



Strategi Adaptasi Komunikasi Orang Tua Generasi Z dalam Membina Hubungan dengan Anak melalui Media Sosial Instagram @talkparenting

Nurul Rahmadina^{1*}, Anna Gustina Zainal², Ibrahim Besar³, Nanda Utaridah⁴,
Nanang Trenggono⁵

¹⁻⁵Universitas Lampung, Indonesia

Alamat: Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro No 1 Gedong Meneng,
Kota Bandar Lampung, Indonesia

Korespondensi penulis: 2426031029@students.unila.ac.id*

Abstract. Digital media plays a crucial role as a primary source of information, reference, and inspiration in shaping parenting communication styles, particularly among younger parents such as Generation Z. Gen Z parents actively access social media content to gain insights into more empathetic and adaptive communication patterns for their children's needs. This study aims to understand how digital media consumption, particularly through the Instagram account @talkparenting, influences the parenting communication styles of Gen Z parents aged 23–28. This study employed a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews and digital documentation of eight purposively selected informants. The results indicate that social media is not only a source of information but also functions as an agent of socialization of new values and norms in family communication practices. Gen Z parents tend to adopt an affective communication style—which emphasizes empathy, emotional validation, and acceptance—and an adaptive directive, a parenting approach that remains directive yet flexible and supportive of children's development. The educational content on the @talkparenting account serves as a primary reference in shaping their understanding of positive communication, conflict resolution, and emotional regulation in parent-child relationships. These findings support Kaplan and Haenlein's (2010) theory regarding the role of social media as an interactive platform that facilitates social learning and the transformation of interpersonal communication styles. This study highlights the importance of improving digital literacy among young parents, as well as the need to develop positive, educational, and relevant parenting content to support the formation of healthy communication patterns within the family. Thus, social media has great potential to become a strategic partner in supporting more conscious, reflective, and value-based parenting practices. **Keywords:** Communication Styles, Gen Z, Digital Media, Parenting, Communication Theory.

Keywords: Communication Style, Communication Theory, Digital Media, Gen Z, Parenting

Abstrak. Media digital berperan penting sebagai sumber utama informasi, referensi, dan inspirasi dalam membentuk gaya komunikasi pengasuhan, terutama pada generasi orang tua muda seperti Generasi Z. Orang tua Gen Z secara aktif mengakses konten media sosial untuk memperoleh wawasan mengenai pola komunikasi yang lebih empatik dan adaptif terhadap kebutuhan anak. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana konsumsi media digital, khususnya melalui akun Instagram @talkparenting, memengaruhi gaya komunikasi pengasuhan orang tua Gen Z yang berada dalam rentang usia 23–28 tahun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan dokumentasi digital terhadap delapan informan yang dipilih secara purposif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga berfungsi sebagai agen sosialisasi nilai dan norma baru dalam praktik komunikasi keluarga. Orang tua Gen Z cenderung mengadopsi gaya komunikasi afektif—yang menekankan empati, validasi emosi, dan penerimaan—serta direktif adaptif, yaitu pendekatan pengasuhan yang tetap memberi arahan namun fleksibel dan suportif terhadap perkembangan anak. Konten-konten edukatif di akun @talkparenting menjadi rujukan utama dalam membentuk pemahaman mereka terhadap komunikasi positif, penyelesaian konflik, dan regulasi emosi dalam hubungan orang tua-anak. Temuan ini mendukung teori Kaplan dan Haenlein (2010) mengenai peran media sosial sebagai platform interaktif yang memfasilitasi pembelajaran sosial dan transformasi gaya komunikasi interpersonal. Penelitian ini menyoroti pentingnya peningkatan literasi digital di kalangan orang tua muda, serta perlunya pengembangan konten pengasuhan yang positif, edukatif, dan relevan untuk mendukung pembentukan pola komunikasi yang sehat di dalam keluarga. Dengan demikian, media sosial berpotensi besar menjadi mitra strategis dalam mendukung praktik pengasuhan yang lebih sadar, reflektif, dan berbasis nilai.

