

**PENGARUH EDUKASI *PARENTING* ISLAMI PADA MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PENGIKUT  
@AJOBENDRI**

*THE EFFECT OF ISLAMIC PARENTING EDUCATION ON  
INSTAGRAM SOSIAL MEDIA ON @AJOBENDRI  
FOLLOWERS*

**WIRDA TRI HASFI  
E022211028**



**PROGRAM PASCASARJANA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2023**

**PENGARUH EDUKASI *PARENTING* ISLAMI PADA MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PENGIKUT  
@AJOBENDRI**

**TESIS**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan oleh:

WIRDA TRI HASFI  
E022211028

Kepada

**PROGRAM PASCASARJANA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2023**

## TESIS

# PENGARUH EDUKASI *PARENTING* ISLAMI PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PENGIKUT **@AJOBENDRI**

Disusun dan diajukan oleh

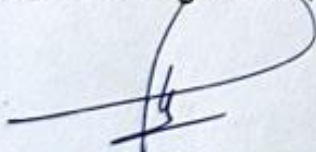
**WIRDA TRI HASFI**

E022211028

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Magister Program Ilmu Komunikasi Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin  
pada tanggal **15 Juni 2023**  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

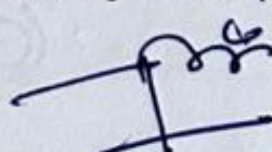
Menyetujui

Pembimbing Utama,



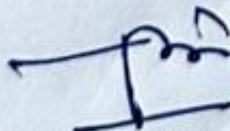
**Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si**  
Nip. 197012311998021002

Pembimbing Pendamping,



**Dr. H. Muhammad Farid, M.Si**  
Nip. 196107161987021001

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi,



**Dr. H. Muhammad Farid, M.Si**  
Nip. 196107161987021001

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin



**Prof. Dr. Phil. Sukri, SIP., M.Si**  
Nip. 197508182008011008



## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wirda Tri Hasfi  
NIM : E022211028  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

**PENGARUH EDUKASI *PARENTING* ISLAMI PADA MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM TERHADAP PENGIKUT @AJOBENDRI**

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan tulisan orang lain. Bahwa tesis yang saya tulis ini, benar-benar merupakan hasil karya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 10 Juni 2023

Yang menyatakan



*Wirda Tri Hasfi*  
**Wirda Tri Hasfi**

## KATA PENGANTAR



*Alhamdulillahilladzi bi ni'matihi thathimush shalihat*, segala puji hanya milik Allah *shubhanahu wa ta'ala* yang dengan nikmat-Nya segala kebaikan menjadi sempurna. Atas kebaikan Allah, nikmat, hidayah, kemudahan serta izin-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul, "**Pengaruh Edukasi Parenting Islami pada Media Sosial Instagram terhadap Pengikut @ajobendri**" juga salam dan takzim kepada Rasulullah Muhammad *shallallahu alaihi wa salam*, kepada keluarga dan para sahabat *rhadiyallahu anhu*, serta yang mengikuti sunah beliau hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih, rasa hormat yang tak terhingga kepada orang tua, Ayah **Hasanuddin Beta** dan Ummi **Afida Thamal** yang telah mengasuh, mendidik dan mendoakan penulis sehingga ada pada tahap ini. Untuk saudaraku, kakak-kakak dan adik-adikku, terima kasih sudah menjadi kepingan berharga dalam tiap prosesku tumbuh, Allah sebaik-baik pemberi balasan atas segala kebaikan yang kalian lakukan.

Bapak **Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si** selaku pembimbing I dan Bapak **Dr. Muhammad Farid, M.Si** selaku pembimbing II sekaligus ketua program studi Ilmu Komunikasi, terima kasih sebesar-besarnya karena senantiasa meluangkan waktu memberikan kemudahan dalam berinteraksi,

memberikan arahan, bimbingan dan motivasi pada setiap proses tesis ini sampai akhir hingga dapat diselesaikan oleh penulis.

Penghargaan dan ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si, Prof. Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si, dan Dr. Muhammad Akbar, M.Si selaku tim penguji yang telah memberikan arahan, masukan dan perbaikan dalam penyempurnaan tesis ini.
2. Bapak dan Ibu Dosen Pascasarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang telah memandu perkuliahan sehingga menambah wawasan penulis dalam bidang studi Komunikasi.
3. Jajaran pengelola Pascasarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang telah memberikan pelayanan dalam administrasi selama perkuliahan dan penyelesaian tesis.
4. Ustadz Bendri dan tim atas kemudahannya memberikan informasi. *Followers* @ajobendri dan @dardawirdhaa yang sudah memberikan *support* dan bantuan agar responden segera rampung.
5. Sahabat dan rekan penulis yang sudah memberikan dukungan dan bantuan selama proses perkuliahan hingga pengerjaan tugas akhir.
6. Teman-teman ilkom 2021 yang sudah sangat membantu selama kuliah dan proses pengerjaan tesis, Nunu, Ismi, Ariana, Ilmi, Kak Dian,

Kak Uni, Kak Orin, Kak Marlien, Kak Dyah, Boms, Kak Ari, Isul, Edo dan teman-teman yang lain. *Jazakumullah khair.*

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun akan diterima dengan senang hati demi kesempurnaan dan perbaikan tesis ini. Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini Allah ridai dan dapat bermanfaat khususnya yang tertarik dengan *parenting* islam dan menjadi pemberat timbangan amal di yaumil hisab.

*Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Makassar, 23 Mei 2023

Wirda Tri Hasfi



## ABSTRAK

WIRDA TRI HASFI. *Pengaruh Edukasi Parenting Islami pada Media Sosial Instagram terhadap Pengikut @ajobendri* (dibimbing oleh Muliadi Mau dan Muhammad Farid).

Penelitian ini bertujuan (1) mendeskripsikan tingkat pemanfaatan edukasi *parenting* islami pada akun instagram @ajobendri, (2) mendeskripsikan *parenting style* pengikut @ajobendri, dan (3) menganalisis pengaruh pemanfaatan edukasi *parenting* islami terhadap *parenting style* pengikut @ajobendri. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Pengumpulan data melalui kuesioner dalam bentuk *google form*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 321 pengikut @ajobendri yang dipilih menggunakan teknik *probability sampling*. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana yang diolah dengan bantuan IBM SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemanfaatan edukasi *parenting* islami pada akun instagram @ajobendri berada pada kategori sangat tinggi yakni sebesar 58,6%. Pengetahuan pengikut instagram @ajobendri terhadap *parenting style* berada pada kategori sangat tinggi yakni sebesar 49,9%. Terdapat pengaruh pemanfaatan edukasi *parenting* islami terhadap *parenting style* pengikut @ajobendri dengan nilai  $t_{hitung} = 12,168 > t_{tabel} = 2,826$ , sedangkan hasil uji koefisien determinasi R Square sebesar 0,198. Hal ini berarti variabel *parenting style* pengikut @ajobendri dapat dijelaskan oleh variabel pemanfaatan edukasi *parenting* islami pada media sosial instagram sebesar 19,8%, sedangkan sisanya 80,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diujikan dalam penelitian ini.

Kata kunci: edukasi *parenting* islami, media sosial instagram, @ajobendri





## ABSTRACT

WIRDA TRI HASFI. *The Effect of Islamic Parenting Education on Instagram Social Media on @ajobendri Followers* (Supervised by Muliadi Mau and Muhammad Farid).

This study aims to (1) describe the level of utilization of Islamic parenting education on the Instagram account @ajobendri; (2) describe the parenting style of @ajobendri followers; and (3) analyze the effect of using Islamic parenting education on the parenting style of @ajobendri followers. This type of research used quantitative survey methods. Data collection was a questionnaire in the form of a google form. The samples in this study were 312 followers of @ajobendri using probability sampling technique and the data were analyzed using simple linear regression which was processed with the help of IBM SPSS version 26. The results show that the level of utilization of Islamic parenting education on the Instagram account @ajobendri was in the very high category, namely 58.6%, while the knowledge of Instagram followers @ajobendri on parenting style was in the very high category, namely 49.9%, and there is an influence the use of Islamic parenting education on the parenting style of followers of @ajobendri with values  $t_{count} = 12.168 > t_{table} = 2.826$  then the results of the test for the coefficient of determination, R Square of 0.198 means that the parenting style variable of @ajobendri followers can be explained by the variable utilization of Islamic parenting education on Instagram social media by 19.8% while the remaining 80.2% is influenced or explained by other variables that were not tested in this study.

