bisa mempelajari ilmu *parenting*.

Kata “*parenting*” berasal dari kata “*parent*” menurut John M. Echols dan Hassan Shadily (R. Widya, 2020) dengan makna orang tua. Hal ini menunjuk pada kegiatan orang tua dalam melakukan pengasuhan dan mendidik anak-anaknya.

Hanifan dalam (S.W. Octaviana, 2019) juga menambahkan definisi dari *parenting* atau pengasuhan yang merujuk pada pendidikan umum yang ditetapkan orang tua kepada anaknya sebagai proses

interaksi antara pengasuh (orang tua) dan yang diasuh (anak) dalam hal perawatan, mendorong keberhasilan dan melindungi maupun sosialisasi pengajaran tingkah laku umum yang dapat diterima di masyarakat.

Devito (1997) menyebutkan beberapa aspek yang dapat muncul dalam pola komunikasi orang tua dan anak, yaitu: Keterbukaan, Empati, Dukungan, Sikap positif, Kesamaan. *Instagram @tentanganak_id* menjadi salah satu akun yang membagikan konten seputar informasi, tips, life hack hingga kata motivasi mulai dari masa kehamilan, pengasuhan anak, perkembangan anak, dan masalah keluarga.

Konten merupakan kunci utama yang perlu diperhatikan dalam media sosial karena kualitas konten akan menentukan tersampaikan atau tidaknya pesan yang ingin disampaikan.

Konten *Instagram* yang dibuat oleh akun *@tentanganak_id* disesuaikan dengan karakter dari segmentasi audience yang rata rata adalah generasi millennial (Y) dan sebagian generasi Z awal.

Jenis konten yang diunggah sangat beragam dan setiap konten memiliki nilai yang berbeda dalam penyajiannya seperti konten edukasi, hiburan, informasi serta konten kolaborasi.

Pada penelitian ini *Instagram* dipilih oleh peneliti karena tingkat penggunaanya yang cukup tinggi, akun *@tentanganak_id* memiliki sebanyak 779ribu pengikut di *Instagram* dengan unggahan konten *feeds* dan *reels* sebanyak lebih dari 4500-an postingan hingga awal desember 2024. Bentuk konten di *Instagram* yang tidak hanya foto, namun ada video dan animasi menjadi daya tarik untuk audiensnya.

Berdasarkan hal tersebut tujuan dari penelitian ini adalah analisis terkait jenis konten yang disampaikan dan melihat keterlibatan audiens pada *Instagram @tentanganak_id*.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa referensi dari penelitian terdahulu berbentuk jurnal nasional yang akan dijadikan acuan dalam melaksanakan penelitian ini. Penelitian pertama berbentuk jurnal nasional dengan judul “*Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyiaran Informasi dan Komunikasi*” yang diteliti oleh Afifah Subhah Nafsya, dkk. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam rentan waktu 2 Oktober – 2 Desember 2021 by.U menyajikan berbagai jenis konten yang sesuai dengan konsep empat pilar strategi media sosial. Dari

keempat pilar tersebut, konten kolaborasi lebih banyak diunggah dibandingkan dengan kategori konten lainnya. Akan tetapi, dalam penyebaran informasi untuk menjangkau audiensnya, konten hiburan dianggap lebih interaktif.

Penelitian kedua diambil dari jurnal nasional dengan judul "*Pesan Edukasi Positive Discipline Parenting pada Akun Instagram @ Goodenoughparents.Id*" Yang diteliti oleh Noerazrie Imania Putri, dkk. Penelitian tersebut adalah penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk pesan edukasi dalam konten akun @goodenoughparents. id adalah informatif dengan ditemukannya empat kategori unggahan yang berkaitan dengan konsep *positive discipline* dari Joan E. Durrant, yaitu kategori tumbuh kembang dengan konsep *understanding how children think and feel*. Kategori komunikasi dan kerjasama dengan konsep *providing warmth and structure*. Kategori stimulasi belajar dengan konsep *identifying long-term goals*. Kategori kesehatan mental dengan konsep *problem solving*

Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan

metode analisis isi dan paradigma kritis dan pengelompokkan konten berdasarkan empat pilar strategi konten media sosial . Pendekatan kualitatif pada penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data secara mendalam, yang mana peneliti menganalisis dan mengumpulkan data yang telah didapat yaitu dengan menganalisis dan mengamati isi dari konten *Instagram @tentanganak_id*. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis karena peneliti akan mengamati, menganalisa konten dalam konteks yang luas, serta mengkaji secara realitas yang ada yaitu dengan meneliti isi dari konten pada *Instagram feeds @tentanganak_id* yang memanfaatkan fitur-fitur seperti *feeds*, *reels* dan *stories*.

