

Pola Konsumsi Generasi Millenial Dalam Mengakses Media Edukasi Parenting

Mutia Rahmi Pratiwi¹, Swita Amallia Hapsari², Egia Rosi Subhiyakto³

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro,
Semarang 50131, Indonesia

³ Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro,
Semarang 50131, Indonesia

^{1,2,3}Jalan Imam Bonjol No. 207, Pendrikan Kidul, Kec.Semarang Tengah, Semarang, 50131, Indonesia

¹mutia.rahami@dsn.dinus.ac.id,

² swita.amallia.hapsari@dsn.dinus.ac.id

³egia@dsn.dinus.ac.id

Abstrak

Teknologi kini menghadirkan media edukasi *parenting* sebagai bagian dari pemenuhan kebutuhan informasi, tidak hanya bagi pasangan yang telah menikah namun juga calon pengantin. Pengalaman individu yang unik menjadi menarik untuk diteliti sehingga muncul gambaran pola konsumsi dalam mengakses media edukasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola komunikasi generasi milenial dalam mengakses berbagai media *parenting*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode fenomenologi. Subjek penelitian terdiri dari tujuh orang perempuan yang berusia 21-26 tahun dengan status belum dan sudah menikah. Teori yang digunakan sebagai dasar analisa adalah teori media informasi Mc.Leod dan Chaffe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan mengakses media parenting TheAsianParent, TheUrbanMama, TemanBumil, dan PopMama. Keseluruhan informan menyatakan bahwa web *parenting* yang diakses telah memenuhi kriteria sebagai media informasi yang akurat, relevan, tepat waktu dan lengkap.

Kata-kata Kunci: *Media Edukasi, Pernikahan, Keluarga, Generasi Millenial*

Diterima : 24-05-2022

Disetujui : 23-06-2022

Dipublikasikan : 30-06-2022

Millennial Generation Consumption Pattern In Accessing Parenting education Media

Abstract

Technology presents parenting education media as a part of meeting information needs, not only married couples but also prospective brides. The unique experiences of individuals become interesting to study that a picture of consumption patterns appears in accessing educational media. The purpose of this research is to describe the communication patterns of the millennial generation in accessing various parenting media. The research approach used is qualitative with fenomenology method. The research subject consisted of seven women aged 21-26 years with unmarried and married status. The teori used as the basic for the analysis is information media by Mc.Leod and Chaffe. The result showed there are four parenting media accessed by the informants: TheAsianParent, TheUrbanMama, TemanBumil, and Popmama. All informant says, the web parenting accessed had met the criteria as a medium of accurate, relevant, timely and complete information.

Keywords: *Education Media, Married, Family, Millennial Generation*

PENDAHULUAN

Problematika pernikahan di awal perkawinan menjadi bagian yang tak terelakan karena terjadi proses adaptasi antara pasangan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Yusuf, et.al, 2020) menunjukan bahwa terdapat beberapa hal yang menjadi persoalan dalam pernikahan, yaitu: peranan suami istri dalam rumah tangga, kesibukan pekerjaan, perbedaan pengetahuan hingga persoalan perencanaan pengasuhan anak. Dalam mengkomunikasikan perbedaan nilai yang diyakini antar individu tentu saja terjadi proses diskusi bahkan juga dapat menjadi sumber pemicu konflik.

Kepuasan pernikahan menjadi salah satu indikator kebahagiaan yang ingin dicapai dalam rumah tangga. (Wulan & Chotimah, 2017) menyatakan bahwa pernikahan yang langgeng merupakan indikator keberhasilan rumah tangga dimana didalamnya terjadi penyesuaian pernikahan secara psikologis, seksual dan pada akhirnya mencapai kepuasan dalam pernikahan. Hal ini tentu saja bertahap dan perlu banyak kesediaan dari dua belah pihak, yaitu suami istri. Kompleksnya proses adaptasi di dalam ikatan pernikahan memerlukan sumber informasi tentang kehidupan keluarga, termasuk dari media parenting yang tersedia saat ini. Maka urgensi penelitian ini dilakukan dengan melihat pola konsumsi generasi milenial dalam mengakses media parenting dengan landasan teori yang digunakan adalah Uses and Gratification serta teori media informasi milik Mc.Leod&Chaffe.

Menurut (Indriani, 2014), proses awal perkawinan seringkali diawali dengan berbagai fantasi yang menyenangkan di

kehidupan rumah tangga dan perempuan seringkali menganggap bahwa kehidupan rumah tangga adalah segalanya. Hal inilah yang menyebabkan terjadinya proses adaptasi ketika pada awal pernikahan yang ditemui tidak sesuai dengan fantasi yang dimiliki sebelum menikah termasuk peran gamda yang harus dijalani pihak perempuan. Hal lain yang juga menjadi persoalan awal menikah adalah perbedaan latar belakang pendidikan, ikatan lingkungan sosial, nilai kehidupan yang dianut serta ragam adat yang dimiliki.

Pernikahan merupakan fase kehidupan yang akan dilalui oleh setiap orang saat memiliki usia yang dinilai sudah siap menikah sesuai dengan hukum negara. Pernikahan menyatukan dua individu dalam tujuan yang sama dengan proses yang rumit karena diperlukan keinginan bersama dalam proses penyesuaian diri menuju hubungan yang langgeng harmonis.

Nilai keluarga yang menginternalisasi pandangan seseorang sebagai pasangan menjadi fondasi dalam membentuk hubungan yang harmonis dalam sebuah keluarga yang baru dibangun (Nurhajati & Wardyaningrum, 2012). Kehidupan berumahtangga yang akan dijalani oleh setiap pasangan dimulai sejak selesai diselenggarakannya pernikahan (Saidiyah & Julianto, 2017). Menurut (N. R. Dewi & Sudhana, 2013), keharmonisan dalam rumah tangga akan terjalin baik melalui komunikasi yang efektif suami istri yang dibentuk dengan proses hubungan interpersonal yang memunculkan suasana hangat dan akrab antara suami istri.

Pernikahan usia muda menjadi isu yang seringkali dibahas dari berbagai

sudut pandang. Berbagai hal menjadi dasar terjadinya pernikahan usia muda, diantaranya: persoalan media yang diakses, faktor lingkungan, faktor agama, undang-undang yang berlaku, dan sebagainya (Karimulloh, et.al, 2020). Keluarga muda seringkali dibangun dengan fodasi yang belum cukup kuat, seperti dari sisi ekonomi. Adanya ketidakpuasan atas penghasilan yang dimiliki atau persoalan keuangan keluarga yang belum stabil. Ketika bahasan tentang kesehatan keuangan keluarga belum tuntas oleh pasangan muda, maka hal ini dapat menjadi pemicu awal persoalan rumah tangga keluarga muda (Raharjo, et.al, 2015).

Setiap individu, sejak menjalin hubungan serius menuju jenjang pernikahan hingga dikaruniai anak akan melewati proses bertumbuh yang beragam. Diperlukan sumber informasi yang tidak hanya dari lingkungan terdekat namun juga dari media informasi yang memberikan banyak pandangan terkait kehidupan pra pernikahan hingga pernikahan. Menurut (Setyaningsih & Jatmikowati, 2019), peralihan kebutuhan informasi dari dunia nyata ke digital membawa gaya hidup dan perilaku bermedia yang baru. Informasi yang tersaji dalam bentuk konten membawa para penggunanya untuk aktif mengkonsumsi sehingga menjadi kebiasaan bahkan ritual dengan durasi penggunaan yang beragam.

