

Analisis Isi Komparatif Konten *Digital Parenting* di TikTok

YULY RAHMI PRATIWI, AMELIA FITRI, EKA FITRI QURNIAWATI

Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau, Riau Indonesia

Email: yulyrahmipratiwi@comm.uir.ac.id

Abstrak

Era digitalisasi saat ini merubah pola kehidupan manusia. Kini untuk mencari suatu informasi dapat dengan mudah yaitu dengan menggerakkan jempol saja. Perubahan ini juga berdampak pada kehidupan dan pola asuh anak. Orang tua mencari informasi mengenai pola asuh terbaik bagi anak-anaknya. Sehingga dengan kemudahan yang didapatkan dari teknologi, para orang tua kini memulai langkah kehidupan baru dengan mencari referensi dari media sosial seperti TikTok. Sesuai pesan Ali bin Abu Thalib, menyatakan bahwa didiklah anakmu sesuai dengan zamannya. Hal ini lah yang mendukung para orang tua mulai melirik referensi pola asuh dari *digital parenting* yang diunggah di TikTok. Aplikasi TikTok mulai dijadikan sebagai salah satu media edukasi oleh konten kreator. Konten yang ada di aplikasi TikTok mengandung konten edukasi baik berupa pengetahuan umum hingga berbagi ilmu mengenai *parenting* yang dapat diterapkan oleh orang tua kepada anak. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis konten untuk mengetahui keluasan dan kedalam konten yang membahas mengenai konten pola asuh di media sosial TikTok. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan melalui analisis isi, mengacu pada pemberian gambaran ataupun informasi dengan subjek penelitian pada akun @babeheji dan @samantha.elsener. Hasil penelitian mendapatkan bahwa kedua konten kreator *digital parenting* dapat menjadi sumber informasi dan edukasi pola asuh bagi pengikutnya walaupun dengan kontras yang berbeda. Samantha Elsener dengan edukasi *parenting* digital ilmiah-konseptual sedangkan Babeheji dengan edukasi *parenting* praktik-relasional. Keduanya saling melengkapi dan memiliki pengaruh dalam edukasi *parenting*.

Kata Kunci: Analisis Isi; *Digital Parenting*; *Influencer*; Konten Digital; Media Sosial, TikTok

Abstract

The era of digitalization is currently changing human lifestyles. Now, finding information can be done easily by just moving your thumb. This change also impacts children's lives and parenting styles. Parents are looking for information on the best parenting methods for their children. Thus, with the ease provided by technology, parents are now taking a new step in life by seeking references from social media platforms like TikTok. According to the message from Ali bin Abu Thalib, educate your child according to their time. This is what encourages parents to start looking at parenting references from digital parenting shared on TikTok. The TikTok application is starting to be used as an educational medium by content creators. The content on the TikTok application includes educational material ranging from general knowledge to sharing insights on parenting that can be applied by parents to their children. Therefore, this research aims to analyze the content to determine the breadth and depth of content discussing parenting patterns on the TikTok social media platform. This research uses qualitative research with an approach thru content analysis, referring to the provision of descriptions or information with the research subjects being the accounts @babeheji and @samantha.elsener. The research findings indicate that both digital parenting content creators can serve as sources of information and education on parenting for their followers, albeit with contrasting approaches. Samantha Elsener with scientific-conceptual digital parenting education, while Babeheji with practical-relational parenting education. Both complement each other and have an influence in parenting education.

Keywords: Digital Content, Digital Parenting, Content Analysis, Media Social, TikTok, Influencer

CoverAge
Journal of Strategic
Communication

Vol. 16, No. 2, Hal.293-308

Maret 2026.

Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Pancasila

Accepted February 19, 2026

Revised March 9, 2026

Approved March 16, 2026

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi membuat individu yang terlahir di era digital begitu dekat teknologi. Penelitian Alvira dalam Ali & Purwandi (2016), menyebutkan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia sangat didominasi oleh generasi milenial dengan 8 dari 10 orang milenial terhubung melalui internet. Generasi milenial yang berusia 18-38 tahun terdiri dari laki-laki dan perempuan yang relatif sama aktifnya dalam menggunakan internet. Data APJII dalam Marius & Anggoro (2015), menunjukkan bahwa pengguna internet perempuan sebesar 48,57%. Pada usia 18-38 tahun, banyak dari mereka yang telah memiliki anak. Perkembangan ini tidak lepas dari peran media sosial yang memberikan akses mudah bagi para orang tua untuk mendapatkan informasi terbaru tentang pengasuhan anak atau yang kini dikenal dengan *parenting*. Kini para orang tua tidak lagi hanya mengandalkan nasihat dari orang tua terdahulu dan buku *parenting*. Namun, kini pembelajaran pola asuh juga dapat diperoleh dari media sosial yang dibagikan oleh konten kreator dan *influencer parenting* yang berbagi wawasan dan pengalaman melalui media sosial khususnya TikTok.

Berdasarkan hasil riset Setyastuti, Suminar, Hadisiwi & Zubair (2019), menunjukkan bahwa banyak ibu di Indonesia yang lebih mengandalkan internet khususnya media sosial sebagai sumber informasi *parenting*

dibandingkan sumber informasi lainnya. Terlihat bahwa 55,4% lebih merujuk pada media sosial. sementara 15,4% dari keluarga, 14% dari buku, 13,8% dari seminar dan 1,4% dari lingkungan sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial kini menjadi rujukan utama bagi orang tua dalam pola asuh dan mengasuh anak.