Hasil dan Pembahasan

Akun @tentanganak_id adalah akun berbasis komunitas, dikembangkan oleh dokter dan psikolog anak. @tentanganak_id menyediakan konten seputar tips, edukasi dan informasi seputar *parenting* yang dibagikan dari para pakar dibidangnya maupun para penggiat *parenting*. Selain melalui media sosial *Instagram @tentanganak_id* hadir dalam bentuk aplikasi.

Dalam membagikan kontennya, akun @tentanganak_id telah mengunggah sebanyak 4500-an postingan hingga awal

Oktober 2024 dengan total pengikut 779ribu followers, Selain memberikan informasi melalui konten di media sosial *Instagram* @tentanganak_id dan aplikasi di *smartphone*, tentang anak juga menghadirkan buku mengenai *parenting*, kelas *parenting* secara *online*, dan kerjasama produk/bisnis yang terkait seputar keluarga dan dunia tumbuh kembang anak.

Upaya edukasi yang dilakukan oleh akun @tentanganak_id dengan memanfaatkan media sosial *Instagram* berupa tampilan foto/video ilustrasi, infografis, dan video singkat. Konten yang dibuat rata-rata berasal dari permasalahan yang muncul pada kehidupan setelah menikah, mulai dari permasalahan pada fase kehamilan, permasalahan keluarga antara orang tua dan anak, dan seputar masalah tumbuh kembang dan kesehatan anak. Konten-konten yang diupload sejalan dengan permasalahan yang ada sehingga bagi kebanyakan orang tua, terutama orang tua baru, akan mencari informasi melalui media sosial untuk mengatasi permasalahannya. Dan keunggulan yang dimiliki oleh akun @tentanganak_id adalah *foundernya* yang seorang *expert* dibidangnya yakni dokter dan psikolog anak. Sehingga mudah mendapatkan kepercayaan dari audiensnya.

Dari periode yang peneliti tetapkan yakni 1 september - 31 oktober 2024 terdapat 88 konten yang diunggah oleh akun @tentanganak_id yang akan dikategorisasikan menjadi empat jenis konten berdasarkan penggunaan konsep yang telah ditentukan, berikut merupakan rincian konten yang telah diposting oleh @tentanganak_id:

Konten hiburan : 12 postingan

Konten kolaborasi: 7 postingan

Konten edukasi : 42 postingan

Konten informasi : 27 postingan

Peneliti menggunakan konsep empat pilar strategi media sosial yang dikemukakan oleh L.Safko dan D. K.Brake (2009:673) yang menjelaskan bahwa ada empat pilar yang dibutuhkan untuk mengembangkan media sosial terutama dalam melakukan strategi pembuatan konten media sosial agar terlihat menarik.

Analisis konten edukasi @tentanganak_id

Sepanjang bulan september - oktober 2024 terdapat 42 postingan yang berisi konten edukasi. Dan merupakan jenis Konten yang paling banyak di buat oleh @tentanganak_id. mayoritas konten yang dibuat oleh @tentanganak_id adalah konten dengan bentuk infografis, foto maupun video.

Menurut Asrori Z. Mustofa (2020) definisi dari edukasi adalah sebuah proses belajar mengajar yang bertujuan untuk mendidik, memberi ilmu, mengembangkan potensi diri guna menjadi manusia yang lebih baik lagi. Asrori juga mendeskripsikan pesan edukasi sebagai suatu pesan bermakna yang disampaikan kepada komunikannya untuk mendidik dan memberi ilmu.



Gambar1: Konten Edukasi
Sumber: Instagram @tentanganak_id

Konten edukasi diatas diupload dalam fitur *reels* dan *feeds* dengan durasi 50 detik. Program edukasi ini merupakan edukasi tanya Ahli yang dalam hal ini narasumbernya adalah Prof. Dr. dr. Aman Bhakti Pulungan, Sp.A, Subsp. End., FAAP FRCPI (Hon), Spesialis Anak Subspesialis Endokrinologi yang membahas tentang mengoptimalkan tinggi anak.