Menurut (Arifin, 2014), kemajuan teknologi berupa digitalisasi atas pemenuhan informasi menjadi kesempatan bagi lahirnya keterhubungan tanpa terbatas ruang dan waktu. Individu sebagai bagian dari masyarakat dengan mudah berkumpul secara virtual, menyampaikan asumsi

pribadianya atas suatu fenomena hingga mendapatkan ragam informasi dalam satu waktu yang dipilih.

Media baru menjadi sarana yang berpengaruh dalam menyebarluaskan ragam informasi. Kehadiran internet sebagai pendukung utama media baru pada akhirnya berdampak pada diseminasi informasi yang menghasilkan iklim komunikasi dalam ranah digital (Efriza & Indrawan, 2018). Hal ini menimbulkan kenyamanan baru bagi pengguna media baru itu sendiri. Pemenuhan informasi mengenai pembentukan keluarga, *parenting* hingga pola asuh yang berasal dari media baru, membawa sensasi yang berbeda bagi generasi milenial. Berkaca pada informasi di media yang diakses, seolah menjadi bekal untuk langsung merasakan dinamika kehidupan berumahtangga.

Penggunaan media baru secara aktif pada akhirnya memperkuat terjadinya interaksi antara anggota kelompok sosial dengan cara memberikan ruang baru virtual yang lebih nyaman sebagai media partisipasi sehingga terbentuk peran sosial yang diinginkan. Diperlukan media yang menarik untuk meramu konten berbasis pada suatu fenomena sehingga menarik untuk diakses dan menjadi bagian dari identitas kelompok yang dibentuk secara bertahap (Adi & Siswanto, 2018).

Tahun 2021, Indonesia menjadi pengguna internet terbanyak ketiga di Asia. Data yang dilansir dari portal databoks. katadata.co.id, memaparkan temuan dari internetworkstats bahwa di bulan Maret 2021 sebanyak 212,35 juta jiwa penduduk di Indonesia menjadi pengguna internet (Kusnandar, 2021). Data dari Kominfo menegaskan bahwa terjadi peningkatan

sebesar 11 persen dari tahun 2020, dimana pengguna internet meningkat dari 170 juta lebih pengguna menjadi lebih dari 200 juta lebih pengguna (Agustini, 2021).

Sejalan dengan peningkatan pengguna internet yang terus meningkat di Indonesia, ibu-ibu sebagai bagian dari anggota keluarga terus berupaya untuk memenuhi kebutuhan informasinya dengan akses media baru. Para ibu dengan rentang usia kurang dari 35 tahun aktif mengakses media baru karena notabene mereka sedang berproses menjadi orangtua baru. Menjadi bagian generasi milenial menuntut mereka untuk menjadi generasi baru yang merujuk pada generasi sosial dengan rentang usia yang kurang lebih sama untuk saling berbagi informasi seputar kehidupan keluarga dan dinamika di dalamnya. Keaktifan dalam penggunaan media baru dikarenakan generasi ini memiliki latar belakang pendidikan yang lebih tinggi yang turut berdampak pada kesadaran perkembangan teknologi dan penggunannya (Pyoria, et.al, 2017). Dalam penggunaan media baru, orangtua dapat berinteraksi di ruang digital dengan orangtua lainnya yang memiliki persoalan yang sama atau yang memiliki ketertarikan sama di bidang tertentu sehingga terbangun kedekatan hingga dapat membentuk komunitas dengan keterlibatan interaksi yang lebih tinggi (Blackwell et al., 2016).

Informasi di berbagai laman digital menjadi jawaban atas kebutuhan yang dilalui seseorang dalam menghadapi fase hidup yang baru. Pergeseran perolehan informasi didukung dengan perkembangan media baru dengan ragam jenis dan fitur yang ditawarkan. Akses informasi yang awalnya dilakukan secara langsung melalui

petuah orangtua atau yang dituakan, kini dengan mudah mencari di internet terkait informasi apapun yang diperlukan menjelang maupun dalam menjalani bidik rumah tangga.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mendeskripsikan pengalaman para generasi millennial dalam mengakses media parenting. Hasil penelitian akan digunakan sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan media edukasi mendadakparenting.com. Terdapat beberapa teori yang digunakan dalam teori ini, yaitu teori Uses and Gratification dan teori media informasi milik Mc Leod dan Chaffe.

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Mc.Leod dan Chaffe dalam (Hapsari, Pratiwi, & Indrayani, 2020), pola komunikasi keluarga yang berlangsung akan memperoleh dukungan dari media sebagai bagian dari sumber informasi terkait kebutuhan keluarga. Sisi pengetahuan dalam lingkup keluarga akan terus berkembang seiring dengan informasi berkualitas yang diperoleh dari ragam media.

Terdapat empat kriteria yang harus dipenuhi ketika media informasi dinyatakan berkualitas (Mc.Leod dan Schell dalam (Fitriati & Suharman, 2017) berikut ini: (1) Akurat. Akurasi informasi merupakan gambaran kondisi *real* di masyarakat. (2) Relevansi. Keterkaitan antara informasi dengan permasalahan keluarga yang dihadapi. (3) Tepat waktu. Informasi akan diperlukan ketika personal memerlukan informasi yang mendesak sehingga ketepatan waktu dalam

mengakses menjadi hal yang penting. (4) Lengkap. Informasi yang tersaji di media, idealnya memberi gambaran yang lengkap sesuai dengan persoalan rumah tangga yang dihadapi dan solusi yang ditawarkan.

Menurut Mc Leod dan Chaffe dalam (Hapsari et al., 2020), terdapat tiga poin utama yang menyebabkan digunakannya informasi di media digital sebagai bagian dari merumuskan pola komunikasi keluarga, diantaranya: (1) Kesepakatan (*Agreement*). Pada poin ini, para anggota keluarga secara serempak menyetujui informasi yang tersedia di media dan diterapkan di dalam pola komunikasi keluarga. (2) Ketepatan (*Accuracy*). Pada poin ini, implementasi dari informasi di media digunakan dalam pola komunikasi keluarga dalam kondisi kepemilikan pengetahuan yang sama sehingga tidak terjadi kesalahpahaman. (3) Kesesuaian (*Congruence*). Pada poin ini, informasi yang diterapkan dalam pola komunikasi keluarga disesuaikan dengan kebutuhan setiap persoalan di dalam keluarga. Sehingga akurasi dan kesesuaian yang diterapkan dalam pola komunikasi keluarga tidak selalu sama dalam prakteknya.