Kata kunci: Gaya Komunikasi, Gen Z, Media Digital, Pengasuhan, Teori Komunikasi

1. LATAR BELAKANG

Berbagai aspek kehidupan saat ini terdampak secara signifikan oleh kemajuan teknologi, salah satunya ialah pengasuhan anak. Menurut Badan Pusat Statistik, Generasi Z atau yang dikenal Gen Z merupakan kelompok usia yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, beberapa rentang usia telah memasuki usia dewasa, menikah, dan mulai menjalani peran sebagai orang tua. Dan Gen Z telah tumbuh dalam ekosistem digital (Badan Pusat Statistik, 2021). Gen Z merupakan generasi yang dibesarkan dan mengalami pertumbuhan di tengah pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Sebagai digital natives, mereka memiliki keterikatan yang kuat dengan media digital, baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam menjalankan peran sebagai orang tua. Kehadiran media digital telah mengubah cara orang tua Gen Z berinteraksi dan berkomunikasi dengan anak-anak mereka, serta memengaruhi gaya pengasuhan yang mereka terapkan (Putri & Rahmawati, 2020).

Media digital, seperti media sosial, platform berbagi video, dan forum parenting online, menjadi sumber informasi utama bagi orang tua Gen Z dalam mencari referensi dan panduan pengasuhan. Parent influencers di media sosial mempunyai peran penting terhadap pola asuh yang akan dibentuk, yang cenderung mengadopsi gaya pengasuhan demokratis dan permisif (Khosibah, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi media digital hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memengaruhi cara pandang serta sikap orang tua dalam menjalani pengasuhan.

Pada awal tahun 2025, Instagram memiliki sekitar 103 juta pengguna di Indonesia. Angka ini setara dengan 36,3% dari total populasi Indonesia. DataReportal melaporkan bahwa potensi jangkauan iklan Instagram di Indonesia meningkat sebesar 2,50 juta (+2,5%) antara Januari 2024 dan Januari 2025 (Rizaty, 2024).

Literasi digital ditekankan sangat krusial bagi orang tua dalam mengoptimalkan peran mereka di era digital. Strategi pola asuh yang efektif melibatkan pemahaman tentang penggunaan teknologi, pengawasan terhadap konten yang dikonsumsi anak, serta penerapan etika dan tata krama online (Astrianingsih et al., 2024). Dengan demikian, konsumsi media digital oleh orang tua Gen Z tidak hanya memengaruhi gaya komunikasi mereka dengan anak, tetapi juga menentukan sejauh mana mereka dapat membimbing anak dalam menghadapi tantangan di dunia digital.

Namun, penggunaan media digital dalam pengasuhan juga memiliki tantangan tersendiri. Penggunaan perangkat digital secara berlebihan dapat mengurangi waktu yang berkualitas bersama keluarga dan melemahkan interaksi tatap muka antara orang tua dan anak. Di samping itu, anak-anak berisiko terpapar konten yang tidak sesuai, mengalami

ketergantungan terhadap teknologi, serta menghadapi gangguan pada pola tidur dan kehidupan sosial mereka (Suharsono et al., 2024). Oleh sebab itu, menemukan keseimbangan dalam memanfaatkan media digital menjadi hal yang penting bagi orang tua dari Generasi Z, agar dapat memanfaatkan manfaatnya tanpa mengorbankan kualitas hubungan dengan anak.

Dalam konteks ini, gaya komunikasi pengasuhan menjadi aspek krusial yang dipengaruhi oleh konsumsi media digital. Pemanfaatan media sosial dan interaksi daring membentuk pola komunikasi yang bersifat cepat, singkat, dan mengutamakan elemen visual. Orang tua Gen Z perlu mengembangkan gaya komunikasi yang mendukung, dengan Menyimak dengan penuh perhatian dan fokus selama percakapan, serta menggunakan bahasa yang sesuai dan mudah dipahami oleh anak (Yusnita et al., 2024).

Pemberian literasi digital pada orang tua sangat penting guna melindungi dan merawat kesehatan mental anak di tengah perkembangan era digital (Ramadani et al., 2022). Dengan memahami dampak media digital terhadap tumbuh kembang anak, orang tua dapat mengadopsi pola asuh yang mendukung pertumbuhan sosial dan emosional anak. Orang tua berperan penting dalam memanfaatkan media digital untuk mengembangkan nilai-nilai sosial pada anak usia dini (Maysara & Yuliani, 2023).