Keywords: Islamic parenting education, social media Instagram, @ajobendri



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Ruang Lingkup/ Batasan Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
A. Kajian Konsep .....	11

1. Media Massa Sebagai Media Edukasi .....	11
2. Instagram Sebagai Media Edukasi .....	12
3. <i>Parenting Style</i> .....	13
4. <i>Parenting Islami</i> .....	19
B. Landasan Teori .....	21
1. Teori <i>Uses and Gratification</i> .....	21
2. Teori Stimulus <i>Organism Respons</i> .....	23
3. Teori <i>Operant Conditioning</i> .....	26
C. Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya .....	28
D. Kerangka Konseptual .....	36
E. Hipotesis .....	37
F. Definisi Operasional Variabel .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>41</b>
A. Rancangan Penelitian .....	41
B. Lokasi dan Waktu .....	41
C. Populasi dan Teknik Sampel .....	41
D. Instrumen Pengumpulan Data .....	43
E. Analisis Data .....	44
F. Tahap-tahap Penelitian dan Jadwalnya .....	49

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Umum .....	50
1. Sejarah Instagram .....	50
2. Fitur-Fitur Instagram .....	52
3. Langkah-langkah Membuat Akun Instagram .....	60
4. Profil @ajobendri .....	61
B. Hasil Penelitian .....	62
1. Karakteristik Responden .....	62
2. Tingkat Pemanfaatan Edukasi <i>Parenting</i> .....	67
3. Edukasi <i>Parenting</i> pada Media Sosial Instagram .....	73
4. <i>Parenting Style</i> Pengikut @ajobendri .....	82
5. Analisis <i>Descriptive Crosstab</i> .....	90
6. Pengaruh Pemanfaatan Edukasi <i>Parenting</i> terhadap Pengikut @ajobendri .....	101
7. Uji Instrumen Penelitian .....	103
C. Pembahasan .....	107
1. Tingkat Pemanfaatan Edukasi <i>Parenting</i> .....	107
2. Edukasi <i>Parenting</i> akun Instagram @ajobendri .....	110
3. <i>Parenting Style</i> Pengikut @ajobendri .....	119
4. Pengaruh Pemanfaatan Edukasi <i>Parenting</i> terhadap Pengikut @ajobendri .....	122
5. Keterbatasan Penelitian .....	123



<b>BAB V KESIMPULAN</b> .....	124
A. Kesimpulan .....	124
B. Saran .....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	126

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Parenting Style - Baumrind .....	14
Tabel 3.1 Kriteria Koefisien Korelasi .....	47
Tabel 3.2 Jadwal Kegiatan Penelitian .....	49
Tabel 4.1 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden .....	63
Tabel 4.2 Klasifikasi Agama .....	63
Tabel 4.3 Klasifikasi Status Pernikahan .....	64
Tabel 4.4 Klasifikasi Lama Pernikahan .....	65
Tabel 4.5 Klasifikasi Usia .....	66
Tabel 4.6 Klasifikasi Tingkat Pendidikan .....	66
Tabel 4.7 Durasi Mengakses Instagram .....	67
Tabel 4.8 Penggunaan Fitur Instagram .....	68
Tabel 4.9 Intensitas Mengakses Edukasi Parenting Islami .....	68
Tabel 4.10 Mengikuti Setiap Postingan .....	69
Tabel 4.11 Tuntas Mengikuti Postingan .....	70
Tabel 4.12 Pemilihan Akun Media Sosial (X1) .....	71
Tabel 4.13 Mengikuti Setiap Postingan (X2) .....	72
Tabel 4.14 Konten Menarik & Edukatif (X3) .....	73
Tabel 4.15 Konten yang Relevan (X4) .....	74
Tabel 4.16 Memahami <i>Parenting</i> Islami (X5) .....	75

Tabel 4.17 Memahami 5 Ciri <i>Toxic Parenting</i> (X6) .....	76
Tabel 4.18 <i>Parenting</i> Antara Anak Laki-laki dan Perempuan (X7) .....	77
Tabel 4.19 Seni Mendidik Anak Laki-laki (X8) .....	78
Tabel 4.20 Seni Mendidik Anak Perempuan (X9) .....	79
Tabel 4.21 Memahami 3 Jurusan Agar Anak Merasa Dicintai (X10) .....	80
Tabel 4.22 Tingkat Pemanfaatan Edukasi Parenting Islami akun instagram @ajobendri .....	81
Tabel 4.23 Menghargai Pendapat Anak (Y1) .....	82
Tabel 4.24 Terlibat dalam keputusan Anak (Y2) .....	83
Tabel 4.25 Ekspresif terhadap Anak (Y3) .....	84
Tabel 4.26 Mendidik Anak Laki-laki sesuai Fitrah (Y4) .....	84
Tabel 4.27 Mendidik Anak Perempuan sesuai Fitrah(Y5) .....	85
Tabel 4.28 Menunjukkan Cinta pada Anak Perempuan (Y6) .....	86
Tabel 4.29 Menunjukkan Cinta pada Anak laki-laki (Y7) .....	87
Tabel 4.30 Mengungkap Harapan dan Perasaan pada Anak (Y8) .....	88
Tabel 4.31 <i>Parenting Style</i> Pengikut @ajobendri .....	89
Tabel 4.32 <i>Crosstab Parenting Style</i> antara Jenis Kelamin .....	90
Tabel 4.33 <i>Crosstab Parenting Style</i> antara Agama .....	91
Tabel 4.34 <i>Crosstab Parenting Style</i> antara Status .....	92
Tabel 4.35 <i>Crosstab Parenting Style</i> antara Lama Menikah .....	93
Tabel 4.36 <i>Crosstab Parenting Style</i> antara Usia .....	94
Tabel 4.37 <i>Crosstab Parenting Style</i> antara Pendidikan.....	95

Tabel 4.38 <i>Crosstab Parenting Style</i> antara Durasi Mengakses Instagram .....	96
Tabel 4.39 <i>Crosstab Parenting Style</i> antara Penggunaan Fitur Instagram .....	97
Tabel 4.40 <i>Crosstab Parenting Style</i> antara Akses Informasi <i>Parenting</i> ..	98
Tabel 4.41 <i>Crosstab Parenting Style</i> antara Mengikuti Setiap Postingan	99
Tabel 4.42 <i>Crosstab Parenting Style</i> antara Tuntas Mengikuti Postingan .....	100
Tabel 4.43 Pengaruh Edukasi <i>Parenting</i> terhadap <i>Parenting Style</i> Pengikut @ajobendri .....	101
Tabel 4.44 Uji Koefisien Determinasi .....	104
Tabel 4.45 Hasil Uji Persamaan Regresi .....	105
Tabel 4.46 Hasil Uji t.....	106



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Akun Instagram @ajobendri .....	8
Gambar 2.1 Model Komunikasi S-O-R .....	24
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	37
Gambar 4.1 Tangkap Layar Postingan Feed/Mikroblog @ajobendri .....	54
Gambar 4.2 Tangkap Layar Postingan <i>Story</i> @ajobendri.....	55
Gambar 4.3 Tangkap Layar Postingan <i>Reels</i> @ajobendri.....	56
Gambar 4.4 Foto Profil @ajobendri .....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	131
Lampiran 2 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	136
Lampiran 3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	140
Lampiran 4 Hasil Olah Data SPSS .....	142
Lampiran 5 Hasil Tangkap Layar Akun Instagram @ajobendri.....	146

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

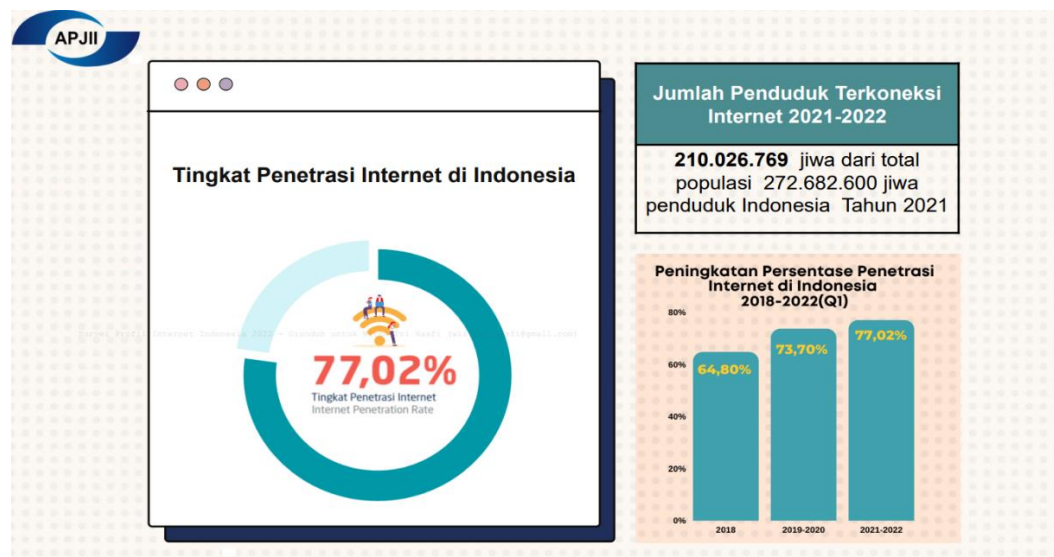
Seiring dengan kemajuan teknologi yang pesat, internet dan kehidupan manusia menjadi kesatuan yang sulit untuk dipisahkan. Media menjadi patokan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi dan edukasi. Menurut Sari & Basit (2020), media massa berperan penting dalam membentuk pola hidup masyarakat terutama bagi masyarakat informasi yang mudah mengakses segala informasi yang mereka butuhkan.

Menurut Devito (dalam Holilah, 2020) salah satu fungsi media massa yaitu pendidikan, dalam fungsi ini masyarakat mendapatkan pengajaran mengenai nilai-nilai, pendapat, serta aturan yang dianggap baik dan benar. Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik yang kini, media massa telah bertransformasi dalam beberapa wujud, salah satunya yakni sosial media berbasis internet.