Konten edukasi ini mendapatkan cukup banyak interaksi, dengan total views mencapai 1.2 juta penayangan. Untuk

jumlah total *likes* tidak bisa dilihat pastinya karena akun @tentanganak_id membuat pengaturan *private* untuk jumlah likes, namun untuk interaksi yang lain dapat dilihat, seperti dari jumlah akun yang mengomentari mencapai sekitar 8.572 komen dan total arsip(*save*) sebanyak 20.6K yang telah mengarsip konten tersebut.

Selain konten diatas, ada banyak konten edukasi yang dibuat seperti edukasi penggunaan *fluoride* pada anak, edukasi mengenai orang tua yang perfeksionis dapat berpengaruh kepada kesehatan mental anak, dan masih banyak lainnya.

Pengemasan konten-konten edukatif yang dibuat oleh @tentanganak_id sangat menarik, hal ini dilihat dari banyaknya interaksi komunikasi di setiap konten edukasi yang di *upload*. Kontennya juga sangat menarik dari segi visual karena menggabungkan beberapa elemen multimedia, sehingga pesan terasa lebih jelas isi informasinya.

Misal untuk konten video yang diupload, rata-rata kontennya selalu ditambahkan *subtitle*. hal ini memberikan kemudahan *audiens* untuk mencerna isi pesan tersebut di berbagai kondisi, misal dalam kondisi penerima pesan yang lingkungannya sangat *noise* (bising) agar tetap bisa mencerna pesan dengan optimal.

Judul setiap konten edukasi juga sangat menarik karena sangat relate dengan permasalahan yang banyak dialami oleh audiensnya. Sehingga banyak orang merasa terjawab permasalahannya hanya dengan melihat konten edukasi yang diupload oleh @tentanganak_id.

Jadi walaupun sifatnya edukatif informasinya terasa ringan karena disajikan dalam bentuk yang menarik namun padat informasi dan edukasi.

Analisa konten komunikasi informasi:

Konten informasi yang di upload oleh @tentanganak_id pada periode september - oktober 2024 sebanyak 27 konten. Dimana rata-rata informasi yang disampaikan disajikan juga dalam format multimedia seperti infografis, foto, video, teks, dll yang di unggah menjadi beberapa slide dan kemudian di upload pada *feed Instagram* maupun *reels*.

Salah satu konten informasi yang diunggah adalah mengenai jadwal imunisasi anak terbaru 2024. Konten informasi tersebut berisi informasi penyebaran secara masiv jadwal imunisasi terbaru. Konten ini mendapatkan interaksi komunikasi sebanyak 111 komentar.

Untuk memperjelas isi informasi sebuah konten, @tentanganak_id selalu

membuat konten dengan format multimedia dan caption atau teks tambahan untuk memperjelas maksud isi konten yang telah di upload.



Gambar 2 : Konten Informasi
Sumber: Instagram @tentanganak_id

Dalam konten diatas, pada slide selanjutnya diberikan pula informasi perbandingan antara imunisasi IDAI 2023 vs 2024. Dengan penyampaian informasi secara numbering/point akan mempermudah audiens mencerna isi pesan yang disampaikan.

Analisis konten hiburan :

Ditengah konten-konten @tentanganak_id yang sangat edukatif dan informatif, diselipkan pula konten hiburan yang terkesan ringan namun tetap disesuaikan dengan audiensnya. Dalam hal ini banyak konten hiburan yang di unggah pada periode september - oktober 2024 adalah sebanyak 12 konten yang di upload di *feed* maupun *reels*. Konten hiburan juga mendapat banyak

interaksi, mengacu pada salah satu konten hiburan diatas mendapatkan sebanyak 112 komentar.



Gambar 3 : Konten Hiburan
Sumber: Instagram @tentanganak_id

Konten hiburan diatas cukup menarik dan kreatif dengan mengunggah konten hiburan dengan judul konten "Nama Suami yang Rela Minta Maaf walau Gatau Salah Apa" Pada slide satu yang mudah mendapatkan interaksi karena dengan menyebutkan nama-nama orang maka memudahkan orang dengan nama yang sama untuk berkomentar atau orang yang mempunyai kenalan dengan nama yang tercantum di konten untuk merespons. Sehingga peluang untuk konten tersebut disebarluaskan menjadi semakin besar.

