

SKRIPSI

**Pengaruh Konten Edukasi TikTok Leonny Mengenai *Strawberry*
Generation Dalam Meningkatkan Pengetahuan Untuk
Membangun Citra Diri *Followers***



Disusun Oleh:

Mary Priscilia Kurniawan

2019210001

PEMINATAN HUBUNGAN MASYARAKAT

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

2023

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PEMINATAN HUBUNGAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Mary Priscilia Kurniawan

NPM : 2019210001

Judul Penelitian : **Pengaruh Konten Edukasi TikTok Leonny Mengenai
Strawberry Generation Dalam Meningkatkan
Pengetahuan Untuk Membangun Citra Diri *Followers***

Tanggal :

Skripsi ini telah disetujui untuk disidangkan oleh Tim Pembimbing yang terdiri dari:

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
(Dr. Mirza Ronda, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
(Husen Mony, S.IKom., M.Si)

Pembimbing
(Aska Leonardi, S. Ikom, M.I.Kom)

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PEMINATAN HUBUNGAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Mary Priscilia Kurniawan

NPM : 2019210001

Judul Penelitian : **Pengaruh Konten Edukasi TikTok Leonny Mengenai
Strawberry Generation Dalam Meningkatkan
Pengetahuan Untuk Membangun Citra Diri *Followers***

Tanggal Sidang :

Skripsi ini telah disetujui oleh panitia siding skripsi, yang terdiri dari:

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Ketua Sidang/Penguji Umum

(Aska Leonardi, S. Ikom, M.I.Kom)

Penguji Ahli

(Fit Yanuar, M.Si)

Penguji Penelaah

(Dr. Hayu Lusianawati, M.Si)

Sekretaris Sidang

(Dra. Sumiyati, M.Si)

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PEMINATAN HUBUNGAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS SAHID JAKARTA**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mary Priscilia Kurniawan

NPM : 2019210001

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Program Studi : S-1

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **Pengaruh Konten Edukasi TikTok Leonny Mengenai
Strawberry Generation Dalam Meningkatkan
Pengetahuan Untuk Membangun Citra Diri *Followers***

Dengan ini menyatakan bahwa naskah hasil penelitian dalam bentuk skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, yang sudah mengikuti segala ketentuan dan kaidah-kaidah dalam penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari terdapat hal-hal yang bisa dikategorikan sebagai tindak plagiatisme dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima segala konsekuensi menurut ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 28 Juli 2023

Mary Priscilia Kurniawan

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor:

Skripsi/ Tugas Akhir dengan judul:

**Pengaruh Konten Edukasi TikTok Leonny Mengenai *Strawberry Generation*
Dalam Meningkatkan Pengetahuan Untuk Membangun Citra Diri *Followers***

Yang disusun oleh	: Mary Priscilia Kurniawan
NPM	: 2019210001
Telah diuji sidang pada tanggal	: 14 Agustus 2023
Ketua Sidang	: Aska Leonardi, S. Ikom, M.I.Kom
Penguji Ahli	: Fit Yanuar, M.Si
Penguji Penelaah	: Dr. Hayu Lusianawati, M.Si
Sekretaris Sidang	: Dra. Sumiyati, M.Si

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid
Jakarta

Jakarta, 14 Agustus 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Mirza Ronda, M.Si)

(Husen Mony, S.IKom., M.Si)

ABSTRAK

Pengaruh Konten Edukasi TikTok Leonny Mengenai *Strawberry Generation* Dalam Meningkatkan Pengetahuan Untuk Membangun Citra Diri *Followers*

**Mary Priscilia Kurniawan
2019210001**

(xiii + 5 BAB + 118 Hal. + 66 Tbl. + 5 Lamp. + 6 Gbr. + 56 bibl. 2010-2023)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya permasalahan yang dapat diketahui masyarakat mengenai citra diri seseorang dalam memiliki hubungan dengan seorang anak, banyak terjadi kasus kekerasan yang melibatkan seorang anak, sehingga banyak anak yang merasa cemas, depresi dan memiliki perasaan ingin bunuh diri. Pola asuh adalah salah satu hal terpenting dalam perkembangan anak. Dalam mendidik dan mengasuh seorang anak, memerlukan edukasi, sehingga seseorang dapat mengenal citra dirinya sebagaimana berperan menjadi seorang ibu dan bagaimana berperan menjadi seorang ayah. Hadirnya alat komunikasi seperti ponsel pintar serta media sosial, memudahkan khalayak untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan siapa saja dan di mana saja. Penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kategori konten edukasi parenting tentang generasi stroberi dapat meningkatkan pengetahuan untuk membangun citra diri. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*. Jenis dalam penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan analisis regresi linier sederhana. Dari hasil pengujian analisis regresi linier sederhana diterima hipotesis yang menyatakan “Terdapat Pengaruh Konten Edukasi Parenting Akun TikTok Leonny Mengenai *Strawberry Generation* Dalam Meningkatkan Pengetahuan Untuk Membangun Citra Diri *Followers*” nilai beta dalam *understandardized coefficients* variabel konten edukasi parenting akun TikTok Leonny mengenai *strawberry generation* menunjukkan angka sebesar 0,510 yang artinya adalah besaran koefisien konten edukasi parenting akun TikTok Leonny mengenai *strawberry generation* dalam meningkatkan pengetahuan untuk membangun citra diri *followers* adalah 54,9%. Berdasarkan hasil uji t memperoleh nilai 16,599 dan uji f memperoleh nilai 119,386 dapat disimpulkan H_1 terdapat pengaruh.

Kata Kunci : *Konten edukasi, pengetahuan, citra diri, generasi stroberi, parenting, akun TikTok.*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Konten Edukasi TikTok Leonny Mengenai *Strawberry Generation* Dalam Meningkatkan Pengetahuan Untuk Membangun Citra Diri *Followers*”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Proposal Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S-1).

Tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua yaitu Papa Fendy Kurniawan dan Mama Naony Ribkah yang sangat penulis sayangi dan cintai, yang telah membesarkan dan mendidik dengan penuh kasih sayang dan kesabaran yang tak terhingga, serta ucapan terima kasih untuk saudara kandung penulis yaitu Kakak Mike Daniel Kurniawan yang senantiasa mendoakan dan mendukung penulis setiap waktu.

Dalam proses penyusunan ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Tentu penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan proposal skripsi ini sampai selesai, penulis juga ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Aska Leonardi, S. Ikom, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing dan Wakil Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi yang selalu meluangkan waktu dan memberikan saran, ide dan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Husen Mony, S.IKom., M.Si., selaku Ketua Program Studi S-1 Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta yang banyak memberi semangat, ilmu, Pendidikan dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis selama menunjang studi di Universitas Sahid Jakarta.
4. Tim penguji dalam pelaksanaan sidang, yang berkenan hadir serta memberikan arahan-arahan yang baik.

5. Bapak Dr. Mirza Ronda, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta.
6. Teman-teman Angkatan 2019 Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya Flavia Zora, Banafsa Safa, Rahma Dian, Nur Azizah, Mila Arisandi dan Tirta Amelia yang senantiasa memberikan arahan dan semangat.

Tentu kesempurnaan hanya milik Tuhan, mengingat keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan penulisan, penyusunan proposal skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan belum sempurna. Namun, penulis berharap proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, serta bagi semua pihak yang berkenan memanfaatkannya.

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah berperan dalam penulisan skripsi dari awal hingga akhir.

Jakarta, 28 Juli 2023

Penulis,

Mary Priscilia Kurniawan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Identifikasi Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Praktis	6
1.5.2 Manfaat Teoritis	6
1.6 Penelitian Terdahulu	6
BAB II KAJIAN TEORI	10
2.1 Komunikasi	10
2.1.1 Komunikasi Keluarga	11
2.2 Parenting	13
2.3 <i>Strawberry Generation</i>	16
2.4 Media Baru	18
2.4.1 Media Baru Sebagai Edukasi Parenting	20
2.5 Media Sosial	21
2.5.1 Karakteristik Media Sosial	22
2.6 Konten Media Sosial	23
2.6.1 Konten Edukasi	25
2.6.2 Konten Edukasi oleh Leonny	26
2.7 Aplikasi TikTok	27
2.8 Citra Diri	29
2.9 <i>Uses and Gratifications Theory</i>	30

2.10 Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian	34
3.3 Populasi dan Sampel	35
3.3.1 Populasi	35
3.3.2 Sampel	36
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	37
3.4 Operasional Variabel	38
3.5 Metode Pengumpulan Data	41
3.6 Teknik Analisis Data	42
3.6.1 Uji Validitas	43
3.6.2 Uji Reliabilitas	43
3.7 Lokasi Penelitian	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	45
4.1.1 Profil Akun TikTok @oureverydaythings	45
4.1.2 Konten Leonny <i>Strawberry Generation</i>	46
4.2 Analisis Data Hasil Penelitian	50
4.2.1 Data Reponden	50
4.2.2 Data Variabel	54
4.3 Hasil Uji Pengaruh Antara Variabel X dengan Variabel Y	83
4.3.1 Uji Validitas	83
4.3.2 Uji Reliabilitas	87
4.3.3 Uji Normalitas	88
4.3.4 Uji Linearitas	88
4.3.5 Uji Regresi Linier Sederhana	89
4.6 Hasil Pembahasan dan Analisis	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.1 Operasional Variabel	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Usia	51
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir.....	52
Tabel 4.4 Status Pekerjaan.....	53
Tabel 4.5 Status Pernikahan	53
Tabel 4.6 Jumlah Anak.....	54
Tabel 4.7 Asumsi Ideologi: Konten Tentang Strawberry Generation	55
Tabel 4.8 Asumsi Ideologi: Konten Tentang Strawberry Generation	55
Tabel 4.9 Asumsi Ideologi: Pola Asuh Anak Strawberry Generation	56
Tabel 4.10 Asumsi Ideologi: Pola Asuh Anak Strawberry Generation	57
Tabel 4.11 Asumsi Ideologi: Pola Komunikasi.....	57
Tabel 4.12 Asumsi Ideologi: Pola Komunikasi.....	58
Tabel 4.13 Asumsi Ideologi: Ciri-ciri strawberry generation.....	58
Tabel 4.14 Sumber Pesan: Kredibilitas Kreator	59
Tabel 4.15 Sumber Pesan: Kredibilitas Kreator	59
Tabel 4.16 Sumber Pesan: Kredibilitas Kreator	60
Tabel 4.17 Sumber Pesan: Kredibilitas Kreator	60
Tabel 4.18 Sumber Pesan: Kredibilitas Pesan.....	61
Tabel 4.19 Sumber Pesan: Kredibilitas Pesan.....	61
Tabel 4.20 Sumber Pesan: Daya Tarik Pesan	62
Tabel 4.21 Sumber Pesan: Daya Tarik Pesan	62
Tabel 4.22 Sumber Pesan: Daya Tarik Pesan	63
Tabel 4.23 Nada Penyampaian: Gaya Bicara.....	63
Tabel 4.24 Nada Penyampaian: Gaya Bicara.....	64
Tabel 4.25 Nada Penyampaian: Gaya Bicara.....	64
Tabel 4.26 Nada Penyampaian: Gaya Bicara.....	65
Tabel 4.27 Nada Penyampaian: Durasi Video.....	65
Tabel 4.28 Nada Penyampaian: Durasi Video.....	66
Tabel 4.29 Nada Penyampaian: Frekuensi Video	66
Tabel 4.30 Nada Penyampaian: Frekuensi Video	67
Tabel 4.31 Nada Penyampaian: Tampilan Video	67
Tabel 4.32 Nada Penyampaian: Tampilan Video	68
Tabel 4.33 Nada Penyampaian: Tampilan Video	68
Tabel 4.34 Nada Penyampaian: Tampilan Video	69
Tabel 4.35 Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi	70
Tabel 4.36 Kesadaran: Kesadaran Mengenai <i>Strawberry Generation</i>.....	71
Tabel 4.37 Kesadaran: Kesadaran Mengenai <i>Strawberry Generation</i>	71
Tabel 4.38 Kesadaran: Kesadaran Mengenai <i>Strawberry Generation</i>	72
Tabel 4.39 Kesadaran: Kesadaran Mengenai Ciri-Ciri Strawberry Generation	72
Tabel 4.40 Kesadaran: Kesadaran Mengenai Ciri-Ciri Strawberry Generation	73
Tabel 4.41 Kesadaran: Kesadaran Mengenai Ciri-Ciri Strawberry Generation	73
Tabel 4.42 Kesadaran: Kesadaran Strawberry Parents	74
Tabel 4.43 Kesadaran: Kesadaran Strawberry Parents	74

Tabel 4.44 Tindakan: Tindakan Pola Asuh Strawberry Generation.....	75
Tabel 4.45 Tindakan: Tindakan Pola Asuh Strawberry Generation.....	75
Tabel 4.46 Tindakan: Tindakan Pola Asuh Strawberry Generation.....	76
Tabel 4.47 Tindakan: Tidakan Pola Komunikasi Kepada Strawberry Generation	76
Tabel 4.48 Tindakan: Tidakan Pola Komunikasi Kepada Strawberry Generation	77
Tabel 4.49 Penerimaan: Generasi Stroberi	77
Tabel 4.50 Penerimaan: Peran Sebagai Orang Tua	78
Tabel 4.51 Penerimaan: Peran Sebagai Orang Tua	79
Tabel 4.52 Sikap: Ganjaran	79
Tabel 4.53 Sikap: Ganjaran	80
Tabel 4.54 Sikap: Pembagian Peran Orang Tua	80
Tabel 4.55 Sikap: Pembagian Peran Orang Tua	81
Tabel 4.56 Pengetahuan Followers	82
Tabel 4.57 Uji Validitas Variabel X	84
Tabel 4.58 Uji Validitas Variabel Y	86
Tabel 4.59 Uji Reliabilitas Variabel X & Y	87
Tabel 4.60 Uji Normalitas	88
Tabel 4.61 Uji Linieritas	89
Tabel 4.62 Uji Korelasi dan Determinasi	89
Tabel 4.63 Uji T (Koefisiensi Regresi Sederhana)	90
Tabel 4.64 Uji Nilai Signifikan Regresi Linear	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Profil Akun TikTok @oureverydaythings.....	46
Gambar 2. Part 1 Konten Strawberry Generation @oureverydaythings	46
Gambar 3. Part 2 Konten Strawberry Generation @oureverydaythings	47
Gambar 4. Part 3 Konten Strawberry Generation @oureverydaythings	48
Gambar 5. Part 4 Konten Strawberry Generation @oureverydaythings	48
Gambar 6. Konten Pada Akun TikTok Leonny @oureverydaythings ...	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing.....	104
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Skripsi.....	105
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	106
Lampiran 4 Penyebaran Kuesioner Kepada Followers Akun TikTok Leonny	117
Lampiran 5 Coodingsheet.....	118
Lampiran 7 Curriculum Vitae	119

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Citra diri adalah bagaimana seseorang menggambarkan dirinya sendiri melalui penilaian tentang dirinya untuk memahami identitasnya di mata dunia.¹ Oleh sebab itu, setiap orang diharapkan mampu membangun dan mengembangkan citra dirinya sebaik mungkin. Citra diri yang positif tidak hanya mencakup penampilan secara fisik, namun citra diri juga mencakup keadaan seperti perasaan, sikap, perilaku, dan aktivitas pribadi. Kesan pertama yang diterima seorang anak adalah benih citra diri yang akan terus bertumbuh sehingga anak tersebut membentuk citra diri dan harga dirinya. Orang tua menjadi peran yang utama dalam pembentukan citra diri, sebelum membentuk citra diri anak, tentu orang tua perlu membentuk citra dirinya sendiri.

Menjadi orang tua dan membangun keluarga adalah tantangan yang memerlukan kesiapan diri terutama bagi muda mudi yang ingin menikah dan mempunyai anak, tentu bagi mereka masih minim dengan pengalaman mengenai kehidupan setelah menikah. Seiring dengan perkembangan generasi pun, pasangan muda yang ingin menikah pada generasi saat ini memiliki gaya mereka sendiri dalam berumah tangga maupun mengasuh anak. Bila mereka tidak mampu mengatasi konflik sampai dengan *parenting stress* (mengalami tekanan dan kecemasan) yang dialami oleh orang tua dalam proses pengasuhan, maka akan terjadi perilaku yang tidak diharapkan itu terjadi, seperti kekerasan terhadap anak. Maka diperlukan kepedulian untuk memahami edukasi parenting sehingga sudah siap baik secara mental maupun fisik.

David D. Burns M.D (1988) menyatakan bahwa parenting adalah segala tindakan yang merupakan bagian dari proses interaksi yang terjadi langsung secara

¹ Dianingtyas M. Putri, Skripsi: “Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Universitas Bakrie” (Jakarta: Universitas Bakrie, 2018), hal. 1.

terus-menerus dan mempengaruhi tidak hanya bagi seorang anak tetapi juga mempengaruhi tindakan bagi orang dewasa yang lebih tua untuk melindungi, mengasuh, mengajar, mendisiplinkan dan membimbing anak sejak lahir hingga dewasa.² Pola asuh adalah salah satu hal terpenting dalam perkembangan anak. Dalam pengasuhan, seorang anak akan mendapat bimbingan dan arahan dari setiap orang tua selama mereka masih dalam kandungan. Mengasuh atau mendidik anak mengandung arti bahwa, terpenuhinya kebutuhan fisik terutama makanan dan minuman, dan juga kebutuhan psikologis yaitu kasih sayang, rasa aman dan pergaulan dengan masyarakat sekitar, sehingga seorang anak dapat hidup harmonis dengan lingkungannya. Keluarga adalah komunitas terkecil dalam kehidupan manusia. Ketika seorang manusia dilahirkan, maka hal yang langsung berpengaruh terhadap kehidupannya adalah kehadiran orang tuanya.

Banyak pasangan muda yang belum mengenal citra dirinya sebagai orang tua, bagaimana menjadi seorang ibu semestinya dan bagaimana menjadi seorang ayah yang biasanya bekerja keras, tidak jarang ada waktu bersama anak, anak memerlukan peran dari kedua orang tuanya dalam pertumbuhannya. Selain itu, banyak pasangan keluarga muda yang tidak begitu peduli untuk memahami edukasi parenting, sehingga banyak orang tua yang mengalami ketegangan dan kecemasan dalam beradaptasi dengan permintaan atau kebutuhan anak, dan menyebabkan ketidaksesuaian dalam respon orang tua ketika menanggapi konflik dengan anak-anak mereka. Adapun kasus, dilansir dari (Liputan6.com, 2023) aksi seorang ibu memberikan kopi kepada bayi yang baru berusia 7 bulan, dikatakan juga ibu tersebut memberikan makanan pedas kepada bayinya, mengingat bahwa kopi dan makanan pedas tidak disarankan untuk balita, terlebih jika masih dibawah 2 tahun.³ Kasus ini sampai menjadi perhatian oleh Presiden Indonesia Bapak Joko Widodo. Terkait dengan kasus tersebut, dapat dikatakan bahwa menjadi ibu ataupun orang

² Siti Aminah, “*Pengertian Parenting Menurut Para Ahli*”, diakses dari: <https://madinaworld.id/pengertian-parenting-menurut-para-ahli/> pada tanggal 7 Februari 2023.

³ Benedikta Desideria, “*Viral Ibu Beri Kopi Instan ke Bayi 7 Bulan, Dokter Anak Ingatkan Ini*”, diakses dari: [Viral Ibu Beri Kopi Instan ke Bayi 7 Bulan, Dokter Anak Ingatkan Ini - Health Liputan6.com](https://liputan6.com) pada tanggal 23 Januari 2023.

tua membutuhkan ilmu atau edukasi. Dari kasus tersebut sebagai contoh bahwa seorang ibu belum memahami citra dirinya.

Banyak juga terjadi kasus kekerasan yang melibatkan anak didalamnya, serta banyak anak yang merasa cemas, depresi sampai dengan rasa ingin bunuh diri. Terdapat data yang dilansir dari WHO (*World Health Organization*) yang menyatakan pada tahun 2020 menunjukkan bahwa gangguan kecemasan adalah yang paling umum pada kelompok usia ini dan sering terjadi pada remaja yang lebih tua daripada remaja yang lebih muda. Diperkirakan depresi setidaknya dialami oleh sebanyak 1,1% remaja berusia 10-14 tahun dan 2,8% remaja berusia 15-19 tahun. Depresi dapat menyebabkan bunuh diri.⁴ Adapun data lainnya dari Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) melaporkan pada Juli 2020 terdapat lebih dari 3.200 (13 %) anak Sekolah Dasar hingga SMA di 34 provinsi di Indonesia dengan gejala yang mengarah pada gangguan depresi ringan hingga berat. Sebagian besar, 93% gejala depresi tersebut dialami pada anak usia rentang dari 14-18 tahun, sedangkan sisanya 7% dialami pada anak usia 10-13 tahun.⁵ Pada tahun 2021, Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) menerima 2.982 pengaduan masyarakat terkait kasus perlindungan anak perorangan. Dari jumlah tersebut, paling banyak 1.138 kasus kekerasan fisik dan/atau mental yang dilaporkan. Di antara kekerasan fisik dan psikis, terdapat 574 penganiayaan, 515 kekerasan mental atau psikis, 35 pembunuhan dan 14 anak korban tawuran. Pelaku kekerasan fisik dan/atau psikis terhadap korban seringkali adalah orang-orang yang dikenal korban, seperti teman, tetangga, guru, bahkan kerabat.⁶ Cukup besar persentase dari data-data di atas, maka dari itu perlu adanya edukasi parenting yang sangat dibutuhkan untuk masyarakat agar terhindar dari hal-hal seperti di atas.

⁴ WHO., “*Mental Health Of Adolescents*”, diakses dari: [Mental health of adolescents \(who.int\)](https://www.who.int/mentalhealth/adolescent/) pada tanggal 7 Februari 2023.

⁵ Nora Azizah, “KPPPA: 13 Persen Anak SD Hingga SMA Alami Gangguan Depresi”, diakses dari: [KPPPA: 13 Persen Anak SD Hingga SMA Alami Gangguan Depresi | Republika Online](https://www.republika.co.id/berita/kpppa-13-persen-anak-sd-hingga-sma-alami-gangguan-depresi-2023/01/28/kpppa-13-persen-anak-sd-hingga-sma-alami-gangguan-depresi-2023/01/28) pada tanggal 28 Januari 2023.

⁶ Vika Azkiya Dihni, “KPAI: Aduan Anak Jadi Korban Kekerasan Fisik Mendominasi pada 2021”, diakses dari: [KPAI: Aduan Anak Jadi Korban Kekerasan Fisik Mendominasi pada 2021 \(katadata.co.id\)](https://katadata.co.id/katadata.co.id/article/kpai-aduan-anak-jadi-korban-kekerasan-fisik-mendominasi-pada-2021) pada tanggal 29 Januari 2023.

Saat ini kita pernah mendengar tentang generasi stroberi, di mana anak memiliki pribadi yang rapuh dari generasi sebelumnya, lebih mudah sakit hati, lebih mudah rewel, sensitif, generasi stroberi ini dikatakan sebagai generasi yang kreatif namun mudah menyerah. Saat ini banyak sekali informasi mengenai parenting yang tersedia di media sosial. Seiring dengan perkembangan zaman, kehadiran teknologi komunikasi yaitu internet dapat menimbulkan berbagai perubahan dalam kehidupan sosial manusia. Dengan hadirnya alat komunikasi seperti ponsel pintar serta media sosial memudahkan kita untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan siapa saja dan di mana saja.

Salah satu aplikasi media sosial yang sedang ramai dikonsumsi publik di Indonesia adalah TikTok. Pada tahun 2021 TikTok menjadi media yang paling banyak diminati oleh berbagai kalangan sebagai media penyebaran informasi. Begitupun di TikTok banyak yang menampilkan konten edukasi, salah satunya edukasi parenting yang dibagikan Leonny “oureverydaythings” melalui aplikasi TikTok.

Leonny adalah ibu dari 3 anak, yang baru aktif dalam berbagi mengenai kehidupan sehari-harinya di media sosial. Melalui Aplikasi TikTok Leonny membagikan informasi edukasi parenting untuk berbagi cerita, juga tips mengenai pola pengasuhan anak seperti, bagaimana menghadapi anak yang rewel, bagaimana cara berkomunikasi dan menghadapi bila ada 2 anak yang sedang merebutkan mainan, di mana anak juga tidak bisa dimanjakan terus, mengajarkan anak sebelum bertamu ke rumah orang. Pola asuh yang dihadapi orang tua dan anak saat ini adalah *strawberry generation*, di mana pembahasan mengenai *strawberry generation* tidak ada di akun TikTok lain. Oleh karena itu, konten dari Leonny menarik untuk diteliti, karena sejalan dengan perkembangan zaman yang memerlukan edukasi parenting. Unggahan di akun TikTok Leonny diikuti oleh 75,0K pengikutnya, meskipun tertera ribuan pengikut namun ini tetap menjadi permasalahan, akun TikTok ini tidak banyak diketahui orang, padahal akunnya menarik dan inspiratif. Penelitian ini berusaha melihat bagaimana pengaruh dari konten Leonny, karena banyak informasi parenting yang sangat kreatif dan mendapatkan komentar positif karena

menginspirasi berbagai pihak, dari usia remaja juga dewasa, serta para orang tua khususnya pasangan muda.