Selain itu, ada empat tema utama yang ditemukan dalam pencarian informasi pola asuh oleh orang tua melalui media sosial, yaitu motivasi orang tua mencari informasi, jenis konten pola asuh di media sosial, dampak konten dan intervensi profesional melalui media sosial. Selain itu, terlihat bahwa ibu menghargai kemampuan untuk mengakses informasi secara cepat dan anonim melalui internet dan media sosial serta menghargai dukungan sosial yang diberikan oleh komunitas *online* (Mertens, et al., 2024). Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Riza Haayati dengan judul "*Do Parents use the internet and social media to child health seeking information?*" yang menunjukkan hasil bahwa untuk tujuan pemenuhan kebutuhan kesehatan anak para orang tua mengakses konten video pendek, gambar yang berisi kutipan dan informasi dari para ahli (Ifroh, 2022). Hal ini membuktikan bahwa banyaknya orang tua menjadikan media sosial sebagai informasi untuk mendidik anak mereka.

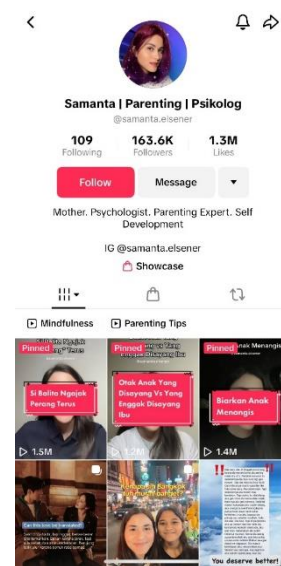
Berdasarkan fenomena diatas dan hasil riset terdahulu terlihat bahwa preferensi orang

tua kini sudah berubah pada referensi digital yaitu media sosial khususnya para *influencer* atau konten kreator di TikTok. Namun demikian, sejauh pengamatan peneliti terdapat celah penelitian dimana riset-riset terdahulu masih berfokus pada perilaku pencarian informasi secara umum. Belum banyak riset yang melakukan analisis komparatif mengenai perbedaan latar belakang kredibilitas antara ahli psikologi klinis dengan pratisi pengasuhan dari sudut pandang ayah mampu menghasilkan gaya edukasi yang berbeda dalam satu platform media sosial yang sama.

Selain itu, terdapat kekosongan akademis terkait bagaimana peran ayah (*fatherhood*) diposisikan sebagai sumber edukasi primer yang setara dengan edukasi profesional di media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk membandingkan kedua akun kreator konten untuk melihat perbandingan ilmiah konseptual dan praktik relasional dalam ekosistem digital parenting. Penelitian ini juga hadir untuk membandingkan gaya komunikasi @samanta.elsener sebagai representasi ahli dan @babeheji sebagai representasi sosok ayah guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika edukasi parenting digital.

Setiap konten kreator atau *influencer* pasti memiliki gaya dan caranya tersendiri dalam menyampaikan informasi terkait edukasi pengasuhan anak. Sehingga peneliti tertarik

untuk melihat dua akun *influencer* atau konten kreator digital parenting yaitu @babeheji dan @samanta.elsener yang akan dianalisis untuk bisa dijadikan perbandingan bagaimana perbedaan gaya pemberian informasi edukasi pengasuhan pada media sosial TikTok. Kedua *influencer* atau konten kreator ini memiliki *gender* dan *background* yang berbeda sehingga menarik untuk diteliti.



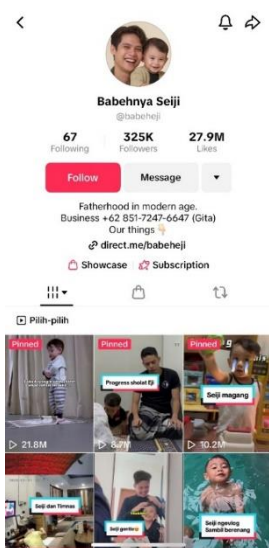
Gambar 1. Akun TikTok Samantha

Sumber: <https://www.tiktok.com/@samanta.elsener>

Samantha Elsener adalah seorang psikolog klinis anak yang sudah berkarir sejak 2016. Selain karirnya dibidang psikologi, Samantha Elsener aktif memberikan edukasi mengenai parenting dan psikologi anak melalui media sosial. Bahkan Samantha Elsener telah melahirkan beberapa karya tulis seperti buku yang berkaitan dengan pemahaman mendalam mengenai psikologi klinis anak dan komunikasi. Samantha membangun *branding* dirinya sebagai

“parenting expert” di media sosialnya. Sebagai seorang *influencer* yang memiliki 163.6 ribu pengikut di TikTok terkenal berkat konten edukasi parentingnya.

Memiliki latar belakang sebagai psikolog klinis anak membuat samantha mempunyai keahlian dalam edukasi *parenting* di media sosial. Konten yang dihasilkan pun mempunyai kredibilitas karena beliau ditunjang dengan *background* pendidikan yang sesuai yakni psikolog klinis Anak. Namun, berbeda dengan *influencer* @babeheji yakni seorang ayah yang memiliki konten edukasi *fatherhood* di media sosialnya.



Gambar. 2 Akun TikTok Ardha Bayu

Sumber : <https://www.tiktok.com/@babeheji>

Ardha Bayu merupakan seorang ayah dengan nama akun TikTok @babeheji yang aktif membagikan peran ayah dalam pengasuhan anak. Memiliki *followers* hingga 325 ribu yang berisikan konten peran pengasuhan anak dan

menghadirkan sosok “ayah” dalam pengasuhan. Slogan “*Fatherhood in Modern Age*” tertulis di bio media sosialnya, memperkuat bahwa Ardha Bayu konsisten membagikan konten edukatif mengenai pengasuhan anak oleh ayah. Hal ini juga menjadi menarik ketika dihadapkan dengan fenomena “*Fatherless*” di Indonesia. Melalui kontennya, Ardha memberikan sudut pandang berbeda bahwa peran ayah tidak lagi hanya pencari nafkah namun juga berperan lebih luas seperti mendukung pengasuhan anak dalam perkembangan emosi, sosial dan kognitif.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru mengenai media sosial dapat berperan efektif dalam pemenuhan edukasi yang efisien dan menyenangkan. Sehingga meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengasuhan baik dari segi ahli psikolog dan juga peran orang tua, baik keterlibatan seorang ibu maupun ayah dalam membangun keluarga. Oleh karena itu, penelitian ini hadir dengan kebaruan berupa analisis komparatif kontras antara dua profil kreator dengan latar belakang gender berbeda dan kredibilitas yang berbeda. Melalui perbandingan ini, diharapkan ditemukan pemahaman baru mengenai bagaimana kolaborasi antara edukasi berbasis teori dan praktik nyata dapat berperan efektif sebagai sarana transformasi sosial dalam pola asuh keluarga modern.