Menurut Sari & Basit (2020), sosial media merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial dan mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* (satu ke banyak audiens) ke media sosial *dialogue* (banyak audiens ke banyak audiens).

Dari kemajuan teknologi yang semakin pesat dan kehidupan manusia yang tidak terpisahkan dari saluran internet, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memberikan survei jumlah

penduduk yang terkoneksi internet 2021-2022 yaitu sebanyak 210.026.600 jiwa atau setara dengan 77,02% dari total populasi 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia tahun 2021. Hal menarik berdasarkan data tersebut, alasan penggunaan internet 98,02% ialah untuk mengakses sosial media seperti instagram, facebook, whatsapp, telegram, youtube dan lain sebagainya.



**Gambar 1.1** Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia  
Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Menurut Setiani (dalam Tjajadi dkk, 2021), media sosial menjadi alat sosialisasi yang umumnya dilakukan secara online untuk saling berinteraksi, sehingga tidak merasa dibatasi oleh ruang dan waktu. Dapat dikatakan bahwa sesungguhnya, media sosial sebagai 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.

Menurut Maharani (2014), media sosial merupakan kenyataan publik yang memudahkan pengguna untuk interaktif antar *user*. Menurut Cangara (2019), teknologi dan komunikasi telah memperpendek jarak, menghemat biaya, menembus ruang dan waktu, berusaha menjembatani antara pikiran, perasaan dan kebutuhan seseorang dengan dunia luarnya, membangun kontak-kontak manusia dengan menunjukkan keberadaan dirinya, berusaha memahami kehendak, sikap, dan perilaku orang lain, serta membuat cakrawala seseorang menjadi makin luas karena ini pula komunikasi dianggap sebagai salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia terutama dalam kehidupan sehari-hari di dalam keluarga. Sifat manusia untuk menyampaikan keinginannya dan untuk mengetahui hasrat orang lain merupakan awal keterampilan manusia berkomunikasi dan berkembangnya alat komunikasi.

Pada prinsipnya setiap individu memperoleh kepuasan tertinggi dalam memanfaatkan media sosial. Hal tersebut didukung oleh penelitian Saputra (2019) menggunakan teori *uses and gratifications* dan survei penggunaan sosial media. Dalam penelitian Giantika (2019), Alexis S. Tan menuturkan fungsi mendidik pada media sosial sebagai media untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berguna dengan kata lain, media sosial bisa dikategorikan sebagai media komunikasi yang mampu menyebarkan nilai-nilai edukasi pada khalayak.

Pada hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tersebut di atas, jenis sosial media yang semakin banyak digunakan saat ini salah satunya media sosial Instagram. Menurut Pittman & Reich (dalam Sari & Basit 2020), penggunaan instagram sebagai media informasi edukasi merupakan suatu fenomena baru yang ada di dalam penggunaan sosial media, bahkan media sosial terus tumbuh dan sangat lazim. Salah satu informasi yang bertebaran di sosial media instagram adalah edukasi *parenting*. Menurut Erlanti & Mulyana (dalam Sari & Basit, 2020) edukasi *parenting* menjelaskan berbagai program pengajaran dan dukungan yang fokus pada keterampilan, perasaan, dan tugas menjadi orangtua.

Selama ini, edukasi mengenai gaya pengasuhan anak atau *parenting style* hanya mengandalkan pengalaman orang tua terdahulu namun berbeda dengan orang tua yang menggunakan sosial media. Menurut Ferlitasari & Rosana (2020) konten media sosial instagram mempengaruhi perilaku sehari-hari yang mencerminkan nilai-nilai Islam melalui berbagai fitur yang tersedia di instagram. Sejalan dengan penelitian tersebut, Sari & Basit (2020), kehadiran akun instagram @parentalk.id menjadi media rujukan baru dalam pemenuhan kebutuhan informasi mengenai *parenting* bagi ibu muda.

Penggunaan *new media* terkhusus instagram dalam edukasi *parenting* telah banyak dikaji dan diteliti oleh kalangan ahli. Antara lain, jurnal yang ditulis Dian Nurvita Sari dan Abdul Basit (2020), berjudul Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. Hasil pada

penelitian ini menunjukkan bahwa *followers* akun instagram @parentalk.id ini menghasilkan sebuah respons kognitif (informasi), afektif (emosi) dan *behavioral* (tindakan) dalam mengakses, melihat, dan mencari postingan akun instagram IG parentalk.id.

Skripsi Adisty Caesari Putri (2018), yang berjudul *Parenting Style* oleh Selebriti Mikro (Analisis Isi Kualitatif *Parenting Style* pada Instagram @ummubalqis.blog periode November 2016 sampai Maret 2018). Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa akun @ummubalqis.blog menerapkan tipe *parenting style authoritative*.

Jurnal yang ditulis Rustono Faradi Marta, Joshua Fernando dan Ruth Simanjuntak (2019), berjudul Eksplikasi Kualitas Konten Peran Keluarga pada Instagram @kemenpppa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten media sosial Instagram @kemenpppa sebagai *e-government* memiliki kontribusi besar dalam memahami para pengikutnya mengenai peran pengasuhan dan peran pengendalian berdasarkan perpektif Beth A. Le Poire.

Jurnal yang ditulis oleh Mefta Setiani, Citra Wahyuni ,Try Bunga Firma, Shalsa Savitri, Muhamad Yoga Firdaus (2022), berjudul Konten *Parenting* Islami dengan Gaya *Parenting* Pasangan Muda: Studi Kasus pada Orang Tua Pengguna Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman konten parenting Islami responden tidak memiliki korelasi dengan gaya parenting.

Jurnal Ascharisa Mettasatya Afrilia (2017), berjudul Penggunaan *New Media* di Kalangan Ibu Muda Sebagai Media *Parenting* Masa Kini. Hasil pada penelitian ini menunjukkan dua motif dalam penggunaan instagram yaitu motif rasional dan emosional.

Jurnal Gan Gan Giantika (2019), berjudul Pemanfaatan Blog Pribadi di Instagram Sebagai Media Komunikasi Parenting (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @annisast). Hasil pada penelitian ini menunjukkan akun IG annisast memberikan fungsinya sebagai media komunikasi dan informasi mengenai *parenting* kekinian.

Jurnal Noerazrie Imania Putri dan Yuli Candrasari (2022), berjudul Pesan Edukasi *Positive Discipline Parenting* pada Akun Instagram @goodenoughparents.id. Hasil pada penelitian ini ditemukan empat kategori unggahan berdasarkan konsep *positive discipline* dari Joan E. Durrant yaitu, *understanding how children think and feel, providing warmth and structure, identifying long-term goals* dan *problem solving*.

Jurnal Wahyu Ziaulhaq (2020), berjudul Urgensi Komunikasi Keluarga dalam Penguatan Keluarga Sakinah (Kecamatan Besitang). Hasil menunjukkan bahwa untuk mewujudkan penguatan keluarga sakinah dibutuhkan diskusi kepada setiap anggota keluarga, pimpinan keluarga memberikan motivasi kepada anggota keluarga, membangun keterbukaan dalam keluarga dan meluangkan bersama keluarga.

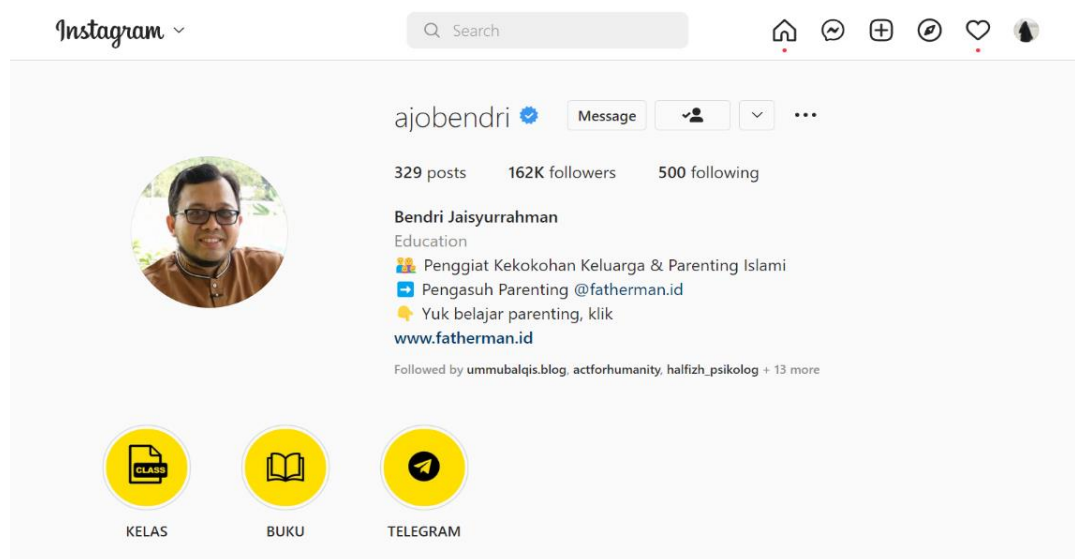
Jurnal Andi Saputra (2019) yang berjudul Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan *Teori Uses And*

*Gratifications*. Hasil penelitian menunjukkan 97% mahasiswa mengaku sebagai pengguna aktif media sosial.