Konten Edukasi Parenting di Akun TikTok @Leonny diduga dapat mempengaruhi citra diri yang positif bagi *followers*, sehingga dapat menghindari terjadinya kasus-kasus yang terjadi pada kehidupan sehari-hari masyarakat, untuk mengetahui bagaimana menyikapi generasi stroberi yang manja, yang egois, dan menyadarkan masyarakat tentang perlunya edukasi mengenai pentingnya ilmu parenting, serta pentingnya menanamkan citra diri yang positif guna meminimalisir terjadinya permasalahan seperti pembangkangan, gangguan mental, kekerasan anak secara psikis maupun fisik, dan berbagai permasalahan antara orang tua dan anak lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, rumusan masalah dalam penulisan ini adalah seberapa besar pengaruh konten edukasi TikTok Leonny mengenai *Strawberry Generation* dalam meningkatkan pengetahuan untuk membangun citra diri *followers*?

1.3 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Seberapa besar kategori konten edukasi parenting tentang *strawberry generation* menurut *followers*
2. Seberapa tinggi pengetahuan untuk membangun citra diri *followers* dapat dilihat dari konten edukasi parenting @Leonny di TikTok

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar kategori konten edukasi parenting tentang *strawberry generation* menurut *followers*
2. Untuk mengetahui seberapa tinggi pengetahuan untuk membangun citra diri *followers* dapat dilihat dari konten edukasi parenting @Leonny di TikTok

1.5. Manfaat Penelitian

Terdapat dua manfaat dalam penelitian ini, diharapkan memperoleh kegunaan secara praktis dan teoritis sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan praktik bagi *followers* dalam meningkatkan pengetahuan untuk membentuk dan membangun citra diri sebagai orangtua, dalam mendidik anak, menyikapi generasi stroberi membahas bagaimana peran edukasi parenting itu dapat menjadi informasi yang berguna melalui platform media sosial sehingga memberikan ilmu kepada masyarakat mengenai komunikasi antara orang tua dengan anak.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dilakukan dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam studi yang berfokus pada citra diri, komunikasi orang tua dengan anak, juga yang membahas mengenai media sosial TikTok yang menjadi platform untuk membagikan informasi edukasi parenting.

1.6 Penelitian Terdahulu

Table 1.1 Penelitian Terdahulu

1.	Nama Peneliti dan Asal Univ./Lembaga	Dian Nurvita Sari, Abdul Basit (Universitas Mercu Buana Jakarta, Universitas Muhammadiyah Tangerang, 2020)
	Judul Penelitian	Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting
	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi
	Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa <i>followers</i> akun instagram @parentalk.id menghasilkan tiga respon setelah melihat postingan tersebut. Respons tersebut adalah respon kognitif,

		respon afektif dan respon perilaku. Peneliti melihat para <i>followers</i> benar-benar mengalami sikap atau emosi pada dirinya. Perubahan yang terjadi adalah mereka cenderung memiliki keinginan untuk memberikan <i>like</i> kepada postingan akun instagram @parentalk.id, membaca postingan atau menonton video sehingga informasi dapat tersalurkan dengan baik
	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media edukasi parenting di kalangan ibu muda
	Teori Penelitian	Penelitian ini menggunakan Teori <i>Uses and Gratification</i>
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini berdasarkan pada pendekatan Kualitatif, dan mengambil konten parenting melalui media sosial instagram pada akun @parentalk.id dan berfokus pada media sosial sebagai media atau platform dari edukasi parenting. Sedangkan penulis mengambil penelitian dengan metode kuantitatif dan mengambil subjek dari TikTok pada akun Leonny yang membahas generasi stroberi
2.	Nama Peneliti dan Asal Univ./Lembaga	Mutia Rahmi Pratiwi, Swita Amallia Hapsari, dan Egia Rosi Subhiyakto (Universitas Dian Nuswantoro, 2022)
	Judul Penelitian	Pola Konsumsi Generasi Millennial Dalam Mengakses Media Edukasi Parenting

	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi
	Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan tujuh informan yang menggunakan empat website parenting yaitu <i>The Asian Parent</i> , <i>The Urban Mama</i> , <i>PopMama</i> dan Teman Bumil. Informan menyatakan bahwa jaringan parenting yang digunakan memenuhi kriteria sebagai media informasi yang ideal dengan kriteria akurasi, kepentingan, ketepatan waktu dan kelengkapan. Alasan utama informan mengakses web parenting adalah karena mereka sedang mempersiapkan diri untuk jenjang kehidupan selanjutnya dan oleh karena itu membutuhkan sumber daya pendidikan yang memenuhi kebutuhan informasi mereka dan menjadi salah satu sistem pendukung mereka.
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola komunikasi generasi milenial dalam mengakses berbagai media parenting.
	Teori Penelitian	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori media informasi oleh Mc.Leod dan Chaffe.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini untuk mendeskripsikan pengalaman para generasi millennial dalam menggunakan media parenting, metode yang diambil pun adalah kualitatif. Penelitian yang diteliti oleh penulis bertolakbelakang yang diambil secara kuantitatif, berfokus pada bagaimana edukasi parenting mengenai <i>strawberry generation</i> dapat membangun citra diri seseorang melalui konten TikTok Leonny.

3.	Nama Peneliti dan Asal Univ./Lembaga	Dianingtyas M. Putri (Universitas Bakrie, 2018)
	Judul Penelitian	PROSES PEMBENTUKAN CITRA DIRI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BAKRIE
	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis pengelolaan data
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kebutuhan kognitif (kebutuhan informasi) yang membuat pengguna membentuk citra diri, serta kemampuan integratif personal dan sosial.
	Tujuan Penelitian	Tujuan dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana proses pembentukan citra diri melalui media sosial Instagram pada mahasiswa Universitas Bakrie selaku pengguna aktif dalam media sosial Instagram.
	Teori Penelitian	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori psikologi sosial.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan citra diri (<i>self-image</i>) melalui media sosial Instagram, dengan metode penelitian yang diambil adalah kualitatif, sedangkan tujuan dari penelitian penulis untuk mengetahui pengaruh citra diri dari <i>followers</i> akun media sosial TikTok dalam melihat konten edukasi mengenai generasi stroberi

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Komunikasi

Pengertian komunikasi oleh William C. Himstreet & Wayne Murlin Baty (dalam Kaukab, 2020), adalah proses pertukaran informasi antara individu-individu melalui sistem standar, atau melalui simbol, sinyal, perilaku, atau tindakan.⁷ Komunikasi adalah hubungan kontak antar manusia, baik individu maupun kelompok, komunikasi merupakan bagian dari kehidupan seseorang tanpa disadari. Komunikasi bisa terjadi antar individu juga melalui media.

Everett. M. Rogers (dalam Nurudin, 2016:38) mengemukakan pengertian tentang komunikasi adalah "Proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka".⁸

Komunikasi sebagai ilmu yang sangat penting dan diperlukan dalam kehidupan sehari-hari manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup. Efendy dalam bukunya berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, mengemukakan bahwa fungsi komunikasi sebagai berikut:

a. Menyampaikan Informasi (*To Inform*)

Untuk menyampaikan informasi, berarti memberikan informasi tentang suatu peristiwa baik, masalah, pendapat atau pemikiran, segala tingkah laku orang lain dan apa yang disampaikan orang lain. Dengan adanya komunikasi, seseorang dapat mengetahui hal-hal tersebut.

b. Mendidik (*To Educate*)

Komunikasi sebagai sarana Pendidikan sehingga seseorang dapat menyampaikan segala bentuk gagasan atau ide kepada orang lain. Dengan

⁷ M. Elfan Kaukab, *Pengetahuan Dasar Public Relations*, (Wonosobo: FEB UNSIQ Wonosobo, 2020), hal. 18.

⁸ Nurudin, *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Popular*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hal. 38.

demikian komunikasi dapat menambah wawasan serta pengetahuan kita mengenai segala hal.

c. Menghibur (*To Entertain*)

Komunikasi dapat berfungsi juga sebagai penghibur. Dengan komunikasi, kita dapat memperoleh hiburan, menghibur orang lain atau menyenangkan hati orang lain.

d. Mempengaruhi (*To Influence*)

Selain fungsi di atas, komunikasi juga sebagai mempengaruhi. Komunikasi yang dilakukan setiap orang, dapat memberikan suatu bujukan atau pengaruh terhadap orang lain, untuk menjadi apa yang diharapkan (Effendy, 2015).⁹

Terlihat bahwa komunikasi memiliki peranan dalam kehidupan manusia selain untuk melakukan interaksi atau berhubungan dengan sesama. Dengan berkomunikasi, seseorang tidak hanya dapat menyampaikan informasi, melainkan menambah wawasan akan segala hal yang diinginkannya, memperoleh hiburan atau menghibur orang lain dan mempengaruhi seseorang. Fase pertama manusia mengenal komunikasi adalah melalui keluarga.

2.1.1 Komunikasi Keluarga

Istilah keluarga adalah sebutan untuk sekelompok orang yang bekerja sama, bekerja keras bersama, dan mengutamakan kepentingan keluarga di atas kepentingan pribadi. Keluarga dibentuk oleh munculnya hubungan seperti perkawinan, hubungan darah atau keluarga yang dibentuk melalui hubungan adopsi. Adanya hubungan tersebut pada akhirnya menimbulkan proses komunikasi dalam suatu kelompok tertentu. Komunikasi menghubungkan individu dengan anggota keluarga lainnya (Nurul et al., 2022).¹⁰ Sebuah keluarga memiliki kekuasaan untuk membatasi perilaku setiap anggota keluarga untuk memastikan bahwa tujuan yang ingin dicapai bersama selaras.

⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), hal. 8.

¹⁰ Ihsanie Nurul Aulia, Andi Muttaqin & Muhammad Idris, “Pola Komunikasi Keluarga Single Parent Dalam Mengembangkan Konsep Diri Anak Perempuan Di Kecamatan Wajo Kota Makassar”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 3 No. 3 (September, 2022), 198.

Komunikasi dan keluarga adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan karena saling terkait. Setiap kelompok masyarakat membutuhkan komunikasi untuk menjamin kelangsungan kehidupan sehari-hari dan kelancaran fungsi kegiatan kelompok selama sosialisasi. Peran keluarga dalam perkembangan anak sangat penting, kecintaan orang tua terhadap anaknya, sikap orang tua terhadap anaknya sangat penting dalam membantu, membentuk kepribadian dan mendidik anak. Melalui keluarga penanaman nilai-nilai dalam kehidupan baik dari segi agama, lingkungan dan budaya diajarkan sebagai bagian penting dalam membentuk anak yang berkarakter baik dan mampu bergaul dalam masyarakat.¹¹

Hurlock (dalam Tuti Bahfiarti, 2016) menyatakan bahwa komunikasi keluarga adalah pembentukan pola kehidupan yang di dalamnya terdapat unsur-unsur yang mendidik dalam keluarga, yang membentuk sikap, membentuk perilaku anak dan mempengaruhi perkembangan anak.¹² Peran orang tua selalu memiliki pengaruh dan tanggung jawab yang besar bagi keberlangsungan hidup anaknya. Orang tua pada umumnya adalah orang yang rela mengorbankan kepentingan pribadinya demi pendidikan anak dan kesuksesan masa depan anak.

Disampaikan oleh Aziz Safrudin (2015), Komunikasi keluarga adalah organisasi yang menggunakan kata-kata, gerak tubuh, nada suara, dan tindakan untuk menciptakan ekspektasi visual, mengungkapkan perasaan, dan berbagi pemahaman. Berdasarkan pemahaman ini, kata-kata, gerak tubuh, intonasi suara, dan tindakan bertujuan untuk mengajar, mempengaruhi, dan menanamkan pemahaman. Walaupun tujuan utama dari komunikasi ini adalah untuk memulai dan menjaga interaksi antara satu anggota dengan anggota lainnya untuk menciptakan komunikasi yang efektif.¹³

Komunikasi dalam keluarga juga dapat diartikan sebagai kesediaan untuk secara terbuka membicarakan segala sesuatu dalam keluarga, baik yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan, juga kesediaan untuk

¹¹ Nabila Husna Lailiya, "*Peran Lingkungan Keluarga Terhadap Perkembangan Anak*", diakses dari: [Peran Lingkungan Keluarga Terhadap Perkembangan Anak | kumparan.com](https://kumparan.com) pada tanggal 16 Juni 2023.

¹² Tuti Bahfiarti, *Komunikasi Keluarga*, (Makassar: Kedai Buku Jenny, 2016), hal. 70.

¹³ Safrudin Aziz, *Pendidikan Keluarga Konsep dan Strategi*, (Yogyakarta: Gava Media, 2015), hal. 235.

menyelesaikan masalah-masalah dalam keluarga dengan pembicaraan yang dijalani dalam kesabaran dan kejujuran serta keterbukaan. Dengan bantuan komunikasi, permasalahan yang terjadi diantara anggota keluarga dapat dibicarakan dengan mengambil solusi terbaiknya.¹⁴

Berdasarkan uraian di atas, keluarga merupakan kelompok sosial pertama dalam kehidupan seseorang di mana mereka belajar dan mengekspresikan diri sebagai pribadi sosial dengan cara berinteraksi dengan kelompoknya. Selain itu, keluarga merupakan lingkungan pendidikan yang paling penting. Biarkan anak-anak tahu segalanya sampai mereka tahu dan mengerti. Ketika peran dalam kehidupan keluarga, terutama peran orang tua diabaikan, maka akan mempengaruhi kepribadian anak.

Oleh karena itu, orang tua bertanggung jawab atas proses pembentukan kepribadian anak, sehingga selalu diharapkan untuk menjadi pihak yang mengarahkan, mengawasi dan mengarahkan perkembangan anak melalui interaksi yang dibangun dalam bentuk komunikasi yang baik antara orang tua dan anak dalam lingkungan keluarga. Setiap keluarga memiliki kebiasaan sendiri dalam berkomunikasi dengan anak-anak mereka.

2.2 Parenting

Parenting adalah orang yang sedang melakukan atau mengerjakan aktivitas sebagai orang tua. Selanjutnya kata parenting berdasar makna atau arti merupakan ilmu tentang mengasuh, membimbing, serta mendidik anak dengan cara baik dan benar. Menurut Widodo (dalam Suci & Rini, 2018) pola asuh orang tua merupakan sebuah proses interaksi antara orang tua dan anak, yaitu bagaimana sikap atau perilaku orang tua saat berinteraksi dengan anak.¹⁵ Karena pola pengasuhan yang dilakukan oleh orang tua dapat berpengaruh pada pendidikan anak.

¹⁴ Riki Alfitra, “*Komunikasi Dalam Keluarga. Kelompok Dan Masyarakat*”, diakses dari: [Komunikasi Dalam Keluarga. Kelompok Dan Masyarakat | PDF \(scribd.com\)](https://www.scribd.com/document/688888888/Komunikasi-Dalam-Keluarga-Kelompok-Dan-Masyarakat) pada tanggal 15 Juni 2023

¹⁵ Suci Amin & Rini Harianti, *Pola Asuh Orang Tua dalam Motivasi Belajar Anak*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 1.

Jane B Brooks (penulis buku “*The Process of Parenting*”) juga mendefinisikan Pola asuh adalah suatu proses yang mengacu pada serangkaian tindakan dan interaksi yang dilakukan orang tua untuk mendukung perkembangan anak. Proses pengasuhan bukanlah hubungan satu arah dimana orang tua hanya mempengaruhi anaknya, tetapi lebih dari itu, pengasuhan merupakan proses interaktif antara orang tua dan anak yang dipengaruhi oleh budaya, budaya dan pranata sosial dimana anak dibesarkan (Brooks, 2010).¹⁶

Jerome kagan mendefinisikan pengasuhan (*parenting*) sebagai serangkaian keputusan tentang sosialisasi pada anak. Didalamnya terdapat apa yang harus dilakukan oleh orang tua atau pengasuh, untuk memfasilitasi agar anak mampu bertanggung jawab dan berkontribusi sebagai bagian dari masyarakat. Prof. David D. Burns M.D menyebutkan bahwa pengasuhan merupakan sebuah proses interaksi yang berlangsung terus-menerus dan mempengaruhi bukan hanya bagi anak juga bagi orang tua.¹⁷

Parenting memiliki berbagai makna. Secara istilah tersebut dapat diidentifikasi sebagai proses pengasuhan. Dalam bahasa Indonesia, kata parenting mengandung arti suatu cara atau cara yang dilakukan orang tua untuk memenuhi kebutuhan psikofisiologis anaknya, antara lain membesarkan anak sesuai dengan aturan dan standar yang diterapkan orang tua, serta penanaman dan pemaksaan nilai-nilai pada anak.

Setiap individu akan mengalami fase perkembangan, dimulai dari masa anak-anak, masa pertumbuhan emas atau disebut sebagai *golden age*. Keberlangsungan edukasi di fase ini merupakan pondasi penting bagi anak karena menjadi penentu keberhasilan seseorang di masa berikutnya di masa remaja hingga dewasa.¹⁸

Orang tua sebagai figur yang memegang peran penting dalam proses pengasuhan dituntut untuk terus mendukung dalam memelihara pertumbuhan anak tidak hanya secara fisik namun yang terpenting juga membentuk kelekatan

¹⁶ Jane B Brooks, *The Process of Parenting*, (USA: Mayfield Publising, 2010) hal. 51.

¹⁷ Nefrijanti, “*Definisi dan Pendapat Para Ahli tentang Pengasuhan (Parenting)*”, diakses dari: [Definisi dan Pendapat Para Ahli tentang Pengasuhan \(Parenting\) | Pusat Kemandirian Anak](#) pada tanggal 16 Januari 2023.

¹⁸ Annisa Ayu Marhamah & Fidesrinur, “*Gambaran Strategi Orang Tua dalam Penanganan Fenomena Sibling Rivalry pada Anak Usia Pra Sekolah*”. Jurnal AUDHI, Vol. 2 No. 1 (2019), 31.

emosional dan ikatan psikologis dengan anak (Brooks, 2001). Penting bagi orang tua menggunakan pola pengasuhan yang tepat, sebab cara orang tua mengasuh anak akan sangat berhubungan dengan bagaimana perasaan anak tentang dirinya dan bagaimana anak berelasi dengan orang lain.

Edukasi parenting merupakan cara untuk memfasilitasi, meningkatkan dan mempengaruhi orang tua dalam memberikan perilaku yang bersifat positif pada perkembangan seorang anak.¹⁹ Edukasi parenting dapat menjadi suatu hal yang memberikan pengetahuan serta wawasan bagi orang tua dalam mengasuh anak. Pada saat ini, program-program formal maupun melalui media massa sudah banyak pendidikan pengasuhan yang tentu memiliki respon yang cukup baik bagi orang tua yang ingin mendapatkan suatu pendidikan dalam pengasuhan anak.

Tujuan parenting adalah untuk membekali orang tua supaya tidak salah dalam mendidik dan mengasuh anak-anaknya. Hubungan yang harmonis antara orang tua dan anak akan memudahkan orang tua membentuk karakter anak.²⁰ Meningkatkan kesadaran orang tua terhadap pentingnya pendampingan belajar anak. Selain daripada itu, dapat menciptakan dan menjalin komunikasi yang baik antara orangtua dengan anak kelak.

Maka pemahaman pola asuh adalah cara bagaimana orang tua menggunakan pengetahuan tentang pengasuhan dalam mendidik dan membesarkan anak. pola asuh adalah kegiatan kompleks yang meliputi banyak perilaku spesifik yang bekerja sendiri atau bersama yang memiliki dampak pada anak. Pada dasarnya komunikasi dalam keluarga khususnya antara orang tua dan anak memiliki kontribusi yang luar biasa bagi kedua belah pihak, karena komunikasi efektif dan efektif yang dilakukan setiap saat dapat menciptakan keakraban, keterbukaan, kepedulian antara kedua belah pihak dan orang tua dapat saling berkomunikasi dengan lebih baik. Lainnya Mengetahui perkembangan anak baik secara fisik maupun psikis. Bentuk dari pola asuh orang tua kepada anak ada 4 tipe, yakni;

¹⁹ Mutiara Suci, Nandang Mulyana, & Hery Wibowo, “Teknik Parenting dan Pengasuhan Anak Studi Deskriptif Penerapan Teknik Parenting di Rumah Parenting Yayasan Cahaya Insan Pratama Bandung”. Jurnal Prosiding KS: Riset & PKM, Vol. 3 No. 2 (2016), 245.

²⁰ Nita Oktifa, “Pentingnya Ilmu Parenting Bagi Ibu Muda Millenial”, diakses dari: [Pentingnya Ilmu Parenting Bagi Ibu Muda Millenial \(akupintar.id\)](https://akupintar.id) pada tanggal 25 Juli 2023.

1. Pola Asuh Demokratis, karakter dari pola asuh ini adalah keseimbangan antara bersikap tegas, tetapi juga hangat dan suportif. Pola asuh ini berdampak pada kemampuan bersosialisasi yang baik, harga diri anak dan kemandirian anak yang baik.
2. Pola Asuh Otoriter, di mana orang tua memiliki tingkat kontrol yang tinggi terhadap anak, tetapi tidak responsif. Yang terpenting anak patuh kepada mereka. Pola asuh ini berdampak kepada *self-esteem* atau rasa keberhargaan diri kepada anak.
3. Pola Asuh Permisif, orang tua dengan pola asuh ini, memberikan dukungan dan memenuhi permintaan anak secara berlebihan, sedikit bahkan tidak menuntut disiplin dan kedewasaan anak. Pola asuh ini membentuk anak yang manja, agresif, egois atau tidak peduli kepada orang lain.
4. Pola Asuh Mengabaikan atau *Neglected*, karakteristik pola asuh ini adalah karakter orang tua yang tidak terlibat kepada kehidupan anak, orang tua hanya fokus kepada kebutuhan diri sendiri, orang tua dengan pola asuh ini biasa mengalami stress hingga depresi, pola asuh ini membentuk anak menjadi susah bersosialisasi.²¹

Tentu tanpa disadari orang tua bisa menerapkan ke empat pola asuh tersebut dalam situasi yang berbeda-beda, namun pasti ada satu pola asuh yang paling dominan.

2.3 Strawberry Generation

Strawberry Generation, istilah ini awalnya muncul dari Taiwan untuk orang yang lahir setelah 1990 an. Pemilihan buah stroberi untuk generasi baru ini karena buah strawberry identik dengan tampilan yang indah dan eksotis, namun begitu diberi tekanan sedikit akan mudah hancur. Generasi ini menunjukkan manusia yang tidak dapat menahan tekanan sosial. Diilustrasikan oleh Rhenald Kasali dalam bukunya yang berjudul “*strawberry generation*”, cobalah pakai sikat gigi untuk

²¹ Armita Rahardini, “*Mengenal 4 Tipe Pola Asuh Anak dan Pengaruhnya terhadap Perkembangan*”, diakses dari: [4 Tipe Pola Asuh Anak dan Dampaknya pada Anak \(sehatq.com\)](https://sehatq.com/4-Tipe-Pola-Asuh-Anak-dan-Dampaknya-pada-Anak/) pada tanggal 8 Maret 2023.

menyikat *strawberry*. Pasti bagian luar *strawberry* tersebut mudah rusak. Padahal, sikat gigi itu cukup lembut untuk gigi kita (Rhenald Kasali, 2017:236).²² Sehingga dikatakan menjadi sebuah bagian dari suatu generasi yang rapuh meski terlihat indah. Generasi ini begitu mudah galau, banyak berhalusinasi dan mudah sekali mengungkapkan kegaluannya ke mana-mana, termasuk ke teman-temannya. Sebagian besar menyalurkannya melalui media sosial. Mereka memasangnya sebagai status di berbagai gawainya. Prof. Rhenald Kasali mendefinisikan generasi stroberi sebagai generasi yang penuh dengan gagasan kreatif tapi mudah menyerah dan mudah sakit hati.²³

Pola asuh memiliki faktor penting dalam terciptanya generasi stroberi, didikan orang tua yang terlalu memanjakan anak dapat berdampak pada pola pikir yang tidak realistis, Maka dari itu istilah generasi stroberi adalah dampak dari pola asuh *strawberry parents*. Ketika membahas tentang generasi stroberi, kita harus menyadari bahwa tidak hanya generasi ini yang perlu menjadi perhatian, tetapi juga pola asuh orang tua stroberi yang mempengaruhinya. Di mana orang tua tidak memiliki peranan yang kuat untuk membentuk kepribadian anak, sehingga *strawberry parents* ini menekankan pada pola asuh yang memanjakan anak. Tentu pola komunikasi yang disampaikan orang tua kepada anak juga berpengaruh dalam pembentukan pribadi anak untuk menjadi generasi stroberi, contohnya dengan panggilan si pemalas, susah diatur, lamban dan kata kata lain tersebut berefek pada pola pikir anak di masa depan, munculnya rasa tidak percaya diri, kurang bersemangat dalam menginginkan sesuatu karena anak mengiyakan apa yang orang tua mereka pernah katakan. Selain itu ciri-ciri dari *Strawberry Parents*, melakukan kompensasi waktu dengan uang, orang tua yang cenderung sibuk dengan pekerjaannya, membelikan apapun yang diinginkan anak, adapun orang tua yang merasa repot mengasuh anak, sehingga menyewa pengasuh. Ini menyebabkan anak tumbuh tidak dekat dengan orang tua nya dan menyebabkan anak berpikir bahwa uang sebagai pengganti waktu orang tuanya.

²² Rhenald Kasali, *Strawberry Generation*, (Jakarta: Mizan, 2017), hal. 236.

²³ Ibid., 236-237.

