



**MOTIF IBU MILLENNIALS MENGIKUTI AKUN PARENTING DI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Strata 1 (S-1) Bidang Studi Public Relation

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Vika Hasanah Kamal

44217010116

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2021

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : **Motif Ibu Millennials Mengikuti Akun Parenting Di Media Sosial Instagram**

Nama : Vika Hasanah Kamal

NIM : 44217010116

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 3 April 2021

Mengetahui Pembimbing,



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **Motif Ibu Millennials Mengikuti Akun Parenting Di Media Sosial Instagram**

Nama : Vika Hasanah Kamal

NIM : 44217010116

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 3 April 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulistyo, M.comn, Ph.D.)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Motif Ibu Millennials Mengikuti Akun Parenting Di Media Sosial Instagram

Nama : Vika Hasanah Kamal

NIM 44217010116

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 3 April 2021

Ketua Sidang,

Anindita, S.Pd, M.Ikom

(.....)

Penguji Ahli,

Ponco Budi Sulistyono, M.comn, Ph.D.

(.....)

Pembimbing,

Dr. Elly Yulianti, M.Si

(.....)

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vika Hasanah Kamal

NIM : 44217010116

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Motif Ibu Millennials Mengikuti Akun Parenting Di Media Sosial Instagram** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 3 April 2021

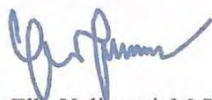
Yang membuat pernyataan,



(Vika Hasanah Kamal)

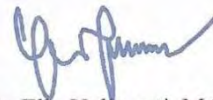
Mengetahui,

Pembimbing



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

ABSTRAK

Media sosial instagram seringkali dijadikan sebuah wadah bagi seseorang menyebarkan informasi, edukasi atau hiburan. Salah satunya yaitu akun parenting yang menyebarkan informasi mengenai pola pengasuhan anak. Banyak dari ibu millennials yang mengikuti akun parenting dan memperhatikan konten konten di akun parenting dengan latar belakang tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dari ibu millennials mengikuti akun parenting di media sosial instagram.

Teori Motif dari Alfred Schuzt terbagi menjadi 2 yaitu *in order to motive* dan *because of motive* yang mana *in order to motive* menjelaskan motif akan masa depan yaitu tindakan yang dilakukan seseorang karena adanya tujuan tertentu. *Because of motive* adalah motif yang merujuk pada masa lalu dimana tindakan yang dilakukan seseorang terjadi karena adanya pengalaman masa lalu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian fenomenologi. Subjek penelitian berjumlah lima orang yang merupakan Ibu Millennials yang aktif menggunakan instagram dengan kualifikasi mengikuti salah satu akun parenting yang peneliti jadi acuan yaitu @talkparenting, @parentalk.id, dan @theasianparent_id. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam sesi wawancara kepada ke 5 informan menunjukkan bahwa terdapat 2 motive dalam melakukan tindakan mengikuti akun parenting, terdapat 4 motif dari (*in order to motive*) yaitu; (1) Motif untuk mencari informasi, (2) Motif untuk mengikuti perkembangan zaman, (3) Motif untuk mendidik dan membangun pola perilaku anak, (4) Motif untuk merubah pola perilaku orangtua dan anak. Dan 3 motif dari (*because of motive*) yaitu; (1) Motif karena Trauma Masa lalu, (2) Motif karena pengalaman informan dalam berteman, (3) Motif melihat lingkungan sekitar.

Kata Kunci: Studi Fenomenologi, Motif, Interaksi Simbolik, Psikologi Komunikasi, Ibu millennials, mengikuti, Akun Parenting, Instagram.

ABSTRACT

Instagram social media is often used as a place for someone to spread information, education or entertainment. One of them is a parenting account that disseminates information about parenting patterns. Many millennial mothers follow parenting accounts and pay attention to the content on parenting accounts with certain backgrounds. This study aims to determine the motives of millennial mothers following parenting accounts on Instagram social media.

The theory of motives from Alfred Schuzt is divided into 2, namely in order to motive and because of motive, which in order to motive explains the motive for the future, namely actions taken by someone because of a certain purpose. Because of motive is a motive that refers to the past where the actions taken by a person occur because of past experiences.