Sebagai landasan teoritis penelitian ini maka dibutuhkan tinjauan pustaka. Baumrind (dalam Arnet 2007), *parenting style* terbagi menjadi empat yaitu, *authoritative parenting*, *Authoritarian parents*, *permissive parents*, and *neglectful parents*. Sedangkan, *parenting* Islami merupakan suatu bentuk pola asuh yang berdasarkan nilai-nilai ajaran Islam, Al-Qur'an dan As-Sunnah (Mustaqimah, 2021). Kemudian menganalisis menggunakan teori *uses and gratification* yaitu tentang mengapa kita mengikuti atau menggunakan media tertentu, teori *Stimulus Organism Respons* (SOR) yaitu *stimulus* (rangsangan pesan komunikatar) bisa diterima atau tidak oleh *organism* sehingga terjadi perubahan sikap, dan teori Operant Conditioning dengan tiga komponen yaitu rangsangan atau stimulus, respons, dan konsekuensi.

Fenomena penggunaan sosial media sebagai media edukasi parenting di kalangan pengguna sosial media dewasa ini merupakan proses distribusi informasi, akses, dan proses diskusi yang dapat direspon dan disebarakan begitu cepat. Dengan tingginya penggunaan media sosial di Indonesia, maka semakin terbuka luas kesempatan untuk memanfaatkannya sebagai forum diskusi tentang berbagai hal. Berikut akun instagram berisi konten-konten pengasuhan anak yaitu, @parentalk, @talkparenting, @parentingasyik, @parentingtruth, @parentingruqoyyah, @psikologianak.ig, @ummubalqis.blog, @ajobendri dan lain sebagainya.

Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis secara mendalam akun instagram @ajobendri. Alasan pemilihan akun instagram @ajobendri ialah karena akun tersebut merupakan akun pribadi yang memiliki pembahasan mengenai edukasi *parenting* berlandaskan islam. Selain itu, akun @ajobendri menjadi satu-satunya mendapatkan *verified* dari instagram sebagai akun otentik, ia juga sebagai *founder* fatherman.id yaitu *e-course* yang fokus membahas pengasuhan anak dan seorang penulis buku berjudul, Fatherman dan Agar Ayah *Enggak* Masuk Neraka.



**Gambar 1.2 Akun Instagram @ajobendri**

Sumber: <https://www.instagram.com/ajobendri>

Pakar Pengasuhan Keayahan, Irwan Rinaldi mengungkapkan Indonesia termasuk ke dalam 10 besar negara dengan *fatherless* atau *father hunger* dalam pengasuhan anak, yaitu tidak adanya peran ayah karena hanya hadir secara fisik, tetapi tidak terlibat dalam urusan perkembangan anak (KPPPA, 2020). Dari data tersebut menjadi menarik

bagi peneliti untuk menjadikan @ajobendri, seorang Ayah, konten kreator dan penulis sebagai objek penelitian untuk melihat bagaimana pengaruh edukasi *parenting* islami pada sosial media instagram terhadap *parenting style* pengikutnya.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat pemanfaatan edukasi *parenting* islami pada akun instagram @ajobendri?
2. Bagaimana pengetahuan *parenting style* pengikut @ajobendri?
3. Apakah ada pengaruh pemanfaatan edukasi *parenting* islami terhadap *parenting style* pengikut @ajobendri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis tingkat pemanfaatan edukasi *parenting* islami pada akun instagram @ajobendri.
2. Untuk menganalisis pengetahuan *parenting style* pengikut @ajobendri.
3. Untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan edukasi *parenting* islami terhadap *parenting style* pengikut @ajobendri.



#### **D. Manfaat Penelitian**

Diharapkan ada manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, antara lain:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama ilmu komunikasi dalam bidang komunikasi keluarga. Secara khusus, diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi penelitian dalam upaya peningkatan literasi media tentang edukasi *parenting* islami dan *parenting style*.

##### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi praktisi maupun masyarakat umum yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai pengaruh edukasi *parenting* islami pada pengguna sosial media instagram.

#### **E. Ruang Lingkup/ Batasan Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada pengaruh konten edukasi *parenting* islami pada sosial media instagram terhadap *parenting style* pengikut @ajobendri tahun 2022.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Kajian Konsep**

#### **1. Media Massa Sebagai Media Edukasi**

Media massa merujuk kepada alat untuk berkomunikasi secara terbuka yang terorganisir dalam jarak jauh, dan kepada banyak orang dalam waktu singkat (McQuail, 2011). Menurut Anggreswari dan Isnaeni (2020), media massa sebagai tempat dalam menyampaikan pesan atau informasi dari proses komunikasi massa yang memiliki empat fungsi seperti, fungsi informasi, fungsi mendidik, fungsi hiburan dan fungsi mempengaruhi. Lebih lanjut, Wardani (dalam Anggreswari & Isnaeni, 2020), fungsi pendidikan (*to educate*) pada media massa yaitu komunikasi sebagai sarana pendidikan.

Menurut McQuail (2011) media massa sebagai penggerak utama dalam perubahan sosial yang didorong maju oleh perkembangan yang sangat menggiurkan dari teknologi komunikasi. Melalui sebuah komunikasi atau interaksi yang baik dan efektif, masyarakat dapat menuangkan ide serta gagasannya berupa pengetahuan yang dapat mendidik dan menambah pengetahuan masyarakat.

Menurut Mustofa (dalam Putri & Candrasari, 2022), definisi dari edukasi adalah sebuah proses belajar mengajar yang bertujuan untuk mendidik, memberi ilmu, mengembangkan potensi diri guna menjadi manusia yang lebih baik lagi. Maka fungsi edukasi di dalam media massa

ialah sebuah pesan edukasi sebagai suatu pesan bermakna yang disampaikan kepada banyak orang untuk memberikan pemahaman, gambaran dan pemberian ilmu yang bisa diaplikasikan oleh komunikan.

## **2. Instagram Sebagai Media Edukasi**

Instagram adalah sebuah sosial media yang dapat diakses melalui *smartphone* dan bisa digunakan oleh siapa saja. Memiliki fitur yang dapat membuat unggahan berupa foto atau video menjadi lebih indah dan artistik. Dari hal tersebut membuat para penggunanya terinspirasi untuk meningkatkan produktivitas dan kreatifitas dalam bermedia sosial.

Pahlevi (dalam Putri & Candrasari, 2022), ciri-ciri dari sosial media diantaranya adalah:

- a. Bersifat umum, dimana pesan atau informasi yang disampaikan dapat dikonsumsi untuk kepentingan khalayak.
- b. Bersifat bebas, media sosial memiliki kebebasan bagi penggunanya untuk menyampaikan dan menerima informasi secara bebas.
- c. Bersifat cepat, media sosial dapat menyajikan berita-berita atau unggahan informasi secara cepat setiap detiknya.
- d. Interaktif, merupakan komunikator dan komunikan yang melakukan pertukaran pesan dengan memberi respon dan muncul pengulangan pada kegiatan tersebut.

Media sosial Instagram yang saat ini menjadi aplikasi yang banyak digunakan berbagai kalangan termasuk pasangan muda menjadi media yang efektif untuk menyebarkan dan mengedukasi masyarakat tentang berbagai isu (Prabowo & Arofah, 2017).

Instagram bisa dikategorikan sebagai media edukasi yang populer digunakan selain karena pengguna yang terus naik, penggunaan yang mudah, juga akses dan tampilan yang menarik. Instagram adalah bentuk komunikasi yang relatif baru dimana pengguna dapat dengan mudah membagikan informasi berupa photo atau video yang disebut dengan *updates* atau *feed* (Hudik, 2014).

Menurut Letuna (2021), penggunaan instagram sebagai media informasi edukasi merupakan suatu fenomena baru yang ada di dalam penggunaan media sosial, bahkan media sosial terus tumbuh dan sangat lazim.

### **3. Parenting Style**

Dalam bahasa Indonesia, *parenting* disebut gaya pengasuhan anak. Kamus oxford *online* mengartikan "*parenting* yaitu *be or act as a mother or father to (someone)*". *Parenting style* atau gaya pengasuhan adalah seluruh cara perlakuan orang tua yang diterapkan pada anak (Wahyuning & Jash, 2003). Gaya pengasuhan juga bisa diartikan sebagai "pola pengasuhan anak yang berlaku dalam keluarga, yaitu bagaimana keluarga membentuk

perilaku generasi berikut sesuai dengan norma dan nilai yang baik dan sesuai dengan kehidupan masyarakat (Hardywinoto & Setiabudhi, 2003).

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi gaya peguasaan orang tua seperti yang di kemukakan oleh Supartini (2004) yaitu “usia orang tua, keterlibatan ayah, pendidikan orang tua, pengalaman sebelumnya dalam mengasuh anak, stress orang tua, dan hubungan suami istri”. Berdasarkan faktor-faktor tersebutlah maka terjadi adanya perbedaan dalam gaya pola asuh orang tua terhadap anak.