Penulis dapat simpulkan bahwa *strawberry generation* ini terkait dengan anak-anak yang memiliki karakteristik tertentu yang memiliki perilaku layaknya stroberi. Adanya generasi stroberi terbentuk dari pola asuh orang tua stroberi, maka dari itu perlunya edukasi dan pembentukan citra diri untuk orang tua, tidak hanya bagi orang tua saja tetapi bagi seluruh masyarakat yang perlu memahami citra dirinya kelak sebagai orang tua. Berikut ciri-ciri pola asuh orang tua stroberi, selalu menyediakan seluruh kebutuhan anak, *overprotektif*, selalu membantu anak dalam pekerjaan yang dilakukan anak, tidak memberi hukuman apabila anak melakukan hal buruk.²⁴ Seringkali orang tua seperti itu, merasa tidak tega membiarkan anaknya melakukan hal-hal dengan sendiri, tidak tega melihat anak bersedih bila dimarahi, tidak bisa menolak apa yang anak inginkan, tidak bisa membiarkan anak pergi sendiri tanpa ada penjaga. Orang tua yang seperti ini memerlukan arahan yang baik dan benar dalam mendidik anak.

2.4 Media Baru

Adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang sangat pesat telah membawa banyak perubahan, dan hal tersebut juga mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Masyarakat sekarang menjadi lebih modern khususnya generasi muda lebih mudah dalam mendapatkan berbagai hal dalam media baru. Media baru muncul pada tahun 1990 yang dipublikasikan oleh Mark Poster dengan terbitnya buku "*The Second Media Age*" yang menggambarkan munculnya teknologi interaktif dan komunikasi jejaring (*network communication*), khususnya internet yang akan mengubah kehidupan masyarakat dalam berkomunikasi (Poster dalam Cangara, 2021).²⁵

Meyrowitz (dalam Nasrullah, 2015) mengungkapkan bahwa lingkungan media baru, atau dunia maya, telah membawa pemikiran baru untuk penelitian media, tidak hanya berfokus pada pesan tetapi juga mulai berhubungan dengan teknologi

²⁴ Sartika Primastidya, "*Mengenal Strawberry Parents, Cikal Bakal Strawberry Generation*", diakses dari: [Mengenal Strawberry Parents, Cikal Bakal Strawberry Generation - Halaman 2 \(pikiran-rakyat.com\)](https://pikiran-rakyat.com) pada tanggal 9 Maret 2023.

²⁵ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, Edisi Revisi (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2021), hal. 150.

komunikasi itu sendiri, baik secara langsung maupun tidak langsung. jenis lingkungan sosial.²⁶

Media baru atau yang biasa disebut dengan *new media* merupakan sebuah sarana dalam menyampaikan pesan pada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital yang memungkinkan para penggunanya untuk mengakses berbagai macam konten media kapan saja, di mana saja dengan menggunakan berbagai alat elektronik (*internet, website, computer multimedia*). Juga memberi kesempatan bagi penerima atau penggunanya dapat berpartisipasi secara interaktif, aktif dan kreatif. Dapat dikatakan bahwa sebenarnya media adalah perpanjangan tangan manusia, sehingga teknologi digunakan untuk melayani kepentingan manusia itu sendiri. Ketika teknologi digunakan untuk memenuhi kebutuhan sosial akan interaksi dan pengumpulan informasi, itu mencerminkan dimensi manusia sebagai entitas sosial. Media baru merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut semua bentuk media komunikasi berbasis teknologi dan internet. Jika dahulu informasi hanya bisa didapatkan melalui televisi atau koran, kini informasi tersebut bisa disalurkan dan diakses melalui perangkat komunikasi yang terhubung dengan internet. Media baru memiliki sifat yang interaktif di mana para penggunanya dapat memilih sendiri konten media yang ingin mereka konsumsi dan juga pengguna dapat secara aktif dalam memberikan *feedback* atau tanggapan terhadap konten media tersebut secara langsung. Konten yang terkandung dalam media baru sangat memungkinkan seseorang dengan bebas membuat kontennya sendiri, memodifikasi, dan membagikan informasi dengan orang lain, hanya dengan menggunakan perangkat mobile seperti telepon genggam yang tersambung dengan akses internet.

Menurut McQuail (2011) Media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memungkinkan digitalisasi dan berbagai penggunaan pribadi seperti media. Dengan kata lain Media Baru berarti Inovasi dalam media massa mencakup kategori yang luas, menggunakan teknologi tinggi seperti internet. Maka penulis dapat simpulkan Media baru merupakan perkembangan teknologi

²⁶ Rulli Nasrullah, *Cyber Media*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hal. 19.

komunikasi massa digital di mana seseorang dapat melakukan interaksi secara fleksibel melalui dunia maya tanpa bertatap muka, dan dapat berfungsi secara *private* maupun secara publik yang tentunya hal tersebut berkat bantuan internet.²⁷ Terdapat pendapat McQuail bahwa media baru memiliki ciri, yakni; (1) Digitalisasi dan konvergensi semua aspek komunikasi, (2) Interaktivitas dan konektivitas yang tinggi, (3) Mobilitas untuk mengirim dan menerima informasi dengan cepat, (4) Adaptasi publikasi dan peran baru publik, (5) Sebagai gerbang menuju informasi yang dapat diakses di web, (6) lenyapnya organisasi media yang selama ini terlembagakan dalam media massa.²⁸

2.4.1 Media Baru Sebagai Edukasi Parenting

Pemanfaatan media baru sebagai salah satu cara pemenuhan kebutuhan informasi yang dilakukan oleh semua lapisan masyarakat. Salah satunya orangtua yang juga berusaha mengakses informasi. Mengandalkan media online sebagai sumber informasi parenting menjadi aktivitas umum di kalangan ibu muda. Sebanyak 70% ibu muda memaksimalkan media online sebagai cara untuk mendapatkan informasi parenting sementara 30% ibu muda memilih mendapatkan informasi pengasuhan dengan cara konvensional. (Afrilia, 2017).

Tidak hanya website, namun kini media parenting juga mulai diimplementasikan pada media sosial yang semakin mudah diakses. Semakin tersebarnya edukasi parenting di berbagai platform maka memunculkan nilai positif untuk masa depan, di mana sebagai bentuk sistem pendukung untuk ibu-ibu di Indonesia terutama pasangan muda. Hal ini menjadi jawaban bagaimana media online berkontribusi besar sebagai support system bagi para ibu dalam mengelola rumah tangga dengan baik.

Menurut McLeod dan Chaffee, peneliti kajian media yang tadinya tidak tertarik sama sekali dengan keluarga ternyata menemukan fenomena yang menarik terhadap perilaku keluarga saat menerima sumber informasi dari media. Keduanya beranggapan bahwa melalui sumber informasi yang didapatkan dari media,

²⁷ Denis McQuail, *Teori Komunikasi*. Edisi 6 Buku I (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hal. 141-148.

²⁸ Hafied Cangara, *Op.cit*, hal. 152.

keluarga cenderung untuk menciptakan realitas sosial dari informasi yang diterima (Koerner, 2006).²⁹

Aktivitas mengasuh ibu-ibu muda telah beralih dari mode offline ke online. Hal ini tidak lepas dari perkembangan teknologi informasi yang membuat realitas sosial tergambarkan oleh media baru. Salah satu turunan dari media baru ini adalah media sosial yang dinilai lebih unggul dalam kecepatan penyebaran pesan.

Menurut Tarmuji (dalam Apriastuti, 2013:3), Parenting atau disebut juga pola asuh adalah suatu bentuk pola asuh yang diterapkan untuk menjaga, membimbing, melatih dan mempengaruhi anak yang dilakukan oleh orang tua terhadap anaknya.³⁰ Kehadiran media online menjadi salah satu cara mudahnya mengakses informasi guna memenuhi kebutuhan. Namun, kebutuhan orang tua untuk mendapatkan konten edukasi pengasuhan anak yang bisa didapatkan pada media online tidak banyak. Sehingga banyak ibu muda yang ingin membagikan tips parenting yang dikuasai melalui media sosial seperti @leonna.

2.5 Media Sosial

Media sosial adalah saluran untuk mewujudkan interaksi sosial secara online di dunia maya melalui jaringan internet, fungsi berbasis web ini dapat membentuk jaringan dan memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam suatu komunitas. Dengan adanya penggunaan media sosial pada saat ini semua orang dapat menentukan sendiri konten apa yang ingin dikonsumsi. Karena pada hal tersebut berbanding terbalik dengan media tradisional seperti televisi, radio, dan juga koran, selain membutuhkan modal yang besar ketika ingin membuat konten media, konten yang tersedia pun juga sangat terbatas. Lain hal nya dengan media sosial yang memberikan kesempatan penggunanya untuk berinteraksi lebih dekat dengan penggunanya, tanpa harus menggunakan alat yang mahal, serta dapat memberikan kesempatan untuk mendapatkan *feedback* secara langsung.

²⁹ Swita Amalia Hapsari, Mutia Rahmi Pratiwi, Heni Indrayani, "Konten Edukasi Pengasuhan Anak Melalui Media Online Komunitas Parenting Keluargakita.Com", Jurnal Iain Kudus, Vol. 1 No. 1 (2020)

³⁰ Dwi Anita, "Analisis Tingkat Pendidikan Dan Pola Asuh Orang Tua Dengan Perkembangan Anak Usia 48–60 Bulan", Jurnal Ilmiah Kebidanan, Vol. 4 No. 1 (Juni, 2013), hal. 3.

Media sosial adalah bentuk baru dari media, alat, layanan, konten digital, dan komunikasi yang memfasilitasi hubungan antara orang-orang dengan minat dan minat yang sama. memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri serta untuk berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan hampir membentuk hubungan sosial. Pengguna dapat berinteraksi satu sama lain, dan pengguna dapat dengan mudah bergabung, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual.

Media sosial ini membuat orang-orang didalamnya saling terhubung dengan cepat, serta tidak perlu waktu lama untuk berkomunikasi dan mencari informasi dalam satu waktu tanpa harus terhalang dengan jarak dan waktu. Media sosial merupakan media digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk bersosialisasi baik itu berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto dan video. Segala konten yang dibagikan terbuka untuk publik secara *real time*.

Berdasarkan pernyataan di atas, media sosial merupakan media untuk menciptakan sebuah konten, baik berupa foto maupun video. Konten tersebut dapat dibagikan secara terbuka dan *real time*. Selain itu, melalui konten tersebut pengguna dapat mempresentasikan diri mereka, berbagi dan berkolaborasi atau bekerjasama antar pengguna sehingga menciptakan interaksi yang dapat membangun hubungan sekaligus ikatan sosial dengan pengguna lain secara virtual.

2.5.1 Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus. Adapun karakteristik media sosial menurut Nasrullah (2016:15):

1. Jaringan (*Network*)

Media sosial dibangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau di Internet. Ciri khas media sosial adalah membentuk jaringan di antara para penggunaannya sehingga kehadiran media sosial memberikan cara bagi pengguna untuk terhubung melalui mekanisme teknologi. media secara mekanisme teknologi.

2. Informasi (*Information*)

Informasi merupakan hal penting dalam media sosial karena dalam media sosial terdapat informasi mengenai produksi konten hingga melakukan sebuah interaksi berdasarkan informasi yang dikonsumsi oleh setiap individu.

3. Arsip (*Archive*)

Di mana informasi yang ada di dalam media sosial telah tersimpan dan bisa diakses kapan saja dan melalui perangkat apapun

4. Interaksi (*Interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna.

5. Simulasi Sosial (*Simulation of society*)

Ketika terjadi interaksi dengan pengguna yang lain, seseorang harus memiliki sebuah aturan dan etika bagi para penggunanya dan melibatkan keterbukaan identitas diri agar pengguna lain dapat mengidentifikasi dirinya.

6. Konten pengguna (*User Generated Content*)

Konten dalam media sosial sepenuhnya milik dan juga berdasarkan pengguna maupun pemilik akun. Pengguna media sosial tidak hanya memproduksi konten mereka sendiri, melainkan juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lainnya (Nasrullah, 2017).³¹

Dari karakteristik di atas, pengguna media sosial perlu memiliki jaringan atau network untuk dapat berbagi informasi atau konten yang ingin dibagikan. Terdapat berbagai macam jenis platform media sosial. Namun, salah satu media sosial yang menjadi trend baru dan ramai diperbincangkan oleh masyarakat adalah TikTok. Berbagai macam konten dapat ditemukan di aplikasi TikTok, mulai dari konten hiburan hingga konten edukasi. Hal ini menjadikan aplikasi TikTok sebagai media informasi sekaligus mengedukasi.

2.6 Konten Media Sosial

Konten menurut KBBI, ialah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten yang berada dalam media sosial telah menjadi salah satu media untuk edukasi, dimulai dari banyaknya informasi dan peluang terjadinya

³¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama, 2017), hal. 15-31.

interaksi serta arahan untuk menuju pengembangan informasi ke dalam tautan lain. Isi dari media sosial berupa informasi maupun hiburan yang terjadi di dalam aplikasi jejaring sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram, Youtube serta TikTok. Konten dari sosial media tersebut dapat dibuat oleh konten kreator baik perseorangan, ataupun dibuat oleh perusahaan dan organisasi.

Melalui jejaring informasi ini pengguna dapat saling berinteraksi secara instan satu sama lain secara *real time* tanpa harus tatap muka. Adanya konten media sosial yang sangat beragam tentunya memberikan dampak yang memerlukan pertimbangan untuk disajikan kepada kelompok sasaran. Media sosial memiliki kekuatan pada *User Generated Content* (UGC), di mana konten dibuat dan dihasilkan oleh pengguna. Adapun factor-faktor yang ada dalam konten media sosial, mengutip pada jurnal representamen, yaitu:

1. *Ideological assumptions* (Asumsi ideologi), adalah suatu gagasan atau anggapan yang berkaitan dengan keyakinan atau keyakinan seseorang dalam menginterpretasikan konten di media sosial. Oleh karena itu, perbedaan keyakinan atau sikap terhadap isi konten juga mempengaruhi khalayak dalam mengambil keputusan.
2. *Sourcing of messages* (Sumber pesan), Menafsirkan konten di jejaring sosial membutuhkan pengetahuan. Pesan yang disampaikan dari konten tersebut harus diperhatikan dalam banyak hal seperti redundansi, tidak dapat dipercaya atau hoax, menyesatkan dan tidak jelas keasliannya.
3. *Tone of information* (Nada penyampaian), Nada ini berperan dalam penyampaian informasi. Konten yang disajikan dengan nada yang tertata dan tersampaikan dengan baik akan menimbulkan kesan positif dan menjadikan isi pesan lebih tertata sehingga tersampaikan dengan benar.³²

Dari deskripsi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sebuah konten dapat berpengaruh dari bagaimana seorang kreator atau pengguna media dapat menjadi komunikator yang baik dan juga dinilai dari seberapa menariknya isi konten serta

³² Mochamad Maulana Ibrahim & Rahmat Edi Irawan, “Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19”, Jurnal Representamen, Vol. 7 No. 2 (Oktober 2021),78.

pesan yang disampaikan dalam video yang di unggah pada akunnya tersebut. Seperti pada penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya akun TikTok @Leonny dan konten-konten yang diunggah dapat membawa dampak serta mengedukasi setiap generasi. Masyarakat harus diedukasi untuk senantiasa memanfaatkan media sosial untuk hal-hal positif.

2.6.1 Konten Edukasi

Konten edukasi di negara maju sudah sangat banyak dan sering ditemui di media sosial. Begitu juga di Indonesia sudah cukup banyak konten edukasi yang ada, namun konten edukasi tersebut tidak begitu terkenal dikalangan masyarakat. Masyarakat cenderung membuka media sosial sebagai platform hiburan, tentu media sosial bukan hanya digunakan untuk hiburan saja, tetapi juga bisa mendapatkan wawasan dari media sosial. Sering kali pembahasan konten edukasi terlalu Panjang, sehingga membuat masyarakat malas untuk sekedar membaca atau mendengarkan. Beberapa konten edukasi juga membosankan untuk dinikmati, karena kurang menarik dan rasa ingin tahu masyarakat Indonesia akan edukasi masih minim.³³ Maka dari itu konten edukasi perlu disebarluaskan, agar kualitas hidup masyarakat lebih baik.

Edukasi pada umumnya adalah suatu proses kegiatan belajar mengajar, suatu proses pembelajaran yang dapat dilakukan secara formal, informal, dan informal kepada individu atau kelompok dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup, energi spiritual, dan pengembangan potensi. yang ada pada setiap individu.³⁴

Inti dari edukasi adalah memberikan informasi kepada khalayak, sehingga mereka yang tadinya tidak tahu menjadi tahu. Konten edukasi berisi pengetahuan yang bermanfaat yang fungsinya untuk menambah wawasan atau nilai terhadap konten tersebut. Pada dasarnya tujuan edukasi adalah untuk mengubah pemahaman individu, kelompok, dan masyarakat. Menurut Shannon Hilson, konten edukasi

³³ Reza Nur Wibisono, “5 Alasan Kenapa Konten Edukasi di Indonesia Tak Begitu Terkenal”, diakses dari: [5 Alasan Kenapa Konten Edukasi di Indonesia Tak Begitu Terkenal \(idntimes.com\)](https://www.idntimes.com/5-Alasan-Kenapa-Konten-Edukasi-di-Indonesia-Tak-Begitu-Terkenal/) pada tanggal 28 Januari 2023.

³⁴ Admin, “Pengertian Edukasi”, diakses dari: [Pengertian Edukasi, Jenis, Manfaat, Tujuan dan Menurut Ahli \(pendidikanku.org\)](https://pendidikanku.org/pengertian-edukasi/) pada tanggal 4 April 2023.

adalah segala jenis konten yang bertujuan untuk memberikan nilai kepada audiens dengan mengajarkan mereka sesuatu yang baru.³⁵

Konten edukasi, banyak di kunjungi oleh berbagai kalangan. Berdasarkan publikasi *Business of Apps* diketahui bahwa TikTok setidaknya sudah memiliki sebanyak 1,39 miliar pengguna secara aktif bulanan *monthly active users* (MAU) di seluruh dunia hingga kuartal I pada tahun 2022.³⁶

2.6.2 Konten Edukasi oleh Leonny

Media sosial saat ini memiliki peran besar yang dapat mengkomunikasikan kekuatan dalam berbagai bidang pada kehidupan manusia, tidak terkecuali bagi sebuah brand khususnya. TikTok yang dapat menjadi media edukasi. Media sosial ini memungkinkan ibu muda untuk berinteraksi dengan ibu muda lainnya. Jejaring sosial membantu para ibu muda, baik yang bekerja atau menganggur, dengan mudah berbagi pengalaman mengasuh anak untuk setiap anak tanpa harus bertatap muka. Media sosial dapat memberikan informasi yang lebih jelas karena tidak hanya bersumber dari informasi berupa kata atau kalimat, tetapi juga dilengkapi dengan bentuk visual baik gambar maupun video.

Pada penelitian ini, memiliki tujuan untuk melihat bagaimana konten edukasi pengasuhan anak. Penulis memilih akun media sosial TikTok yang dilakukan oleh Leonny di mana ia membagikan tips parenting anak untuk dapat belajar dan berbagi kepada pengguna lainnya. Banyaknya komentar yang masuk melalui konten video yang ia buat merupakan ibu muda yang masih kurang dalam parenting anak. Melalui setiap konten yang diunggah oleh Leonny, terkandung informasi berupa edukasi yang dikemas dengan kalimat yang jelas dan mudah untuk dipahami. Pola asuh yang dihadapi orang tua dan anak saat ini adalah *strawberry generation*, di mana pembahasan mengenai *strawberry generation* tidak banyak di akun TikTok lain.

³⁵ Shannon Hilson, "Leverage the Power of Educational Content with These 6 Tips", diakses dari: [6 Tips to Creating the Best Educational Content for your Brand \(rockcontent.com\)](https://rockcontent.com/6-tips-to-creating-the-best-educational-content-for-your-brand/) pada tanggal 27 Maret 2023.

³⁶ Siti Nur Arifa, "Konten Edukasi Kian Populer, Kemendikbudristek dan TikTok Berdayakan Para Kreator Muda", diakses dari: [Konten Edukasi Kian Populer, Kemendikbudristek dan TikTok Berdayakan Para Kreator Muda \(goodnewsfromindonesia.id\)](https://goodnewsfromindonesia.id/konten-edukasi-kian-populer-kemendikbudristek-dan-tiktok-berdayakan-para-creator-muda) pada tanggal 25 juli 2023

2.7 Aplikasi TikTok

TikTok adalah aplikasi audio visual berupa video musik. TikTok adalah aplikasi yang memberikan efek khusus yang menarik dan khusus yang dapat dengan mudah digunakan oleh pengguna aplikasi TikTok untuk membuat video pendek yang terlihat menarik dan dapat menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi TikTok adalah platform jejaring sosial dan video musik yang diperkenalkan oleh Tiongkok dan diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini merupakan aplikasi pembuatan video pendek atau video pendek yang didukung dengan penggunaan musik, aplikasi ini sangat populer dan digemari oleh berbagai kalangan termasuk orang dewasa, remaja dan anak di bawah umur. Aplikasi TikTok juga merupakan aplikasi yang memungkinkan Anda untuk menonton video pendek dengan ekspresi berbeda dari setiap pencipta.³⁷

Informasi yang disajikan dalam media online tentu memiliki karakteristik begitu juga dengan TikTok. TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik. Aplikasi TikTok mengizinkan para pengguna untuk mengemas video musik pendek kreasi mereka sendiri, atau konten apapun yang ingin dibagikan. Aplikasi TikTok merupakan aplikasi hiburan untuk penggunanya. Aplikasi TikTok dapat dikatakan aplikasi penghibur. Banyak pengguna yang mengatakan bahwa aplikasi ini merupakan aplikasi yang dapat membuat pengguna terhibur dalam konten-konten yang lewat di berandanya. Dalam aplikasi TikTok penggunanya dapat melihat berbagai kreatifitas yang dimiliki setiap pengguna lain melalui berandanya masing-masing.

Aplikasi TikTok ini juga dapat bersifat publik atau dikenal oleh pengguna. Dikenal atau terkenal dengan konten yang mereka buat, beberapa konten video terkenal dengan kreativitasnya, ada yang terkenal dengan video lucunya, ada pula yang terkenal dengan keunikan video yang dibuatnya. Semuanya dari sudut pandang setiap pemirsa atau pengguna lain. Hingga saat ini, ada beberapa inspirasi konten TikTok yang banyak ditemukan yaitu:

³⁷ Laila Angelina, "*Aplikasi TikTok di Zaman Milenial*", diakses dari: [Aplikasi TikTok di Zaman Milenial | kumparan.com](https://kumparan.com) pada tanggal 25 Juli 2023.

1. Dance

Konten yang ada di TikTok dibuat dengan mengikuti trend dance populer atau menciptakan kreasi tarian sendiri. Ada banyak pengguna yang menciptakan dan mengikuti trend dance ini.

2. Menyanyi

Konten menyanyi ini dapat dengan mudah dibuat, dengan menyisipkan atau menempelkan suara dan menguploadnya. Konten ini dapat dibuat juga untuk berkolaborasi dengan kreator lainnya.

3. POV (*Point Of View*)

Yang ada pada konten ini kreator seolah-olah sedang bermain peran, konten creator biasanya memainkan peran dalam drama yang dibuatnya dan menampilkannya secara berepisode hingga beberapa bagian

4. Edukasi

Konten video yang singkat pada TikTok dapat menjadi platform atau media penyampaian berbagai materi salah satunya dapat berupa materi edukasi, mulai dari kecantikan, pendidikan, kesehatan, memasak, dan berbagai hal unik lainnya.

5. Editor

Konten ini sering kali dijumpai dan biasanya telah diedit terlebih dahulu pada aplikasi video lainnya dan kreator membagikan tutorial pengeditan video tersebut di TikTok.

6. Transisi

Konten ini menampilkan transisi dari video satu dengan video yang lainnya, sehingga terlihat seperti sulap, dikarenakan kecepatan transisi yang digunakan.³⁸

³⁸ Angela Seprilian Nevanda Sihura, Skripsi: “*Pengaruh Konten TikTok dr. Yessica Tania Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wanita*” (Medan: Universitas Medan Area, 2021), hal. 18-19.

2.8 Citra Diri

Citra diri merupakan istilah dari konsep diri, atau sering dikatakan *self image*. Sebutan ini mengacu pada pandangan atau pemahaman yang dimiliki seseorang terhadap dirinya sendiri. Citra diri juga sering dianggap sebagai *self branding*, yang mencakup semua nilai, sikap, dan keyakinan mengenai diri seseorang dalam hubungannya dengan lingkungannya, dan membentuk paduan sejumlah persepsi diri yang mempengaruhi bahkan menentukan persepsi dan tingkah laku. Citra diri secara singkatnya merupakan pandangan pribadi yang dimiliki tentang diri sendiri.³⁹ Menurut Pietrofesa (1978) menuliskan, *“The self-Concept includes feeling about self-both physical self and psychological self-in relation to the environment”*. Yang berarti bahwa Konsep Diri meliputi perasaan diri secara fisik maupun diri psikologis dalam hubungannya dengan lingkungan. Dari pernyataan tersebut citra diri itu berkenaan dengan pandangan seseorang terhadap dirinya, baik tentang fisik maupun psikisnya, dan pandangan terhadap diri ini bersifat unik. Dengan kata lain, ada ke khas an dari orang ke orang dalam citra dirinya secara fisik dan citra dirinya secara psikologis, dan hal demikian ini tidak lepas dari pandangan lingkungan terhadap diri seseorang.⁴⁰ Citra diri juga sangat menentukan perilaku masa depan seseorang, seperti diungkapkan oleh pernyataan Eisenberg dan Delaney (1977) bahwa citra diri tampaknya menjadi penentu kuat perilaku, pengambilan keputusan pribadi dan aspirasi untuk hidup yang akan datang. Oleh karena itu, tidak diragukan lagi bahwa citra diri sangat mempengaruhi perilaku pribadi saat ini dan masa depan, dan juga menentukan pengambilan keputusan dan aspirasi individu untuk masa depan.⁴¹

Allport mendefinisikan citra diri mencakup pandangan aktual dan ideal mengenai diri sendiri, bagaimana anak memandang diri sendiri dan harapannya

³⁹ Dr, Verury Verona Handayani, *“Ini 4 Hal yang Perlu Diketahui Tentang Self-Image”*, diakses dari: [Ini 4 Hal yang Perlu Diketahui Tentang Self-Image \(halodoc.com\)](https://halodoc.com) pada tanggal 24 Juli 2023

⁴⁰ Andi Mappiare A. T., *Pengantar Konseling dan Psikoterapi*, Edisi Kedua (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hal. 73.