TINJAUAN PUSTAKA

1. TikTok Sebagai Media Edukasi

Era digital membawa perubahan besar salah satunya dalam media edukasi. Tidak serta merta harus melalui buku, kini media edukasi berasal dari platform media sosial salah satunya tiktok. Kekinian, tiktok dimanfaatkan sebagai media edukasi yang efektif untuk menyampaikan informasi dan pengetahuan secara menarik. TikTok memiliki kelebihan dalam bentuk video pendek, kreatif dan interaktif. Berbagai topik hadir mulai dari ilmu eksakta, ilmu sosial hingga pengembangan diri.

TikTok hadir dengan keunggulan penyampaian konten yang menggabungkan visual, audio, dan narasi. Hal ini membuat belajar menjadi menyenangkan. Sehingga pengguna TikTok tidak terbebani untuk mempelajari topik yang kompleks. TikTok juga menghadirkan fitur interaktif, sehingga pengguna dan kreator bisa berdiskusi dan mendapatkan *feedback* secara langsung. TikTok telah menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya sekadar sarana hiburan, tetapi juga bisa berfungsi sebagai alat edukatif yang kreatif dan efisien. Tiktok juga memiliki peran dalam meningkatkan kreativitas dalam belajar dan mempelajari sesuatu hal (Ananda Putri & Minsih, 2024). Dengan strategi yang tepat, platform ini mampu menjangkau lebih banyak orang, menciptakan pengalaman belajar yang menyenangkan, dan memberikan

kesempatan bagi siapa saja untuk berbagi pengetahuan. Di tangan kreator yang inovatif, TikTok bisa menjadi salah satu alternatif untuk mengatasi tantangan pendidikan di era digital.

2. *Influencer* di Media Sosial

Media sosial membentuk seseorang menjadi populer dan diikuti oleh banyak orang. Hal ini biasanya dikenal dengan *influencer*. Seorang *influencer* adalah orang atau figur di wadah media sosial dengan jumlah pengikut yang banyak atau lumayan, dan pesan yang mereka sampaikan dapat membujuk tingkah laku dari audiens mereka. Dalam konteks ini, *influencer* berfungsi bukan hanya sebagai pembawa pesan, melainkan juga sebagai contoh yang dapat menggeser pola pikir dan rutinitas khalayak mereka (Hariyanti & Wirapraja, 2018).

Influencer adalah pengguna media sosial dengan pengikut yang tinggi dan dipercaya masyarakat. *Influencer* dapat memberikan sebuah postingan yang menjangkau banyak pengguna lain. Sehingga menyebarkan suatu informasi dengan sangat mudah (Herviani, Hadi & Nobelson, 2020). Oleh karena itu, *influencer* yang aktif bermedia sosial memiliki hubungan yang erat dengan pengikutnya (Kádeková dan Holienčinová, 2018).

Kini, *influencer* bukan hanya memproduksi konten, tetapi menjadi role model dan guru bagi para pengikutnya. Selain menjadi sumber informasi yang terpercaya, *influencer* juga menjadi validator seakan-akan *influencer*

memberikan pengakuan atau validasi atas metode pengasuhan tertentu yang membuat orang tua merasa lebih tenang dan tidak stres ketika mendidik anak dan menjalankan gaya pengasuhan tertentu.

Terlebih lagi, *influencer* di media sosial menjadi *trensetter* bagi pengikutnya. Memperkenalkan gaya pengasuhan baru, metode makan terbaru seperti metode *Baby Led Weaning* (BLW) atau penggunaan barang-barang perlengkapan anak tertentu seperti *skincare* anak dan lain sebagainya. Muncul juga penerapan terbaru yaitu seperti larangan menggunakan 'bedak, bedong, dan gurita' pada bayi yang informasi ini beredar melalui media sosial yang digaungkan oleh para *influencer* parenting.

3. Digital Parenting

Pengasuhan anak oleh orang tua menjadi perhatian banyak orang. Mulai tahun 1970an gaya pengasuhan berkembang di dunia. Tujuannya untuk menciptakan manusia yang 'sempurna' maka berbagai cara dilakukan (Dyna Herlina, et al, 2018). Berbagai bentuk pengasuhan anak, antara lain otoriter, permisif atau psikologis, otoritatif atau kontekstual (Darling dan Steinberg, 1993). Selain itu, juga terdapat bentuk pengasuhan khusus sesuai dengan agama dan budaya. Gaya pengasuhan ini akan membentuk kepribadian anak ketika dewasa. Ada banyak gaya pengasuhan anak dan orang tua perlu

mendiskusikan cara terbaik agar tumbuh kembang anak optimal.

Perkembangan teknologi dapat memperkaya gaya pengasuhan, biasanya istilah ini dikenal dengan *digital parenting*. Salah satu cara inovatif dalam mengasuh anak di era digital. *Digital parenting* merupakan pendekatan orang tua dalam mendidik, membimbing sekaligus melindungi anak-anak dalam penggunaan teknologi digital. Selain itu, dengan adanya media digital membuat para orang tua dapat mencari informasi dan tren terkini gaya pengasuhan di era digital.