Dalam upaya memahami bagaimana konsumsi media digital khususnya akun instagram @talkparenting membentuk gaya komunikasi pengasuhan pada orang tua Gen Z, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh konsumsi media digital terhadap gaya komunikasi pengasuhan, mengklasifikasikan jenis media atau konten yang berperan dalam membentuk gaya komunikasi tersebut, serta mendeskripsikan pola komunikasi pengasuhan yang terbentuk akibat konsumsi media digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi keluarga dan media, serta memberikan wawasan bagi lembaga parenting, edukator, dan praktisi komunikasi dalam merancang pendekatan komunikasi digital yang relevan untuk orang tua muda.

2. KAJIAN TEORITIS

Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai "sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna (user-generated content)." Definisi ini menekankan bahwa media sosial tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga bersifat sosial, karena memungkinkan keterlibatan aktif pengguna dalam produksi dan distribusi informasi (Kaplan & Haenlein, 2010).

Teori ini sangat relevan dalam menjelaskan bagaimana media sosial dapat menjadi agen transformasi dalam pengasuhan. Orang tua Gen Z yang merupakan digital natives memiliki kedekatan yang tinggi dengan teknologi dan media sosial. Mereka menjadikan platform seperti Instagram tidak hanya sebagai hiburan, tetapi sebagai ruang belajar, refleksi, dan internalisasi nilai. Teori Kaplan dan Haenlein membantu menjelaskan proses bagaimana konten yang diciptakan dan dibagikan oleh pengguna membentuk norma komunikasi baru yang lebih adaptif terhadap perkembangan anak, dan bagaimana media sosial menjadi ruang aman untuk belajar tanpa stigma.

Relevansi teori Kaplan dan Haenlein (2010) dalam konteks pengasuhan digital juga diperkuat oleh temuan-temuan penelitian terdahulu. Studi yang mengkaji bagaimana konten akun Instagram @parentalk.id membentuk narasi pengasuhan ideal yang secara tidak langsung menciptakan tekanan psikologis bagi orang tua muda. Dengan menggunakan pendekatan multimodal discourse analysis, penelitian ini menekankan bahwa media sosial bukan hanya saluran informasi, tetapi juga ruang sosial yang penuh dengan ekspektasi normatif terhadap peran orang tua (Machmiyah et al., 2024). Temuan ini sejalan dengan gagasan bahwa media sosial memiliki kekuatan membentuk norma komunikasi baru, termasuk dalam praktik pengasuhan oleh Gen Z yang sangat terhubung secara emosional dengan platform digital.

Selain itu, penelitian yang berjudul "*Akun Instagram Parenting sebagai Media Edukasi Ketahanan Keluarga*", menyoroti peran media sosial dalam membentuk ketahanan keluarga melalui edukasi digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis konten terhadap akun-akun parenting populer, termasuk @talkparenting, studi ini menunjukkan bahwa media sosial mampu menjadi sarana penguatan nilai-nilai pengasuhan positif. Orang tua tidak hanya memperoleh informasi praktis, tetapi juga mendapatkan penguatan emosional dan komunitas digital yang mendukung peran mereka (Rosalia et al., 2022). Temuan ini menguatkan argumen bahwa konten user-generated dalam media sosial seperti Instagram berperan sebagai agen transformasi sosial dan emosional dalam praktik pengasuhan modern, sebagaimana dijelaskan oleh Kaplan dan Haenlein (2010).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif interpretatif (Moleong, 2017). untuk memahami gaya komunikasi pengasuhan orang tua Gen Z melalui media digital instagram @talkparenting. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena bertujuan menggali makna subjektif pengalaman komunikasi dalam konteks sosial keluarga (Creswell, 2016). Subjek penelitian adalah orang tua Gen Z berusia 23–28 tahun yang

memiliki anak usia dini hingga sekolah dasar dan secara aktif mengakses media digital khususnya akun instagram @talkparenting sebagai sumber informasi pengasuhan. Informan dipilih secara purposive dengan kriteria tertentu dan jumlahnya ditentukan berdasarkan prinsip data saturation. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi tidak langsung terhadap aktivitas digital, dan dokumentasi konten media yang dikonsumsi. Analisis data menggunakan yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk memastikan keabsahan data, diterapkan teknik triangulasi sumber dan metode, serta member checking kepada informan guna memastikan validitas informasi yang diperoleh.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan delapan informan yang merupakan orang tua Gen Z berusia 23–28 tahun, dengan karakteristik penggunaan media digital yang tinggi, pengikut akun instagram @talkparenting, terutama dalam mencari informasi seputar pengasuhan anak dalam akun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi media digital secara aktif membentuk gaya komunikasi pengasuhan mereka, yang secara umum dapat dibagi menjadi dua gaya utama, yaitu afektif dan direktif adaptif.