Website menjadi media dalam memenuhi berbagai informasi yang diperlukan dan akan melakukan penyesuaian di setiap periode waktu berbasis kebutuhan pembaca. Dalam mengakses *website*, pembaca atau konsumen akan mempercayai informasi yang akurat berbasis sumber valid yang ditampilkan (Reavley, Fernando, & Jorm, 2022). Media digital dengan ragam jenis yang ditawarkan menjadi tempat berkumpulnya berbagai informasi seputar keluarga yang akan dengan mudah diakses generasi ibu-ibu

muda. Kecepatan, kemudahan untuk digunakan dan tampilan serta pilihan fitur menarik seolah menjadi magnet yang mendatangkan para ibu-ibu muda sebagai pembaca utama. Informasi terkait keluarga yang tersaji menarik di media menjadi ruang bagi para pasangan maupun orangtua yang melek teknologi untuk mengoptimalkan fasilitas media yang ditawarkan (Jati, 2021).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode fenomenologi. Penelitian kualitatif menurut Denzin & Lincoln bertujuan untuk menafsirkan ragam fenomena dalam realitas dengan menggunakan metode yang sesuai. Hasilnya, penelitian jenis ini dapat mendeskripsikan secara mendalam tentang suatu fenomena hingga dampak nyatanya (Anggito & Setiawan, 2018).

Metode fenomenologi menekankan pada bagaimana pandangan berfikir muncul dalam bentuk ragam pengalaman seseorang sehingga subjek penelitiannya adalah pengalaman individu (Moleong, 2021). Menurut Husserl, tujuan utama penggunaan metode ini adalah untuk menunjukkan dunia pengalaman individu yang muncul secara intens dalam kehidupan seseorang atau disebut *lifeworld*. Implementasi metode ini menekankan pada realitas dan objektifitas dibentuk berdasar pengalaman individu (Rorong, 2020).

Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang dengan proses *interview* yang dilakukan adalah secara *daring* dikarenakan terdapat beberapa informan yang berasal dari luar Kota Semarang. Data primer pada

penelitian ini adalah hasil wawancara dari ketujuh informan yang menjadi subjek penelitian. Proses penelitian mulai dari observasi, pengumpulan data dengan wawancara, reduksi data dan analisis temuan penelitian dilakukan pada bulan November 2021 hingga Januari 2022. Data sekunder diperoleh dari studi literatur yang relevan dengan tema penelitian, yaitu pola konsumsi media dan *parenting*.

Data yang diperoleh dalam penelitian dianalisis dengan teknis model Miles dan Huberman. Data secara keseluruhan yang diperoleh kemudian direduksi. Dalam prakteknya, reduksi data dilakukan dengan memilih jawaban informan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Setelah tahapan reduksi selesai dilakukan, data kemudian disajikan dengan dideskripsikan secara sistematis. Tahapan akhir adalah memverifikasi data dengan menyimpulkan temuan penelitian berbasis rumusan masalah yang tersaji pada latar belakang (Sugiyono dalam Wiyani, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini berjumlah tujuh orang responden yang secara keseluruhan adalah perempuan dengan rentang usia 21-26 tahun. Subjek pertama adalah RF yang berusia 21 tahun dan pada tahun 2021, telah resmi bertunangan dimana pernikahan akan dilaksanakan pada tahun 2023. Saat ini RF masih berstatus mahasiswa dan memiliki aktifitas lainnya yaitu pekerja *freelance* di bidang komunikasi pemasaran. Saat ini RF masih tinggal bersama orangtuanya di Kabupaten

Kendal, Boja. RF merupakan pengguna aktif media sosial sejak menjadi siswa SMA dan hingga saat ini ia merupakan pengguna aktif instagram, line, *whatsapp* dan tiktok. Konten yang sering diakses adalah konten terkait persiapan pernikahan, gaya hidup dan hiburan dengan unsur kekinian. Akses media sosial yang dilakukan RF tergolong tinggi di setiap harinya mencapai lebih dari 7 jam.

AN yang berusia 22 tahun dan lulusan D3 Farmasi merupakan subjek penelitian yang kedua. AN akan melangsungkan pernikahan di tahun 2023 dan saat ini tinggal bersama orangtuanya di Cimahi, Jawa Barat. AN aktif menggunakan media sosial sejak 2011 saat menjadi siswa SMP. Beberapa media sosial yang dimiliki dan diakses AN adalah Twitter, Instagram, Whatsapp, telegram dan tiktok. Walaupun memiliki banyak media sosial, namun waktu yang digunakan oleh AN dalam mengakses media tidak terlalu tinggi yaitu pada rentang waktu 3 jam. Adapun konten yang sering diakses adalah informasi persiapan pernikahan dan hiburan.

Subjek penelitian yang ketiga adalah RAA yang berusia 21 tahun. Saat ini RAA berprofesi sebagai pegawai swasta di bidang konveksi dimana aktivitas keseharian yang dijalani adalah bekerja dan hobi berolahraga. RAA merupakan lulusan D3 dan saat ini tinggal bersama orangtua di Semarang. RAA aktif menggunakan media sosial sejak menjadi siswa SD dan hingga kini memiliki akun media sosial pribadi di *instagram*, *twitter*, *facebook* dan tiktok. Setiap orang memiliki konten favorit atas ragam media sosial yang diakses, begitupun RAA yang menyukai konten tentang traveling, *food vlog*, dan pengalaman orang lain

yang tinggal di luar negeri. Waktu yang digunakan oleh RAA dalam mengakses media mencapai lebih dari 6 jam perhari.

SRP, perempuan yang berusia 22 tahun dan akan menikah di akhir tahun 2022 menjadi subjek penelitian yang keempat. SRP merupakan lulusan S1 dan belum memiliki pekerjaan tetap hingga saat ini. SRP kini tinggal di Cimahi, Jawa Barat. Berbeda dengan subjek penelitian lainnya, SRP hanya aktif menggunakan satu media sosial yaitu instagram dan terbilang sebagai pengguna baru yaitu sejak 2018. SRP hanya menggunakan media sosial saat diperlukan saja dan menyatakan bahwa per hari ia hanya menggunakan media sosial sekitar dua sampai tiga jam saja. SRP menyatakan bahwa baginya kehadiran media sosial hanya digunakan sesuai kebutuhan sehingga dia tidak merasa harus mengaksesnya setiap saat.

Subjek kelima adalah AS yang berusia 23 tahun dan akan menikah di akhir tahun 2022. AS bekerja sebagai asisten apoteker di Kudus dan merupakan lulusan S1 Farmasi. Aktivitas keseharian yang dilakukan oleh AS adalah membantu orangtua membersihkan rumah, mempersiapkan kebutuhan rumah dan bekerja. AS memiliki akun di media sosial sejak menjadi ssiwa SMA, yaitu di instagram dan *facebook*. AS kerap kali mengunggah konten terkait kehidupan keluarga. AS senang mencari informasi tentang persiapan pernikahan, resep memasak dan bagaimana mengurus rumah dengan baik. Dalam satu hari, AS mengakses media sosial di rentang waktu 2-3 jam.

Website parenting merupakan media yang aktif diakses oleh para subjek penelitian. Informan 1 (RF) menyatakan

bahwa ia seringkali mengakses web Pra-Nikah seperti *theasianparent.com* sehingga ia memahami apa saja yang diperlukan sebelum menikah dan persiapan menjelang pernikahan. Sama dengan informan 1, informan 2 (AN) aktif mengakses web *theasianparent.com* dengan tujuan mempersiapkan pernikahan dan bahan belajar tentang menjadi orangtua. Informan 3 (RAA) selama ini aktif mengakses web *parenting.co.id*, karena baginya tampilan konten dalam bentuk audio visual lebih menarik dan mudah dipahami.