Menjadi orang tua terlebih di zaman maju, dimana teknologi menjadi sebuah kebutuhan utama, menjadikan tantangan baru yang harus ditaklukkan oleh para orang tua. Prasanti (2016), menyatakan bahwa orang tua berkewajiban mengontrol dan ikut mengawasi segala aktivitas anak melalui *gadget*. Orang tua harus hadir kebersamaan anak dan dapat memberikan penjelasan yang baik dan tepat pada saat anak bermain *gadget*. Orang tua merupakan madrasah pertama anak, sehingga orang tua lah yang menjadi acuan atau *modelling* anak-anaknya. Anak akan menirukan dan mencontoh apa yang dilakukan oleh orang tuanya. Sehingga percontohan yang baik akan mempengaruhi perilaku anak, anak akan mempelajari apa yang mereka lihat dari lingkungan sekitarnya (Warisyah, 2015). Oleh sebab itu, sebagai orang tua lakukan pendampingan dan pengawasan

agar dapat dilakukannya pencegahan terhadap hal-hal negatif saat anak berada di dunia maya. Walaupun demikian, teknologi seperti dua sisi mata uang atau dua sisi pisau tajam, yang hadir tidak hanya membawa dampak positif tapi juga membawa dampak negatif.

Hal ini berkaitan dengan pengasuhan anak meliputi keteladanan diri, kebersamaan dengan anak dalam merealisasikan nilai moral, sikap demokratis, sikap terbuka dan jujur, dan kemampuan menghayati kehidupan anak, serta kesatuan kata dan tindakan. Adanya digital parenting ini merupakan suatu upaya pendidikan dan pola asuh anak pada zaman digital yang memberikan hasil maksimal dengan mendampingi anak pada setiap kemajuan teknologi serta dapat memanfaatkan sumber teknologi dengan baik.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis isi. Analisis isi merupakan suatu metode penelitian yang berfokus pada kajian mendalam terhadap informasi yang disampaikan melalui media tertulis maupun tercetak di media massa (Asfar, 2019). Selain itu, Menurut Rozali (2022), Metode analisis isi adalah suatu pendekatan untuk menarik kesimpulan berdasarkan berbagai karakteristik pesan secara objektif, sistematis, dan dapat digeneralisasikan. Dalam penelitian ini yang menjadi acuan pemberian gambaran dan informasi dengan subjek penelitian pada akun

@babeheji dan @samantha.elsener. Akun @babeheji merupakan akun seorang ayah yang menerapkan *Gentle Parenting* kepada anaknya dan membagi di TikTok sedangkan akun @samantha.elsener adalah seorang ibu dan juga ahli *parenting* yang juga membagikan pola asuhnya di media sosial TikTok. Kedua konten kreator ini memiliki *follower* yang sangat banyak sehingga mampu diikuti oleh pengikutnya.

Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dilakukan secara langsung dari kedua akun yang menjadi objek penelitian. Data tersebut mencakup isi konten serta teks percakapan yang terdapat di dalamnya. Sedangkan data sekunder yang dijadikan penunjang dan acuan adalah jurnal, website dan kajian pustaka serta pengumpulan data jugakan dilakukan berupa dokumentasi dari konten tiktok kreator konten diatas.

Dalam penelitian ini periode yang ideal yakni periode yang mencakup unggahan-unggahan paling populer dari @samanta.elsener dan @babeheji yang memiliki *engagement rate* tinggi, karena pada masa itulah pengaruh edukatif mereka paling besar dirasakan oleh pengikutnya. Observasi dilakukan terhadap seluruh konten yang diunggah pada periode Januari hingga Desember 2024. Penelitian menggunakan kategorisasi yang telah diterapkan seperti karakteristik pesan yang menunjukkan bahwa adanya parenting ilmiah-konseptul dan praktik-relasional, gaya komunikasi, analisis

metrik keterlibatan (*engagement*) seperti jumlah penayangan (*views*), *likes*, dan *engagement rate*. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi topik mana yang paling diminati dan dianggap paling solutif oleh audiens. Selain itu, kategori pemanfaatan fitur *platform* juga digunakan. Data dikelompokkan berdasarkan fitur tiktok seperti penggunaan *playlist* dan penggunaan tagar khusus untuk melihat konsistensi tema yang dibangun oleh kreator.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seiring dengan perkembangan perubahan kebiasaan dan pola perilaku manusia yang dipengaruhi oleh transformasi di era digital, tren baru yang muncul akibat konsumsi media elektronik, khususnya media sosial, juga semakin marak. Dimana media sosial kini menjadi tempat berbagi informasi, berinteraksi dan dijadikan sebagai rujukan dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai salah satu aplikasi dengan jumlah pengguna terbanyak dan pertumbuhan tercepat di dunia, TikTok telah menjadi tempat di mana pengguna tidak hanya berinteraksi secara sosial, tetapi juga mencari konten yang berkaitan dengan kehidupan pribadi, termasuk topik yang berkaitan dengan percintaan, hubungan romantis, dan dinamika sosial lainnya (Fauzan, A. 2024). Hal ini karena keunikan yang dimiliki oleh TikTok.

Sebagaimana TikTok memiliki karakteristik unik, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi video kreatif dengan durasi singkat,

dikombinasikan dengan musik, filter, dan elemen visual yang menarik (Mulya, H., 2021). Sehingga kini, banyaknya konten kreator atau *influencer* yang memanfaatkan TikTok sebagai media hiburan dan edukasi yang menyenangkan. Terbukti dengan kepopuleran dan konten-konten viral yang diikuti secara sukarela oleh masyarakat. Fenomena ini juga terjadi pada gaya pengasuhan. Maraknya *influencer* atau kreator parenting yang bermunculan dan aktif membagikan pengalaman dan pandangan mereka mengenai gaya pengasuhan. Konten yang disajikan tidak hanya seputar tips dan trik, namun berkaitan dengan stimulasi anak, fisik, emosional, refleksi personal, serta representasi mengenai keluarga dan hubungan orang tua-anak yang ideal.

Sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Amelia Putri Pratiwi, et al (2026), bahwa konten *influencer parenting* di media sosial berperan penting dalam membentuk pemahaman awal generasi muda mengenai gaya pengasuhan. Hasil analisis beliau, juga menjelaskan bahwa *influencer* berperan sebagai rujukan dalam membangun gambaran awal tentang pola asuh masa depan. Setali dengan penelitian Nurhayati, et al (2025), bahwa *influencer* kini memiliki peran dalam membentuk tren budaya di masyarakat. Sehingga masyarakat kini juga menjadikan media sosial sebagai referensi dan mengikuti tren yang berkembang di media sosial.

Akun @samantha.elsener adalah akun seorang psikolog klinis anak yang juga *influencer* memiliki pengikut sebanyak 163.5 ribu dan mendapatkan *like* sebanyak 1,5 juta *likes*. Samantha dikenal aktif berbagi konten edukatif seputar kesejahteraan dan tumbuh kembang anak. Menyajikan konten yang dominan berupa tips *parenting*, psikologi perkembangan anak dan informasi kesehatan untuk orang tua. Selain itu, konten Samantha juga menekankan pentingnya peran orang tua dalam kehidupan digital anak serta berorientasi pada pembelajaran positif, bukan hiburan semata.

Selain sebagai kreator konten, peran samantha sebagai profesional juga diperhitungkan memberi dampak bagi konten yang dihasilannya sebagai referensi pola asuh bagi pengikutnya. Samantha Elsener juga dikenal sebagai narasumber dalam berbagai media diskusi psikologi dan *parenting*. Berperan aktif dalam HIMPSI (Himpunan Psikologi Indonesia). Sehingga makin memperkuat keyakinan para orang tua untuk mempraktikkan informasi *parenting* yang didapatkan dari konten Samantha Elsener. Hal ini menunjukkan bahwa akun Samantha Elsener berperan sebagai sumber informasi, referensi pola asuh yang telah tervalidasi sebagai tenaga profesional sesuai bidang keahliannya. Para pengikut ataupun masyarakat terpengaruh oleh konten dan meniru apa yang mereka pahami dari konten edukatif yang berkualitas (Aljufri, 2025).

Parenting tips yang dilakukan oleh Samantha Elsener mempunyai efek berpotensi mengubah pengetahuan dan dilakukan sebagai praktik nyata oleh para pengikutnya. Hal ini tercermin dalam komentar yang diungkapkan oleh pengikutnya yang mana bisa dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 3. Komentar pengikut

Sumber: <https://www.tiktok.com/@samanta.elsener>

Terlihat dari gambar diatas bahwa orang tua mencari dan memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi mengenai pola asuh anak, konten sering dijadikan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi, dukungan sosial atau referensi pola asuh dan peran sebagai orang tua. Serta *influencer* yang menjadi rujukan ikut membentuk pola interpretasi dan praktik pengasuhan anak bagi pengikut (Widyastuti & Salsabila, 2023).

Dalam akun TikToknya Samantha juga mempunyai '*playlist*' yaitu kategorisasi untuk pengelompokan video tertentu dengan tema

'*Parenting Tips*'. Ini menunjukkan Samantha memanfaatkan fitur-fitur dari media sosial TikTok. Berdasarkan observasi pada akun TikTok @Samantha.elsener terdapat beberapa konten *parenting* yang paling populer dan meraih *engagement* tertinggi. Seperti konten "*Chilling brain scans show impact mothers love child's brain size*" yang menunjukkan *engagement rate* sebesar 87.54% serta mendapatkan *views* sebanyak 143ribu dan *like* sebesar 2.2 ribu. Selain itu, konten lainnya juga mendapatkan kepopuleran seperti konten "*power struggle terjadi ketika orang tua meminta sesuatu dan anak menolak*" mendapatkan *engagement* sebesar 49.03%. konten "*tanggapan emosi anak sama validnya dengan orang dewasa*" mendapatkan *engagement* sebesar 44.37% serta masih banyak konten lainnya yang juga populer.

Hal ini menunjukkan adanya topik tertentu yang diminati oleh pengikut ataupun audiens karena kebutuhan mereka akan informasi tersebut. Topik *parenting* sangat populer karena memberikan solusi nyata dalam kehidupan keseharian. Topik yang relevan dengan kehidupan dan kebutuhan audiens meningkatkan keterlibatan karena orang tua mencari hal yang bersifat aplikatif dan mudah dipahami. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jalinur & Laksmi (2022), menunjukkan bahwa konten *parenting* yang informatif, relevan dan praktis akan mendapatkan *engagement* tinggi di media sosial

karena orang tua mencari solusi nyata dalam keseharian mereka.

Sejalan dengan Samantha Elsener, ada seorang kreator konten *parenting* lainnya yang juga populer di kalangan audiens TikTok, yaitu @babeheji. Ardha Bayu Pradana merupakan pemilik akun @babeheji seorang ayah yang memiliki anak bernama Seiji yang kerap membagikan pola asuhnya di TikTok. Fokus utama diakun @babeheji berfokus pada konten *parenting*, keluarga dan aktivitas bersama anak. Ardha Bayu juga memiliki *tagline* "*Fatherhood in modern age*" bahkan beberapa videonya memunculkan tagar "*Gaboleh lagi Fatherless*". Konten-konten yang diproduksi oleh Ardha Bayu memiliki karakteristik yang kuat dalam memecah stigma patriarki dan membuat pengaruh sosial terhadap peran ayah yang aktif dalam tumbuh kembang anak.