⁴¹ Ibid., 77.

mengenai bagaimana seharusnya dirinya.⁴² Citra diri menurut Rhenald Kasali adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman itu sendiri muncul dari berbagai sumber. Menurut Grad (1996) citra diri mengandung beberapa aspek, yaitu:

1. Kesadaran (*awareness*) berupa adanya kesadaran berupa persepsi tentang citra diri secara keseluruhan baik yang bersifat fisik maupun non fisik.
2. Tindakan (*action*) berupa melakukan tindakan untuk mengembangkan potensi diri yang dianggap lemah oleh seseorang tersebut dan memanfaatkan potensi diri yang menjadi kelebihanannya.
3. Penerimaan (*acceptance*) berupa menerima segala kelemahan dan kelebihan dalam dirinya sebagai anugerah yang diberikan oleh sang pencipta.
4. Sikap (*attitude*) berupa bagaimana individu dapat menghargai segala kelemahan dan kelebihan yang dimilikinya.⁴³

2.9 Uses and Gratifications Theory

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratifications* (kegunaan dan kepuasan). Pertama kali perkenalkan pada tahun 1974 oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz dalam buku *The Uses in Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*. Teori ini banyak digunakan dalam kajian penelitian tentang penggunaan media. *Uses and Gratifications* dianggap sebagai seperangkat interpretasi yang melengkapi hubungan antara penggunaan media dan kepuasan media. Herbert Blumer dan Elihu Katz (dalam Dr. Das'ad Latif, 2022) mengembangkan teori ini dengan asumsi khalayak akan menemukan atau mencari pesan-pesan yang bermanfaat, berguna, menarik dan menyenangkan mereka.

⁴² Hanif Akhtar, "Kepribadian Sehat Model Allport: Orang yang Matang (Review Buku Psikologi Pertumbuhan)", diakses dari: [Semesta Psikometrika: Kepribadian Sehat Model Allport: Orang yang Matang \(Review Buku Psikologi Pertumbuhan\)](#) pada tanggal 23 Juli 2023.

⁴³ Ulandari Sesiwawani, Skripsi: "*Hubungan Antara Citra Diri Dengan Komunikasi Interpersonal Siswa/I SMA Negeri 2 Bukit Tahun Ajaran 2020/2021*", (Medan: Universitas Medan Area, 2021), hal. 30.

Pemikirannya bukan lagi pada apa yang media berikan kepada audiens melainkan apa yang audiens lakukan terhadap media.⁴⁴

Teori ini menyatakan bahwa pengguna media berperan aktif dalam pemilihan dan penggunaan media tersebut. Dapat dikatakan juga, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori ini mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Apabila kebutuhannya terpenuhi, maka manusia akan merasa puas. Bisa jadi, mereka akan mengulangi media yang sama untuk memuaskan kebutuhannya.

Teori ini yang membantah teori hypodermic yang menyatakan media massa sangat perkasa dalam mempengaruhi audiens. Namun sebaliknya, teori ini yang memberi pandangan baru tentang audiens aktif. Di mana audiens mempunyai keinginan dan akan mencari keinginan tersebut.⁴⁵ *Uses and Gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Oleh karena itu, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Dalam teori ini, pengguna media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan manusia.

Dapat disimpulkan, Kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification*). Gratifikasi yang sifatnya umum antara lain pelarian dari rasa khawatir, peredaan rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi, dan kontak sosial. Khalayak memiliki wewenang untuk memilih dan menggunakan

⁴⁴ Dr. Das'ad Latif, *Media Sosial, Suatu Alternatif*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo: 2022), hal. 60.

⁴⁵ Ibid.

media. Dalam hal ini pengguna memilih TikTok sebagai alat untuk berinteraksi antar individu, memberikan edukasi atau informasi terkait parenting anak dan memenuhi kebutuhannya untuk berkomunikasi. Pendekatan *uses and gratifications* adalah sebuah pendekatan untuk memahami mengapa khalayak secara aktif mencari media yang khusus yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Berikut ini adalah kebutuhan manusia yang dipuaskan oleh media;

1. Kebutuhan kognitif, kebutuhan ini berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman,
2. Kebutuhan afektif, kebutuhan yang berkaitan dengan pengalaman estetis, menyenangkan dan emosional,
3. Kebutuhan pribadi secara integratif, kebutuhan ini berkaitan dengan meningkatkan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individu,
4. Kebutuhan sosial secara integratif, kebutuhan yang berkaitan dengan hubungan antara keluarga, teman dan dunia,
5. Kebutuhan pelepasan, kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindari tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.⁴⁶

2.10 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara dari suatu masalah yang dihadapi dan perlu diuji kebenarannya dengan data yang lebih lengkap dan menunjang. Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₀ : Tidak terdapat pengaruh konten edukasi parenting akun TikTok @Leonny tentang *strawberry generation* terhadap citra diri *followers*.

H₁ : Terdapat pengaruh konten edukasi parenting akun TikTok @Leonny tentang *strawberry generation* terhadap citra diri *followers*.

⁴⁶ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), hal. 194-195.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yaitu deskriptif kuantitatif. Penelitian adalah suatu pencarian fakta dengan metode objektif yang jelas untuk menemukan hubungan antar fakta dan menghasilkan dalil atau fakta. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif ini disebut metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga menjadi tradisi sebagai metode untuk penelitian.

Metode ini disebut juga metode positivistik karena berpijak pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi prinsip-prinsip keilmuan yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini disebut juga metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan sebagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistika (Sugiyono, 2015).⁴⁷

Pendekatan penelitian merupakan hal yang sangat esensial sebelum seorang peneliti lebih jauh melaksanakan sebuah penelitian. Manfaat dari adanya sifat dan pendekatan penelitian adalah agar peneliti dapat mudah dalam menjawab atau menentukan rumusan masalah.

Dalam penelitian terdapat sifat penelitian, diantaranya:

- a. Penelitian bersifat empiris, Penyelidikan yang didasarkan pada objek nyata (percobaan).
- b. Penelitian bersifat non empiris, Penyelidikan yang didasarkan pada objek-objek yang tidak nyata atau objek pikiran.

Menurut Nazir (2014), Pendekatan penelitian merupakan sebuah metode penelitian ilmiah boleh dikatakan suatu pengejaran terhadap kebenaran yang diatur

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 13.

oleh pertimbangan-pertimbangan logis.⁴⁸ Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa, pendekatan penelitian adalah keseluruhan cara atau kegiatan dalam suatu penelitian yang dimulai dari perumusan masalah sampai membuat suatu kesimpulan. Dalam pendekatan penelitian terdapat beberapa jenis, diantaranya adalah pendekatan kualitatif, kuantitatif dan pendekatan campuran.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memberikan gambaran lebih detail mengenai suatu gejala berdasarkan data yang ada, menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan seberapa besar pengaruh konten edukasi yang diberikan leonny dapat mengubah wawasan pasangan muda yang telah menikah.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, sistematis. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data empiris, yang didasarkan pada objek nyata. Dengan demikian penelitian ini sifatnya objektif. Objektif yang dimaksud dalam penelitian ini dikarenakan objek itu dapat diindera oleh indra manusia, maka semua pihak akan memberikan persepsi yang sama terhadap objek itu. Oleh karena itu, metode dapat diartikan sebagai prosedur atau rangkaian cara yang sistematis dalam menggali kebenaran ilmiah (Prastowo, 2016).⁴⁹

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode survey deskriptif, dengan mengukur tingkat suatu variabel pada populasi atau sampel. Menurut Nanang Martono dalam bukunya *Metode Penelitian Kuantitatif* secara khusus adalah “metode penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka atau data berupa kata-kata atau kalimat yang diubah menjadi data yang berbentuk angka. Data yang berupa angka tersebut

⁴⁸ Moh. Nazir. *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hal. 26.

⁴⁹ Andi Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), hal. 18.

kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi secara ilmiah dibalik angka-angka tersebut (Martono, 2016).⁵⁰ Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu.

Survey adalah cara untuk melakukan pengumpulan data berdasarkan Teknik riset atau penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data yang valid dengan memberikan batasan yang jelas atas data pada suatu objek tertentu. Melakukan survey berarti melakukan objek untuk mendapatkan data bagi keperluan tujuan penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Dalam suatu penelitian terdapat populasi yang akan diteliti. Peneliti harus mempelajari dan meneliti mengenai karakteristik populasi yang akan diteliti agar penelitian dapat berjalan dengan baik sehingga diperoleh hasil yang akurat. Populasi juga bukan sekadar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Menurut Nazir (2003), Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang dipertahankan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵¹

Dari penjelasan di atas menurut penulis populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang mempunyai karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Hal yang mengagumkan dari penelitian adalah bahwa peneliti hanya dapat menduga atau memprediksi sifat-sifat dari sekumpulan objek penelitian hanya dengan mempelajari dan mengamati, sehingga dari kumpulan tersebut bagian

⁵⁰ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal. 20.

⁵¹ Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Grafindo, 2019), hal. 110.

yang diamati itu dikatakan dengan sampel. Sedangkan kumpulan dari objek penelitian dikatakan sebagai populasi.⁵²

Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* dari akun TikTok Leonny (@oureverydaythings) pada 15 Juni 2023 sebanyak 147.780 *followers*. Alasan dipilihnya *followers* TikTok Leonny sebagai populasi dikarenakan objek penelitian bersangkutan dengan akun TikTok.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tersebut. Sampel sering dikatakan sebagai “contoh” yaitu himpunan bagian dari suatu populasi.⁵³ Menurut Arikunto, sampel merupakan satu bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri yang akan diteliti. Hal ini dikarenakan tidak semua data dan juga informasi akan diproses, dan tidak semua orang, maupun objek juga akan diteliti. Melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya atau representatif.⁵⁴ Sampel yang baik adalah sampel yang dapat mewakili populasi, dengan kata lain sampel yang baik adalah sampel yang memiliki aspek validitas atau nilai.

Menurut Hamidi dalam bukunya Metode Penelitian dan Teori sampel merupakan “suatu bagian dari populasi yang merupakan “perwakilan” dari populasi. Jika populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. jadi sampel adalah bagian dari populasi yang ingin diamati oleh penulis.

Untuk menentukan ukuran minimal sampel yang dibutuhkan penulis menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%, seperti berikut:

⁵² Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 78.

⁵³ Prof. Dr. Lijan P. Sinambela dan Dr. Sartono Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2020), hal. 160.

⁵⁴ Endang Widi Winarni, *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2021), hal. 152.

Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, dalam hal ini sebesar 10%.

Jadi dengan populasi sebanyak 154.914 *followers*, maka diperoleh sampel sebanyak:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{154.914}{1 + 154.914(10)^2} \\ &= \frac{154.914}{1 + 154.914 \times 0,01) } \\ &= \frac{154.914}{1 + 1.549,14} \\ &= \frac{154.914}{1 + 1.550,14} \\ n &= 99,93 \end{aligned}$$

Jumlah dibulatkan menjadi 100 orang.

Maka total sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 *followers*.

3.3.3 Teknik Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini, penulis memilih teknik penarikan sampel menggunakan *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁵⁵ Teknik sampel yang penulis pilih adalah Teknik *purposive*

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2021), hal. 131.

sampling. *Purposive Sampling* adalah Teknik penentuan sampel untuk tujuan tertentu saja.⁵⁶

Sampel yang dipilih memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Pengguna TikTok yang belum menikah
2. Pengikut dan pengakses akun TikTok @Leonny
3. Pengguna TikTok yang sudah menjadi orang tua

3.4 Operasional Variabel

Penelitian ini terdapat variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Yang disebut dengan variabel X adalah “Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi”, dan variabel Y adalah “Pengetahuan *Followers*”. Dibawah ini adalah tabel operasional yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Atribut
Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi (X)	Asumsi Ideologi	Dalam memaknai konten media sosial terdapat keyakinan, kepercayaan, yang menentukan pengambilan keputusan dalam menggunakan media sosial. ⁵⁷ Sehingga indikator pada penelitian ini adalah: 1. Konsep tentang <i>strawberry generation</i> 2. Pola asuh anak <i>strawberry generation</i> 3. Pola Komunikasi	1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Tidak Setuju 4. Sangat Tidak Setuju

⁵⁶ Ibid., 133.

⁵⁷ Mochamad Maulana Ibrahim, Op.cit, hal. 78.

		4. Ciri-ciri <i>strawberry parents</i>	
	Sumber Pesan	Pesan yang disampaikan dari sebuah konten harus dapat dipertanggung jawabkan, isi pesan dapat dipercaya, pesan tidak bersifat berlebihan, menyesatkan, hoax, dan jelas keabsahannya. ⁵⁸ Sehingga indikator pada penelitian ini adalah: 1. Kredibilitas kreator 2. Kredibilitas pesan 3. Daya Tarik pesan	1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Tidak Setuju 4. Sangat Tidak Setuju
	Nada Penyampaian	Peran dalam penyampaian informasi, konten yang disajikan dengan nada penyampaian yang baik tertata, isi pesan teratur. ⁵⁹ Sehingga indikator pada penelitian ini adalah: 1. Gaya bicara 2. Durasi video 3. Frekuensi video 4. Tampilan video	1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Tidak Setuju 4. Sangat Tidak Setuju 1. Sangat Sering 2. Sering 3. Tidak Sering 4. Sangat Tidak Sering

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Ibid.

Pengetahuan Followers (Y)	Kesadaran	<p>Kesadaran tentang citra diri secara keseluruhan bersifat fisik maupun non fisik.⁶⁰ Sehingga indikator pada penelitian ini adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran mengenai <i>strawberry generation</i> 2. Kesadaran mengenai ciri-ciri <i>strawberry generation</i> dan <i>strawberry parents</i> 3. Kesadaran <i>strawberry parents</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Tidak Setuju 4. Sangat Tidak Setuju
	Tindakan	<p>Tindakan dalam mengembangkan potensi diri dan memanfaatkannya menjadi kelebihan.⁶¹ Sehingga indikator pada penelitian ini adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tindakan pola asuh <i>strawberry generation</i> 2. Tindakan komunikasi kepada <i>strawberry generation</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Tidak Setuju 4. Sangat Tidak Setuju
	Penerimaan	<p>Menerima segala kelemahan dan kelebihan dalam diri</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Tidak Setuju

⁶⁰ Ulandari Sesiwawani, Op.cit. hal. 30.

⁶¹ Ibid.

		sebagai anugerah. ⁶² Sehingga indikator dalam penelitian ini adalah: 1. Generasi Stroberi 2. Penerimaan peran sebagai orang tua	4. Sangat Tidak Setuju
	Sikap	Menghargai kelemahan dan kelebihan dalam diri, di mana dalam penelitian ini sikap terhadap seorang anak. ⁶³ Sehingga indikator dalam penelitian ini adalah: 1. Ganjaran 2. Pembagian peran orang tua	1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Tidak Setuju 4. Sangat Tidak Setuju

3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, ada beberapa metode yang penulis gunakan dalam menunjang penelitian ini, diantaranya:

1. Kuesioner/Angket

Pada metode ini, pernyataan diajukan secara tertulis dan disebarkan kepada para responden untuk dijawab. Pernyataan yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah pernyataan tertutup atau angket terbatas, yaitu pilihan telah disediakan, dan responden dapat memilih jawaban yang sesuai

⁶² Ibid.

⁶³ Ibid.

kehendaknya.⁶⁴ Angket disebarakan melalui online dengan menggunakan *Google Form*. Penulis memilih fasilitas *google form* dikarenakan sangat efektif apalagi di tengah revolusi media sosial. Angket yang disebarakan sebanyak 100 orang sebagai sampel kepada *followers* TikTok @Leonny

2. Observasi

Jenis pada penelitian ini adalah observasi non-partisipan. Observasi non-partisipan merupakan langkah di mana penulis tidak perlu melibatkan diri dalam realitas yang akan diteliti, penulis hanya mencatat, menganalisis dan mengamati tampilan dari akun TikTok @Leonny. Maka disini penulis tidak perlu datang ke lokasi, penulis hanya melakukan penelitian dengan cara melihat dan mengamati akun TikTok @Leonny

3. Tinjauan Kepustakaan

Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan data yang berasal dari buku-buku kepastakaan atau referensi sebagai pemecahan pokok permasalahan dalam penelitian. Buku-buku atau referensi tersebut digunakan penulis sebagai bahan acuan untuk melihat teori yang sesuai dengan materi penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisa data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain yang terkumpul. Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Sugiyono, kegiatan dalam analisis data adalah:

“Mengelompokkan data berdasarkan variabel dari jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan”.⁶⁵

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat.

⁶⁴ Prof. Fred L. Benu dan Prof. Agus S. Benu. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian, dan Lainnya*. (Jakarta: Kencana, 2019). Hal. 155.

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 238.

Rumus Regresi Linier Sederhana

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Pengetahuan Followers

X = Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi

a = Nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

3.6.1 Uji Validitas

Teknik uji validitas pada penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan atas validitasnya. Teknik uji validitas dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* dengan menggunakan program aplikasi SPSS (*Statistical Package Social Sciences*) versi 25 rumus korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu:

$$r = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

X = Frekuensi untuk variabel X

Y = Frekuensi untuk variabel Y

x^2 = Jumlah total jawaban dari variabel bebas yang telah dikuadratkan

y^2 = Jumlah total jawaban dari variabel terikat yang telah dikuadratkan

Kemudian hasil ini akan diketahui dari hasil perhitungan, lalu dibandingkan dengan nilai r dari tabel pada taraf signifikansi 5% dengan df= N-2. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Dalam Uji Reliabilitas ini peneliti menggunakan teknik perhitungan untuk mengukur reliabilitas yaitu dengan menggunakan rumus *Cronbach's alpha* untuk mengukur reliabilitas Kuesioner. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan

menggunakan pernyataan yang telah di uji ke validitasnya dan akan ditentukan reliabilitasnya.

Reliabilitas dapat diukur berdasarkan nilai *Cronbach alpha* yang menyatakan jika kurang atau sama dengan 0,6 berartikan tidak reliabel. Dikatakan menurut Muhidin dan Abdurahman (2017:37) mengenai alat ukur, keandalan meningkat oleh pengukuran akurat secara konsisten, periksa keandalan perangkat diadakan bertujuan untuk menentukan konsistensi instrumen sebagai alat ukur.

Menurut Malhotra (2010:319) *Cronbach's alpha* dapat diukur berdasarkan skala *Cronbach's alpha* nol sampai satu. Jika skala tersebut dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan *range* yang sama, maka ukuran *Cronbach's alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai <i>Cronbach alpha</i> 0,00 – 0,20	berarti reliabilitas sangat rendah.
Nilai <i>Cronbach alpha</i> 0,20 – 0,40	berarti reliabilitas rendah.
Nilai <i>Cronbach alpha</i> 0,40 – 0,60	berarti reliabilitas agak rendah.
Nilai <i>Cronbach alpha</i> 0,60 – 0,80	berarti reliabilitas cukup.
Nilai <i>Cronbach alpha</i> 0,80 – 1,00	berarti reliabilitas tinggi.

Menurut Wiratna Sujarweni (2014), kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach alpha > 0.6.⁶⁶

3.7 Lokasi Penelitian

Dalam proses pengumpulan data dilakukan melalui TikTok dengan menyebarkan *link* kuesioner bagi pengikut akun TikTok @Leonny.

⁶⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 192.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian

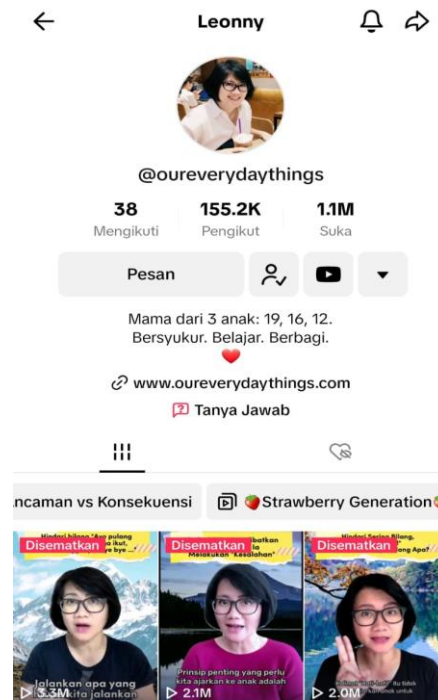
4.1.1 Profil Akun TikTok @oureverydaythings

Konten kreator yang dibahas dalam penelitian ini adalah Leonny atau yang bernama lengkap Leonny Atmadja. Beliau merupakan seorang blogger parenting. Blogger parenting dikenal sebagai seseorang yang gemar menulis dan berbagi perihal pengetahuan, pengalaman ataupun opini pribadi. Beliau pernah menjadi kontributor foto lepas untuk majalah *Mother and Baby Indonesia* dan juga pemenang ketiga dalam Kontes Fotografi Kreatif Canon 2008.

Our Everyday Things adalah blog orang tua yang dimulai pada tahun 2005 oleh Leonny. Blognya masuk dalam nominasi blog parenting terbaik se-Asia Pasifik dan blog yang dikelolanya berhasil meraih *The Best Family Blog* di *Singapore Blog Awards 2012*, selain itu pencapaian lainnya beliau juga pernah menjadi Finalis dalam kategori yang sama, yaitu *Best Family Blog* pada tahun 2011, Finalis dalam kategori Blog Fotografi Terbaik pada tahun 2009 dan 2010, dan Finalis pada kategori *Best Parenting Blog* di *Asia Pacific Blog Awards 2009*.

Dalam blognya, beliau berbagi tentang jatuh bangunnya ibu dalam mengasuh dan membesarkan anak, tips-tips menjadi orang tua, ide-ide aktivitas dan kisah-kisah inspirasi lainnya. Leonny sebagai ibu penuh waktu yang bersemangat mengabadikan momen hidup, terutama yang dihabiskan bersama keluarganya. Karya fotografinya dibagikan di blognya *Our Everyday Things*. Saat ini beliau dikenal sebagai seorang ibu dari tiga anak yang aktif membagikan tips-tips parenting melalui TikTok dengan harapan dapat menginspirasi orang lain.

Gambar 1. Profil Akun TikTok @oureverydaythings



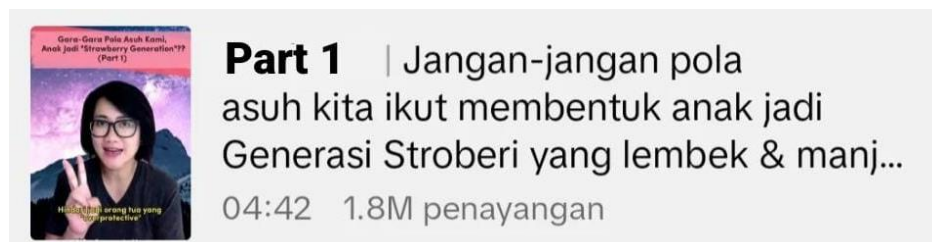
Sumber: https://www.tiktok.com/@oureverydaythings?_t=8eAFfBRxSks&_r=1

Akun TikTok Leonny pada tanggal 20 Juli 2023 sudah memiliki pengikut berjumlah 155,2K, video yang diunggah kurang lebih sebanyak 68 video, dan jumlah suka dari seluruh konten yang di upload sebanyak 1,1M.

4.1.2 Konten Leonny *Strawberry Generation*

Dalam penelitian ini, penulis membahas mengenai konten edukasi parenting yang dibuat oleh Leonny mengenai *Strawberry Generation*. Dalam unggahannya, Leonny membuat satu series yang membahas tentang *Strawberry Generation* saat ini sudah ada 4 video di dalam seriesnya.

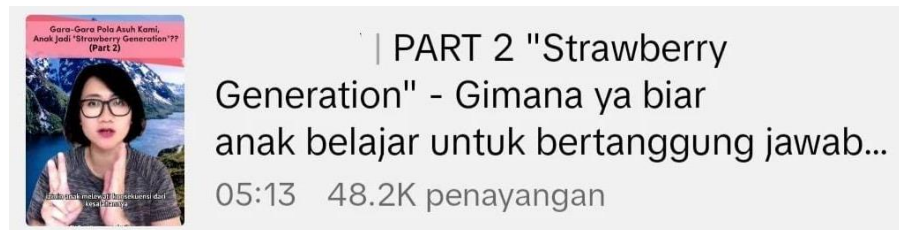
Gambar 2. Part 1 Konten *Strawberry Generation* @oureverydaythings



Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSLmP95DK/>

Gambar 2 adalah video pertama pada series *Strawberry Generation* yang berjudul Gara-Gara Pola Asuh Kami, Anak Jadi “*Strawberry Generation*”??. Dalam video tersebut Leonny memberitahu seperti apa sikap dan sifat yang buruk dari generasi stroberi serta hal positif yang ada pada generasi stroberi. Leonny juga memberikan ciri-ciri dari kemandirian seorang anak dan memberikan saran untuk menghindari memanjakan anak, menghindari menjadi orang tua yang over protective atau orang tua yang peduli berlebihan pada anaknya, serta keterlibatan dari keluarga seperti kakek dan nenek yang bisa membentuk seorang anak menjadi generasi stroberi yang lembek dan manja.