Selain di *feeds* dan *reels*, konten hiburan juga rata-rata di unggah melalui *Instagram stories* (instastories) dimana konten tersebut hanya bertahan selama 24 jam.

Isi konten hiburan yang di posting di instastories biasanya berupa polling atau kuis ringan dengan tujuan mendapatkan interaksi dari audiens secara cepat dan berjangka waktu tertentu.



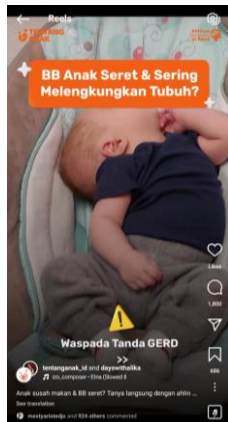
Gambar 4 : Konten Hiburan
Sumber: Instagram @tentanganak_id

Seperti salah satu contoh konten hiburan yang diunggah di *stories* diatas, berisi quiz singkat tentang "kapan terakhir AyBun Liburan sama si kecil" Dan opsi jawabannya menggunakan bahasa sehari-hari dengan tambahan emoji agar terkesan konten tersebut ringan dan menghibur, seperti "baru aja liburan", "awal tahun 2024" Dan "kapan ya terakhir".

Analisis Konten Kolaborasi:

Pada periode september - oktober 2024 terdapat 7 konten kolaborasi yang diunggah. Diantaranya kolaborasi @tentanganak_id x @dayswithalika berupa webinar yang membahas mengenai "BB anak seret dan

sering melengkungkan tubuh, waspada Gerd".



Gambar 5 : Konten Kolaborasi
Sumber: Instagram @tentanganak_id

Unggahan konten tersebut mendapatkan interaksi komen sebanyak 1800 dan arsip 686 dari 194ribu penayangan. Informasi yang disisipkan dalam konten tersebut adalah pentingnya mengetahui tanda-tanda penyakit gerd pada anak.

Kolaborasi yang dilakukan oleh @tentanganak_id rata-rata dilakukan dengan para expert dibidangnya untuk memberikan edukasi yang berkaitan dengan tumbuh kembang anak.

Ada juga kolaborasi yang dilakukan adalah kolaborasi antara @tentanganak_id x @expertboost.id yang mengangkat tema seputar asupan anak yang tinggi natrium. Konten tersebut memiliki jumlah views sebesar 588ribu kali penayangan dengan jumlah yang memberikan komentar 193

akun serta 3074 akun yang mengarsip konten tersebut.

Ada juga kolaborasi yang dilakukan dengan brand untuk anak-anak atau keperluan keluarga namun hanya di unggah melalui instastory, kolaborasi tersebut berisi promote produk yang direct langsung ke e-commerce untuk link pembeliannya.



Gambar 6 : Konten Kolaborasi
Sumber: Instagram @tentanganak_id

Seperti kolaborasi diatas yakni @tentanganak_id x Merries, produk popok sekali pakai bayi. Isi pesan informasi yang disampaikan adalah mengenai pentingnya anak untuk tidur berkualitas pada malam hari, sisipan quiz singkat terkait dengan penggantian popok pada malam hari menjadi daya tarik karena akan menstimulus audiens yang punya pengalaman serupa untuk berinteraksi, jika pemasalahannya dianggap sama dan relate maka besar kemungkinan akan membawa audiens tersebut ke pesan marketing berupa link e-

commerce yang telah disematkan dalam konten kolaborasi tersebut.

Di media sosial *Instagram* terdapat fitur kolaborasi yang bisa memungkinkan dua akun untuk membuat dan berbagi postingan secara bersama-sama. Dengan fitur ini, postingan yang sama dari dua akun berbeda akan bergabung menjadi satu. Postingan tersebut akan muncul di *feed* kedua akun yang terlibat, baik *feed* post maupun *reels*.