Baumrind (dalam Arnet, 2007) mengidentifikasi ada empat gaya asuh anak yaitu “*authoritative parenting, authoritarian parents, permissive parents, neglectful parents*”. Berikut ini tabel dimensi gaya pola asuh berdasarkan dua dimensi menurut Baumrind:

**Tabel 2.1 Parenting Style – Baumrind**

<b><i>Dimension</i></b>	<b><i>High Demanding</i></b>	<b><i>Low Demanding</i></b>
<b><i>High Responsive</i></b>	<i>Authoritative</i>	<i>Permissive</i>
<b><i>Low Responsive</i></b>	<i>Authoritarian</i>	<i>neglectful</i>

Sumber: Sutisna, 2021

a. *Authoritative*

*Authoritative is encourages children to be independent but still places limits and controls on their actions. Extensive verbal give-and-take is allowed, and parents are warm and nurturant toward the child. An authoritative parent might put his arm around the child in a comforting way and say, “You know you should not have done that” (Santrock, 2010).*

Pola asuh *authoritative* menjadi pola asuh yang paling ideal dibandingkan dengan ketiga pola asuh lainnya, hal ini disebabkan karena adanya keseimbangan antara tingginya permintaan orang tua yang

dibarengi dengan tinggainya respon yang diberikan orang tua terhadap anak. Orang tua yang menerapkan pola asuh *authoritative* sangat senang dan mendukung dengan perilaku konstruktif anak, serta berharap anak bisa lebih matang, mandiri, dan berperilaku sesuai dengan usia perkembangannya.

Berikut ini beberapa ciri orang tua yang memiliki pola asuh autoritatif:

1. Mengarahkan anak secara rasional.
2. Berorientasi pada masalah yang dihadapi.
3. Menghargai komunikasi yang saling memberi dan menerima.
4. Menjelaskan alasan rasional yang mendasari tiap-tiap permintaan atau disiplin tetapi juga menggunakan kekuasaan bila perlu.
5. Mengharapkan anak untuk mematuhi orang dewasa tetapi juga mengharapkan anak untuk mandiri dan mengarahkan diri sendiri.
6. Saling menghargai antara orang tua dan anak.
7. Memperkuat standar-standar perilaku.
8. Orang tua tidak mengambil posisi mutlak, tetapi juga tidak mendasarkan pada kebutuhan anak semata.

Dewi & Khotimah (2020) juga berpendapat bahwa, dampak dari gaya parenting ini adalah anak memiliki pribadi yang hangat, mampu menghargai diri sendiri dan orang lain, optimis, kestabilan emosi dan sosial yang memumpuni.

b. *Authoritarian*

*Authoritarian is a restrictive, punitive style in which parents exhort the child to follow their directions and respect their work and effort. The authoritarian parent places firm limits and controls on the child and allows little verbal exchange. For example, an authoritarian parent might say, "You do it my way or else."* (Santrock, 2010).

Pola asuh *authoritarian* atau otoriter lebih berorientasi pada adanya permintaan yang tinggi dari orang tua terhadap anak dan tidak dibarengi dengan tingginya respon orang tua terhadap anak, hal ini cenderung memperlihatkan kekuatan (power) orang tua terhadap anak. Gaya asuh ini tidak memberikan keseimbangan antara permintaan orang tua dengan respon orang tua terhadap anak. Pola asuh ini menerapkan disiplin keras yang sesuai dengan kehendak orang tua dan serta membatasi kebebasan anak untuk mengungkapkan perasaannya, hal ini akan memberikan efek buruk terhadap perilaku anak.

Orang tua yang memiliki pola asuh otoriter menurut Widyarini (dalam Sutisna, 2021) yaitu, berusaha membentuk, mengendalikan, dan mengevaluasi perilaku serta sikap anak berdasarkan serangkaian standar mutlak, nilai-nilai kepatuhan, menghormati otoritas, kerja, tradisi, tidak saling memberi dan menerima dalam komunikasi verbal. Orang tua kadang-kadang menolak anak dan sering menerapkan hukuman.

Menurut Santrock (2010), efek dari gaya pola asuh *authoritarian* (otoriter) terhadap perilaku anak yaitu,

*"often unhappy, fearful, and anxious about comparing themselves with others, fail to initiate activity, and have weak communication skills. Ditambahkan oleh Hart & dkk. Sons of authoritarian parents may behave aggressively"* (Santrock, 2011).



Sejalan dengan penelitian Dewi dan Khotimah (2020), dampak lain dari gaya pengasuhan ini antara lain: ketidakstabilan emosi pada anak; anak menjadi pesimis, bersikap memusuhi banyak hal, tidak aktif, penuh rasa cemas, dan tidak memiliki antusias terhadap tugas yang menantang.

c. *Permissive,*

*Permissive is in opposition to authoritarian parents. Permissive parents demonstrate a great deal of warmth and acceptance toward children but low levels of parent-child involvement and discipline” (Arnet, 2007).*

Dalam *permissive of parenting style*, orang tua cenderung mengikuti semua keinginan anak atau dalam istilah lain mungkin yang tepat yaitu memanjakan anak. Menurut Widyarini (dalam Sutisna, 2021), pola asuh *permissive* berusaha berperilaku menerima dan bersikap positif terhadap impuls (dorongan emosi), keinginan-keinginan, dan perilaku anaknya, hanya sedikit menggunakan hukuman, berkonsultasi pada anak, hanya sedikit memberi tanggung jawab rumah tangga, membiarkan anak mengatur aktifitasnya sendiri dan tidak mengontrol, berusaha mencapai sasaran tertentu dengan memberikan alasan, tetapi tanpa menunjukkan kekuasaan.

Lemahnya keterlibatan orang tua dalam mengatur perilaku anak dan juga tingginya respon yang diberikan orang tua terhadap anak, memberikan efek negatif terhadap perkembangan perilaku anak. Pola seperti ini akan memicu anak untuk mengekspresikan perilaku agresifnya jika keinginannya tidak terpenuhi. Menurut Arkoff (Fathi, 2011) menyebutkan bahwa “anak yang dididik secara permisif cenderung mengembangkan tingkah laku agresif secara terbuka dan terang-terangan”. Sedangkan menurut Dewi dan

Khotimah (2020), dampak lain dari gaya parenting ini adalah kecenderungan perilaku agresif pada anak, dan juga anak menjadi impulsif dalam bertindak dikarenakan terlalu diberikan kebebasan oleh orang tua.

d. *Neglectful*

*Neglectful is a style in which the parent is very uninvolved in the child's life (Santrock, 2010).*

Kata lain parenting style ini yaitu *uninvolved*, sesuai dengan artinya bahwa dalam pola asuh ini keterlibatan orang tua maupun respon orang tua terhadap anak sangat rendah. Orang tua cenderung mengabaikan atau membiarkan anak berkembang dengan sendiri. Anak dalam proses perkembangannya tentu membutuhkan pendamping untuk mengarahkan setiap perilaku dalam kehidupannya, namun tentu jika hal tersebut tidak terjadi maka ini akan mendorong terbentuknya perilaku buruk pada diri anak.

Dari keempat gaya pola asuh yang telah dijelaskan diatas menunjukkan adanya keterkaitan antara pola asuh dengan perilaku agresi khususnya ditunjukkan pada gaya pola asuh *authoritarian* dan *permissive*. Jadi dapat disimpulkan bahwa *parenting style* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bentuk sikap orang tua dalam mendidik anak di dalam keluarga setelah mendapatkan atau melihat konten edukasi pada instagram, khususnya pada *followers @ajobendri*.

#### 4. *Parenting* Islami

*Parenting* Islami merupakan gaya parenting yang berlandaskan nilai-nilai Al-Qur'an dan As-Sunnah. Dengan kata lain, parenting islami merujuk pada prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber dari nilai-nilai Ilahiyah yaitu al-Qur'an dan as-Sunnah. Semua prinsip ini dijadikan sebagai pokok dasar berpikir, bersikap, berbicara, bertindak dan sebagainya dalam kehidupan umat Islam tanpa kecuali. Ada enam prinsip edukasi *parenting* dalam Islam (Djamarah, 2014) yaitu:

a. *Qawlan Karima* (Perkataan yang Mulia)

Komunikasi yang baik tidak dinilai dari tinggi rendahnya jabatan atau pangkat seseorang tetapi dinilai dari perkataan seseorang. Islam mengajarkan agar mempergunakan perkataan yang mulia dalam berkomunikasi kepada siapapun yang dijelaskan dalam al-Qur'an surah al-Israa ayat ke-23.

b. *Qawlan Sadida* (Perkataan yang benar)

Berkata benar berarti jujur, apa adanya, dan jauh dari kebohongan. Orang yang jujur adalah orang yang dapat dipercaya. Setiap perkataannya mengandung kebenaran. Orang yang selalu berkata benar adalah orang yang sehat jiwanya (Djamarah, 2014). Tentang perkataan yang benar ini terdapat dalam al-Qur'an surah An-Nisaa ayat ke-9.

c. *Qawlan Ma'rufa* (Perkataan yang baik/pantas)

Prinsip dari etika komunikasi keluarga ini berdasar pada al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat ke-263. Islam mengajarkan ketika memberi orang lain yang meminta sedekah disertai dengan perkataan yang baik, bukan diiringi dengan perkataan kasar.

d. *Qawlan Baligha* (Perkataan yang bermanfaat)