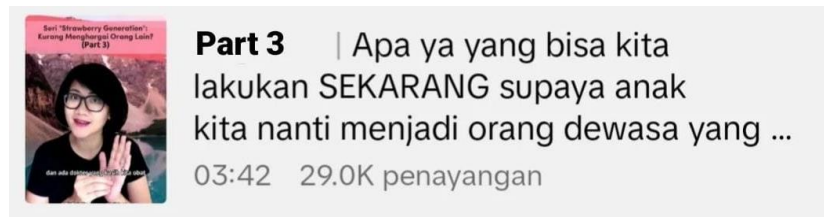
Gambar 3. Part 2 Konten *Strawberry Generation* @oureverydaythings



Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSLmPCN3r/>

Pada video kedua, Leonny membahas asal usul sebutan dari generasi stroberi, Leonny juga memberitahukan bahwa tidak semua anak dapat disebut sebagai generasi stroberi. Karena istilah generasi stroberi ini hanya diberikan kepada mereka yang bermentalitas mudah menyerah, tidak berjuang, serta sensitif atau sering menggunakan emosinya untuk menanggapi peristiwa apapun dan juga objek lain. Leonny juga memberitahukan salah satu dari ciri-ciri generasi stroberi, bahwa mereka cenderung tidak bertanggung jawab dan menyalahkan orang lain, tidak menanggung konsekuensi dari apa yang diperbuatnya. Dalam ciri-ciri tersebut dapat dikatakan bahwa setiap orang juga pernah tidak bertanggung jawab, berapapun usianya. Namun yang dimaksud adalah kecenderungan lepas tanggung jawab itu salah satu ciri-ciri dari generasi stroberi. Dalam video tersebut Leonny juga membagikan pengalaman yang pernah terjadi padanya dan anaknya. Leonny juga memberitahukan bagaimana orang tua bertindak ketika anak sedang melempar tanggung jawab dan menolak konsekuensi serta apa yang orang tua perlu diperhatikan agar anaknya tidak menjadi generasi stroberi.

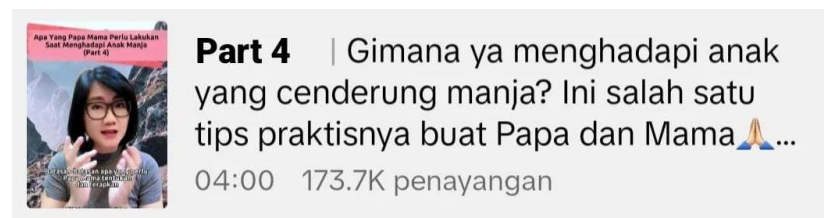
Gambar 4. Part 3 Konten *Strawberry Generation* @oureverydaythings



Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSLmPmMtA/>

Pada video ketiga berjudul Seri “*Strawberry Generation*”: Kurang Menghargai Orang Lain?. Dalam video ini Leonny membahas apa yang bisa dilakukan orang tua saat ini untuk mendidik anak sejak dini, dengan mengajarkan anak mengucapkan terimakasih dan mengatakannya secara tulus. Mendidik seorang anak untuk menghargai dan mengapresiasi orang lain.

Gambar 5. Part 4 Konten *Strawberry Generation* @oureverydaythings



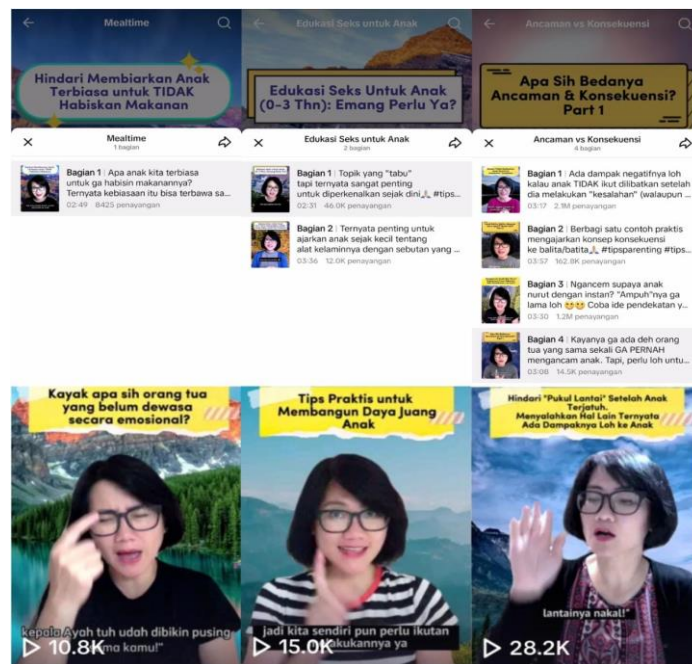
Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSLmPDRLp/>

Pada video keempat Leonny membuat video berjudul Apa Yang Papa Mama Perlu Lakukan Saat Menghadapi Anak Manja, dalam video keempat yang dibuat Leonny, ia menjelaskan contoh anak yang tantrum yang biasanya diberikan apa saja agar anak tersebut diam dan menjadi tenang dikarenakan orang tua yang tidak ingin diganggu. Leonny menjelaskan bahwa saat kita mengikuti selalu maunya seorang anak, maka kita sedang memupuk terus kemanjaan seorang anak yang akan dibawa sampai ia dewasa. Seringkali orang tua tidak memberikan batasan yang jelas kepada anaknya, begitupun orang tua yang tidak memiliki satu suara terhadap apa yang boleh dan apa yang tidak boleh dilakukan seorang anak. Leonny menjelaskan kenapa orang tua perlu menjadi satu tim atau satu suara, karena seorang anak bisa mendeteksi siapa yang lebih mudah untuk memberikan apa yang ia mau. Leonny juga memberikan contoh batasan-batasan yang perlu orang tua tentukan dan terapkan, salah satunya “tidak boleh main game, tidak boleh pegang HP kalau PR dan tanggung jawab di rumah belum dituntaskan” lainnya, seorang anak harus

makan apa yang sudah disediakan. Leonny juga memberitahukan bahwa ada hal yang perlu orang tua perhatikan dan perlu siapkan, yaitu hati dan telinga. Orang tua perlu siap tega kalau seorang anak sedang tantrum karena tidak di beri apa yang dia mau, sebisanya kita sebagai orang dewasa bersikap tenang dan berbicara tetap tegas kepada anak. Leonny juga memberitahukan dampak positif ketika orang tua sudah menanamkan batasan yang jelas sejak kecil, membina relasi dengan anak, komunikasi yang jelas, melibatkan kasih, ada konsistensi dari seorang anak masih kecil, akan ada buahnya nanti ketika anak makin besar tumbuh dewasa. Mereka akan tahu, mereka akan belajar apa yang mereka perlu dan tidak semua yang mereka mau harus mereka dapati, sehingga seorang anak juga belajar untuk bersyukur.

Konten Video lainnya yang diunggah oleh Leonny sangat melekat dengan kebutuhan remaja, pasangan muda yang ingin memiliki keturunan, orang tua dan orang dewasa yang sering berada dalam lingkup anak-anak. Dikarenakan mereka membutuhkan edukasi serta pengetahuan yang berkaitan dengan pola asuh, sehingga kita memiliki keyakinan terhadap keputusan-keputusan yang akan kita jalani. Berbagai konten yang dibuat Leonny mengenai parenting, ada series Edukasi Seks untuk Anak, Ancaman vs Konsekuensi, Mealtime, serta tips membangun kemampuan berempati dalam diri anak, tips membangun daya juang anak, dan tips lainnya.

Gambar 6. Konten Pada Akun TikTok Leonny @oureverydaythings



Sumber: https://www.tiktok.com/@oureverydaythings?_t=8eAfFBRxSks&_r=1

4.2 Analisis Data Hasil Penelitian

4.2.1 Data Reponden

Dalam penelitian ini menjelaskan hasil penelitian dari pengaruh konten edukasi TikTok Leonny mengenai *strawberry generation* dalam meningkatkan pengetahuan untuk membangun citra diri *followers*, yang terdiri dari:

1. Jenis Kelamin
2. Usia
3. Pendidikan Terakhir
4. Status Pekerjaan
5. Status Pernikahan
6. Jumlah Anak

Adapun hasil penelitian mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini, yaitu:

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	25	25%
Perempuan	75	75%
Total	100	100%

Sumber: Kuesioner No. 2

Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah laki-laki dari seluruh responden sebesar 25 dengan persentase 25% dan jumlah perempuan sebesar 75 dengan persentase 75%. Sehingga dapat dikatakan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan. Sehingga dalam hal ini, perempuan membutuhkan informasi dan edukasi lebih terkait parenting. Dalam data tersebut menunjukkan bahwa, yang mengikuti akun TikTok Leonny mayoritas adalah perempuan.

2. Usia

Adapun hasil penelitian mengenai usia responden, dapat dilihat pada tabel di bawah ini, yaitu:

Tabel 4.2 Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 18 Tahun	0	0%
18 – 25 Tahun	42	42%
> 25 Tahun	58	58%
Total	100	100%

Sumber: Kuesioner No. 3

Pada penelitian ini diambil usia kurang dari 18 tahun, 18 – 25 tahun, dan lebih dari 25 tahun. Menurut Akademisi UII, usia 18 hingga 25 tahun merupakan masa transisi dari perkembangan remaja menuju dewasa. Dalam masa tersebut, individu mulai melakukan eksplorasi terhadap identitas diri, terutama dalam pekerjaan,

cinta, dan cara pandang terhadap dunia.⁶⁷ Dapat dikatakan bahwa usia kurang dari 18 tahun masih dinyatakan belum dewasa dan usia lebih dari 25 tahun dinyatakan sudah melewati proses dewasa.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan, jumlah responden yang paling banyak adalah responden usia lebih dari 25 tahun yaitu 58%. Dalam hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa lebih banyak orang dewasa yang menjadi responden dalam penelitian ini, dengan judul “Pengaruh Konten Edukasi Parenting Akun TikTok @Leonny Tentang *Strawberry Generation* Terhadap Citra Diri *Followers*”.

Dengan demikian bahwa pengikut akun TikTok Leonny sebagian besar adalah orang dewasa, yang berarti membutuhkan edukasi parenting mengenai generasi stroberi dan membutuhkan citra diri yang positif

3. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA/SMK	44	44%
S1/S2/S3	56	56%
Tidak Sekolah	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Kuesioner No. 4

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang paling banyak memiliki pendidikan terakhir adalah S1/S2/S3 sebesar 56%. Hal ini penulis dapat simpulkan bahwa kebanyakan responden telah menempuh atau sedang mengambil program Pendidikan Strata 1/2/3.

⁶⁷ Albertus Adit, "Akademisi UII bebankan Masa Transisi Perkembangan Remaja Jadi Dewasa.", (<https://amp.kompas.com/edukasi/read/2021/10/10/214011571/akademisi-iii-bebankan-masa-transisi-perkembangan-remaja-jadi-dewasa>, diakses pada 20 Juni 2023, 01:37)

4. Status Pekerjaan

Tabel 4.4 Status Pekerjaan

Status Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	33	33%
Pegawai Negri/Pegawai Swasta	28	28%
Wiraswasta	17	17%
Ibu Rumah Tangga	19	19%
Lainnya	3	3%
Total	100	100%

Sumber: Kuesioner No. 5

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak yang menjadi sampel adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 33%, di urutan kedua Pegawai Negri/Pegawai Swasta sebanyak 28% dan urutan ketiga Ibu Rumah Tangga sebanyak 19%. Melalui tabel 4.4 dapat dinyatakan bahwa pelajar/mahasiswa memerlukan edukasi perihal pola asuh sejak dini yang juga berkaitan dengan generasi stroberi, mereka perlu mengenal apakah mereka termasuk dalam generasi stroberi. Begitu juga yang berstatus pekerja dan ibu rumah tangga, untuk menghindari menjadi generasi stroberi dan membentuk generasi stroberi.

5. Status Pernikahan

Tabel 4.5 Status Pernikahan

Status Pernikahan	Frekuensi	Persentase
Sudah Menikah	61	61%
Belum Menikah	37	37%
Pernah Menikah	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Kuesioner No. 6

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa mayoritas responden pada status pernikahan, adalah yang sudah menikah sebanyak 61%, di susul dengan responden yang memiliki status belum menikah ada sebanyak 37% dan yang terakhir

responden yang memiliki status pernikahan pernah menikah atau sudah bercerai sebanyak 2%.

6. Jumlah Anak

Tabel 4.6 Jumlah Anak

Jumlah Anak	Frekuensi	Persentase
Belum Memiliki Anak	42	42%
1	42	42%
2 – 3	15	15%
> 3	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Kuesioner No. 7

Berdasarkan hasil tabel di atas, dapat diketahui jumlah responden yang belum memiliki anak dan yang memiliki anak 1 berjumlah sama, yakni sebanyak 42%, responden yang memiliki anak 2 – 3 sebanyak 15% dan responden yang memiliki anak lebih dari 3 sebanyak 1%. Dapat dikatakan bahwa memiliki anak ataupun belum memiliki anak tetap memerlukan edukasi parenting sejak dini dan jumlah anak dalam berkeluarga menjadi suatu pengalaman dan praktik belajar dalam pola asuh dan membentuk citra diri yang baik untuk kedepannya.

4.2.2 Data Variabel

Dalam penelitian “Pengaruh Konten Edukasi TikTok Leonny Mengenai *Strawberry Generation* Dalam Meningkatkan Pengetahuan Untuk Membangun Citra Diri *Followers*”, terdapat dua variabel, yaitu:

1. Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi (X)
2. Pengetahuan *Followers* (Y)

Dari kedua variabel tersebut dibagi menjadi beberapa dimensi untuk diubah menjadi pernyataan. Pernyataan di setiap dimensi pada penelitian ini akan dijelaskan menggunakan tabel tunggal, sebagai berikut:

4.2.2.1 Variabel X: Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi

Tabel 4.7 Asumsi Ideologi: Konten Tentang *Strawberry Generation*

Leonny mengetahui tentang generasi stroberi	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	50	50%
Setuju	47	47%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 1

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa ada sebanyak 50% responden yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan bahwa Leonny mengetahui tentang generasi stroberi, responden yang menjawab setuju sebanyak 47%, tidak setuju sebanyak 1%, dan yang menjawab sangat tidak setuju 2%. Mengetahui yang dimaksud dalam pernyataan ini adalah melihat atau menyaksikan, tahu akan tanda-tanda sesuatu. Hal tersebut dapat dikatakan responden menganggap bahwa Leonny mengetahui informasi yang dia sampaikan mengenai generasi stroberi, yang berarti Leonny melihat dan tahu akan generasi stroberi.

Tabel 4.8 Asumsi Ideologi: Konten Tentang *Strawberry Generation*

Leonny memahami seperti apa generasi stroberi	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	49	49%
Setuju	49	49%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 2

Dari tabel 4.8 dapat diketahui, bahwa responden yang menjawab sangat setuju dan setuju berjumlah sama, yakni 49%, yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju 1%. Hal tersebut dapat dikatakan responden menganggap bahwa

Leonny memahami seperti apa generasi stroberi. Memahami yang dimaksud dalam pernyataan tersebut adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai sudut. Dapat dikatakan memahami apabila seseorang dapat memberikan penjelasan atau memberi uraian yang lebih rinci tentang hal tersebut dengan menggunakan kata-katanya sendiri.

Tabel 4.9 Asumsi Ideologi: Pola Asuh Anak *Strawberry Generation*

Leonny menyampaikan pola asuh generasi stroberi melalui konten video di TikTok	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	56	56%
Setuju	43	43%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 3

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 56%, yang menjawab setuju 43% dan yang menjawab sangat tidak setuju 1%. Hal tersebut dianggap oleh responden bahwa Leonny menyampaikan bagaimana pola asuh generasi stroberi, dan hal ini dapat dilihat pada akun TikTok Leonny, Menyampaikan berarti memberikan informasi atau ajaran yang diperintahkan, seperti contohnya menginformasikan ajaran yang sudah ada atau sudah ditetapkan dari sumber-sumber yang ada.

Tabel 4.10 Asumsi Ideologi: Pola Asuh Anak *Strawberry Generation*

Leonny menyajikan contoh pola asuh yang baik untuk generasi stroberi	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	55	55%
Setuju	44	44%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 4

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 55%, setuju sebanyak 44%, dan sangat tidak setuju 1% pada pernyataan Leonny menyajikan contoh pola asuh yang baik untuk generasi stroberi. Menyajikan dalam pernyataan ini, berarti menyediakan atau mengemukakan (pendapat). Hal ini dapat dikatakan bahwasannya responden sangat setuju dengan pernyataan Leonny menyajikan contoh pola asuh yang baik melalui konten video pada akun TikTiknya.

Tabel 4.11 Asumsi Ideologi: Pola Komunikasi

Leonny menyampaikan bagaimana pola komunikasi kepada generasi stroberi	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	48	48%
Setuju	51	51%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 5

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa ada sebanyak 51% responden yang menjawab setuju, 48% responden sangat setuju, dan 1% responden sangat tidak setuju. Sehingga pernyataan Leonny menyampaikan bagaimana pola komunikasi kepada generasi stroberi di dominasi pada jawaban setuju dan sangat setuju sebanyak 99% atau 99 responden.

Tabel 4.12 Asumsi Ideologi: Pola Komunikasi

Leonny menyajikan contoh pola komunikasi orang tua dengan anak	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	51	51%
Setuju	47	47%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 6

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa ada sebanyak 51% responden yang menjawab sangat setuju, 47% responden setuju, dan 1% responden tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga didominasi pada jawaban sangat setuju dan setuju sebanyak 98% atau 98 responden bahwa Leonny menyajikan contoh pola komunikasi antara orang tua dengan anak dalam video yang diunggahnya.

Tabel 4.13 Asumsi Ideologi: Ciri-ciri *strawberry generation*

Leonny menyampaikan ciri-ciri <i>strawberry parents</i> dengan jelas	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	49	49%
Setuju	50	50%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 7

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa ada sebanyak 50% responden yang menjawab setuju, 49% responden sangat setuju, dan 1% responden sangat tidak setuju. Sehingga didominasi pada jawaban setuju dan sangat setuju sebanyak 99% atau 99 responden. Hal ini dapat dikatakan bahwa Leonny menyampaikan ciri-ciri dari orang tua stroberi dengan jelas.

Tabel 4.14 Sumber Pesan: Kredibilitas Kreator

Leonny menguasai materi strawberry generation	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	47	47%
Setuju	52	52%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 8

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa responden yang menjawab setuju sebanyak 52%, sangat setuju 47%, dan tidak setuju 1%. Hal ini membuktikan bahwa Leonny menguasai materi *strawberry generation* yang ia sampaikan pada setiap kontennya. Terdapat 99% jawaban setuju dan sangat setuju terkait pernyataan Leonny yang menguasai materi *strawberry generation*. Menguasai dalam pernyataan ini diartikan bahwa Leonny memiliki akses kepada berbagai sumber informasi, yang berarti ia dapat memahami, menyaring, dan menerapkan informasi tersebut dengan bijak dan kreatif. Dapat dikatakan bahwa Leonny memegang kendali atas materi yang ia sampaikan dan dalam pernyataan ini disetujui oleh responden.

Tabel 4.15 Sumber Pesan: Kredibilitas Kreator

Leonny mampu menyampaikan materi dengan baik	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	60	60%
Setuju	40	40%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 9

Dari tabel di atas dapat diketahui, terdapat 60% responden menjawab sangat setuju dan 40% responden menjawab setuju. Dapat disimpulkan bahwa Leonny mampu menyampaikan materi dengan baik, orang yang dapat menyampaikan

materi dengan baik, dapat membentuk kompetensi tertentu kepada yang mendengarkan, yang dimaksud kompetensi adalah kemampuan, pengetahuan dan sikap. Dalam pernyataan ini mampu yaitu mempunyai bekal yang cukup untuk dibagikan sehingga orang tersebut menyanggupi dalam menyampaikan materi dengan baik.

Tabel 4.16 Sumber Pesan: Kredibilitas Kreator

Leonny memberikan informasi <i>up to date</i> mengenai parenting	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	61	61%
Setuju	39	39%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 10

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 61% dan setuju sebanyak 39%. Hal ini membuktikan bahwa Leonny memberikan informasi yang *up to date* mengenai parenting. Hal ini dapat dilihat pada akun TikTok Leonny.

Tabel 4.17 Sumber Pesan: Kredibilitas Kreator

Cara penyampaian pesan oleh Leonny mudah dipahami	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	67	67%
Setuju	32	32%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 11

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 67%, setuju sebanyak 32%, dan tidak setuju sebanyak 1%. Hal ini dapat dikatakan bahwa pesan yang disampaikan Leonny melalui konten akun TikToknya mudah dipahami karena di dominasi oleh 67% yang menjawab sangat

setuju. Dalam pernyataan ini mudah dipahami berarti tidak rumit dan bersifat komunikatif yang berarti Leonny mampu menggunakan kata-kata, pemikiran yang mudah untuk dipahami.

Tabel 4.18 Sumber Pesan: Kredibilitas Pesan

Konten video Leonny dapat memberikan informasi penting mengenai parenting	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	63	63%
Setuju	37	37%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 12

Dari tabel 4.18 dapat diketahui, bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 63% dan setuju sebanyak 37%. Hal ini dapat dikatakan, bahwa konten video Leonny dapat memberikan informasi penting mengenai edukasi parenting, salah satu contohnya adalah cara menghindari mendidik anak menjadi generasi stroberi dan cara menghindari menjadi orang tua stroberi.

Tabel 4.19 Sumber Pesan: Kredibilitas Pesan

Pemilihan topik “ <i>strawberry generation</i> ” pada konten TikTok sesuai dengan kebutuhan saya	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	43	43%
Setuju	54	54%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 13

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab setuju sebanyak 54%, sangat setuju sebanyak 43%, tidak setuju sebanyak 2%, dan sangat tidak setuju 1%. Hal ini dapat dinyatakan bahwa topik “*strawberry generation*”

pada konten TikTok sesuai dengan kebutuhan responden atau pengikut Leonny. Selain dari topik tersebut, dalam akun TikTok Leonny terdapat topik lain, berupa *mealttime*, edukasi seks untuk anak dan ancaman vs konsekuensi.

Tabel 4.20 Sumber Pesan: Daya Tarik Pesan

Isi pesan dari konten TikTok Leonny menarik perhatian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	50	50%
Setuju	49	49%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 14

Dari tabel 4.20 dapat diketahui, bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 50%, setuju sebanyak 49% dan tidak setuju 1%. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa isi pesan dari konten TikTok Leonny menarik perhatian para pengikutnya, dikarenakan mencapai 99% dari jawaban setuju dengan sangat setuju. Isi pesan yang dimaksud disini adalah bahan atau materi inti (*Strawberry Generation*) dalam konten edukasi yang dibuat Leonny untuk dapat mendorong dan membujuk khalayak agar tertarik dengan informasi edukasi.

Tabel 4.21 Sumber Pesan: Daya Tarik Pesan

Pembahasan <i>strawberry generation</i> mengedukasi saya	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	63	63%
Setuju	37	37%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 15

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 63% dan responden yang menjawab setuju sebanyak 37%. Dapat dikatakan bahwa pembahasan mengenai *strawberry generation* dapat mengedukasi

seluruh pengikut Leonny karena jawaban setuju dengan sangat setuju mencapai 100%. Dengan demikian responden mendapatkan pemahaman baru akan *strawberry generation*.

Tabel 4.22 Sumber Pesan: Daya Tarik Pesan

Generasi yang kreatif namun dikenal lemah memiliki daya tarik yang tinggi	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	47	47%
Setuju	48	48%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 16

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab setuju sebanyak 48%, sangat setuju sebanyak 47% dan tidak setuju sebanyak 5%. Hal ini dapat dikatakan bahwa di era saat ini, generasi kreatif namun dikenal lemah memiliki daya tarik yang tinggi dikarenakan jawaban oleh pengikut akun TikTok Leonny didominasi dengan setuju dan sangat setuju menjadi 95%.

Tabel 4.23 Nada Penyampaian: Gaya Bicara

Leonny menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	63	63%
Setuju	37	37%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 17

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa ada sebanyak 63% responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa Leonny menggunakan bahasa yang mudah di mengerti. 37% responden yang menjawab setuju, maka dapat dikatakan bahwa informasi yang dibawakan Leonny menggunakan bahasa yang mudah dimengerti untuk pengikut akun TikToknya. Dengan demikian bahasa yang mudah dimengerti

tersebut adalah ungkapan yang mengandung arti yang seseorang ketika mendengarnya tidak memerlukan banyak tenaga atau pikiran dalam melihat konten Leonny.

Tabel 4.24 Nada Penyampaian: Gaya Bicara

Leonny menjelaskan tentang <i>strawberry generation</i> secara ekspresif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	44	44%
Setuju	55	55%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 18

Dari tabel di atas memperlihatkan bahwa ada 55% responden yang menjawab setuju dengan pernyataan bahwa Leonny menjelaskan tentang *strawberry generation* secara ekspresif, 44% responden menjawab sangat setuju dan 1% menjawab tidak setuju. Dalam pernyataan ini, yang dimaksud dengan menjelaskan secara ekspresif adalah Leonny menjelaskan dengan gambaran, maksud, gagasan atau perasaan tertentu. Dengan persentase 99% dari sangat setuju dan setuju, berarti responden merasakan gambaran, maksud, gagasan atau perasaan dari apa yang disampaikan Leonny.