Hasil menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka aktif mengikuti akun @talkparenting di Instagram. Alasan utama mengikuti akun ini adalah karena kontennya dianggap praktis, relatable, dan disampaikan dengan gaya visual yang menarik.

Informan WA (Perempuan, 26 Tahun), *“Saya follow @talkparenting karena penjelasannya ringan tapi mengena. Saya sering merasa dapat insight baru gimana menghadapi anak tanpa marah-marah.”* Sebagian besar informan menyebutkan bahwa mereka mengakses akun ini hampir setiap hari, dan menjadikannya sumber utama referensi dalam pengasuhan sehari-hari.

Beberapa postingan dari @talkparenting yang paling sering disebut oleh informan adalah konten yang menekankan pentingnya mendengarkan anak, validasi emosi, dan komunikasi dua arah. Misalnya, konten dengan kutipan:



Gambar 1. Postingan @talkparenting 17 Maret 2025

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/DHS1AojRQ3i/?igsh=dXE4cXNzcnobx2Ux>)

Konten ini mendorong para orang tua untuk mengadopsi gaya komunikasi afektif, yakni komunikasi yang menekankan pada empati, perhatian emosional, dan kehangatan. Informan 6 (laki-laki, 24 tahun) mengatakan, “Saya jadi lebih sadar untuk mendengarkan anak dulu sebelum kasih nasihat. Dulu saya pikir harus langsung kasih tahu mana yang benar, ternyata nggak selalu efektif.”

Konten lain dari @talkparenting juga memberikan tips konkret tentang bagaimana memberi batasan kepada anak tanpa kekerasan atau ancaman, seperti pada postingan :



Gambar 2. Postingan @talkparenting 30 Maret 2025

(Sumber : <https://www.instagram.com/p/DJES71AT9n4/?igsh=bnN6cGtoMnFjMzZx>)

Pesan ini menunjukkan pendekatan direktif yang adaptif, yaitu memberikan arahan dan struktur yang jelas kepada anak, namun tetap dengan cara yang suportif dan tidak otoriter. Informan mengakui bahwa mereka mengadopsi kalimat-kalimat dari konten ini untuk diterapkan dalam komunikasi sehari-hari. Informan 2 (perempuan, 27 tahun) mengemukakan, “Kalau anak saya lagi tantrum, saya biasanya bilang ‘Mama ngerti kamu kesal, tapi yuk kita tenangin diri dulu.’ Itu saya pelajari dari salah satu kontennya @talkparenting.”

Temuan-temuan ini menguatkan kerangka teori Kaplan dan Haenlein (2010), bahwa media sosial berfungsi tidak hanya sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga sebagai agensi pembentuk norma dan nilai baru dalam kehidupan sosial, termasuk dalam konteks keluarga. Dalam konteks ini, pengguna media tidak lagi menjadi konsumen pasif, melainkan secara aktif menginternalisasi nilai-nilai komunikasi positif dan menerapkannya dalam pola asuh anak.

Dengan terbentuknya gaya komunikasi yang lebih empatik (afektif) dan terstruktur namun fleksibel (direktif adaptif), orang tua Gen Z tidak hanya mereplikasi pola asuh dari orang tua mereka terdahulu, tetapi juga melakukan transformasi peran yang berorientasi pada kesejahteraan psikologis anak. Informan 5 (laki-laki, 28 tahun): “Dulu saya dididik dengan cara keras, tapi saya nggak mau ngulang itu ke anak. Saya belajar dari konten-konten parenting gimana cara ngatur anak tapi tetap kasih cinta.” Temuan ini menunjukkan bahwa Media sosial, khususnya akun Instagram @talkparenting, terbukti menjadi ruang belajar informal yang memengaruhi pembentukan gaya komunikasi pengasuhan pada orang tua Gen Z. Melalui konten yang sederhana namun reflektif, orang tua mampu menginternalisasi nilai-nilai komunikasi yang lebih manusiawi dan fungsional dalam hubungan dengan anak. Hal ini memperkuat pentingnya literasi digital dalam pengasuhan era modern. Lebih jauh, peran media digital dapat dianalisis melalui lensa teori Kaplan dan Haenlein. Orang tua Gen Z memanfaatkan media digital untuk memperoleh pemahaman baru tentang pengasuhan, membentuk identitas mereka sebagai orang tua modern, sekaligus mencari dukungan komunitas melalui interaksi digital.