Dalam konteks komunikasi, frase ini dapat diartikan sebagai komunikasi yang efektif. Penafsiran ini berdasarkan Al-Qur'an surah An-Nisaa ayat ke-63 yang mengisyaratkan bahwa komunikasi itu efektif bila perkataan yang disampaikan itu berbekas pada jiwa seseorang. Ketika berbicara pada anak, orang tua harus memahami jiwa dan alam pikiran mereka karena cara berpikir anak konkret dan menghendaki pembicaraan yang sederhana, jauh dari pembicaraan yang rumit, diplomatis dan bertele-tele.

e. *Qawlan Layyina* (Perkataan yang lemah lembut)

Islam mengajarkan agar menggunakan komunikasi yang lemah lembut kepada siapapun. Dalam keluarga, orang tua sebaiknya berkomunikasi pada anak dengan cara lemah lembut, selain ada perasaan bersahabat yang menyusup ke dalam relung hati anak, ia juga berusaha menjadi pendengar yang baik. Etika ini berdasar pada al-Qur'an surah Thaahaa ayat ke-44.

f. *Qawlan Maisura* (Perkataan yang pantas)

Dalam komunikasi baik lisan maupun tulisan dianjurkan untuk menggunakan bahasa yang ringkas dan tepat sehingga mudah dipahami. Dalam al-Quran surah al-Israa ayat ke-28 ditemukan istilah *qawlan maisura* yang ditafsirkan sebagai tuntunan untuk melakukan komunikasi dengan mempergunakan bahasa yang mudah dimengerti dan melegakan perasaan.

## B. Landasan Teori

### 1. Teori *Uses and Gratification*

Elihu Katz mempopulerkan teori ini pada tahun 1959 dan dinyatakan secara formal oleh Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevith pada tahun 1970 (dalam Littlejohn, Foss, & Oetzel, 2017).

Sebuah teori media yaitu *uses and gratification* menganggap media massa tidak memiliki kekuatan untuk memengaruhi audiens, melainkan khalayak menggunakan media massa tentunya berdasarkan atas keperluan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Herber Blumler dan Elihu Katz mengemukakan bahwa pengguna media memiliki otoritas dalam memilih media (Hetharia, 2013).

Teori *uses and gratification* merupakan sebuah model teori yang memandang khalayak sebagai audiens yang aktif menggunakan media. Menurut Nuruddin (dalam Haqqu, 2020) teori *uses and gratification*

merupakan kebalikan dari teori peluru atau teori jarum hipodermik, di mana dalam teori tersebut media dianggap sangat aktif dan sementara khalayak berada di pihak yang pasif. Teori *uses and gratification* menjelaskan bagaimana sebuah media dapat memenuhi kebutuhan pribadi sosial khalayak yang aktif dalam menggunakan media (Santoso & Setiansah, 2010).

Yang menarik dari model ini yaitu adanya ketertarikan khalayak terhadap media untuk pemenuhan kebutuhan, baik kebutuhan sosial maupun kebutuhan khalayak (Unde, 2015). Berikut asumsi dasar *uses and gratification* yaitu:

1. Orang menggunakan media untuk tujuan khusus mereka sendiri
2. Orang berusaha untuk memuaskan kebutuhan
3. Media melengkapai perhatian dan waktu yang kita miliki
4. Media mempengaruhi orang yang berbeda secara berbeda
5. Orang-orang dapat secara akurat melaporkan penggunaan dan motivasi media mereka.

Menurut Satria & Rinaldy (2019), inti dari teori *uses and gratifications* menyatakan bahwa media memiliki pengaruh yang terbatas karena khalayaklah yang menentukan sendiri media apa yang akan mereka gunakan. Khalayak melihat media sebagai suatu alat untuk memenuhi kebutuhan khalayak.

Lariscy, Tinkham, & Sweetser (dalam Saputra, 2019) mengatakan *teori uses and gratifications* berakar pada literatur komunikasi, dapat menjadi bagian integral dari pengembangan skala dan instrumen pengukuran yang lebih baik untuk penelitian media sosial.

## **2. Teori Stimulus Organism Respons**

Teori stimulus respons berfokus pada penyebab sikap yang mengubahnya dan tergantung pada kadar rangsangan yang berkomunikasi dengan organisme. Keberhasilan perubahan sikap ditentukan oleh karakteristik komunikator seperti kredibilitas, kepemimpinan dan gaya komunikasi (Mar'at dalam Khairi, 2022).

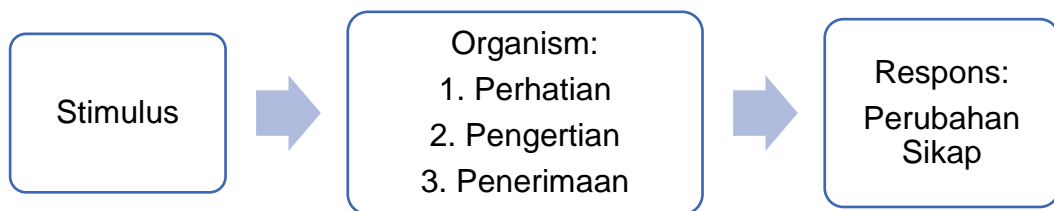
Menurut McQuail (dalam Bungin, 2009), elemen-elemen utama dalam teori stimulus organism respons, yaitu:

- a. Pesan (stimulus)
- b. Penerimaan (organism)
- c. Efek (respons)

Dalam proses perubahan sikap, sikap dapat berubah apabila stimulus yang diberikan benar-benar melebihi stimulus semula (Effendy, 2003). Lebih lanjut, menurut Khairi (2022) stimulus dapat melebihi stimulus semula berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam mempelajari sikap yang baru, ada tiga variabel yang penting yaitu, perhatian, pengertian dan penerimaan.



Effendy (2003), menerangkan ada tiga unsur penting dalam teori stimulus organism respons yaitu pesan (stimulus, S), komunikan (organism, O), dan efek (respons, R). Model komunikasi S-O-R dapat digambarkan dengan skema berikut:



**Gambar 2.1 Model Komunikasi S-O-R**

Sumber: Effendy (2003)

Gambar di atas memperlihatkan bagaimana perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu, Adapun proses yang terjadi pada model komunikasi S-O-R sebagai berikut:

- a. Stimulus yang diberikan kepada organisme dapat diterima atau ditolak. Stimulus merupakan rangsangan dari isi pesan komunikator yang ditujukan pada komunikan. Apabila stimulus tersebut tidak diterima berarti stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi perhatian (attention) dari individu dan proses berhenti di sini. Jika stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari organisme. Ini berarti stimulus efektif dalam menimbulkan reaksi.
- b. Jika stimulus telah mendapatkan perhatian dari organisme, maka proses selanjutnya adalah mengerti terhadap stimulus yang diberikan

(*correctly comprehended*). Kemampuan dari organisme inilah yang bisa melanjutkan ke proses berikutnya.

- c. Pada langkah selanjutnya yaitu organisme dapat menerima dengan baik sehingga terjadi kesediaan untuk merubah sikap.
- d. Pada tahap akhir, dengan dukungan fasilitas dan dorongan lingkungan maka stimulus tersebut memiliki efek tindakan dari individu dalam bentuk perubahan perilaku.

Adapun faktor-faktor yang menunjang dan menghambat perubahan sikap dalam teori S-O-R adalah sebagai berikut:

- a. Faktor-faktor yang menunjang:
  - Dasar utama terjadinya perubahan sikap yaitu terdapat penghargaan dan hukuman, dimana individu merespon atas penghargaan dan hukuman;
  - Stimulus berisi harapan bagi individu untuk mengubah sikapnya;
  - Stimulus berisi prasangka bagi individu untuk mengubah sikap aslinya.
- b. Faktor-faktor yang menghambat:
  - Faktor atensi kurang berperan dalam stimulus yang diberikan;
  - Tidak ada harapan untuk masa depan;
  - Adanya penolakan terhadap stimulus, sehingga tidak ada pengertian terhadap stimulus.

### 3. Teori *Operant Conditioning*

Teori operant conditioning dikemukakan oleh Burthus Frederic Skinner (B.F Skinner). Menurut Wlaker, Skinner menggunakan nama *operant conditioning* untuk suatu proses yang dilakukan oleh seseorang dalam lingkungan tertentu untuk mengontrol tingkah laku subjek dengan cara memberikan penguatan penguatan tertentu (dalam Asyari, 2020).

Teori *operant conditioning* merupakan pengembangan dari teori behavioristik yang mempelajari perilaku sebagai akibat dari interaksi antara stimulus dan respons. Teori ini memiliki tiga komponen yaitu rangsangan atau stimulus, respons, dan konsekuensi. Konsekuensi-konsekuensi ini yang akan menghasilkan perilaku. Stimulus bertindak sebagai pemicu respons, sedangkan konsekuensi bisa *positive* atau *negative*, tetapi keduanya bersifat saling memperkuat atau *reinforcement* (Herpratiwi, 2016).