Tabel 4.25 Nada Penyampaian: Gaya Bicara

Gerak tangan, kontak mata dan raut wajah Leonny ikut aktif dalam menjelaskan tentang <i>strawberry generation</i> pada konten video TikTok	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	59	59%
Setuju	40	40%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 19

Dari tabel 4.25 memperlihatkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 59%, setuju sebanyak 40% dan tidak setuju sebanyak 1%. Hal dapat dinyatakan dalam jawaban peneltian sebagian besar responden menganggap bahwa dalam menjelaskan tentang generasi stroberi pada akun TikToknya, Leonny menggunakan bahasa tubuh secara aktif.

Tabel 4.26 Nada Penyampaian: Gaya Bicara

Leonny menggunakan artikulasi yang jelas dalam menyampaikan pesan di TikTok	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	58	58%
Setuju	42	42%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 20

Dari tabel di atas memperlihatkan bahwa ada sebanyak 58% responden yang menjawab sangat setuju dan 42% menjawab setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa Leonny menggunakan artikulasi yang jelas dalam menyampaikan pesannya. Dengan demikian responden menganggap setiap kata yang dilafalkan terdengar jelas.

Tabel 4.27 Nada Penyampaian: Durasi Video

Durasi dalam video konten Leonny cukup untuk dinikmati, tidak terlalu lama	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	47	47%
Setuju	51	51%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 21

Dari tabel di atas memperlihatkan bahwa ada sebanyak 51% responden yang menjawab setuju, 47% menjawab sangat setuju dan 2% menjawab tidak setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa durasi dalam konten video yang diupload oleh Leonny cukup untuk dinikmati, tidak memiliki waktu yang lama untuk menonton dan pesannya diharapkan tersampaikan dengan baik.

Tabel 4.28 Nada Penyampaian: Durasi Video

Leonny konsisten dalam memberikan durasi setiap video yang di upload tidak kurang dari 3 menit	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	45	45%
Setuju	53	53%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 22

Dari tabel di atas memperlihatkan bahwa ada responden yang menjawab setuju sebanyak 53%, sangat setuju sebanyak 45%, dan tidak setuju sebanyak 2%. Hal ini dapat dikatakan bahwa Leonny konsisten dalam mengupload video dengan durasi kurang dari 3 menit.

Tabel 4.29 Nada Penyampaian: Frekuensi Video

Video konten TikTok Leonny sering kali lewat di beranda	Frekuensi	Persentase
Sangat Sering	32	32%
Sering	44	44%
Tidak Sering	21	21%
Sangat Tidak Sering	3	3%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 23

Dari tabel di atas memperlihatkan frekuensi dari konten video Leonny yang sering kali lewat di beranda pengikut akun TikTok Leonny. Responden yang menjawab sering sebanyak 44%, sangat sering sebanyak 32%, tidak sering

sebanyak 21% dan sangat tidak sering 3%. Dalam pernyataan ini, jawaban responden di dominasi oleh sering dengan sangat sering menjadi 76% konten video TikTok Leonny lewat di beranda pengikutnya.

Tabel 4.30 Nada Penyampaian: Frekuensi Video

Seberapa sering anda menonton video konten Leonny tentang <i>strawberry generation</i>	Frekuensi	Persentase
Sangat Sering	29	29%
Sering	45	45%
Tidak Sering	24	24%
Sangat Tidak Sering	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 24

Dari tabel di atas memperlihatkan bahwa ada sebanyak 45% responden yang sering menonton video konten Leonny, dan disusul oleh 29% responden yang sangat sering, serta 24% pengikut Leonny yang tidak sering menonton video konten Leonny tentang *strawberry generation*. Hal ini dapat dikatakan bahwa jawaban dari pernyataan ini di dominasi sebanyak 74% oleh jawaban sering dan sangat sering yang menonton video konten Leonny.

Tabel 4.31 Nada Penyampaian: Tampilan Video

Video konten TikTok Leonny memiliki gambar dengan kualitas terbaik	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	34	34%
Setuju	59	59%
Tidak Setuju	7	7%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 25

Dari tabel di atas memperlihatkan bahwa ada sebanyak 59% responden yang menjawab setuju, 34% menjawab sangat setuju dan 7% menjawab tidak setuju. Hal

ini dapat dikatakan bahwa video konten yang diupload oleh Leonny memiliki gambar dengan kualitas yang baik.

Tabel 4.32 Nada Penyampaian: Tampilan Video

Audio dalam konten memiliki kualitas yang baik	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	0	0%
Setuju	45	45%
Tidak Setuju	53	53%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 26

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa ada sebanyak 53% responden yang menjawab tidak setuju, 45% menjawab setuju dan 2% menjawab sangat tidak setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa kualitas audio dalam konten video Leonny kurang baik.

Tabel 4.33 Nada Penyampaian: Tampilan Video

Gambar latar dalam konten Leonny menarik perhatian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	35	35%
Setuju	55	55%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 27

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa ada sebanyak 55% responden yang menjawab setuju, 35% menjawab sangat setuju dan 10% menjawab tidak setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa gambar latar dari video konten yang diupload oleh Leonny menarik perhatian pengikutnya. Variasi gambar latar yang dibuat Leonny adalah pemandangan alam dan pegunungan.

Tabel 4.34 Nada Penyampaian: Tampilan Video

Tulisan dalam video meliputi warna, ukuran, dan jenis teks jelas terbaca	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	47	47%
Setuju	52	52%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 28

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa ada sebanyak 52% responden yang menjawab setuju, 47% menjawab sangat setuju dan 1% menjawab tidak setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa tulisan dalam konten video Leonny jelas terbaca yang meliputi warna, ukuran, dan jenis teks.

4.2.2.2 Hasil Analisis Variabel X

Berdasarkan hasil analisis dari setiap masing-masing dimensi dan indikator yang ada pada variabel X, maka dari itu penulis menyajikan hasil analisis penelitian variabel X yang berhubungan dengan hasil penilaian mengenai Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi yang dimensinya terdiri dari:

1. Asumsi Ideologi
2. Sumber Pesan
3. Nada Penyampaian

Pada ketiga dimensi tersebut, memiliki sebanyak 28 pernyataan. Kategori dari semua hasil data yang diperoleh, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Kemudian untuk mengetahui nilai rata-rata dari jawaban di atas menggunakan rumus interval kelas, sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}} \\ &= \frac{112 - 79}{4} \\ &= \frac{33}{4} = 8,25\end{aligned}$$

Dibulatkan menjadi 9.

Kategori Skor Variabel X:

103 – 112 = Sangat Baik

93 – 102 = Baik

83 – 92 = Tidak Baik

73 – 82 = Sangat Tidak Baik

Penilaian responden terhadap Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi dikategorikan sangat tidak baik apabila memperoleh nilai 73-82, dikategorikan tidak baik apabila memperoleh nilai 83-92, dikategorikan baik apabila memperoleh nilai 93-102, dan dikategorikan sangat baik apabila memperoleh nilai 103-112. Oleh karena itu hasil dari perhitungan mengenai Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.35 Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi

Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi	Frekuensi	Persentase
Sangat Baik	30	30%
Baik	34	34%
Tidak Baik	32	32%
Sangat Tidak Baik	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 1-28

Pada tabel di atas memperlihatkan hasil dari penelitian mengenai Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi secara keseluruhan terbesar yaitu dengan persentase sebanyak 34% dengan frekuensi 34. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa responden menganggap konten edukasi parenting tentang generasi stroberi oleh Leonny memiliki kategori yang baik.

4.2.2.3 Variabel Y: Pengetahuan *Followers*

Tabel 4.36 Kesadaran: Kesadaran Mengenai *Strawberry Generation*

Saya mengetahui apa yang dimaksud dari generasi stroberi	Frekuensi	Persentase
Sangat Mengetahui	35	35%
Mengetahui	54	54%
Tidak Mengetahui	7	7%
Sangat Tidak Mengetahui	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 29

Dari tabel di atas diketahui bahwa ada sebanyak 54% responden yang menjawab mengetahui, 35% menjawab sangat mengetahui, 7% menjawab tidak mengetahui dan 4% menjawab sangat tidak mengetahui. Hal ini dapat dikatakan bahwa jawaban responden didominasi oleh jawaban mengetahui mengenai apa yang dimaksud dari generasi stroberi.

Tabel 4.37 Kesadaran: Kesadaran Mengenai *Strawberry Generation*

Saya mengetahui bahwa generasi stroberi adalah generasi yang mudah menyerah namun memiliki ide kreatif	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	35	35%
Setuju	62	62%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 30

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa ada sebanyak 62% responden yang menjawab setuju, 35% menjawab sangat setuju, 3% menjawab tidak setuju. Hal ini dapat dikatakan, bahwa pengikut Leonny didominasi oleh 62% jawaban mengetahui. Hal tersebut menyatakan bahwa pengikut Leonny memiliki kesadaran pengetahuan tentang generasi stroberi sehingga mereka setuju bahwa generasi stroberi adalah generasi yang mudah menyerah namun memiliki ide kreatif.

Tabel 4.38 Kesadaran: Kesadaran Mengenai *Strawberry Generation*

Karakteristik generasi stroberi mudah merasa sakit hati	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	39	39%
Setuju	55	55%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 31

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab setuju sebanyak 55%, sangat setuju sebanyak 39%, tidak setuju sebanyak 5%, dan sangat tidak setuju sebanyak 1%. Hal ini dapat dikatakan mayoritas pengikut akun TikTok Leonny menyadari bahwa generasi stroberi memiliki karakteristik mudah merasa sakit hati. Dari tabel di atas membuktikan jawaban dari pengikut menyetujui.

Tabel 4.39 Kesadaran: Kesadaran Mengenai Ciri-Ciri *Strawberry Generation*

Pola asuh orang tua yang memanjakan anak menjadikan anak menjadi generasi stroberi	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	43	43%
Setuju	54	54%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 32

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab setuju sebanyak 57%, sangat setuju sebanyak 43%, dan tidak setuju sebanyak 3%. Hal tersebut membuktikan bahwa sebagian besar pengikut akun TikTok Leonny setuju bahwasannya pengaruh seorang anak menjadi generasi stroberi disebabkan oleh orang tua yang memanjakan anaknya.

Tabel 4.40 Kesadaran: Kesadaran Mengenai Ciri-Ciri *Strawberry Generation*

Penyebab dari pola asuh generasi stroberi menjadikan anak menuntut orang lain untuk mendapatkan apa yang diinginkan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	47	47%
Setuju	48	48%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 33

Dari tabel 4.40 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab setuju sebanyak 48%, sangat setuju sebanyak 57%, dan tidak setuju sebanyak 5%. Hal ini dapat dikatakan, bahwa sebagian besar pengikut akun TikTok Leonny setuju bahwa generasi stroberi memiliki karakter menuntut orang lain untuk mendapatkan apa yang diinginkannya. Dari tabel di atas juga menyatakan bahwa hal yang menyebabkan anak menuntut orang lain dikarenakan pola asuh dari orang tua.

Tabel 4.41 Kesadaran: Kesadaran Mengenai Ciri-Ciri *Strawberry Generation*

Penyebab dari pola asuh generasi stroberi menjadikan anak mudah frustasi dan putus asa	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	39	39%
Setuju	53	53%
Tidak Setuju	8	8%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 34

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab setuju sebanyak 53%, sangat setuju sebanyak 39%, dan tidak setuju sebanyak 8%. Hal ini dapat dikatakan, bahwa sebagian besar pengikut akun TikTok Leonny setuju jika generasi stroberi memiliki karakter yang mudah putus asa dan frustasi. Dari tabel

di atas juga menyatakan bahwa pola asuh orang tua dapat memicu seorang anak menjadi frustrasi dan putus asa.

Tabel 4.42 Kesadaran: Kesadaran *Strawberry Parents*

Saya menyadari generasi stroberi ada disekitar saya	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	51	51%
Setuju	47	47%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 35

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 51%, setuju sebanyak 47%, dan tidak setuju sebanyak 2%. Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pengikut akun TikTok Leonny menyadari bahwa generasi stroberi ada disekitar mereka.

Tabel 4.43 Kesadaran: Kesadaran *Strawberry Parents*

Generasi stroberi adalah generasi yang lemah	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	33	33%
Setuju	37	37%
Tidak Setuju	30	30%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 36

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa ada sebanyak 37% responden yang menjawab setuju, 33% menjawab sangat setuju, dan 30% menjawab tidak setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa pengikut Leonny memiliki kesadaran pengetahuan bahwa generasi stroberi adalah generasi yang lemah sehingga mencapai 67% jawaban setuju dengan sangat setuju pada pernyataan tersebut.

Tabel 4.44 Tindakan: Tindakan Pola Asuh *Strawberry Generation*

Saya mempelajari lebih dalam mengenai pola asuh <i>strawberry parents</i>	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	45	45%
Setuju	52	52%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 37

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa ada sebanyak 52% responden yang menjawab setuju, 45% menjawab sangat setuju, dan 3% menjawab tidak setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa pengikut Leonny setuju untuk mempelajari lebih dalam mengenai pola asuh *strawberry parents*.

Tabel 4.45 Tindakan: Tindakan Pola Asuh *Strawberry Generation*

Saya akan berupaya tidak menuruti kemanapun seorang anak pergi	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	35	35%
Setuju	47	47%
Tidak Setuju	18	18%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 38

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa ada sebanyak 47% responden yang menjawab setuju, 35% menjawab sangat setuju, dan 18% menjawab tidak setuju. Pernyataan pada tabel ini mengartikan bahwa masih ada 18% responden yang akan mengikuti anaknya pergi (*over protective*). Hal ini dapat dikatakan bahwa pengikut Leonny masih bertindak seperti ciri-ciri dari *strawberry parents*. Namun dalam tabel ini menunjukkan sebanyak 82% yang menjawab setuju dengan sangat setuju untuk memberikan tanggung jawab kepada anaknya untuk menjaga dirinya sendiri disaat seorang anak tersebut pergi sendiri.

Tabel 4.46 Tindakan: Tindakan Pola Asuh *Strawberry Generation*

Saya membiarkan anak memarahi saya	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	5	5%
Setuju	27	27%
Tidak Setuju	42	42%
Sangat Tidak Setuju	26	26%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 39

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 42%, setuju sebanyak 27%, disusul dengan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 26%, dan sangat setuju sebanyak 5%. Hal ini dapat dikatakan bahwa ada 32% pengikut Leonny yang menjawab setuju dengan sangat setuju membiarkan seorang anak memarahi mereka, dalam hal ini mereka termasuk melakukan tindakan pola asuh sebagai orang tua stroberi. Namun dapat dikatakan bahwa sebagian besar pengikut akun TikTok Leonny yang menjawab tidak setuju dengan sangat tidak setuju, menghindari tindakan pola asuh yang salah.

Tabel 4.47 Tindakan: Tidakan Pola Komunikasi Kepada *Strawberry Generation*

Saya akan mengajak seorang anak untuk menjadi pribadi yang terbuka	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	59	59%
Setuju	41	41%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 40

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa ada sebanyak 59% responden yang menjawab sangat setuju dan 41% menjawab setuju. Pernyataan pada tabel ini mengartikan bahwa kita sebagai orang dewasa perlu membangun hubungan dengan anak melalui komunikasi, kehadiran kita, untuk membentuk seorang anak menjadi pribadi yang terbuka. Hal ini menyatakan bahwa sebagian besar pengikut Leonny

100% yang menjawab sangat setuju dengan setuju satu suara untuk menjadikan seorang anak terbuka atas dirinya.

Tabel 4.48 Tindakan: Tidakan Pola Komunikasi Kepada *Strawberry Generation*

Saya akan memperingatkan anak bila melakukan kesalahan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	60	60%
Setuju	39	39%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 41

Dari tabel di atas memperlihatkan bahwa ada sebanyak 60% responden yang menjawab sangat setuju, 39% menjawab setuju, dan 1% tidak setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pengikut Leonny sangat setuju untuk memperingatkan seorang anak, bila anak tersebut melakukan kesalahan. Meperingatkan adalah sebagai bentuk mengasihi dari orang dewasa kepada seorang anak melalui komunikasi yang baik sehingga berdampak juga kepada tindakan baik yang dilakukan seorang anak.

Tabel 4.49 Penerimaan: Generasi Stroberi

Saya mengakui diri saya sebagai bagian dari generasi stroberi	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	12	12%
Setuju	38	38%
Tidak Setuju	33	33%
Sangat Tidak Setuju	17	17%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 42

Dari tabel di atas menunjukan bahwa responden yang menjawab setuju sebanyak 38%, tidak setuju sebanyak 33%, sangat setuju sebanyak 12%, dan sangat tidak setuju sebanyak 17%. Dalam pernyataan di atas mengartikan bahwa responden mengakui diri sebagai bagian dari generasi stroberi berarti mereka

menerima dirinya, bahwasannya memiliki karakteristik mudah menyerah, egois, mudah terbawa emosi, tidak memiliki daya juang, namun sangat melek teknologi. Hal ini menyatakan bahwa pengikut Leonny yang menjawab setuju dengan sangat setuju sebanyak 50% mengakui dirinya sebagai generasi stroberi yang berarti memiliki citra diri yang rendah, sebaliknya yang menjawab tidak setuju dengan sangat tidak setuju sebanyak 50% yang berarti mereka dapat membentuk citra positif untuk diri nya.

Tabel 4.50 Penerimaan: Peran Sebagai Orang Tua

Saya berkewajiban dalam membimbing seorang anak	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	65	65%
Setuju	33	33%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 43

Dari tabel di atas memperlihatkan, bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 65%, setuju sebanyak 33%, dan tidak setuju sebanyak 2%, Dalam pernyataan di atas mengartikan bahwa responden menerima peran dirinya sebagai orang tua. Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pengikut Leonny yang menjawab sangat setuju menerima kewajiban dalam membimbing seorang anak sebagai peran orang tua. Berkewajiban berarti segala yang sifatnya harus dilaksanakan untuk memenuhi hak dengan baik.

Tabel 4.51 Penerimaan: Peran Sebagai Orang Tua

Saya bertanggung jawab dalam mendisiplinkan seorang anak	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	70	70%
Setuju	28	28%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 44

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 70%, setuju sebanyak 28%, dan tidak setuju sebanyak 2%. Dalam pernyataan di atas menyatakan bahwa responden menerima tanggung jawab dirinya untuk mendisiplinkan seorang anak. Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pengikut Leonny yang menjawab sangat setuju menerima peran sebagai orang tua untuk bertanggung jawab dalam mendisiplinkan seorang anak. Bertanggung jawab berarti sikap kita dalam melaksanakan kewajiban dengan tekad penuh dan tujuan yang baik.

Tabel 4.52 Sikap: Ganjaran

Memberikan hadiah secara terus-menerus kepada seorang anak ketika melakukan kebaikan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	23	23%
Setuju	46	46%
Tidak Setuju	20	20%
Sangat Tidak Setuju	11	11%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 45

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab setuju sebanyak 46%, sangat setuju sebanyak 23%, tidak setuju sebanyak 20%, dan sangat tidak setuju 11%. Dalam pernyataan di atas menyatakan bahwa anak yang diberikan hadiah secara berlebihan ketika melakukan hal kebaikan menimbulkan dampak

yang tidak baik, sehingga anak cenderung haus akan apresiasi dari orang sekitarnya. Dalam penelitian ini responden yang menjawab sangat setuju untuk memberikan hadiah secara terus-menerus kepada anak bila melakukan kebaikan lebih banyak dibandingkan yang menjawab kearah sangat tidak setuju sebanyak 11%. Hal ini dapat dikatakan bahwa pengikut Leonny yang menjawab kearah sangat setuju sebanyak 63% dapat membentuk kepribadian seorang anak menjadi haus akan apresiasi. Sehingga membentuk pola pikir yang salah kepada seorang anak, seorang anak akan bertindak baik dikarenakan ada imbalan.

Tabel 4.53 Sikap: Ganjaran

Memberikan tanggung jawab kepada anak bila melakukan kesalahan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	46	46%
Setuju	50	50%
Tidak Setuju	4	4%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 46

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab setuju sebanyak 50%, sangat setuju sebanyak 46%, dan tidak setuju sebanyak 4%. Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pengikut Leonny setuju untuk memberikan tanggung jawab kepada seorang anak bila melakukan kesalahan.

Tabel 4.54 Sikap: Pembagian Peran Orang Tua

Ayah memiliki peran sebagai pembentukan karakter anak	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	71	71%
Setuju	28	28%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 47

Dari tabel 4.54 memperlihatkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 71%, setuju sebanyak 28%, dan tidak setuju sebanyak 1%. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar pengikut Leonny sangat setuju dengan pernyataan bahwa ayah memiliki peran dalam membentuk karakter seorang anak.

Tabel 4.55 Sikap: Pembagian Peran Orang Tua

Ibu memiliki peran sebagai pembentukan emosi anak	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	73	73%
Setuju	26	26%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 48

Dari tabel di atas memperlihatkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 73%, setuju sebanyak 26%, dan tidak setuju sebanyak 1%. Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pengikut Leonny sangat setuju dengan pernyataan bahwa ibu memiliki peran dalam membentuk emosional seorang anak.

4.2.2.4 Hasil Analisis Variabel Y

Berdasarkan hasil analisis dari setiap masing-masing dimensi dan indikator yang ada pada variabel Y, maka dari itu penulis menyajikan hasil analisis penelitian variabel Y yang berhubungan dengan hasil penilaian mengenai pengetahuan *followers* pada akun TikTok Leonny yang dimensinya terdiri dari:

1. Kesadaran
2. Tindakan
3. Penerimaan
4. Sikap

Pada keempat dimensi tersebut, memiliki sebanyak 20 pernyataan. Kategori dari semua hasil data yang diperoleh, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Kemudian untuk mengetahui nilai rata-rata dari jawaban di atas menggunakan rumus interval kelas, sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}} \\ &= \frac{80 - 52}{4} \\ &= \frac{28}{4} = 7\end{aligned}$$

Maka jumlah interval kelas nya 7.

Kategori Skor Variabel Y:

- 73 – 80 = Sangat Tinggi
- 65 – 72 = Tinggi
- 57 – 64 = Rendah
- 49 – 56 = Sangat Rendah

Penilaian responden terhadap pengetahuan *followers*, dikategorikan sangat rendah apabila memperoleh nilai 49-56, dikategorikan rendah apabila memperoleh nilai 57-64, dikategorikan tinggi apabila memperoleh nilai 65-72, dan dikategorikan sangat tinggi apabila memperoleh nilai 73-80.

Oleh karena itu hasil dari perhitungan mengenai pengetahuan *followers*, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.56 Pengetahuan *Followers*

Pengetahuan <i>Followers</i>	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	19	19%
Tinggi	34	34%
Rendah	43	43%
Sangat Rendah	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Pernyataan Kuesioner No. 29-48

Berdasarkan dimensi-dimensi yang ada seperti: kesadaran mengenai generasi stroberi, tindakan dalam pola asuh dan pola komunikasi kepada generasi stroberi, penerimaan terhadap generasi stroberi dengan peran sebagai orang tua, dan sikap

yang perlu dilaksanakan seperti memberikan ganjaran serta pembagian peran dalam mendidik seorang anak. Pada tabel 4.35 memperlihatkan hasil dari penelitian mengenai pengetahuan *followers* secara keseluruhan terbesar yaitu dengan persentase sebanyak 53%, hasil ini memiliki kategori tinggi dan sangat tinggi kepada pengetahuan *followers*. Hal ini menunjukkan para *followers* memiliki pengetahuan dan dapat melihat citra dirinya, menginstropeksi diri, dan memberikan kesan positif terhadap citra dirinya serta menghindari menjadi orang dewasa yang seperti generasi stroberi.

4.3 Hasil Uji Pengaruh Antara Variabel X dengan Variabel Y

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam menganalisis penelitian menggunakan regresi linier sederhana, memerlukan persyaratan uji validitas dan reliabilitas, serta uji normalitas dan linieritas.

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan atas validitasnya. Teknik uji validitas dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* dengan menggunakan program aplikasi SPSS (*Statistical Package Social Sciences*) versi 25.

Uji Validitas dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan taraf signifikansi 5% (0,195), dengan $df = N - 2$. Penulis sebelum menyebarkan kuesioner, menguji validitas dan reliabilitas nya terlebih dahulu dengan mengambil 15 data untuk diuji.

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.57 Uji Validitas Variabel X

N = 15

Variabel X	Indikator	r – hitung	r – tabel 5% (15)	Sig.	Ket.
Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi	1	0,788	0,514	0,000	Valid
	2	0,788	0,514	0,000	Valid
	3	0,657	0,514	0,008	Valid
	4	0,697	0,514	0,004	Valid
	5	0,657	0,514	0,008	Valid
	6	0,564	0,514	0,029	Valid
	7	0,729	0,514	0,002	Valid
	8	0,799	0,514	0,000	Valid
	9	0,874	0,514	0,000	Valid
	10	0,766	0,514	0,001	Valid
	11	0,763	0,514	0,001	Valid
	12	0,852	0,514	0,000	Valid
	13	0,853	0,514	0,000	Valid
	14	0,877	0,514	0,000	Valid
	15	0,935	0,514	0,000	Valid
	16	0,874	0,514	0,000	Valid
	17	0,811	0,514	0,000	Valid
	18	0,081	0,514	0,775	Tidak Valid
	19	0,197	0,514	0,482	Tidak Valid
	20	0,595	0,514	0,019	Valid
	21	0,736	0,514	0,002	Valid
	22	0,705	0,514	0,003	Valid
	23	0,723	0,514	0,002	Valid
	24	0,400	0,514	0,140	Tidak Valid
	25	0,586	0,514	0,022	Valid
	26	0,461	0,514	0,083	Tidak Valid

	27	-0,506	0,514	0,054	Tidak Valid
	28	0,647	0,514	0,009	Valid

Dari hasil pengujian validitas pada variabel X pada tabel di atas, pernyataan kuesioner memiliki 3 dimensi yaitu; asumsi ideologi, sumber pesan dan nada penyampaian. Dalam 3 dimensi tersebut total keseluruhan pernyataan terdapat 28 butir. Dari data di atas telah diuji oleh 15 responden pada penelitian ini, terdapat 5 butir pernyataan yang tidak valid. Pernyataan yang tidak valid tersebut, sudah diperbaiki, berikut perubahan yang sudah diperbaiki:

1. Leonny menyampaikan pesan secara ekspresif
Diperbaiki menjadi: Leonny menjelaskan tentang *strawberry generation* secara ekspresif
2. Dalam menyampaikan pesan Leonny menggunakan bahasa tubuh secara aktif
Diperbaiki menjadi: Gerak tangan, kontak mata dan raut wajah Leonny ikut aktif menjelaskan tentang *strawberry generation* pada konten video TikTok
3. Apakah materi yang disampaikan Leonny berulang kali?
Diperbaiki menjadi: Seberapa sering anda menonton video konten Leonny tentang *strawberry generation*
4. Audio dalam video konten Leonny memiliki kualitas yang baik
Diperbaiki menjadi: Audio dalam konten memiliki kualitas yang baik
5. Latar belakang yang digunakan menarik perhatian
Diperbaiki menjadi: Gambar latar dalam konten Leonny menarik perhatian.