Dalam kontennya ditampilkan sosok ayah yang hadir secara penuh, tidak hanya sebagai "pencari nafkah", tetapi terlibat secara emosional dalam pertumbuhan anak. Hal ini memutuskan mitos lama dan membangun mitos baru bahwa pengasuhan adalah tanggung jawab bersama bukan hanya tugas ibu. Hal ini memperlihatkan bahwa konten aktivitas sehari-hari dengan anak memiliki fungsi edukatif sekaligus hiburan. Audiens tidak hanya ditarik oleh hiburan tetapi juga mendapatkan pesan sosial mengenai peran ayah dalam tumbuh kembang anak (Qur'ani & Putra, 2024). Sehingga

hal ini merefleksikan perbedaan antara generasi dahulu dengan generasi sekarang yaitu sang ayah harus bisa “hadir” secara emosional bagi sang anak.

Peran ayah yang seimbang dalam rumah tangga yang ditonjolkan dalam setiap konten Ardha Bayu memperlihatkan dan menyoroti pentingnya keterlibatan seorang ayah dalam pengasuhan anak, sebuah peran yang sering terabaikan dalam budaya patriarki (Azzahra, 2025). Hal ini didukung dengan pernyataan Ardha Bayu dan istrinya saat wawancara bahwa menerapkan konsep keluarga *modern* dan pembagian tugas rumah tangga dibagi secara kolaboratif (Rumpi, 2023).

Sejalan juga dengan penelitian lainnya, bahwa konten media sosial dapat membentuk aspirasi dan norma mengenai peran keluarga melalui praktik *participatory culture* di *new media era* (Yuniani & Ramadhani, 2025). Terlebih lagi hasil observasi pada akun @babeheji menunjukkan bahwa pengikutnya sangat aktif berpartisipasi, bukan hanya berkomentar namun juga berbagi pengalaman sendiri mengenai *parenting*. Konten yang diproduksi oleh @babeheji sangat *relatable* dengan kehidupan sehari-hari sehingga mengundang diskusi. Berdasarkan partisipasi audens ini, memperkuat *engagement rate* konten @babeheji secara konsisten. Hal ini juga tercerminkan dalam pendekatan *participatory culture* di TikTok, dimana audiens bukan hanya

sekedar penonton pasif tetapi menjadi bagian dari pencipta makna konten (Yuniani & Ramadhani, 2025).



Gambar 4. Tagline video @babeheji
sumber: <https://www.tiktok.com/@babeheji>

Berdasarkan observasi, konten Ardha Bayu biasanya mempunyai topik mengenai interaksi ayah-anak, kegiatan sehari-hari bersama anak, *parenting* tips, serta *moment* membentuk karakter anak. Sehubungan dengan konten tersebut, Ardha bayu mendapatkan *engagement rate* dengan rata-rata keseluruhan 17.69% dan memiliki beberapa konten populer antara lain “mereka melakukan apa yang mereka lihat” dengan *engagement* sebesar 627.02%, 2,2 juta *views*, dan 12,3 ribu *likes*. Selanjutnya, topik “kita kasih seiji pilih sendiri sebelum tidur” mendapatkan *engagement* sebanyak 283.24%, 781.8 ribu *views* dan 2.4 ribu *likes*. Selain itu,

konten lainnya yang juga populer dengan topik “*sleep training* / rutinitas tidur anak” mendapatkan *engagement* sebesar 138.34 %, 454.8 ribu *views* dan masih ada konten lainnya yang juga bertema *parenting* dengan *engagement* yang tinggi.

Gaya komunikasi yang digunakan babeheji terkesan santai, natural dan tidak menggunakan nada menggurui. Babeheji menggunakan pendekatan komunikasi reflektif dan demokratis. Hal ini terlihat melalui observasi yang dilakukan dalam akun TikTok babaheji bahwa kontennya sering kali berupa keseharian yang apa adanya, sehingga penonton merasa sedang melihat realistis bukan sekedar teori. Bukan sekedar informatif namun naratif yang berbasis pengalaman pribadi. Sehingga terkesan dengan melakukan *personal storytelling*. Kreativitas konten yang berkaitan dengan keseharian dengan sudut pandang yang unik (Hadi, et al., 2024). Gaya komunikasi yang seperti ini terasa nyata dan diangkat lebih dekat oleh pengikut atau audiens mereka. Audiens sering meniru perilaku yang mereka lihat pada konten yang mereka anggap *authentic* atau nyata. Konten dengan narasi pribadi dianggap lebih “dekat” dan mudah ditiru (Aljufri, 2025).

Selain itu, babeheji juga menggunakan komunikasi non-verbal yang menenangkan. Babeheji memposisikan tubuhnya sejajar dengan sang anak. Hal ini dilakukan untuk menciptakan suasana yang aman dan tidak mengintimidasi

(Rizky & Talita, 2025). Bahasa tubuh yang digunakan adalah bahasa tubuh terbuka yang memperlihatkan gerakan tangan yang terbuka lebar dan kontak mata yang memberikan sinyal bahwa sang ayah mendengarkan dan peduli para perasaan yang dirasakan oleh sang anak. Babeheji memiliki intonasi suara yang tenang sepanjang berinteraksi dengan sang anak. Intonasi ini digunakan untuk membantu meredakan luapan emosi sang anak. Sehingga dalam membantu anak meregulasi emosi, digunakan intonasi yang tetap tenang. Selanjutnya, babeheji juga menawarkan pelukan pada sang anak sebagai bentuk dukungan emosional yang memberikan dampak rasa aman.