Pengetahuan yang dibentuk oleh hubungan antara stimulus dan respons menjadi lebih kuat apabila diberi penguatan. Suatu peristiwa yang memperkuat tingkah laku itu bisa menyenangkan atau tidak menyenangkan. Cara lain untuk menentukan *reinforce* ialah bahwa *reinforcer* itu dapat berupa peristiwa atau sesuatu yang akan diraih seseorang. *Reinforcement* ini diklasifikasikan ke dalam dua macam, yaitu:

a. Penguatan Positif (*Positive Reinforcement*)

*Reinforcement* positif adalah suatu rangsangan (stimulus) yang memperkuat atau mendorong suatu respon (tingkah laku tertentu). Penguatan positif sebagai stimulus dapat meningkatkan terjadinya pengulangan tingkah laku. Bentuk penguatan positif yaitu *reward* (hadiah, imbalan, dll), verbal (pujian, kata-kata menyenangkan, dll), non-verbal (senyuman, isyarat bangga dengan mengacungkan jempol dan sebagainya).

b. Penguatan Negatif (*Negative Reinforcement*)

*Reinforcement* negative adalah suatu rangsangan (stimulus) yang mendorong seseorang untuk menghindari respon tertentu yang konsekuensi atau dampaknya tidak memuaskan (menyakitkan atau tidak menyenangkan). Dengan perkataan lain, *reinforcement* negatif ini memperkuat tingkah laku dengan cara menghindari stimulus yang tidak menyenangkan. Bentuk penguatan negatif yaitu menunda atau tidak memberi penghargaan, memberikan tugas tambahan atau memperlihatkan perilaku tidak baik.

Menurut Skinner tingkah laku bukanlah sekedar respons terhadap stimulus, tetapi suatu tindakan yang disengaja atau operant, operant ini dipengaruhi oleh apa yang terjadi sesudahnya. Operant adalah sejumlah perilaku atau respons yang membawa efek yang sama terhadap lingkungan yang dekat. (Puspita, 2013).

### **C. Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya**

Berikut tinjauan terhadap hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan fokus penelitian:

#### **1. Parenting Style oleh Selebriti Mikro (Analisis Isi Kualitatif Parenting Style pada Instagram @ummubalqis.blog Periode November 2016 sampai Maret 2018)**

Skripsi ini ditulis oleh Adisty Caesari Putri, Universitas Gadjah Madah tahun 2018.

Pada penelitian ini, penulis melihat sosial media Instagram sebagai sarana edukasi mengenai pola asuh anak (parenting) yang diterapkan disuatu keluarga. Secara spesifik penelitian ini fokus pada akun mikro selebriti “Ummubalqis.blog”.

Pendekatan penelitian ini kualitatif dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif. Peneliti menganalisis setiap satu unggahan foto dan caption dengan menggunakan tabel. Selanjutnya peneliti mengkategorikan hasil temuannya ke dalam salah satu tipe parenting style menurut teori Baumrind. Tipe Parenting style dikupas melalui empat pendekatan yaitu *authoritarian*, *authoritative*, *permissive*, dan *neglectful* sesuai teori Baumrind. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik akun Ummubalqis.blog menerapkan tipe *parenting style authoritative*.

## **2. Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting**

Penelitian ini merupakan jurnal yang ditulis oleh Dian Nurvita Sari dan Abdul Basit yang diterbitkan oleh PERSEPSI: *Communication Journal* pada tahun 2020.

Penelitian ini melihat fenomena penggunaan media sosial sebagai media edukasi parenting dikalangan ibu muda. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi. Objek penelitian adalah *follower* akun instagram @parentalk.id sedangkan subjek dari penelitian adalah aliran informasi dalam implementasi new media yakni postingan pada akun instagram @parentalk.id.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *followers* akun instagram @parentalk.id ini menghasilkan sebuah respons kognitif (informasi), afektif (emosi) dan behavioral (tindakan) dalam mengakses, melihat, dan mencari postingan akun instagram @parentalk.id.

## **3. Eksplikasi Kualitas Konten Peran Keluarga pada Instagram @kemenpppa**

Penelitian ini merupakan jurnal yang ditulis oleh Rustono Faradi Marta, Joshua Fernando dan Ruth Simanjuntak yang diterbitkan di *ETTISAL Journal of Communication* pada tahun 2019.

Penelitian ini menganalisis layanan e-government Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) dalam upaya memberikan edukasi mengenai pentingnya peran keluarga melalui sosial

media Instagram @kemenpppa periode Juli – Oktober 2019. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi Mayring sebagai pisau analisis, dengan pendekatan kualitatif dan teori *Family Roles Communication* perpektif Beth A. Le Poire.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten media sosial Instagram @kemenpppa sebagai *e-government* yang dikelola oleh kementerian dalam membidangi urusan pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak telah berupaya untuk mengedukasi mengenai peran keluarga yang memiliki kontribusi besar. Memahamkan para pengikutnya mengenai peran pengasuhan dan peran pengendalian yang baik dapat diterapkan oleh Ayah dan Ibu sebagai orang tua dan memiliki dampak positif bagi anak baik secara psikis maupun fisik keluarga.

#### **4. Hubungan Konten *Parenting* Islami dengan Gaya *Parenting* Pasangan Muda: Studi Kasus pada Orang Tua Pengguna Instagram**

Penelitian ini merupakan jurnal yang ditulis oleh Mefta Setiani, Citra Wahyuni, Try Bunga Firma, Shalsa Savitri, Muhamad Yoga Firdaus. Jurnal ini diterbitkan oleh Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin pada tahun 2022.

Rumusan masalah penelitian ini ialah bagaimana hubungan konten parenting Islami di media sosial Instagram terhadap gaya parenting pasangan muda di Indonesia. Subyek pada penelitian ini adalah 10 orang tua dengan kriteria: usia menikah di bawah 10 tahun; sudah memiliki anak;

aktif menggunakan Instagram; dan mengikuti akun parenting Islami di Instagram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, dimana jawaban responden dijabarkan dan dikaitkan dengan tinjauan pustaka. Hasil dari penelitian ini adalah dari 2 responden berada pada kategori pemahaman parenting Islami tinggi, 8 responden memiliki pemahaman parenting Islami rendah. Sedangkan untuk gaya parenting 3 responden memiliki gaya parenting authoritarian, 3 responden memiliki gaya parenting authoritative, dan 4 responden memiliki gaya parenting permissive. Berdasarkan hasil uji chi-square menggunakan spss diketahui nilai A simp Sig sebesar  $0.153 > 0.05$ , maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pemahaman konten parenting Islami dengan gaya parenting. Hal ini dapat diartikan bahwa pemahaman konten parenting Islami responden tidak memiliki korelasi dengan gaya parenting.

##### **5. Penggunaan *New Media* di Kalangan Ibu Muda Sebagai Media Parenting Masa Kini**

Penelitian ini merupakan jurnal yang ditulis oleh Ascharisa Mettasatya Afrilia. Diterbitkan oleh Jurnal Komunikasi dan Kajian Media pada tahun 2017.

Penelitian ini melihat 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. Tidak hanya itu, media sosial juga



dianggap sebagai ruang khusus untuk berbagi pengalaman parenting di kalangan ibu muda. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi. Data-data yang diperlukan dalam analisis diperoleh dari proses *indepth interview* dan *Focus Group Discussion* (FGD).

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.

#### **6. Pemanfaatan Blog Pribadi di Instagram Sebagai Media Komunikasi Parenting (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @annisast)**

Penelitian ini merupakan jurnal yang ditulis oleh Gan Gan Giantika. Diterbitkan oleh Jurnal Komunikasi tahun 2019.

Instagram menjadi media sosial yang populer. Objek pada penelitian ini adalah akun bernama @annisast yang menggunakan akunnya sebagai media komunikasi yang memberikan informasi dan edukasi kepada pengguna akun instagram lainnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemanfaatan dan proses pemanfaatan blog pribadi di Instagram sebagai media komunikasi parenting. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, jenis penelitian penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwan akun instagram @annisast memanfaatkan penggunaan blog pribadi dalam instagram dalam memberikan fungsinya sebagai media komunikasi juga sebagai media informasi yang bermanfaat dan pengetahuan mengenai parenting kekinian, seperti pada postingan dan penggunaan tagar pada postingannya #parentinghacks.

### **7. Pesan Edukasi *Positive Discipline Parenting* pada Akun Instagram @goodenoughparents.id**

Jurnal ini ditulis oleh Noerazrie Imania Putri dan Yuli Candrasari. Diterbitkan oleh Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi pada tahun 2022.

Informasi parenting sebelumnya didapatkan dari pengalaman dan nasehat orang tua, kini informasi tersebut didapat dengan mudah diberbagai platform, salah satunya media sosial Instagram. Menjadi kegiatan yang dekat dengan realitas, membuat parenting mengalami permasalahan disetiap pengaplikasiannya. Isu mengenai parenting merupakan isu yang membahas gaya hidup atau keseharian masyarakat, maka dari itu informasi terkait kegiatan parenting sangat dekat dengan kehidupan masyarakat dan banyak dicari oleh orang tua saat ini. *Good Enough Parents* sebagai platform belajar online tentang *parenting*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi pesan edukasi *positive discipline parenting* pada media sosial instagram @goodenoughparents.id.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan teori media baru dan konsep dasar *positive discipline* dari Joan E. Durrant.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk pesan edukasi dalam konten akun @goodenoughparents.id periode 30 Maret–30 April 2022 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*.