Konten kolaborasi dianggap sebagai sarana yang efektif untuk meningkatkan jangkauan, engagement, dan brand awareness.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat kesimpulan bahwa strategi konten 4 pilar yakni edukasi, informasi, hiburan dan kolaborasi di terapkan dengan sangat baik pada akun media sosial *Instagram @tentanganak_id*. Hal ini terlihat dari periode waktu September hingga Oktober 2024 terdapat 88 konten yang terdiri dari 4 pilar tersebut yakni Konten edukasi 42 postingan, informasi 27 postingan, hiburan 12 postingan dan kolaborasi 7 postingan. Dengan penyajian yang memanfaatkan seluruh elemen multimedia yakni ada foto, video, grafik, text, suara, animasi,dll dalam

setiap kontennya menjadi daya tarik tersendiri bagi audiensnya. Pengemasan yang menarik diikuti isi informasi yang padat dan relate dengan permasalahan dalam keluarga dan tumbuh kembang anak membuat konten banyak mendapatkan sambutan hangat dari audiens yakni berupa likes, comment, share, save hingga follow akun *@tentanganak_id*.

Konten *Instagram @tentanganak_id* mayoritas mayoritas berisi konten edukasi, dengan cikal bakal foundernya adalah Dokter dan Psikolog anak, hal ini menjadikan akun *@tentanganak_id* menjadi akun yang terpercaya bagi audiens. Maka apapun informasi yang disampaikan akan mudah diterima.

Garis batas antara konten edukasi, informasi, hiburan dan kolaborasi cukup tipis, karena semua saling terkait dan berakar dari tujuan dari akun tersebut yakni edukasi seputar kehamilan dan *parenting*.

Saran dari peneliti untuk *@tentanganak_id* adalah mungkin untuk konten hiburan dan quiz singkat bisa diperbanyak lagi, agar audiensnya semakin luas sehingga memberikan kesan bahwa belajar *parenting* di *@tentanganak_id* sangat menarik karena selain mendapatkan materi edukasi dari para ekspert yang sudah pasti

bagus serta terpercaya, konten-konten akan terasa lebih ringan dan hangat.

Daftar pustaka

- A. Z. Musthofa, "Makna Pesan Edukasi Iklan S26 Procal Gold Versi Dari Belajar Jadi Hebat: Analisis Semiotik Model Charles Sander Peirce,," UINSA Surabaya, Surabaya, 2020
- Adani,., 2020. Media Sosial dan Berbagai Manfaatnya Untuk Bisnis. Tersedia di <https://www.sekawanmedia.co.id/blog/media-sosial-adalah/>
- Afifah S.N, dkk. 2022. "Analisis Konten Media Sosial *Instagram* BY.U Sebagai Media Penyebaran Informasi dan Komunikasi". *Massive: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.2 pp. 1-11
- Devito, Joseph. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. Professional Books: Jakarta
- Jubilee, E. (2012). *Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Lon Safko dan David K.Brake. *The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies For Business Success* (2009:673)
- Noerazrie I. P, dkk. 2022. " Pesan Edukasi Positive Discipline *Parenting* Pada Akun *Instagram* @GOODENOUGHPARENTS.ID". *Sinov: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*. Vol 2 pp, 67-75
- [rri.co.id](https://www.rri.co.id) // Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024 // Oleh: Andreas Daniel Panggabean, Editor: Sumarsono, 29 May 2024 - 15:20//
- [https://www.rri.co.id/ipitek/721570/in-i-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024#:~:text=Platform%20Media%20Sosial%20Terpopuler%20:%20*%20Youtube,:%2089%20juta%20pengguna%20\(34%2C7%20dari%20populasi\)](https://www.rri.co.id/ipitek/721570/in-i-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024#:~:text=Platform%20Media%20Sosial%20Terpopuler%20:%20*%20Youtube,:%2089%20juta%20pengguna%20(34%2C7%20dari%20populasi))
- R. Widya, B. Siregar, and S. Rozana, *HOLISTIK PARENTING: Pengasuhan dan Karakter Anak dalam Islam, Pertama*. Tasikmalaya: Edu Publisher, 2020
- S. M. Mahmudah dan M. Rahayu. 2020. "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada *Instagram* sebuah Pusat Perbelanjaan". *Jurnal Ilmu Komunikasi Nusantara*, pp. 1-9
- S. W. Octaviana. "Pengasuhan Orang Tua Terhadap Anak Autis". Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Yogyakarta, 2019