Media Sosial sebagai Platform Interaktif Berbasis Web 2.0

Menurut Kaplan dan Haenlein, media sosial tumbuh di atas fondasi Web 2.0, yang memungkinkan pengguna untuk tidak hanya mengakses, tetapi juga menciptakan dan berbagi konten. Dalam konteks pengasuhan, akun @talkparenting memanfaatkan karakteristik Web 2.0 dengan menyediakan konten yang bersifat interaktif seperti melalui kolom komentar, sesi tanya-jawab di story, hingga polling. Interaktivitas ini menjadikan orang tua Gen Z tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai partisipan aktif dalam diskusi pengasuhan. Mereka dapat menanyakan kasus spesifik, berbagi pengalaman pribadi, atau bahkan mengkritisi pandangan tertentu. Inilah yang menunjukkan bahwa media sosial bukan sekadar media satu arah, melainkan forum dialog terbuka yang turut membentuk pola pikir pengasuh muda.

Sebuah studi cross-sectional) dalam *JMIR Pediatrics and Parenting* mengeksplorasi penggunaan situs jejaring sosial orang tua (*parenting-related social networking sites*) dan dampaknya terhadap distres psikologis orang tua bayi. Temuan menunjukkan bahwa semakin intens interaksi SNS, terutama ketika orang tua merasa kesepian atau mengalami kecemasan pengasuhan, semakin tinggi tingkat distress mereka. Ini menggambarkan keterkaitan interaktivitas digital dengan kondisi emosional pengasuh muda (Onishi, 2024).

User-Generated Content (UGC) dan Pemberdayaan Orang Tua Gen Z

Kaplan dan Haenlein menekankan pentingnya konten buatan pengguna atau user generated content (UGC) dalam media sosial. Dalam akun @talkparenting, banyak konten yang diangkat berasal dari pengalaman nyata pengikutnya, yang kemudian diolah kembali menjadi infografis, video pendek, atau reel. Orang tua Gen Z merasa terhubung secara emosional karena konten tersebut diangkat langsung dari pengalaman nyata pengikut: keluh kesah sehari-hari, tips praktis, serta cerita perjuangan menjadi orang tua. Konten ini kemudian diolah menjadi infografis, video pendek, atau Reel yang autentik dan relatable. Hal ini memperkuat relevansi konten dan mendorong internalisasi nilai, karena pengguna melihat refleksi diri mereka dalam cerita orang lain. Dengan kata lain, media sosial berfungsi sebagai cermin kolektif di mana orang tua belajar dari pengalaman komunitas digitalnya.

Sebuah studi lain menyelidiki pengaruh konten parenting dari influencer di Instagram terhadap gaya pengasuhan orang tua milenial di Indonesia. Metode kuantitatif mereka menunjukkan bahwa konten parenting influencer memiliki *pengaruh signifikan* terhadap gaya pengasuhan generasi milenial, melalui proses identifikasi pengguna dengan konten yang relatable dan otentik. Ini mempertegas bahwa UGC yang dekat dengan kehidupan sehari-hari pengguna mampu membawa perubahan dalam praktik pengasuhan (Maulida & Sumanto, 2025).

Pembentukan Nilai Komunikasi Baru dalam Keluarga

Kaplan dan Haenlein menyatakan bahwa media sosial berpotensi membentuk norma sosial dan budaya komunikasi baru. Dalam penelitian ini, konten-konten seperti “memvalidasi emosi anak,” “berkomunikasi tanpa ancaman,” dan “menjadi orang tua yang hadir secara emosional,” secara perlahan membentuk nilai komunikasi baru dalam keluarga. Orang tua Gen Z yang sebelumnya tumbuh dengan pola komunikasi otoriter atau satu arah, kini mulai mengganti pendekatan mereka menjadi lebih afektif dan direktif adaptif. Media sosial menjadi instrumen normatif baru yang menggantikan peran dominan dari pola asuh lintas generasi atau narasi budaya tradisional.