Informan 4 (SRP) menyatakan bahwa ia lebih menyukai konten yang disajikan di web popmama karena terlihat lebih kekinian. SRP sudah dua tahun aktif mengakses namun tidak intens membuka di setiap harinya, hanya jika membutuhkan informasi tertentu saja. Informan kelima memiliki kesamaan dengan informan 4, yaitu menyatakan bahwa web parenting yang diakses adalah popmama dikarenakan tampilannya yang menarik dan sudah aktif mengakses web sejak tahun 2020.

GY merupakan subjek keenam, berusia 24 tahun dan telah menikah pada tahun 2021. GY merupakan lulusan sarjana agrobisnis dan saat ini berprofesi sebagai karyawan swasta di Kabupaten Semarang. Aktivitas kesehariannya adalah melakukan pekerjaan ibu rumah tangga dan bekerja dari pagi hingga sore hari. GY aktif menggunakan media sosial sejak SMP dan hingga saat ini memiliki tiga akun di media sosial *facebook*, *instagram* dan *tiktok*. Konten yang digemari oleh GY adalah tentang kesehatan reproduksi, tutorial make up dan seputar kehidupan rumah tangga. Setiap harinya, GY menggunakan media sosial sekitar 2 jam per hari. GY aktif

mengakses web *parenting* The Urban Mama sejak sebelum menikah, sekitar tahun 2019.

Informan keenam adalah LMU, berusia 26 tahun sudah menikah, dan memiliki satu orang anak berusia satu tahun. LMU merupakan lulusan S1 Ilmu Komunikasi yang kini berwirausaha di bidang agrobisnis. Dalam kesehariannya, LMU sibuk mengurus rumah tangga, keperluan anaknya, dan mengelola bisnisnya. LMU tinggal di Kabupaten Semarang bersama dengan orangtuanya yang saat ini sedang sakit. LMU menjelaskan bahwa ia sudah mulai membaca web *parenting* sejak menjelang pernikahan di tahun 2019, dan lebih meningkatkan akses medianya setelah menikah dikarenakan ingin fokus untuk memiliki anak. Secara lugas LMU menyatakan bahwa ia mempersiapkan kehamilan dengan banyak membaca teman bumi sebagai bahan edukasi bagi dirinya.

Kebutuhan Informasi Para Pengguna Media Parenting

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan setiap informan terkait media *parenting* disebabkan oleh para informan yang akan akan menjalani maupun sedang menjalani banyak hal baru terkait pernikahan dan keluarga. Para informan merasa bahwa media *parenting* sudah menjawab kebutuhan informasinya sehingga belum merasa *urgent* untuk bergabung dalam komunitas parenting yang tersedia di media *parenting*.

Informan 1, RF menyatakan bahwa saat ia memutuskan untuk menjalani hubungan serius dan akan menikah, ia sebagai perempuan harus mempersiapkan diri untuk pelaksanaan pernikahan

dan mengetahui kehidupan yang akan dijalannya setelah menikah nantinya. Hal inilah yang menyebabkan RF mulai aktif mengakses web *parenting* untuk memenuhi kebutuhan informasinya sebagai calon pengantin.

Informan 3, RAA aktif mengakses web *parenting* sejak kuliah di semester dua. Hal ini dilakukannya karena hubungan yang dijalannya sudah berlangsung lama dan ia merasa membutuhkan informasi berkaitan dengan *relationship* dan bagaimana membentuk keluarga yang baik nantinya. Keempat informan menyatakan tidak bergabung dengan komunitas *parenting* dikarenakan merasa belum menjadi kebutuhan utama dan telah memperoleh contoh langsung dari orangtua di rumah. Informan ke 4 (SRP) menyatakan bahwa hingga saat ini ia bergabung dengan komunitas *parenting* dikarenakan masih dalam tahap mempersiapkan pernikahan. Bagi SRP, ia memperoleh contoh langsung dari orangtuanya dan merasa sudah cukup dengan membaca web *parenting* sebagai bagian dari pemenuhan informasi dirinya.

Informan 5 (AS) juga menyatakan bahwa ia tidak tergabung dengan komunitas parenting dikarenakan belum merasa tertarik untuk aktif bergabung di komunitas dan merasa bahwa ketika tergabung di dalam komunitas ia akan memerlukan waktu khusus untuk ikut aktif kegiatan komunitas. Bagi AS, ini akan menguras energi dan waktunya karena saat ini ia masih sibuk bekerja dan mempersiapkan pernikahan.

Informan 7, LMU juga sepakat dengan jawaban dari informan lainnya terkait kebutuhan bergabung dengan komunitas. LMU merasa bahwa informasi di web

parenting yang ia peroleh sudah mencukupi kebutuhan informasinya.

Para informan memperoleh informasi terkait web *parenting* yang diakses saat ini berasal dari *google*, media sosial dan lingkungan terdekat. Informan 1 (RF) menyatakan bahwa ia mengetahui web parenting dari mesin pencari *google* dan kemudian menyeleksi informasi yang diperlukan secara langsung. Hal ini juga dialami oleh informan 3 (RAA) yang memperoleh informasi website *parenting* dari *instagram* yang diaksesnya.

Berbeda dengan RF dan RAA, informan 2 (AN) memperoleh informasi tentang web *parenting* dari lingkungan terdekatnya, seperti: kakak iparnya, teman dekatnya, dan ibu. Keresahan dan kekhawatiran yang dirasakan RF maupun RAA menjelang pernikahan, diceritakan kepada orang terdekat mereka dan akhirnya memperoleh saran untuk mengakses informasi yang diperlukan ke website *parenting* yang tersedia.

Terkait informasi yang diakses, keempat informan memiliki kebutuhan yang beragam. Informan 1, RF mengakses web *parenting* ketika memang memerlukan informasi yang sangat dibutuhkan tentang pra nikah. Saat ini RF sedang fokus mengakses tentang kesehatan reproduksi seperti siklus menstruasi, imunisasi pra nikah dan hal lain seputar kesehatan pasangan setelah menikah. AN, informan kedua menyatakan bahwa dirinya senang membaca informasi mengenai persiapan pernikahan, seperti bagaimana menjadi istri yang baik, apa saja yang perlu dipersiapkan saat diamanahi anak, baginya semua adalah pengalaman pertama sehingga perlu persiapan.

Informan 3 dan 4 memiliki jawaban yang sama bahwa bagi mereka mengkonsumsi informasi tentang mendidik anak menjadi hal yang sangat dibutuhkan. Hal ini dikarenakan keduanya merasa khawatir apabila nanti diberikan anak setelah menikah, mereka khawatir belum siap dalam mendidik sehingga informasi tentang bagaimana mengasuh anak dengan baik menjadi hal penting bagi mereka.