Setelah dilakukan analisis, melalui perbaikan, dan mengalami perubahan pernyataan penulis dapat menyebarkan dan mengambil 100 sampel yang dibutuhkan untuk di analisis datanya.

Tabel 4.58 Uji Validitas Variabel Y

N = 15

Variabel Y	Indikator	r – hitung	r – tabel 5% (15)	Sig.	Ket.
Pengetahuan <i>Followers</i>	1	0,055	0,514	0,845	Tidak Valid
	2	0,915	0,514	0,000	Valid
	3	0,529	0,514	0,042	Valid
	4	0,722	0,514	0,002	Valid
	5	0,733	0,514	0,002	Valid
	6	0,750	0,514	0,001	Valid
	7	0,679	0,514	0,005	Valid
	8	0,569	0,514	0,027	Valid
	9	0,280	0,514	0,311	Tidak Valid
	10	0,905	0,514	0,000	Valid
	11	0,786	0,514	0,001	Valid
	12	-0,205	0,514	0,464	Tidak Valid
	13	0,487	0,514	0,065	Tidak Valid
	14	0,629	0,514	0,012	Valid
	15	0,218	0,514	0,435	Tidak Valid
	16	0,564	0,514	0,029	Valid
	17	0,690	0,514	0,004	Valid
	18	0,787	0,514	0,000	Valid
	19	0,533	0,514	0,041	Valid
	20	0,577	0,514	0,024	Valid

Dari hasil pengujian validitas pada variabel Y pada tabel di atas, memiliki pernyataan kuesioner 4 dimensi yaitu; kesadaran, tindakan, penerimaan dan sikap. Dalam 4 dimensi tersebut total keseluruhan pernyataan terdapat 20 butir. Dari data di atas telah diuji oleh 15 responden pada penelitian ini, terdapat 5 butir pernyataan yang tidak valid. Pernyataan yang tidak valid tersebut, sudah dilakukan perbaikan, berikut perubahan yang sudah diperbaiki:

1. Saya sebelumnya tidak mengetahui mengenai gerenasi stroberi

Diperbaiki menjadi: Saya mengetahui apa yang dimaksud dari generasi stroberi

2. Saya ingin mencari tahu lebih dalam informasi mengenai pola asuh *strawberry parents*

Diperbaiki menjadi: Saya mempelajari lebih dalam mengenai pola asuh *strawberry parents*

3. Saya mengajak anak untuk berbicara mengenai perasaan yang diinginkan dan masalah-masalah yang dihadapi anak

Diperbaiki menjadi: Saya akan mengajak seorang anak untuk menjadi pribadi yang terbuka

4. Menegur anak bila melakukan kesalahan

Diperbaiki menjadi: Saya akan memperingatkan seorang anak bila melakukan kesalahan

5. Saya bertanggung jawab dalam membimbing anak

Diperbaiki menjadi: Saya berkewajiban dalam membimbing seorang anak

Setelah dilakukan analisis, melalui perbaikan, dan mengalami perubahan pernyataan, penulis dapat menyebarkan dan mengambil 100 sampel yang dibutuhkan untuk di analisis datanya.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan pernyataan yang telah di uji ke validitasnya dan akan ditentukan reliabilitasnya. Reliabilitas digunakan untuk suatu pengukuran yang menunjukkan konsisten atau tidaknya jawaban terhadap butir-butir pernyataan dalam kuesioner.⁶⁸

Tabel 4.59 Uji Reliabilitas Variabel X & Y

Variabel Dimensi	Nilai Conbach's	Ket.
X1	0,804	Reliabel
X2	0,946	Reliabel
X3	0,841	Reliabel
Y1	0,830	Reliabel
Y2	0,875	Reliabel

⁶⁸ V. Wiratna Sujarweni, Op.cit. hal 192.

Y3	-0,417	Tidak Reliabel
Y4	0,554	Tidak Reliabel

Berdasarkan pengolahan data, tabel di atas memperlihatkan bahwa terdapat 5 variabel yang dinyatakan reliabel dan sisanya 2 variabel dimensi yang tidak reliabel. 2 variabel dimensi tersebut tidak dihilangkan, sehingga diteliti dan diperbaiki.

4.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi, atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang dianggap baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

Tabel 4.60 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.33446415
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.030
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber Data: Output SPSS

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

4.3.4 Uji Linearitas

Dalam uji linearitas fungsi nya adalah untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Linear diartikan sebagai hubungan seperti garis lurus.

- Jika nilai Sig. deviation from linearity $> 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- Jika nilai Sig. deviation from linearity $< 0,05$, maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 4.61 Uji Linieritas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pengetahuan Followers * Konten Edukasi Parenting Leonny Tentang Generasi Stroberi	Between Groups	(Combined)	2852.573	31	92.018	4.914	.000
		Linearity	2265.870	1	2265.870	121.011	.000
		Deviation from Linearity	586.704	30	19.557	1.044	.429
	Within Groups		1273.267	68	18.725		
	Total		4125.840	99			

Sumber Data: Output SPSS

Berdasarkan hasil uji linearita diketahui Sig. deviation from linearity sebesar $0,429 > 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan yang linear antara konten edukasi parenting oleh @Leonny tentang generasi stroberi dengan pengetahuan *followers*

4.3.5 Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 4.62 Uji Korelasi dan Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 ^a	.549	.545	4.357

a. Predictors: (Constant), Konten Edukasi Parenting Leonny Tentang Generasi Stroberi

Sumber Data: Output SPSS

Hasil dari model summary memiliki kegunaan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel di dalam persamaan regresi. Berdasarkan pada tabel 4.36 di atas, hasil dari olahan statistik yang dibantu program SPSS windows versi 25 menunjukkan bahwa uji koefisien korelasi (R) antara variabel X yaitu konten edukasi

parenting oleh @Leonny tentang generasi stroberi dengan variabel Y yaitu citra diri *followers* didapat sebesar 0,741, maka pada nilai R Square atau koefisien determinasi diperoleh sebesar 54,9% ($0,549 \times 100\%$). Dengan demikian, artinya kemampuan yang dimiliki konten edukasi parenting oleh @Leonny tentang generasi stroberi memberikan pengaruh kepada pengetahuan *followers* sebesar 54,9%.

4.3.5.1 Uji T

Tabel 4.63 Uji T (Koefisiensi Regresi Sederhana)

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B		Beta		
1	(Constant)	16.599	4.546		3.651	.000
	Konten Edukasi Parenting Leonny Tentang Generasi Stroberi	.510	.047	.741	10.926	.000

a. Dependent Variable: Pengetahuan *Followers*

Sumber Data: Output SPSS

Berdasarkan pengolahan data di atas, didapatkan hasil nilai konstanta $a = 16,599$ sedangkan nilai $b = 0,510$. Oleh karena itu dapat disusun model persamaan regresi linier sederhana, sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 16,599 + 0,510X$$

Keterangan:

Y = Pengetahuan *Followers*

X = Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi

Jika nilai $X = 0$, akan diperoleh $Y = 16,599$

Model Persamaan Regresi yang dapat dilihat di atas, nilai konstanta positif sebesar 16,599 menunjukkan pengaruh positif variabel independen bahwa koefisien regresi tidak mempunyai tanda negatif yang berarti nilai-nilai dari dimensi dan indikator konten edukasi parenting oleh @Leonny tentang generasi stroberi

ditingkatkan, sehingga akan mendorong pengetahuan untuk membangun citra diri *followers* dengan asumsi bahwa nilai dari variabel bebas lainnya tetap konstan. Peningkatan satu indikator konten edukasi parenting oleh @Leonny tentang generasi stroberi, maka diprediksi akan meningkatkan pengetahuan *followers* sebesar 0,510. Oleh karena itu, untuk semakin meningkatkan pengetahuan *followers* terhadap edukasi parenting mengenai generasi stroberi, maka konten akun TikTok @Leonny harus lebih ditingkatkan lagi.

4.3.5.2 Uji F

Tabel 4.64 Uji Nilai Signifikan Regresi Linear

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2265.870	1	2265.870	119.386	.000 ^b
	Residual	1859.970	98	18.979		
	Total	4125.840	99			

a. Dependent Variable: Pengetahuan *Followers*

b. Predictors: (Constant), Konten Edukasi Parenting Leonny Tentang Generasi Stroberi

Sumber Data: Output SPSS

Dari output di atas diketahui untuk menentukan taraf signifikansi atau linieritas dari regresi. Kriteria dapat ditentukan berdasarkan pada uji nilai signifikansi, dengan ketentuan jika nilai $\text{Sig.} \leq 0,05$. Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai F hitung = 119,386 dengan tingkat signifikansi atau probabilitas diperoleh nilai 0,000, berarti $\text{Sig.} \leq$ dari kriteria signifikan 0,05. Dengan demikian model persamaan regresi berdasarkan data penelitian adalah signifikan atau model persamaan regresi memenuhi kriteria.

Hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H_0 = Hipotesis nol, artinya tidak terdapat Pengaruh Konten Edukasi TikTok Leonny

Mengenai *Strawberry Generation* Dalam Meningkatkan Pengetahuan Untuk Membangun Citra Diri *Followers*.

H_1 = Hipotesis alternative, artinya terdapat Pengaruh Konten Edukasi TikTok

Leonny Mengenai *Strawberry Generation* Dalam Meningkatkan Pengetahuan Untuk Membangun Citra Diri *Followers*.

Hasil uji empiris pengaruh konten edukasi parenting akun TikTok @Leonny mengenai *strawberry generation* dalam meningkatkan pengetahuan untuk membangun citra diri *followers* menunjukkan t hitung 10,926 dan p value (Sig.) sebesar 0,00 yang dibawah alpha 5% artinya memiliki pengaruh yang signifikan antara konten edukasi parenting akun TikTok @Leonny mengenai *strawberry generation* terhadap pengetahuan untuk membangun citra diri *followers*. Berdasarkan hasil penelitian dapat diterima hipotesis yang menyatakan “Terdapat pengaruh konten edukasi parenting akun TikTok @Leonny mengenai *strawberry generation* dalam meningkatkan pengetahuan untuk membangun citra diri *followers*” nilai beta dalam *understandardized coefficients* variabel konten edukasi parenting akun TikTok @Leonny tentang *strawberry generation* menunjukkan angka sebesar 0,510 yang artinya adalah besaran koefisien konten edukasi parenting akun TikTok @Leonny mengenai *strawberry generation* dalam meningkatkan pengetahuan untuk membangun citra diri *followers* adalah 54,9%

4.6 Hasil Pembahasan dan Analisis

Terkait dengan penelitian ini, dapat dikatakan bahwa pengaruh konten edukasi parenting akun TikTok @Leonny mengenai generasi stroberi dalam meningkatkan pengetahuan untuk membangun citra diri *followers* berdasarkan faktor-faktor yang telah tersedia seperti gender, usia, pendidikan terakhir, status pekerjaan, status pernikahan, serta jumlah anak pada kuesioner yang dibagikan untuk menarik 100 sampel dari pengikut Leonny menunjukkan berbagai kalangan yang membutuhkan edukasi parenting mengenai generasi stroberi. Konten edukasi parenting akun TikTok @Leonny tentang generasi stroberi berkaitan dengan teori kegunaan (*uses*) dan kepuasan (*gratifications*), di mana pengikut akun TikTok Leonny adalah pengguna media yang memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan media TikTok. Berhubungan dengan apa yang ingin di konsumsi oleh pengguna media, dalam penelitian ini, penulis simpulkan bahwa pengguna media di mana dalam penelitian ini sebagai pengikut akun TikTok Leonny, memilih konten edukasi parenting pada akun TikTok Leonny mengenai generasi stroberi sebagai bentuk menerima informasi atau edukasi yang berarti menerima kepuasan dalam

bermedia. Sehingga teori ini dapat memicu khalayak secara aktif mencari media dan menggunakannya untuk memenuhi kebutuhannya.

Teori *uses and gratification* memiliki fokus perhatian kepada audiensi sebagai konsumen media massa. Teori ini menjelaskan kapan dan bagaimana pengguna sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media tersebut.⁶⁹ Dapat dikatakan bahwa teknologi digunakan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan sosial dalam berinteraksi namun mendapatkan berbagai macam informasi yang diinginkan, sehingga apa yang diinginkan adalah refleksi dari dimensi manusia sebagai makhluk sosial. Pemanfaatan TikTok sebagai salah satu media baru sudah dapat dikatakan layak dalam memenuhi kebutuhan penggunanya.

Dalam penelitian ini pendidikan pola asuh dapat dikatakan, diperlukan dalam kehidupan setiap orang, sehingga seseorang dapat menghindari pola asuh yang salah bila akan memiliki anak, baik yang belum tentu diluar sana akan bertemu dengan anak kecil. Sebagai seseorang yang lebih bisa menggunakan pikirannya, perlu memberikan contoh yang baik untuk dilihat. Berbagai kasus yang terjadi diantara orang dewasa dengan anak-anak, menjadikan orang dewasa tidak memiliki edukasi. Saat ini teknologi semakin berkembang luas, banyak pengguna media sosial mencari hiburannya melalui media baru, begitupun juga banyak orang yang ingin menjadi konten kreator.

Untuk dimensi dalam penelitian ini, seperti asumsi ideologi, sumber pesan dan nada penyampaian dapat berpengaruh dari gagasan, kemampuan, penampilan yang ada serta yang dapat dikemas oleh konten kreator yaitu dalam penelitian ini adalah Leonny untuk membentuk konten yang bermanfaat sehingga tidak hanya menimbulkan pengaruh namun juga memicu kepuasan kepada pengikut nya.

Sedangkan, mengenai kesadaran, tindakan, penerimaan dan sikap yang dimiliki pengikut Leonny cukup berpengaruh terhadap pengetahuan dalam membangun citra diri nya. Dengan demikian, pengikut Leonny dapat mempraktekkan apa yang

⁶⁹ Fiska, "Teori Used and Gratification: Konsep dan Lima Asumsi Dasar", diakses dari: [Teori Used and Gratification: Konsep dan Lima Asumsi Dasar \(gramedia.com\)](https://www.gramedia.com) pada tanggal 25 Juli 2023, pukul 6:02.

mereka tonton dalam konten video Leonny, sehingga mereka teredukasi membentuk citra diri yang positif.

Dalam hal ini, konten edukasi parenting pada akun TikTok Leonny mengenai generasi stroberi dapat berperan dalam memberikan informasi, edukasi dan meningkatkan kepuasan serta citra diri pada pengikut nya. Dimensi seperti kesadaran menunjukan bahwa para pengikut Leonny telah memiliki kesadaran mengenai generasi stroberi melalui konten video Leonny. Selain itu, para pengikut Leonny dapat memiliki pandangan, tindakan, melakukan penerimaan dan memiliki sikap yang dapat diterapkan untuk menyikapi generasi stroberi.

Hasil dalam penelitian ini berdasarkan pada jawaban responden, responden yang dipilih adalah pengikut dari pembuat konten dengan topik yang dibahas adalah generasi stroberi, maka dapat ditarik benang merahnya bahwa media memiliki kegunaan dan menghasilkan kepuasan tersendiri bagi penggunanya, Melalui penelitian ini, dapat diketahui bahwa pengikut Leonny tergolong bahwa kebutuhannya dipuaskan oleh media, terdapat kebutuhan kognitif, di mana pengikut Leonny membutuhkan pengetahuan, pemahaman dan peneguhan informasi. Kebutuhan afektif, di mana kebutuhan ini berhubungan dengan meningkatkan pengalaman dan emosional. Kebutuhan pribadi, disini pengikut Leonny meningkatkan kemampuan, kepercayaan, stabilitas dan statusnya. Selain itu, kebutuhan sosial, yang dibutuhkan oleh pengikut Leonny berkaitan dengan dunia, teman dan keluarga. Dan kebutuhan pelepasan, di mana media dianggap sebagai hiburan, pelepasan dari ketegangan dan tekanan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Konten Edukasi Parenting Akun TikTok @Leonny Mengenai *Strawberry Generation* Dalam Meningkatkan Pengetahuan Untuk Membangun Citra Diri *Followers*” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil yang dapat dilihat melalui persamaan regresi linear diperoleh nilai konstanta $a = 16,599$ sedangkan nilai $b = 0,510$. Oleh karena itu dapat disusun model persamaan regresi linier sederhana, sebagai berikut, $Y = a + bX$, $Y = 16,599 + 0,510X$. Model Persamaan Regresi yang dapat dilihat di atas, memiliki nilai konstanta positif sebesar 16,599 yang berarti, menunjukkan pengaruh positif variabel independen bahwa koefisien regresi tidak mempunyai tanda negatif yang berarti nilai-nilai dari dimensi dan indikator konten edukasi parenting oleh @Leonny tentang generasi stroberi ditingkatkan, sehingga akan mendorong pengetahuan untuk membangun citra diri *followers* dengan asumsi bahwa nilai dari variabel bebas lainnya tetap konstan. Peningkatan satu indikator dari konten edukasi parenting oleh @Leonny tentang generasi stroberi, maka diprediksi akan meningkatkan pengetahuan untuk membangun citra diri *followers* sebesar 0,510. Oleh karena itu, untuk semakin meningkatkan pengetahuan *followers* terhadap edukasi parenting mengenai generasi stroberi, maka konten akun TikTok @Leonny harus lebih ditingkatkan lagi. Berdasarkan hasil penelitian dapat diterima hipotesis yang menyatakan “Terdapat Pengaruh Konten Edukasi Parenting Akun TikTok @Leonny Mengenai *Strawberry Generation* Dalam Meningkatkan Pengetahuan Untuk Membangun Citra Diri *Followers*” nilai beta dalam *understandardized coefficients* variabel konten edukasi parenting akun TikTok @Leonny tentang *strawberry generation* menunjukkan angka sebesar 0,510 yang artinya adalah besaran koefisien konten edukasi parenting

akun TikTok @Leonny tentang *strawberry generation* terhadap pengetahuan *followers* adalah 54,9%.

2. Dari hasil penelitian mengenai konten edukasi parenting akun TikTok @Leonny tentang *strawberry generation* jumlah keseluruhan terbesar diperoleh persentase sebesar 34%. Dengan demikian menunjukkan bahwa menurut *followers* dari akun TikTok @Leonny bahwa konten edukasi akun TikTok Leonny tentang *strawberry generation* dikategorikan baik berdasarkan dimensi-dimensi seperti asumsi ideologi yang merupakan gagasan yang dimiliki Leonny dalam membuat konten. Sumber pesan yang disampaikan berdasarkan pengalaman dan sumber yang valid. Sedangkan nada penyampaian yaitu konten yang disajikan dikemas dengan baik, tertata dan memberikan kesan positif.
3. Dari hasil penelitian mengenai pengetahuan *followers*, jumlah keseluruhan terbesar diperoleh persentase sebesar 53%. Dengan demikian dinyatakan bahwa menurut *followers* dari akun TikTok @Leonny bahwa *followers* memiliki kategori pengetahuan yang tinggi berdasarkan dimensi-dimensi seperti kesadaran, tindakan, penerimaan, dan sikap. Hal ini menunjukkan para *followers* dapat melihat dirinya, mengintropeksi diri, dan memberikan kesan positif terhadap citra dirinya serta menghindari menjadi orang dewasa yang seperti generasi stroberi.
4. Dalam penelitian ini, secara keseluruhan penulis simpulkan bahwa terdapat pengaruh perkembangan citra diri melalui media sosial yaitu TikTok, Kegiatan yang ada di dalam TikTok ini dapat dikatakan sebagai kegiatan sosial, kegiatan yang dapat menaikkan suatu gagasan, sehingga dibentuk untuk menambahkan citra seseorang. Media dapat menjadi tempat yang berpengaruh dalam mendapatkan pesan dan menyebarkan pesan.

5.2 Saran

Berdasarkan observasi dari kesimpulan yang diperoleh mengenai “Pengaruh Konten Edukasi Parenting Akun TikTok @Leonny Mengenai *Strawberry Generation* Dalam Meningkatkan Pengetahuan Untuk Membangun Citra Diri *Followers*”, penulis ingin memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dalam hal sumber pesan diharapkan pada konten akun TikTok Leonny dapat mengemas lebih menarik lagi penyajian konten-konten edukasi dengan informasi yang aktual berdasarkan sumber-sumber terpercaya, serta Leonny lebih memperhatikan kembali konten yang akan diberikan kepada pengikut nya.
2. Berdasarkan hasil penelitian dalam hal tampilan video dengan kualitas audio menunjukkan kekurangan ada sebanyak 53% responden menjawab kualitas audio kurang baik, sehingga penulis menyarankan untuk kedepannya, pada konten video Leonny dapat memberikan kualitas audio yang baik, agar pengguna TikTok atau *followers* Leonny merasa nyaman.
3. Berdasarkan hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan 50% responden yang mengakui dirinya adalah bagian dari generasi stroberi, penulis menyarankan konten akun TikTok Leonny dapat memberikan edukasi lebih dari informasi yang disampaikan kepada *followers* yang lebih mendetail tidak hanya mengenai ilmu parenting namun juga citra diri yang berkaitan dengan generasi stroberi.
4. Berdasarkan hasil penelitian dalam hal tindakan pola asuh generasi stroberi, menunjukkan masih ada 32% responden yang membiarkan seorang anak memarahinya, dalam hal ini penulis menyarankan pada konten akun TikTok Leonny dapat membantu permasalahan-permasalahan parenting dari pengikutnya, serta diharapkan konten yang disajikan dapat meningkatkan pengetahuan dan membentuk citra diri *followers* yang positif.
5. Diharapkan juga pada konten akun TikTok Leonny dapat mengedukasi orang tua maupun orang dewasa agar tidak mendidik seorang anak menjadi generasi stroberi, Dalam penelitian ini terdapat frekuensi 63% yang menjawab sangat setuju untuk memberikan hadiah secara terus-menerus kepada anak bila

melakukan kebaikan. Hal ini dapat memicu atau dapat membentuk kepribadian seorang anak menjadi haus akan apresiasi, dan menuntut untuk selalu diberikan hadiah ketika melakukan kebaikan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amin, Suci & Rini Harianti. 2018. *Pola Asuh Orang Tua dalam Motivasi Belajar Anak*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Aziz, Safrudin. 2015. *Pendidikan Keluarga Konsep dan Strategi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Bahfiarti, Tuti. 2016. *Komunikasi Keluarga*. Makassar: Kedai Buku Jenny.
- Benu, Fred L & Agus S. Benu. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian, dan Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Brooks, Jane B. 2010. *The Process of Parenting*. USA: Mayfield Publising.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. 2021. *Edisi Revisi Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Das'ad Latif. 2022. *Media Sosial, Suatu Alternatif*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kasali, Rhenald. 2017. *Strawberry Generation*. Jakarta: Mizan.
- Kaukab, M Elfan. 2020 *Pengetahuan Dasar Public Relations*. Wonosobo: FEB UNSIQ Wonosobo.
- Liliweri, Alo. 2014. *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Mappiare A.T, Andi. 2010. *Pengantar Konseling dan Psikoterapi*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Martono, Nanang. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.

- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi*. Edisi 6 Buku I. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Media Siber*. Jakarta: Kencana Preneda Media Group.
- _____. 2015. *Cyber Media*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- _____. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurudin. 2016. *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Jakarta: Divisi Buku Perguruan Tinggi PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2016. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Prastowo, Andi. 2016. *Memahami Metode-Metode Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2010. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sinambela, Lijan Poltak & Sartono Sinambela. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna, 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Bandung: Alfabeta.
- Unaradjan, Dominikus Dolet. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Grafindo.
- Winarmi, Endang Widi. 2021. *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D*. Jakarta: Bumi Aksara.