This study uses a qualitative approach with phenomenological research methods. The research subjects are five people who are Millennials who actively use Instagram with qualifications to follow one of the parenting accounts that the researchers reference, namely @talkparenting, @parentalk.id, and @theasianparent_id. Data collection was carried out through in-depth interviews.

The results of the research conducted by the researcher in the interview session to the 5 informants showed that there were 2 motives in taking actions to follow the parenting account, there were 4 motives from (in order to motive), namely; (1) The motive for seeking information, (2) The motive for following the times, (3) Motives to educate and build children's behavior patterns, (4) Motives to change the behavior patterns of parents and children. And 3 motives (because of motive), namely; (1) Motive due to past trauma, (2) Motive due to the informant's experience in making friends, (3) Motive to see the surrounding environment.

Keywords: Phenomenological Studies, Motives, Symbolic Interaction, Communication Psychology, Millennials Mother, following, Parenting Accounts, Instagram.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat rahmatnya yang telah memberikan kesehatan kepada peneliti hingga dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir yang berjudul “Motif Ibu Millennials Mengikuti Akun Parenting di Media Sosial Instagram” Tak lupa shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada nabi besar kita Muhammad SAW beserta sahabat dan keluarganya.

Mengingat keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan penulisan Proposal penelitian Tugas Akhir ini tidak luput dari kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Namun peneliti berharap semoga Proposal Skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti sebagai penulis serta bagi semua pihak yang berkenan memanfaatkannya.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan dan pengerjaan Tugas Akhir ini. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Elly Yuliawaty, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Public Relation Universitas Mercubuana Jakarta sekaligus Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberikan ilmu, pengetahuan baru, dan motivasi yang sangat berguna dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini;
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta;
3. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.comn, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta;
4. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Ketua Sidang dan Bapak Ponco Budi Sulisty, M.comn, Ph.D. selaku penguji pada penelitian ini;
5. Seluruh dosen dan staff pengajar Program Studi Public Relation Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta;

6. Rizka, Risma, Fienna, Septi, dan Putri. selaku narasumber yang telah bersedia menjadi Informan Penelitian dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini;
7. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Kamaluddin dan Ibunda Evi Puspita yang telah memberikan semangat, dukungan dan do'a dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini;
8. Singgih Reynaldi, suami yang telah menemani, memberikan perhatian, saran serta do'a dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini
9. Shanum Rei Amberlyn, anak yang telah menjadi penyemangat bagi penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu;
10. Teman - teman dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang memberikan semangat dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi bidang Pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut, Aamiin.

Jakarta, Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat akademis	12
1.4.2 Manfaat praktis	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis.....	23
2.2.1 Internet dan Interaksi Sosial	23
2.2.2 Interaksionisme Simbolik	24
2.2.3 New Media.....	25
2.2.4. Komunikasi Massa.....	26
2.2.5 Media sosial Instagram	27
2.2.5.1 Fitur pada Instagram	28
2.2.5.2 Penggunaan Media Social Instagram	29
2.2.5.3 Akun Parenting Instagram	31
2.2.6 Pengertian Parenting.....	31
2.2.6.1 Tujuan Parenting.....	33

2.2.7 Generasi Millennials.....	33
2.2.7.1 Ibu Millennials	34
2.2.8 Pengertian Motif	36
2.2.9 Teori Fenomenologi Alfred Schuzt (MOTIF)	37
2.2.10 Psikologi Komunikasi.....	39
BAB III.....	41
METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Paradigma Penelitian.....	41
3.2 Metode Penelitian.....	42
3.3 Subjek Penelitian.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4.1 Data Primer	44
3.4.2 Data Sekunder.....	44
3.5 Teknik Analisa Data.....	45
3.6 Teknik Pemeriksaan Data	45
3.6.1 Triangulasi Data	45
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
6.1 Gambaran Umum Akun Parenting	48
4.2 Profil Informan.....	55
4.3 Hasil Penelitian.....	63
5.3 Pembahasan	72
BAB V	88
KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran Akademis	88
5.2.2 Saran Praktis.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Pertanyaan Wawancara

Lampiran 2 Lembar Persetujuan Informan

Lampiran 3 Transkrip Wawancara kelima Informan

Lampiran 4 Curriculum Vitae Peneliti