Berbeda dengan empat informan lainnya, informan ke 5 (AS) menyatakan bahwa ia senang membaca artikel tentang bagaimana menjadi istri dan ibu yang baik. Informan ke 6 mengetahui web The Urban Mama dari teman dekatnya karena temannya menceritakan bahwa informasi yang tersaji sangat diperlukan oleh ibu muda. Informan ke 6 (GY) memaparkan bahwa ia mulai aktif membaca web urban mama sejak diinfokan oleh temannya beberapa bulan sebelum menikah. GY membaca beberapa informasi yang menarik baginya seperti tips merawat diri walaupun sudah berstatus istri, bagaimana menjadi orangtua yang baik, tentang finansial keluarga. Baginya, berumahtangg adalah perjalanan belajar seumur hidup sehingga diperlukan ilmu untuk menjalannya.

Informan ke 7 (LMU), menambahkan bahwa yang membuatnya mengakses web *parenting* adalah saat ia mengakses media sosial. LMU merasa bahwa konten edukasi *parenting* di media sosial terlalu singkat sehingga ia memerlukan penjelasan yang lebih kompleks di web *parenting*.

Kriteria media informasi yang berkualitas menurut Mc.Leod mencakup empat hal, yaitu Akurat, Relevansi, Tepat Waktu dan Lengkap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keseluruhan informan

secara tersurat menyatakan bahwa web parenting yang mereka pilih untuk akses setiap saat memenuhi empat kriteria media informasi yang berkualitas. Adapun web yang diakses meliputi: TheAsianParent, PopMama, TheUrbanMama, dan TemanBumil.

Setiap informan memiliki pengalaman yang beragam dalam mempraktekan informasi yang diperoleh di web *parenting*. Informan 1, RF menyatakan bahwa saat ia mempunya adik yang terpaut usia jauh dengannya, ia berupaya untuk terus membantu ibunya mengasuh adiknya. Pada saat adiknya berusia dua tahun, ia mencoba mengimplementasikan ilmu dari web parenting dan dipraktekan ke adiknya. Misalnya, bagaimana tips mengajarkan bahasa inggris dengan cara mudah sesuai rentang usia anak dan RF cukup kaget karena praktek ilmunya dari web *parenting* berhasil.

Informan 4, SRP memiliki pengalaman yang serupa dengan RF. Kebetulan SRP dekat dengan keponakannya yang sering main kerumah orangtuanya. SRP menceritakan bahwa keponakannya anak yang sulit untuk mengendalikan emosinya. SRP kemudian mencari informasi tentang bagaimana menghadapi emosi anak dan wajar atau tidak saat anak tantrum. Setelah SRP memahami tentang emosi anak, ia kemudian diskusi dengan kakaknya mengenai informasi yang diperolehnya dari web *parenting*.

Dua informan lainnya, yaitu: informan 2 (AN) dan informan 3 (RAA) juga memiliki pengalaman yang sama dalam menyampaikan informasi tentang pengasuhan anak ke keluarga terdekatnya. Kehadiran anak kecil sebelum menikah,

ternyata cukup membantu para calon pengantin dalam mempraktekan informasi yang diperoleh seputar pola asuh anak walaupun tidak berada dalam pengasuhan secara langsung. Informan ke 5 (AS) memiliki pengalaman terkait konten yang sesuai dengan kebutuhannya dalam menjadi kakak yang baik untuk adiknya, dan hasil dari mempraktekan informasi tersebut adalah hubungan komunikasi dengan adik semakin efektif. Informan ke 6 (GY) menyatakan bahwa ketika seseorang memutuskan berkeluarga, maka perlu adanya kesadaran suami istri untuk belajar bersama dari urusan keuangan hingga pengasuhan anak. GY menyadari tentang persoalan perbedaan pola asuh juga dari web *parenting* yang diaksesnya.

Hal serupa dialami oleh informan 7, LMU yang sangat merasa kesulitan saat anak mengalami fase GTM. LMU menyatakan bahwa ia mencari beberapa informasi terkait penanganan GTM pada anak dan berhasil dipraktekan ke anaknya. Hal ini dibuktikan dengan anak mau makan dengan baik. Selain itu, LMU juga memperoleh informasi terkait gendongan yang tepat untuk anak, sehingga lebih percaya diri dalam menerapkan penggunaan gendongan M shape pada anak dan berhasil mematahkan mitos yang selama ini ada terkait cara menggendong.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan informasi menjadi pertimbangan bagi informan akan meneruskan mengakses web *parenting* atau tidak. Informan 1, RF menceritakan tentang pengalaman yang diperoleh setelah mengakses media *parenting* dimana ia merasa bahwa informasi yang dibutuhkan

selalu tersaji dengan baik di media tersebut. RF menceritakan pengalamannya ketika mengakses web *TheAsianParent*, dimana ia merasa bahwa web ini sangat lengkap dan sesuai dengan dirinya yang berusia muda. RF menyatakan bahwa yang disampaikan, visualisasinya pun sudah nampak kekinian sehingga tidak membosankan saat diakses.

Informan 5, AS menceritakan pengalamannya dalam mengakses web *parenting*, bahwa membaca informasi dengan sajian bahasa yang ringan dan aplikatif akan lebih diminati pembaca. Hal inilah yang menyebabkan AS aktif dalam mengakses beragam informasi di web *parenting*.

Bagi Informan 6 (GY), dia merasa sangat banyak memperoleh informasi seputar pernikahan dan keluarga dari UrbanMama. Bagi GY, The Urban Mama memberikan informasi yang berasal dari berbagai sudut pandang sehingga pembacanya merasakan pengalaman banyak belajar dan dapat menyesuaikan dengan informasi yang diperoleh dari lingkungan sekitar di dunia nyata.

Informan 7 (LMU) merasakan hal yang sama dengan informan lainnya. LMU merasa bahwa media AsianParent dan TemanBumil yang selama ini diakses, sudah cukup memberikan jawaban atas berbagai pertanyaan yang dimilikinya seputar dunia keluarga maupun pengasuhan.

Keseluruhan informan menunjukkan bahwa informasi yang diakses sesuai kebutuhan informasi yang diperlukan dan ketika dipraktekan secara langsung di lingkup keluarga terdekat, Hal ini menunjukkan bahwa akurasi informasi, relevansi dengan keseharian, ketepatan waktu informasi dipublikasikan dan

lengkapnya sajian informasi dirasakan oleh seluruh informan dalam mengakses web *parenting* yang dipilihnya.

Pengalaman Informan dalam Akses Media Edukasi Parenting

Informasi yang terjadi di media digital dapat menjadi sumber informasi dan menjadi bagian yang dapat diimplementasikan dalam pola komunikasi keluarga. Menurut Mc Leod dan Chaffe, terdapat tiga poin utama digunakannya informasi, yaitu adanya kesepakatan, ketepatan dan kesesuaian. Berdasar pengalaman yang dimiliki setiap informan, masing-masing informan memiliki sudut pandang yang beragam mengenai media *parenting* yang ideal sehingga tepat untuk dipraktekan di dalam keluarga.

Informan 1, RF misalnya yang menitikberatkan pada poin kesesuaian konten informasi edukasi dengan pola komunikasi yang dijalani dalam keluarga. Bagi RF Tampilan audio visual akan lebih menarik untuk dibaca daripada hanya yang sekedar teks saja. Ia memberikan contoh saat akan membahas tentang tips, maka akan lebih nyaman dilihat dalam bentuk video tutorial, atau disajikan dengan bahasa yang ringan atau menghibur sehingga pembacanya menikmati proses penerimaan informasi edukasinya.