Berdasarkan hasil observasi, konten babeheji sering memicu respon emosional dari pengikutnya. Banyak pengikutnya yang merasa ‘terobati’ atau mendapatkan gambaran tentang sosok ayah yang selama ini tidak mereka miliki di masa kecil. Konten yang mengandung elemen emosional positif (terutama tertawa, kasih sayang, atau kehangatan keluarga) memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk memicu keterlibatan audiens, termasuk *like*, komentar, dan *share* (Anggi & Widyatama, 2024).

Berdasarkan observasi yang dilakukan terlihat konten yang disajikan oleh Samantha Elsener dan Babeheji mempunyai tema yang sama yaitu pola pengasuhan anak namun menawarkan kontras yang menarik untuk diteliti. Konten pada akun TikTok Samantha Elsener

menunjukkan bahwa kontennya berfokus pada aspek psikologi perkembangan anak, validasi emosi dan pola asuh berbasis ilmiah. Sedangkan untuk konten pada akun TikTok babeheji menawarkan dan mengedepankan kedekatan emosional melalui humor, narasi keseharian yang *relatable*, dan pendekatan ayah yang lebih santai namun tetap sarat pesan moral.

Namun, kedua akun TikTok ini sama-sama berpengaruh dan diikuti oleh para pengikutnya. Samantha Elsener dengan pengasuhan berbasis ilmiah membuat audiens merasa lebih kompeten dan Babeheji dengan kedekatan emosional dan normalisasi peran ayah yang aktif, sering kali menurunkan tingkat stres orang tua melalui humor dan narasi *relatable*. Meski memiliki kontras dan ke-khasan masing-masing pada setiap konten. Hal ini juga didukung oleh penelitian Rizky & Raissa (2024) menunjukkan bahwa konten *parenting* TikTok dapat mendukung komunikasi keluarga yang lebih empatik. Samantha Elsener dan Babeheji saling melengkapi ekosistem edukasi parenting digital.

Berdasarkan hasil penelitian di atas terlihat adanya pergeseran pencarian informasi dan sumber rujukan. Kini buku, saran keluarga, pola asuh orang tua atau mertua bukan sebagai satu-satunya informasi dan sumber rujukan utama. Media sosial hadir memenuhi kebutuhan informasi dan kini menjadi sumber rujukan yang lebih dipercayai. Generasi milenial kini lebih mempercayai "*parent influencer*" sebagai

rujukan pola asuh anak dibandingkan saran dari orang tua atau mertua karena media sosial dan "*parent influencer*" dianggap lebih adaptif dengan perkembangan zaman (Arindita, R., 2019). Selain itu, juga terbukti bahwa TikTok efektif sebagai media edukasi parenting karena mampu menyampaikan pesan. Pesan yang disampaikan dengan praktis, interaktif, dan relevan dengan tantangan keluarga modern di era digital (Rizky & Talita, 2025). Oleh itu, terlihat TikTok bukan hanya sebagai media hiburan semata namun dapat berfungsi sebagai sarana edukasi dan sumber rujukan. Hal ini memperlihatkan adanya transformasi otoritas digital yakni pergeseran rujukan dari sumber konvensional ke *parent influencer* yang lebih adaptif terhadap perkembangan zaman.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh referensi dan membentuk pemahaman mengenai pola asuh. TikTok sebagai platform dengan karakteristik video singkat, visual menarik, dan sistem distribusi algoritmik, tidak lagi hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang edukasi dan rujukan dalam kehidupan keluarga, termasuk dalam praktik *parenting*.

Akun @samanta.elsener dan @babeheji menunjukkan dua pendekatan berbeda namun saling melengkapi dalam ekosistem edukasi

parenting digital. Samantha Elsener menghadirkan pola asuh berbasis ilmiah melalui perspektif psikologi perkembangan anak, validasi emosi, dan edukasi yang sistematis. Kredibilitas profesionalnya memperkuat legitimasi informasi yang disampaikan, sehingga berpengaruh pada peningkatan literasi parenting dan kompetensi kognitif orang tua dalam memahami tumbuh kembang anak.

Sementara itu, @babeheji menawarkan pendekatan yang lebih naratif, emosional, dan reflektif melalui praktik keseharian ayah dan anak. Gaya komunikasi yang santai, autentik, dan relatable menjadikan kontennya efektif sebagai bentuk modeling sosial. Konten tersebut tidak hanya mengedukasi, tetapi juga membangun representasi baru tentang peran ayah yang aktif, empatik, dan terlibat secara emosional dalam pengasuhan. Pendekatan ini berkontribusi pada perubahan norma sosial mengenai fatherhood sekaligus memperkuat partisipasi audiens dalam budaya digital.

Keduanya sama-sama memiliki pengaruh edukatif yang signifikan, namun pada dimensi yang berbeda. Dengan demikian, kedua akun tersebut saling melengkapi dalam membentuk pemahaman, sikap, dan praktik pola asuh di era digital, serta menunjukkan bahwa media sosial dapat berperan sebagai ruang pembelajaran sosial yang efektif ketika dikemas secara autentik, relevan, dan berbasis nilai positif. Keduanya adalah contoh sukses dari *digital*

parenting, dimana teknologi digunakan bukan hanya untuk hiburan, tetapi sebagai alat transformasi sosial dalam pola asuh anak keluarga modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. & L. Purwandi (2016). Indonesia 2020: The Urban Middle-class Millennials, Alvara Research Center.
- Aljufri, Musa Kadzim. (2025). Peranan Konten Digital Parenting di TikTok Sebagai Referensi Pola Asuh OrangTua Milenial. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS) 5(1), Hal 146-153.
<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v5i1.2640>
- Ananda Putri, & Minsih. (2024). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Sarana Pembelajaran dalam Meningkatkan Kreativitas Siswa Sekolah Dasar. Didaktika: Jurnal Kependidikan, 13(3 Agustus), 2835-2846.
<https://doi.org/10.58230/27454312.694>
- Anggi S. Wiwarottami & Rendra Widyatama (2024). *The Role of TikTok as Content Marketing to Maintain Brand Engagement*. COMMICAST.
- Arindita, R. (2019). Personal Branding Mom-Influencer Dan Representasi Ibu Millenial Di Media Sosial. WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 18(1).
<https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.722>