#### **8. Urgensi Komunikasi Keluarga dalam Penguatan Keluarga Sakinah (Kecamatan Besitang)**

Jurnal ini ditulis oleh Wahyu Ziaulhaq yang diterbitkan oleh jurnal Waraqat tahun 2020.

Penelitian ini melihat bahwa menjadi harapan bagi setiap manusia untuk mewujudkan keluarga yang Sakinah. Namun di dalam menjalankan kehidupan berkeluarga kerap terjadi peselisihan argumentasi, pertikaan, perselingkuhan, dan kemiskinan yang berakhir kepada perceraian rumah tangga sehingga anak yang menjadi korban. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui urgensi komunikasi keluarga dan hambatan-hambatannya dalam penguatan keluarga sakinah. Penelitian ini dilakukan

di kecamatan Besitang kabupaten Langkat dengan menggunakan penelitian kualitatif.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa agar terwujudnya urgensi komunikasi keluarga dalam penguatan keluarga sakinah maka dibutuhkan diskusi kepada setiap anggota keluarga, pimpinan keluarga memberikan motivasi kepada anggota keluarga, membangun keterbukaan dalam keluarga, meluangkan waktu pada hari pekan bersama keluarga sedangkan hambatannya ialah kesejahteraan keluarga yang tidak mumpuni dan pengaruh teknologi informasi yang tidak tepat guna.

#### **9. Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan *Teori Uses And Gratifications***

Jurnal ini ditulis oleh Andi Saputra yang diterbitkan di BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi tahun 2019.

Penelitian ini memanfaatkan *teori uses and gratifications* untuk membahas tentang perilaku mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial. Responden berasal dari 3 perguruan tinggi negeri di Kota Padang. Metode pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner dan wawancara kemudian data dianalisis secara statistik.

Hasil penelitian 97% mahasiswa mengaku sebagai pengguna aktif media sosial. Mereka memanfaatkan media sosial tidak dalam waktu khusus dengan rata-rata durasi penggunaan selama 1–6 jam sehari. Sedangkan berdasarkan jenis aplikasinya, mahasiswa menggunakan WhatsApp

(95,96%), Instagram (90,91%), dan Youtube (73,74%). Dari tujuh kategori *uses and gratifications*, sebagian besar responden (86%) menjadikan media sosial sebagai media komunikasi, dibandingkan sebagai sarana pencarian informasi dan interaksi sosial. Dari aspek gender, pengguna perempuan lebih dominan menggunakan WhatsApp jika dibanding dengan pengguna laki-laki.

#### **D. Kerangka Konseptual**

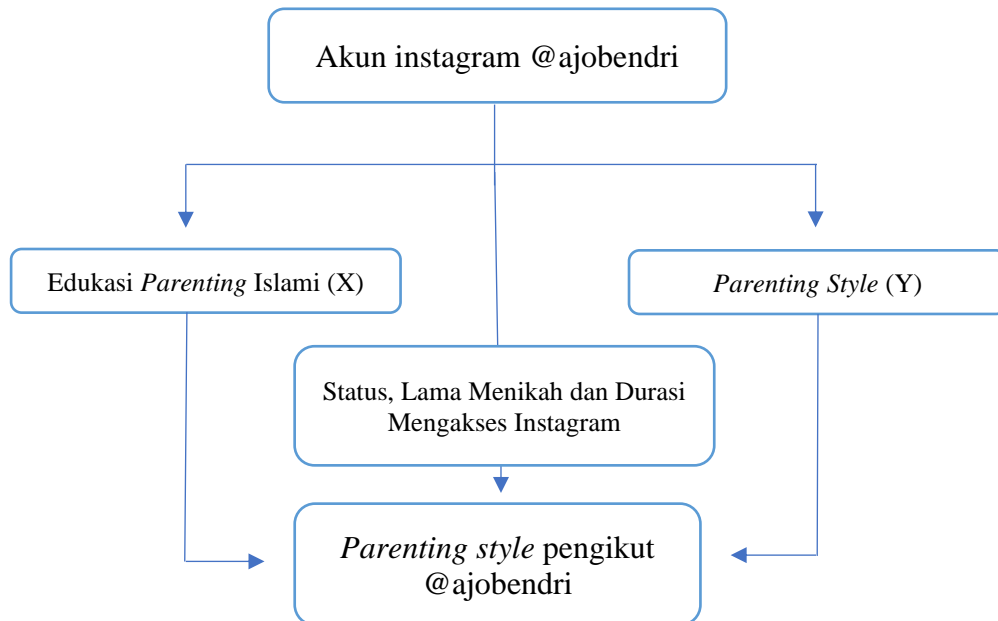
Kerangka konseptual diperlukan untuk memberikan gambaran penelitian yang dilakukan sehingga mendapatkan hasil yang baik. Dalam hal ini peneliti berfokus pada pengaruh edukasi *parenting* islami pada sosial media instagram terhadap gaya parenting pengikut @ajobendri.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diteliti, yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variable*) yang diwakili oleh X yaitu edukasi *parenting* islami pada instagram @ajobendri.
2. Variabel terikat (*dependent variable*) yang diwakili oleh Y yaitu *parenting style* pada *followers* @ajobendri.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, landasan teori serta variabel-variabel yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dikemukakan alur pikir untuk menjelaskan masalah yang dijadikan kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 2.2 Kerangka KONSEPTUAL**



### E. Hipotesis

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan pada tinjauan pustaka di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga adanya pengaruh edukasi *parenting* islami pada pengikut instagram @ajobendri terhadap *parenting style* pengikutnya.

### F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Dengan adanya definisi operasional dalam suatu penelitian, dapat diketahui pengukuran suatu variabel. Berikut definisi operasional dalam penelitian ini:

- a. Media sosial adalah media massa baru yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet.
- b. Instagram adalah sebuah media jejaring sosial untuk berbagi foto yang dapat dilihat oleh *followers* dari pengunggahan foto tersebut dan dapat saling memberikan komenta. Nama Instagram berasal dari *insta* dan *gram* yakni, “*insta*” berasal dari kata *instant* dan “*gram*” berasal dari *telegram*, dapat disimpulkan dari namanya yang berarti menginformasikan atau membagikan foto kepada orang lain dengan cepat.
- c. Edukasi *parenting* islami adalah pengajaran atau pendidikan mengenai pola asuh orang tua terhadap anak berdasarkan aturan islam yang berlandaskan al-Qur’an dan sunnah. Berikut 10 indikator dalam edukasi *parenting* islami, yaitu:
  1. Saya memilih instagram dan akun @ajobendri dalam mencari informasi *parenting*.
  2. Saya mengikuti setiap postingan di instagram @ajobendri.
  3. Materi yang diposting instagram @ajobendri selalu menarik dan edukatif.
  4. Materi yang diposting relevan dengan permasalahan saya sebagai orang tua.
  5. Dari postingan instagram @ajobendri saya jadi tahu bagaimana *parenting* islami.

6. Dari edukasi *parenting @ajobendri* saya jadi tahu “5 Ciri Toxic Parenting dalam Islam”
  7. Dari edukasi *parenting @ajobendri* saya jadi tahu jika parenting antara anak laki-laki dan perempuan berbeda.
  8. Dari edukasi *parenting @ajobendri* saya jadi tahu bagaimana seni mendidik anak laki-laki.
  9. Dari edukasi *parenting @ajobendri* saya jadi tahu bagaimana seni mendidik anak perempuan.
  10. Dari edukasi *parenting @ajobendri* saya jadi tahu “3 jurus agar anak merasa dicintai”.
- d. Tingkat edukasi *parenting* islami dibagi menjadi empat skala, yaitu skala sangat rendah, rendah, tinggi dan sangat tinggi. Skala sangat rendah edukasi *parenting* bergerak dari nilai 10-20, skala rendah 21-31, skala tinggi 32-42 dan skala sangat tinggi 43-50.
- e. *Parenting style* atau gaya pengasuhan anak adalah cara berlaku orang tua dalam membentuk perilaku, menjaga, mengarahkan, memberikan nilai dan norma pada anak. Berikut 8 indikator dalam *parenting style*, yaitu:
1. Saya telah/akan menghargai pendapat anak saya.
  2. Saya terlibat dalam keputusan yang anak saya ambil.
  3. Saya cukup pandai mengekspresikan perasaan sayang kepada anak.
  4. Saya telah/ akan mendidik anak laki-laki sesuai dengan fitrah pengasuhannya.



5. Saya telah/ akan mendidik anak perempuan sesuai dengan fitrah pengasuhannya.
  6. Saya telah/ akan menunjukkan cinta kepada anak perempuan dengan mengusap punggungnya.
  7. Saya telah/ akan menunjukkan cinta kepada anak laki-laki dengan menepuk pundaknya.
  8. Saya telah/ akan mengatakan secara langsung harapan dan perasaan kepada anak agar ia merasa dicintai.
- f. Tingkat *parenting style* terdiri dari empat skala, yaitu skala sangat rendah, rendah, tinggi dan sangat tinggi. Skala sangat rendah edukasi parenting bergerak dari nilai 8-16, skala rendah 17-25, skala tinggi 26-34 dan skala sangat tinggi 35-40.