Informan 2 (AN) menyatakan bahwa dalam mengkonsumsi konten edukasi di web *theasianparent* ketepatan menjadi hal utama yang dilihat selama ini. Bagi AN, apa yang ia konsumsi dari web *theasianparent* sudah lengkap dan sesuai karena baginya sumber yang jelas juga menjadi hal yang penting dalam pemrosesan informasi.

Jawaban dari kedua subjek penelitian sejalan dengan apa yang disampaikan oleh informan lainnya, yaitu informan 3 dan 4. Dimana mereka sepakat bahwa kemasan informasi yang ringan, jelas sumbernya dan didukung dengan video menarik lebih mudah dipahami dan menarik untuk diikuti kelanjutannya. Terkait poin kesepakatan dalam teori, para informan tidak secara langsung mendiskusikan apa informasi yang diperolehnya kepada pasangan. Namun melakukan pengamatan dan diujikan secara mandiri terlebih dahulu. Informan 6 (GY) menyatakan bahwa selalu berdiskusi dengan pasangan untuk memberi pemahaman bersama karena bagi GY yang belajar tidak hanya dari pihak perempuan saja namun juga perlu proses diskusi dengan pasangan. GY merasa bahwa sajian informasi pada web parenting Urban Mama sangat menarik dari visualnya, gaya bahasa sehingga nyaman baginya untuk membaca.

Informan 7 (LMU) menambahkan bahwa informasi yang membahas tentang anak seringkali menjadi bahan diskusi dengan suaminya. Hal ini dikarenakan baginya, *parenting* bukan hanya peran ibu tapi peran ayah juga yang diperlukan kerjasama keduanya.

Setelah mengakses web *parenting* secara kontinu, para informan merasa bahwa apa yang dirasakan sebelum pernikahan tidak hanya dirasakan seorang diri. Sehingga dengan mengakses web parenting, para informan seringkali merasa apa yang dituliskan di media *relate* dengan solusi yang diperlukan. Terlalu banyak yang harus diurus menjelang pernikahan, membuat para informan harus pandai mengolah informasi sehingga semakin

siap dalam menjalani kehidupan keluarga setelah pernikahan. Bagi para informan, kehadiran *support system* menjadi hal yang penting dalam proses adaptasi yang dilalui sebagai calon pengantin hingga akhirnya menjadi keluarga. Informasi yang tersaji juga seringkali menjadi bahan diskusi dengan lingkungan terdekat seperti keluarga, sahabat maupun pasangan. Hal inilah yang menurut para informan merupakan proses mendewasakan diri yang butuh proses dan kesiapan.

Pada hasil penelitian yang dilakukan dengan jumlah informan sebanyak tujuh orang, akses yang dilakukan pada media *parenting* berupa web dilakukan karena dasar kebutuhan personal. Hal ini dikarenakan para informan yang akan merubah status pribadi dari lajang menjadi menikah, menjadi istri. Dalam menjalani pernikahan, perlu persiapan dari sisi perempuan maupun laki-laki yang akan menjalani kehidupan pernikahan nantinya. Menurut (Sari & Sunarti, 2013), pasangan yang akan menikah akan terus melakukan penyesuaian atas peran dan tugasnya sebagai bagian dari keluarga inti. Menurut Blood (1978), beberapa kesiapan diperlukan dalam membangun keluarga, seperti kesiapan emosi, sosial, peran, usia hingga finansial. Harapannya, pasangan akan bisa saling bekerjasama untuk menerima tanggung jawab bersama, berhubungan seksual, pengaturan keluarga dan saling berperan dalam pengasuhan anak.

Informan yang berstatus masih lajang dan akan menikah menyatakan bahwa kehidupan dalam pernikahan yang kompleks memerlukan bekal berupa informasi edukasi yang membuat diri

para informan lebih siap. Media edukasi *parenting* berupa website menjadi media pemenuhan media informasi bagi para informan.

Menurut (Pratiwi, et.al, 2020), kehadiran media baru membantu keluarga masa kini dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui ketersediaan pilihan media edukasi *parenting*. Informasi pada akhirnya semakin mudah diakses dan dikonsumsi berulang dalam situasi tertentu. Dimana ada kebutuhan sosial maupun psikologis yang dipenuhi. Dalam prakteknya, media berupaya untuk memenuhi kebutuhan audiensnya sebagai bagian dari segmentasinya (Karunia H et al., 2021).

Pengalaman yang diperoleh informan setelah mengakses *website parenting* menunjukkan implementasi atas informasi yang diperoleh, ketika dipraktekan di lingkungan terdekat menunjukkan hasil positif sehingga para informan semakin tertarik mengakses berbagai informasi sesuai kebutuhannya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sari & Sunarti, 2013), menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kesiapan menikah seseorang, diantaranya: kematangan usia, kemampuan berempati, kesiapan seksual, dan finansial. Empati yang baik dari seseorang akan membantu proses komunikasi yang berlangsung antara pasangan dan hal ini akan berdampak pada kelanggengan pernikahan.

Para informan secara sepakat bahwa *support system* dari keluarga terdekat sangat diperlukan. Orangtua, sanak saudara menjadi sumber informasi yang membantu diri para informan untuk

lebih siap menghadapi dunia pernikahan. Perempuan yang seringkali dianggap bertanggungjawab besar dalam pernikahan dianggap wajib untuk terus beradaptasi dengan perubahan yang ada.

Menurut (Aulia & Yuliati, 2018), orangtua merupakan salah satu lingkungan terdekat seseorang yang berpengaruh pada perilaku seseorang. Cara berkomunikasi memberikan ruang pada anak sebagai bagian dari individu untuk memahami nilai-nilai positif di dalam keluarga. Tak hanya orangtua, teman dan juga media turut berkontribusi atas nilai yang dijalankan seseorang di dalam kehidupannya. Dalam proses internalisasi, dibutuhkan waktu dan interaksi sehingga seseorang akan menerima atau menolak suatu pandangan atau nilai tertentu.

Perempuan yang memutuskan untuk menikah muda hendaknya siap beradaptasi dengan persoalan yang berkaitan dengan lingkungan sekitar dan sosial. Ada tugas yang harus dilakukan oleh pasangan suami istri dalam keluarga yang akan berkaitan erat dengan pembentukan keluarga yang bahagia dan kepuasan dalam pernikahan sehingga perceraian akan dapat dihindari (Shabbir, et.al, 2015).

Dalam memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial, para informan yang akan dan sudah membangun keluarga mengakses media parenting yang diketahuinya dari lingkungan terdekat. dampak lingkungan terdekat. Menurut (Aini, et.al, 2015), kepribadian seseorang akan menentukan keberhasilan seseorang dalam mencapai sesuatu. Dorongan seseorang untuk melakukan sesuatu akan sangat dipengaruhi oleh lingkungan terdekat, yaitu: keluarga, teman dekat, dan

rekan pekerjaan.