Dalam jurnal *Journal of Administrative and Social Science* melakukan studi kualitatif terhadap 15 keluarga di Indonesia tentang peran keluarga dan digitalisasi dalam pembentukan nilai sosial. Mereka menemukan bahwa komunikasi keluarga yang adaptif dengan *co-learning digital*, *guidance berbasis nilai*, dan *literasi media kritis* mengoptimalkan internalisasi norma baru di generasi anak. Nilai tradisional yang dipadukan dengan interaksi digital yang bermakna mampu menggantikan pola komunikasi lama yang bersifat satu arah dengan model komunikasi dialogis yang lebih dinamis (Khaeriyah Khaeriyah & Nurasia Natsir, 2025). Temuan ini mendukung argument bahwa media sosial tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk pengaruh normatif baru dalam praktik keluarga modern.

Dimensi *Self-Presentation* dan *Social Presence*

Kaplan dan Henlein membagi jenis media sosial berdasarkan dua dimensi utama: *self-presentation* (penyajian diri) dan *social presence* (kehadiran sosial). Akun seperti @talkparenting berada pada level tinggi dalam kedua aspek ini. Akun tersebut menghadirkan diri sebagai “teman digital” yang suportif dan tidak menghakimi, sambil mempertahankan citra profesional sebagai sumber tepercaya. Orang tua yang mengikuti akun ini merasa “ditemani” dalam proses belajar mengasuh, dan hal ini menciptakan keterikatan emosional yang kuat. Dampaknya, saran-saran pengasuhan dari akun tersebut lebih mudah diterima dan diaplikasikan karena dibalut dalam komunikasi yang hangat dan akrab.

Hasil penelitian Universitas Sumatera Utara (2024) menegaskan hal bahwa ibu muda di Medan membangun identitas pengasuhan aspiratif melalui Instagram sebagai media *self-presentation* sama seperti praktik komunikasi adaptif di akun @talkparenting (Nurbani & Ananda, 2024). Kombinasi *self-presentation* dan *social presence* menjadikan Instagram tidak hanya sebagai media edukasi, tetapi arena interaksi bersifat emosional dan normatif bagi orang tua Gen Z.

Media Sosial sebagai Sumber Literasi Digital dan Emosional

Kaplan dan Haenlein tidak hanya melihat media sosial sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai alat pendidikan sosial. Dalam hal ini, @talkparenting memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan literasi digital dan emosional orang tua Gen Z. Literasi digital diwujudkan melalui kemampuan orang tua dalam memilah informasi, memahami terminologi pengasuhan modern, serta menggunakan fitur media sosial secara produktif. Sementara itu, literasi emosional terasah melalui konten yang mendorong refleksi diri, pengelolaan emosi, dan empati terhadap anak. Media sosial tidak lagi sekadar hiburan, tetapi menjadi sarana pembentukan karakter dan kompetensi pengasuhan.

Studi internasional menunjukkan bahwa digital capital literasi teknologi, akses informasi, dan kompetensi digital berperan sebagai modal sosial dan alat pendidikan yang meningkatkan keterlibatan orang tua dalam pengasuhan anak (Addi-Racah, 2024). Dengan demikian, media sosial bukan sekadar platform hiburan, melainkan arena pembentukan literasi, nilai, dan kompetensi pengasuhan adaptif yang dipandu oleh Gen Z sebagai orang tua

Transformasi Peran Orang Tua Melalui Adaptasi Digital

Teori Kaplan dan Haenlein membantu menjelaskan bagaimana media sosial berperan dalam transformasi peran orang tua. Gen Z sebagai generasi digital native dengan cepat menyerap gaya komunikasi dari media sosial dan mengintegrasikannya ke dalam praktik pengasuhan mereka. Mereka tidak sekadar meniru, tetapi juga melakukan adaptasi kritis, memilih pendekatan yang sesuai dengan nilai personal dan kondisi keluarga masing-masing. Dengan demikian, media sosial bukan hanya sebagai pengaruh eksternal, melainkan sebagai bagian integral dari proses perkembangan identitas pengasuh Gen Z.

Penelitian ini mengungkap bahwa media sosial, khususnya akun Instagram @talkparenting, memainkan peran penting dalam membentuk gaya komunikasi pengasuhan pada orang tua Generasi Z (usia 23–28 tahun). Melalui analisis data dari wawancara mendalam terhadap delapan informan dan observasi konten, ditemukan bahwa para orang tua tidak hanya mengonsumsi informasi secara pasif, tetapi secara aktif memilih, menginternalisasi, dan mempraktikkan strategi komunikasi yang mereka temukan dari konten-konten parenting digital.