- Asfar, A. . I. T. (2019). Analisis Naratif, Analisis Konten, dan Analisis Semiotik (Penelitian Kualitatif). January.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21963.41767>
- Azzahra, Meisayaroh. (2024). MAKNA PESAN KOMUNIKASI PARENTING PADA AKUN TIKTOK @Babeheji EPISODE 'ANAK GIMANA NANTI TERGANTUNG ORANG TUANYA'.
<http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/27647>
- Darling, N., & Steinberg, L. (1993). Parenting Style ad context: An integrative model. *Psychological Bulletin*, 113(3), 487.
- Dyna Herlina S., Setiawan, Benni., Adikara, Gilang Jiwana. (2018). *Digital Parenting: Mendidikan Anak di Era Digital*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Fauzan, A. (2024). Analisis Resepsi Generasi Z Terhadap Pendidikan Kesehatan Mental dalam Youtube Channel Satu Persen (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Hadi, Sigit Pramono., Alwie, Dyandra Raversa., & Yuni Fitriani. (2024). Keberhasilan Content Creator Ditentukan oleh Kreativitas Konten dan Skill Mengedit Video. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 15(1), 58-69. <https://doi.org/10.35814/coverage.v15i1.5883>
- Hariyanti, N.T. & Wirapraja, A. (2018) "Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)," *Jurnal Eksekutif*, 15(1), hal. 133–146. Tersedia pada: <https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/172>.
- Herviani, V., Hadi, P. & Nobelson (2020) "Analisis Pengaruh Brand Trust, E-WOM, dan Social Media Influencer terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy," in *Prosiding Biema*. Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, hal. 1351–1363. Tersedia pada: <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/930>.
- Ifroh RH, Permana L. (2022). Do Parents Use The Internet And Social Media To Child Health-Seeking Information?. *J Keskomm [Internet]*. [cited 2025 Apr. 30];8(2):171-80. Available from: <https://jurnal.htp.ac.id/index.php/keskomm/article/view/1209>
- Jalinur & Laksmi. (2022). TikTok Sebagai Wadah Penyimpanan Memori Kolektif Dan Penyebaran Informasi Dalam Edukasi Parenting. *Jurnal Almaktabah* 7(1), 24-40. DOI: <http://dx.doi.org/10.29300/mkt.v7i1.2729>
- Kádeková, Z. & Holienčinová, M. (2018) "Influencer marketing as a modern phenomenon creating a new frontier of virtual opportunities," *Communication Today*, 9(2), hal. 90–105. Tersedia pada: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=715881>.

- Marius, P. & S. J. A. Anggoro, Jakarta (2015). "Profil pengguna internet Indonesia 2014."
- Mertens, E., Ye, G., Beuckels, E., & Hudders, L. (2024). Parenting Information on Social Media: Systematic Literature Review. *JMIR pediatrics and parenting*, 7, e55372. <https://doi.org/10.2196/55372>
- Mulya, H. (2021). Persepsi Orangtua Terhadap Anak-anak Pengguna Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pada Orangtua Di RT 002 RW 003 Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Senapelan, kota Pekanbaru) (Digree dissertation, Universitas Islam Riau).
- Nurhayati, Kritina., Sarasati, Fitri., Marta, Rustono Farady., Lumampauw, Andreas., Syafuddin, Khairul. (2025). Peran Influencer Instagram pada Pembentukan Tren Budaya Masyarakat melalui Akun @Vindylee. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 15(2), 157-170. <https://doi.org/10.35814/coverage.v15i2.7241>
- Qur'ani, A. I. (2026). *Tiktok sebagai Media Edukasi Parenting: Studi Pemaknaan Fatherhood dalam Akun @babeheji*. Borobudur Communication Review 4(2) 80-98. <https://doi.org/10.31603/bcrev.13970>
- Rizky, D. A., & Raissa, T. U. (2024). *Family Communication Education Related to Children's Emotion Regulation through TikTok*. Hulondalo Journal.
- Rizky, Dimas A., & Talitha U. Raissa. (2025). Family Communication Education Related to Children's Emotion Regulation Through New MEDIA Tiktok. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, vol. 4, no. 2, , doi:[10.59713/jipik.v4i2.1298](https://doi.org/10.59713/jipik.v4i2.1298).
- Rozali, Y. A. (2022). Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik. Penggunaan Analisis Konten dan Analisis Tematik Forum Ilmiah, 19, 68. www.researchgate.net.
- Rumpi. (2023). VIRAL! Konten Babe Seiji Tentang Parenting Anaknya. <https://youtu.be/UcOenZ77BwM?list=TLGG6YgWy3KyMF4yNDAYMjAyNg> (diakses 24/2/26).
- Setyastuti, Y., Suminar, J. R., Hadisiwi, P., & Zubair, F. (2019). Millennial moms : social media as the preferred source of information about parenting in indonesia. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*.
- Widyastuti, Nurprapti Wahyu & Salsabila, Namira Arum. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Mengasuh Anak Oleh Ibu Milenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*. DOI: [10.24042/jwcs.v3i1.14612](https://doi.org/10.24042/jwcs.v3i1.14612)
- Yuniati, U. & Ramadhani, A. Z. (2025). *Personal Branding Strategy @babeheji in The New Media Era: Phenomenological Analysis in the Framework of Participatory Culture*. JCC Proceedings 3(1) 55-68.