Para informan yang sudah menikah telah mengalami persoalan beragam di dalam keluarga, terkait peran pasangan, ekonomi, dan pola asuh anak. Bagi para informan, mempelajari informasi *parenting* terlebih dahulu akan membantu mereka untuk lebih siap ketika muncul kendala atau konflik dalam komunikasi keluarga yang dijalani. Temuan penelitian menunjukkan alasan utama para informan mengakses web *parenting* adalah karena adanya waktu luang yang dimiliki, adanya kebutuhan informasi, pengalihan dari aktivitas, media interaksi dan sebagai media relaksasi. (C. M. Dewi, et.al, 2021), media menjadi media yang membantu seseorang untuk terkoneksi dengan dunia sekitar dan pengembangan diri atas suatu hal yang disukai. Media membantu melebur batasan yang ada sehingga interaksi dapat lebih mudah dilakukan.

Bagi para informan, menjaga relasi dengan pasangan menjadi fondasi utama kuatnya pernikahan. Hal ini tentu akan berimbang pada ketahanan keluarga yang terbentuk. Menurut Tsania, et.al. (2015), kesiapan dua individu untuk membangun keluarga akan meminimalisir terjadinya ketidakstabilan dalam menjalankan perannya di dalam keluarga. Kestabilan keluarga di berbagai sektor akan memberi dampak positif pada seluruh anggota keluarga termasuk anak. Ketidakstabilan keluarga akan berpengaruh pada perkembangan sosial dan emosi anak yang nampak dalam perilaku yang ditunjukan.

Keluarga layaknya membuat alur perjalanan yang diperlukan ketersediaan kebutuhan fisik di dalamnya. Ketersediaan kebutuhan fisik seperti tempat tinggal,

makanan, pakaian, dan kesehatan menjadi dasar utama kuatnya kehidupan keluarga dari krisis kebutuhan dasar. Kerentanan keluarga akan terjadi ketika perkembangan dasar keluarga tidak terpenuhi sehingga kolaborasi peranan antara suami istri menjadi penting dalam stabilitas keluarga (Tyas,et.al, 2017). Konten yang dipublikasikan di website *parenting* mudah diakses oleh para orang tua dengan cukup membuka website, lalu konten yang diinginkan dapat ditemukan. Kelebihan tersebut menjadikan website *parenting* lebih praktis dan aksesibilitasnya tidak terbatas ruang dan waktu sehingga orang tua bisa mendapatkan informasi tentang *parenting* sebanyak-banyaknya (Syamsurijal & Akbar, 2022).

Bagi para informan, akses media *parenting* yang dipilih membuat mereka lebih tenang dalam menjalani kehidupan pernikahan yang nantinya akan dilalui. Terkait teori media informasi yang digunakan sebagai dasar penelitian ini, hasil menunjukkan bahwa media *parenting* yang diakses para informan memenuhi kriteria sebagai media informasi yang ideal dengan kriteria akurat, relevan, tepat waktu dan lengkap. Menurut hasil penelitian (Juanita, at.al, 2021), website *parenting* dapat menjadi media informasi sekaligus edukasi bagi orangtua secara umum maupun bagi komunitas yang dibangun. Para orangtua menyatakan sepakat bahwa kehadiran website *parenting* relevan dengan kegiatan sehari-hari para orangtua dalam proses pengasuhan dan memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan.

Para informan menyatakan telah mempraktekan beberapa tips yang mereka

peroleh di *website parenting*, misalnya digunakan untuk mengedukasi keponakan, orangtua dan pasangan menjelang pernikahan. Ghozaly, et.al. (2012), teknologi internet yang terus berkembang akan mendorong seseorang yang mengaksesnya untuk memproses informasi sebagai bagian dari mengenali kehidupan nyata dalam ruang digital yang lebih luas. Dalam mengakses media, seseorang akan memproses ragam informasi dan menjadikannya sebagai rujukan dalam memperluas lingkup pertemanan melalui sosialisasi dan interaksi.

Keseluruhan informan yang telah menikah maupun yang akan menikah menyatakan bahwa mereka saat ini belum memiliki keinginan untuk tergabung dalam komunitas. Bagi para informan, untuk tergabung di dalam komunitas diperlukan komitmen yang kuat untuk terus terlibat. Hal ini dapat menjadi bahan kajian bagi penelitian selanjutnya terkait peranan komunitas dalam kesiapan berkeluarga. Secara teoritis, komunitas dapat berperan sebagai pendamping masyarakat dalam pengembangan pengetahuan sehingga komunitas dapat bergerak menjadi fasilitator, edukator, dan peranan teknis dari suatu lembaga (Hasanah, et.al, 2018).

Komunitas dapat menjadi penggerak pengembang karakter di lingkup terdekat dengan menguatkan *value* sehingga pertahanan keluarga dapat tercapai secara masif (Nikmah, et.al, 2020).

KESIMPULAN

Pernikahan muda kini menjadi fenomena yang seolah lumrah untuk dilakukan. Banyaknya para generasi

milenial yang memutuskan untuk menikah muda, turut membawa perubahan pada cara mengakses informasi seputar pernikahan. Media *parenting* berupa website menjadi salah satu media yang diakses oleh para generasi milenial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat web *parenting* yang diakses oleh ketujuh informan, yaitu The Asian Parent, The Urban Mama, PopMama dan Teman Bumil. Para informan menyatakan bahwa web *parenting* yang diakses telah memenuhi kriteria sebagai media informasi yang ideal dengan kriteria akurat, relevan, tepat waktu dan lengkap. Alasan utama para informan mengakses web *parenting* dikarenakan mempersiapkan kehidupan di jenjang berikutnya sehingga memerlukan media edukasi yang memenuhi kebutuhan informasinya dan menjadi salah satu *support system* yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. S., & Siswanto, B. (2018). Perilaku Simbolik Komunitas Kreatif Telematika (Studi Fenomenologi Relasi Antarpelaku Di Kota Malang). *Jurnal Nomosleca*, 4(1). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v4i1.2072>
- Agustini, P. (2021). Warganet Meningkat, Indonesia Perlu Tingkatkan Nilai Budaya di Internet. Retrieved February 18, 2022, from Kominfo website: <https://aptika.kominfo.go.id/2021/09/warganet-meningkat-indonesia-perlu-tingkatkan-nilai-budaya-di-internet/>
- Aini, S. N., Purwana ES., D., & Saptono,