Gaya komunikasi yang paling dominan terbentuk adalah gaya afektif (berbasis empati dan emosi) dan gaya direktif adaptif (memberi arahan dengan cara suportif, tanpa kekerasan verbal). Konten-konten seperti “cara memvalidasi emosi anak,” “menghadapi tantrum tanpa marah,” atau “disiplin positif” menjadi referensi utama dalam perubahan perilaku komunikasi para orang tua Gen Z. Mereka secara sadar meniru narasi dan gaya bahasa dari akun @talkparenting dalam interaksi dengan anak mereka.

Temuan ini sangat relevan dengan teori media sosial oleh Kaplan dan Haenlein (2010), yang menyatakan bahwa media sosial adalah aplikasi berbasis Web 2.0 yang memungkinkan pertukaran informasi melalui konten buatan pengguna (user-generated content). Orang tua Gen Z tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga bagian dari komunitas digital yang saling belajar dan membentuk norma baru dalam pengasuhan. Akun @talkparenting, dengan desain visual yang engaging dan pesan yang relatable, berfungsi sebagai agen transformasi nilai, yang secara tidak langsung menggantikan pola pengasuhan tradisional berbasis otoritas mutlak menjadi komunikasi yang lebih demokratis dan reflektif.

Dimensi *self-presentation* dan *social presence* dari teori Kaplan dan Haenlein juga tampak kuat dalam studi ini. @talkparenting menghadirkan citra diri yang empatik dan kredibel, yang membangun hubungan emosional dengan audiens. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi ruang edukasi emosional, tempat orang tua belajar mengelola emosi mereka sendiri dan memahami kebutuhan emosional anak.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial telah menjadi katalis perubahan dalam praktik pengasuhan orang tua Gen Z. Melalui proses adaptasi digital yang kritis dan reflektif, mereka mengonstruksi gaya komunikasi baru yang lebih selaras dengan nilai-nilai perkembangan anak, keterbukaan, dan keseimbangan emosional dalam keluarga. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi digital dalam pengasuhan, serta peran strategis media sosial dalam membentuk norma komunikasi keluarga masa kini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Gaya komunikasi orang tua Gen Z melalui media digital Instagram @talkparenting terbentuk secara aktif melalui proses konsumsi, internalisasi, dan adaptasi konten yang bersifat edukatif, empatik, dan reflektif. Penelitian ini menemukan bahwa orang tua Gen Z, yang merupakan digital native, tidak hanya menerima informasi secara pasif dari media sosial, tetapi justru menjadikan akun @talkparenting sebagai ruang belajar informal yang memengaruhi cara mereka berinteraksi dengan anak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua gaya komunikasi utama yang terbentuk adalah gaya afektif, yang menekankan empati, kehangatan emosional, validasi perasaan anak, serta kemampuan mendengarkan secara aktif. Serta gaya direktif adaptif, yakni gaya yang memberi batasan dan arahan kepada anak secara suportif, tanpa kekerasan verbal maupun pendekatan otoriter.

Konten-konten dari akun @talkparenting, seperti menghadapi tantrum tanpa marah, memvalidasi emosi anak, dan mendisiplinkan anak dengan positif menjadi referensi penting yang secara langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari para orang tua. Mereka tidak hanya meniru gaya bahasa atau strategi dari konten tersebut, tetapi juga mengalami perubahan cara pandang terhadap peran mereka sebagai pengasuh yang lebih responsif dan reflektif.

Melalui lensa teori Kaplan dan Haenlein (2010), proses ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai platform interaktif berbasis Web 2.0 yang mendorong pertukaran nilai, pembentukan norma baru, dan pembelajaran sosial melalui user-generated content (UGC). Akun @talkparenting berperan sebagai agen transformasi yang memungkinkan terjadinya

perubahan dari pola komunikasi tradisional yang kaku menjadi komunikasi pengasuhan yang lebih terbuka, emosional, dan konstruktif.

Dengan demikian, gaya komunikasi orang tua Gen Z melalui Instagram @talkparenting dapat dikategorikan sebagai gaya baru hasil adaptasi digital, yang bersifat fleksibel, empatik, dan berbasis pada prinsip hubungan yang sehat antara orang tua dan anak. Penemuan ini menegaskan pentingnya literasi digital dalam proses pengasuhan di era media sosial.