Jurnal dan Skripsi

- Anita, Dwi. (2013). Analisis Tingkat Pendidikan Dan Pola Asuh Orang Tua Dengan Perkembangan Anak Usia 48 – 60 Bulan. *Jurnal Ilmiah Kebidanan*. Vol. 4 (1).
- Aulia, Ihsanie Nurul. Andi Muttaqin & Muhammad Idris. (2022). Pola Komunikasi Keluarga Single Parent Dalam Mengembangkan Konsep Diri Anak Perempuan Di Kecamatan Wajo Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 3. No. (2). Universitas Muslim Indonesia.
- Dianingtyas M. P, “*Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosai Instagram Pada Mahasiswa Universitas Bakrie*” Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie, 2018
- Hapsari, Swita Amalia. Mutia Rahmi Pratiwi, Heni Indrayani. (2020). Konten Edukasi Pengasuhan Anak Melalui Media Online Komunitas Parenting Keluargakita.Com. *Jurnal Iain Kudus*. Vol 1 (1). Universitas Dian Nuswantoro.
- Ibrahim, Mochamad Maulana. Irawan, Rahmat Edi. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Representamen*. Vol.7 (2). Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Marhamah, Annisa Ayu. Fidesrinur. (2019). Gambaran Strategi Orang Tua dalam Penanganan Fenomena Sibling Rivalry pada Anak Usia Pra Sekolah. *Jurnal AUDHI*. Vol. 2 (1). Universitas Al-Azhar Indonesia.
- Mutiara, Suci. Nandang Mulyana, & Hery Wibowo. (2016). Teknik Parenting dan Pengasuhan Anak Studi Deskriptif Penerapan Teknik Parenting di Rumah Parenting Yayasan Cahaya Insan Pratama Bandung. *Jurnal Vol. 3 (2)*. Universitas Padjajaran.
- Sesiwawani, Ulandari., “*Hubungan Antara Citra Diri Dengan Komunikasi Interpersonal Siswa/I SMA Negeri 2 Bukit Tahun Ajaran 2020/2021*” Skripsi Fakultas Psikologi. Universitas Medan Area, 2021
- Sihura, Angela Seprilian Nevanda, “*Pengaruh Konten TikTok dr. Yessica Tania Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wanita*”, Skripsi Ilmu Komunikasi, Universitas Medan Area, 2021

Internet

- Admin, “*Pengertian Edukasi*”, [Pengertian Edukasi, Jenis, Manfaat, Tujuan dan Menurut Ahli \(pendidikanku.org\)](https://pendidikanku.org)
- Armita Rahardini, “*Mengenal 4 Tipe Pola Asuh Anak dan Pengaruhnya terhadap Perkembangan*”, [4 Tipe Pola Asuh Anak dan Dampaknya pada Anak \(sehatq.com\)](https://sehatq.com)
- Benedikta Desideria, “*Viral Ibu Beri Kopi Instan ke Bayi 7 Bulan, Dokter Anak Ingatkan Ini*”, [Viral Ibu Beri Kopi Instan ke Bayi 7 Bulan, Dokter Anak Ingatkan Ini - Health Liputan6.com](https://healthliputan6.com)
- Dr, Verury Verona Handayani, “*Ini 4 Hal yang Perlu Diketahui Tentang Self-Image*” [Ini 4 Hal yang Perlu Diketahui Tentang Self-Image \(halodoc.com\)](https://halodoc.com)
- Fiska, “*Teori Used and Gratification: Konsep dan Lima Asumsi Dasar*”. [Teori Used and Gratification: Konsep dan Lima Asumsi Dasar \(gramedia.com\)](https://gramedia.com)
- Hanif Akhtar, “*Kepribadian Sehat Model Allport: Orang yang Matang (Review Buku Psikologi Pertumbuhan)*”, [Semesta Psikometrika: Kepribadian Sehat Model Allport: Orang yang Matang \(Review Buku Psikologi Pertumbuhan\)](https://semesta-psikometrika.com)
- Laila Angelina, “*Aplikasi TikTok di Zaman Milenial*”, [Aplikasi TikTok di Zaman Milenial | kumparan.com](https://kumparan.com)
- Nabila Husna Lailiya, “*Peran Lingkungan Keluarga Terhadap Perkembangan Anak*” [Peran Lingkungan Keluarga Terhadap Perkembangan Anak | kumparan.com](https://kumparan.com)
- Nefrijanti, “*Definisi dan Pendapat Para Ahli tentang Pengasuhan (Parenting)*”, [Definisi dan Pendapat Para Ahli tentang Pengasuhan \(Parenting\) | Pusat Kemandirian Anak](https://pusat-kemandirian-anak.com)
- Nita Oktifa, “*Pentingnya Ilmu Parenting Bagi Ibu Muda Millenial*”, [Pentingnya Ilmu Parenting Bagi Ibu Muda Millenial \(akupintar.id\)](https://akupintar.id)
- Nora Azizah, “*KPPPA: 13 Persen Anak SD Hingga SMA Alami Gangguan Depresi*”, : [KPPPA: 13 Persen Anak SD Hingga SMA Alami Gangguan Depresi | Republika Online](https://republikaonline.com)
- Reza Nur Wibisono, “*5 Alasan Kenapa Konten Edukasi di Indonesia Tak Begitu Terkenal*”, [5 Alasan Kenapa Konten Edukasi di Indonesia Tak Begitu Terkenal \(idntimes.com\)](https://idntimes.com)

- Riki Alfitra, “*Komunikasi Dalam Keluarga. Kelompok Dan Masyarakat*”, [Komunikasi Dalam Keluarga. Kelompok Dan Masyarakat | PDF \(scribd.com\)](#)
- Sartika Primastidya, “*Mengenal Strawberry Parents, Cikal Bakal Strawberry Generation*”, [Mengenal Strawberry Parents, Cikal Bakal Strawberry Generation - Halaman 2 \(pikiran-rakyat.com\)](#)
- Shannon Hilson, “*Leverage the Power of Educational Content with These 6 Tips*”, [6 Tips to Creating the Best Educational Content for your Brand \(rockcontent.com\)](#)
- Siti Aminah, “*Pengertian Parenting Menurut Para Ahli*”, <https://madinaworld.id/pengertian-parenting-menurut-para-ahli/>
- Siti Nur Arifa, “*Konten Edukasi Kian Populer, Kemendikbudristek dan TikTok Berdayakan Para Kreator Muda*”, [Konten Edukasi Kian Populer, Kemendikbudristek dan TikTok Berdayakan Para Kreator Muda \(goodnewsfromindonesia.id\)](#)
- Vika Azkiya Dihni, “*KPAI: Aduan Anak Jadi Korban Kekerasan Fisik Mendominasi pada 2021*”, [KPAI: Aduan Anak Jadi Korban Kekerasan Fisik Mendominasi pada 2021 \(katadata.co.id\)](#)
- WHO., “*Mental health of adolescents*”, [Mental health of adolescents \(who.int\)](#)

LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing

Lampiran SK : 029/USJ-13/J-50/2022
Tanggal : 14 Nopember 2022

Daftar Dosen Pembimbing Karya Ilmiah
Program Studi Ilmu Komunikasi S-1
Semester Gajil T.A 2022/2023

No	NAMA	NMP	JURUSAN	PEMBIMBING
29	Sherin Chintia Bella	2019210118	HUMAS	Husen Mony, S.Ik, M.Si
30	Mary Priscilia Kurniawan	2019210001	HUMAS	Aska Leonardi, S.Ikom, M.I.Kom
31	Ratu Wilamadina	2019217024	KOMSAR	Hj. Meri Safarwati Putri, S.Sos., M.Si
32	Fransiska Nathasia	2020219006	HUMAS	Dr. Hayu Lusianawati, M.Si
33	Kartika	2019210053	HUMAS	Drs. Arry Rahayunianto, MM, M.Si
34	Gracia Ester Kristanti	2019210018	HUMAS	Dr. Mirza Ronda, M.Si
35	Silvi Octaviani	2019210049	HUMAS	Dr. Titi Widaningsih, M.Si
36	Ajay Kumar	2020217005	JURNALISTIK	Dr. Hayu Lusianawati, M.Si
37	Syfa Noor Salsabillah	2019210098	JURNALISTIK	Dra. Sumiyati, M.Si
38	Indah Putri Andarini	2019210100	JURNALISTIK	Lilik Murdiyanto, S.Sos., M.Si
39	Muh. Hafiz Darmawan D.	2019210088	JURNALISTIK	Ir. Abdul Harif Siswanto, M.Si
40	Nur Azizah	2019210045	HUMAS	Dr. Drs. Nandang Mulyasantosa, MM., M.Si
41	Ramadhanissa Kamila	2019210039	HUMAS	Fit Yanuar, S.Sos, M.Si
42	Rizki Ali Akbar	2019210129	HUMAS	Drs. Arry Rahayunianto, MM, M.Si
43	Regita Cahyani	2021219003	HUMAS	Chendi Liana, S.Ik., M.I.Kom
44	Frederika Carla	2019210078	HUMAS	Drs. Supriadi, M.Si
45	Stefani Muchris	2019210121	HUMAS	Dr. Jamalullail, MM., M.Si
46	Anisa Purwanti	2019210020	JURNALISTIK	Dr. Mirza Ronda, M.Si
47	Fakhrana Fidzah	2019210044	HUMAS	Daesy Ekayanthi, S.Pd., M.Si
48	Silva Octaviana	2019210123	HUMAS	Dr. Titi Widaningsih, M.Si
49	Murniana Sari	2020219004	HUMAS	Husen Mony, S.Ik, M.Si
50	Rahmawati	2019210090	KOMSAR	Dr. Rafi'i, S. Sos.I., MM.
51	Cherryl Hatumesen	2021214002	HUMAS	Dr. Rafi'i, S. Sos.I., MM.
52	Erya Tsuraya	2019210042	HUMAS	Herta Armianti S., S.Sos., M.A.I.S
53	Tsabetha Yonisa Alviona	2019210055	HUMAS	Aska Leonardi, S.Ikom, M.I.Kom

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Mirza Ronda, M.Si

Lampiran 2 Lembar Bimbingan Skripsi

Buku Pedoman Proses Akhir **Pradisi**

LEMBAR BIMBINGAN MAHASISWA

NO	TANGGAL	KONSULTASI KE	MATERI BIMBINGAN	TTD
1.	26 Jan 2023	1	Bab 1 : Latar Belakang	<i>[Signature]</i>
2	7 Feb 2023	2	Judul : Keterkaitan dengan humas	<i>[Signature]</i>
3.	16 Feb 2023	3	Penyempurnaan Bab 1 : Latar belakang - Peneliti terdahulu	<i>[Signature]</i>
4	27 Feb 2023	4.	Bab 2 : Pengguguan Teori (uses & Gratification)	<i>[Signature]</i>
5.	3 Maret 2023	5	Bab 2 : menambahkan Sub bab	<i>[Signature]</i>
6.	28 Maret 2023	6	Penulisan footnote, Sumber referensi	<i>[Signature]</i>
7.	17 Mei 2023	7	Penyempurnaan Bab 2. Penentuan indikator	<i>[Signature]</i>
8.	30 Mei 2023	8	- Penentuan indikator - membuat pertanyaan kuesioner	<i>[Signature]</i>
9	21 Juni 2023	9	- Bab 4 & Bab 5	<i>[Signature]</i>
10.	28 Juli	10	Acc melengkapi berkas	<i>[Signature]</i>

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

“Pengaruh Konten Edukasi TikTok Leonny Mengenai *Strawberry Generation* Dalam Meningkatkan Pengetahuan Untuk Membangun Citra Diri *Followers*”

Hallo 🙋

Perkenalkan saya Mary Priscilia Kurniawan mahasiswi Universitas Sahid Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi) dengan judul "Pengaruh Konten Edukasi Parenting Akun TikTok @Leonny Tentang *Strawberry Generation* Terhadap Citra Diri *Followers*".

Sehubung dengan hal tersebut, maka saya mengharapkan bantuan dan kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktunya 3-5 menit untuk melakukan pengisian kuesioner ini. Segala informasi yang diberikan nantinya hanya akan digunakan dalam penelitian ini dan akan dijaga kerahasiaannya.

Atas perhatian dan ketersediaan saudara/i mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan banyak terima kasih. Semoga kesejahteraan selalu menaungi anda.

I. Identitas Responden

- a. Nama Akun TikTok :
- b. Jenis Kelamin : Laki-Laki/Perempuan
- c. Usia :
 - < 18
 - 18-25
 - > 25
- d. Pendidikan Terakhir :
 - SD
 - SMP
 - SMA/SMK
 - S1/S2/23

- Tidak Sekolah
- e. Status Pekerjaan :
- Pelajar/Mahasiswa
- Pegawai Negri/ Pegawai Swasta
- Wiraswasta
- Ibu rumah tangga
- Lainnya
- f. Status Pernikahan :
- Sudah Menikah
- Belum Menikah
- Pernah Menikah
- g. Jumlah Anak :
- Belum Memiliki Anak
- 1
- 2-3
- > 3

II. Variabel X: Konten Edukasi Parenting oleh @Leonny Tentang Generasi Stroberi (X)

•Asumsi Ideologi

1. Leonny mengetahui tentang generasi stroberi
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
2. Leonny memahami seperti apa generasi stroberi
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju

3. Leonny menyampaikan pola asuh generasi stroberi melalui konten video di TikTok
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
4. Leonny menyajikan contoh pola asuh yang baik untuk generasi stroberi
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
5. Leonny menyampaikan bagaimana pola komunikasi kepada generasi stroberi
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
6. Leonny menyajikan contoh pola komunikasi orang tua dengan anak
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
7. Leonny menyampaikan ciri ciri *strawberry parents* dengan jelas
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju

• Sumber Pesan

8. Leonny menguasai materi *strawberry generation*
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
9. Leonny mampu menyampaikan materi dengan baik
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
10. Leonny memberikan informasi up to date dan mengenai parenting
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
11. Cara penyampaian pesan oleh Leonny mudah dipahami
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
12. Konten video leonny dapat memberikan informasi penting mengenai parenting
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
13. Pemilihan topik “*strawberry generation*” pada konten TikTok sesuai dengan kebutuhan saya
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju

- c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
14. Isi pesan dari konten TikTok leonny menarik perhatian
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
15. Pembahasan *strawberry generation* mengedukasi saya
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
16. Generasi yang kreatif namun dikenal lemah memiliki daya Tarik yang tinggi
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju

•Nada Penyampaian

17. Leonny menggunakan bahasa yang mudah di mengerti
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
18. Leonny menjelaskan tentang *strawberry generation* secara ekspresif
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju

19. Gerak tangan, kontak mata dan raut wajah Leonny ikut aktif menjelaskan tentang *strawberry generation* pada konten video TikTok
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
20. Leonny menggunakan artikulasi yang jelas dalam menyampaikan pesan di TikTok
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
21. Durasi dalam video konten Leonny cukup untuk dinikmati, tidak terlalu lama
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
22. Leonny konsisten dalam mengupload konten dengan durasi tidak kurang dari 3 menit
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
23. Video konten TikTok Leonny sering kali muncul di beranda
- Sangat Sering
 - Sering
 - Tidak Sering
 - Sangat Tidak Sering

24. Seberapa sering anda menonton video konten Leonny tentang *strawberry generation*
- Sangat Sering
 - Sering
 - Tidak Sering
 - Sangat Tidak Sering
25. Video konten TikTok Leonny memiliki gambar dengan kualitas terbaik
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
26. Audio dalam konten memiliki kualitas yang baik
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
27. Gambar latar dalam konten Leonny menarik perhatian
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
28. Tulisan dalam video meliputi warna, ukuran dan jenis teks jelas terbaca
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju

III. Variabel Y: Pengetahuan *Followers*

- Kesadaran

29. Saya mengetahui apa yang dimaksud dari generasi stroberi
 - a. Sangat Mengetahui
 - b. Mengetahui
 - c. Tidak Mengetahui
 - d. Sangat Tidak Mengetahui
30. Saya mengetahui bahwa generasi stroberi adalah generasi yang mudah menyerah namun memiliki ide kreatif
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
31. Karakteristik generasi stroberi mudah merasa sakit hati
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
32. Pola asuh orang tua yang memanjakan anak menjadikan anak menjadi generasi stroberi
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
33. Penyebab dari pola asuh generasi stroberi menjadikan anak menuntut orang lain untuk mendapatkan apa yang diinginkan
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju

34. Penyebab dari pola asuh generasi stroberi menjadikan anak mudah frustrasi dan putus asa

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Tidak Setuju
- d. Sangat Tidak Setuju

35. Saya menyadari generasi stroberi ada di sekitar saya

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Tidak Setuju
- d. Sangat Tidak Setuju

36. Generasi stroberi adalah generasi yang lemah

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Tidak Setuju
- d. Sangat Tidak Setuju

•Tindakan

37. Saya mempelajari lebih dalam mengenai pola asuh *strawberry parents*

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Tidak Setuju
- d. Sangat Tidak Setuju

38. Saya berupaya tidak menuruti kemandirian seorang anak pergi

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Tidak Setuju
- d. Sangat Tidak Setuju

39. Saya membiarkan seorang anak memarahi saya
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
40. Saya akan mengajak seorang anak untuk menjadi pribadi yang terbuka
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
41. Saya akan memperingatkan seorang anak bila melakukan kesalahan
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju

●Penerimaan

42. Saya mengakui diri saya sebagai bagian dari generasi stroberi
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
43. Saya berkewajiban dalam membimbing seorang anak
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
44. Saya bertanggung jawab dalam mendisiplinkan seorang anak
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju

d. Sangat Tidak Setuju

• Sikap

45. Memberikan hadiah secara terus-menerus kepada seorang anak ketika melakukan kebaikan

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Tidak Setuju
- d. Sangat Tidak Setuju

46. Memberikan tanggung jawab kepada anak bila melakukan kesalahan

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Tidak Setuju
- d. Sangat Tidak Setuju

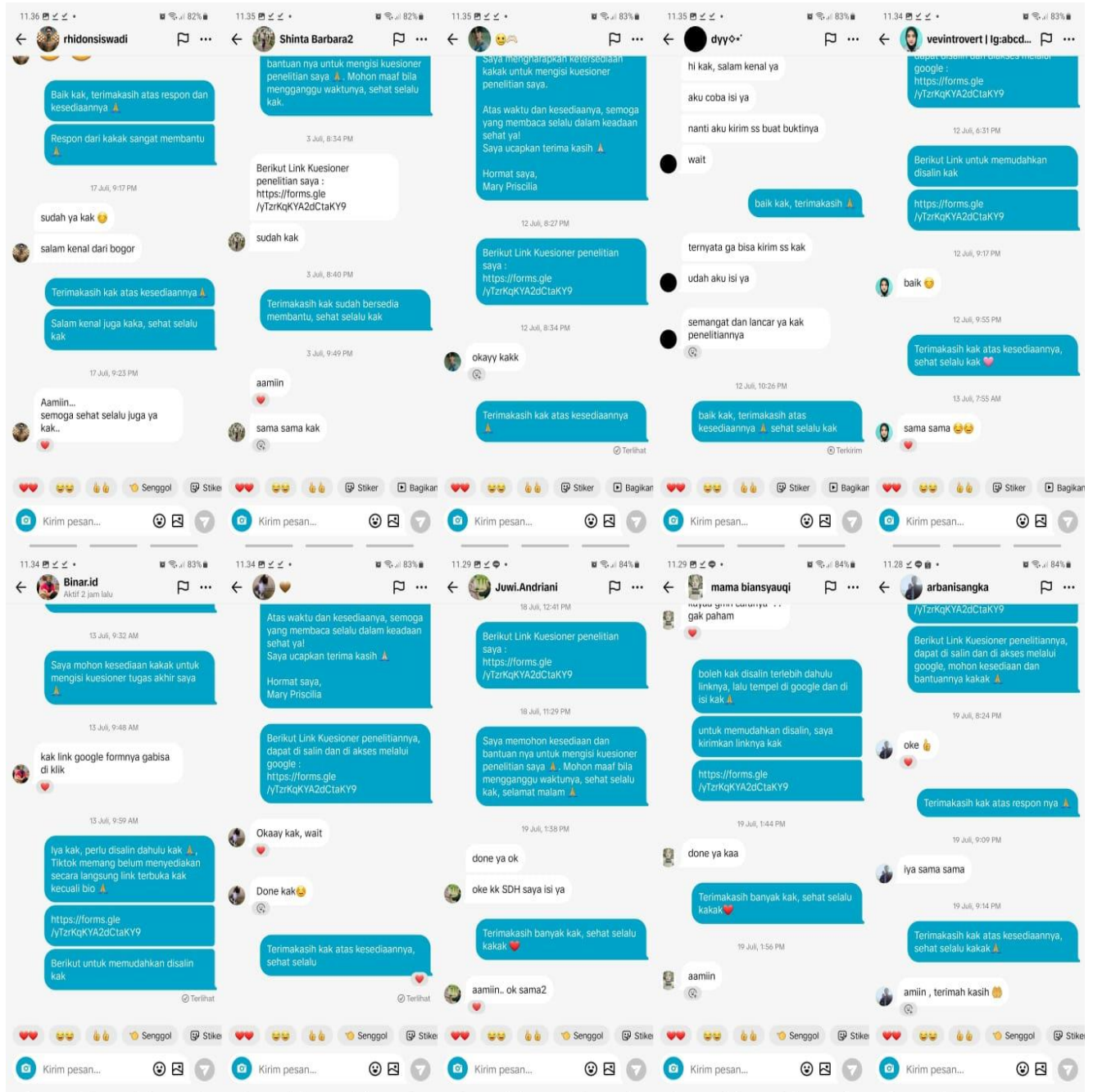
47. Ayah memiliki peran sebagai pembentukan karakter anak

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Tidak Setuju
- d. Sangat Tidak Setuju

48. Ibu memiliki peran sebagai pembentukan emosi anak

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Tidak Setuju
- d. Sangat Tidak Setuju

Lampiran 4 Penyebaran Kuesioner Kepada Followers Akun TikTok Leonny



Lampiran 5 Coodingsheet

No	Identitas Responden											Variabel X											TOTAL X	KTG	Variabel Y																TOTAL Y	KTG													
	JK	U	PT	SPK	SPKHN	JA	X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	X2P9			X3P1	X3P2	X3P3	X3P4	X3P5	X3P6	X3P7	X3P8	X3P9	X3P10	X3P11	Y1P1	Y1P2	Y1P3	Y1P4	Y1P5			Y1P6	Y1P7	Y1P8	Y2P1	Y2P2	Y2P3	Y2P4	Y2P5	Y3P1	Y3P2	Y3P3	Y4P1	Y4P2
1	1	2	3	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	100	3	2	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	64	2	
2	2	3	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	111	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	4	4	3	2	4	4	67	3	
3	2	3	4	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	4	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	65	3	
4	2	3	4	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	72	3	
5	1	3	4	2	1	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	101	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	71	3	
6	2	3	4	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105	4	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	72	3
7	2	3	4	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	74	4		
8	2	3	4	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	1	4	4	4	70	3
9	2	3	4	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	110	4	1	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	71	3			
10	1	2	4	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	3	4	1	4	4	71	3	
11	2	2	4	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	59	2		
12	2	2	4	1	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	90	2	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2	4	4	1	3	3	1	4	4	64	2	
13	2	2	4	1	2	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	95	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	2	3	4	1	4	3	64	2	
14	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	4	3	2	4	4	62	2	
15	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	4	3	4	2	3	3	4	62	2	
16	1	3	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	111	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	65	3		
17	2	3	4	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	2	4	4	63	3		
18	2	2	3	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	96	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	62	2	
19	1	3	4	2	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	92	2	3	3	3	3	2	2	4	3	2	3	4	4	2	4	3	3	4	4	62	2	
20	1	2	3	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	2	3	4	4	65	3		
21	2	3	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	102	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	2	4	4	70	3		
22	2	3	4	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	85	2	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	68	3	
23	2	3	4	4	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81	1	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	52	1		
24	2	2	3	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	75	4		
25	2	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	80	1	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	4	2	3	4	63	2		
26	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	59	2	
27	2	2	3	1	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	98	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	2	4	2	3	4	68	3		
28	2	2	3	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	74	4				
29	2	3	4	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	101	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79	4			
30	1	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	105	4	4	4	4	4	4	4	4	4													

Lampiran 6 Curriculum Vitae

Mary Priscilia Kurniawan

(Mary) 20.08.2001.



PROFIL

Saya individu yang antusias mau berusaha, bekerja keras dan memberikan yang terbaik bagi orang lain. Saya senang belajar hal baru dan mengembangkan kemampuan saya. Saya memiliki pikiran yang positif dan kemampuan yang baik untuk beradaptasi dan menciptakan lingkungan yang stabil di sekitar saya. Saya pekerja cepat yang bekerja secara sistematis, cermat, akurat, rapi, dan mampu bekerja di bawah tekanan.

Keahlian

Non Teknis : Kepemimpinan | Kerja Tim | Memotivasi | Bertanggung Jawab | Disiplin | Terorganisir | Loyalitas

Teknis : Sosial Media | Dukungan Jaringan Komunikasi | Menulis | Manajemen Waktu

Kontak

- (62+) 898-0990-427
- Marypriscilia12@gmail.com
- @meyihh
- Jl. Gading Elok Timur VII B/Q No 4, Jakarta Utara

Riwayat Akademis

- 2016 - 2019 : SMK Atlantica Wisata Jakarta, Jakarta Timur.
- 2019 - 2023 : Universitas Sahid Jakarta
S1 Jurusan Hubungan Masyarakat

Pengalaman Organisasi

- 2016 - 2017 : Duta SMK Atlantica Wisata Jakarta
- 2016 - 2019 : OSIS SMK Atlantica Wisata Jakarta
Menjabat sebagai Divisi Humas
- 2019 - Sekarang : Universitas Sahid Jakarta SKRAF (Seputar Kamera FIKOM) Menjabat sebagai Humas Internal
- 2021 : Ketua Pelaksana dalam Webinar FIKOM DECREE

Pengalaman Kerja

- 14 Juni - 16 Juli 2017 : SPG Le Mineral, PRJ (Pekan Raya Jakarta) Kemayoran.
- 1 Januari - 28 Juni 2018 : Pelatihan Kerja di Oasis Amir Hotel
- 1 Juni - 4 Juli 2019 : Housekeeping di Wisma Atlet