- A. (2015). Pengaruh Lingkungan Keluarga Dan Efikasi Diri Terhadap Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 3(1), 22. <https://doi.org/10.21009/jpeb.003.1.2>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Arifin, A. (2014). *Politik Pencitraan Pencitraan Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aulia, L., & Yuliati, L. N. (2018). Faktor Keluarga, Media, dan Teman dalam Pemilihan Makanan pada Mahasiswa PPKU IPB. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(1), 37–48. <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.37>
- Blackwell, L., Hardy, J., Ammari, T., Veinot, T., Lampe, C., & Schoenebeck, S. (2016). LGBT Parents and Social Media: Advocacy, Privacy, and Disclosure during Shifting Social Movements. *Computer Supported Parenting*, 610–622. <https://doi.org/10.1145/2858036.2858342>
- Dewi, C. M., Putri, A. S., Zamzam Nugraha, M. P., & Haq, A. H. B. (2021). Kepercayaan diri dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok di Masa Pandemi : Studi Korelasi. *Fenomena*, 29(2). <https://doi.org/10.30996/fn.v29i2.4653>
- Dewi, N. R., & Sudhana, H. (2013). Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal Pasutri dengan Keharmonisan dalam Pernikahan. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1(1), 22–30. <https://doi.org/10.24843/jpu.2013.v01.i01.p03>
- Efriza, & Indrawan, J. (2018). *Komunikasi Politik: Pemahaman Secara Teoritis dan Empiris*. Malang: Intrans Publishing.
- Fitriati, A., & Suharman, H. (2017). Kajian Kualitas Sistem Informasi Akuntansi pada Perguruan Tinggi Muhammadiyah di Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XX*, 1–24. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/334729930_Kajian_Kualitas_Sistem_Informasi_Akuntansi_pada_Perguruan_Tinggi_Muhammadiyah_di_Indonesia
- Ghozaly, L. F., Krisnatuti, D., & Alfiasari. (2012). Hubungan Teman Sebaya yang Berkualitas dan Pemanfaatan Media Massa Meningkatkan Kecerdasan Sosial Atlet Muda. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 5(1), 29–37.
- Hapsari, S. A., Pratiwi, M. R., & Indrayani, H. (2020). Konten Edukasi Pengasuhan Anak Melalui Media Online Komunitas Keluargakita. Com. *International Conference Communication and Sosial Sciences (ICCOMSOS)*, 1, 30–41.
- Hasanah, N., Raharjo, T. J., & Yusuf, A. (2018). Peranan Komunitas Harapan dalam Meningkatkan Kemandirian Anak Usia Sekolah di Kawasan Pasar Johar Semarang. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1(2), 108–119. <https://doi.org/10.15294/pls.v1i2.16557>
- Indriani, R. (2014). Pengaruh kepribadian

- terhadap kepuasan perkawinan wanita dewasa awal pada fase awal perkawinan ditinjau dari teori trait kepribadian big five. *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental*, 3(1), 33–39.
- Jati, W. D. . (2021). Literasi Digital Ibu Generasi Milenial terhadap Isu Kesehatan Anak dan Keluarga. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 1–23. <https://doi.org/10.24815/jkg.v10i1.20091>
- Juanita, S., Pramusinto, W., & Anif, M. (2021). Pembuatan Website Komunitas Parenting “Kampus Keluarga” sebagai Media Publikasi Informasi dan Edukasi Parenting. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 546–554. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i3.11575>
- Karimulloh, K., Kusristanti, C., & Triman, A. (2020). Program Pra Nikah dalam Pendekatan Islam, Psikologi dan Finansial di Era Pandemi Covid-19. *Info Abdi Cendekia*, 1(2).
- Kusnandar, V. B. (2021). Pengguna Internet Indonesia Peringkat Ke 3 Terbanyak di Asia. Retrieved February 18, 2022, from databoks website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>
- Moleong, L. . (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nikmah, S. K., Setyadi, Y. B., & Prasetyo, W. H. (2020). Peranan Komunitas Sosial Bagi Pembudayaan Karakter: Studi Kasus Pada Komunitas Deaf Volunteering Organization Di Kota Surakarta. *Citizenship Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 8(2), 76–89. <https://doi.org/http://doi.org/10.25273/citizenship.v8i2.6265>
- Nurhajati, L., & Wardyaningrum, D. (2012). Komunikasi Keluarga dalam Pengambilan Keputusan Perkawinan di Usia Remaja. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, 1(4), 236–248.
- Pratiwi, M. R., Indrayani, H., & Amalia, S. (2020). Optimasi Pola Pengasuhan Digital dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 76. <https://doi.org/10.33021/exp.v3i1.1012>
- Pyoria, P., Ojala, S., Saari, T., & Jarvinen, K.-M. (2017). The millennial generation: A New Breed of Labour? *SAGE Open*, 1–14. <https://doi.org/10.1177/2158244017697158>
- Raharjo, I. T., Puspitawati, H., & Krisnatuti, D. (2015). Economic Pressure , Financial Management , and Welfare of Young Families Abstract. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 8(1), 38–48.
- Reavley, N., Fernando, L. ., & Jorm, A. (2022). Websites and the validity of mental health care information. In *Mental Health in a Digital World*. Academic Press, 191–206. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-822201-0.00009-5>
- Rorong, M. . (2020). *Fenomenologi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Saidiyah, S., & Julianto, V. (2017). Problem Pernikahan Dan Strategi Penyelesaiannya: Studi Kasus Pada

- Pasangan Suami Istri Dengan Usia Perkawinan Di Bawah Sepuluh Tahun. *Jurnal Psikologi Undip*, 15(2), 124. <https://doi.org/10.14710/jpu.15.2.124-133>
- Sari, F., & Sunarti, E. (2013). Kesiapan Menikah pada Dewasa Muda dan Pengaruhnya terhadap Usia Menikah. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 6(3), 143–153. <https://doi.org/10.24156/jikk.2013.6.3.143>
- Setiyaningsih, L. A., & Jatmikowati, S. H. (2019). Media Baru Dalam Komodifikasi Waktu Luang Ibu Rumah Tangga. *ETTISAL : Journal of Communication*, 4(1), 25. <https://doi.org/10.21111/ettisal.v4i1.3069>
- Shabbir, S., Nisar, S. ., & Fatima, S. (2015). Depression, anxiety, stress and life satisfaction among early and late married females. European Journal of Business and Social Sciences. *European Journal of Business and Social Sciences*, 4(08), 128–131. Retrieved from <http://www.ejbss.com/recent.aspx->
- Syamsurijal, & Akbar, A. (2022). Pemanfaatan Website untuk Mengedukasi Orang Tua dalam Mendidik Anak. *Jurnal Adidas*, 3(1), 131–136. [https://doi.org/https://doi.org/10.31004/adidas.v3i1.518 Copyright](https://doi.org/https://doi.org/10.31004/adidas.v3i1.518)
- Tsania, N., Sunarti, E., & Pranaji, D. K. (2015). Karakteristik Keluarga, Kesiapan Menikah Istri, dan Perkembangan Anak Usia 3-5 tahun. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 8(1), 28–37. <https://doi.org/10.24156/jikk.2015.8.1.28>
- Tyas, F. P. S., Herawati, T., & Sunarti, E. (2017). Pasangan Menikah Usia Muda. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 10(2), 83–94.
- Wiyani, N. A. (2020). Menciptakan Layanan PAUD yang Prima Melalui Penerapan Praktik Activity Based Costing. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 13(2), 175–186. <https://doi.org/10.24156/jikk.2020.13.2.175>
- Wulan, D. K., & Chotimah, K. (2017). Peran Regulasi Emosi Dalam Kepuasan Pernikahan Pada Pasangan Suami Istri Usia Dewasa Awal. *Jurnal Ecopsy*, 4(1), 58. <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v4i1.3417>
- Yusuf, M., Susilawati, A., & Maba, A. P. (2020). Problematika Pendidikan Agama Islam pada Anak dalam Keluarga Perkawinan Beda Agama di Caturtunggal Depok Sleman Yogyakarta. *Indonesian Journal of Islamic Education Studies (IJIES)*, 3(1), 112–126. <https://doi.org/10.33367/ijies.v3i1.1271>