Dalam konteks ini, akun @talkparenting tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga menjadi agen transformasi nilai yang mendorong terbentuknya pola komunikasi pengasuhan yang lebih reflektif, demokratis, dan selaras dengan kebutuhan emosional anak. Dengan demikian, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk gaya komunikasi orang tua Gen Z yang lebih empatik dan adaptif, sekaligus menegaskan pentingnya literasi digital dalam praktik pengasuhan di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Addi-Racchah, A. (2024). The role of digital capital in parental engagement. *Education and Information Technologies*, 29, 4551–4573. <https://doi.org/10.1007/s10639-024-12455-Y>
- Astrianingsih, D., Rohmiyati, Y., Hakim, C. A., Sari, N., Atqoo, R. A., Latifah, S. N., Mulki, F., & Rizkiyah, D. (2024). Optimalisasi peran orang tua di era digital: Strategi pola asuh untuk generasi digital natives. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 9754–9759. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i5.33640>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik generasi Z dan milenial Indonesia 2020*.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran* (Edisi ke-4, A. Fawaid, Trans.). Pustaka Pelajar.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 52(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Khaeriyah, K., & Natsir, M. (2025). The role of family in shaping social values in the digital era. *Journal of Administrative and Social Science*, 6(1), 33–42. <https://doi.org/10.55606/jass.v6i2.1844>
- Khosibah, S. A. (2024). Pengaruh peran parent influencers media sosial pada pola asuh orang tua milenial. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 8(5), 926–935. <https://obsesi.or.id/index.php/obsesi/article/view/6025/pdf>
- Machmiyah, S., Udasmoro, W., & Noviani, R. (2024). Parenting and production of anxiety on social media: Analysis of parenting on Instagram @parentalk.id. *Journal of Social Studies*, 20(2). <https://journal.uny.ac.id/index.php/jss/article/view/78026>

- Maulida, S., & Pawestuti, R. (2022). Pengaruh konten Instagram parenting influencer terhadap gaya pengasuhan orang tua milenial. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 5(2), 527–535. <https://doi.org/10.24815/jr.v8i1.44777>
- Maysara, S. R., & Yuliani. (2023). Pengasuhan digital: Mengembangkan nilai-nilai sosial anak usia dini melalui penggunaan media digital. *Al-Muhadzab: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 3(1). <https://jurnal.staidaf.ac.id/almuhadzab/article/view/420>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurbani, A. S. T. (2024). Instagram as a self-presentation media for young mothers in Medan City. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 1–10. <https://doi.org/10.32734/komunika.v20i01.15909>
- Onishi, Y. (2024). Association between parenting-related social networking site use and parental psychological distress: Cross-sectional study. *JMIR Pediatrics and Parenting*, 7(1), e59029. <https://doi.org/10.2196/59029>
- Putri, S. A., & Rahmawati, D. (2020). Peran media digital dalam pola pengasuhan orang tua generasi Z. *Jurnal Komunikasi Keluarga*, 8(1), 45–54.
- Ramadani, P., Khaerat, A. U., Darwis, N. I., & Anak Gen Alpha Bagi Orang Tua Milenial, M. (2022). Digital parenting: Mendidik anak Gen Alpha bagi orang tua milenial. *Journal of Educational Technology, Curriculum, Learning and Communication*, 2(3), 67–72. <https://doi.org/10.26858/jetclc.v2i3.34768>
- Rizaty, M. A. (2024). Data pengguna aplikasi TikTok di Indonesia pada Oktober 2021–Januari 2024. *DataIndonesia.id*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/data-pengguna-aplikasi-tiktok-di-indonesia-pada-oktober-2021-januari-2024>
- Rosalia, N., dkk. (2022). Akun Instagram parenting sebagai media edukasi ketahanan keluarga. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(2), 144–157. <https://jurnalrisetkomunikasi.org/index.php/jrk/article/view/464>
- Suharsono, J., Andrianata, M., Fithrianto, M. N., & Wiyono, A. A. R. (2024). Pengaruh era digital pada pola asuh anak dapat menjadi faktor yang signifikan dalam keharmonisan keluarga. *Insan Cendekia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 150–158. <https://doi.org/10.46838/ic.v2i3.661>
- Yusnita, T., Harahap, M. A., & Adeni, S. (2024). Komunikasi keluarga: Bagaimana orang tua berinteraksi dengan anak Gen Z. *RAMBIDEUN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 129–138. <https://doi.org/10.51179/pkm.v7i1.2388>